

5.8.3

Kreativ arbeiten mit Auszubildenden – Grundlagen und Techniken

Inhalt

	<i>Seite</i>
● Einführung	3
● Kreativität als Motor der Zukunft	4
– Der Nährboden für das kreative Arbeiten	
– Der kreative Sprung	
● Grundlagen des kreativen Prozesses	8
● Techniken für kreative Impulse	10
– Fluss der Assoziationen	
– Das Walt-Disney-Modell	
– Kopfstandtechnik	
– Reizwortmethode	
– Osborncheckliste	
● ... und wie geht es weiter? Aus Ideen Aktionen machen ...	19
● Literatur	20

Die Autorin:

Elke Meyer, Diplom-Pädagogin, DVNLP-Lehrtrainerin und Mediatorin BM, ist Trainerin, Beraterin und Coach für Unternehmen. Ihre inhaltlichen Schwerpunkte sind Führung, Kommunikation, Arbeitstechniken, Selbstmanagement sowie die Ausbildung von Trainern.

Anschrift: Wassertappen 20 a, 38446 Wolfsburg, www.kompetenzsprung.de
www.flipchartart.de

Einführung

Als Ausbilder werden Sie je nach Branche eher inhaltliche Dinge mit Ihren Auszubildenden trainieren und unterrichten. Es geht darum, vorhandene Prozesse zu erlernen, vorgegebene Strukturen umzusetzen und Anweisungen exakt auszuführen. All das ist wichtig und unerlässlich in jeder Ausbildung.

In der kreativen Arbeit geht es darüber hinaus um eine ganz andere Art zu denken. Es geht darum, Vorhandenes weiterzuentwickeln, Neues zu gestalten, neue Wege zu bahnen und Innovationen hervorzubringen.

Gerade in der heutigen Zeit schneller Veränderungen und rasanter Umbrüche kann es integraler Bestandteil einer Ausbildung sein, nicht nur Vorhandenes fortzuführen, sondern die Fähigkeit zu vermitteln, Neues zu erschaffen, also kreativ zu sein.

Im Folgenden erfahren Sie, was Kreativität ist, warum es wichtig ist, mit Auszubildenden kreativ zu arbeiten, und wozu es Ihnen nützt. Weiterhin werden fünf konkrete Kreativitätstechniken vorgestellt, die Sie für sich alleine, mit Ihren Auszubildenden oder auch im Team mit anderen Ausbildern unmittelbar umsetzen können.

Kreativität als Motor der Zukunft

Das lateinische Wort „creare“ ist der Ursprung des Wortes Kreativität und bedeutet „etwas neu schöpfen, etwas erfinden, etwas erzeugen, herstellen“. Kreativität ist demnach nicht nur etwas für Künstler, Entwickler und den privaten Bereich. Kreativität als schöpferische Kraft, die neue Ideen oder Lösungen erschafft, Altes neu verknüpft und in neue Formen bringt, ist der Motor der Zukunft, die Fähigkeit, ein Unternehmen an den sich wandelnden Markt anzupassen. Sie ist eine Strategie zur Umweltbewältigung, ein wesentlicher Aspekt unserer Intelligenz. Ihr Antrieb ist eine neugierige, forschende Geisteshaltung, die in jedem Menschen vorhanden ist.

Kreativität bedeutet, dass man eine Lösung finden wird, wenn es für ein Problem noch keine Lösung gibt.

Kreativität schafft Motivation

Neben dieser sachlichen Komponente ist Kreativität auch auf der menschlichen Ebene als Motivationsfaktor nützlich: Mitarbeiter, die an ihrem Arbeitsplatz ihre Kreativität einbringen können, sind weniger anfällig für Fehlzeiten, Krankheiten oder Burnout. Damit motivieren Sie Ihre Auszubildenden also während der Ausbildung und geben ihnen zusätzlich ein Werkzeug für eine selbstbestimmte Zukunft an die Hand.

Für die meisten Aufgaben, die Sie erledigen, benötigen Sie keine Kreativität: Sie wenden Ihr Wissen und Ihre Fertigkeiten an und erzielen damit – hoffentlich – das gewünschte Ergebnis. Diese Arbeitsweise nennt man Routine; sie ist zuverlässig und effizient. Natürlich verwenden Sie jeden Morgen die gleiche strukturierte, in Ihrem Unternehmen etablierte und funktionierende Form der Anwesenheitserfassung, anstatt sich täglich kreative, neue Formen einfallen zu lassen.

Doch an einigen Stellen reicht Routine nicht aus: Kreativität ist immer dann gefordert, wenn

Kreativität beginnt, wo Routine endet

- auf ein Problem bisherige Lösungen nicht ohne Weiteres angewendet werden können;
- neue Wege gebahnt werden sollen, die es noch nicht gibt.

Erfreulicherweise steht Kreativität nicht nur einigen begnadeten Menschen zur Verfügung, sondern ist trainierbar und lernbar:

Kreativität ist trainierbar

- durch das Befolgen kreativitätsfördernder Regeln, mit denen Sie einen guten Nährboden für das kreative Arbeiten schaffen;
- indem Sie den „kreativen Prozess“ befolgen;
- indem Sie gezielt Techniken für das Entstehen von kreativen Lösungen einsetzen.

Der Nährboden für das kreative Arbeiten

Wenn Sie mit Ihren Auszubildenden kreativ arbeiten, können Sie einen Rahmen schaffen, der ein solches Arbeiten unterstützt. Reservieren Sie sich Zeit für die kreative Arbeit, in der Sie nicht von außen gestört werden. Wenn möglich, ziehen Sie sich in einen besonderen Raum zurück oder gestalten Sie den üblichen Raum etwas um. Erlauben Sie Offenheit und Toleranz für ungewöhnliche und originelle Ideen. Dabei kann es gerade im Unternehmen hilfreich sein, eine spielerische Grundhaltung zu erlauben. Kreativität entspringt einer lockeren Geisteshaltung. Je vertrauter Ihre Gruppe miteinander und auch mit den Methoden des kreativen Arbeitens ist, umso eher werden sie in einen Gedankenfluss kommen. „Ernsthaftigkeit“ und Kritik sind dabei erst in der letzten Phase des „kreativen Prozesses“ erlaubt, wenn das kreative Produkt auf Praxistauglichkeit überprüft wird. Vorher behindert Kritik das kreative, schöpferische Denken. Aus diesem Grund achten Sie darauf, dass Ideen weder zerredet noch durch Killerphrasen klein gemacht werden. Man weiß nie, welche der im ersten Moment möglicherweise abwegig oder absurd scheinenden Ideen den Funken für die geniale Lösung in sich trägt.

Rahmen schaffen, der kreatives Arbeiten unterstützt

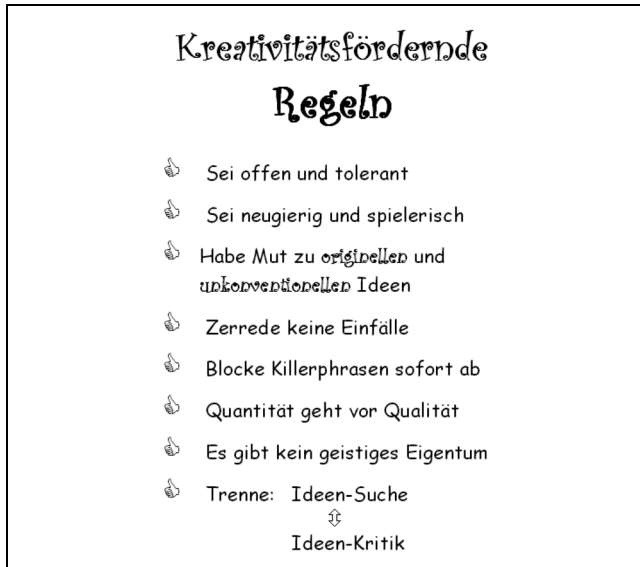


Abb. 1: Kreativitätsfördernde Regeln

Unterstützen Sie eine neugierige Grundhaltung auf die zu schaffende Lösung und laden Sie ein, dass jeder sich aktiv mit einbringt. Machen Sie klar, dass gute Ideen keiner der beteiligten Personen „gehört“, denn letztlich ist jede Idee ein Produkt aller vorher genannten Einfälle.

Der kreative Sprung

Lösungen für Probleme tauchen zumeist dann auf, wenn man sich mit etwas ganz anderem beschäftigt: beim Tennisspielen, kurz vor dem Einschlafen. So hat Archimedes in der Badewanne das Archimedische Prinzip entdeckt. Die „ganz andere“ Beschäftigung sorgt dafür, dass man aus seinen üblichen, eingefahrenen Gedankenrillen herausgeschleudert wird und damit den sogenannten „kreativen Sprung“ beginnt. Aus dieser Entfernung nähert sich das Denken dem Problem aus einer „abwegigen“ Richtung und ermöglicht dadurch das Entstehen neuer Wege.

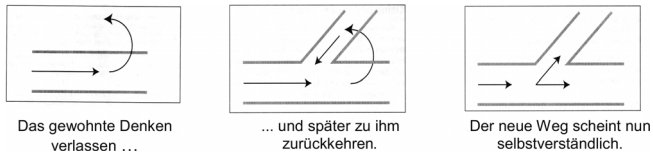


Abb. 2: Der kreative Sprung

Im Alltag geschieht das unabsichtlich und nebenbei, und wir freuen uns über die zufälligen Ideen.

Wenn Sie gezielt kreativ werden möchten, stehen Ihnen Kreativitätstechniken (s. u.) zur Verfügung, die den kreativen Sprung bewusst initiieren: Durch diese Technik entfernen Sie sich vom normalen Denken, entwickeln Ideen, die erstmal sehr weit weg von einer realistischen Lösung liegen. Um einen realen Nutzen zu erzielen, beziehen Sie die neuen Ideen später wieder auf das Problem und kehren damit zum normalen Denken zurück. Die Wege, die dadurch entstehen, scheinen später in der Rückschau selbstverständlich und eine Welt ohne diesen Weg ist kaum noch vorstellbar, so wie für uns heute eine Welt ohne das Rad nicht mehr denkbar ist.

Grundlagen des kreativen Prozesses

Herausragende Ideen scheinen manchmal quasi „vom Himmel zu fallen“. Bei genauerer Betrachtung fällt aber auf, dass geniale kreative Leistungen in einem zeitaufwendigen, längeren Prozess entstanden sind, der in verschiedenen Phasen in fast immer ähnlicher Weise abläuft.

Der Kreative Prozess

1. Intensive Beschäftigung mit dem Problem
2. Entfernung vom Problem
3. Spontanes Auftauchen einer Lösungsidee
4. Ausarbeiten der Idee

1. Die intensive Beschäftigung mit einem Problem

Problem erkennen, identifizieren und formulieren

Im ersten Schritt wird das Problem erkannt, identifiziert und formuliert. Erfassen Sie in dieser Phase das Problem und bringen Sie es auf den Punkt:

- Wie genau sieht das Problem aus?
- Wie wirkt es sich aus?
- Formulieren Sie Ihr Ziel.

Beispiel

Sie bemerken z. B., dass das Englisch Ihrer Auszubildenden den Anforderungen Ihres internationalen Kundenstamms nicht gerecht wird. Trotz des Unterrichtes in der Berufsschule stellen Sie fest, dass E-Mails in nicht ausreichendem Englisch beantwortet werden und anstehende englischsprachige Telefonate Panik auslösen.

Sie beobachten, dass dadurch Kunden vor den Kopf gestoßen wurde und sie in einem konkreten Fall sogar einen potenziellen Neukunden verloren haben.

Als Ziel setzen Sie sich nun, dass jeder Auszubildende am Ende der Ausbildung sicher Standardtelefonate bis zu fünf Minuten in Englisch führen kann und fehlerfreie E-Mails in der Sprache versenden kann.

Mit anderen Dingen beschäftigen

2. Die Entfernung von dem Problem (Reifung)

In der Phase der Reifung entfernen Sie sich von dem Problem. Sie beschäftigen sich mit etwas völlig anderem, denken und machen andere Dinge. Quasi „im Hintergrund“ vernetzt unser Gehirn auf völlig neue Art und Weise. In den Kreativitätstechniken (s. u.) wird diese Entfernung bewusst durch den kreativen Sprung herbeigeführt.

3. Das spontane Auftauchen einer Lösungsidee (Geistesblitz)

„Heureka!“, „Ich hab’s“ rief Archimedes, als er der Sage nach aus der Badewanne kommend nackt durch die Straßen lief. Wie aus dem Nichts erscheint plötzlich eine Idee. Wie jedoch eine Pflanze schon lange in der Erde heranreift, bevor sie an der Oberfläche sichtbar wird, ist auch die kreative Idee über längere Zeit im Hintergrund entstanden. Diese Phase der plötzlichen Erleuchtung, die als sehr begeisternd und erleichternd empfunden wird, ist das, was viele Menschen als eigentliche Kreativität bezeichnen. Erzwingen kann man diese Phase nicht, die weiter unten dargestellten Techniken führen jedoch sinnvoll auf sie zu und unterstützen sie.

Kann nicht erzwungen werden

4. Die Ausarbeitung dieser Idee

Die spontanen Ideen oder gefundenen Lösungsansätze bedeuten meist noch nicht die vollständige Lösung eines Problems. Oft sind es eben nur Lösungsansätze oder -teile, die noch systematisch ausgearbeitet werden müssen. Sie werden auf die Brauchbarkeit, Realisierbarkeit und ihre Konsequenzen hin überprüft. Möglicherweise werden auch mehrere Lösungsideen zu einer Gesamtlösung verbunden.

Bewusstsein für die Umsetzung schaffen

Insofern gehört zum kreativen Prozess auch ein hartes Stück logischer, strukturierter Arbeit, bis man die kreative Idee brauchbar in die Realität umgesetzt hat. Besonders in der Arbeit mit Auszubildenden ist es wichtig, ein Bewusstsein für die Umsetzung zu schaffen. Während in Phase 2 und 3 alle mit Begeisterung dabei sein können, unterschätzen viele Jugendliche die Notwendigkeit der strukturierten, konsequenten Umsetzung, um aus einer Idee ein Produkt werden zu lassen.

Techniken für kreative Impulse

Die Phasen der Problemanalyse und der Ausarbeitung der Idee entsprechen unserem alltäglichen Denken, den Geistesblitz verdanken wir scheinbar dem Glück. In der zweiten Phase, der Phase der Reifung, benötigen wir eine andere Art des Denkens. Um diese andere Art des Denkens herbeizuführen, werden in dieser Phase ganz bewusst, z. T. ungewöhnlich wirkende Techniken eingesetzt.

Jeder Gedanke ist richtig**Fluss der Assoziationen**

Basis jeder Kreativität ist es, Gedanken in einen Fluss kommen zu lassen. Kein Gedanke wird kritisiert oder als lächerlich dargestellt. Die Gedanken in Fluss zu bringen, ist wie eine Quelle freizulegen. Erst fließt nur wenig Wasser, obwohl man bis dahin schon viel Arbeit investiert hat. Je weiter die Quelle freigelegt wird, desto breiter wird der Strom dann auch ohne zusätzliche Arbeit. Abweichend vom alltäglichen Arbeitsdenken gilt in der kreativen Arbeit jeder Gedanke als „richtig“, da er möglicherweise ein Sprungstein für den Gedanken sein kann, der später zu einem tollen neuen Produkt ausgearbeitet wird. Die bekannteste Methode des Assoziationsflusses ist das Brainstorming (Gedankensturm): Zu einer Fragestellung werden alle Ideen wertungsfrei gesammelt. Hier sehen Sie beispielsweise eine Sammlung erster Ideen zu der Fragestellung, wie das Englisch der Auszubildenden besser werden könnte:

Wie können unsere Auszubildenden beratungssicheres Englisch lernen?

Englischunterricht

Austausch mit Partnerfirmen

Informelle Gruppen vor Ort, die Englisch
sprechen

Englische Videos / Lehrvideos im Unterricht

Englische Texte bearbeiten

Abb. 3: Brainstorming-Beispiel

Erfahrungsgemäß müssen viele Auszubildende erst an dieses wertungsfreie Sammeln von auch ungewöhnlichen und scheinbar abwegigen Gedanken herangeführt werden. Wenn sie den Genuss des freien Assoziierens erlebt haben, sind sie oft begeistert bei der Sache, extrem einfallreich und kreativ.

Das Walt-Disney-Modell

Walt Disney hat eine grundlegende Technik verwendet, mit der er seine Figuren zum Weltruhm führte. Er schlüpfte während des Schaffensprozesses in drei verschiedene Rollen: die des Träumers, des Kritikers und des Handelnden.

Als Träumer erlaubte er sich, Visionen zu entwickeln, unabhängig von der Wirklichkeit zu fantasieren.

Als Kritiker nahm er die Vorschläge des Träumers und überprüfte kritisch, inwieweit sich die Ideen in der Wirklichkeit umsetzen ließen, was noch zu verbessern wäre und wo sich Fehlerpotenziale finden.

Als Handelnder nahm er die weiterentwickelten Vorschläge vom Kritiker und überprüfte, was getan werden musste, um die Dinge greif- und sichtbare Realität werden zu lassen.

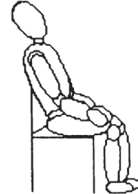
Jede dieser Rollen steht für eine andere Denkhaltung, die alle für den kreativen Prozess nötig sind. Das Geheimnis der erfolgreichen Kreativität liegt darin, die drei Stile in Kooperation zu bringen.

Die „Walt-Disney-Strategie“ in der Praxis

Etablieren Sie für jeden Denker einen anderen Stuhl, trennen Sie also die verschiedenen Denkstile räumlich voneinander:

Träumer

- Auf dem Stuhl des Träumers nehmen Sie die Haltung des Träumers ein und produzieren Sie fantastische Einfälle. Der Träumer als Ideengeber und Visionär darf viele Ideen hervorbringen und fantastische Visionen entwickeln. Er kümmert sich um das Wünschenswerte. Der Träumer stellt Fragen wie: „Was wäre wirklich toll?“, „Stell Dir vor, jemand wäre so verrückt, und würde einfach . . .“ Schreiben Sie die Ideen auf einen Zettel und reichen Sie ihn weiter an den Kritiker.



Kritiker

- Auf dem Stuhl des Kritikers schalten Sie Ihren kritischen Verstand ein und unterziehen Ihre Idee einer schonungslosen Kritik. Prüfen Sie genau, ob ein Vorhaben sinnvoll ist, das kreative Produkt etwas taugt und wie es verbessert werden kann. Den Kritiker zu überzeugen, heißt, dass eine Idee gute Chancen auf Bestand hat. Der Kritiker stellt Fragen wie: „Was ist dran an der Idee? Lässt es sich umsetzen?“, „Lohnt sich die Sache?“, „Was ist überflüssig und kann gestrichen werden?“, „Wofür kann mir diese Idee als Sprungbrett dienen?“ Notieren Sie Ihre Kritikpunkte wertschätzend auf einem Zettel und reichen die derart ausgefeilte Idee an den Handelnden weiter.



Handelnder

- Als Handelnder stehen Sie in den Startlöchern und wollen die Idee endlich verwirklichen. Sie entwickeln Handlungsstrategien und gestalten ein handfestes Produkt. Mit seinen Stärken, die in der Aktion begründet liegen, rundet der Handelnde den kreativen Prozess ab, gewinnt Mitstreiter für die Umsetzung und



manifestiert den Traum. Nehmen Sie die (inzwischen kritisierten und veränderten) Ideen des Träumers und setzen Sie sie um. Suchen Sie mit Ihrem Handwerkerverband den kürzesten und zweckmäßigsten Weg. Gehen Sie planmäßig und pragmatisch vor. Der Handelnde stellt Fragen wie: „Was braucht es, um die Träume umzusetzen?“; „Was muss getan werden, um . . .?“; „Wie müsste etwas verändert werden, damit es umsetzbar ist?“; „Was konkret werden meine ersten drei Schritte sein, die ich in Richtung auf mein Ziel angehen werde? Bis wann werde ich sie erfüllt haben?“

Durchlaufen Sie mit der Idee ruhig mehrfach die drei Stühle und verfeinern Sie die Idee so weit, bis Träumer, Kritiker und Handelnder zufrieden sind. Stehen Sie schnell von den einzelnen Stühlen wieder auf. Beenden Sie das Projekt möglichst auf dem Stuhl des Handelnden.

Wenn Sie das Walt-Disney-Modell mit der ganzen Gruppe durchführen wollen, können Sie den Raum in drei Bereiche einteilen und diese nacheinander mit der ganzen Gruppe durchschreiten. Alternativ teilen Sie die Gruppe auf und jeweils ein Drittel der Auszubildenden vertritt eine der Rollen. So wird es sehr lebendig und spannend. Ihre Aufgabe als Ausbilder ist dabei, auf die saubere Einhaltung der unterschiedlichen Denkstile zu achten.

**Als Gruppen-
übung**

Kopfstandtechnik

Bei der Kopfstandtechnik handelt es sich um eine Umkehrmethode, die bewusst einen Perspektivenwechsel auslöst. Die Aufgabenstellung wird auf den Kopf gestellt, in ihr Gegenteil verkehrt. Die Auseinandersetzung mit der konträren Fragestellung kann vollkommen neue Horizonte eröffnen und helfen, eingefahrene Wege zu verlassen.

Die „Kopfstandtechnik“ in der Praxis

Nachdem Sie den Ist-Zustand definiert und ein Ziel festgelegt haben, drehen Sie die Aufgabenstellung um, formulieren Sie diese also negativ: „Wie können wir verhindern, dass unser Produkt gekauft wird?“; „Wie können wir Kunden verschrecken?“ oder eben zu unserem Beispiel: „Wie können unsere Auszubildenden ihr Englisch verlernen?“. Hierzu sammeln Sie Ideen per Brainstorming auf einem Wandplakat.

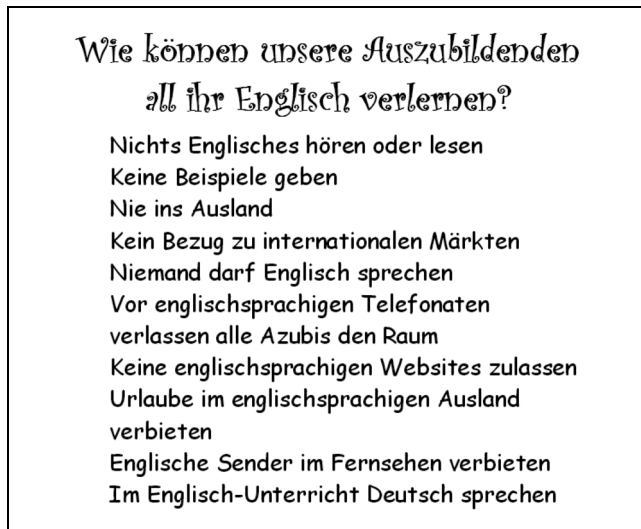


Abb. 4: Brainstorming zur Kopfstandtechnik – Beispiel

Anschließend werden zu jeder „Transferidee“ Gegenlösungen gesammelt, indem die Fragestellung wieder ins Positive umgedreht wird. Bsp.: „Wie können wir einen reißenden Absatz unseres Produktes fördern?“ „Wie können wir Kunden begeistern?“ oder „Wie können die Auszubildenden ihr Englisch verbessern?“. Sammeln Sie auch diese Antworten schriftlich per Brainstorming. Meistens finden sich hier mehr und neuere Ideen als bei einem regulären Brainstorming.

Transferideen zur Kopfstandtechnik

- Besuche ausländischer Niederlassungen
- Hospitation in englischsprachigen Meetings + Telefonaten
- Begleitung auf Dienstreisen
- Normalen Unterricht auch mal in Englisch
- Freude an internationalen Märkten wecken
- Interesse an Urlaub in englischsprachigen Ländern wecken und organisatorische Hilfe anbieten
- Interesse wecken, Videos auch mal in Englisch anzuschauen
- Suche nach englischen Fach-Websites
- Beratungsspezifische Vokabular trainieren
- Beratungsgespräche mit Video trainieren

Abb. 5: Transferideen – Beispiel

Reizwortmethode

Bei der Reizworttechnik sind einige fachfremde Wörter Impulsgeber für neue Ideen. Aus Ihren Assoziationen zu den zuvor willkürlich gefundenen Wörtern bzw. Begriffen werden Anregungen für Lösungsideen gewonnen. Die Reizwortmethode basiert auf der Erkenntnis, dass sich für ein Problem dann neuartige Lösungen finden lassen, wenn bis dahin voneinander getrennte Erfahrungsbereiche miteinander verknüpft werden. So lehnen viele Erfindungen an Ideen aus anderen Bereichen an: der Klettverschluss hat seine Idee aus der Pflanzenwelt und wurde von der Klette inspiriert, das Prinzip der Dachziegel ist angelehnt an Fischschuppen oder Schmetterlingsflügel. In der Ausbildung könnte es sein, dass Sie sich für das Beispiel der Verbesserung der Englischleistungen zufällig die Worte Schilf, Fisch und Murmel als Inspiration wählen.

Die „Reizwort-technik“ in der Praxis Nachdem Sie den Ist-Zustand definiert und ein Ziel festgelegt haben, greifen Sie nach dem Zufallsprinzip ein bis zwei Begriffe (Reizworte) aus einem Lexikon, Katalog oder Buch heraus. Nun können Sie folgendermaßen vorgehen:

Variante 1 Beziehen Sie die Reizworte direkt auf das Problem und entwickeln Sie assoziative Lösungen.

Variante 2 Zu den Reizwörtern wird frei assoziiert. Im Anschluss daran werden die Assoziationen auf das Problem bezogen und Lösungsideen entwickelt.

Sie können Variante 1 und 2 auch hintereinander anwenden.

Die Beispiele, die Sie hier mit den schon erwähnten Reizwörtern „Schiff“, „Fisch“ und „Murmel“ sehen, sind nach der 2. Variante entstanden.

Schiff Fisch Murmel

Spielen, Glas, Farben, beweglich, Wasser, wendig, Sonne, Photosynthese, Schuppen, Lebertran, schillernd, zart, Einheit, sauber, frisches Wasser, miteinander, kullern, im Wind wiegen, Wind, rascheln, Vogel, Nester, Spaß, Beine, ...

Transferideen

Spiele in Englisch, Unterricht draußen, Wettkampf mit Gewinnen einführen, Quiz, Erfahrene Personen coachen die Azubis, in kleinen Einheiten, dass es sich in den Alltag integrieren lässt, das wesentliche Vokabular für solche Telefonate und E-Mails heraussuchen, ggf. mit Hilfe übersetzen lassen und mit den Azubis trainieren, 2-3 Varianten für bestimmte Situationen anbieten, Notfallphrasen, wie ein Gespräch elegant zu beenden ist, wenn sie nicht weiter wissen,

Abb. 6: Beispiele nach Variante 2

Die Konzentration auf die Reizworte verhilft dazu, eingeschliffene Denkmuster zu verlassen und so überraschende Lösungen für Probleme zu finden.

Der Rückbezug der Reizworte auf das Problem und die damit einhergehende Lösungsentwicklung ist nicht immer einfach. Übung und große Disziplin der Gruppenmitglieder sind daher unabdingbar.

Osborncheckliste

Mit dieser Technik bietet der amerikanische Werbefachmann Alexander Osborn eine Möglichkeit, ein bestehendes Produkt weiterzuentwickeln. Indem Sie einen grundlegenden Faktor der bisherigen Lösungssuche systematisch und konsequent verändern, kommen Sie zu neuen Lösungsansätzen. Diese Methode besteht aus einem Fragenkatalog, den Sie wie eine Art Checkliste abarbeiten können.

Nachdem Sie den Ist-Zustand definiert und ein Ziel festgelegt haben, beantworten Sie die Fragen der Checkliste der Reihe nach und entwickeln Sie daraus Lösungen für das Problem.

Die „Osborn-checkliste“ in der Praxis

Anders verwenden	Gibt es eine andere Gebrauchsmöglichkeit dafür? Können Sie die Idee woanders einsetzen?
Anpassen	Was ähnelt dieser Idee? Gibt es Parallelen? Was können Sie nachahmen?
Ändern	Können Sie Bedeutung, Farbe, Bewegung, Größe, Form, Klang, Geruch etc. verändern?
Vergrößern	Können Sie es größer machen? Etwas hinzufügen? Die Häufigkeit erhöhen? Die Stärke? Die Höhe? Die Länge? Den Abstand? Vervielfältigen? Übertreiben?
Verkleinern	Können Sie es kleiner machen? Etwas wegnehmen? Tiefer machen? Kürzer? Dünner? Leichter? Heller? Feiner? Können Sie es aufspalten? Als Miniatur?
Ersetzen	Was können Sie an der Idee austauschen? Lässt sich der Prozess anders gestalten? Gibt es andere Positionen? Elemente aus anderen Ländern/Zeiten?
Umstellen	Können Sie Teile, Abschnitte austauschen? Lässt sich die Reihenfolge ändern? Ursache und Wirkung umdrehen?
Umkehren	Können Sie das Gegenteil der Idee machen? Wie sieht die Idee spiegelverkehrt aus? Lassen sich Rollen tauschen? Lässt sich die Idee um 180° drehen?



Kombinieren	Können Sie die Idee mit anderen verbinden? Lässt sie sich in ein größeres Ganzes einfügen? In Bausteine zerlegen?
Transformieren	Können Sie es durchlöchern, zusammenballen, ausdehnen? Verflüssigen? Durchsichtig machen?

Abb. 7: Die Osborncheckliste

Gehen Sie die Technik ruhig mal spielerisch mit Ihren Auszubildenden zu einigen Ihrer Produkte durch. Die Übung wird viel Spaß machen, die Identifikation mit Ihrem Produkt stärken und bestimmt viele neue Ideen hervorbringen.

... und wie geht es weiter? Aus Ideen Aktionen machen

Nun verfügen Sie über eine Fülle von Ideen, von denen einige nutzlos sein mögen, einige auch Ideengeber für nützliche Ideen sind und vielleicht einige wenige, die sich lohnen, weiter ausgebaut zu werden. Da bekanntlich eine Idee allein noch nicht genug ist, müssen daraus nun konkrete Entscheidungen getroffen und Maßnahmen abgeleitet werden.

Zu diesem Zeitpunkt stehen Sie im kreativen Prozess am Beginn der 4. Phase, der Phase der Ausarbeitung und Umsetzung.

**Phase der
Ausarbeitung
und Um-
setzung**

Hier können Sie sich die Fragen stellen, die der Kritiker und der Handelnde des Walt-Disney-Modells stellen:

- Ist die Idee realisierbar?
- Unter welchen Bedingungen ist sie realisierbar?
- Welchen Nutzen bringt die Idee?
- Welche Kosten verursacht die Idee?
- Welche weiteren Konsequenzen könnte die Idee haben?
- Gibt es noch überflüssigen Ballast?
- Welche Schwächen hat die Idee, wie können diese minimiert werden?
- Wer setzt was zu welchem Zeitpunkt um?
- Wer ist verantwortlich für das weitere Vorgehen?

Von all den Ideen zu unserer Beispiel-Frage zur Verbesserung der Englisch-Leistungen werden einige an finanziellen und zeitlichen Engpässen scheitern. Einige der Ideen lassen sich aber auch mit geringem Aufwand umsetzen und das gesetzte Ziel lässt sich für vielleicht 70 bis 80 % der Auszubildenden realisieren.

Gerade als Ausbilder können Sie für und mit den Auszubildenden die Facetten der kreativen Arbeit erlebbar machen: sowohl den Nutzen und die Lebendigkeit von Kreativität, als auch die Notwendigkeit, konkrete Schritte zur Realisierung zu unternehmen, damit aus einem Traum Realität wird.

Literatur:

- [1] BACKERRA, H. U. A.: Kreativitätstechniken. Kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern (Pocket Power): Kreativitätswerkzeuge – Kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern. München 2007
- [2] NÖLLKE, M.: Kreativitätstechniken. Planegg 2007
- [3] MEYER, E./S. WIDMANN: FlipchartArt. Erlangen 2009
- [4] PLATT, R.: Zufällig entdeckt. Würzburg 2004
- [5] SCHERER, J.: Kreativitätstechniken: In 10 Schritten Ideen finden, bewerten, umsetzen. Offenbach 2007