

Kreativität 4.2 – Vier Stellhebel zu mehr persönlicher Kreativität

Der Brainstorming-Alltag

Kennen Sie das?

Freitagnachmittag, 16.30 Uhr. Innerlich schon auf das Wochenende eingestellt, treffen sich 15 Mitarbeiter im Konferenzzimmer einer Dienstleistungsagentur, um der kurzfristigen Anweisung des Chefs zu folgen. Einige der Teilnehmer bekommen schon beim Betreten des Raums einen flauen Magen, da hier vor wenigen Tagen die Bewertungsgespräche für das erste Quartal geführt wurden und nicht alle damals gesagten Worte pure Freundschaft ausdrückten.

Mit 15-minütiger Verspätung betritt der Geschäftsführer, nennen wir ihn Herr Müller, den Raum. Die letzten Handygespräche klingen langsam aus und die letzten Sätze wichtiger Mails werden in die Smartphones getippt, während Herr Müller ohne Atempause loslegt und alle Anwesenden mit ins kalte Wasser springen lässt.

Ein abgegebenes Angebot an einen Kunden kam alles andere als gut an und der Verlust eines wichtigen Geschäftsbereiches droht. Geschäftsführung und Kunde sind sich einig, dass neue, kreative, ja revolutionäre Ideen notwendig sind, um in der schnelllebigen Zeit vor der Konkurrenz bestehen zu können.

In wenigen Sätzen umreißt Herr Müller grob den Auftrag. Während sich die Hälfte der Teilnehmer im Raum noch fragt, um was es eigentlich geht, wird DIE revolutionäre Idee gefordert.

Herr Müller trompetet das von allen gefürchtete Wort zur Rettung des Unternehmens wie einen Startschuss in den Raum und los geht es: das *Brainstorming*. Und um den Gedankenfluss auch so richtig loszutreten, weist er immer wieder darauf hin, dass sich ohne diesen Auftrag wahrscheinlich 20% der Anwesenden einen neuen Job suchen können.

Erste Ideen, die von den gestressten Hirnen gerade noch formuliert werden können, erhalten eine „Dieter Bohlen mäßige“ Bewertung von: „Hat früher auch nie geklappt“ über „So ein Sch...“ bis zum klassischen „Geht nicht“. Nach zwei Stunden „Gehirnsturm“, die nur durch gelegentliche Telefonate von Herrn Müller und zunehmenden Sauerstoffmangel gekennzeichnet waren, hat sich das Team tatsächlich auf eine Idee geeinigt. Einige Teilnehmer wissen, dass dieser Ansatz schon vor sechs Monaten einmal ausprobiert wurde. Sie erwähnen diese Tatsache jedoch nicht, um am Abend die eigenen Kinder wenigstens noch ins Bett bringen zu können.

Nach der „Entlassung“ durch Herrn Müller mit den Worten: „Vielleicht hat jemand am Wochenende ja noch einen Geistesblitz“, spürten die Teilnehmer des Brainstormings zu ihren Autos, um dem schlimmsten Verkehrschaos zu entkommen. Und schon nach wenigen Minuten haben die Teilnehmer verdrängt, um was es in diesem Brainstorming eigentlich ging.

Kennen Sie das?

Obwohl die Darstellung der Szene überspitzt erscheint, werden sich sicher einige Leser an ähnliche Begebenheiten erinnern.

Im Folgenden geht es allerdings nicht um die Beschreibung eines idealen Brainstormings, sondern vielmehr um die Frage, wie Sie Ihre ganz persönliche Kreativität steigern und gezielt einsetzen können. Ziel ist es, den Spaß an der eigenen Kreativität wieder zu entdecken und zu verstärken, um sie selbst in solchen „Kreativitäts-Killer-Situationen“ abrufen und einsetzen zu können.

Zum Ende des Artikels kommen wir noch einmal auf unser Büroszenario zurück und verdeutlichen aus neurowissenschaftlicher Sicht, warum aus dieser Situation kaum neue und innovative Ideen entstehen können.

Verständnis von Kreativität

Kreativität in der Wirtschaft

Die Bedeutung von Kreativität für Unternehmen und unsere Wirtschaft wird fast täglich in zahlreichen Aussagen öffentlich betont und auch die Politik hat diesen Bereich seit langem für sich entdeckt. Dies verdeutlichen folgende Aussagen und Zitate:

„Die Fähigkeit zur Innovation entscheidet über unser Schicksal“
Roman Herzog, 1997

„Wir sind gezwungen zur Kreativität.“
Angela Merkel beim Weltwirtschaftsgipfel in Davos

“Die Kernkompetenz von Unternehmen ist künftig Kreativität.“
Aus der amerikanischen „Business Week“

Die EU hatte 2009 zum Jahr der Kreativität und Innovation erklärt (leider wurde dies kaum wahrgenommen).

Dennoch drängt sich dem interessierten Beobachter das Gefühl auf, es handele sich oftmals nur um ein Modewort, das eingesetzt wird, um Altbekanntes in einem modernen und aktuellen Licht erstrahlen zu lassen. Auch in der Wirtschaft bleibt die erfolgreiche Implementierung von Kreativitäts- und Innovationsprozessen - was ganz sicher nicht dasselbe ist - auf wenige Unternehmen beschränkt. Diese werden als Aushängeschild eingesetzt, ohne dass eine Veränderung in der Masse und im wichtigen und zu recht oft gelobten Mittelstand zu erkennen ist.

Eine Diskussion über die Bedeutung von Kreativität für die Unternehmensführung würde den Rahmen dieses Beitrages sprengen und soll anderen überlassen werden. Vielmehr geht es hier um Denkanstöße, woher die so oft geforderte Kreativität kommen kann.

Ist sie eine von außen einforderbare und formbare Leistung, die Mitarbeiter in der heutigen Zeit wie selbstverständlich zu erbringen haben? Oder haben wir es mit einer Fähigkeit zu tun, die durch die Unternehmensführung gar nicht beeinflussbar ist, da sie von innen aus der eigenen Persönlichkeit heraus kommt?

Extrinsische Kreativität?

Bei der Suche nach einer Definition von Kreativität findet der Suchende nur eine übergreifende Übereinstimmung - dass es keine einheitliche Definition gibt! Bei Google erscheinen unter der Stichwortkombination Kreativität und Definition über 1 Million Treffer, mit größtenteils unterschiedlichen Inhalten.

Eine der für mich zutreffendsten Beschreibungen, auf der auch die folgenden Ansichten beruhen, hat der Mediziner und Musiker Charles Limb 2011 in einer Ausgabe der Zeitschrift Gehirn & Geist gegeben:

„Die enormen schöpferischen Leistungen der Menschen sind großartig, aber ich will sie nicht künstlich überhöhen. Für mich handelt es sich um einen ganz normalen biologischen Vorgang, den einige von uns zwar außergewöhnlich gut beherrschen, der aber letztlich eine Grundvoraussetzung für jede menschliche Zusammenarbeit darstellt. Kreativität durchdringt jeden Bereich unseres Lebens. Ich bin davon überzeugt, dass keine andere Eigenschaft mehr zur Evolution unserer Art beitrug.“¹

Dieser Aussage schließe ich mich mit Herz und Gehirn an und auch der folgende Beitrag folgt der Sichtweise. Sollten Sie als Leser anderer Ansicht sein, dann ermöglicht sich Ihnen hier der lesende Ausstieg.

Entsprechend dieser Definition sind wir alle kreativ oder waren es auf jeden Fall einmal als Kind. Wie aber können wir diese Ressource für unsere

Arbeit und tägliche Fragen und Probleme des Alltags wieder nutzen?

Unternehmen versuchen Kreativität durch Techniken, Seminare und Regeln zu instrumentalisieren und zu optimieren. Es drängt sich dabei ein Vergleich zwischen Motivation und Kreativität auf.

In vergangenen Jahren wurde und noch bis heute wird über intrinsische und extrinsische, also über die von innen und außen kommende Motivation, diskutiert und gestritten. Motivationskonzepte einiger Unternehmen basieren entgegen aller Erkenntnisse aus der Forschung vor allem auf Incentivierung und Provisionen von außen.

Dabei hat die Gehirnforschung hierzu aussagekräftige Untersuchungen und Erkenntnisse geliefert. Der Gehirnforscher Manfred Spitzer schreibt in seinem Buch „LERNEN“², dass der Mensch von Natur aus immer motiviert sei. „Einen Menschen motivieren zu wollen sei ungefähr dasselbe, wie wenn man jemandem Hunger beibringen wolle. Die Frage lautet nicht: Wie kann ich jemanden motivieren? Es stellt sich vielmehr die Frage, warum viele Menschen so häufig demotiviert sind.“

Ebenso wenig stellt sich uns die Frage wie wir jemanden kreativ machen können, sondern warum so viele Menschen oftmals un kreativ sind oder sich selbst für un kreativ halten. Anders als bei der angesprochenen Motivation ergibt sich dies schon aus dem Wortstamm - oder haben sie schon einmal jemanden kreativiert?

Bevor wir überlegen, welche Techniken und Innovationsszenarien in unsere Arbeitsprozesse implementiert werden sollten, gilt es einen Blick auf den einzelnen Menschen zu werfen und zu überlegen, mit welchen Stellhebeln wir die persönliche Kreativität des Einzelnen wecken und das Zutrauen in die eigene Kreativität steigern können.

Frei nach Galileo Galilei der sagte: „Man kann den Menschen nichts beibringen, man kann ihnen nur helfen es in sich zu finden“.

Kreativität 4.2

Grundsätzliches

In Seminaren zu Kreativitätsprozessen und -techniken, die ich in den vergangenen Jahren durchführen durfte, aber vor allem bei der Nutzung meiner eigenen Kreativität, stolperte ich immer wieder über einige wenige Stellhebel, die mir und Seminarteilnehmern helfen, Kreativität im Alltag zu fördern. Dabei geht es nicht um Techniken, sondern um grundsätzliche Einstellungen und Denkweisen, die dabei helfen, die eigenen, kreativen Potentiale zu nutzen.

Mit der Zeit kristallisierten sich vier Stellhebel heraus. Jedoch erst mit der Ergänzung durch zwei übergreifende Voraussetzungen ergab sich ein stimmiges Gesamtbild.

So kam ich zum Begriff Kreativität 4.2 - vier Stellhebel zu mehr Kreativität und zwei Voraussetzungen für den Einsatz derselben. Die Namensgebung hat also nichts mit einer Versionsnummerierung wie im IT Bereich zu tun.

Da sich die Stellhebel alle ständig gegenseitig beeinflussen, ist die Reihenfolge zufällig gewählt und sollte Ihre persönliche Gewichtung der Punkte nicht beeinflussen.

Voraussetzung 1

oder Punkt 0.1 = Komplexität

Das Gehirn gilt bei Forschern als die komplizierteste Konstruktion des Universums. Und selbst wenn in unserem Gehirn nicht immer alles nach Wunsch läuft, so ist es doch sicher ein Wunderwerk. Beim Verständnis über die Funktionsweise unseres Denk- und Lenkorgans wurden in den letzten Jahren durch die Neurowissenschaft große Fortschritte gemacht, ohne dabei dem eigentlichen Wesen des Gehirns näher zu kommen. Vielmehr

erscheint es, dass jede neue Erkenntnis vielfach neue Fragen aufwirft. Zwar werden immer mehr Ablaufprozesse bis zur molekularen Ebene erforscht, doch über das eigentliche Entstehen von Gefühlen oder gar dem eigenen Bewusstsein also dem „Ich“ besteht nach wie vor weitgehend Unklarheit.

Nicht weiter verwunderlich, wenn man bedenkt, dass geschätzte 100 Milliarden Neuronen (Nervenzellen im Gehirn) mit über jeweils durchschnittlich 1000 synaptischen Verbindungen miteinander kommunizieren und dafür mindestens 100 unterschiedliche Neurotransmitter zur Verfügung stehen. Eine unvorstellbar große Anzahl an Kombinationsmöglichkeiten. Oftmals unberücksichtigt bleiben viele weitere Faktoren, wie die Frequenz der „feuernden“ Synapsen, der Einfluss von Gliazellen und sicher Vieles noch nicht Entdecktes. Zusätzlich unterscheidet sich jedes Gehirn sowohl in der unteren Verschaltung als auch in Bezug auf größere Areale, wodurch sich auch die individuelle Wahrnehmung ändert. Jeder Mensch nimmt seine Umwelt anders wahr und jedes Gehirn ist unterschiedlich.

Wie schaffen wir es bei so viel Komplexität dann überhaupt, aufrecht und hoffentlich meistens gut gelaunt durchs Leben zu gehen? Nun - unser Gehirn lässt uns von all diesen komplexen Vorgängen nichts spüren und vereinfacht unsere Umwelt auf Basis früherer Erfahrungen und Erlebnissen. Vereinfachung ist ein gängiges Mittel unserer Wahrnehmung, um sich in der Umwelt zurechtzufinden.

Auf diesem Grundsatz basieren auch die folgenden vier Stellhebel zur Steigerung der Kreativität. Natürlich erklären sie nicht das Wesen der Kreativität oder haben einen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie dienen allein als vereinfachte Hilfsmittel, die in den Lebensalltag eingebaut werden können. Nicht mehr aber auch nicht weniger und immer mit dem Verständnis, dass wir über die ursächliche Entstehung von Kreativität im komplexen Gefüge „Gehirn“ nur sehr wenig wissen und wissenschaftlich definieren können.

Stellhebel 1 oder Punkt 1.1 = Kindlich denken

Forscher haben wichtige Wesenszüge für Kreativität bereits bei Neugeborenen gefunden. Wir alle werden mit der Fähigkeit zur Kreativität geboren.

Laut dem Neurowissenschaftler Gerald Hüther ist das Bedürfnis nach Wachstum (im Sinne von Entfalten, Entwickeln) ein Grundbedürfnis, das uns schon vor der Geburt in den Bauch gelegt wird. Schon als Neugeborenes versuchen wir neue Gebiete zu erobern und kennen zu lernen.

Eine dazu passende Untersuchung zeigt, dass Menschen grundsätzlich neugierig sind. Bereits wenige Monate alte Säuglinge richten ihren Blick länger auf ihnen unbekannte, neue Gesichter, als auf Gesichter, die ihnen bereits vertraut sind.³

Neugierde sowie das Bedürfnis nach neuem Wissen sind uns also in die Wiege gelegt. Nicht verwunderlich, dass gerade Kinder als besonders kreativ gelten. Warum scheinen wir als Erwachsene dann wieder Einiges von dieser Kreativität zu verlieren?

Ein Blick in die Entwicklung und Arbeitsweise unseres Gehirns bringt etwas Licht ins Dunkel.

Als Kinder saugen wir neues Wissen förmlich auf, um in der Entwicklung voranzukommen und den steigenden Herausforderungen des Lebens gewachsen zu sein. Interessanterweise sind bereits bei der Geburt nahezu alle Neuronen (Gehirnzellen) vorhanden, die wir auch als Erwachsene haben. Frühe Lernphasen unserer Kindheit sind dadurch geprägt, dass vor allem ungenutzte Verbindungen abgebaut werden. Gleichzeitig werden oft genutzte Verbindungen verstärkt und die Informationsübertragung in diesen Bereichen beschleunigt. Lernprozesse sind also sowohl durch Abbau als auch Aufbau bzw. Verstärkung von Verbindungen geprägt.

Mit der Zeit bilden wir regelrechte Datenautobahnen, die schnelle Informationsübermittlungen und

automatisiertes Handeln ermöglichen. Diese Lernprozesse bis zum unbewussten Können, also dem unbewussten Einsatz von Erlerntem, sind für unsere Entwicklung unabdingbar. Stellen Sie sich einmal vor, Sie müssten vor jedem Schritt noch überlegen wie Gehen funktioniert und welcher Muskel wann angespannt werden muss.

Versuchen wir uns die Entwicklung einmal bildlich und ganz unwissenschaftlich vorzustellen. Als Kind bewegen wir uns gehirntechnisch noch in einem riesigen Feld mit hohem Gras, viel Wildwuchs und ohne Pfade. In diesem Feld voran zu kommen benötigt sehr viel Energie, da jeder Schritt durch das hohe Gras geebnet werden muss. Es geht daher zwar eher langsam voran, aber auf jedem Weg gibt es viel Neues zu entdecken - wodurch auch die Gefahr der Ablenkung sehr groß ist.

Da das Gehirn, wie unser gesamter Körper, prinzipiell darauf bedacht ist Energie zu sparen, werden die oft genutzten Wege mit der Zeit optimiert. Das heranwachsende Gehirn legt durch regelmäßige Nutzung Trampelpfade und irgendwann auch Asphaltstraßen an. Das wilde Feld wird in einen geordneten Garten verwandelt, in dem Wege und viele Abläufe klar vorgegeben sind.

Ähnlich ergeht es auch unserer Kreativität. Während es für Kinder noch unabdingbar und völlig natürlich ist quer durch ihr Feld zu gehen und immer wieder neue Wege zu bilden, bewegen sich Erwachsene auf den ihnen bekannten Denkpfeilen, die sich in den Jahren als nützlich erwiesen haben. Natürlich benötigen wir diese Pfade, um uns an wachsende Herausforderungen anzupassen, ohne durch ständige Ablenkungen überfordert zu sein.

Wenn wir von uns aber außergewöhnliche Ideen erwarten, neue Denkweisen und den berühmten Blick über den Tellerrand einfordern, dann bedeutet dies wieder wie ein Kind zu denken. Wir sollten den unerforschten Teil unseres Feldes betreten und dort querfeldein laufen, neue Dinge entdecken und vor allem bekannte Wege verlassen.

Leider besteht die gelehrte Denkweise in Schule und Studium größtenteils darin, das „Betreten verboten“ Schild im Park zu beachten, und nicht darin auch einmal quer durch einen Ententeich zu schwimmen. Um unserer Kreativität freien Lauf zu lassen, benötigen wir wieder die gedankliche Ungehorsamkeit unserer Jugend.

Gekoppelt mit der Kindern eigenen Neugierde für alles Neue und Unbekannte, fällt uns nicht nur die Suche nach neuen Ideen, sondern auch das Lernen einfacher.

Tatsächlich konnte gezeigt werden, dass unser Gehirn Freude empfindet, wenn wir auf etwas neugierig sind.⁴ Menschen wollen also Neues erfahren.

Stellhebel 1 zu mehr persönlicher Kreativität bedeutet den gedanklichen Trägheitsvektor zu verändern und bekannte Spuren zu verlassen - auch wenn dies den Einsatz von Energie bedeutet. Verlassen Sie mit kindlicher Neugierde Ihre Komfortzone und missachten Sie jegliche „Betreten verboten“ Schilder.

Stellhebel 2 oder Punkt 2.1 = Anerkennung und Wertschätzung

Anerkennung und Wertschätzung sind Voraussetzungen für Kreativität. Wir begegnen hier wieder unserem eng verbundenen Freund, der Motivation. Sicher können wir motiviert sein, ohne gleichzeitig kreativ zu sein - aber kaum kreativ, ohne für das jeweilige Tun motiviert zu sein. Anders ausgedrückt: um kreativ zu sein, müssen wir auch kreativ sein wollen.

Der eigentliche Impuls und damit die Lust und der Wille kreativ zu sein, kommen dabei weiterhin aus dem eigenen Inneren heraus. Von außen können wir diese Impulse allerdings äußerst erfolgreich stoppen und beschränken. Wertschätzung und Anerkennung sollten also von innen und außen kommen.

Werfen wir noch einmal einen Blick auf die Kindheit. Stellen Sie sich vor wie ein Kleinkind die ersten Gehversuche macht und übertragen Sie diese Art des Lernens auf den täglichen Unternehmensalltag inklusive deren Konsequenzen.

Nachdem das Kleinkind ein drittes oder viertes Mal auf den Hosenboden gefallen ist, müssten wir ihm als gute Führungskraft diesen Unsinn doch verbieten. Ein Fehler ist ja in Ordnung, aber dasselbe über Wochen hinweg immer wieder ohne erkennbare Fortschritte zu versuchen, ist in unserer fehlerfreien Arbeitsgesellschaft nicht tragbar. Verpassen wir dem Kind also eine Sitz- und Krabbelhose, die jegliche Versuche aufzustehen unterbindet. Problem gelöst! Sicher werden wir eines der am schnellsten krabbelnden Kinder der Welt heranziehen. Sobald es sich allerdings mit den laufenden Artgenossen messen muss, wird es kaum noch konkurrenzfähig sein.

Glücklicherweise hat uns die Natur mit einer wesentlichen höheren Fehlertoleranz versehen, als dies in der Unternehmensführung der Fall ist. Fehlertoleranz ist auch eines der wichtigsten Themen, um Kreativität in Unternehmen zu fördern. Wir beschäftigen uns ja aber gerade mit der persönlichen Kreativität. Was bedeutet dies für unser tägliches Leben?

Leider konzentrieren wir uns auch im Alltag eher auf negative Dinge und Bewertungen. Wie viele positive Informationen sehen Sie beispielsweise in den Fernsehnachrichten, wenn gerade kein gutes Wetter herrscht? Eine? Oder eher keine?

Untersuchungen aus Amerika haben gezeigt, dass in Familien auf 14 negative Botschaften/ Kommentaren ein positiver Kommentar kommt. Und wer schon einmal mit Schwaben zu tun hatte (die ich sehr schätze, da ich glücklich in Stuttgart lebe), der kennt den Ausdruck: „Nicht geschimpft ist genug gelobt“.

Dieses Verhalten setzt sich also leider nicht nur in Unternehmen durch. Auch im Privaten fällt es uns oftmals schwerer ein Lob auszusprechen und auch

anzunehmen als eine kritische Bemerkung. Für Kreativität ist positive Anerkennung und Wertschätzung jedoch eine Voraussetzung, ohne die wir diese über kurz oder lang unterdrücken. Eine Voraussetzung, die von außen kommen sollte und von innen kommen muss. Wir müssen selbst an unsere Kreativität glauben und zu Recht stolz auf unsere Ideen sein, um unserem Potential freien Lauf zu lassen.

Ohne einen Querverweis zu kirchlichen Ansätzen einbringen zu wollen, zählt hier der Ausspruch: „Lobe deinen nächsten wie dich selbst“. Es geht darum, die Leistung anderer, aber auch die Eigene, anzuerkennen und zu bemerken. Erst dadurch ist es möglich, echte Wertschätzung zu geben und zu erhalten.

Wertschätzung und Anerkennung verbindet Menschen untereinander und erhöht die emotionale Bindung, die wir benötigen, um ohne Druck auch „verrückte“ Ideen austauschen zu können. Wenn wir unbewusst schon mit Tadel und Ablehnung rechnen, werden wir Ungewohntes und Außergewöhnliches lieber für uns behalten.

Auch hier sei noch einmal ein Hinweis auf unser Bildungssystem erlaubt, dessen Bewertungen leider viel zu wenig auf fördernde und positive Signale basieren.

Das zweite von Hüther erwähnte Grundbedürfnis ist das Bedürfnis nach Verbundenheit, nach Bindung und nach Sicherheit, die sich in diesem Stellhebel zeigt. Das TransferZentrum für Neurowissenschaften und Lernen in Ulm hat passend dazu festgestellt, dass Mitarbeitende mit hoher emotionaler Bindung über 40% mehr Ideen bei ihrem Vorgesetzten vorstellen als Mitarbeitende ohne emotionale Bindung.

Fehlt diese Sicherheit durch die notwendige Anerkennung und wird Erwartungsdruck und Stress aufgebaut, blockieren wir damit wichtige Systeme in unserem Gehirn. Der Körper schaltet auf alte, tief in uns steckende Überlebensprogramme um,

bei denen kreatives Denken nicht mehr gefragt ist. Dies war in früheren Gefahrensituationen auch durchaus sinnvoll, wenn es darum ging, ob wir dem Wolf einen Schlag mit der Keule verpassen oder doch lieber um unser Leben rennen. Zu diesem Zeitpunkt eine kreative Strategie entwickeln zu wollen, wäre schlicht falsches Timing. Hierfür brauchen wir auch heute noch die Sicherheit einer geeigneten „Höhle“.

Konzentrieren Sie sich wieder mehr auf Positives in Ihrer Umgebung und auch bei sich selbst. Schätzen Sie eigene Ideen, auch wenn sie nicht gleich zu einem Innovationsschub führen. Nichts ist schöner als echte Begeisterung für eine eigene Idee. Lassen Sie sich diese nicht von Außen nehmen. Wenn Sie selbst einmal solch eine Begeisterung bei anderen sehen, dann nehmen sie daran teil. Freuen Sie sich mit und vielleicht „spinnen“ Sie so gemeinsam weiter an Ideen.

Skeptikern sei hier gesagt, dass wir immer noch über unsere eigene, persönliche Kreativität sprechen. Bewertungen und Machbarkeitsstudien haben hier (noch) nichts zu suchen und bekommen erst wieder im Geschäftsleben ihre Berechtigung.

Wer ein Beispiel dafür sucht, wie Anerkennung für Mitarbeiter kreativ und außergewöhnlich aussehen kann, dem empfehle ich beim Videoportal Youtube einmal unter „Mukhtars Fødselsdag - Flash Mob - Bedre Bustur“ zu suchen. Hier steht dem Beteiligten die emotionale Bindung ins Gesicht geschrieben.

Stellhebel 3 oder Punkt 3.1 = Bewusst unbewusst denken

Literatur über das Unterbewusstsein und dessen Einfluss auf die uns bewussten Handlungen füllt Bücherregale. Auch bei diesem Thema sind sich Wissenschaftler und die unterschiedlichen Forschungsrichtungen in vielen Dingen noch völlig uneinig. Einigkeit besteht allerdings darin, dass unser Unterbewusstsein wesentlich mehr Informa-

tionen aufnehmen und verarbeiten kann, als uns dies bewusst möglich ist.

Die folgenden Hinweise und Ratschläge zur Nutzung dieses unbewussten Potentials sind dagegen wissenschaftlich nicht bewiesen, sondern basieren auf Rückschlüsse aus der eigenen Beobachtung.

In verschiedenen Publikationen werden Zahlenspiele zur Informationsgeschwindigkeit unseres Gehirns aufgestellt. Eine davon ist, dass in jeder Sekunde 10^9 bits (einzelne Informationseinheiten) auf uns einwirken. Davon werden nur 10^2 bits bewusst wahrgenommen und verarbeitet. Diese Informationsmenge würde ein gänzlich unvollkommenes Bild ergeben. Wir würden die Umgebung z.B. nicht wie einen Film, sondern in Einzelbildern, wie bei einem langsamen Daumenkino, wahrnehmen. Unser Gehirn rechnet das Ganze daher wieder auf 10^7 bit pro Sekunde hoch. Informationen, die unser Gehirn ergänzt, basieren dabei auf vergangenen Erfahrungen, die wir in unserem Leben gemacht haben.

Pipi Langstrumpf hatte fast recht mit ihrer Behauptung: „Wir machen uns die Welt, wie sie uns gefällt.“ Es müsste lediglich heißen: „Unser Gehirn macht sich die Welt, wie es sie erwartet.“

Unser Unterbewusstsein nimmt wesentlich mehr wahr, als uns dies bewusst wird. Wir sollten es daher für unsere Kreativität einspannen und nutzen.

Als ersten Schritt gilt es, sich die zu lösende Aufgabe bewusst zu machen, und zwar möglichst klar und deutlich. Ohne zu wissen was wir lösen wollen, kann sich unser Unterbewusstsein verständlicherweise nicht an die Arbeit machen. Sicher wäre Newton nichts zur Gravitation eingefallen als ihm ein Apfel auf den Kopf fiel, wenn er sich nicht schon im Vorfeld ausgiebig mit dem Thema Schwerkraft beschäftigt hätte. Geistesblitze, wo und wie sie uns auch immer begegnen, setzen voraus, sich im Vorfeld bewusst mit der Proble-

matik auseinander zu setzen bzw. auf der Suche nach einer Lösung zu sein.

Wenn uns bewusst ist, was wir suchen, können wir das Unterbewusstsein an die Arbeit lassen. Über diese Phase werden sich die Arbeitsscheuen unter uns freuen, denn nun dürfen wir abschalten und uns mit ganz anderen Dingen beschäftigen. Kreativität ist in dieser Phase produktive Faulheit. In der „Fachsprache“ für Kreativität wird sie auch als Inkubationsphase bezeichnet.

Eine Erklärung, warum uns diese Phase der Entspannung hilft neue Ideen zu entwickeln, ist möglicherweise der im Gehirn festgestellte „Default Mode“. Entgegen der jahrelang geltenden Annahme, verringert sich der Energieverbrauch unseres Gehirns nicht wesentlich wenn wir während des Tages (und mit Einschränkungen auch in der Nacht) vor uns hin träumen. Vielmehr werden Gehirnregionen aktiv, die bei angestrengtem Nachdenken gehemmt sind. Gleichzeitig werden Regionen gehemmt, die eher für Vernunft und Planung zuständig sind. Plakativ ausgedrückt hemmt diese Phase das erwachsene Denken und befreit wieder das kindliche. Dieses kombiniert ohne Einschränkungen und Regeln die unterschiedlichsten Dinge miteinander, was oftmals zu gänzlich neuen Lösungen führt.

Voraussetzung für das Eintreten dieses Gehirnmodus ist das Gefühl von Sicherheit und das keinerlei Anforderungen an die bewussten Regionen unseres Gehirns gestellt werden. Es kann vorkommen, dass Sie bei der Autofahrt in solch einen Zustand kommen, allerdings nur, wenn Sie schon lange Auto fahren und die Strecke gut kennen. Fahranfänger dagegen haben zu viel damit zu tun, alle notwendigen Bewegungsabläufe des Fahrens zu kombinieren, um gleichzeitig noch an etwas Anderes denken zu können.

Es leuchtet ein, warum dieser Modus auch nicht unter Stress entstehen kann. Stress ist für unseren Körper ein Zeichen von Gefahr, die erhöhte Auf-

merksamkeit erfordert und in unserem Bewusstsein die Alarmglocken klingeln lässt.

Wann sich dieser spezielle Gedankenmodus bei uns einstellt, ist unterschiedlich. Einige Tätigkeiten und Orte für kreative Ideen finden sich bei Umfragen aber immer wieder. Oder hatten Sie noch nie einen genialen Einfall beim Aufwachen, unter der Dusche, beim Joggen oder Spaziergehen?

Eine Umfrage des Stuttgarter Beratungsunternehmens Iqudo im April 2010 ergab, dass nur 6,4 % der Deutschen am Arbeitsplatz kreativ sind. Die besten Ideen kamen den Bundesbürgern fernab von Kantine und Kaffeeküche: im Bad (13,5 %), auf dem Sofa (12,1 %), WC (10 %) oder beim Joggen (7,1 %).

Gleichzeitig ist für 36,7 % Stress der Hauptgrund dafür, warum sie keine Ideen am Arbeitsplatz haben.⁵

Denken Sie „bewusst unbewusst“. Verdeutlichen Sie sich Ihre Frage und beschäftigen Sie sich damit, um erste Lösungen zu erarbeiten. Danach geben Sie Ihrem Unterbewusstsein Zeit zu arbeiten und Sie zur richtigen Lösung zu führen. Dafür benötigen Sie ein Gefühl der Sicherheit und keine Ablenkung, die Ihre bewusste Aufmerksamkeit erfordert. Ein Spaziergang im bekannten Waldgebiet ist durchaus förderlich, nicht aber eine Entdeckungsreise am Amazonas. Und nur als erfahrener Läufer, der sich beim Joggen nicht überfordert, werden Sie auf gute Gedanken kommen, ohne den Körper zu überanstrengen – wer hat denn schon bei einer Pulsfrequenz von 140 noch ausreichend Blut für sein Gehirn übrig?

Eine besondere Ausnahmestellung innerhalb dieses Themas nimmt unser Schlaf ein. Auch wenn noch nicht alle Eigenheiten des Schlafens bekannt sind, ist sein positiver Einfluss auf das Lernen bewiesen. Tobias Hürter schreibt in seinem lezenswertem Buch „Du bist, was du schläfst“: „Das Gehirn überdenkt offenbar die Erinnerungen,

wenn es sie aufräumt und extrahiert das Wesentliche aus ihnen.“⁶

Er äußert im Folgenden die Vermutung, dass das Gehirn im Schlaf nicht nur Erinnerungen aufräumt, sondern auch unsere Pläne, Befürchtungen, Wünsche, Ahnungen und Ideen. Ideale Voraussetzungen also, um am Morgen mit neuen Denksätzen und Erkenntnissen aufzuwachen. In diesen Momenten ein Ideenbuch am Bett liegen zu haben, kann nur wärmstens empfohlen werden, denn oftmals versinken solche Ideen schon nach wenigen Minuten wieder in unser Unterbewusstsein. Die Empfehlung „eine Nacht darüber zu schlafen“ hat bei der Ideensuche also vollste Berechtigung und jeder, der nach Lösungen für spezifische Aufgaben sucht, sollte sie befolgen. Dabei kann er nach Hürter sogar seine Träume für sich einspannen: „Und bei Denkaufgaben ist Trauminduktion der geeigneteren Weg: Wenn man sich beim Einschlafen auf das Problem konzentriert, arbeitet das Gehirn im Traum weiter daran.“⁷

Es stellt sich abschließend die Frage, wie es uns gelingen kann, Aufgaben und Fragen ins Unterbewusstsein zu bringen, so dass dieses sich damit beschäftigt und sogar unsere Träume daran arbeiten.

Stellhebel 4 oder Punkt 4.1 = Kopfkino

Laut dem amerikanischen Neurologen Markus Raichle wartet das Gehirn nicht auf äußere Reize: „Ein großer Teil seiner Aktivität – zwischen 60 und 80 % seines Energieverbrauchs – tritt in Schaltkreisen auf, die nichts mit äußeren Ereignissen zu tun haben.“ Um das Potential des Unbewussten zu nutzen, benötigen wir entsprechende Anreize für unser Gehirn, um in die inneren Schaltkreise vordringen zu können.

Es gilt Themen gehirngerecht zu verpacken oder zu „tunen“. Ein Bild sagt auch hier mehr als tausend Worte. Die Optik ist der im Gehirn am stärksten repräsentierte Sinn, was sich an der gesteigerten Merkfähigkeit von Bildern zeigt. Durch die bildhafte Vorstellung von Fakten oder Zahlen

gelingt es Geübten z.B. sich ein Kartenspiel mit 52 Karten in nur 21 Sekunden einzuprägen. Viele weitere erstaunliche Rekorde gelingen durch den Einsatz sogenannter Mnemotechniken, bei denen Zahlen zu Bildern umgewandelt oder Dinge auf Listen verteilt werden. Umso lebhafter und „verrückter“ die bildliche Vorstellung gelingt, desto stärker verankert sie sich in unserem Gedächtnis

Eine weitere gedankliche Verstärkung ist die Ansprache mehrere sensorischer Sinne. Kopfkino bedeutet sich ein Bild von seinem Thema zu machen und es anschließend mit allen möglichen special effects auszustatten. Nutzen Sie Ihre Gedankenkraft und erschaffen Sie sich 3-D Effekte, eine Dolby Surround Vertonung. Ergänzen Sie alles mit passenden Gerüchen und haptischen Eindrücken. Das Gehirn legt Erinnerungen nicht einfach in eine Schublade ab. Für verschiedene Sinneskanäle, besitzen wir unterschiedliche, repräsentative Gehirnbereiche. Je nachdem wie wir etwas gelernt oder erlebt haben, legt unser Gehirn diese Informationen in die unterschiedlichen Bereiche ab. Umso mehr Eindrücke wir an eine Erinnerung koppeln, desto mehr Bereiche werden im Gehirn belegt und wir erhalten mehr Wege diese auch wieder abzurufen.

Untersuchungen ergaben, dass Erinnerungen sogar bei Schlafenden durch den Einsatz zusätzlicher Sinnesreize wie Gerüche und Geräusche verstärkt werden können.⁸

Als abschließender „Tuningschritt“ kommen unsere Emotionen hinzu. Natürlich können wir diese nicht nach Belieben steuern. Es empfiehlt sich dennoch wichtige Themen nach ihren emotionalen Auswirkungen zu durchleuchten. Erst wenn wir die Bedeutung und Auswirkungen unserer Aufgaben kennen und im Auge haben, schaltet sich auch unser Unterbewusstsein zu den richtigen Augenblicken ein und unterstützt uns bei der Lösungsfindung.

Einen Königsweg für den Einsatz des Unterbewusstseins gibt es nicht, denn es scheint, dass es sich teilweise völlig wahllos bestimmte Themen

vornimmt und diese durchdenkt. Eine fremde Instanz scheint dafür zuständig zu sein, wenn uns ein Lied nicht mehr aus dem Kopf geht, obwohl wir doch eigentlich über das Lösen einer Mathematikaufgabe grübeln wollen.

Die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Einsatzes des Unterbewusstseins erhöht sich jedoch enorm durch die Umwandlung wichtiger Themen zu einem gedanklichen Blockbuster.

Voraussetzung 2 oder Punkt 4.2 = Spaß

Voraussetzung 1, die Komplexität unseres Gehirns und des Themas Kreativität, dient dazu ein grundsätzliches Verständnis für das Thema zu gewinnen und nicht in den Glauben zu verfallen, dass es einen roten Knopf zu mehr Kreativität gibt, den wir einfach drücken könnten.

Abschließend gibt es eine weitere Voraussetzung, die das Thema umrahmt und übergreifend beeinflusst. Dies ist der Spaß an der eigenen Kreativität und den einzelnen Stellhebeln.

Aus wissenschaftlicher Sicht kurbeln Lachen und Humor nachgewiesenermaßen die Kreativität an. Kreativität wird gesteigert, wenn wir uns entspannen und mehr und neue Reize ins Bewusstsein gelangen, die wir sonst ignorieren würden. Die Aktivität in den Frontallappen des Gehirns wird gehemmt bzw. nimmt ab. Dies wurde bereits bei Experimenten mit Hilfe von TMS (transkranieller Magnetstimulation, durch die einzelne Gehirnbe- reiche gehemmt werden können) getan und die These dadurch nachgewiesen.

Wenn wir über Spaß reden, treffen wir auch unseren Bekannten, die Motivation, wieder. Motivation und Spaß gehen in Bezug zu Kreativität Hand in Hand. Wenn Sie keinen Spaß an Ihrer eigenen Kreativität entwickeln, wird früher oder später (wahrscheinlich früher) auch die Motivation schwinden, kreativ zu denken und neue Ideen zu entwickeln.

Gerne wiederhole ich mich: auch ohne kreativ zu sein, können Sie Spaß und Freude an Ihrer Arbeit haben und hochmotiviert sein. Sie werden aber sicher nicht kreativ, wenn Sie dabei keinen Spaß haben.

Spaß und der spielerische Umgang mit Aufgaben kann sogar unser Verhalten ändern. Auf Youtube findet man unter dem Suchbegriff „the fun theory“ drei Beispiele hierfür. Durch den Einbau einer Klaviertastatur auf einer Treppe wird beispielsweise die daneben laufende Rolltreppe einer Bahnstation für Nutzer uninteressant. Nicht die Ansprache an unsere Vernunft und der Hinweis, dass die Nutzung der „normalen“ Treppe gesünder ist, bringt Menschen zum „selbststeigen“, sondern die spielerische Ansprache mehrerer Sinneskanäle mit Ton und Optik (durch die Klaviertastatur).

Beim „Spaß haben“ schließt sich der Kreis zu unserem Stellhebel 1.1 – dem kindlichen Denken. Auch dieses funktioniert erst richtig, wenn wir Freude dabei haben.

Zum Ende von Kreativität 4.2 sei noch einmal auf einen speziellen Gegner der Kreativität hingewiesen - Stress. Wenn Spaß, der übergreifend fördernde Aspekt ist, dann ist Stress der hemmende. Stress kann in der richtigen Dosis motivieren und zu mehr Leistungsbereitschaft führen. Doch der Grat hierbei ist schmal. Bei zu viel Stress schaltet das Gehirn auf Überlebensprogramme um, die wichtige Bereiche hemmen und kreatives Arbeiten nicht mehr zulassen. Mit rudimentären Programmen wie „fight or flight“ kann kreatives Denken nicht konkurrieren. Dies ist durchaus logisch, wenn wir überlegen, dass unsere Vorfahren in vielen Situationen um ihr Leben kämpfen mussten. Wenn der schon erwähnte Wolf vor einem stand, ging es allein um Kampf oder Flucht. Eine kreative Lösung, wie wir ihm in Zukunft aus dem Weg gehen können, wurde erst in der sicheren Höhle gefunden, nachdem sich der Stresspegel wieder normalisiert hatte. Suchen Sie sich für Ihre persönliche Kreativität daher stressfreie Zeiten und Orte!

Zusammenfassung und Ausblick

Bildergeschichte zur Kreativität 4.2

Versuchen Sie einmal direkt einige der Stellhebel auszuprobieren und stellen Sie sich folgenden Satz, mit kindlichem Spaß und möglichst bildhaft vor.

„Kommt ein Kind zur Ane und beun't sich den Kopf mit viel Spaß.“

Schließen Sie ruhig die Augen und machen Sie sich den Satz in Gedanken bildlich bewusst. Untermalen Sie ihn mit Geräuschen und Bewegungen. Füttern Sie ihn mit Emotionen. Wenn Sie noch nicht wissen, wozu dies gut sein soll, sehen wir uns den Satz in einer anderen Schreibweise an:

„KOMMt ein KIND zur ANE und BEUN't sich den KOPF mit viel SPAß?

Erkennen Sie die Punkte von Kreativität 4.2 wieder:

- KOMMunikation
- KINDliches Denken
- 2.1 – ANErkennung und Wertschätzung
- 3.1 – BEwusst UNbewusst denken
- 4.1 – KOPFkino
- 4.2 – SPAß

Wenn Sie sich eine gute innere Vorstellung zum Satz geschaffen haben oder sogar eine eigene Geschichte mit selbstgefundenen Bildern und Buchstabenkombinationen, werden Sie sich an alle 6 Punkte langfristig erinnern können.

Persönliche Kreativität – und dann?

Vielleicht wenden Sie abschließend ein, dass das Thema „persönliche Kreativität“ ganz nett ist, aber im eigenen Unternehmen nichts bringt, da dort jegliche Kreativität systematisch im Keim erstickt wird.

Oder dass es doch viel einfacher wäre, kreatives Denken erst gar nicht zu verlernen, sondern es

während Schul- und Ausbildungszeit zu unterstützen und zu fördern.

Diese Einwände sind berechtigt und verschiedene Institutionen müssen zusammen agieren, um mehr Kreativität in Alltag, Ausbildung und Unternehmen zu integrieren.

Gefordert ist der Staat, um steuernd in die schulische und universitäre Ausbildung einzugreifen und Konzepte für ein kreativeres Lernen einzuführen. Gefordert sind die Unternehmen, um solche Konzepte zu übernehmen oder einzufordern und Wege zu finden, die Mitarbeiter zur ihrer eigenen Kreativität führen und diese für Innovationen nutzbar macht.

Aber noch einmal sei auf Folgendes hingewiesen: der Staat, Unternehmen und Experten reden gerne über Innovationen, revolutionäre Erfindungen, Megatrends usw. Wenn wir aber über Kreativität sprechen, sollte uns bewusst sein, dass sie im Kopf eines jeden Einzelnen von uns beginnt.

Änderungen in unserem Denken und Handeln, die zu mehr Kreativität führen, sind langsame Prozesse, die in uns selbst starten. Sie werden nicht allein durch neue Unternehmensstrukturen oder gar einer tollen Kreativitätstechnik herbeigeführt.

Bevor Unternehmen sich damit beschäftigen, welche Kreativitätstechniken sie noch implementieren wollen oder welche Regelungen für das Vorschlagswesen notwendig sind, sollte die Lust und der Spaß an der Kreativität des einzelnen Mitarbeiters geweckt werden. Natürlich kann und sollte dies über passende Begleitmaßnahmen geschehen (z.B. spezielle Räumlichkeiten für die Ideenfindung). Doch die Struktur allein macht uns nicht kreativer, dass müssen wir schon selbst tun.

Wir brauchen als erstes ein Verständnis für unsere eigene, persönliche Kreativität. Aus diesem Verständnis heraus können wir passenden Maßnahmen und Strukturen entwickeln, um Kreativität in uns selbst und kommenden Generationen zu fördern und zu fördern.

Der Brainstorming-Alltag – Teil 2

Wie erwähnt, gibt es keinen Königsweg zu mehr Kreativität in Unternehmen. Schließlich habe ich zuvor noch erläutert, dass diese bei uns persönlich startet. Dennoch kommen wir noch einmal auf die zum Start geschilderte Bürosituation zurück und beleuchten einige Punkte, die jegliche Kreativität fast sicher im Keim ersticken.

Freitagnachmittag 16.30 Uhr. Innerlich schon auf das Wochenende eingestellt treffen sich 15 Mitarbeiter im Konferenzzimmer einer Dienstleistungsagentur, um der kurzfristigen Anweisung des Chefs zu folgen.

Davon auszugehen, dass an einem Freitagnachmittag gedankliche Offenheit für ein Brainstorming besteht, ist etwas weltfremd. Zu diesem Zeitpunkt beschäftigt sich unser Gehirn bereits mit dem kommenden Wochenende und den dort wartenden Erlebnissen. Zudem hatten die Mitarbeiter bei einer kurzfristigen Ansetzung solch eines Treffens keinerlei Möglichkeiten sich gedanklich vorzubereiten und beispielsweise den eigenen Arbeitsalltag darauf abzustimmen.

Und auch die Gruppengröße ist für ein offenes Brainstorming sicher zu groß (für detaillierte Regeln und Rahmenbedingungen einzelner Kreativitätstechniken empfehle ich die Lektüre eines separaten Fachbuches).

Einige der Teilnehmer bekommen schon beim Betreten des Raumes einen flauen Magen, da hier vor wenigen Tagen die Bewertungsgespräche für das erste Quartal geführt wurden und nicht alle damals verwendeten Worte pure Freundschaft ausgestrahlt haben.

Eine Studie mit funktioneller Magnetresonanztomografie⁹ zeigte auf, dass emotionsverarbeitende Regionen, die beim Einprägen / Lernen aktiv waren, auch dann wieder aktiv sind, wenn andere, eigentlich neutrale Inhalte wieder erinnert werden. Das heißt: wenn Menschen in Räumen arbeiten, in

denen sie oftmals unter Stress stehen, dann sind diese angstverarbeitenden Gehirnregionen auch aktiv, wenn wir unser Gehirn in diesen Räumen kreativ und zur erfolgreichen Lösung von Problemen einsetzen wollen.

Zeit und Ort von kreativen Meetings haben eine große Bedeutung.

Mit 15-minütiger Verspätung betritt der Geschäftsführer, nennen wir ihn Herr Müller den Raum. Die letzten Handygespräche klingen langsam aus und die letzten Sätze wichtiger Mails werden in die Smartphones getippt, während Herr Müller ohne Atempause loslegt und alle Anwesenden mit ins kalte Wasser springen lässt.

Mangelnde Wertschätzung für die eigenen Mitarbeiter, die sich in seiner Verspätung ausdrückt, ist eine direkte Kreativbremse bevor das Meeting überhaupt starten konnte. So wichtig kann das Thema schließlich nicht sein, wenn schon die Startzeit nicht eingehalten wird.

Die Ablenkung der Anwesenden durch eigene Arbeitsvorgänge verhindert erfolgreich, dass das neue Thema für das Unterbewusstsein aufgearbeitet wird, denn zuvor müssen noch alle anderen wichtigen Informationen abgelegt werden.

Das abgegebene Angebot an einen Kunden kam alles andere als gut an und der Verlust eines wichtigen Geschäftsbereiches droht. Geschäftsführung und Kunde sind sich einig, dass neue, kreative ja revolutionäre Ideen notwendig sind, um in der schnelllebigen Zeit vor der Konkurrenz bestehen zu können.

In wenigen Sätzen umreist Herr Müller grob den Auftrag und während sich die Hälfte der Teilnehmer im Raum noch fragt, um was es eigentlich geht, wird die revolutionäre Idee gefordert.

Den roten Knopf für Kreativität gibt es nicht. Im Gegenteil, wir sollten uns vielmehr Zeit nehmen unser Gehirn in den richtigen Arbeitsmodus zu

bringen und nicht unter Zeitdruck zu agieren. Wenn wirklich neue Ideen gefordert sind, sollten vorab die alten gesichtet werden und anschließend Raum und Zeit für die Entfaltung von neuen Ideen gegeben sein.

Herr Müller trompetet das von allen gefürchtete Wort zur Rettung des Unternehmens wie einen Startschuss in den Raum und los geht es: das Brainstorming. Und um den Gedankenfluss auch so richtig loszutreten, weist er immer wieder einmal darauf hin, dass sich ohne diesen Auftrag wahrscheinlich 20% der Anwesenden einen neuen Job suchen können.

Stress und Angst sind sichere Unterdrücker unserer Kreativität. Mit der Androhung von Kündigungen bringt Herr Müller seine Mitarbeiter maximal zum Schwitzen aber nicht zum kreativen Denken.

Erste Ideen, die von den gestressten Hirnen gerade noch formuliert werden können erhalten eine „Dieter Bohlen mäßige“ Bewertung von: „Hat früher auch nie geklappt“ über „So ein Sch...“ bis zum klassischen „Geht nicht“.

Mangelnde Wertschätzung neuer Ideen durch unbegründete Killerphrasen sind ein sicherer Weg neue Ideen zu unterdrücken. Warum sollte ich mir auch neue Ideen ausdenken, wenn diese sofort in einer Argumentationssackgasse landen?

Nach 2 Stunden Gehirnsturm, der nur durch gelegentliche Telefonate von Herrn Müller und zunehmenden Sauerstoffmangel gekennzeichnet waren,...

Das Gehirn ist nicht darauf ausgerichtet, durchgehend und für lange Zeit konzentriert und kreativ zu arbeiten. Es bietet sich an ca. alle 30 Minuten kleine Pausen einzulegen und das Gehirn durch Bewegung und frische Luft mit Sauerstoff zu versorgen - nicht umsonst benötigt es ca. 20 % unseres gesamten Sauerstoffbedarfs.

...hat sich das Team tatsächlich auf eine Idee geeinigt. Einige Teilnehmer wissen, dass dieser Ansatz schon vor 6 Monaten einmal ausprobiert wurde. Sie erwähnen diese Tatsache jedoch nicht, um am Abend die eigenen Kinder wenigstens noch selbst ins Bett bringen zu können.

Wie kann ein Unternehmen davon ausgehen etwas Neues zu entdecken, ohne zu wissen was es schon kann?

Nach der Entlassung durch Herrn Müller mit den Worten: „Vielleicht hat jemand am Wochenende ja noch einen Geistesblitz“, spürten die Teilnehmer des Brainstormings zu ihren Autos, um dem schlimmsten Verkehrschaos zu entkommen. Und schon nach wenigen Minuten haben die Teilnehmer verdrängt, um was es in diesem Brainstorming eigentlich ging.

Der einzelne Mitarbeiter hat das Recht zu erfahren, warum die Problemlösung für ihn persönlich von Bedeutung sein sollte. Solange dies nicht der Fall ist, können wir auch nicht erwarten, dass er sich mit dem Thema beschäftigt. Wenn wir wollen, dass sich unser Unterbewusstsein mit einem Geistesblitz meldet, dann müssen wir die Frage vorab auch dafür „tunen“. Es uns bildlich vor Augen halten, mit Emotionen belegen und für das Unterbewusstsein passend verpacken. Anschließend brauchen wir eine ruhige Umgebung und ausreichend Zeit, um vielleicht einen Geistesblitz zu bekommen.

Verstehen Sie mich nicht falsch: Brainstormings und andere Kreativitätstechniken können tolle Ideen erbringen, wenn der zeitliche sowie örtliche Rahmen passt, und wenn vor allem die Teilnehmer kreativ denken wollen und dürfen.

Der erste Schritt für Unternehmer sollte nicht sein, zu überlegen wie die Kreativität der Mitarbeiter gesteigert werden kann, sondern was es zu unternehmen gilt, um Kreativität im Unternehmen nicht durch Prozesse zu unterdrücken und zu hemmen. Die Entwicklung und Steigerung der

Mitarbeiterkreativität kommt anschließend von ganz allein.

Bleiben Sie kreativ, denn Synapsen sollten täglich springen!

Quellenangaben

- 1 - Charles Limb, In: Gehirn & Geist, 11_2011, S. 68
- 2 - Manfred Spitzer, Lernen, Heidelberg/Berlin 2002, S. 192f
- 3 - Pascalis, O., de Haan, M. & Nelson, C.A. (2002). Is Face Processing Species-Specific During the First Year of Life? Science 296 (5571), S. 1321-1323.
- 4 - Spitzer, M. (2009). Neugier und Lernen. Nervenheilkunde, 28, S. 652–654.
- 5 - Studie Ideenfindung 04/2010, IQudo – academy for creative intelligence, Stuttgart
- 6 - Tobias Hürter: Du bist, was du schläfst. 2011, S.89
- 7 - Tobias Hürter: Du bist, was du schläfst. 2011, S.248
- 8 - Tobias Hürter: Du bist, was du schläfst. 2011, S.89-90
- 9 - Erk, S., Kiefer, M., Grothe, J. o., Wunderlich, A. P., Spitzer, M., & Walter, H. (2003). Emotional context modulates subsequent memory effect. NeuroImage, 18(2), 439-447.