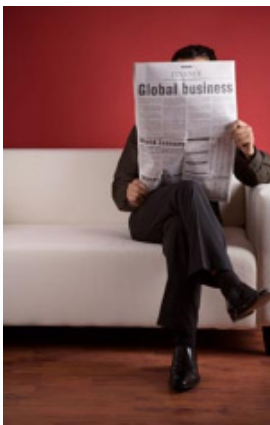


Potenziale abrufen - für eine kreative Unternehmenskultur



„Wer kreativ ist, macht immer zwei Schritte im Dunkeln. Alle können sehen, was im Licht liegt. Sie können es nachahmen, gutheißen, abändern, ihm eine neue Form geben, aber die wahren Helden wagen es in die Dunkelheit des Unbekannten..“

(Benny Golsen)

Sie sind gemeinhin übel verschrien, die Kreativen dieser Welt: Chaotisch, egozentrisch, neurotisch, über die Maßen von sich selbst überzeugt – so soll er sein, der kreative Prototyp. Es wird ein bisschen Missgunst dabei sein bei dieser Einschätzung, denn insgeheim beneidet man die Kollegin oder den eigenen Bruder dann doch, wenn sie oder er nur so sprüht vor Kreativität und guten Ideen. Aber nicht nur auf privater Ebene hat die Kreativität den Status einer Wunscheigenschaft. Auch im beruflichen Kontext wird Kreativsein heutzutage immer mehr gefordert, vielerorts mittlerweile auch gefördert. Zum Glück. Hier soll demnach auch eine Lanze gebrochen werden für kreative Techniken und Arbeitsweisen.

Betrachtet man einmal Managementaufgaben oder Projektarbeit, so wird schnell klar, dass das meiste, was man tut, keine Routinetätigkeiten sind. Jeden Tag treffen Sie Entscheidungen entsprechend der Situation, in der Sie sich gerade befinden. Meistens hat man also einen gewissen Freiheitsrahmen, der diverse Möglichkeiten offen lässt. Wir wollen an dieser Stelle einen weitverbreiteten Irrglauben aus der Welt schaffen: Kreativ sind nicht nur die schaffenden Künstler, diejenigen, die vielbeklatschte Bilder malen, Skulpturen schnitzen oder meißeln, oder jene, die tagein, tagaus, kreativ und überaus ansprechend unsere Medien gestalten oder die Dinge entwerfen, die wir dann im Geschäft kaufen. Die sind es zwar in der Regel durchweg, aber Kreativität äußert sich auch noch ganz anders. Überall werden kreative Lösungen gefordert – in der Umweltpolitik, der Kindererziehung oder der Marketingabteilung – und geliefert.

Eine weitere falsche Annahme besteht darin, dass sich die Menschheit unterteilen lässt in kreative und uncreative Menschen. Jeder Mensch verfügt über ein gewisses Potenzial an Kreativität. Jedoch hat nicht jeder den gleichen Zugang zu seinen Fähigkeiten. Der kreative Mensch unterscheidet sich vom scheinbar nicht-kreativen allein da-

Potenziale abrufen -

für eine kreative Unternehmenskultur

durch, dass er sein Potenzial fast immer abrufen kann. Wie so Vieles lässt sich aber auch der kreative Problemlösungsprozess trainieren. Das wird all jene beflügeln, die sich selbst keinen Funken innovativen Ideenreichtum konstatieren.

Stichwort: Kreativ führen

Wir haben sie gehasst, damals in der Schule: Jene Lehrer, und schlimmer noch die Referendare, die mit ausgefeilten Methoden das Beste aus den Schülern herauskitzeln und gleichzeitig ihre innovativen Lehrkonzepte unter Beweis stellen wollten. Kreativitätstechniken sind so auch für viele ein rotes Tuch. Leider, muss man sagen. Denn Kreativität besitzt so viel Kraft und Potenzial, wenn man sie in die richtigen Bahnen lenkt.

So sind viele erfolgreiche Führungskräfte äußerst einfallsreiche Manager, manche sogar, ohne es zu wissen oder explizit zu wollen. Der Arbeitsalltag hält immer wieder Überraschungen bereit, da sind besonders jene Mitarbeiter wertvoll, die ungewöhnliche Lösungen auf ungewöhnliche Fragen finden. Bei der Entwicklung neuer Produkte oder auch nur der Verbesserung vorhandener Bauteile, bei der Optimierung des Informationsflusses oder

zur Problemlösung im persönlichen Bereich – die potenziellen Einsatzgebiete sind nahezu zahllos. Manchmal rechnet es sich, die Wege abseits bekannter Pfade zu gehen und im Unternehmen eine kreative Kultur zu entwickeln. Das geht schon mit einfachen Mitteln.

Es gibt nebeneinander ganz unterschiedliche Arten von Kreativität, die nicht qualitativ vergleichbar sind. Kreativität im engeren Sinne umfasst in der Regel den Bereich des kreativen Schaffens, also eine Idee, deren Umsetzung und ihrer öffentliche Präsentation. Kreativität im weiteren Sinne vereint Eigenschaften wie Überzeugungskraft oder Risikofreude mit Anerkennung durch die Zielgruppe.

Der Entwicklungspsychologe Howard Gardner konstatierte: „Kreativ sein heißt, dass man etwas tut, was zunächst einmal ungewöhnlich ist. Aber es ist auch bei aller Ungewöhnlichkeit so sinnvoll, dass andere es ernst nehmen.“ Abseits der Spur reicht also nicht, eine verrückte Idee ist nicht automatisch auch eine gute. Es gibt Bedingungen: Zunächst muss die Idee außergewöhnlich sein, sie muss neu sein und eine deutliche Verbesserung bewirken. Das Wichtigste aber ist, dass sie von der jeweiligen Zielgruppe akzeptiert wird. Denn das kennt schließlich jeder, man hat eine (scheinbar) außergewöhnlich gute Idee,

Potenziale abrufen -

für eine kreative Unternehmenskultur

die Kollegen oder Mitarbeiter lassen sich aber trotzdem nicht begeistern: Ende Gelände.

Der kreative Prozess

Der Prozess zwischen der Identifizierung eines Problems und seiner Lösung gliedert sich folgendermaßen: Zu allererst muss natürlich überhaupt ein Problem oder ein Auftrag erkannt werden. Darauf folgen die detaillierte Analyse und die anschließende Problemformulierung bzw. Neuformulierung. Die sogenannte Inkubation, die Ideenfindung mit Dokumentation sowie schließlich die Lösungserarbeitung komplettieren den Prozess.

Während der Ideenfindung ist der Anspruch, sich so weit wie möglich vom eigentlichen Problem zu entfernen, um dann gewissermaßen durch die Hintertür wieder darauf zu stoßen. Ein freier Kopf entwickelt die besten Ideen. Oft sind Spontanideen sogar nahe an der späteren Ideallösung. Wichtig: immer alles notieren, unterwegs, in der Konferenz, in der Badewanne!

Woher nehmen, wenn nicht stehlen?

Kreative Ideen kommen bei den mei-

sten nicht von allein, soweit waren wir schon. Hier kommen die Kreativitätstechniken ins Spiel. Der bekannteste Vertreter ist sicher jener, der auf den neudeutschen Namen Brainstorming hört. Konsequenterweise durchgeführt, bringt diese Methode auch immer viele Ideen auf den Tisch. Mindmapping, wo gedankliche Verbindungen zwischen einzelnen Punkten gezogen werden und Brainwriting, das eine schriftliche Variante des Brainstormings ist, gehören zu den Assoziationstechniken. Die Ideen kommen dabei durch bisweilen freie Assoziation. Daneben gibt es hunderte andere Techniken, die sich in systematisch-analytische und intuitive Kreativitätsmethoden unterteilen.

Gute Stimmung

Einfallsreichtum und gute Ideen leben von einer motivierten Stimmung. Anders formuliert: Ist die Laune mies, sind es die Einfälle auch. Sorgen Sie darum für eine positive Grundstimmung – bei sich und den Kollegen. Pessimismus, Miesmacherei und Blockieren sind die natürlichen Feinde der Kreativität. Konflikte sollten vor einem kreativen Prozess bereinigt sein. Richtig erfolgreich werden Sie dann mit Ihrem Team sein, wenn Sie a) eine konfliktfreie Stimmung erreichen, b) eine umfangreiche Problemanalyse vornehmen und c) sich

Consulting ■ Training ■ Coaching

Potenziale abrufen -

für eine kreative Unternehmenskultur

eine systematische Prozessauswertung im Anschluss einplanen.

Von einer Führungskraft werden noch ganz andere Sachen erwartet, nicht „nur“ gute Ideen. Wichtig ist, seine eigenen Fähigkeiten und Kapazitäten gut zu kennen, um sie entsprechend gezielt einzusetzen. Dazu gehört ein solides Methodenwissen, aber auch das richtige Gespür für die aktuelle Stimmung. Wie steht es um die Mitarbeiterzufriedenheit, blockiert jemand aus einem bestimmten Grund? Warum tut er das? Wie kann ich den Zustand ändern? Coachings von außen helfen, gezielt Verbesserungen in der Kommunikation zu erreichen und Situationen zu reflektieren. In den Seminaren der HR Unternehmensberatung lernen Sie außerdem auch die eine oder andere Methode kennen, um der Kreativität auf die Sprünge zu helfen. Trauen Sie sich – ein bisschen Mut braucht schließlich, wer zwei Schritte im Dunkeln machen möchte.

Weitere Informationen finden Sie unter

www.Heinrich-Roth.com

© Copyright

Diese Ausarbeitung ist geistiges Eigentum der Heinrich Roth Unternehmensberatung, Gießen. Jede Verwendung der Konzeption - auch in Auszügen - darf nur mit schriftlichem Einverständnis der Heinrich Roth Unternehmensberatung erfolgen.