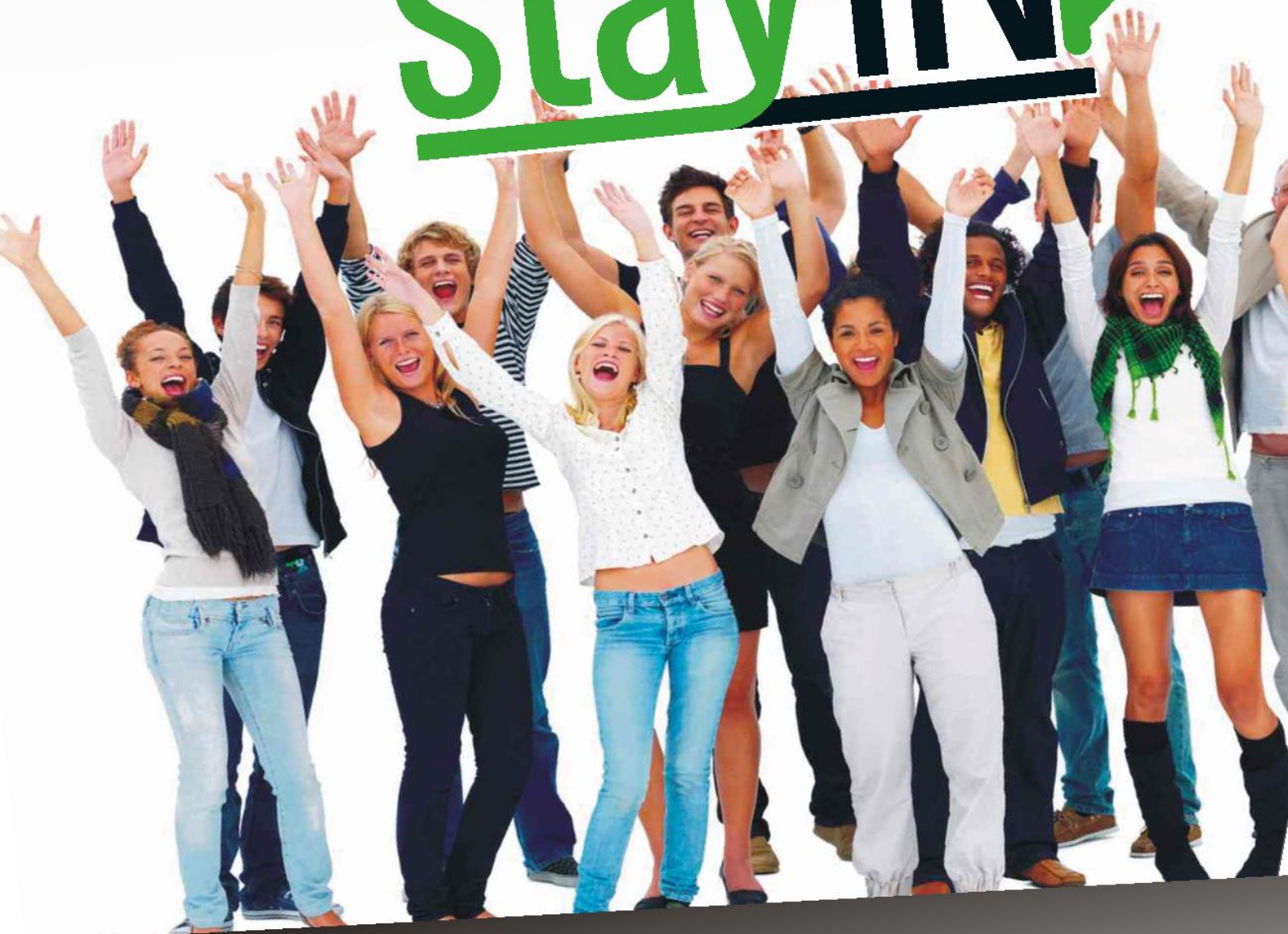




Programm für
lebenslanges
Lernen

stay INi



Praxishandbuch - Modul 4

Rebellisch konservativ oder stürmisch traditionell
Kreativitätsfördernde Prozesse in der Arbeit mit Jugendlichen



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert.
Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.
PROJEKT NUMMER - LLP-LDV-TOI-13-AT-0010

INHALT



1. Einleitung	2
2. Begriff und Bedeutung Kreativität	3
2.1 Das Komponentenmodell der Kreativität nach Urban	4
3. Die kreative Persönlichkeit	6
3.1 Kreatives Denken	6
4. Kreativität in der Ausbildung	8
4.1 Ein förderliches oder ein hemmendes Umfeld.....	8
4.2 Die kreative Atmosphäre	8
4.3 Das Flow Erlebnis.....	9
4.4 Personenspezifische Aspekte	9
5. Kurzfassung der kreativen Erziehungsphilosophie nach Landau.....	11
6. Kreativitätstechniken	13
6.1 Der Morphologische Kasten	13
6.2 Brainstorming	14
6.3 Brainwriting	16
6.4 Die 635 Methode	17
6.5 Mindmapping	19
6.6 Die 6-Hüte-Methode.....	20
6.7 Reizwortanalyse.....	23
7. Zusammenfassung.....	25
Literaturliste.....	27



1. EINLEITUNG

Gewöhnlich wird unter Kreativität im allgemeinen Sprachgebrauch oft unterschiedliches verstanden, jedoch meist mit Erfindungsreichtum und Originalität im Bereich der Kunst assoziiert. Der gemeinsame Nenner ist im Allgemeinen der Hinweis auf etwas Neues, auf in einer bestimmten Konfiguration „noch nie da Gewesenes“. Kreativität ist ein weites Feld, je nachdem ob man den kreativen Prozess, das kreative Produkt oder den kreativen Menschen im Blick hat.

Findet Kreativität tatsächlich in allen Lebensbereichen Anwendung? Kann Kreativität auch zur Findung und Entfaltung der Persönlichkeit beitragen und gibt es daher einen Zusammenhang zwischen Kreativität und erweiterter sozialer Kompetenz? Hat Kreativität einzelner Individuen positive Auswirkungen auf die Gesamtheit der Gesellschaft? Macht es Sinn, das kreative Potential zu fördern, um damit Jugendliche bzw. Erwachsene länger im Ausbildungssystem zu halten? Die vorliegende Arbeit geht davon aus, das sämtliche Fragen mit „ja“ beantwortet werden.

Dieses Modul beschäftigt sich mit der Fragestellung:

„Wie Kreativität in der Ausbildung gefördert werden kann“.

- Zu Beginn wird der Begriff Kreativität von verschiedenen Experten/innen beschrieben.
- Anschließend steht der kreative Mensch im Mittelpunkt der Arbeit.
- Der dritte Teil der Arbeit beleuchtet Kreativität in der Ausbildung. Hier werden umweltspezifische, personenspezifische und methodische Aspekte herausgearbeitet. Die förderliche Haltung der beteiligten Menschen und entsprechende Atmosphäre werden beschrieben. Einige persönliche Beobachtungen werden eingebracht, die zwar keine wissenschaftliche Belege vorweisen, aber eine sehr realistische Bild von Kreativität in der Ausbildung bzw. im Training darstellen.
- Im vierten Teil werden Methoden und Techniken vorgestellt, die uns kreativitätsfördernden Lehrpersonen helfen, die Kreativität unserer TeilnehmerInnen zu aktivieren bzw. zu erweitern.

2. BEGRIFF UND BEDEUTUNG KREATIVITÄT



Der Begriff Kreativität leitet sich vom lateinischen creare (erschaffen, hervorbringen) und vis (Kraft, Stärke) ab = Schaffenskraft.

Kreativität verlangt Ideen und Denkprozesse, die vom Herkömmlichen, Gewohnten abweichen. Man spricht von divergentem Denken, das als Gegensatz von konvergentem Denken verstanden werden kann (vgl. Landau, S.32).

Konvergentes Denken ist gekennzeichnet durch Reproduzieren von bereits erwarteten Antworten, was so viel heißt wie mechanisches Anwenden von Gelernten in neuen Problemsituationen.

Divergentes Denken wird von Faktoren wie Gewandtheit, Flexibilität und Originalität getragen. (vgl. Cropley, 1982, S.14 ff.)

Der Kreativitätsexperte Csikszentmihalyi unterscheidet zwischen der „kleinen“ und der „großen“ Kreativität.

Kleine Kreativität wird als wichtiger Bestandteil des Alltags beschrieben, die wir Menschen zustande bringen weil wir unseren Verstand benutzen, z.B. originelle Dekorationen zu erfinden.

Große Kreativität sieht er als Prozess, durch den eine symbolische Domäne verändert wird, (z.B. in der Bildenden Kunst, der Physik, der Architektur...). Kreativität ist das Ergebnis der Interaktion dreier Elemente, die ein System bilden (Systemmodell):

1. Die Kultur, die symbolische Regeln umfasst.
2. Das Individuum, das in seiner symbolischen Domäne etwas Neues kreiert.
3. Das Umfeld, das dieses Neue erkennt, anerkennt und bewertet. (Csikszentmihaly, 1996, S. 19)

Csikszentmihaly's Definition von Kreativität steht stellvertretend für die systemische Erklärung des Kreativitätsbegriffes. Für ihn findet Kreativität nicht nur im Kopf des Menschen statt, sondern ist in einen soziokulturellen Kontext implementiert.

Bringen Menschen Produkte hervor, die von keinem bleibenden Wert sind, so sind diese Individuen für Csikszentmihaly's nicht kreativ. Zur zweiten“ Kategorie“ gehören Menschen die die Welt ungewöhnlich und auf originelle Weise erleben. Das sind für ihn „persönlich kreative“ Menschen. (Vgl. Palmsdorfer, 2007, S.16).

2.1 DAS KOMPONENTENMODELL DER KREATIVITÄT NACH URBAN

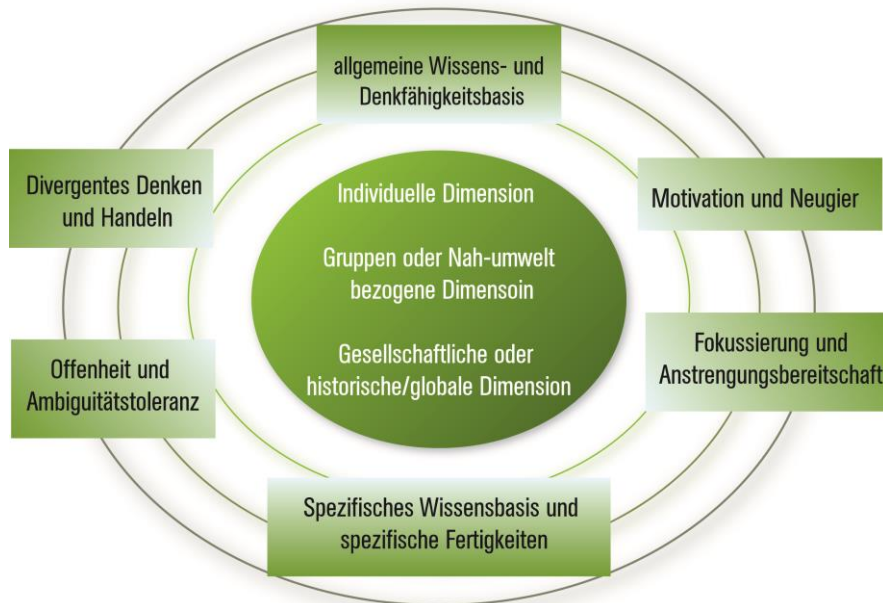


Abbildung 1: Oswald 2004, S.51; Grafik: Jugend am Werk Steiermark

Urban geht von seiner Darstellung von Kreativität im Komponentenmodell davon aus, dass Kreativität nicht nur unter dem kognitiven Aspekt - somit eher einseitig zu sehen ist, genauso wenig, wie es nur unter dem persönlichkeits-theoretischen Aspekt zufriedenstellend betrachtet werden kann. Zur Verdeutlichung dieses Modells führt Urban zahlreiche Fragen zur Unterrichtsbeobachtung auf der Basis des "Komponentenmodells" an. (vgl. Palmsdorfer, 2007, S. 27)

Komponente 1: Divergentes Denken und Handeln

- Ist Fragen erlaubt und erwünscht?
- Macht die Lehrperson die Teilnehmer sensibel und aufmerksam für ihre Umwelt?
- Werden offene Fragen gestellt?
- Bietet die Ausbildung offen gehaltene Phasen, Wege, Ziele und Produkte?
- Wird ein "abweichender" Arbeits- und Lösungsweg angenommen bzw. Originalität geschätzt?

Komponente 2: Allgemeine Wissens- und Denkfähigkeitsbasis

- Werden die Strukturen von Lerngegenständen und entsprechenden Sachverhalten analysiert und hinterfragt?
- Kommt es zur Beantwortung von Warum-Fragen, werden diese gewünscht und hinterfragt?
- Werden Evaluation und Kritik angenommen, erwünscht und gefordert?
- Liegt der Fokus beim Erlernen von neuem auf dem Lernprozess und nicht nur auf dem Ergebnis?

Komponente 3: Spezifische Wissensbasis und spezifische Fertigkeiten.

- Bietet der Unterricht Platz für individuelle Interessen der TeilnehmerInnen und können diese Interessen in die Ausbildung eingebaut werden?
- Werden diese speziellen Interessen gefördert?

Komponente 4: Fokussierung und Anstrengungsbereitschaft.

- Werden Anstrengungsbereitschaft und Einsatz bei einer Aufgabenstellung geschätzt und belohnt?
- Werden die TeilnehmerInnen dazu angehalten, Ablenkungen zu erkennen und in weiterer Folge zu vermeiden?
- Gibt es Wettbewerb und Aufträge die ein längerfristiges Auseinandersetzen ermöglichen und fördern?

Komponente 5: Motive und Motivation

- Werden Wiederholungen die für die TeilnehmerInnen nicht nötig sind, vermieden?
- Können durch eigenständiges und selbstbestimmtes Lernen Motivation und Neugier entwickelt und gefördert werden?

Komponente 6: Offenheit und Ambiguitätstoleranz

- Geht die Ausbildung ins Leben hinaus bzw. wird das Leben in die Ausbildung hereingeholt?
- Wie wird mit Irrtümern und Fehlern umgegangen?
- Wie wird mit Humor und Stress umgegangen?
- Ist in der Ausbildung Platz für Phantasie?
- Sind Ergebnisse endgültig?

Urban legt mit dieser strukturierten Fragestellung ein Gerüst für Selbst- und auch Fremdbeobachtung vor, das von Lehrpersonen jeden Faches zur Überprüfung des eigenen kreativitätsfreundlichen Unterrichts verwendet werden kann. (Vgl. Urban, 2004, S.100 ff)

3. DIE KREATIVE PERSÖNLICHKEIT



Im Folgenden wird der Schwerpunkt auf Charakteristika schöpferischer Persönlichkeiten gelegt. Ein Vergleich zwischen den unterschiedlichsten Wissenschaftler ergibt eine Vielzahl übereinstimmender Merkmale. Ein Beispiel zur Charakterisierung von kreativen Menschen sind „Die 10 antithetischen Merkmalspaare nach Csikszentmihalyi“. Die von ihm genannten Merkmalspaare stehen sich in einem Spannungsverhältnis gegenüber, schließen einander aber nicht aus.

Kreative Menschen:

- Verfügen über eine Menge physischer Kraft und Energie sind aber auch oftmals ruhig und entspannt.
- Sind häufig naiv und weltklug zugleich.
- Haben Verantwortungsgefühl einerseits und Ungebundenheit andererseits. Wechseln zwischen Imagination /Phantasie und gefestigten Realitätssinn.
- Sind introvertiert und extrovertiert.
- Tragen die widersprüchliche Haltung von Demut und Stolz in sich.
- Entfliehen und suchen auf eine gewisse Weise die ihnen von der Kultur zugeteilten fixen Rollen und Verhaltensweisen.
- Sind rebellisch und stürmisch einerseits, traditionell und konservativ andererseits.
- Bewegen sich beim kreativen Prozess zwischen den Polen Leidenschaft und Objektivität.
- Sind emotional sehr schwankend. Sie empfinden Leid und Schmerz auf der einen Seite und Freude auf der anderen.(vgl.Palmsdorfer,2007, S. 32)

Die negativen Aspekte von kreativen Persönlichkeiten wiesen Ochse und Richards 1991 mit einer Studie nach wobei sie eine klare Verbindung zwischen Kreativität / Genialität und Psychosen feststellten.

Demnach leiden 35% der Poeten und Maler, 30% der Schriftsteller, 25% der Mathematiker, 40% der Philosophen an Psychosen.

3.1 KREATIVES DENKEN

Die psychologische Forschung geht schon seit 1930 davon aus, dass kreative Lösungen auf Grund von kreativem Denken nicht Geistesblitze aus dem Nichts, sondern Ergebnisse eines mehrjährigen kognitiven Verarbeitungsprozesses sind. Die folgenden 5 Schritte von Funke stehen eng im Zusammenhang mit kreativen Lösungen. (vgl. Funke, 2000, S.283 ff).

Stufe 1: Vorbereitung

Kreative Menschen arbeiten lange Zeit in ihrem Gebiet und erreichen hier eine Expertise, die als Vorbereitung und Voraussetzung für das Neue dient.

Stufe 2: Inkubation

Es kann von Vorteil sein, ein Problem, wofür man eine kreative Lösung sucht, einfach liegen zu lassen und unserem Gehirn die Arbeit daran zu überlassen. Dieser Denkprozess ist nicht willentlich steuerbar und läuft im Unterbewusstsein ab.

Stufe 3: Einsicht

In einem ungewissen Moment durchdringt eine Assoziation die Schwelle des Bewusstseins und es kommt zum sogenannten "Aha-Effekt".

Stufe 4: Bewertung

Die neue Erkenntnis wird nun von der Person selbst oder auch von anderen Personen bewertet. Von der Idee bis zum fertigen Produkt können sich noch unzählige Änderungen ergeben. So manche Idee muss wieder verworfen werden, da sich die Bearbeitung nicht wirklich lohnen würde.

Stufe 5: Ausarbeitung

Dieser Stufe kommt eine wesentliche Bedeutung zu, denn sie ist letztendlich entscheidend für den Erfolg.

Die Vermarktung des fertigen Produktes oder der Idee ist ein weiterer - besonders in unserer Zeit - wichtiger Faktor. Eine Kreation nicht nur hergestellt zu haben, sondern auch bekannt werden zu lassen, erfordert ebenfalls Kreativität.

4. KREATIVITÄT IN DER AUSBILDUNG



4.1 EIN FÖRDERLICHES ODER EIN HEMMENDES UMFELD

Für die Gestaltung des Ausbildungsumfeldes gilt zunächst einmal, dass die Ausbildung möglichst viele kreativitätsfördernde Faktoren enthalten soll. Ein solcher Faktor ist das projektorientierte Arbeiten, wobei die TeilnehmerInnen einen direkten Nutzen ihrer Kreation haben sollten (z.B. die Herstellung eines Handyhalters aus Metall bei einem Praktikum in der Metallwerkstatt).

4.2 DIE KREATIVE ATMOSPHÄRE

Atmosphäre gehört zu jenen nicht messbaren Faktoren, die für die erfolgreiche Umsetzung und Erreichung von Zielen aller kreativen Prozesse wesentlich sein kann, wie unter anderem auch Stimmung und Laune. Atmosphäre ist spürbar, jedoch nicht messbar. Einflussfaktoren sind:

- Größe und Homogenität der Gruppe (z.B. TeilnehmerInnen mit psychischen Erkrankungen, TeilnehmerInnen mit Migrationshintergrund und damit verbunden geringen Deutschkenntnissen oder Jugendliche und junge Erwachsene, die diese Ausbildung gar nicht wollen, aber mangels Alternativen in der Gruppe sind).
- Respektvoller Umgang miteinander.
- Im günstigsten Fall sollten die TeilnehmerInnen angst- und stressfrei, ohne Furcht vor Sanktionen denken und arbeiten können.
- Der/die Trainer/in selbst zeigt ungewöhnlichen Gedanken und Produkten gegenüber eine wertschätzende Haltung und verhindert - wenn nötig - Negatives von Seiten der anderen TeilnehmerInnen.
- Beim kreativen Denken geht es darum "loszulassen" um in einem Flow-Zustand kommen zu können. Humor und Vertrauen helfen dabei.
- Die Kritik ist konstruktiv. Die Lehrperson hält sich beim kreativen Prozess zurück, ermutigt jedoch die Jugendlichen Fragen zu stellen und hilft bei der Beantwortung dieser.
- Der/die Trainer/in unterstützt die Teilnehmenden Ideen umzusetzen, Produkte fertig zu stellen, sowie Begonnenes auszuarbeiten.

Die Schaffung einer angenehmen Arbeitsatmosphäre ist für jeden Lehrkörper tagtäglich eine neue Herausforderung. Der "Flow" wird durch gruppendedynamische Prozesse unterbrochen und man steht wieder am Anfang einer Endlosschleife, in der es gilt, ein für alle TeilnehmerInnen angenehmes Arbeitsklima zu schaffen. In der Trainingsrealität ist diese Wiederherstellung einer kreativen Atmosphäre oftmals mit sehr viel Zeit und Energie verbunden.

4.3 DAS FLOW ERLEBNIS

Mihaly Csikszentmihalyi gilt als Vater des Flow-Erlebnisses. Flow wird als Zustand beschrieben, in dem man in eine Tätigkeit so vertieft ist, dass nichts anderes mehr eine Rolle zu spielen scheint. Ein Zustand des Glücks in dem körperliche Bedürfnisse genauso wenig wahrgenommen werden wie die Umwelt. Raum und Zeit des jeweils gegenwärtigen Moments sind keine Koordinaten, die von der Person im „flow“ registriert werden.

Csikszentmihalyi beschäftigt sich seit Jahren mit dem Zustand des Glücks. Für ihn ist Glück nicht etwas, was zufällig geschieht oder den Menschen erfüllt, weil angenehme Zufälle Zusammenspielen, sondern ein Umstand, den jede/r Einzelne für sich kultivieren muss. Er geht bei seiner Beschreibung mit Viktor Frankl einher, der ebenfalls die Meinung vertritt, dass Glück und Erfolg nicht verfolgt werden können, sondern erfolgen. (vgl. Csikszentmihalyi, 2003, S.14 ff).

Das Flow Gefühl kann in jedem Bereich erfolgen, wenn das Maß an Konzentrationskraft und die nötige Anstrengungsbereitschaft stimmig sind. Dann wird Flow als „auf einer Welle schwimmen“, als „dahinschweben“ beschrieben.

Ziel ist es, im Flow zu verweilen. Csikszentmihalyi führt eine positive Kettenreaktion an, in der Flow und bisweilen harte Arbeit Erfolg bringen. Flow Erfahrungen erscheinen zwar mühelos, jedoch bedarf es dazu schwerer körperlicher Anstrengungen oder disziplinierter geistiger Aktivität. Der Erfolg geht mit dem Glücksgefühl einher und das wiederum erhöht den Selbstwert. (S.79 ff)

Csikszentmihalyi bezeichnet das Flow-Gefühl auch als autotelische Erfahrung [autos (griech.) Selbst, telos (griech.) Ziel]. Er definiert autotelische Erfahrungen als sich selbst genügende Erfahrungen, in denen es nicht darum geht, Vorteile zu erzielen, sondern die man um ihrer selbst willen ausführt (S.97).

Maria Montessori nennt diesen Zustand „Polarisation der Aufmerksamkeit“.

Um Menschen in der Ausbildung Flow zu ermöglichen, bedarf es entsprechender Aufgabenstellungen bzw. Anforderungen, die sich mit den Interessen und der „Begabung“ der Person symbiotisch ergänzen. Wir TrainerInnen sollten Aufgabenstellungen im Idealfall so stellen, dass das passende Maß an Herausforderung mit den individuellen Fähigkeiten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen übereinstimmen.

4.4 PERSONENSPEZIFISCHE ASPEKTE

Die kreative Lehrperson

Für das Verhalten von Jugendlichen existiert seit mehreren Jahren der Begriff „verhaltenskreativ“ oder auch „verhaltensoriginell“ als Synonym für das Verhalten auffälliger Kinder, die durch ihre Ideen Kreatives, vom Lehrer/Lehrerin Unerwartetes, nicht im Positiven hervorbringen.

In den 80er Jahren wurden Lehrpersonen aufgefordert, vorlauten, ungehorsamen Kindern sehr behutsam zu begegnen, um ihre Kreativität nicht zu behindern. Viele TrainerInnen rea-

gierten ablehnend auf diese Ansicht, Fehlverhalten durch Kreativität zu erklären. Es ist falsch anzunehmen, dass der/die kreative Teilnehmer/in ein/e Störende/r und ein Störenfried zwangsläufig kreativ ist. (vgl. Cropley, 1982, S.20).

Die Unterscheidung zwischen kreativem Verhalten und Fehlverhalten ist oft schwierig. Sich durch divergente Fragestellungen, alternative Lösungen oder durch andersartiges Verständnis einer Materie nicht provoziert zu fühlen, sondern situationsabhängig dieses „Querdenken“ zu fördern, ist für TrainerInnen eine nicht immer leicht zu meisternde Herausforderung.

Die kreative Lehrperson

- ist im Stande, auf Unvorhergesehenes und Überraschendes flexibel zu reagieren.
- fühlt sich durch provokante Fragen nicht sofort provoziert und auch nicht in ihrer Funktion oder Stellung bedroht.
- nimmt Fragen von TeilnehmerInnen grundsätzlich ernst.
- lernt TeilnehmerInnen, mit Fehlschlägen und damit verbundenen Frustrationen umzugehen und nicht nur den schnellen Erfolg anzustreben.
- hält sich zurück, bis die Ideen des Teilnehmers ausformuliert und ausgearbeitet sind. (vgl. Cropley, 1982).

5. KURZFASSUNG DER KREATIVEN ERZIEHUNGSPHILOSOPHIE NACH LANDAU



Erika Landau war eine der ersten Frauen, die sich mit Kreativität auseinandergesetzt und in klarer deutlicher Sprache Untersuchungsergebnisse und Fallbeispiele zu diesem Themenbereich zusammengetragen hat. Ihr Credo darf als Aufruf zur kreativitätsfördernden Erziehung verstanden werden, anwendbar auf alle Bereiche und Altersgruppen.

Individualität statt Konformismus:

Bei jedem/jeder Jugendlichen werden zuerst die Fähigkeiten und Stärken entdeckt und im wahrsten Sinne des Wortes herausgefordert. Seine/ihre Umwelt, und im Besonderen die Ausbildung, erlauben es dem/der Teilnehmer/in, so zu sein, wie er/sie kann und nicht so wie er/sie sein muss.

Vom Bekannten zum Unbekannten:

Ausgangspunkt des Lernens ist das Bekannte. So ermöglicht man dem Kind, sich zum Unbekannten vortastend Neues zu erforschen, aber dabei nichts an Sicherheit zu verlieren.

Freude am Prozess und nicht nur an Leistung:

Landau meint die Freude am interaktiven, kreativen Prozess mit anderen TeilnehmerInnen, nicht nur die eher kurze Freude an der Leistung. Der/die Jugendliche erfährt Befriedigung durch den Prozess.

Fragen und nicht nur Antworten oder Fakten:

Wird Phantasie vorzeitig aus dem Lernprozess entfernt, wird Kreativität gehemmt, und es kommt nur zum Erwerb von Informationen. Lernen soll ein ständiger Prozess sein, der Vorstellungskraft, Wissen und Erfahrung verbindet. Landau vertritt die Ansicht, dass durch kreative Fragestellungen jederzeit aktuelle Informationen beschafft werden können.

Interdisziplinäres, nicht nur eng kategorisiertes Denken:

Je mehr Komponenten wir in unser Denken und Handeln miteinbeziehen, desto kreativer und weiter wird unsere Denkweise. Es ist Aufgabe der ErzieherInnen, diesen Prozess einzuleiten und zu begleiten.

Orientierung an der Zukunft:

Durch kreative Fragestellungen, die über die Gegenwart hinausgehen, verdeutlicht der/die Trainer/in den Jugendlichen, die Bedeutung der Zukunft.

Lernen durch Spiel :

Im Spiel sieht Landau einen kreativen Zugang zum Lernen und in weiterer Folge zum Leben. Das Spiel als Motor des kindlichen Potenzials ermöglicht Phantasie, Intuition, Spontaneität, Spaß und auch den Erwerb von Wissen. Aus spielenden Kindern werden spielende Erwachsene, die Experimentieren und aus Fehlschlägen lernen.

Soziales und nicht nur individuelles Denken:

Angestrebt werden Stärkung des sozialen Bewusstseins, Übernahme sozialer Verantwortung und Herausforderung sozialen und politischen Denkens. (Vgl. Landau, 1984, S.85 ff)

Cropley spricht von den „antikreativen Aspekten des Unterrichts“. Im Folgenden werden diese Aspekte schlagwortartig angeführt. Sie weisen eine bemerkenswerte Übereinstimmung mit den von Landau genannten Kriterien auf:

Für Cropley sind dies:

- Einseitige Betonung des „Richtigen“
- die Bewertung von außen
- die Ungeduld des Lehrers
- Anpassungsdruck
- eine strenge Trennung von Arbeit und Spiel (vgl. Cropley, 1982, S.112f)

6. KREATIVITÄTSSTECHNIKEN



Im Folgenden werden einige kreativitätsfördernden Techniken und Methoden vorgestellt. Jede Methode braucht ein Maß an Wissen, Motivation und nicht zuletzt Erfahrung. Die im Folgenden beschriebenen Techniken existieren schon seit ungefähr 50 Jahren und werden in der Ausbildung bzw. im Unterricht angewendet. Hier ein kleiner Auszug an Kreativitätstechniken. In Fachbüchern sind hunderte verschiedene Techniken angeführt

6.1 DER MORPHOLOGISCHE KASTEN

Morphologie ist eine kreative Denkmethode, die von dem Schweizer Physiker Zwicky (1898-1974) erfunden wurde. Die Grundidee der Morphologie nach Zwicky ist es, Kombinationen systematisch zur Lösung von Problemen abzusuchen. Dass dabei auch eher sinnlos scheinende Kombinationen durchprobiert werden, die noch niemand vorher hergestellt hat, birgt eines der Grundelemente von Kreativität und von kreativitätsfördernden Techniken.

Dabei bedient man sich des „morphologischen Kastens“. Der Morphologische Kasten, auch „Zwicky Box“ genannt, wird heute hauptsächlich in der Wirtschaft zur Lösungsfindung verwendet. Das Verfahren ist relativ einfach und benötigt nur Papier und Stifte. Vorschläge und Ideen der TeilnehmerInnen werden in eine Matrix auf einem Whiteboard oder Flipchart eingetragen und in einem anschließenden Gruppenprozess diskutiert. Ziel der Technik ist es, wertfrei an eine Aufgabenstellung heranzugehen, neue Kombinationen zu entwickeln und systematisch Lösungen zu visualisieren.

Praktische Umsetzung in der Ausbildung:

Jugendliche in einer Maßnahme zur beruflichen Eingliederung erhalten vom Trainer oder der Trainerin den Auftrag, ein Fortbewegungsmittel zu konstruieren. In der Vorbereitungsphase sprechen die Jugendlichen in kleinen Gruppen zahlreiche Möglichkeiten durch. Eine Visualisierung durch eine Matrix ist dabei hilfreich.

Thema: „Wir bauen ein Fortbewegungsmittel“

	1	2	3	4
Material	Papier, Karton	Holz	Bausteine	Styropor
Räder	keine	4	3	mehr als 4
Funktion	Lasten tragen	Personen mitführen	baggern	walzen
Antrieb	Elektromotor	Batterie	ohne	auf einem Seil
Zusatzfunktionen	Anhänger	kann schwimmen	als Tresor verwendbar	kann Lärm erzeugen
Beschichtung	Deckfarben	unbeschichtet	lackiert	mit Alufolie überzogen
Größe wie	ein Matchbox-auto	ein Schuhkarton	eine Obstkiste	eine Fernseherverpackung

Abbildung 2: Grafik: Palmstorfer, Brigitte 12.05.2007

Selbstständiges, selbst gesteuertes Lernen und Arbeiten in Kleingruppen machen diese Form von Vorbereitung für das eigentliche Werkstück erst möglich. Auch hier ist das soziale Lernen neben der Kreativitätsförderung von Bedeutung.

6.2 BRAINSTORMING

- Brainstorming eignet sich als Kreativitätstechnik in der Gruppe. Der Vorteil dieser Methode sind geringer Zeitaufwand, geringe Vorbereitung und schnelle Erfolge.
- Brainstorming ist eine Kreativitätstechnik, mit Hilfe derer nach neuen Ansätzen zur Lösung einer Problematik gesucht wird. Dabei soll bereits Gelerntes so miteinander verknüpft werden, dass es auf ein Problemfeld übertragen und ein neuartiger Lösungsansatz (Innovation) entwickelt werden kann.



Ablauf eines Brainstorming

Damit nach dem “brainstormen” auch verwertbare Ergebnisse vorliegen, empfehlen wir Ihnen dieses Vorgehen.

Problemlösung vorstellen

Zunächst wird den TeilnehmerInnen die Problemstellung beschrieben: Was für Ideen werden gesucht?

Zudem sollte das Thema eingegrenzt werden. Dazu werden Randthemen ausgeschlossen, die bei vorheriger Untersuchung als nicht machbar identifiziert wurden.

Vor dem Start werden noch kurz die Regeln des Brainstormings vorgestellt.

Durchführung

- Die Gedanken sind frei, legen Sie los: Jeder schreibt seine Gedanken zu dem gewählten Thema auf.
- Das kann zunächst in Eigenarbeit beginnen, Sie können jedoch auch an einem großen Blatt arbeiten. So können, im Sinne einer Mindmap, auch ähnliche Themen verbunden werden
- Die TeilnehmerInnen stellen nur ihre eigenen Gedanken vor. Das bedeutet nicht, dass sich die TeilnehmerInnen untereinander nicht inspirieren lassen können.

Diskussion

- Nun werden die einzelnen Ideen in der Runde diskutiert. Es geht darum die Themen noch weiter auszuschnürcen und weiter zu entwickeln.
- Bei der Diskussion ist es besonders wichtig, eine offene Diskussion zu führen und sich zu ergänzen. Eine Kritik ist zu diesem Zeitpunkt zu früh.
- Die Ideen sollten gruppiert und in ähnliche Themen gebündelt werden.

Bewertung

Bei der Nachbereitung werden Vor- und Nachteile der einzelnen Ideen vorgestellt. Idealerweise gibt jeder Fachbereich so sachlich wie möglich eine kurze Einschätzung ab, denn es geht darum, den TeilnehmerInnen eine Entscheidungsgrundlage anhand aller Informationen zu ermöglichen und nicht diese zu beeinflussen. Die Bewertung mündet in einer Abstimmung.

Abstimmung

- Alle Ideen werden auf einer Tafel etc. gesammelt.
- Jede/r Teilnehmer/in erhält 3 Stimmen
- Für jede Idee dürfen 1 - 3 Stimmen abgegeben werden
- Die 5 Ideen mit den meisten Stimmen werden weiter verfolgt

Nachbereitung

Damit Sie auch Resultate erreichen und nicht zur Ideen, müssen die nächsten Schritte geprüft werden.

Wer muss nun was tun? Das hängt ganz von der Problemstellung ab. Es können beispielsweise weitere Nachforschungen, die Planung eines Prototypen oder das Einholen von Angeboten sein.

Die wichtigsten TeilnehmerInnen sollten sich in regelmäßigen Intervallen treffen und über aktuelle Entwicklungen informiert werden.

Regeln im Brainstorming

Damit die Brainstorming-Runde auch zu brauchbaren Ergebnissen führt, sollten sich die TeilnehmerInnen an bestimmte Regeln halten.

- Respekt – jede/r Teilnehmer/in kann seine Meinung frei äußern, ohne unterbrochen zu werden. Bedenken zu einzelnen Ideen können in der anschließenden Diskussion geäußert werden.
- Jede Meinung ist wichtig, das bedeutet, dass sich jede/r Jugendliche in das Brainstorming einbringen sollte (und muss). Es soll nicht von wenigen dominiert werden.
- Zeitrahmen und Abläufe dürfen nicht zu stur eingehalten werden, bei einer tollen Idee, kann der Ideenfindungsprozess auch mehr Zeit als die Diskussion in Anspruch nehmen.

Rahmenbedingungen

- Bei mehr als 7 TeilnehmerInnen sollte man über eine Teilung in 2 Gruppen nachdenken.
- Alle Ideen und Meinungen sollten schriftlich fixiert werden, somit gehen keine Ergebnisse verloren.
- Die Dauer beträgt 8 bis 15 Minuten. Das Brainstorming sollte jedoch nicht unterbrochen werden. Im Anschluss erfolgt der Austausch der Ergebnisse.
- Als Arbeitsmaterial für die kreative Runde benötigt jeder Teilnehmer/jede Teilnehmerin einen Stift sowie Papier.
- Der/die Jugendliche schreibt seine/ihre Gedanken auf bzw. ein/e Moderator/in hält die Ergebnisse auf einem Flipchart fest.

Fazit

Der große Vorteil von Brainstormen ist der geringe Planungsaufwand und, die meist verwertbaren Ergebnisse. Und mit der oben genannten Vorgehensweise können auch ruhige TeilnehmerInnen zu Wort kommen. Denn das ist ein großer Nachteil, dass die lautesten die Unterhaltung beherrschen. Wenn man jedoch einer ruhigen Runde in Einzelarbeit beginnt, finden auch die Ideen der stillen TeilnehmerInnen gehör.

6.3 BRAINWRITING

Die Kreativitätstechnik Brainwriting ist dem Brainstorming sehr ähnlich. Bei beiden Methoden wird versucht, kreative Ideen zu erhalten, anhand der Gedanken, die spontan in den Sinn kommen. Eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg dieser Maßnahmen ist ein angenehmes Umfeld, ohne Druck und Stress.

Der Kern vom Brainstorming ist die Ideenfindung in der Gruppe, das ist gerade für schüchterne TeilnehmerInnen oft schwierig. Hier kann das Brainwriting eine gute Alternative sein. Denn zunächst werden beim Brainwriting alle TeilnehmerInnen alleine gelassen, diese können so in Ruhe Gedanken weiterentwickeln und festhalten.

Was die Vorbereitung und das Vorgehen dieser Methode anbelangt, bieten diese 5 Tipps einen schnellen Einblick.

5 Tipps zum Erfolg:

- Sie wählen das Thema bzw. beziehen sich auf eine Problemstellung. Sie wählen einen Ausgangsbegriff zum Beispiel "unzufriedene KundInnen".
- Sie benötigen Stift und Papier und schreiben das Thema in die Papiermitte.
- Sie schreiben alle Gedanken zu dem Thema auf (zufriedene KundInnen, abstoßen, zurückgewinnen...), etwa 5 – 12 Minuten.
- Sie überlegen sich parallel dazu Maßnahmen, die helfen können.
- Sie besprechen Ihre Ideen aus dem Brainwriting in der Gruppe und verfolgen die Erfolgsträchtigen weiter.

Sie können sich beim Brainwriting durchaus auch austauschen, es ist sogar erwünscht. Trotzdem arbeitet jeder zunächst an seiner eigenen Ideensammlung. Das führt dazu, dass keine Ideen untergehen und zurückhaltende TeilnehmerInnen gleichwertig einbezogen werden.

Regeln:

- Beim Brainwriting oder Brainstorming ist eigentlich keine Moderation notwendig.
- Der richtige Zeitpunkt für Kritik ist die gemeinsame Diskussion (Schritt 5).
- In den Diskussionen sollten Umgangsformen und Regeln beachtet werden, jeder Beitrag ist wichtig.
- Die Ideen können nach Belieben aufgegriffen und ergänzt werden.
- Nach der Diskussion werden die ausgestalteten Ideen bewertet.

Anwendung von Brainwriting:

Brainwriting kann in unterschiedlicher Form durchgeführt werden, so kann beispielsweise die 6-3-5 Methode als Vorlage dienen.

Das Brainwriting hat dem Brainstorming gegenüber den Vorteil, dass mehr Ideen entstehen und die TeilnehmerInnen gleichwertig zu Wort kommen. Die Ergebnisse des Brainwritings können nun beim Mindmapping veranschaulicht und untersucht werden.

6.4 DIE 635 METHODE

Die 635 Methode ist eine praktische Kreativitätstechnik, um Ideen zu einer ausgesuchten Problemstellung zu erhalten. Bei dieser Kreativitätstechnik haben Sie garantiert kreative Ideen. Denn die TeilnehmerInnen leisten sozusagen Akkordarbeit, da 6 Jugendliche für ihre 3 Ideen jeweils 5 Minuten Zeit haben. Im Anschluss rotieren die Blätter der TeilnehmerInnen.

Bei der Ideensammlung können Sie auf Masse gehen oder wenige Ideen vertiefen. Denn entweder werden neue Ideen gesammelt oder die Ideen der VorgängerInnen erweitert.



Ablauf der Technik

Sie benötigen Stifte und Papier. Am besten erstellen Sie vor dem Workshop ein Formular für die 6-3-5 Methode. Teilen Sie das Blatt dabei in 3 Spalten und 6 Reihen auf. Im Anschluss versammeln sich die 6 TeilnehmerInnen in einer angenehmen, kreativen Umgebung.

Die 6-3-5 Methode kann auf unterschiedlichen Arten ausgeführt werden. Je nach Fragestellung oder Herausforderung sollte die passendere Vorgehensweise ausgesucht werden.

6-3-5 Methode				
Problemstellung:				
Nr.	Name	Idee 1	Idee 2	Idee 3
1				
2				
3				
4				
5				
6				

1. Möglichkeit

Für den Fall das Sie wenige Ideen detailliert vertiefen möchten, ist diese Variante die richtige Wahl. Definieren Sie zunächst 3 Fragen bzw. Herausforderungen.

- Jede/r Teilnehmer/in beschreibt eine Zeile. Zu jeder der Fragen ein Kästchen.
- Jede/r hat für seine 3 Ideen 5 Minuten Zeit, dann werden die Zettel in der Runde weitergereicht.
- Nun ist jeder an der Reihe, die Idee seines Vordermannes weiterzuspinnen.
- Die Ideen werden so lange weitergereicht, bis alle 6 Reihen gefüllt sind.
- Als Ergebnis haben Sie unterschiedliche Lösungen, zu einer drei Ideen.
- Bei der 635 Methoden ist kein Moderator notwendig.

2. Möglichkeit

Der Unterschied zur obigen Variante der 6-3-5 Methode ist, dass Sie sehr viele Ideen erhalten, diese aber nicht allzu tief ausgearbeitet sind.

- Der Ablauf ist wie oben, jedoch mit dem Unterschied, dass man nicht nur 3 Fragen sondern 18 Fragen stellt.
- Die Idee des Vordermannes wird nicht weiterentwickelt, sondern diese neu, aus ihrer Sicht beantworten.

Bei den Fragestellungen sollten Sie darauf achten, dass Sie genau fragen.

Fazit zur 6-35- Methode

Ein Vorteil der 6-3-5 Methode ist, dass ohne große Vorbereitung schnelle und brauchbare Ideen erzeugt werden. Ebenfalls positiv ist, dass sich jede/r Jugendliche einbringen "muss", somit ist der Input der wichtigsten Fachabteilungen gesichert. Die Technik wurde im Jahre 1968 von Prof. Bernd Rohrbach als Kreativitätstechnik entwickelt.

Vor allem in Unternehmen ist die Technik gern gesehen, denn sie ist pragmatisch und liefert direkt verwertbare Ergebnisse. Die 6-3-5 Methode hat einen besonders starken Zielbezug, die Ideen werden garantiert von jedem/jeder Teilnehme/in bearbeitet. Somit kann jeder seine Expertise einbringen und einen Beitrag leisten.

6.5 MINDMAPPING

Beim sogenannten Mindmapping oder auch nur Mindmap, wird ein Gedankenbaum erstellt. Bei dieser Technik werden - ausgehend von einem Thema/Wort - Verknüpfungen gebildet. Es gibt unterschiedliche Einsatzzwecke für eine Mindmap, sie kann helfen, vorhandene Gedanken zu strukturieren und zu veranschaulichen, sie kann aber auch dienlich sein, um auf neue Ideen zu stoßen.



Vorgehen:

Der Einsatz einer Mindmap ist sehr einfach, sie benötigen Stift und ein Blatt Papier und sollten sich an diese Struktur halten.

Was wollen Sie erreichen?

- Möchte man z.B. alle Einsatzarten eines Produktes aufzeigen?
- KundInnen segmentieren?
- Die Interessensgruppen einer Firma visualisieren?

In der Mitte steht der Hauptbegriff, der untergliedert werden soll. Das kann Ihre Firma sein, oder aber der Geschäftszweig, je nach Zielstellung. Nach und nach werden Kategorien auf der Darstellung eingetragen sowie kleinere Äste für deren Ausprägung.

Die einzelnen Kategorien können zueinander in einer Beziehung stehen, auch das kann visualisiert werden.

Beispiel:

Im Mindmapping Beispiel möchte der Schuster Max Mustermann einen neuen Geschäftsbereich betreten. Nur welchen? Er beschließt die Kreativitätstechnik Mindmapping zu versuchen und geht dabei so vor:

- Er schreibt das Ausgangswort „Schuster“ in die Mitte eines Papierblattes.
- Nun schreibt er Assoziationen rund um den Begriff, verbindet diese Untereinander und erweitert diese.

Ausgangspunkt Schuster:

Ausgehend vom Wort Schuster entstehen nun folgende Verbindungen, die auch mit Linien eingezeichnet werden sollten. Ziel des Mindmapping ist es, ein Netz zu erhalten, das ver-

wandte und ähnliche Themen abbildet. Dadurch erkennen Sie neue Zusammenhänge und ähnliche Gebiete.

- Die verwendeten Materialien: Kunstleder, Leder und Echtleder, Plastik, Holz, Gummi, usw.
- Die Schuharten: Sportschuhe, Business-Schuhe, Kinderschuhe, Stöckelschuhe, usw.
- Thema Füße: Socken, Fußmassagen, Fußpflege, Einlegesohlen, usw.

Anwendungstipps zu Mindmapping:

Mindmapping macht in einigen Bereichen Sinn, welche Tipps Sie noch beachten können, sehen Sie hier:

- Bilden Sie so viele Verknüpfungen, wie möglich.
- Am Ende des Mindmappings haben Sie ein Netz aus ähnlichen Themen.
- Das Mindmapping kann auch sehr gut in der Gruppe angewandt werden, dabei sollte die Schriftführung bzw. das Zeichnen des Gedankennetzes von einer Person übernommen werden.
- Das Mindmapping kann Ideen aufzeigen oder Themen veranschaulichen, nutzen Sie beides.

Damit Sie die Übersicht beim Veranschaulichen eines Themas bewahren, zeichnen Sie die eng relevanten Begriffe näher zum Ausgangswort als weniger relevante.

Weitere Lektüre:

Da Mindmapping in vielen unterschiedlichen Bereichen als Methode eingesetzt werden kann, beziehen wir uns bei der Darstellung des Mindmappings auf allgemeine „Grundregeln“, wie sie in dem Schaubild abgebildet sind. Diese Regeln sollten aber eher als Empfehlungen angesehen werden, da die meisten Personen, die viel mit Mind-Maps arbeiten, einen persönlichen „Mind-Mapping-Stil“ entwickeln. Quelle www.uni-koeln.de

Mind-Maps sind eine ausgezeichnete Kreativitäts- und visualisierende Gliederungs-Methode. Natürlich kann man eine Mind-Map auf Papier erstellen. Aber viele möchten ihre Mind-Map lieber digital erstellen. Und dafür gibt es viele Tools und Programme. Quelle www.deutsche-startups.de

6.6 DIE 6-HÜTE-METHODE

Die 6-Hüte-Methode ist eine Kreativitätstechnik, die auf Edward de Bono zurückzuführen ist, bekannt als Vorreiter im kreativen Denken. Er entwickelte die 6 Hüte Methode im Jahr 1986. Bei der Methode werden gezielt einzelne Rollen in der Diskussion eingenommen werden. Das hat den Vorteil, dass kein Blickwinkel außer Acht gelassen wird.



Vorgehensweise:

- Die 6-Hüte-Methode bedarf keiner großen Vorbereitung, es sind 6 TeilnehmerInnen und Kenntnisse über den Ablauf notwendig.
- Die Denkhüte werden zunächst zufällig verteilt. Jede/r Jugendliche nimmt eine bestimmte Denkrichtung/Rolle ein.
- Es kann auch Sinn machen, die Rollen gezielt zu verteilen, falls jemand für eine bestimmte Rolle besonders gut geeignet ist.
- Nach der Verteilung der Denkhüte, wird die jeweilige Rolle eingenommen und auch in der Diskussion weiterverfolgt.
- Nun beginnen die TeilnehmerInnen über die Problemstellung zu diskutieren und an der Lösung zu arbeiten.

Rollenverteilung der 6-Denk-Hüte

Bei der Methode werden unterschiedliche Hüte bzw. Farben verteilt. Jede Farbe steht für eine gewisse Charakterausprägung. Natürlich müssen die TeilnehmerInnen keine Hüte tragen

- Es reicht, wenn lediglich Blätter mit Farben vergeben werden.
- Der/die Teilnehmer/in mit dem **weißen Hut** ist auf Tatsachen fixiert und denkt analytisch. Er/sie orientiert sich durch Anforderungen sowie Zielen und strebt danach diese zu erreichen.
- Der/die Träger/in des **roten Hutes** ist empfindlich und emotional und ist ein harmoniebedürftiger, gefühlvoller Mensch.
- Stets besorgt und ängstlich - der **schwarze Hut** symbolisiert Sorge um die Zukunft, Probleme und das Suchen von Schattenseiten sowie negativen Aspekten.
- Das **gelbe Hütchen** steht für jemanden, der nur das Beste/ Gute sieht und stets optimistisch ist. Der gelbe Hut stellt den Gegenpol zum pessimistischen, schwarzen Hut dar.
- Der **grüne Hut** ist innovativ, hat kreative Ideen und steht für unkonventionelles Denken. Er sieht weniger Probleme, sondern Lösungen. Für ihn/sie steht die Praxis im Vordergrund und ist ein echter Praktiker.
- Der **blaue Hut** steht für eine/n Planer/in, ein Organisationstalent. Er/sie bewahrt stets den Überblick und achtet auf die Bewahrung der Ordnung. Er ist eher der Moderator des Projektes und ist erpicht, dass das Projekt in geordneten Bahnen abläuft.

Die 6-Hüte-Methode ist eine einfache Kreativitätstechnik, die wesentliche Sichtweisen einbezieht. Im folgenden Beispiel zur 6-Hüte-Methode geht es um "Den Einstieg in den Mobilfunkmarkt".

Beispiel zur 6 Hüte Methode

Im folgenden Beispiel zur 6-Hüte-Methode geht es um einen Handzulieferer, der es in Betracht zieht, ein eigenes Endgerät auf den Markt zu bringen. Fragestellungen sind dabei, wie könnte man sich abheben, wie könnte die Vermarktung und Kommunikation aussehen, etc. Die Diskussion beginnt, dabei werden folgende Haltungen eingenommen:

Weiß: Wir müssen uns Ziele setzen, diese untersuchen und die Maßnahmen verfeinern. Was ist denn genau unser einzigartiger Vorteil (USP), der uns gegenüber dem Wettbewerb abhebt und wie können wir ihn vermarkten?

Rot: Wir sollten die Werbemaßnahmen auf die Zielgruppe ausrichten und auch den Kontakt über soziale Kanäle suchen. Denn unser/e Kunde/in muss im Mittelpunkt stehen. Mit einer emotionalen Werbestrategie können wir uns abheben.

Schwarz: Die Wettbewerber sind stark und etabliert. Das wird echt schwer, nach oben zu kommen. Ich glaube nicht, dass wir das schaffen. Die Kommunikation mit den KundInnen (und der Vertrieb) erfolgt über starre Verkaufsstrukturen im Einzelhandel. Im E-Commerce ist der Wettbewerb nicht ganz so stark, dennoch ist er auch dort nicht zu vernachlässigen.

Gelb: Super, den Einstieg sollten wir mit einer schwungvollen Werbekampagne untermauern, das wird ein Erfolg. Ich sehe gerade im Online Bereich Chancen. Dort können wir uns gut positionieren mit einem Shop, der dem Nutzer den Einkauf leicht macht!

Grün: Können wir eigentlich besondere, neue Tarife anbieten oder einen anderen Mehrwert bieten? Wir könnten beispielsweise mit einem Angebot punkten, dass umweltneutral hergestellt wird, ohne Naturbelastung.

Blau: Ok, so wie ich es verstanden habe, könnten wir ein eigenes Gerät auf den Markt bringen mit diesen Besonderheiten:

- Prüfung der Machbarkeit eines ökologisch neutralen Mobilfunkgeräts
- Kontaktaufnahme mit Einzelhandel, prüfen welche Faktoren für eine Aufnahme gelten
- Aufbau eines Online Shops, der hervorsteht, durch Usability
- Werbekampagne emotional gestalten, beispielsweise mit ökologisch neutralem Produkt

Aus der Diskussion können im Nachhinein nächste Schritte abgeleitet werden. Es können - wie oben genannt - Analysen folgen.

Fazit zur 6-Hüte-Technik

Die 6-Hüte-Technik bietet den besonderen Vorteil, dass ein guter Überblick über die Thematik gewonnen werden kann. Es werden die wesentlichen Denkrichtungen eingenommen und somit eine Problemstellung aus unterschiedlichen Perspektiven unter die Lupe genommen werden.

Sie sollten bei der Verteilung der Denkhüte darauf achten, dass Sie passende Rollen zuweisen. Nach einigen Übungen sollte das jedoch kein Problem mehr darstellen. Die 6-Hüte-Technik ist eine tolle Abwechslung im Büroalltag, und dennoch kann sie helfen, Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Weitere Lektüre zur 6-Hut-Methode

De Bono hat in seinem Ansatz des parallelen Denkens (1994) eine Methode entwickelt, die er die Six Hats Method nennt. Quelle Seite 20 www.uni-koeln.de (PDF)

6.7 REIZWORTANALYSE

Bei der Reizwortanalyse versuchen Sie mit Reizwörtern auf neue Produkte, Lösungen, kreative Einfälle zu stoßen. Das Reizwort soll Sie auf einen anderen Pfad führen, sodass Sie neue Verknüpfungen bzw. Zusammenhänge erkennen.

Aber was sind Reizwörter? Jeder von uns kennt die Aufgabenstellung aus der Grundschule: Schreiben Sie eine Geschichte zu diesen Reizwörtern "Stromausfall, Katze, Weihnachten". Die Reizwörter setzen also Schlüsselbotschaften frei. Unser Gehirn stellt Bezug zu erlebten oder gesehenen Dingen her, kombiniert diese mit unseren Gedanken und so entsteht eine Geschichte.



Die Reizwörter führen dazu, dass man aus den gelernten Denkmustern ausbrechen kann und somit gezwungen ist, neue Wege zu gehen und Zusammenhänge zu erkennen. So lassen sich neue Sichtweisen einnehmen und möglicherweise ungewohnte Ideen entwickeln.

Der Ablauf einer Reizwortanalyse:

Ein Reizwort soll die Richtung vorgeben, sozusagen den Gesprächseinstieg in die kreative Runde erleichtern. Außerdem sollen Sie auf ungeahnte Zusammenhänge stoßen, da zufällige Ausgangsbegriffe benutzt werden.

Die Schritte der Reizwortanalyse:

- Wählen Sie eine ruhige und gemütliche Lokalität.
- Stellen Sie genügend Getränke und ggf. Snacks zur Verfügung.
- Die TeilnehmerInnen versammeln sich und die Kreativrunde beginnt.
- Der Moderator stellt den TeilnehmerInnen die Problematik vor und erklärt die Reizwortanalyse.
- Reizwörter werden gewählt (siehe unten).
- Innerhalb von 15 Minuten suchen die TeilnehmerInnen nach einer Lösung des Problems.
- Die Reizwörter werden dabei nach und nach eingestreut.
- Reizwörter finden.

Die Beispiele für die Reizwortanalyse sind frei gewählt. Die Zielrichtung gibt den Weg der Diskussion vor, deshalb werden im Folgenden allgemeine Beispiele verwendet.

Reizwortanalyse Beispiel 1:

Reizwörter finden: Sie schalten den Nachrichtensender ein. Jemand anderes sagt zu einem willkürlichen Zeitpunkt „Stopp“ und das letzte gefallene Wort des Nachrichtensprechers wird als Reizwort gewählt:

“Kreativ sein ist wichtig und auch die Reizwortanalyse kann Innovationen hervorbringen, die Kreativität und Mitarbeit jedes Einzelnen“ Stopp

Mithilfe der Reizwortanalyse könnte Sie durch Assoziationen und Weiterentwicklung des Startwortes “Einzelnen” auf Innovationen bzw. Problemlösungen kommen wie:

- Produkte für alleinstehende Personen, Nahrungsmittel für Single-Haushalte, Single-reisen.
- Technische Lösungen: Zusammenwachsen von TV, Radio und Internet.
- Oder eine komplett andere Richtung!

Reizwortanalyse Beispiel 2:

Findung der Reizwörter: Öffnen Sie ein x-beliebiges Buch und zeigen Sie mit einem Finger auf ein Wort. Beginnen Sie die kreative Runde. In diesem Beispiel dient das Wort „Erinnerung“ als Reizwort:

- Erinnerungen werden auf Fotos festgehalten: Kamera in Handys.
- Marketing: Revival alter Zeiten, alte Designs, Gewinnung der älteren Generation als Kunde/Kundin

Tipps zur Reizwortanalyse:

Setzen Sie Bilder ein, um Reizwörter zu finden. Wählen Sie je nach Thema detaillierte Bilder, Landschaften, Städte, Tiere und Natur, Technik, usw. Möglichst bunt und kontrovers!

Bei einer Reizwort-Analyse sollen zufällige Einfälle, Anregung zur Lösung eines Problems geben. Die Reizwörter können vom Moderator auch bestimmt und an die TeilnehmerInnen des Workshops weitergereicht werden: www.Kreativitätstechnik.com

7. ZUSAMMENFASSUNG

Um auf die am Anfang gestellte Frage, ob eine Steigerung an Kreativität der TrainerInnen bzw. der TeilnehmerInnen direkte Auswirkung auf die frühzeitige Beendigung von Schulungsmaßnahmen hat, so muss ich aus meiner eigenen Erfahrung als Ausbilder berichten, das TeilnehmerInnen abbrechen wenn:

- Sie nach einer gewissen Zeit erkennen was ihr wirklicher Berufswunsch ist.
- Wenn sie nach einen Reifeprozess spüren, dass die gewählte Ausbildung doch nicht die Richtige ist.
- Sie aufgrund von disziplinären Gründen (Fehlzeiten) nicht mehr in der Ausbildung gehalten werden können.
- Wenn aus gesundheitlichen Gründen (Gesundheitsstraße) eine Ausbildung nicht beendet werden kann.
- Eine Schwangerschaft eintritt.
- Junge Erwachsene nach einer gewissen Zeit zum Schluss kommen, dass Sie zu wenig Geld verdienen.
- Suchterkrankungen

Um Jugendliche und junge Erwachsene im System zu halten, ist es notwendig, die TrainerInnen dahingegen zu fördern, dass sie in der Lage sind, Kreativitätstechniken anzuwenden bzw. einen kreativitätsfördernden Unterricht zu gestalten.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich vor allem mit drei Grundfragen:

F1: Wie können Jugendliche und junge Erwachsene länger im System gehalten werden?

F2: Welche Kreativitätstechniken sind notwendig?

F3: Wie werden einzelne Module an Lehrpersonen vermittelt?

F1: TeilnehmerInnen macht das Arbeiten in der Ausbildung besonders Freude, wenn sie einen direkten Nutzen ihrer Arbeit sehen. Wenn ich etwas wirklich machen will, ist die Motivation-Kreativität sehr hoch und man kommt, wenn man sich in die Arbeit vertieft, in eine Art „Flow“ (Idealzustand, der in einer Gruppe durch die vielen Ablenkungen nur schwer erreicht wird). In diesem Zustand ist es sehr leicht, Ausbildungsinhalte zu vermitteln. Es ist z.B. einfach die TeilnehmerInnen zu motivieren, das Planzeichnen, das Bohren, das Feilen, das Körnen usw. zu erlernen, wenn das Werkstück ein Schlüsselanhänger mit den Initialen ihrer Lieblingsband ist. TeilnehmerInnen die im richtigen Maße gefordert und gefördert werden, deren Kreativitätspotenzial gesteigert wird entwickeln mehr Selbstvertrauen

F2: Wir TrainerInnen sind natürlich in der Lage, die Kreativität unsere TeilnehmerInnen mit verschiedenen Techniken positiv zu beeinflussen. Wir benötigen dazu ein bisschen Fingerspitzengefühl, um eine Balance zwischen kreativem Arbeitsprozess und normierten/standardisierten Prozessablauf zu finden, damit die Neugier etwas auszuprobieren, gefördert wird. Die in meiner Arbeit angeführten Kreativitätstechniken sind nur ein kleiner Auszug. Jeder von uns TrainerInnen hat so seine bevorzugten Techniken. Sehr häufig werden bei der Ideensuche Brainstorming und Brainwriting eingesetzt. Ich für meinen Teil versuche die TeilnehmerInnen schon sehr früh in die Planungsphase von Projekten miteinzu binden, um eine größtmögliche Identifikation mit der bevorstehenden Aufgabe zu erreichen.

F3: Dieses Handbuch soll TrainerInnen als Unterstützung in ihrer täglichen Arbeit dienen. „Kreativität“ ist in 4 Säulen aufgebaut, wobei jede dieser Säulen in höchstens 120 Minuten als Schulungsmaßnahme TrainerInnen näher gebracht werden sollte. Dieser Kurs behandelt vor allem 2 Fragen:

- 1.) Wie kreativitätsförderlich bzw. kreativitätshemmend ist meine Unterricht.
- 2.) Was kann ich in meinem Trainingsbereich verändern bzw. weiterentwickeln, um eine Steigerung des kreativen Potenzials zu erreichen und welche Techniken sind dazu notwendig.

LITERATURLISTE

Palmstorfer, Brigitte (2007): The Creative Mind

Birkenbihl, Vera(2000) . ABC-Kreativ.Kreuzlingen:Ariston.

Csikszentmihalyi, Mihaly(1987).Das Flow-Erlebnis. Stuttgart: Klett- Cotta.

Landau, Erika (1992/2.Mut zur Begabung.

Den Ideenfluss in Gang bringen.doc