

Herzlich Willkommen

zum Seminar

„Innovative Kreativitätstechniken“

Ziele

Mehr gute Ideen

Blockaden schneller lösen

Methodenkompetenz

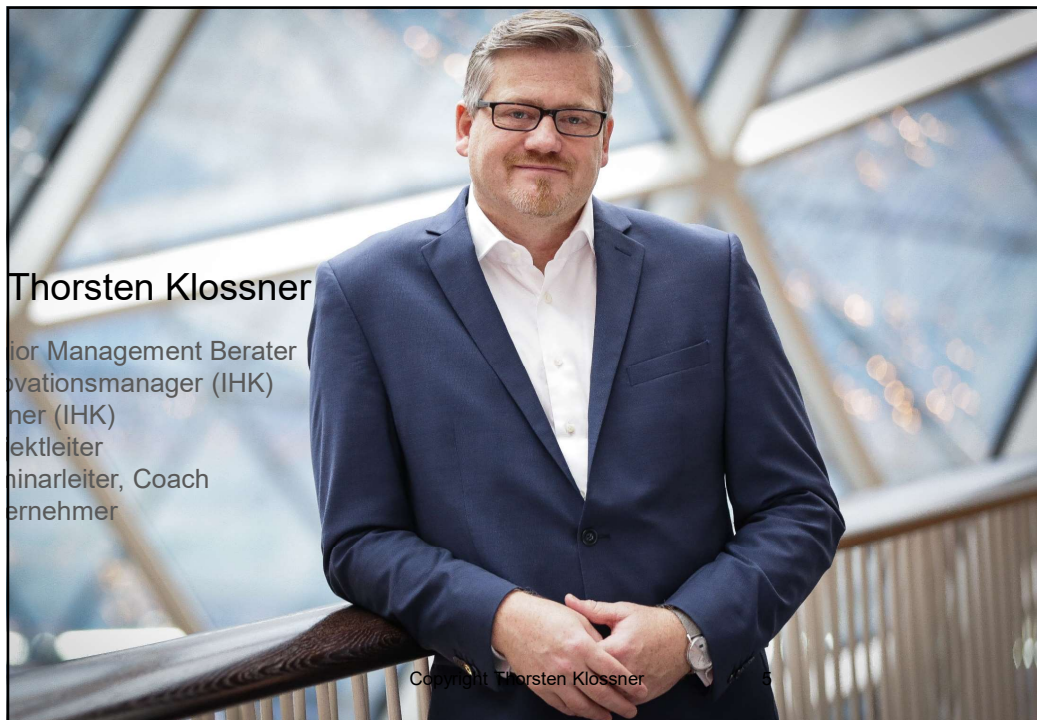
Wissen über die besten Kreativitätstechniken

Agenda

Einleitung
Start-Übung
5 Schlüssel der Kreativität
Viele Übungen zu Kreativitätstechniken
Bewertung von Ideen
Abschluss

Agenda

Einleitung
 Start-Übung
 5 Schlüssel der Kreativität
 Viele Übungen zu Kreativitätstechniken
 Bewertung von Ideen
 Abschluss



Thorsten Klossner

Vor Management Berater
Innovationsmanager (IHK)
Inhaber (IHK)
Projektleiter
Seminarleiter, Coach
Unternehmer

Copyright Thorsten Klossner



Unternehmensservice



Persönliche Vorstellung

So lange die Flamme brennt!

Jeder zieht zwei Karten, die Wörter sind in die Vorstellung mit einzubeziehen.



Sie beginnen mit:

Ich bin der/die einzige der/die,.....

(besondere Kenntnisse oder Fähigkeiten, besondere Erlebnisse)

z.B. Name, Alter, Position im Unternehmen, Hobbies,



Copyright Thorsten Klossner

6



Erwartungsabfrage

Was müssen wir hier durchnehmen, damit Ich zufrieden aus dem Seminar gehen?

Was würde mir in der Praxis weiterhelfen?

Welche Lücken möchte ich schließen?

Bitte Karten verwenden



Was ist Kreativität?

Kreativität ist die Fähigkeit, aus bekannten Informationen neue Kombinationen zu bilden.

- ✓ Die zeitnahe Lösung für ein Problem mit ungewöhnlichen, vorher nicht gedachten Mitteln
- ✓ Vorhandenes Wissen in ungewöhnlicher Weise kombinieren
- ✓ Kreativität ist die Fähigkeit, produktiv gegen die Regeln zu denken und zu handeln
- ✓ Sich etwas ausdenken, auf das andere nicht gekommen sind
- ✓ Etwas zu schaffen, was neu oder originell oder nützlich ist
- ✓ Die Fähigkeit zum Perspektivwechsel
- ✓ Die Fähigkeit zu Assoziation

Kreativitätsverständnis

- ✓ Problemsensitivität (erkennen, dass und wo konkret ein Problem besteht)
- ✓ Flüssigkeit (in kurzer Zeit viele Ideen hervorbringen)
- ✓ Flexibilität (gewohnte Wege des Denkens verlassen; neue Sichtweisen entwickeln, Querdenken)
- ✓ Redefinition (bekannte Objekte neu verwenden, improvisieren)
- ✓ Elaboration (anpassen der Ideen an Realität)
- ✓ Originalität (Unverwechselbarkeit).

Arten der Kreativität?

Alltägliche Kreativität

Lässt sich bei vielen Menschen beobachten z.B. beim

- Kochen
- Garten gestalten
- Präsentationen erstellen

Besonders bei Kindern ausgeprägt z.B.

- Lego spielen
- Basteln
- Rollenspiele

Außergewöhnliche Kreativität

Besondere Begabung auf der Genie-Ebene z.B.

- Musiker
- Maler
- Bildhauer
- Web Designer
- Art Director

Phasen des kreativen Prozesses

- 1) Analytische Phase (Problemanalyse – Zieldefinition)
- 2) Intuitive Phase – Nutzung der Techniken
und Methoden, keinerlei Kritik, keine Bewertung, Sammlung von Ideen
- 3) Auswahl Phase – Bewertung, Auswahl, Weiterverfolgung

Problem definieren, dann kreativ sein

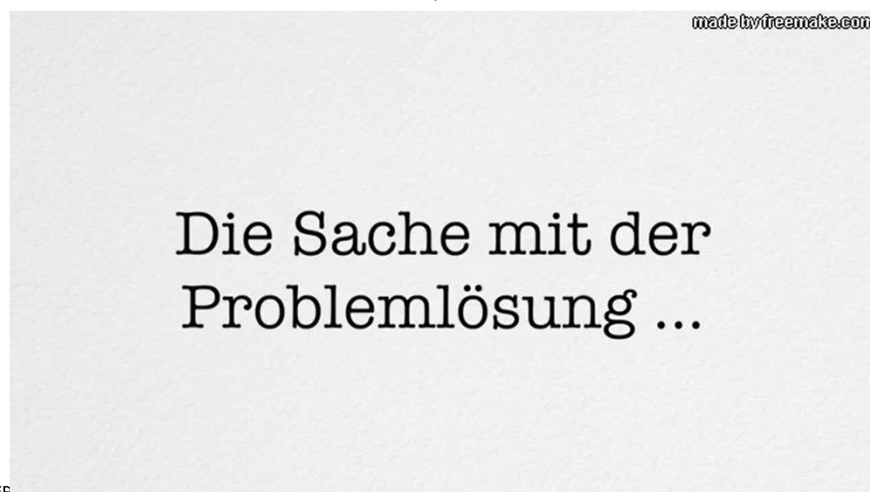
Voraussetzung für die kreative Arbeit ist die eindeutige Problemdefinition

Problemanalyse, aber richtig

Statt Schlagworte	➔	Konkrete Problembeschreibung
Statt globale Aussagen	➔	Eindeutige Definition und Auswirkung
Statt Verallgemeinerung	➔	Detailbeschreibung
Statt Vermutungen	➔	Testen, prüfen, verifizieren
Statt diffuse Aussagen	➔	Klare Aussagen, allgemeinverständlich, gruppentauglich

Video

Probleme? Erst verstehen, dann kreativ lösen!



Problemanalyse

Nur Probleme, die genau spezifiziert und verständlich beschrieben sind, können gelöst werden.



Nur Probleme, die uns betreffen oder wir lösen können, sind wahre Probleme.



Was wollen Sie lösen?

Deren Problem ... ODER ... Ihr Problem

Mein Problem dabei?
Das kann ich nicht lösen!

Das neue Release läuft
bei unserem Kunden
nicht auf allen
Systemen!



Der Kunde hat noch nicht alle
Workstations auf die aktuelle
Datenbankversion
umgestellt.

Sie und ihr Team können nur Probleme lösen, die Sie auch betreffen.

Befassen Sie sich nicht mit Problemen, die Sie nicht betreffen und auf Sie und Ihre Arbeit keine Auswirkung hat oder Sie zur Lösung keine Kompetenzen haben.

Gruppenarbeit

Gruppe 1

Wann/wo/warum wünsche ich mir gerne kreativer zu sein?

z.B.

- Gelegenheit
- Ort
- Situation
- Umfeld
- Personen

Bitte Karten verwenden

Was könnte kreativer / innovativer sein?
 Worüber diskutieren Sie schon lange?
 Was könnte besser / schneller gehen?

Gruppe 2

Welche Probleme würde ich gerne oder sollten kreativer gelöst werden?

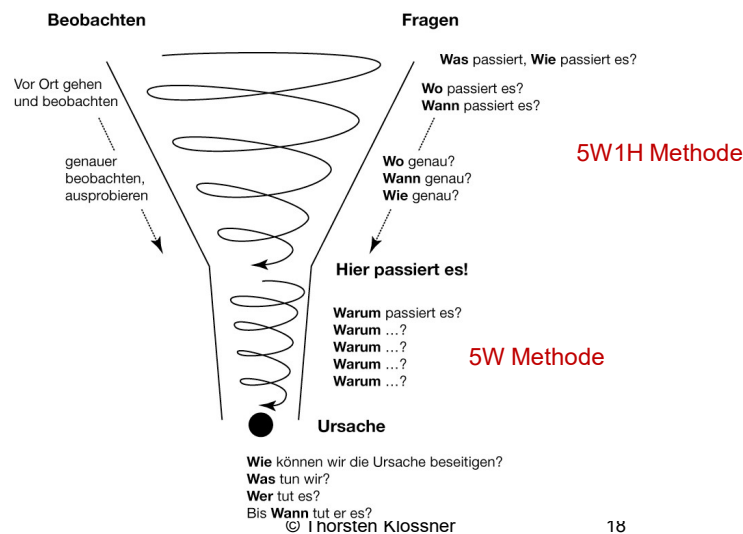
z.B.

- Beruflich
- Privat
- Verein, Stadt
- Allgemein

Bitte Beispiele für Probleme, die es zu lösen gilt auf Karten schreiben.

Wofür brauchen Sie neue Ideen?
 Wofür möchten Sie ein Konzept entwickeln?
 Was nervt Sie?
 Welche Probleme gilt es zu lösen?

Der Problemlösungstrichter




BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Informations- und Projekt-
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

Fragen - 5W1H Methode

5W1H-Analyse (Why, When, Where, Who, Which and How)

Problem: _____ Verlustart: Chronisch ☐ Sporadischer Verlust ☐

Fragen zu 5W1H:		Detailbeschreibung des Phänomens	Ggf. ZDF
1. W	WAS: Bei welchem Produkt wurde das Problem erkannt?		
2. W	WANN: Wann trat das Problem auf?		
3. W	WO: An welchem Teil, Ort trat das Problem auf?		
4. W	WER: Hat das Problem mit Fertigkeiten zu tun?		
5. W	WELCHE/-r/-s: Zeigt das Problem einen Trend?		
1. H	WIE: Wie ist die Abweichung gegenüber Normal?		

Zusammenfassung des Phänomens:

s

THOMAS KLOSSNER
PROJEKT- UND QUALITÄTSMANAGEMENT
BERATUNG FÜR KUNDE UND ANWENDER

19


BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Informations- und Projekt-
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

Fragen - 5-WARUM-ANALYSE

Die 5W Methode

	WARUM?	GRUND
WARUM 1	Warum war der Kunde unzufrieden?	Der Service (das Produkt/die Dienstleistung) wurde zu spät geliefert.
WARUM 2	Warum konnte der Service nicht rechtzeitig geliefert werden?	Wir konnten den Service nicht rechtzeitig fertigstellen, weil es länger dauerte als geplant.
WARUM 3	Warum hat es länger gedauert?	Wir haben nicht alle Genehmigungen rechtzeitig erhalten.
WARUM 4	Warum haben wir die Projektdauer unterschätzt?	Es wurde vergessen eine detaillierte Aufgabenliste zu erstellen und so wurden die erforderlichen Genehmigungen zu spät beantragt.
WARUM 5	Warum haben wir das vergessen?	Weil andere Projekte verspätet sind. Weil wir es versäumt haben, während des Projekts auf Zeitmanagement zu achten und unsere Aufgabenliste immer wieder zu überarbeiten.

Ursachen und Auswirkungen

Ursache:
Zu viele Projekte gleichzeitig

Auswirkungen:

1. Projektverzögerungen
2. Keine Aufgabenliste
3. Keine konkrete Zeitplanung
4. Verspätete Genehmigungen
5. Unzufriedene Kunden

THOMAS KLOSSNER
PROJEKT- UND QUALITÄTSMANAGEMENT
BERATUNG FÜR KUNDE UND ANWENDER

Kleines Rätsel

Stellen Sie sich vor:

Sie fahren mit dem Auto und halten eine konstante Geschwindigkeit. Rechts neben Ihnen fährt ein riesiges Feuerwehrauto. Vor Ihnen galoppiert ein Schwein und hinter Ihnen verfolgt Sie ein Hubschrauber auf Bodenhöhe. Das Schwein und der Hubschrauber halten exakt Ihre Geschwindigkeit.

Was machen Sie, um der Situation gefahrlos zu entkommen?

Lösung

Vom Kinderkarussell absteigen!

Querdenken mit Methode

Durch Kreativitätstechniken!

Mit den richtigen Tools und Methoden und kreativen Denkweise zu neuen Ideen und besseren Lösungen

Intuitive Phase

Nutzung der Techniken und Methoden

- Keinerlei Kritik
- Keine Bewertung
- Sammlung von Ideen
- Jede Idee zählt

Osborn Checkliste/Scamper

Kopfstand oder Umkehrmethode

6-3-5 Methode

Methode
Identifikation

Design Thinking

Reizwortmethode

Walt Disney Methode

Morphologischer Kasten

... und viele mehr

TRIZ

Brainstorming

Bewertungs-Phase

Bewertung, Auswahl, Weiterverfolgung

Die Bewertungskriterien und die Methode legt jeder selbst fest.

Agenda

Einleitung

Start-Übung

5 Schlüssel der Kreativität

Viele Übungen zu Kreativitätstechniken

Bewertung von Ideen

Abschluss

Übung 1

Lagerhalle mit solchen magnetischen Metallkugeln.

Finden Sie Anwendungsfälle dafür

Zeit:

5 Minuten

Analyse der Übung

Wie verlief die Ideengenerierung?

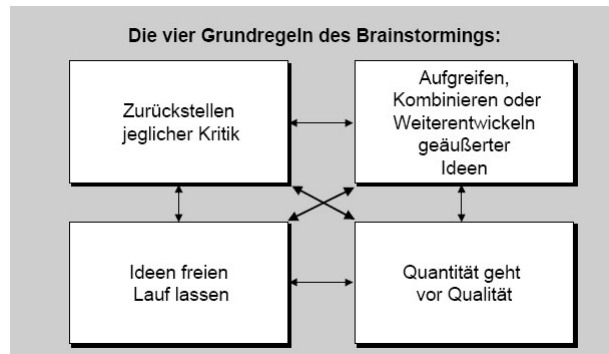
Art der Ideen?

Bereiche / Suchfelder?

Was lernen wir daraus?

Methode Brainstorming

Im „Brainstorming“ werden Denkklippen umschifft und Impulse gegeben.
 Jede Idee zählt, keine Bewertung, keine Denkverbote.



Übung 2 Brainstorming

Nennen Sie in 3 Minuten
 30 essbare weiße Gegenstände.



Beispiele für Brainstorming



**THORSTEN
KLOSSNER**
BRANDSTRATEGIE & MARKETING
CONSULTING & COACHING
STRAßEN 100 • 60309 FRAANKFURT

Copyright Thorsten Klossner

31

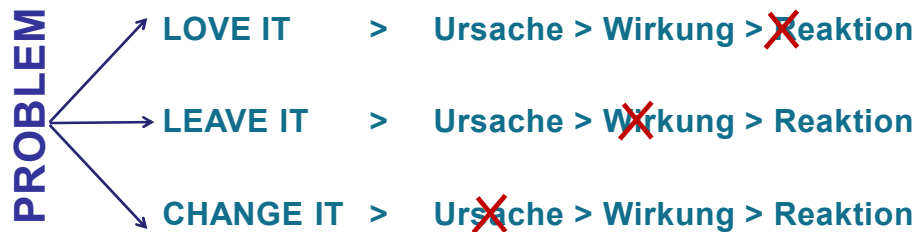
Der kreative Mensch



Copyright Thorsten Klossner

32

Problem - Bewusstsein


 THORSTEN
 KLOSSNER
BRANDSTRATEGIEMANAGEMENT
 MARKETING & COMMUNICATION
 STRATEGY DEVELOPMENT


© Thorsten Klossner

33

Ursachen für mangelnde Kreativität

- ✓ Angst vor Fehlern
- ✓ Gleichgültigkeit, Desinteresse
- ✓ Leistungsdruck
- ✓ Bewertungsängste
- ✓ Gewohnheit
- ✓ Belohnung
- ✓ Stress, Zeitdruck, zu hohe Arbeitslast
- ✓ konservative Einstellung
- ✓ Sicherheitsdenken
- ✓ Konkurrenzdruck
- ✓ Erwartungshaltung
- ✓ Perfektionismus
- ✓ Denkverbote
- ✓ Mangelndes Selbstbewusstsein
- ✓ Gruppendenken

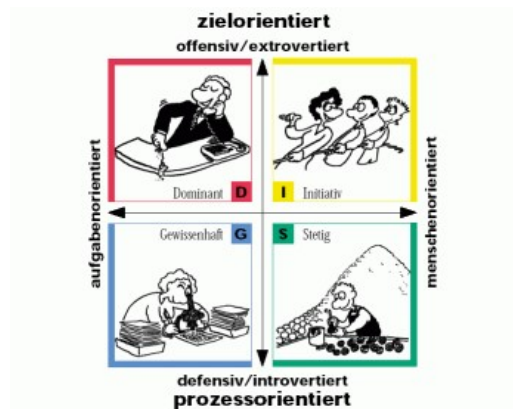
 THORSTEN
 KLOSSNER
BRANDSTRATEGIEMANAGEMENT
 MARKETING & COMMUNICATION
 STRATEGY DEVELOPMENT

Copyright Thorsten Klossner

34

Bin ich ein kreativer Typ?

Der DISG Test - Wie kreativ bin ich? Wo liegen meine Stärken?


THORSTEN
KLOSSNER
BRANDENTWICKLUNGSGESAMTER
 MARKETING & COMMUNICATION
 STRATEGIEBEREICH

Copyright Thorsten Klossner

35

Kreativ statt kritisch denken

Wozu nicht Warum

(Wozu dient das, nicht Warum machen wir das)

Wie und nicht Was

(in Lösungen Denken, nicht in Problemen)

Warum nicht und nicht Warum

(Machen statt Ausreden)

THORSTEN
KLOSSNER
BRANDENTWICKLUNGSGESAMTER
 MARKETING & COMMUNICATION
 STRATEGIEBEREICH

Copyright Thorsten Klossner

36

Die kreativen Querdenker

Zehn Eigenschaften, die Sie fördern sollten

1. **Problembewusstsein** - Probleme werden überhaupt als solche erkannt
2. **Flexibilität** – verfügt über verschiedene Denkstile, breite Bildung, viele Möglichkeiten in Erwägung ziehend
3. **Originalität** – Einfälle kombinieren, abseitige Aspekte entdecken, aus Denkmustern ausbrechen
4. **Spaß an der Arbeit** – hohe Selbstmotivation, intrinsische Motivation, Interesse an komplizierten Fragestellungen
5. **Spezielles Know-how** – Besonderes Fachwissen, Expertentum
6. **Ausdauer** – hartnäckig, hohe Frustrationstoleranz, nicht mit der ersten Lösung zufrieden geben
7. **Sichere Urteilskraft** – erkennen tragfähiger Lösungen, Blick für Mängel, herausfiltern aussichtsreicher Ansätze
8. **Risikobereitschaft** – Lösungen außerhalb der gewohnten Denkstrukturen suchen und anerkennen
9. **Nonkonformismus** – eine Einstellung und Haltung unabhängig von der allgemein vorherrschenden Meinung entwickeln
10. **Spielerisches Denken** – keine Trennung zwischen Arbeit und Spiel, spielerisches oder gestalterisches Ausprobieren

Agenda

Einleitung

Start-Übung

5 Schlüssel der Kreativität

Viele Übungen zu Kreativitätstechniken

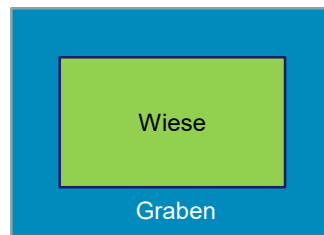
Bewertung von Ideen

Abschluss

Kleine Übungsaufgabe zum Training

Eine Wiese ist von einem überall gleich breiten Wassergraben umgeben. Versuchen Sie mit Hilfe zweier Bretter, die exakt die Breite des Grabens haben einen Übergang zu bilden.

Blatt benutzen,
2 Minuten



 Bretter

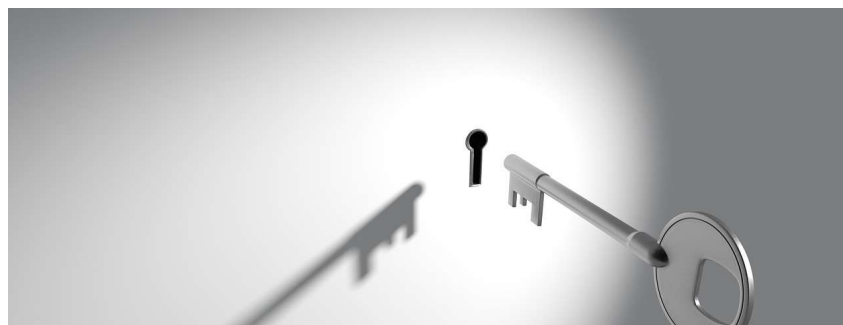

Lösung: Wiese, Graben, Bretter



Die 5 Schlüssel der Kreativität

1. Schlüssel: Fragen / Suchfelder
2. Schlüssel: Die richtige Methode
3. Schlüssel: Inspirierende Umgebung
4. Schlüssel: Haltung / Denkweise
5. Schlüssel: Querdenker / kreative Teams

1. Schlüssel



1. Schlüssel: Suchfelder

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice Bildungswerk HESSEN METALL

Beispiel: Sie suchen ein Geburtstagsgeschenk

Suchfelder nutzen

Ideen

Suchfeld: Entspannung

Suchfeld: Haus, Garten

Suchfeld: Hobby

Suchfeld: Reisen

Ideen für ein Geschenk

THORSTEN KLOSSNER BRANDSTÄDTENMANAGEMENT
BRANDTAL & SOHN
KRAFTWERK BRANDTAL

Copyright Thorsten Klossner 43

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice Bildungswerk HESSEN METALL

Arbeitsblatt Suchfelder

Kreativitätstechniken

3.5. Suchfelder

Aufgabenstellung	Suchfelder	Ideen

THORSTEN KLOSSNER BRANDSTÄDTENMANAGEMENT
BRANDTAL & SOHN
KRAFTWERK BRANDTAL

Copyright Thorsten Klossner 44

Zweierübung pro Tisch - 1 Suchfelder

- Person auswählen, die demnächst Geburtstag hat
- Suchfelder definieren
- Hobbies genau benennen (Yoga, Lesen, Volleyball, ...)
- Ideen produzieren
- Filter ausblenden
- Alle Ideen aufschreiben
- NICHT bewerten
- In den FLOW kommen

- Abwechselnd pro Suchfeld
- Wenn Blatt voll: beste Ideen auswählen



Analyse der Übung

Warum hat die Übung so gut funktioniert?

1. Nicht bewertet
2. Suchfelder statt Filter
3. Heterogene Teams

Übung 2 Suchfelder

Suchfelder definieren und Ideen produzieren für folgende Mögliche Aufgabenstellungen (eine auswählen):

- Sie haben eine eigene Aufgabenstellung (Firma, Privat ..)
- Sie sind Event Manager und sollen eine neue Veranstaltung entwerfen.
- Sie sind in einem Unternehmen, dass Heißgetränke produziert. Es soll ein neues Heiß-Misch-Getränk entstehen.
- Architekturwettbewerb Ihrer Stadt, entwickeln Sie Ideen für ein Grundstück in der Innenstadt.
 - Filter ausblenden
 - Alle Ideen aufschreiben
 - NICHT bewerten
 - In den FLOW kommen
- Abwechselnd pro Suchfeld, beste Ideen auswählen



Beispiel Arbeitsblatt Suchfelder

Aufgabenstellung	Suchfelder	Ideen
Neues Marken- logo	Produkte des Kunden	Molkereiprodukte
		Süßigkeiten
		Säfte
		Backwaren/Kuchen
	Art des Logos	Bildmarke
		Wortmarke
		Zeichenmarke
		Kombination
	Vision des Kunden	Marktführer in D
		Nachhaltigkeit
		Regional familiär
		Artificial Logos
	Unsere Stärken	Claims
		Aus der selben Region
		Key Visuals
	Wünsche des Kunden	Mehrfarbig/bunt ehrlich
		Vision = Logo
		Nachhaltig im B2C

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Beizugsstelle der Bundes
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

Die richtige Frage stellen – Basis für alle Techniken

Thorsten Klossner 49

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Beizugsstelle der Bundes
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

Die richtige Frage stellen – Basis für alle Techniken

Problem:

Im Park liegt nach den Wochenenden zu viel Müll herum!

Die Fahrradwege zu meiner Arbeitsstelle sind zu unsicher!

Meine Tochter setzt Ihre Brille nicht gerne auf!

Die Weiterbildungsmöglichkeiten in unserer Firma sind schlecht!

Nach den Meetings passiert nie wirklich etwas Konkretes!

WIE Frage:

Wie schafft man es, dass nach den Wochenende weniger oder kein Müll im Park rumliegt?

Wie könnte man die Fahrradwege zu meiner Arbeitsstelle sicherer machen?

Formulieren Sie Ihre Probleme in WIE – Fragen um

Copyright Thorsten Klossner

60

Anwendung der WIE-Fragen Im Brainwriting – Pool

- Pro Person eine WIE Frage in das obere Feld notieren
- Dann im gleichen Takt das Blatt zum Nachbarn geben
- Jeder schreibt 1-3 Ideen hinein (pro Kästchen eine Idee)
- Nicht lange nachdenken, schnell schreiben
- Nicht sprechen
- Es muss mindestens eine Idee pro Frage notiert werden

Übung Brainwriting Pool

Kreativitätstechniken

Übungsblatt Brainwriting-Pool

Problemstellung / Fragestellung



BWHW
 BILDUNGSWERK

Unternehmensservice



6-3-5 Methode

6 Teilnehmer
 3 Ideen in
 5 Minuten

6-3-5 Methode - Wie es funktioniert

Schritt 1: Jeder Teilnehmer erhält ein vorbereitetes Arbeitsblatt die Fragestellung zum Target, sowie die Felder für die Ideen. D. Zeilen zu je drei Spalten.

Schritt 2: Je nach Schwierigkeitsgrad der Fragestellung legt der Moderator nun eine Zeitspanne für die Weitergabe der Arbeitsblätter fest (zum Beispiel 3 bis 5 Minuten)

Schritt 3: Jeder der 6 Teilnehmer verfasst nun 3 Ideen und trägt diese in die Felder der ersten Zeile ein.

Schritt 4: Nach Ablauf der Zeitspanne werden die Arbeitsblätter im Uhrzeigersinn an den nächsten Nachbarn weitergegeben.

Schritt 5: Jeder Teilnehmer soll nun versuchen, die bereits genannten Ideen aufzugreifen, zu ergänzen oder weiterzuentwickeln. Seine drei neuen Ideen trägt er in die nächste freie Zeile ein.

Schritt 6: Nun wird der Weitergabezyklus wiederholt bis zur letzten Zeile des Arbeitsblattes.

KREATIVTECHNIKEN
 ÜBUNGSBLATT Brainwriting 6-3-5-Methode
 Aufgabenstellung/Fragestellung

Nr.	Erste Idee	Zweite Idee	Dritte Idee
1			
2			
3			
4			



Copyright Thorsten Klossner

53



BWHW
 BILDUNGSWERK

Unternehmensservice



Praxisbeispiel Brainwriting



Visual Café



Copyright Thorsten Klossner

54

Übung

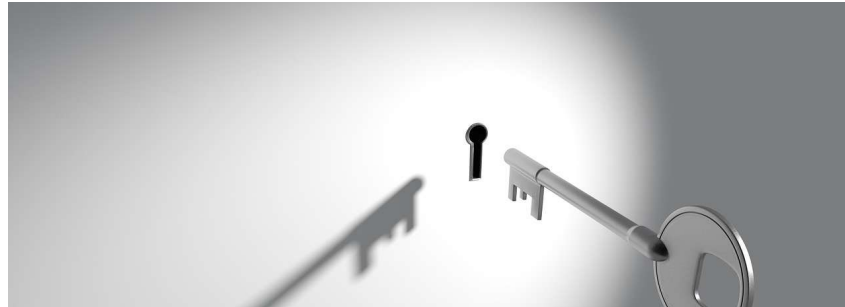
Bilden Sie ein Quadrat, indem Sie ein Streichholz verändern.



Übung



2. Schlüssel



2. Schlüssel: Die richtige Methode

Kategorien nach Komplexität

leicht	mittel	multikausal	kompliziert
Eine oder ganz wenige Ursachen, die auf der Hand liegen. Lösung leicht zu finden.	Ursachen relativ schnell klar, mögliche Lösungen sollten relativ schnell erarbeitet werden	Ihnen fallen spontan schon ganz viele Ursachen ein. Eine einfache Lösung ist nicht in Sicht.	Es ist völlig unklar, was die Ursachen für das Problem sind. Selbst Fachleute sehen keine Lösung.

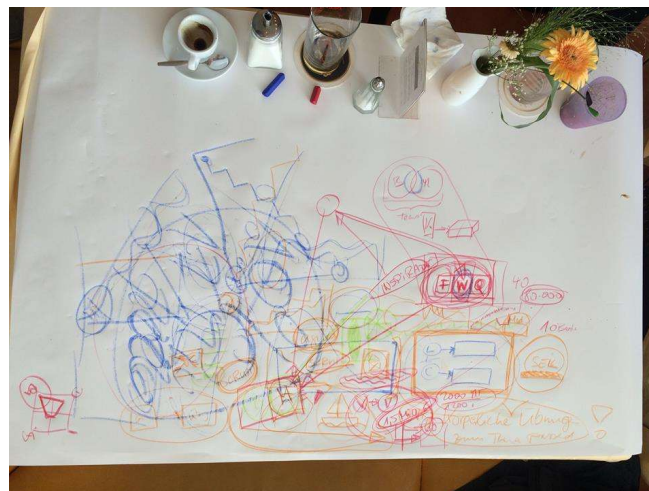
Die Methode anwenden

Kreativitätstechniken müssen im angemessenen Maß an die Komplexität des zu lösenden Problems angepasst sein.

Faustformel:

Je komplexer die Problematik,
um so umfangreicher die Ideenfindung und die Methode!

Brainstorming beim Lunch



Empfehlungen für den Einsatz von Kreativitätstechniken

Bei den meisten Techniken und Methoden helfen folgende Punkte:

- Visualisieren Sie das Problem sichtbar für alle
- Verständigen Sie sich über Verhaltensregeln
- Notieren Sie die Ergebnisse leserlich und für alle sichtbar
- Hängen Sie die Ergebnisse im Raum auf (motiviert und inspiriert)
- Nutzen Sie Farben, Bilder, Symbole etc.
- Schaffen Sie eine etwas andere Arbeitsatmosphäre
 - Nutzen Sie eventuell einen anderen Ort (Fernsehturm)
 - Setzen oder stellen Sie sich anders hin (Auf dem Boden sitzen?)
 - Leise, z. B. klassische Musik kann helfen (Schub durch Schubert)
 - Die Verpflegung könnte auch mal anders sein (Weißwurst oder Curry?)
 - etc.
- Machen Sie "kreative Pausen" (Waldspaziergang, Bootsfahrt in der Mittagspause, Kutschfahrt, Konferenzrad)
- Seien Sie kreativ, um kreativ zu sein!
- Haben Sie ein gemeinsames Ziel und Spaß zusammen.

Kreative Übung

In einem quadratischen Tanzsaal sollen alle 10 Sessel so an den Wänden aufgestellt werden, dass an jeder Wand dieselbe Anzahl Sessel steht.

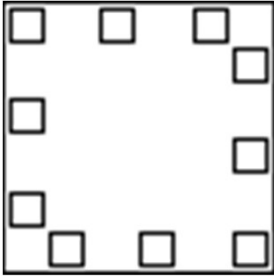


BWHW
BILDUNGSWERK

Übung

Unternehmensservice

Initiative der Partner
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL



**THORSTEN
KLOSSNER**
BRANDSTRATEGIEKONSULTANT
MARKETING & COMMUNICATION
STRAAT-DESIGN

Copyright Thorsten Klossner

63

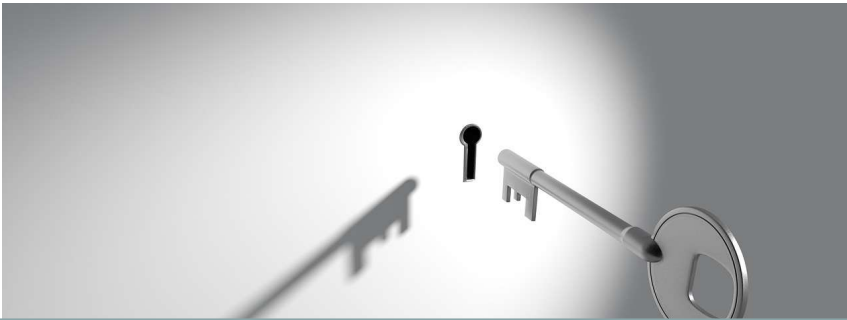


BWHW
BILDUNGSWERK

3. Schlüssel

Unternehmensservice

Initiative der Partner
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

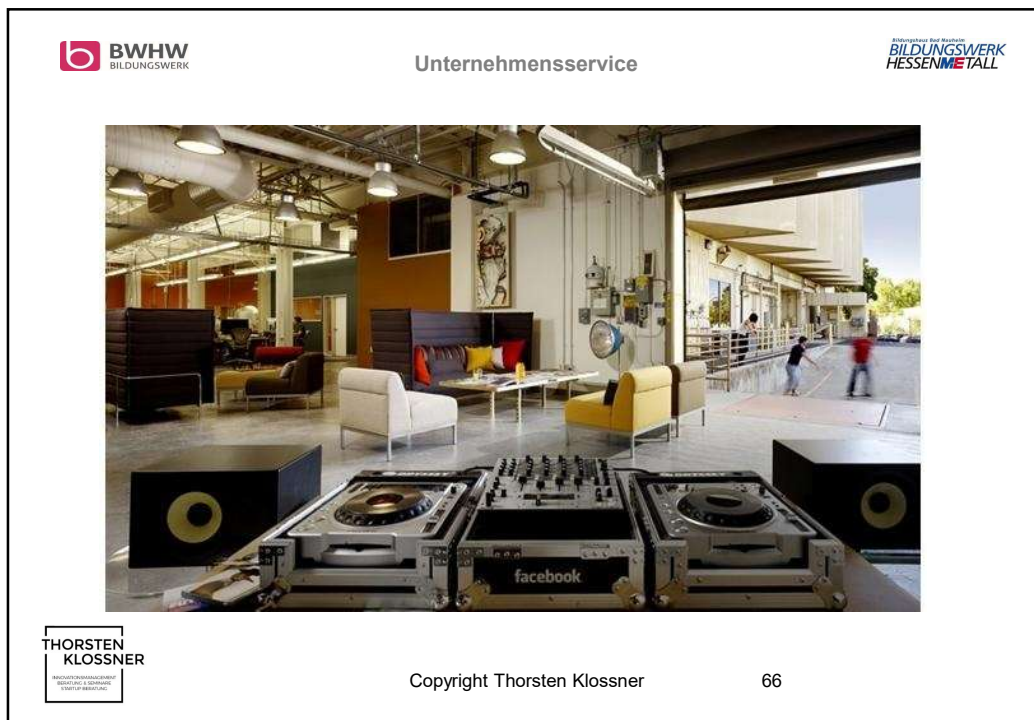
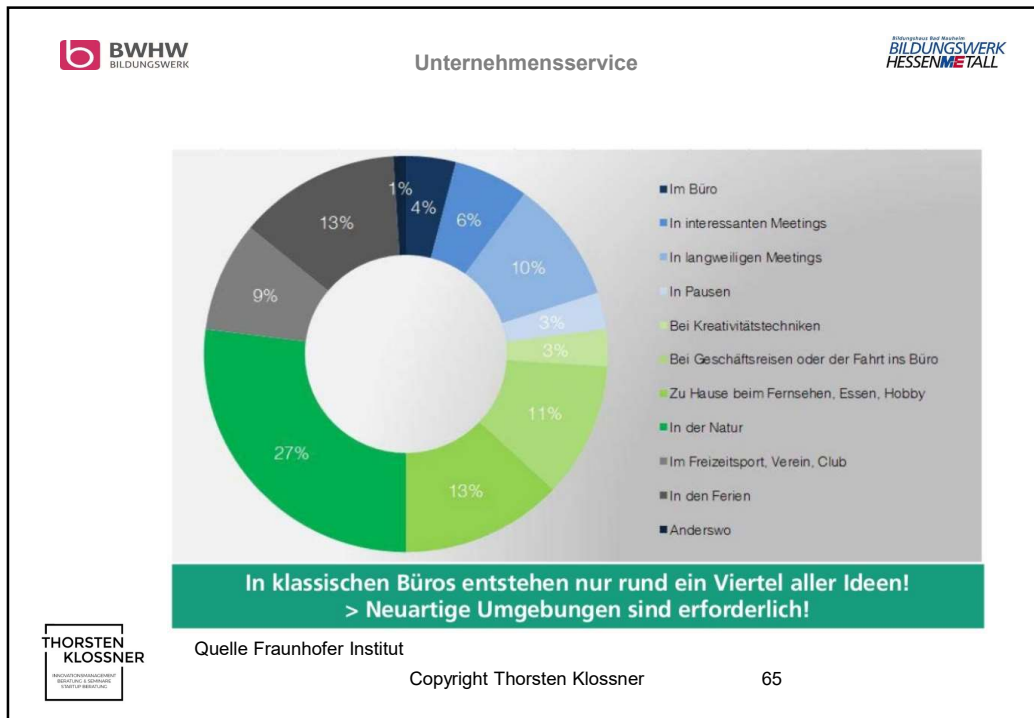


3. Schlüssel: Die inspirierende Umgebung

**THORSTEN
KLOSSNER**
BRANDSTRATEGIEKONSULTANT
MARKETING & COMMUNICATION
STRAAT-DESIGN

Copyright Thorsten Klossner

64







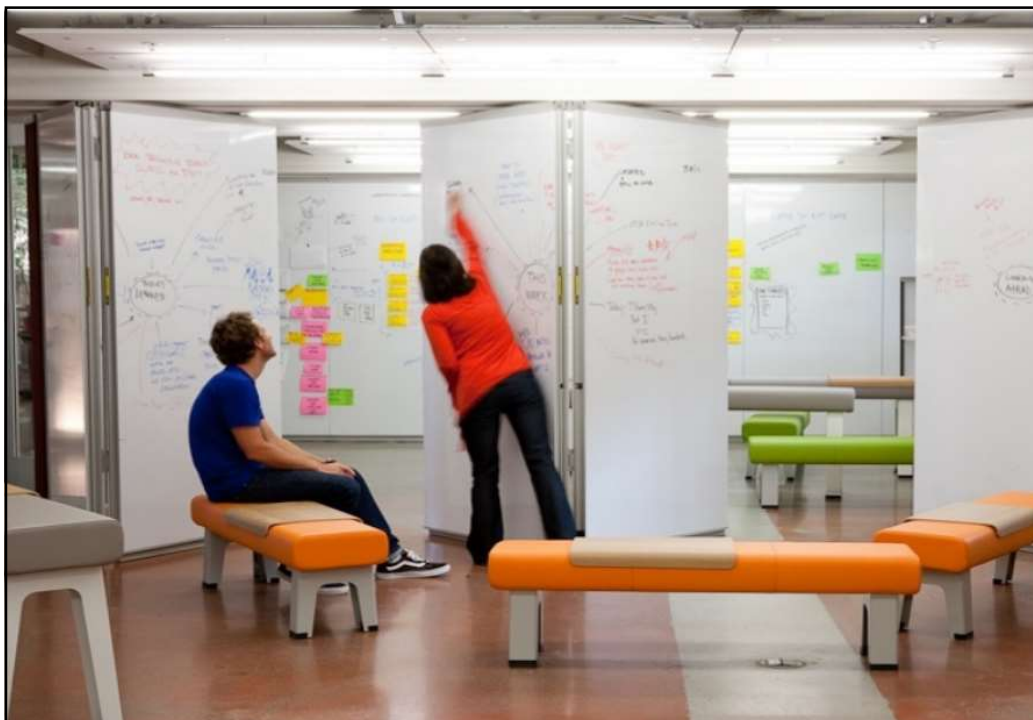
Kreativität ist Gemeinschaftsarbeit

Quelle

- 80% der Ideen entstehen im informellen Austausch.
- Mit anderen Menschen im Kontakt stehen, abweichende Ansichten und der regelmäßige Know-How Austausch ermöglichen neue Blickwinkel.
- Schwach ausgeprägte Kontakte, sog. „Weak Ties“ sind besonders wertvoll.



Das Arbeiten im Büro dient nicht nur dem Gemeinschaftserlebnis sondern bildet die Basis für innovative und kreative Ideen.







Übung kreatives Umfeld

1) Welche kreativen Umfeldler könnten Sie nutzen?

- Arbeitsumfeld
- Privatumfeld

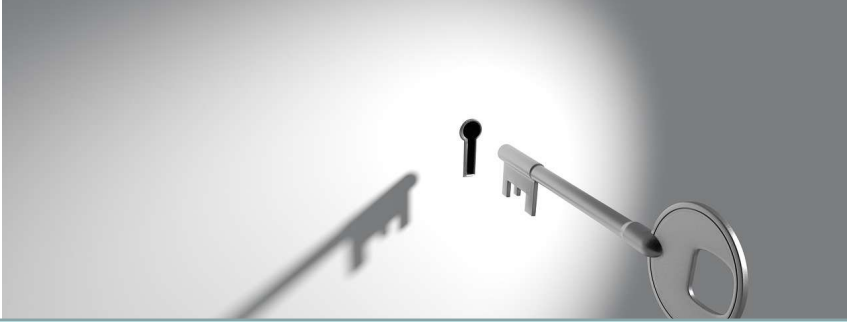
2) Wie könnten Sie Ihr Arbeitsumfeld verändern zu einem kreativen Umfeld?

3) Welche Maßnahmen würden Sie Ihrem Unternehmen vorschlagen kreativere Arbeitsumgebungen zu schaffen?

Bitte Notizen oder Zeichnung

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice **BILDUNGSWERK** HESSENMETALL

3. Schlüssel



3. Schlüssel: Kreative Denkweise

THORSTEN KLOSSNER Copyright Thorsten Klossner 77

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice **BILDUNGSWERK** HESSENMETALL

Die falsche Einstellung

lässt Ideen sofort sterben



Copyright Thorsten Klossner 78



Unternehmensservice



Ideen – Killer Bingo

Innovationsbingo
Testen Sie Ihre Innovationskultur!

simplicity.coach
Kreuze: Reihen:
> Mehr Infos auf www.simplicity-coach.ch

solange ... da ist, geht das nicht	liegt alles nur an ...	da kennen wir uns nicht aus	interessiert mich nicht		Wer soll das machen?	sind wir ganz, ganz sicher, dass ...	es gibt nur eine Lösung
die anderen haben keine Ahnung	können wir nicht, weil ...	haben wir schon immer so gemacht	Kunden haben keine Ideen	will der Chef nicht	ist nicht unser Thema	Verkauf hat keine Ahnung	schaffen wir nie
da müssen wir erst ... fragen	keine Synergien	geht nicht	will der Kunde nicht	macht die Konkurrenz schon	haben wir schon früher versucht	Nein!	ich, ... ich, ... ich, ...
da meldet sich nie jemand freiwillig	nicht strategie- tauglich	dumme Idee	haben die Technologie nicht	Wie soll das gehen?	glaube nicht daran	will das Controlling nicht	ohne ... geht gar nichts
sag das mal dem ...	kostet zu viel	nicht unsere Kompetenz	das bringt uns nicht weiter	ja, aber ...	funktioniert nicht	Qualität schaffen wir nicht	
haben keine Zahlen dafür	für mich gibt es nur ...	Entwicklung macht nie, was wir brauchen	die anderen haben keine Ahnung	kann unser Lieferant nicht	Kunden haben keine Ahnung	der ... will nicht	haben keine Zeit, um ...
da macht niemand mit	interessiert keinen	Wie soll das gehen?	die, ... die, ... die, ...		lässt unsere IT nicht zu	funktioniert nie	braucht keiner
Wie sieht das im Detail aus?		haben keine Ressourcen dafür	Auf welche Kostenstelle soll das gehen?	habe ich ja schon immer gemacht	ohne mich!	Wer soll das bezahlen?	hat die Konkur- renz auch schon versucht

Copyright Thorsten Klossner



Unternehmensservice



Ideen Killer - Übung

Schreiben Sie innerhalb so viele Ideenkiller auf, die Sie kennen, schon mal gehört haben oder selbst angewendet haben.

Reihenfolge:

1. Wende ich selbst an
2. Höre ich von anderen (Kollegen) öfters
3. Kenne ich aus Erfahrung

Übungsblatt 5.11



Copyright Thorsten Klossner

80

Ideen blockieren oder generieren

Gruppendiskussion:

Welche Handlungen und Haltungen fördern oder hemmen den kreativen Prozess?



Kreativ Denken SCAMPER und CO

**Kreativ Denken
bedeutet nicht
unbedingt etwas
komplett neues
zu erfinden.**



Vorstellung der Methode Scamper

S = Substitute / Ersetze

C = Combine / Kombiniere

A = Adapt / Adaptieren

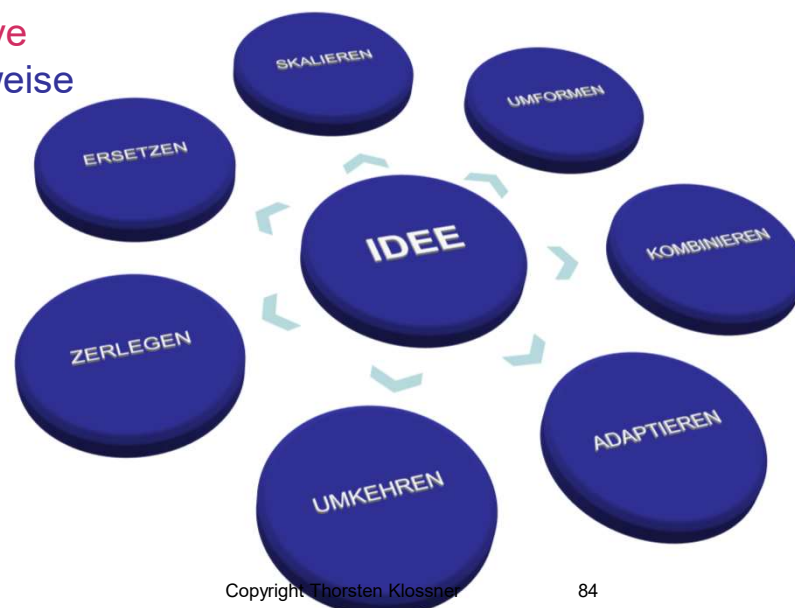
M = Modify / Maßstab ändern

P = Put / eine andere Verwendung finden

E = Eliminate / vereinfache, reduziere

R = Reverse / Umkehren, entgegengesetzt

Kreative Denkweise





BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice

BILDUNGSWERK HESSENMETALL

SKALIEREN: Vergrößern vom Tischfußball zum Human Soccer



THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTÄTTENMANAGEMENT
RECHTUNG & KONTAKT
KRAFT DER BEWEGUNG

Copyright Thorsten Klossner

87

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice

BILDUNGSWERK HESSENMETALL

Kreative Denkweise



THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTÄTTENMANAGEMENT
RECHTUNG & KONTAKT
KRAFT DER BEWEGUNG

Copyright Thorsten Klossner

88



BWHW
 BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Initiator des Projekts
BILDUNGSWERK
 HESSEN**METALL**

Form verändern

bewirkte Umsatzanstieg




THORSTEN KLOSSNER
BRANDENTWICKLUNGSGEBER
 PRODUKTION & MARKING
 THORSTEN KLOSSNER

Copyright Thorsten Klossner

89



BWHW
 BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Initiator des Projekts
BILDUNGSWERK
 HESSEN**METALL**

Verändern

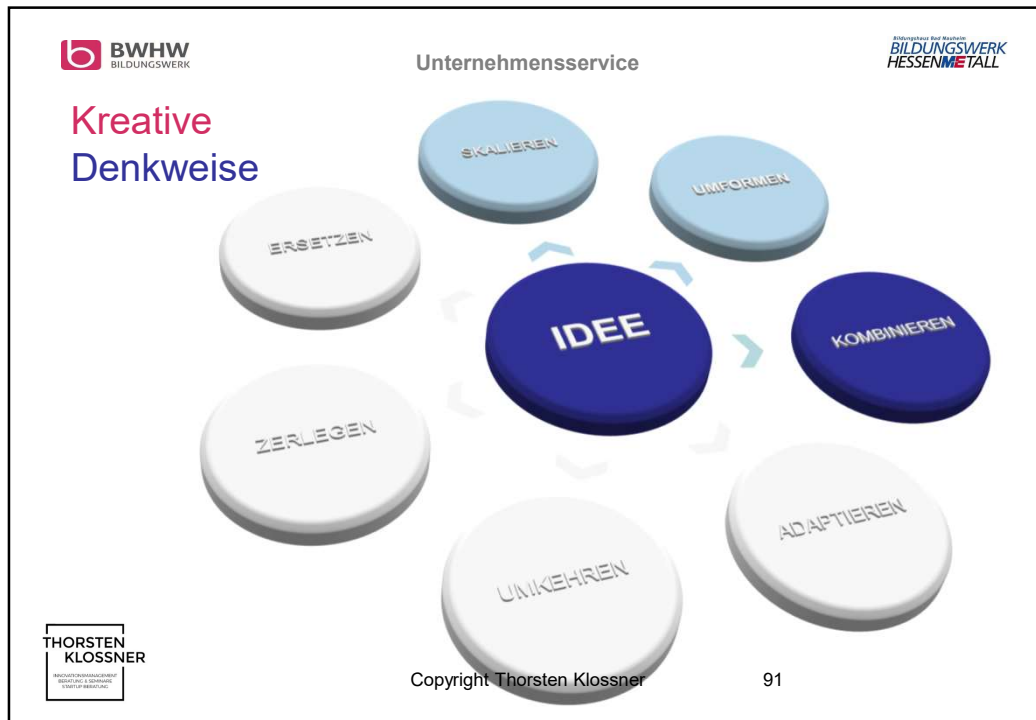
Aussehen und Form















SIGHTjogging
Mainz
laufend die Stadt erleben...

laufend die Stadt erleben...



[Startseite](#) | [Kontakt](#)

Links

- [Über uns](#)
- [Team](#)
- [Touren](#)
- [Stöckeltour / Nordic Walking](#)
- [Tarife](#)
- [Links](#)

Sightjogging



Sightjogging - laufend die Stadt erleben...

Verbinden Sie Sport und Kultur.

Sie geben das Tempo vor und hören en passant von Mainz und Mainzer Geschichte.

Erfahren Sie [mehr...](#)

Team



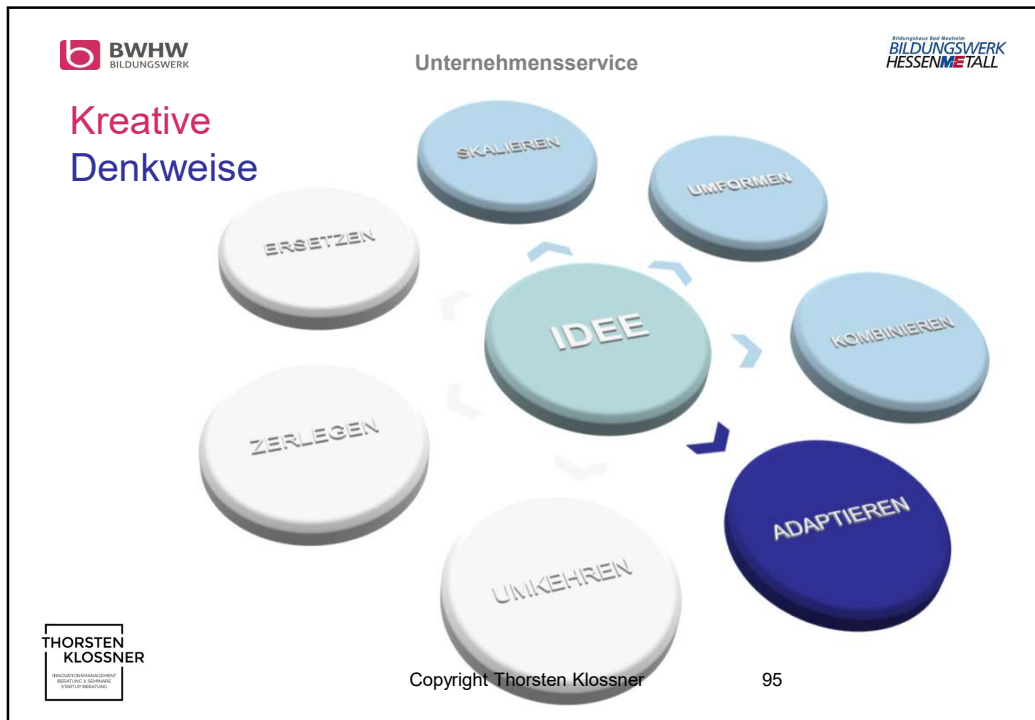
Sightjogging Team

Vom Einsteiger bis zum leistungsorientierten Sportler - jeder ist bei uns herzlich willkommen!

Freude am Sport, kulturelle Sehenswürdigkeiten, die individuelle Sportbetreuung sowie der Mix aus Sightseeing und Laufen stehen beim Team von Sightjogging Mainz im Vordergrund.

Erfahren Sie [mehr...](#)

Touren



BWHW
BILDUNGSWERK

Adaptieren

STICK

Unternehmensservice

Initiator des Projekts
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL





Thorsten Klossner

97

BWHW
BILDUNGSWERK

Adaptieren

Bionik

Biologie + Technik

- Problem definieren
- Fragestellung
- Analogie der Natur
 - suchen
 - analysieren

Ideen kreieren

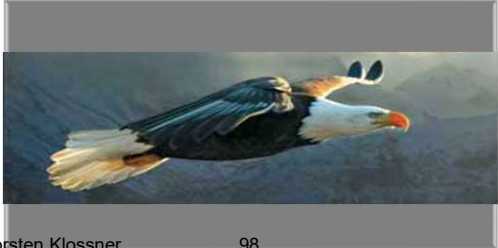
z.B. Lotus-Effekt

z.B. Winglets

Unternehmensservice

Initiator des Projekts
BILDUNGSWERK
HESSENMETALL





THORSTEN KLOSSNER

Copyright Thorsten Klossner

98

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

Adaptieren

YouTube DE tel aviv jerusalem werbung

Alle Infos und Reiseangebote > HIER

JERUSALEM Spicy

0:11 / 0:30

MEDIEN GRÜPPE
FRANKFURT

ÜBER UNS MARKEN ENGAGEMENT KARRIERE PRESSE

LOKALER PLATZHIRSCH MIT HEIMATGEFÜHL

Frankfurter Neue Presse und Regionalausgaben
Kompetent, klar und persönlich führt die Frankfurter Neue Presse ihre Leser durch die Geschichten in der Region und der Welt. Gemeinsam mit ihren Regionalpartnern Höcker, Kretschmer, Vosseler, Neue Presse, Rissold, Echo und Taunus Zeitung steht sie für eine regionale und lebensnahe Berichterstattung.

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

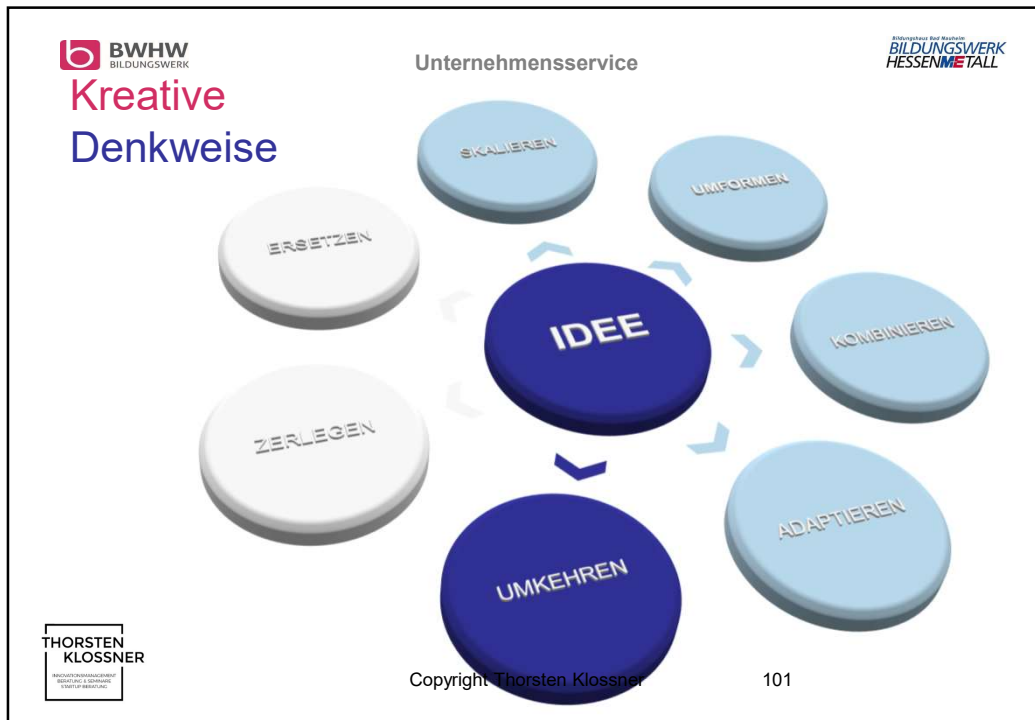
Adaptieren

Form oder Funktion

Lufthansa

Copyright Thorsten Klossner

100

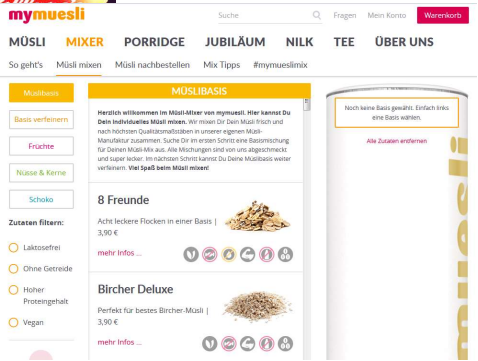




Umkehren Geschäftsmodell

Unternehmensservice



THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTRATEGIEKONSULTANT
BRANDPLAN & KAMPAGNE
STARTUP- & BUSINESSPLAN

Copyright Thorsten Klossner

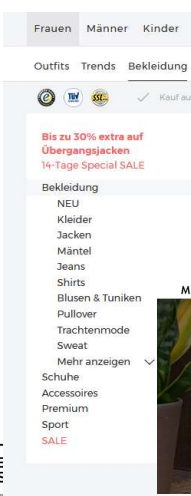
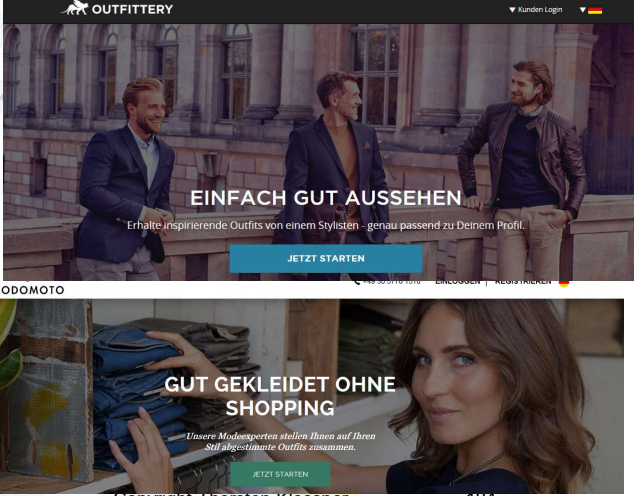
103



Umkehren Geschäftsmodell

Unternehmensservice

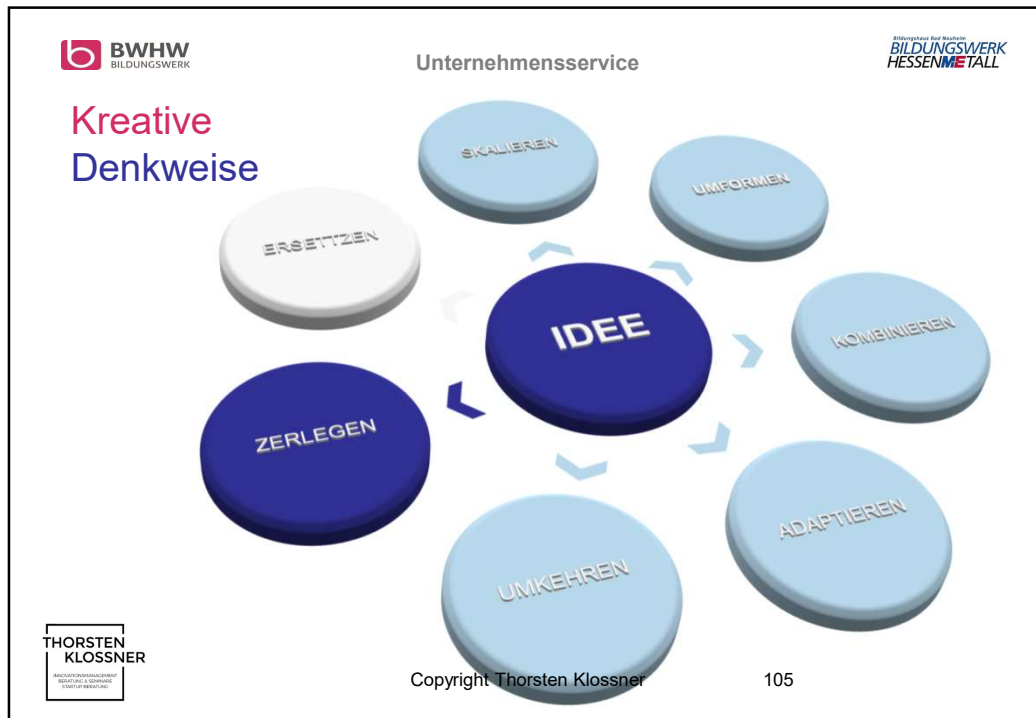


THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTRATEGIEKONSULTANT
BRANDPLAN & KAMPAGNE
STARTUP- & BUSINESSPLAN

Copyright Thorsten Klossner

104



BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

BILDUNGSWERK
HESSEN**METALL**

Zerlegen für besseren Transport



THORSTEN KLOSSNER
PRODUKTIONSMANAGEMENT
BESUCHS- & KONTAKT
STÄTTE (BESUCHSST.)

Copyright Thorsten Klossner

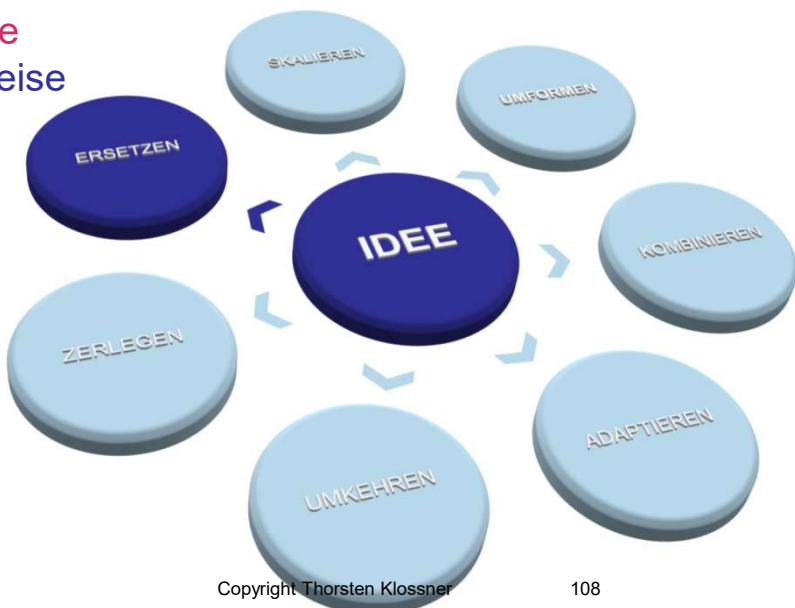
107

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

BILDUNGSWERK
HESSEN**METALL**

Kreative Denkweise



THORSTEN KLOSSNER
PRODUKTIONSMANAGEMENT
BESUCHS- & KONTAKT
STÄTTE (BESUCHSST.)

Copyright Thorsten Klossner

108

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

**Ersetzen
Technik**



THORSTEN
KLOSSNER

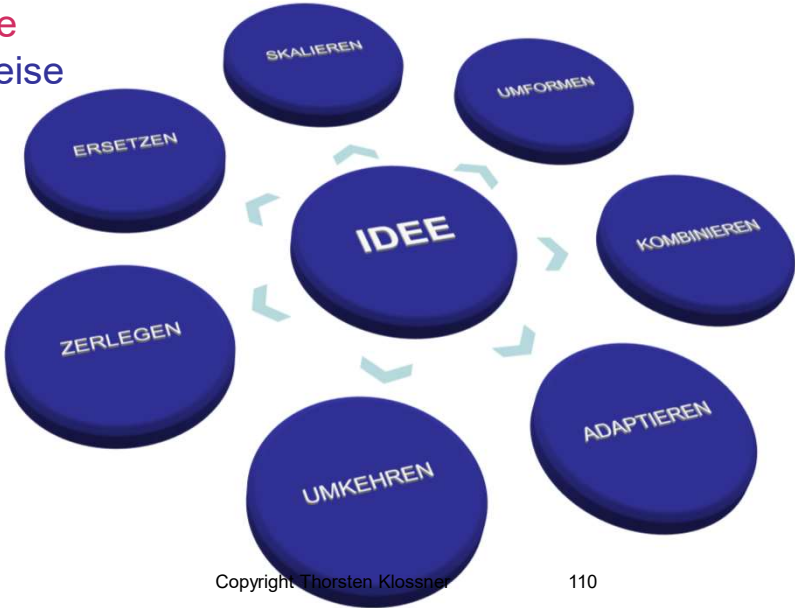
Copyright Thorsten Klossner

109

BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice

**Kreative
Denkweise**



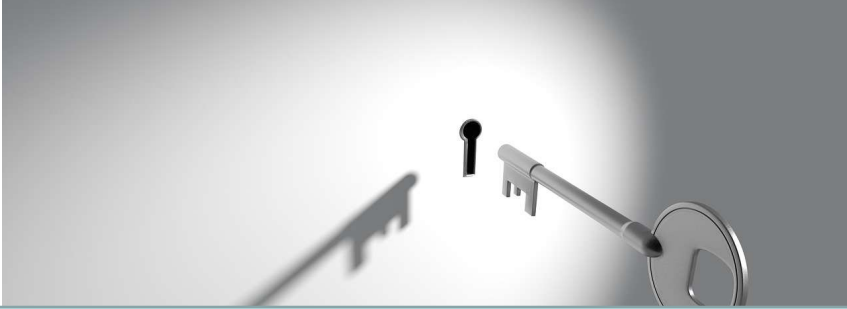
THORSTEN
KLOSSNER

Copyright Thorsten Klossner

110

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

5. Schlüssel



5. Schlüssel: Das kreative Team

THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTRATEGIE & KREATIVITÄT
KONZEPTION & KREATIVITÄT
KONZEPTION & KREATIVITÄT

Copyright Thorsten Klossner 111

BWHW BILDUNGSWERK Unternehmensservice BILDUNGSWERK
HESSENMETALL

Das heterogene Team auf Augenhöhe generiert viele gute Ideen

1/3
Owner

+

1/3
Spezialist /
Äquivalent

+

1/3
Querdenker



VIELE GUTE IDEEN

THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTRATEGIE & KREATIVITÄT
KONZEPTION & KREATIVITÄT
KONZEPTION & KREATIVITÄT

Copyright Thorsten Klossner 112

Zusammensetzung Kreativ Teams

Keine Rangunterschiede
 Geschlechtermischung
 Altersunterschiede

Auf Heterogenität achten
 Spezialisten, Experten, Querdenker, Visionäre, Kritiker, Träumer, Realisten,
 Moderator

Übung kreatives Team

Übung:

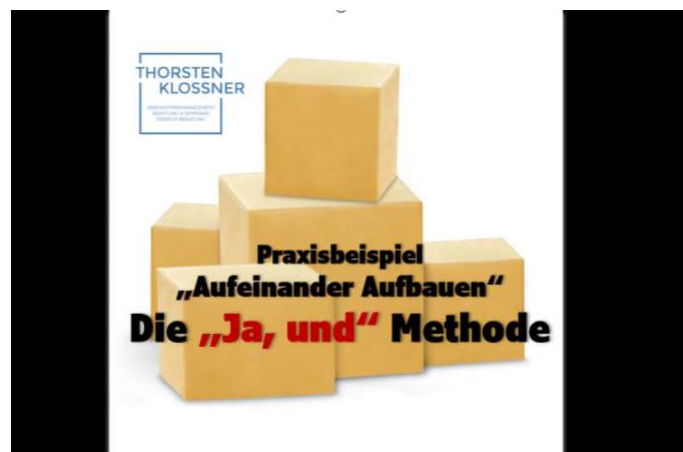
Wie könnte für meine Problemstellung die
 optimale Zusammensetzung eines Kreativ-
 Teams aussehen?



Und wenn das immer noch nicht reicht ...

weitere Kreativitätstechniken

Praxisbeispiel ... JA, UND



Übung „Aufeinander aufbauen, ja ... und“

Zweiergruppen:

Ein eigenes Beispiel nehmen.

Brainwriting Pool

Ergebnis dokumentieren

Methode Identifikation

Methode Identifikation

Nehmen Sie bei dieser Methode bewusst vorher festgelegte Sichtweisen von

„Beteiligten“

bei einem Problem ein!

Methode Identifikation

Fragestellung: Welche Möglichkeiten sind denkbar zur Verbesserung der Zugtoiletten-Sauberkeit?

Erarbeitung folgender Fragen in je einer Gruppe:

1. Welche Verbesserungen wünscht sich der **Benutzer**?
Was fände er/sie besonders gut?
2. Welche Verbesserungen wünscht sich die **Zugtoilette**?
Stellen Sie sich vor, Sie sind die Zugtoilette!
3. Welche Verbesserungen wünscht sich die **Deutsche Bahn**?
Stellen sie sich vor, Sie sind Verantwortlicher der DB!
4. Welche Verbesserungen sind für die **Reinigungskräfte** wünschenswert?
Stellen Sie sich vor, sie wären vom Reinigungspersonal!



Übung Identifikation

Nutzen Sie Beispiele aus der Gruppe
oder

Sie ärgern sich darüber, dass die Mülleimer im Stadtpark oft überfüllt sind
und Müll daneben liegt?

Nehmen Sie die unterschiedlichen Perspektiven ein und generieren Sie Ideen
zur Verbesserung.

Arbeitsblatt Identifikation



Reizwort - Methode

Reizwortmethode

Über den Umweg der Reizwörter wird versucht eine Beziehung zwischen den Strukturen der Reizwörter und des Problems zu erreichen.

- **Verfremdungsphase**
 - Gruppe definiert gemeinsam zufällige Reizwörter
- **Analysephase**
 - Die Eigenschaften des Begriffes werden definiert
- **Übertragungsphase**
 - Die Eigenschaften des Begriffes werden auf das Problem übertragen

Reizwortmethode

Kreativitätstechniken **Neues Innenraumfeature für PKW**

Generierung von Ideen mit der Reizwortmethode

Thema/Fragestellung: **Bügelflasche**

Reizwort	Eigenschaft	Rückkopplung / Idee
	Funktion: Behälter für Flüssigkeiten mit Verschluss, druckdicht, auslaufsicher	
	Form / Gestalt: Bauchig, Hals schmal, Bügel, Verschluss, Dichtung	
	Bestandteile: Glas, Bügel, Metall, Gummi, Keramik	

Thema/Fragestellung: _____

Reizwort	Eigenschaft	Rückkopplung / Idee
	Funktion:	
	Form / Gestalt:	
	Bestandteile:	

Reizwortmethode Übung

Übung:

Nehmen Sie ein Beispiel aus der Gruppe

oder

Sie wollen eine neue Haustür entwickeln.

Reizwörter bestimmen

Analysephase zu den Eigenschaften

Funktion, Form/Gestalt/Farbe, Bestandteile/Material

Arbeitsblatt Reizwortmethode



Copyright Thorsten Klossner

125



Reizbild Methode

1) Wähle Deine Herausforderung und formuliere sie als Frage

Beispiel: "Wie können wir unseren Messestand erfolgreicher machen?"

2) Wähle spontan ein Bild aus einer Reizbildsammlung

3) Verbinde nun Deine Herausforderung mit Komponenten aus dem Reizbild wie Objekte, Einzelteile, Farben, Eigenschaften, Stimmungen, etc.

Schreibe Deine Gedanken als ganze Sätze z.B. auf Moderationskarten

Beispielsätze:

"Wenn in unserem Messestand ein See wäre könnten unsere Produkte darauf mit Bötchen fahren."

"Eine Brücke verbindet die Besucher mit unseren Produkten."

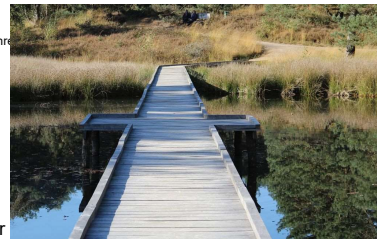
"Unser Messestand führt die Besucher zielstrebig zu den richtigen Produkten."

"Auf unserem Messestand ist keiner auf dem Holzweg."

"Natürliche Farben sorgen auf dem Messestand für eine Wohlfühlatmosphäre."

"Auf unserem Messestand fühlen wir uns wie auf einem Sommerspaziergang."

"Wenn unser Messestand aus Holz wäre würde er gut riechen."



Copyright Thorsten Klossner

Umkehr- oder Kopfstandmethode

Umkehrmethode

- Wunschsituation umdrehen
 - z.B. Wie verhindern wir eine innovative Unternehmenskultur?
- Maßnahmen auflisten
- Gegenteile und Maßnahmen kreieren

Innovative Kultur vermeiden	Kreative Kultur erzeugen
Keinen Innovationsprozess definieren	Prozess definieren und bei Führungskräften etablieren
GF ignoriert Ideenmanagement	Rentabilität aufzeigen



BWHW
BILDUNGSWERK

Umkehrmethode



Initiative der Firmen
BILDUNGSWERK
HESSEN METALL

Wie demotivieren wir alle schnell und nachhaltig?

- gleich schlechte Stimmung
- "Bringt nichts"
- monotone Methoden
- keine Abwechslung
- Zielgruppe ignorieren
- Vor Alphas kuscheln
- lange Grundsatzdiskussionen
- langes Skript
- keine Pausen

Wie schaffen wir es, dass alle motiviert bleiben?

- ICE-Breaker
- Erwartungen abfragen
- Rahmenbedingungen klären
- aktive Gestaltung (stehen, gehen, sitzen)
- Theorie / Praxis / hören / reden
- Vorbereitung gem. Zielgruppe
- Alphas stoppen
- Diskussionen stoppen/lenken
- passgenaues Skript
- rechtzeitige Pausen



THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTRATEGIE & KREATIVITÄT





BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice



Initiative der Firmen
BILDUNGSWERK
HESSEN METALL

Agenda

- Einleitung
- Start-Übung
- 5 Schlüssel der Kreativität
- Viele Übungen zu Kreativitätstechniken
- Bewertung von Ideen**
- Abschluss



THORSTEN KLOSSNER
BRANDSTRATEGIE & KREATIVITÄT

Copyright Thorsten Klossner

130

Beispiel-Checkliste zur Beurteilung Ihrer Ideen

- Ist die Idee realisierbar?
- Unter welchen Voraussetzungen?
- Welchen Nutzen hat die Idee?
- Welche Kosten verursacht sie?
- Welche weiteren Konsequenzen könnte die Idee haben?
- Gibt es noch überflüssigen Ballast?
- Welche Schwächen hat die Idee?
- Ist die Idee einleuchtend?
- Wie sehr löst die Idee das Problem?
- Welche Ressourcen brauchen Sie für die Umsetzung?
- ...

K.O. Kriterien - Ideen-Screening

Ideen-Screening ist eine simple Technik um Ideen nach vorab festgelegten K.O. Kriterien zu bewerten. Im Wesentlichen besteht Ideen-Screening aus drei Schritten:

Die 3 Phasen des Ideen-Screening sind:

1. Festlegen von K.O.-Kriterien

Ausgangsfrage: Welche K.O.-Kriterien sorgen für den Ausschluss von Ideen für das weitere Vorgehen? *Beispiele: Kapazitätsengpässe, zu wenig Know-How, technologische Grenzen, Inkompatibilität zu Unternehmensstrategie, fehlender Kundennutzen, ...*

2. Screenen der Ideen nach den K.O.-Kriterien

3. Festlegen, was mit den Ideen zu geschehen hat

Alternative 1: Idee weiterverfolgen und genauer analysieren

Alternative 2: Idee in den Ideenspeicher für spätere Verwendung

Alternative 3: Idee aufgeben/aussortieren

Demokratische Bewertung

Formel

Anzahl Lösungsmöglichkeiten = N

Punkte pro Person = N/2

Punkte pro Person pro Möglichkeit = N/4

Beispiel

N = 12

Jeder bekommt 6 Punkte (Stimmen)

und darf max. 3 für eine Lösung abgeben

Bewertung - Die HOW-WOW-NOW Matrix Zwei Dimensionen

Auswirkung



Ideen, die nicht/kaum machbar und nicht besonders originell sind, können vermutlich ruhigen Gewissens verworfen werden

HOW?: Ideen, die vermutlich nicht so leicht umzusetzen sind, aber sehr originell

WOW!: Ideen, die sowohl gut umzusetzen und besonders originell sind

NOW!: Ideen, die sehr gut machbar, wenn auch nicht besonders originell sind

Ideenbewertung durch Bubble Chart – Drei Dimensionen

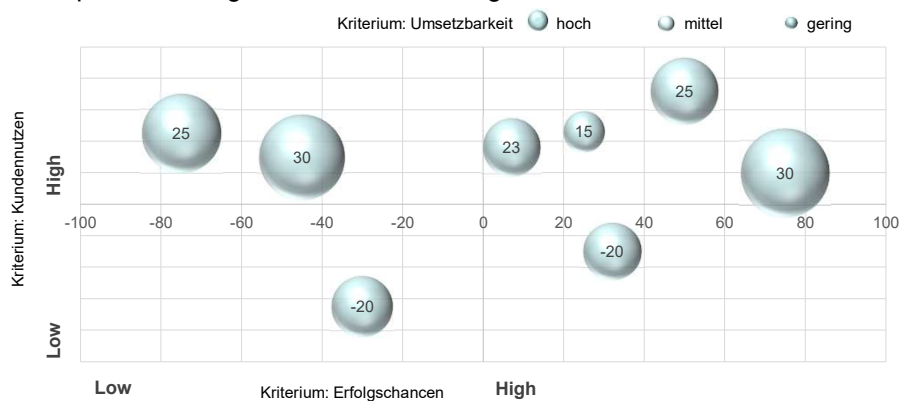
Ideen in einer Matrix übersichtlich darstellen
 Das Ergebnis wird dadurch visualisiert und erleichtert die Entscheidung

Durchführung:

- Drei Kriterien definieren, wonach die Ideen bewertet werden sollen
- Eine Matrix zeichnen und die Achsen mit zwei der ausgewählten Bewertungskriterien beschriften
- Das dritte Kriterium wird anhand der Kreisgröße dargestellt.

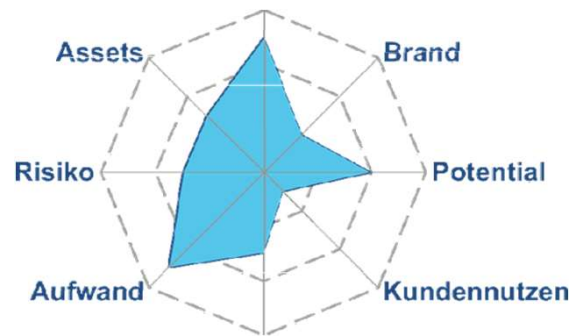
Bubble Chart – dreidimensionale Darstellung

Ideenpositionierung anhand der drei ausgewählten Kriterien

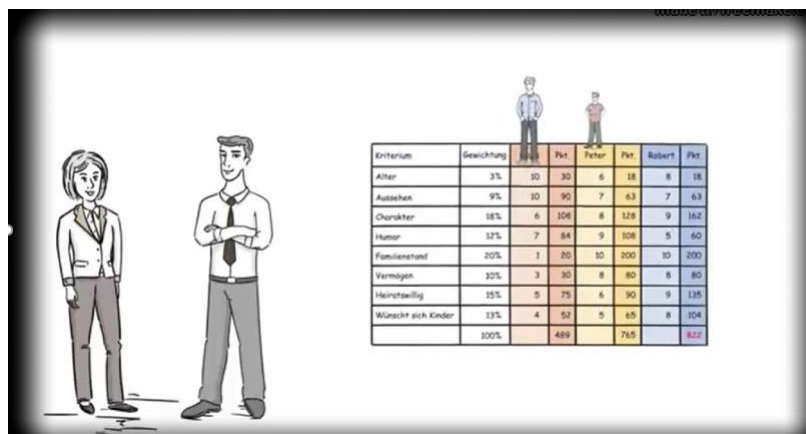


Mehrdimensionale Darstellung

Wenn mehrere Faktoren gemeinsam die Filter ergeben, können die besten Ideen nach den entsprechenden Filterkriterien bewertet und mit einem Flächendiagramm graphisch dargestellt werden.



Entscheidungstool - Nutzwertanalyse



Beispiel Nutzwertanalyse

Ihr Unternehmen ist während den letzten Jahre stark gewachsen und die Mitarbeiteranzahl hat sich verdoppelt. Ihr bestehendes Bürogebäude platzt aus allen Nähten. Die Zeit ist reif für neue, größere Räumlichkeiten. Die Auswahl in der Umgebung ist groß. Welche Räumlichkeiten vermögen jedoch die Unternehmensbedürfnisse am besten abzudecken?

Anforderungskriterien ②		Alternativen ②					
Musskriterien ①		Objekt A ①		Objekt B		Objekt C	
Mind. 15 Arbeitsplätze		15		15		16	
Mind. 10 Parkplätze		10		12		10	
Mind. 280 m ²		290		280		320	
Max. Mietzins € 10'000 monatlich		9'800		9'500		10'000	
Sollkriterien ①	Gewichtung ③	X ④	R ⑤	X	R	X	R
Anschluss ÖV	2	8	16	10	20	6	12
Autobahnanschluss	3	10	30	6	18	8	24
Zentrale Lage	1	6	6	4	4	8	8
Lärmemission	4	8	32	4	16	6	24
Total Punkte	10		84 ⑥		58		68
Rang		1 ⑦		3		2	

→ Die Nummerierung entspricht den sechs im Vorgehen beschriebenen Schritten.

Agenda

Einleitung
 Start-Übung
 5 Schlüssel der Kreativität
 Viele Übungen zu Kreativitätstechniken
Verdichtung von Ideen
 Abschluss

Ideen verdichten

Oftmals sind Ideen nur der erste Wurf.

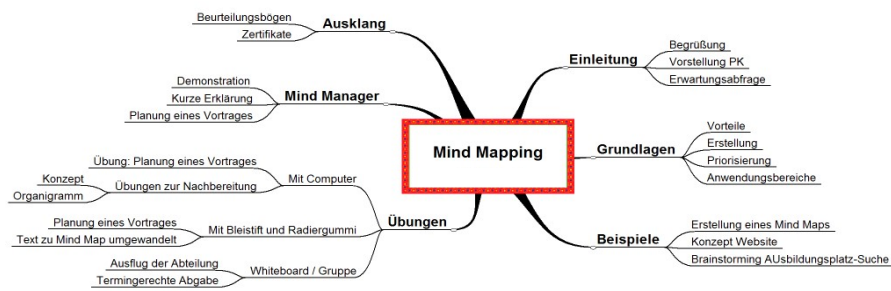
Ideen müssen weitergedacht oder verdichtet werden.

Mind Mapping

Der kreative Impuls entsteht aus dem Zusammenwirken von bildlichem und begrifflichem Denken.

Die Methode arbeitet mit Farben, Symbolen, Schlüsselwörtern und Linien, beansprucht dadurch das Gehirn ganzheitlich und kann kreatives Potenzial freisetzen.

Mind Maps sind grafische Darstellungen eines Denkprozesses, ein Bild der Gedanken oder eine Gedächtniskarte.



2er Mind Map



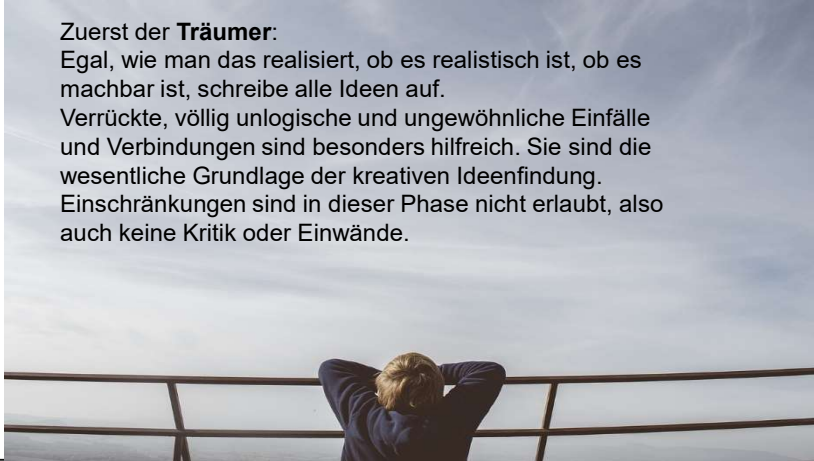
Walt-Disney Methode TRÄUMER



Walt Disney Methode - Träumer

Zuerst der **Träumer**:

Egal, wie man das realisiert, ob es realistisch ist, ob es machbar ist, schreibe alle Ideen auf.
 Verrückte, völlig unlogische und ungewöhnliche Einfälle und Verbindungen sind besonders hilfreich. Sie sind die wesentliche Grundlage der kreativen Ideenfindung.
 Einschränkungen sind in dieser Phase nicht erlaubt, also auch keine Kritik oder Einwände.


**THORSTEN
KLOSSNER**
BRANDSTRATEGIEKONSULTANT
MARKETING & COMMUNICATION
THORSTEN KLOSSNER

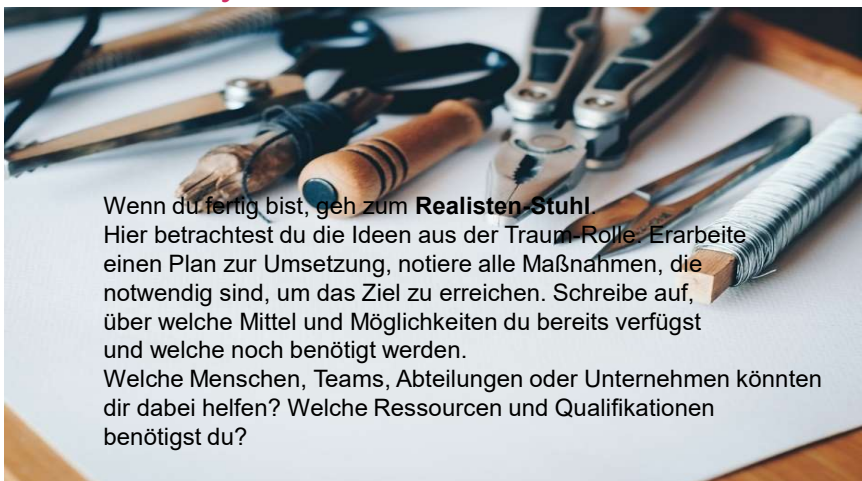
Copyright Thorsten Klossner

145

Walt Disney Methode - Realist

Wenn du fertig bist, geh zum **Realisten-Stuhl**.

Hier betrachtest du die Ideen aus der Traum-Rolle: Erarbeite einen Plan zur Umsetzung, notiere alle Maßnahmen, die notwendig sind, um das Ziel zu erreichen. Schreibe auf, über welche Mittel und Möglichkeiten du bereits verfügst und welche noch benötigt werden.
 Welche Menschen, Teams, Abteilungen oder Unternehmen könnten dir dabei helfen? Welche Ressourcen und Qualifikationen benötigst du?


**THORSTEN
KLOSSNER**
BRANDSTRATEGIEKONSULTANT
MARKETING & COMMUNICATION
THORSTEN KLOSSNER

Copyright Thorsten Klossner

146

Walt Disney Methode - Kritiker



Anschließend suchst du auf dem **Kritiker-Stuhl** nach Fehlern und Schwachpunkten im Plan. Sei sehr kritisch und nicht nett. Schreibe alle Punkte zu dem Plan auf, den du als Realist gemacht hast.

Walt Disney Methode – zurück zum Träumer

Dann kommt wieder die Traum-Rolle an die Reihe:
 Erarbeite aus den bisherigen Ergebnissen des Realisten und des Kritikers etwas noch Großartigeres.
 Nimm dir die Kritik Punkt für Punkt vor und erweitere das Ziel, bis sich die Kritik auflöst. An der Stelle bitte nicht die Idee reduzieren, sondern erweitern! Wenn der Kritiker beispielsweise an merkt, dass die Zeit nicht ausreicht, dann könnte der Träumer noch einen Helfer einstellen.
 Wenn der Platz für die Idee nicht ausreicht, dann mietet der Träumer Räume dazu etc.
 Erweitere das Ziel, bis die Kritik sich auflöst und dem Kritiker nichts mehr einfällt.
 Das Ergebnis schreibst du **genau** auf



Walt Disney Methode - Arbeitsaufträge

Arbeitsaufträge für Träumer

Was wäre schön?
 Was fällt mir dazu ein?
 Was wäre die ideale Situation?
 Was ist mein Traum dazu?
 Was fällt mir Verrücktes und
 Ausgefallenes dazu ein?

Arbeitsaufträge für den Kritiker

Kann das realisiert werden?
 Was halte ich für möglich?
 Was kann gar nicht funktionieren?
 Was ist einfach nur Träumerei?
 Was könnte verbessert werden?
 Welches sind Chancen und Risiken?
 Was wurde übersehen?
 Wie denke ich über den Vorschlag?

Arbeitsaufträge für Realisten

Was wird für die Umsetzung
 benötigt
 (Material, Menschen, Wissen,
 Techniken etc.)?
 Wie kann realisiert werden, was
 der Träumer sich
 ausgedacht hat?
 Was muss getan oder gesagt
 werden?
 Was fühlt man bei dieser Idee?
 Welche Grundlagen sind schon
 vorhanden?
 Wie kann der Ansatz getestet
 werden?

Walt Disney Methode - Beispiel

Träumerphase: Eine Angestellte, die von einem Berufswechsel und einem eigenen Laden träumt.

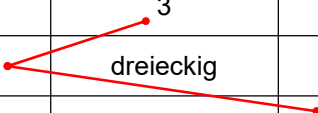
Realistphase: Schließlich setzt sich die Ratsuchende auf Stuhl zwei und überlegt konkrete Schritte, skizziert einen konkreten Ablaufplan für sein Vorgehen. Die zeitliche Abfolge, die finanzielle Gestaltung, welche Ressourcen man dazu benötigt, wobei die gesamte Planarbeit schriftlich oder grafisch zu Papier gebracht werden sollte.

Kritikerphase: Auf Stuhl Nummer drei wird im genannten Beispiel überlegt: Was könnte dabei schiefgehen? Wenn ich scheitere, wer stellt mich dann noch ein? Wichtig dabei ist, dass es konstruktive Kritik ist, nicht destruktives Dagegenreden. In dieser Rolle wird der Plan kontrolliert, ob die zu Papier gebrachten Punkte das Erreichen des Zieles tatsächlich möglich machen.



Morphologischer Kasten

Tisch	Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3
Anzahl Beine	1	3	4
Form Tischplatte	rund	dreieckig	viereckig
Material Tischplatte	Metall	Holz	Glas



Morphologischer Kasten

Geldsystem	Aktuell	Spalte 1	Spalte 2
Tauschmedium	Geldscheine, Buchgeld	Gold und Silbergeld	Punktesystem
Entscheider der Geldmenge	EZB, FED, BIZ, Zentralbanken	Unabhängiger Rat	Polykultur – viele Hersteller
Geldmenge	Nicht transparent	An Werte (z.B. Gold) angelehnt	Entspricht Bevölkerung



1. Thema definieren
2. Parameter festlegen
3. Matrix erstellen
4. Varianten kreieren
5. Kombinationen erarbeiten

- Komplexe Zusammenhänge
- Kombinationen gemeinsam erarbeiten



BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice



Funktionsanalyse eines neuen Rasenmähers

durch ein Unternehmen

Funktionen	Funktionsträger	Funktionsträger	Funktionsträger
selbstfahrend	Benzinmotor	Elektromotor mit Kabel	Batteriemotor
Aufsitz für 1 Person	Kunststoff-Sitzschale	Sitzpolster	Stahlblech wie bei Traktor
lenkbar	Lenkrad	Lenkgriff	Steuerknüppel
geländegängig	starker Motor, Stollenreifen	unabhäng. Motor mit Seilwinde	Allradantrieb
am Hang benutzbar	niedriger Schwerpunkt	Zugswell m. Motorgetriebe, Aufroller	automat. Schräglageausgleich
vorwärtsfahrend	synchronisiertes Schaltgetriebe	Automatik m. Drehmomentwandler	Stufenlose Vollautomatik
rückwärtsfahrend	nichtsynch. Rückwärtsgang	mehrere schaltbare Rückwärtsgänge	mehrere vorwärtbare Rückwärtsgänge
verschiedene Geschwindigkeiten	Schnellgang	normaler Fahrgang	Spezialgang für extreme Steigungen
verschiedene Schnitthöhen	Schneiden verstellbar	Bodenabstand insg. verstellbar	jeweils passende Schneide wählbar
verschiedene Schnittbreiten	separate Schneiden zuschaltbar	einzeln regulierbare Schneiden	stufenlos ein- und ausfahrbare Schn.
Gras schneiden	Sichel	Spindel	Balkenmesser
Gras einsammeln	Fangkorb	Fangsack	Fangnetz
Gras pressen	hydraulische Presse	pneumatische Presse	mechanische Presse
Wiese kehren	Kehmaschine zum Anhängen hinten	Kehmaschine seitlich	Gebälse
Laub einsammeln	Kehmaschine zum Anhängen hinten	Kehmaschine seitlich	Gebälse
Gras und Laub pressen	hydraulische Presse	pneumatische Presse	mechanische Presse
Schnee wegräumen	Gebälse	Rammschild	durch Hitze auftauen
Anhänger ziehen	Anhängerkupplung	magnetische Kupplung	vom „Zugwagen“ ferngesteuert
Kraftaggregat für Heckenschere	Motorleistung übertragbar	Motor in Heckenschere einbaubar	Fernübertragung der Motorleistung
Pflugschar anbaubar	Anhängevorrichtung	Pflug wird unterhalb montiert	Pflug wird seitlich montiert
EGge anbaubar	Anhängevorrichtung	EGge wird unterhalb montiert	EGge wird seitlich montiert

THORSTEN KLOSSNER
BRUNNEN/UNIVERSITÄT
BILDUNGSWERK HESSEN
STADT/STADT/STADT

153



BWHW
BILDUNGSWERK

Unternehmensservice





THORSTEN KLOSSNER
BRUNNEN/UNIVERSITÄT
BILDUNGSWERK HESSEN
STADT/STADT/STADT

Übungsaufgabe: Morphologischer Kasten

Sie überlegen sich, eventuell den Arbeitsplatz zu wechseln.
 Verwenden Sie den Morphologischen Kasten, um sich über die künftige Aufgabe und die Art des Arbeitgebers Klarheit zu verschaffen.

Merkmal/Parameter	aktuell	Künftig 1	2	3
Länge der Arbeitszeit				
Entfernung zum Wohnort				
Größe des Unternehmens				
Art der Aufgabe				
Tätigkeiten, die mir wichtig sind.				
Möchte ich nicht mehr machen.				
Einkommen				
.....				



Praxistransfer

Sie wollen mit einem Kreativ-Workshop eine WIE-Frage, ein Problem lösen.

Aufgabe: Setzen Sie ein Konzept für einen kompletten Kreativ-Workshop auf!

Bedenken Sie dabei z.B.:

1. Vorbereitung
2. Agenda
3. Ablauf
4. Methoden
5. Team
6. Umgebung/Ort
7. Bewertung
8. Next Steps
9. ...



 **BWHW**
BILDUNGSWERK

Fragen?

 **THORSTEN
KLOSSNER**
BRANDSTRATEGIE & MARKETING
CONSULTING & COACHING
STRATEGIE & KREATIVITÄT



Like me on Internet
www.thorstenklossner.de
mail@thorstenklossner.de