

# Herzlich willkommen

zum Deichmann Offsite

**C<sup>3</sup>**

Cook.

Communicate.

Create.

heißt Euch

**Euer Impulsgeber**

Andreas Bornhäußer



## Tages-Ziele

Befragungsergebnisse  
teilen und als Orientierung  
akzeptieren

Umgang mit Peakon-Resultaten  
reflektieren

Wiederholung bisheriger Inhalte

Selbstwirksamkeit und Dialogmanagement

Klärungen zum Thema Kreativität  
und Kreativitätstechniken

Konkrete und außergewöhnliche  
Lösungen erarbeiten

Spielregeln

Jeder spricht für sich

Jeder hat Recht

Was dran ist, ist dran

Nur Mut

Prozessorientiert

Mit 5 Kugeln unterwegs

Methodenkompetenz beim  
Impulsgeber

# Kreativität bedeutet Schöpfer-Kraft ...

- ... die Kraft des Schöpfers (Individuum)
- ... die Kraft durchs Schöpfen (Neues)
- ... die Kraft, zu schöpfen (Neues)
- ... die Kraft durchs Schöpfen (aus Vorhandenem)
- ... die Kraft des Schöpfers (Religion)

# Kreativität bedeutet Schöpfer-Kraft



Kreativitäts-Techniken  
sind  
intelligente Formen  
der  
Kraft-Übertragung

## These 1:

Es gibt nur einen  
Gegenstand auf dieser  
Welt, der Dir zeigt,  
wer für Deine Kreativität  
verantwortlich ist.

Dein Spiegel

## These 2:

Es gibt Menschen,  
die machen.  
Und solche, mit  
denen gemacht wird.

Und dann noch die,  
die sich  
aus nichts was  
machen.

### These 3:

Wer die Angst vor  
der Niederlage ver-  
liert, wird nur  
gewinnen:

Die Erkenntnis,  
daß verlieren  
ein Gewinn ist.

## These 4:

Wer keine Ziele hat  
wird auch nie  
etwas erreichen.

Harvey Mackey

Wer sie aber  
erreicht hat,  
hat keine Ziele mehr.

## These 5:

Wenn Du Dich nicht  
vom Problem lösen  
kannst,  
hast Du ein  
Problem mehr.

Das Problem hat Dich.

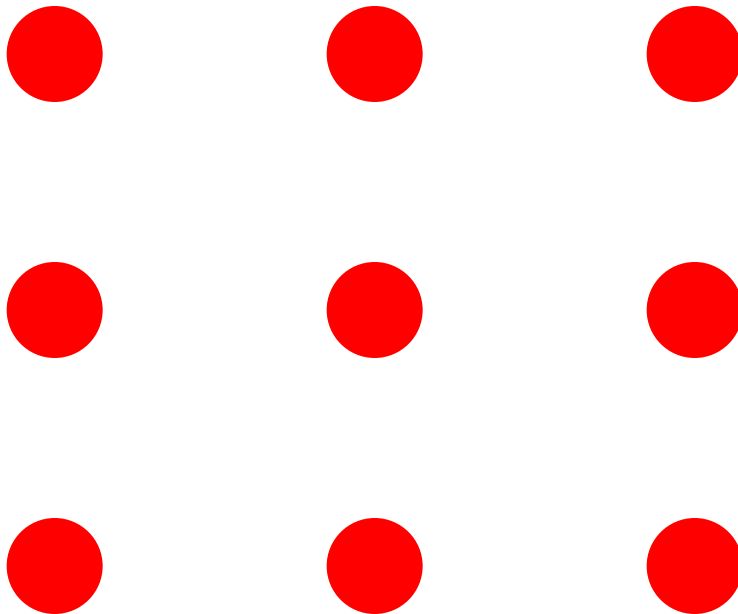
## Impuls 6:

Keiner ist besser,  
intelligenter oder  
kreativer als Du.

Aber es ist auch  
keiner schlechter,  
dümmer oder einfalls-  
loser als Du.

Jeder ist einfach nur  
einzigartig.

**Verbinden Sie die untenstehenden  
9 Punkte so, daß Sie mit vier geraden  
Strichen alle Punkte berührt haben  
(ohne abzusetzen).**



**Finden Sie bitte bei den folgenden Aufgaben die rechnerische Systematik heraus und setzen Sie die Zahlenfolge fort.**

| Systematik | Zahlenfolge |     |     |     |
|------------|-------------|-----|-----|-----|
| 1.         | 2           | 6   | 18  | --- |
|            | ---         | --- | --- | --- |
| 2.         | 3           | 10  | 38  | --- |
|            | ---         | --- | --- | --- |
| 3.         | 5           | 9   | 49  | --- |
|            | ---         | --- | --- | --- |

## Kreativität

**Bitte geben Sie diesen 30  
Kreisen in 90 Sekunden eine  
Sich selbst erklärende Bedeutung:**

|                      |                      |                      |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Menschen gewinnen.

**Bitte finden Sie die Systematik der folgenden Symbole heraus und setzen Sie die Reihe fort.**

11

.....

22

.....

33

.....

.....

.....

.....

.....

Menschen gewinnen.

## Bitte lösen Sie die nachstehend beschriebenen zwei Aufgaben:

1. Erkennen Sie das System, nach dem die Buchstaben-Reihe aufgebaut ist und setzen Sie sie fort.

|          |          |          |          |          |     |     |     |     |
|----------|----------|----------|----------|----------|-----|-----|-----|-----|
| <b>E</b> | <b>Z</b> | <b>D</b> | <b>V</b> | <b>F</b> | ... | ... | ... | ... |
| ...      | ...      | ...      | ...      | ...      | ... | ... | ... | ... |

2. Sorgen Sie durch Hinzufügen eines einzigen Striches dafür, daß die folgende Rechnung aufgeht. Das Durchstreichen des Gleichheitszeichens ist jedoch nicht erlaubt.

$$5 + 5 + 5 = 550$$

Oft ist die  
beste **Lösung**  
**von** Problemen  
die  
Lösung von  
**Problemen.**

# Beobachtungs-Kriterien für kreative Prozesse in der Gruppe

1. Moderator, Zeitnehmer und Schreiber definiert?
2. Aufgabenstellung allen klar?
3. Sich vor dem Einsammeln selbst gesammelt haben?
4. Wird alles notiert?
5. Schreiberwechsel?
6. Atmosphärische Übung zu Beginn?
7. Vergangenheit zitiert?
8. Ergebnis- oder prozess - orientiert gearbeitet?
9. Wertende Aussagen?
10. Methoden bewußt gewählt und vereinbart?
11. Weiteres Procedere besprochen, Perspektiven aufgezeichnet?
12. Alle Teilnehmer teilnehmen lassen?

## Als besonders häufige Eigenschaften hochkreativer Menschen gelten:

- ➔ unabhängig von Gesellschaft und Meinungen
- ➔ hartnäckig
- ➔ hochmotiviert
- ➔ risikobereit
- ➔ skeptisch und auf das eigene Urteil vertrauend
- ➔ bringen Ahnungen, Instinkt und Gefühl in Entscheidungen ein
- ➔ ziehen Komplexität und Asymmetrien vor
- ➔ können unübersichtliche Situationen ertragen
- ➔ ausgeprägter Sinn für Humor
- ➔ neigen zu Dominanz
- ➔ bildhafte Sprache und Wortgewandtheit
- ➔ hohes Verantwortungsgefühl
- ➔ Interesse an Gedankenaustausch und an fachübergreifenden Zusammenhängen

„Diese seltene und daher wertvolle Spezies bedarf der Anerkennung, Unterstützung und Motivation - auch wenn Kreative manchmal recht unbequem und schwer zu ertragen seien.“

## Typische kreative Prozesse, auf denen die verbreitetsten Kreativitätstechniken aufbauen:

- ➡ flexibler Wechsel des Betrachtungspunktes und das Gewinnen neuer Einsichten
- ➡ Denken in Analogien; Übertragen von Lösungen von einem Bereich in einen anderen
- ➡ Zerlegen komplexer Denkgebilde in einzelne Elemente
- ➡ Veränderung gegebener Strukturen
- ➡ Rekombination sachlich weit auseinanderliegender Wissensselemente

## Ein paar Grundregeln:

- ➔ Kritik zurückstellen
- ➔ Ideen aufgreifen und weiterentwickeln
- ➔ freie Phantasie
- ➔ Quantität geht vor Qualität
- ➔ kurz fassen

Menschen gewinnen.

# Kreativtechnik - Wikamed

Diese Technik wird auch als Umformulierungs-Übung bezeichnet. Ihr Nutzen liegt insbesondere in einer Weitung der Perspektiven. Je mehr Sie sich in den Umformulierungen vom Ausgangssatz und seinen Worten entfernen, desto besser. Je verrückter die GFormulierungen, desto größer die Chance, daß beim späteren Selektionsprozeß außergewöhnliche Ideensätze herausgefiltert werden können. Es gilt Masse vor Klasse. Zunächst ist der Prozeß und nicht das Ergebnis wichtig.

Beispiel:

**Aufgabenstellung / Ausgangsformulierung:**

Wie kann man erreichen, daß wir uns wieder mehr am Kunden ausrichten?

**Umformulierungen:**

- ... die Kunden uns nicht erreichen
- ... alle Richter unserer Kunden werden
- ... wir ein neues Verfahren anstreben
- ... die Prämien von Kunden bezahlt werden
- ... die Leistung die Bezahlung bestimmt
- ... wir für die Kunden bestimmend werden
- ... es für die Kunden mit uns stimmt
- ... wir gemeinsam ein Lied anstimmen

## Erläuterung der Vorgehensweise bei WiKaMeD:

In einem ersten Durchgang werden ausschließlich Umformulierungen gesammelt. Dabei geht es um Masse vor Klasse!

Anschließend werden von allen am Prozeß beteiligten 10% von den gesamten Umformulierungen als Favoriten ausgesucht.

Drittens werden über den Favoriten mit den meisten Nennungen von allen erneut WiKaMeDs in der Gruppe formuliert.

Und wieder wird ausgewählt, wie vorher.

Maximal drei Durchgänge sind empfehlens-, weil lohnenswert. Meist werden schon in den ersten zwei Durchgängen geniale Ideen allein durch das Umformulieren produziert.

Die Bewertung der Ideen und das Überprüfen ihrer Machbarkeit erfolgt dann genau so, wie Sie es bisher auch handhaben.

# Kreativtechnik - Bisoziation

Diese Technik ist mit der Assoziations-Methode sehr verwandt. Hierbei konzentriert man sich jedoch auf zwei völlig vom Thema losgelöste Bilder und formuliert dazu vollständige Sätze. Masse vor Klasse.

Beispiel:

Sie haben die Aufgabe, ein Konzept zur Verbesserung des Betriebsklimas zu entwickeln.

Die ersten beiden willkürlichen Bilder schreiben Sie auf: **Auto / Strand.**

**Auto:** Mit dem Auto fahre ich in den Urlaub. Oft stehe ich im Stau. Es ist die schnellste Fortbewegungsmöglichkeit auf dem Boden. Es hat vier Räder. Der Motor hat PS.

**Strand:** Am Strand ist es heiß. Ich liege gerne dort. Manchmal ist es sehr voll. Das Meer ist schön kühl. Der Sand ist angenehm zum Barfuß-Laufen.

Im letzten Schritt überlegen Sie, welche konkreten Aktionsideen zur Verbesserung der Kommunikation in diesen Bildern stecken.

1. Jeder Mitarbeiter muß pro Woche fünf Ansichtskarten an jeweils einen anderen schicken.
2. Einmal pro Woche müssen mindestens vier Personen aus vier unterschiedlichen Abteilungen zur Ratsrunde zusammenkommen.
3. Es werden Ruheräume eingerichtet, in denen jeweils zwei Mitarbeiter liegen müssen. Jeder mindestens dreimal pro Woche fünf Minuten.

## **Erläuterung der Vorgehensweise bei Bisoziation:**

**In einem ersten Durchgang werden ausschließlich zwei Sätze zu zwei willkürlich gewählten Begriffen gesammelt.**

**Diese zwei Sätze haben das Ziel, alle Beteiligten stärker in die Bilderwelt der Begriffe zu führen und damit die rechte Gehirnhälfte zu stimulieren.**

**Nachdem zu beiden Begriffen mindestens zwei Flipchartseiten mit entsprechenden Sätzen gefüllt sind, beginnt die Rück-Übertragung.**

**Die Rückübertragung geschieht dergestalt, daß nunmehr von allen Beteiligten die Bilder (=formulierte Sätze) auf Ideen hin durchforstet werden, die konkrete Lösungsmaßnahmen beinhalten können.**

**Alle diesbezüglichen Ideen, auf die die Teilnehmer durch die zuvor gesammelten Sätze kommen, werden notiert.**

**Die Bewertung der Ideen und das Überprüfen ihrer Machbarkeit erfolgt dann genau so, wie Sie es bisher auch handhaben.**

**Es bietet sich im übrigen an, die Bisoziation mit WiKaMeD zu kombinieren.**

## Brainwriting

Brainwriting funktioniert ähnlich dem Brainstorming, bei dem alle Ideen gesammelt, aufgegriffen und weitergesponnen werden. Nur, daß man hier die Einfälle nicht zuruft, sondern notiert.

Eine Variante, die man ohne großen Aufwand immer mal wieder anwenden kann, ist die von Bernd Rohrbach entwickelte

### Methode 635

Hierbei schreiben

- 6 Teilnehmer (auch mal mehr oder weniger)
- 3 Ideen in Zeitabschnitten von je
- 5 Minuten auf.

Am einfachsten nimmt dazu jeder ein DIN A4 Blatt quer und macht drei Spalten, in die er in der ersten Zeile seine drei Ideen notiert. Nach fünf Minuten werden die Blätter im Uhrzeigersinn weitergereicht. Dann trägt jeder wieder drei Ideen ein, wobei man sich nun auch auf die Vorgängeri-  
deen beziehen kann. Nach fünf Minuten wird das Blatt wieder weitergereicht, und so weiter.

Wenn Ideen doppelt auftreten, oder Felder frei bleiben, ist das in Ordnung. Wichtig ist, daß die Aufgabenstellung vorher genau besprochen und festgelegt wird. Deutlich schreiben und Gespräche bitte möglichst vermeiden! Diese Methode ist weniger dynamisch und spontan, dafür kann man auch mal in Ruhe nachdenken.

## Kreativtechnik - Semantische Intuition I

Bei dieser auch als Basic Synectics bekannten Kreativitätstechnik werden aus dem eigenen Unternehmen/Arbeitsumfeld bekannte Begriffe gesammelt und untereinander geschrieben.

Zusammengesetzte Hauptwörter werden dabei, wenn möglich, zerlegt. Anschließend werden die Worte neu und beliebig miteinander kombiniert. Durch die Neukombinationen ergeben sich meist auch neue kreative Lösungsansätze.

### Beispiel:

- |             |                |                  |
|-------------|----------------|------------------|
| 1. Betriebs | 8. Arbeits     | 15. Abteilungs   |
| 2. Klima    | 9. Zeit        | 16. Leiter       |
| 3. Arzt     | 10. Pausen     | 17. Informations |
| 4. Büro     | 11. Rechnungen | 18. Fluß         |
| 5. Blumen   | 12. Wesen      | 19. Reinigungs   |
| 6. Kübel    | 13. Mahn       | 20. Frauen       |
| 7. Kantine  | 14. Verfahren  |                  |

20 Wörter ergeben 190 Wortpaarungen, nicht mitgerechnet die jeweilige Umdrehung. **Nun kann man nach Belieben kombinieren und erfinden:**

### 5.14. Blumen-Verfahren

Die Mitarbeiter einigen sich darauf, sich nach einem bestimmten Schema wechselseitig Blumen mitzubringen.

### 2.20. Klima-Frauen

Bestimmte Mitarbeiterinnen übernehmen für bestimmte Zeiträume Aufgaben, Gutes für das Klima zu tun.

### 10.17. Pausen-Information

Es werden täglich vier neue Pausen eingeführt, in denen fünf Minuten lang Informationen ausgetauscht werden.

## Kreativtechnik - Semantische Intuition II

Sie müssen nicht nur Wörter aus Ihrem eigenen Unternehmen/Arbeitsumfeld auswählen. Spannend ist das Mischen mit einem weiteren Thema, zum Beispiel „Veranstaltungen“.

### Beispiel:

- |                       |                  |
|-----------------------|------------------|
| 1. Sachbearbeiter     | a. Demonstration |
| 2. Chefs              | b. Performance   |
| 3. Versand            | c. Konzert       |
| 4. Produktion         | d. Ball          |
| 5. Entwicklung        | e. Olympiade     |
| 6. Buchhaltung        | f. Lesung        |
| 7. Vertrieb           | g. Oper          |
| 8. Telefonzentrale    | h. Theater       |
| 9. Betriebsrat        | i. Picknick      |
| 10. Personalabteilung | j. Jahrmarkt     |

Jetzt wieder kombiniert und erfunden (z.B. für die Aufgabenstellung „Leistungsbereitschaft von Mitarbeitern fördern“)

### 1.-e. Sachbearbeiter / Olympiade

Alle Sachbearbeiter veranstalten einen modernen Zehn-Kampf, bei dem es darum geht, in zehn Disziplinen besser zu werden.

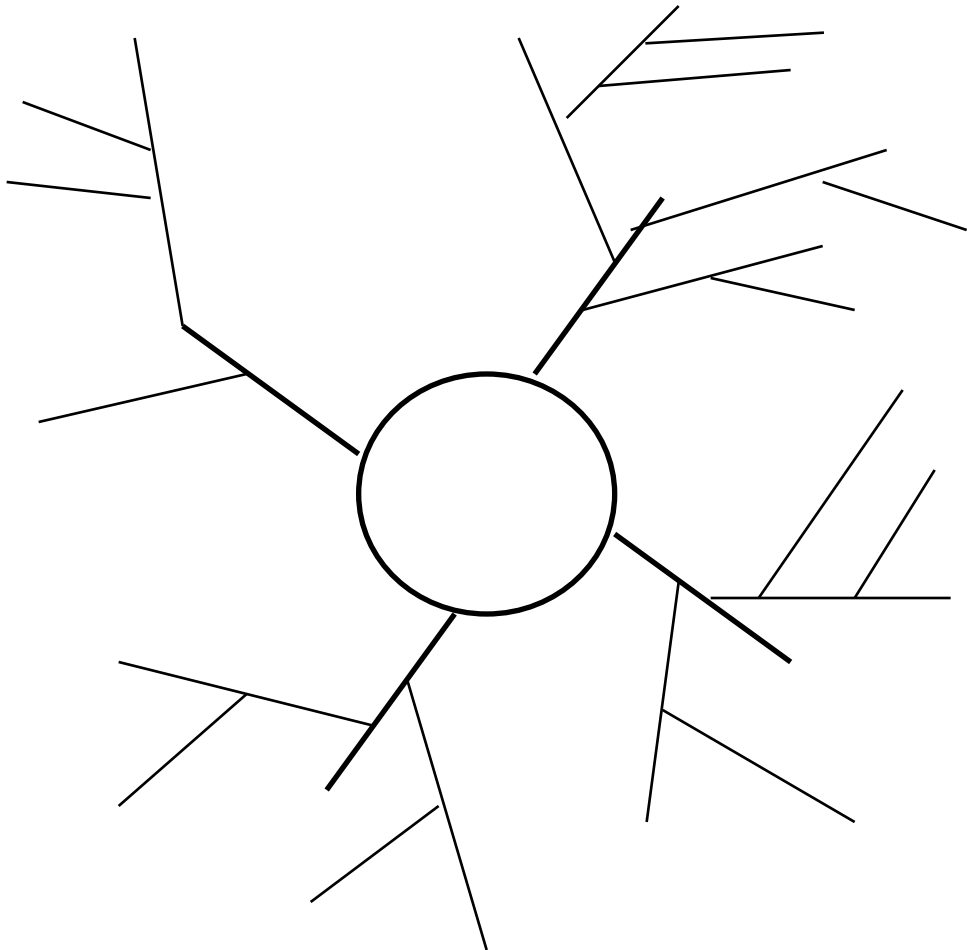
### 4.-k. Produktion / Jahrmarkt

In der Produktion wird ein Jahrmarkt-ähnlicher Parcours aufgebaut, bei dem alle übrigen Mitarbeiter lernen, die Abläufe besser zu verstehen.

### 8.-h. Telefonzentrale / Lesung

Die Mitarbeiter der Telefonzentrale sammeln gute Zitate, die sie den Anrufern bei der Vermittlung als „Spruch des Tages“ zum Gute-Laune-machen mitteilen.

## Kreativtechnik Mind - Mapping



Menschen gewinnen.

## Erläuterung der Vorgehensweise bei Mind Mapping:

Leider gibt es keine Kreativitäts-Technik speziell für Kinästheten. Mind Mapping nach Tony Buzan bzw. Morgan Kirckhoff ist eigentlich eine visuelle Technik.

Bei der durch die Präsentainment Group modifizierten Form von Mind Mapping werden die Äste nicht gezeichnet, sondern mit Karten entwickelt. Der Baum entsteht also nicht nur sichtbar, sondern primär greifbar.

Dieses „Basteln“ hat das Ziel, alle am Prozeß Beteiligten stärker in die begreifbare Welt des Themas zu führen und damit die rechte Gehirnhälfte zu stimulieren.

Wichtig ist, daß die ersten 4 bis 8 Begriffe, die genannt werden, als Haupt-Äste gelten! Andernfalls wird zu lange über die Hierarchie der Begriffe diskutiert und der kreative Prozeß blockiert

Es spielt keine Rolle, zu welchem Ast zuerst weitere Zweige entwickelt werden. Diese Methode erlaubt das ständige Hin- und Herspringen. Bei Uneinigkeit in puncto Zuordnung von Zweigen zu Ästen, neue Zweige einfach mehreren Ästen zuordnen.

Die Bewertung der Ideen und das Überprüfen ihrer Machbarkeit erfolgt dann genau so, wie Sie es bisher auch handhaben.

Es bietet sich im übrigen an, Mind Mapping mit der Bisoziation und /oder WiKaMeD zu kombinieren, da es sich hierbei nicht nur um eine Kreativitäts-Technik, sondern auch um eine Strukturierungs-Hilfe handelt.

# Nutzwert-Matrix

| Auswahl-Kriterium | Multiplikator | Idee 1 | Idee 2 | Idee 3 | Idee 4 |
|-------------------|---------------|--------|--------|--------|--------|
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |
|                   |               |        |        |        |        |

Menschen gewinnen.