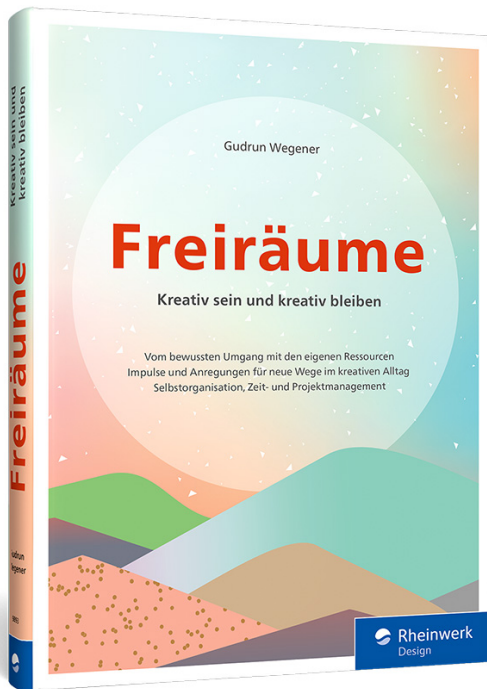


Gudrun Wegener

Freiräume

Kreativ sein und kreativ bleiben



272 Seiten, gebunden, 34,90 Euro
ISBN 978-3-8362-9893-3

www.rheinwerk-verlag.de/5820

KAPITEL 7

FREIRÄUME DURCH NEUEN ZÜNDSTOFF



KAPITEL 7

FREIRÄUME DURCH NEUEN ZÜNDSTOFF

»Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden richtig begeistern, mitreißen und von unserem Angebot überzeugen. Können Sie uns dazu eine Idee und ein Konzept entwickeln – am besten schon bis heute Abend, dann können wir das besprechen und morgen früh in großer Runde vorstellen?« Dir kommen Anfragen wie diese auch bekannt vor? Kein Wunder, denn die Anforderung, auf Knopfdruck kreativ sein zu müssen, begegnet uns immer wieder. Aber so funktioniert Kreativität nicht. Dazu kommt, dass Ideen und Entwürfe sich nicht einfach auswerfen lassen wie Ergebnisse in einer Excel-Tabelle. Das Prinzip »Man gibt einfach alle Rahmeninformationen in den kreativen Kopf ein und kann erwarten, dass automatisch eine passende Idee dabei herauskommt« funktioniert nicht.

Aber es gibt andere Hilfestellungen, mit denen du Ideen und Konzepte entwickeln und gestalten kannst. Kreativitätstechniken, bei denen du Analogien, gezielte Fragestellungen, Recherchen oder die gemeinsame Ideenfindung in der Gruppe nutzt, sind da sehr hilfreich. Auch Fehler, neue Inspirationsquellen oder bewusste Pausen unterstützen dich dabei, Ideen und Projekte neu und kreativ anzugehen. Bewahre dir den Freiraum, das Spielen und den Spaß an deinem kreativen Potenzial – vor allem dann, wenn die Zeit drängt.

7.1 Alles eine Frage der richtigen Einstellung?

Es gibt Tage, da läuft dir die Arbeit nur so aus der Hand. Die guten Ideen kommen dir mühelos, Skizzen sind schon beim ersten Versuch super, und Texte schreiben sich wie von selbst. Die Kundin ist begeistert von deiner Kreativität und hat kaum Änderungswünsche. Und es gibt die anderen Tage. Die Tage, an denen einfach nichts funktionieren will. Gerade dann, wenn du kreative Ideen am dringendsten brauchst, machen sie sich rar.

*»Auch aus Steinen,
die einem in den Weg
gelegt werden, kann man
etwas Schönes bauen.«*

J. W. von Goethe

Was kannst du in solchen Momenten tun? Dein größter Nachteil, wenn du deine Kreativität zum Beruf gemacht hast, ist ja, dass du nicht einfach sagen kannst: »Kein Problem, wenn es heute nicht läuft, dann verschiebe ich meinen Auftrag eben auf morgen.« Natürlich kannst du dir deine Aufgaben bis zu einem gewissen Grad selbst einteilen, aber wenn eine Deadline immer näher rückt, musst du handeln.

Jetzt kannst du den unzähligen Tipps und Ratgebern folgen, die es auf dem Markt gibt. Sie reichen von gesunder Ernährung über ausreichend Schlaf bis hin zu produktiver Musik und dem Rat, regelmäßige Pausen einzuhalten und spazieren zu gehen. Keine Frage, diese Tipps sind wertvoll und beeinflussen deine Arbeitssituation positiv. Aber sie helfen dir nicht, wenn du nur noch einen Tag hast, um die ersten Konzeptentwürfe vorzustellen. Da brauchst du andere Lösungsansätze, die praxisnäher sind.

Dein Denken beeinflusst dein Handeln und damit auch deine Kreativität

Das Besondere und Einzigartige an deiner Kreativität ist, dass die Ideen, die du entwickelst, deine ganz persönliche Handschrift tragen. Selbst wenn man zwei Kreativen mit vergleichbarer Ausbildung und Erfahrung den gleichen Designauftrag gibt, werden die Ergebnisse ganz verschieden sein. Gute Kreativprojekte spiegeln immer auch die Emotionen, Erfahrungen und die Persönlichkeit des Kreativschaffenden wider.

Natürlich kannst du einen Text auch ohne Herzblut schreiben, und wenn du dabei die erzählerischen Grundregeln beachtest, wird das Ergebnis ein grundsolider Text werden. Mehr aber nicht. Man merkt dem Buch auf jeder Seite an,

wenn es ohne Begeisterung entstanden ist. Und was noch viel schlimmer ist, *du* merkst es deinen Texten an.

»Wer andauernd
begreift, was er tut,
bleibt unter seinem
Niveau.« *Martin Walser*

Deine Denkweise und deine innere Einstellung tragen sehr stark dazu bei, wie du an neue Kreativprojekte herantrittst. Vor allem dann, wenn dir die Ideenfindung für ein Projekt schwerfällt. Sorgen, nicht rechtzeitig genug eine gute Idee zu entwickeln, oder die Befürchtungen, dass der Entwurf von der Kundin abgelehnt wird, wirken sich negativ auf deine Kreativität aus. Das macht es dir noch schwerer, gute Ideen zu finden, was wiederum deine Zweifel stärkt und dich noch unsicherer macht.

Gerade unter Druck ist diese Gedankenspirale wenig hilfreich für die Ideenfindung. Arbeite dem bewusst entgegen! **Traue dir selbst mehr zu.** Gehe auch große Projekte voller Zuversicht an, und mache deinen Kopf frei von unnötigen Vorbehalten.

Ja, es ist ein großes Stück Arbeit, die Entwürfe noch rechtzeitig für die Präsentation fertigzubekommen, aber du kannst das schaffen. Und wenn du schon an den Entwürfen arbeitest, warum sollen sie dann nicht auch richtig gut und überzeugend sein? Nur Mut – je positiver und vorbehaltloser du dich den Herausforderungen stellst, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass du mit deiner Idee den Nagel auf den Kopf triffst.

Dass Optimismus und eine positive Einstellung deine Arbeitsweise und Produktivität positiv beeinflussen, ist nicht nur ein persönlicher Erfahrungswert. Es ist ein Fakt, der wissenschaftlich untersucht wurde und belegt ist. Wenn du in einer positiven Stimmung bist, setzt dein Hirn den körpereigenen Botenstoff Dopamin frei, der dann wiederum sämtliche Hirnregionen aktiviert, die für das Lernen verantwortlich sind. Du kannst dich ganz anders auf deine Umgebung und die Aufgaben einstellen, bist produktiver und erzielst bessere Arbeitsergebnisse.

Der amerikanische Forscher, Autor und Berater Shawn Achor geht in seinem Artikel in der Harvard Business Review sogar noch einen Schritt weiter und sagt: »Ein positiv denkendes Gehirn hat einen fast unfairen Vorteil gegenüber demselben Gehirn in einem negativen oder neutralen Zustand. Wenn wir eine positive Einstellung haben, sind wir 31 % leistungsfähiger, haben eine 40 % höhere Wahrscheinlichkeitsquote, befördert zu werden, 23 % weniger stressbedingte Symptome, 37 % höhere Verkaufsraten und die Liste hört hier längst noch nicht auf!«

Ganz so einfach wie in der Theorie ist es in der Praxis natürlich nicht immer. Es gibt gute Tage, normale Tage und leider auch solche, an denen einfach nichts klappen will – auch das positive Denken nicht. Aber das ist okay. Du musst nicht jeden Tag motiviert sein und vor Ideen sprühen. Das kann keiner. Indem du aber aktiv daran arbeitest, dir eine positive und optimistische Grundhaltung aufzubauen, hast du einen guten Ansatz für deine kreativen Projekte und Aufgaben.

Gute Ideen brauchen Grenzen

Tatsächlich ist es ein Trugschluss, zu glauben, dass Ideen umso besser werden, je mehr Freiheiten du hast. Auch wenn das im ersten Moment paradox klingt. Vielmehr ist es so, dass die Ideen besser und passender werden, je klarer und genauer die Grenzen definiert sind, in denen die Ideen entwickelt werden sollen. Das hat gleich mehrere Gründe.

- Zum einen musst du immer bedenken, dass du Ideen für jemanden oder etwas entwickelst. Das kann eine bestimmte Zielgruppe sein, eine Dienstleistung oder ein Produkt. Anders als in der Kunst bist du in Kreativdienstleistungen wie Design oder Text nicht frei von Rahmenbedingungen und Anforderungen. Eine Illustration ist an einen Inhalt gebunden, ein Produkttext für eine Verpackung an die Größen und Maße des Produkts, und ein Webdesign muss passend für die Zielgruppe entwickelt werden, die es ansprechen soll.
- Zum anderen müssen Kreative immer auch den Geschmack und die Vorgaben des Auftraggebers beachten.

Indem du Einschränkungen von vornherein berücksichtigst, findest du Lösungsansätze, auf die du sonst vielleicht nicht gekommen wärst. Wer mit seiner Idee den Nagel auf den Kopf treffen will, muss wissen, was der Kunde wirklich braucht.

Fehlende Grenzen sind auch der Grund, warum es für uns Kreative oft nicht leicht ist, Designs, Texte oder Konzepte für unsere eigenen Projekte zu entwickeln. Da wir keinen Dritten haben, der die Möglichkeiten durch seine Vorgaben eingrenzt, fällt es schwerer, eine Entscheidung zu treffen. Weil alles mög-

»Wenn ich eine neue Idee habe, frage ich meine Freunde. Wenn sie antworten: ›Du spinnst, dann entwickle ich den Prototypen.« Arthur Ergen

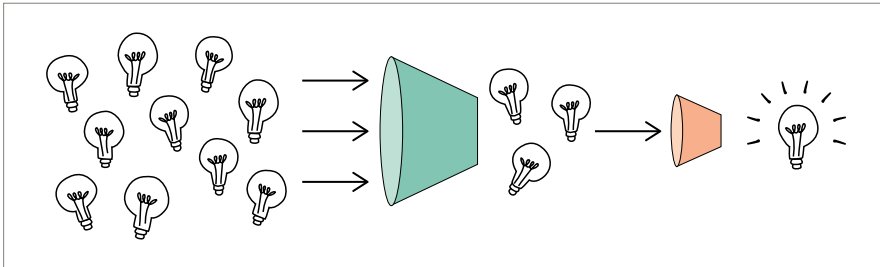
lich ist, finden die Ideen kein Ende, und die eigenen Projekte bleiben eine Dauerbaustelle – während wir genau die gleichen Projekte für Kunden und Kundinnen schnell und professionell umsetzen können.

Dabei stellen diese Einschränkungen keine Hindernisse, sondern vielmehr eine Bereicherung für dein Kreativprojekt dar. Du kannst hunderte Ideen für ein

Design entwickeln, wenn du genug Zeit investierst. Das sagt aber nichts über die Qualität der Ideen aus. Um von einer Vielzahl von Ideen zu der einen zu kommen, die genau richtig ist, musst du die Auswahl immer weiter verdichten, unpassende wegstreichen oder bestehende Ideen verändern. Die Rahmenbedingungen aus dem Briefing und die Vorgaben des Auftraggebers helfen dir dabei. Aber auch der direkte Austausch mit dem Auftraggeber oder das Feedback deiner Kolleginnen und Kollegen kann zu einer positiven Verdichtung der Ideen führen. **Impulse von außen sind für das kreative Arbeiten immer wichtig und wertvoll.** Sie können so aussehen:

- Gibt es eine Corporate Identity, die du beachten musst?
- Warum wird das neue Design, der Text, die Website gebraucht?
- Wie ist die Marktsituation für das geplante Produkt oder die Leistung, die du entwickelst?
- Welche technischen und inhaltlichen Vorgaben gibt es?
- Welches Problem soll durch das neue Projekt gelöst werden (zum Beispiel durch ein moderneres Design eine jüngere Zielgruppe ansprechen)?
- Gibt es persönliche Vorlieben des Auftraggebers, die du beachten musst?

Zum Schluss dieser Auswertung bleibt eine kleine Anzahl von Vorschlägen, aus denen du zusammen mit deinen Kundinnen und Kunden die eine Projektidee herausarbeitest, die am besten zum Projekt passt.



Vorgaben und Grenzen helfen dir dabei, die passende Idee zu finden.

Aufschieberitis ade – nichts wird besser, nur weil du wartest

Gerade unter Zeitdruck ist es entscheidend, dass du dich nicht unnötig lange mit den Vorbereitungen aufhältst. Es gibt Tage, an denen dich die kreativen Ideen einfach nicht von selbst erreichen. Und dann hast du zwei Möglichkeiten: Entweder du gibst dich weiter der Aufschieberitis hin und hältst dich mit der Hoffnung auf, dass die Motivation dich schon noch ereilen wird. Was jedoch nur in den allerseltensten Fällen passiert. Oder du packst das Thema bei den Hörnern und fängst einfach an. Dafür gibt es eine Methode.

1. Schließe zuerst alle Programme am Rechner, die du nicht unbedingt brauchst.
2. Stelle sämtliche Benachrichtigungen für E-Mails, Messenger, Slack oder deinen Kalender aus oder auf lautlos. Das gilt dann übrigens auch für dein Smartphone und das Tablet.
3. Bitte auch Kollegen und Kolleginnen darum, nicht zu stören, oder ziehe dich in einen Raum zurück, in dem du unterbrechungsfrei arbeiten kannst. Wenn du dich nicht zurückziehen kannst, weil du beispielsweise in einem Großraumbüro arbeitest, dann versuche trotzdem, dich von den restlichen Kollegen und dem Umfeld abzuschotten. Gute Kopfhörer, die Umgebungsgeräusche weitestgehend ausblenden, können in diesen Fällen eine echte Rettung sein. Kurzum: Mach dir deine Arbeitsumgebung so langweilig, ablenkungsfrei und produktiv wie irgend möglich.

4. Verschaffe dir im nächsten Schritt einen Überblick über die Aufgaben, und wähle aus, welche sowohl dringend als auch wichtig sind (vgl. Eisenhower-Matrix in Abschnitt 2.2). Jetzt hast du ein klares Ziel vor Augen, und der Berg an Aufgaben, die du in diesem Augenblick erledigen musst, ist durch die Priorisierung schon viel kleiner geworden.

Und dann fang an – ohne Ausreden und ohne weitere Verzögerung. Vielleicht wird der erste Entwurf, den du auf diese Weise entwickelst, noch nicht dein

»Mein Job ist es nicht, es den Leuten besonders leicht zu machen. Mein Job ist es, sie besser zu machen.« Steve Jobs

besten sein. Erfahrungsgemäß entstehen unter Druck sogar nur selten sofort gute Ideen. Aber das ist kein Problem. Wichtig ist nur, dass du angefangen hast, dich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Bring erste Ideen zu Papier, sammle Skizzen und Vorschläge, und arbeite dich auf diesem Weg schrittweise an den passenden Entwurf heran. Und sei in dieser Phase nicht zu kritisch mit

dir selbst. Lass deinen Einfällen und Ideen erst einmal freien Lauf. Denke daran: Unnötiger Perfektionismus ist sicherlich dein schlechtester Begleiter, wenn die Zeit drängt.

MEIN ERSTE-HILFE-KONZEPT FÜR MOTIVATIONSLÖCHER UND AUFSCIEBERITIS: DER ACHT-PUNKTE-PLAN

Mir geht es wie dir. Es gibt einfach Tage und Momente, in denen ich mich nur schwer motivieren kann, mit der kreativen Ideenfindung anzufangen. In den leichteren Fällen hilft mir dann schon frischer Kaffee, ein prüfender Blick auf meine nahende Deadline und ein gutes Hörbuch, um mich für ein Designprojekt zu fokussieren.

Aber es gibt auch die schweren Fälle, in denen meine üblichen Hilfsmittel völlig wirkungslos sind. Da ich selbstständig bin und alleine in meinem Büro arbeite, gibt es auch keine Kollegen oder Vorgesetzten, die mir von außen Druck geben oder mich anweisen, endlich anzufangen. Nein, ich muss mich alleine motivieren. Im Laufe der Jahre hat sich dabei der folgende Acht-Punkte-Plan bewährt.

1. **Platz schaffen:** Alles muss weg, was nicht zu dem Projekt gehört, an dem ich arbeiten muss. Das heißt, den Schreibtisch freiräumen, alle Programme ausschalten, die nicht gebraucht werden, und keine Musik oder Hörbücher hören.
2. **Alles Nötige bereitlegen:** Nur zu gerne sabotiere ich mich selbst, weil ich noch anderes Papier brauche, mir der passende Marker fehlt oder mein Getränk alle ist. Das weiß ich auch. Darum lege ich mir vorab alles zurecht, was ich benötige.
3. **Überblick gewinnen:** Im nächsten Schritt sammle ich sämtliche Unterlagen, Informationen und Mitschriften, die ich für das Projekt benötige.
4. **Priorisieren:** Um mich nicht in den unwichtigen Nebenthemen zu verzetteln, sortiere ich alle anfallenden Aufgaben und Ziele nach ihrer Wichtigkeit.
5. **Reihenfolge festlegen:** Danach entscheide ich, ob ich mich von wichtig zu unwichtig vorarbeite oder andersherum. Das hängt auch davon ab, wie gut ich mich mit dem Thema des Projekts auskenne. Bei einer Infografik über Nachbarschaftshilfe kann ich zum Beispiel direkt mit der Ideenfindung beginnen. Hier sind alle Inhalte klar. Geht es hingegen um die Visualisierung technischer Prozesse, dann muss ich erst verstehen, wie diese funktionieren. Also beschäftige ich mich vorab mit Recherchearbeiten, die für die eigentliche visuelle Umsetzung des Designs noch nicht wichtig sind.
6. **Auswahl treffen:** Nichts ist unmotivierender als ein Riesenberg mit unerfüllten Aufgaben. Darum wähle ich immer nur eine kleine Zahl von bis zu drei Aufgaben aus, die ich als Nächstes erledigen will.
7. **Zeitlimit setzen:** Die Pomodoro-Technik ist mein Retter in der Not (vgl. Abschnitt 2.3). Egal, wie unmotiviert ich bin, 25 Minuten lang kann ich mich immer und unter allen Umständen zusammennehmen und fokussieren. In der Zeit setze ich die drei Aufgaben um, die ich mir vorgenommen habe.
8. **Wiederholung:** Auf 25 Minuten konzentriertes Arbeiten folgen 5 Minuten Pause. Zeit genug, um doch vergessenes Material zu besorgen,

mich neu zu fokussieren und vor allem, um mir zu überlegen, ob ich jetzt weitermachen will oder nicht.

Erfahrungsgemäß mache ich dann weiter, bis ich mit den Ergebnissen meiner Arbeit zufrieden bin. Immerhin habe ich gerade alle Informationen beieinander, bin in das Thema eingearbeitet und habe im besten Fall schon einen guten Zugang zu dem Projekt und den Ideen gefunden. Damit ist dann auch das größte Motivationsloch erfolgreich überwunden.

7.2 Mit Kreativitätstechniken zu neuen Ideen

»Heureka!« – Die besten Ideen treffen dich immer unmittelbar und in den Momenten, in denen du am wenigsten mit ihnen rechnest? Beim Duschen, während du joggst oder wenn du dich gerade mit etwas ganz Unkreativem beschäftigst? Großartig, du kannst dich glücklich schätzen. Denn die Fälle, in denen die guten Ideen dich ohne größeres Zutun treffen, sind sehr selten. Deswegen gibt es Kreativitätstechniken für die Ideenfindung, um diesem Problem entgegenzuwirken. Dabei verfolgen die verschiedenen Methoden ganz unterschiedliche Ansätze, immer angepasst an die vielfältigen Fragestellungen, mit denen sich Kreative auseinandersetzen. Jede Technik bietet einzigartige Wege, um kreative Blockaden zu überwinden und das Potenzial für Innovation zu maximieren. Letztlich geht es darum, deinen kreativen Prozess zu bereichern und zu gewährleisten, dass du nicht nur auf zufällige »Heureka!«-Momente angewiesen bist, sondern aktiv und zielgerichtet Ideen generieren kannst.

Die Anwendung dieser Kreativitätstechniken erfordert Übung und Offenheit für neue Denkansätze. Es lohnt sich, verschiedene Methoden auszuprobieren und herauszufinden, welche am besten zu deinem individuellen Arbeitsstil und den Anforderungen deiner Projekte passen. Viele der Methoden kennst du vermutlich bereits – aber wirf doch noch einmal einen neuen Blick darauf, und überlege, ob die eine oder andere Methode es nicht doch wert ist, von dir ausprobiert zu werden.

Die Analogietechnik: Finde verwandte Situationen (alleine oder im Team)

Das Ziel der Analogietechnik besteht darin, Ideen zu generieren, indem du nach ähnlichen Situationen suchst. Indem du nach Personen, Objekten, Situationen oder Sachverhalten Ausschau hältst, die zumindest einen Punkt mit dem eigentlichen Thema gemeinsam haben, kannst du das Thema aus einer anderen Perspektive betrachten. Du verschiebst das eigentliche Thema in einen anderen Kontext und veränderst so deine Sichtweise. Dies ermöglicht es dir, neue Ansätze zu finden und alte Denkmuster aufzubrechen.

Die Analogietechnik ist einfach anzuwenden und eignet sich besonders für Menschen, die gerne logisch denken. Da sie schrittweise aufgebaut ist, kannst du die einzelnen Ideen gut sammeln und jederzeit zu einem vorherigen Punkt zurückkehren, um möglicherweise weitere Ansätze zu finden. Die Analogietechnik kann sowohl alleine als auch im Team angewendet werden.

Sehen wir uns die Analogietechnik einmal an einem Beispiel an. Der Auftrag unseres Projekts lautet: »Wir sind eine Praxisgemeinschaft von drei Betriebsärzten. Bitte entwickeln Sie ein gemeinsames Logo für unsere Praxis.« Bei der Analogietechnik funktioniert die Umsetzung so: Nimm dir einen Aspekt des Auftrags heraus, und finde eine Analogie zu diesem Punkt. Die Ideenfindung könnte dann so verlaufen:

- Frage: »Was ist ein besonderes Merkmal von Betriebsärzten?« Antwort: »Sie sind für den Arbeitsschutz in Unternehmen und Behörden zuständig.«
- Frage: »Welche anderen Abteilungen oder Personen betreuen ebenfalls die Arbeitsumgebung der Mitarbeiter – gerne auch ganz unabhängig vom Medizinbereich?« Antwort: »Die Technikabteilung, Handwerker oder Hausmeister kümmern sich ebenfalls um den Arbeitsschutz in Unternehmen und Behörden.«
- Frage: »Wenn wir die Technik als Beispiel auswählen und damit weiter brainstormen: Welche Merkmale oder Gegenstände sind für die Technik typisch?« Antwort: »Werkzeuge, Maschinenelemente oder Baustoffe.«

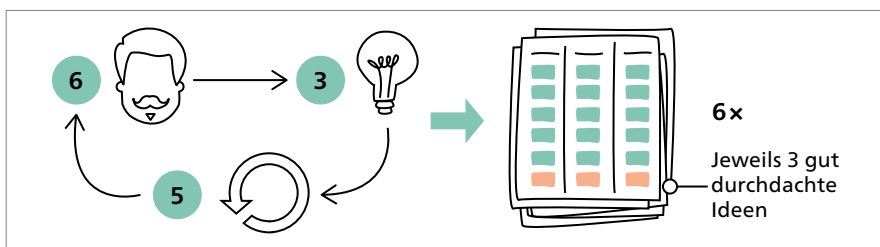
- Frage: »Wie kann man diese Merkmale und Gegenstände auf das Thema Betriebsärzte übertragen?« Antwort: »Man kann ein Zahnrad mit dem Äskulapstab kombinieren und hat so ein Bildelement für das Logo.«

Und schon hast du eine erste Idee entwickelt.

Die 6-3-5-Methode: Denke eine fremde Idee weiter (im Team)

Wie findet man im Team schnell eine Vielzahl unterschiedlicher Ideen? Ganz einfach, indem man ohne Begrenzung die Ideen aller Teilnehmenden weiterdenkt. Die 6-3-5-Methode ist einfach und schnell, was ihr großer Vorteil ist.

Im Idealfall bildest du ein Team von sechs Personen. Jede bekommt ein Blatt, auf dem oben das Thema steht, gefolgt von drei Spalten. In jede dieser Spalten trägst du eine Idee ein. Nach einer festgelegten Zeit, zum Beispiel 5–10 Minuten, gibst du dein Blatt im Uhrzeigersinn an deinen Nachbarn weiter. Jetzt hast du wieder 5–10 Minuten, um dich von den drei Ideen deiner Sitznachbarin inspirieren zu lassen, sie weiterzudenken oder zu ergänzen. Deine drei weiterentwickelten Ideen trägst du dann in die nächste Zeile auf dem Arbeitsblatt ein. Nach fünf Runden ist die Ideensammlung beendet, und die Ergebnisse werden ausgewertet und vorgestellt. Im besten Fall hast du jetzt 18 gut durchdachte Ideen, aus denen du die passende auswählst.



Der Name 6-3-5-Methode ergibt sich aus der Vorgehensweise: Sechs Teilnehmende finden jeweils drei Ideen, die dann in fünf Durchgängen weitergedacht werden.

Der Vorteil der 6-3-5-Methode ist, dass alle Beteiligten gleichberechtigt agieren und innerhalb kurzer Zeit eine große Vielfalt an Ideen entstehen kann. Da es keine direkte Rückmeldung bzw. Kritik zu den notierten Ideen gibt, kommen

die Teilnehmenden oft in einen guten Flow und trauen sich auch, ungewöhnliche Ideen zu formulieren.

Die Kopfstandtechnik: Was wäre der schlechteste Fall? (Alleine oder im Team)

Warum durchdenkst du das Thema nicht auch mal von der anderen Seite? Zu wissen, wie du genau das Gegenteil deiner Ziele erreichst, kann sehr hilfreich sein, weil du dann erkennst, welche Themen, Ideen oder Vorgehensweisen in keinem Fall funktionieren. Analysiere im Nachhinein alle Wege, die du auf keinen Fall gehen willst. So bleibt ein kleiner Bereich zurück, der sich sehr gut für die Umsetzung des Auftrags eignet.

Die Kopfstandtechnik kannst du sehr gut alleine anwenden oder auch in ungeübten Teams. Da es keine falschen oder unpassenden Antworten gibt, ist die Stimmung unter den Teilnehmenden unkompliziert und entspannt. Das fördert ungewöhnliche Ideen und kreative Einfälle.

Schauen wir uns ein Beispiel an. Der Auftrag eines Kunden lautet: »Wir wollen unsere Firma auf der Verbrauchermesse präsentieren. Es werden auch viele Mitbewerber als direkte Standnachbarn vertreten sein. Bitte entwickeln Sie unseren Messeauftritt neu, weil wir auf diesem Weg unser aktuelles Produkt vorstellen möchten.«

Bei der Umsetzung gibt es Folgendes zu bedenken: Der Kunde möchte bei den Messebesuchern auffallen und sein neues Produkt präsentieren. Das Schlechteste wäre demnach, dass er in der breiten Masse seiner Mitbewerber untergeht. Demnach ist die Frage für dich nach der Kopfstandtechnik: »Was musst du machen, damit der neu gestaltete Messeauftritt so wenig wie möglich auffällt?« Mögliche Antworten könnten sein:

- Das gleiche Design und Auftreten haben wie die Mitbewerber.
- Aussteller und Werbemittel nutzen, die die Messebesucher bereits kennen.
- Nur mit technischen und theoretischen Argumenten werben.
- Keine praktische Anwendung oder Vorstellung vor Ort bieten.
- Keinen zentralen Blickfang haben, der die Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Durch das Betrachten der Negativantworten kannst du nun zu kreativen und effektiven Lösungen kommen und herausarbeiten, was stattdessen getan werden sollte, um einen auffälligen und erfolgreichen Messeauftritt zu gestalten:

- Entwickle ein **einzigartiges und markantes Design** für den Stand, das sich deutlich von den Mitbewerbern abhebt. Dies könnte durch ungewöhnliche Farben, innovative Designs oder interaktive Elemente erreicht werden.
- Setze auf **neue, innovative Aussteller und Werbemittel**, die die Besucher und Besucherinnen noch nicht kennen.
- Anstatt sich nur auf technische und theoretische Argumente zu verlassen, sollten **emotionale und praktische Aspekte** des Produkts hervorgehoben werden. Erzähle zum Beispiel Geschichten darüber, wie das Produkt das Leben der Menschen verbessern kann, und demonstriere seine Anwendung in realen Szenarien.
- Biete **praktische Vorführungen des Produkts** direkt am Stand an. Live-Demonstrationen oder die Möglichkeit, das Produkt selbst auszuprobieren, können das Interesse der Besucher wecken und den Wert des Produkts deutlich machen.
- Entwickle ein auffälliges Element für den Stand, einen **Blickfang**, der sofort Aufmerksamkeit auf sich zieht. Dies könnte vielleicht eine beeindruckende Produktpräsentation, eine innovative Kunstinstallation oder eine auffällige visuelle Anzeige sein.

Auf diese Weise sind nun Ansatzpunkte entstanden, wie du das Problem angehen und zu neuartigen Lösungen kommen kannst.

Die Flow-Technik: Tauche völlig in das Thema ein (alleine)

Assoziationen sind ständige Begleiter für uns Kreative. Sie sind vielseitig, schaffen Bilder vor deinem inneren Auge und lassen sich sehr gut nutzen, um Dinge und Informationen zu kommunizieren. Darum werden sie auch so gerne im Kreativbereich genutzt. Ein Icon in Form eines Baums ist in erster Linie nur ein Baum. Durch dein Vorwissen und deine Erfahrungen assoziiert du aber viele weitere Themengebiete wie Natur, Umweltschutz, Grün, Recycling, Garten, Papierherstellung, Regenwald, Tropenhölzer ... – die Liste kannst du beliebig fortführen.

Diese besondere Fähigkeit zur Assoziation ist es, die du dir bei der Flow-Technik zunutze machst. Du gibst deinem Kopf ein Wort oder eine Aufgabe und lässt dein Unterbewusstsein dann einfach frei passende Assoziationen, Verbindungen, Wörter und Ideen finden. Visualisiere deine Assoziationen skizzenhaft, oder halte sie in kurzen Stichpunkten fest – hier geht es nicht darum, gute Illustrationen zu machen, sondern darum, schnelle und unmittelbare Ideen festzuhalten. Um zu verhindern, dass du dabei deine ursprüngliche Fragestellung aus den Augen verlierst, überprüfe regelmäßig, dass du nicht abschweifst. So bleibst du fokussiert und zielgerichtet. Am Ende hast du eine umfangreiche Sammlung von Vorschlägen, die du im nächsten Schritt konkretisieren kannst. Da die Flow-Technik ein Gedankenspiel im eigenen Kopf ist, eignet sie sich sehr gut, wenn du alleine auf Ideenfindung gehst.

In unserem Beispiel lautet der Auftrag: »Jährlich werden die neuen Kennzahlen und Statistiken zum Thema Industriespionage veröffentlicht. Diese sollen in einer Infografik illustrativ und ansprechend visualisiert werden.«

Gehen wir also an die Umsetzung mit der Flow-Methode. Assoziationen brauchen Freiraum. Suche dir darum einen ruhigen Platz, an dem du entspannt und ungestört arbeiten kannst. Halte schriftlich oder in kleinen Skizzen deine ersten Ideen und Gedanken fest. Notiere dir als Erstes die Aufgabenstellung in einem kurzen Satz, damit du den Fokus nicht verlierst. Dann beginnt das freie Spielen, Denken und Rumspinnen. Jede Assoziation wird ungebremst und ungefiltert festgehalten. Ein Richtig oder Falsch gibt es beim Assoziieren nicht.

1. **Assoziiere** erste Bilder zum Thema Industriespionage. Die Antworten könnten sein: Unternehmen, Firma, Agenten, Hacker, Datendiebstahl, Server, Industrieanlagen, Wettbewerbsvorteil, Feindschaft, Trenchcoat mit hochgeschlagenem Kragen, Sonnenbrille, tiefsitzender Hut, Fernglas ...
2. **Querdenken** – lassen sich zwei bisher getrennte Begriffe miteinander verbinden? Die mögliche Antwort hier: »Datenschutz oder Passwort«. Diese Begriffe passen ebenfalls zur Industriespionage. Die Silhouette einer Industrieanlage kann mit einem offenen Vorhängeschloss kombiniert werden. Das verbindet beide Begriffe und Bedeutungen.
3. **Fokussiere** dich immer wieder auf deinen Auftrag, damit die Assoziationen relevant bleiben. Eine mögliche Antwort kann hier lauten: »Trenchcoat mit

hochgeschlagenem Kragen, Sonnenbrille, tiefsitzender Hut, Fernglas«. Das alles sind Bilder, wie man sie aus alten Agentenfilmen kennt. Diese passen nicht zu aktuellen Kennzeichen in der modernen Industriespionage. Darum werden diese Assoziationen nicht weiterverfolgt.

4. **Triff eine Auswahl** der besten Ergebnisse, und nutze diese als Basis für weitere Assoziationen (zurück zu Schritt 1).«

Du würdest dich als Ergebnis der Flow-Methode also auf das Konzept der Datensicherheit fokussieren und dieses bildlich in der Infografik darstellen. Dabei kannst du die Ideen noch weiterentwickeln und weitere Assoziationen schaffen.

Die Osborn-Checkliste: Wie lässt sich das Design verändern? (Alleine oder im Team)

Diese Technik ist vielmehr eine Anleitung, die der Werbefachmann Alex Osborn 1957 veröffentlicht hat. Osborn schlägt vor, ein geplantes oder bestehendes Design auf zehn Arten zu verändern, um neue Ideen und Ansätze für die Verbesserung zu finden. Die zehn Arten sind: anders verwenden, anpassen, verändern, vergrößern, verkleinern, ersetzen, neu ordnen, umkehren, kombinieren und verwandeln. Diese Checkliste funktioniert im Team oder auch alleine.

In unserem Beispiel lautet der Auftrag: »Unser Unternehmen erstellt Postkarten. Wie können wir unsere Karten verändern, um neue Zielgruppen anzusprechen?« Für die Umsetzung gehst du schrittweise die zehn Eigenschaften der Osborn-Checkliste durch, um zu neuen Ideen zu kommen.

1. **Anders verwenden:** Postkarten werden nicht nur verschickt, sondern auch als Dekorationsartikel verwendet. Wie können die Postkarten für diesen Einsatz besser aufbereitet werden?
2. **Anpassen:** Gibt es Wege, um die Käufer besser einzubeziehen? Vielleicht indem die Postkarten individualisiert und mit Namen versehen werden können?
3. **Verändern:** Sprechen erlesene Postkarten aus deutlich dickerem und hochwertigerem Papier eine neue Zielgruppe an?

4. **Vergrößern:** Es könnte eine Sonderedition geben, die auf die verschiedenen Fotogrößen abgestimmt ist, damit die Postkarten sich leichter rahmen lassen.
5. **Verkleinern:** Beliebte Postkarten könnten im Format von Smartphones gedruckt werden, so dass die Nutzer sie in die Schutztaschen ihrer Smartphones packen können.
6. **Ersetzen:** Sind digitale Postkarten ein sinnvolles Format?
7. **Neu ordnen:** Das Design von Postkarten kann auch auf Leinwände gedruckt werden, so dass ein neues Produkt entsteht.
8. **Umkehren:** Statt der beschreibbaren Rückseite könnten Postkarten auch ein beidseitiges Design bekommen, das inhaltlich sinnvoll ist (morgens – abends, Erfolg – Misserfolg, Glück – Pech ...).
9. **Kombinieren:** Notizbücher, Laptophüllen oder ähnliche Produkte können mit dem Postkartenmotiv bedruckt werden und sind dann eine Kombination aus beidem.
10. **Verwandeln:** Postkarten haben in der Regel ein vorgefertigtes Design. Wie wäre es da zum Beispiel, halbfertige Kritzelbilder auf die Postkarten zu drucken, sodass der Käufer sie selbst beenden kann?

Wie du siehst, bietet die Osborn-Checkliste eine systematische Herangehensweise, um kreativ über bestehende Produkte nachzudenken und sie zu verbessern oder neu zu gestalten. Durch das Durchlaufen der zehn Eigenschaften werden neue Ideen und Ansätze generiert, die dazu beitragen können, neue Märkte zu erschließen, die Kundenbindung zu erhöhen und die Wahrnehmung des Produkts zu verändern. Die Methode ist sehr flexibel und somit auf eine Vielzahl von Aufträgen anwendbar.

Die Walt-Disney-Technik: Denke aus drei unterschiedlichen Sichtweisen (alleine oder im Team)

Die Walt-Disney-Technik, auch als »Disney-Methode« bekannt, basiert auf der Idee, dass verschiedene Persönlichkeitsaspekte zu unterschiedlichen Phasen des kreativen Prozesses beitragen. Die Methode wurde nicht direkt von Walt Disney entwickelt, sondern von Robert Dilts, einem NLP-Trainer, der Disney als Inspirationsquelle nutzte.

Diese Technik beinhaltet drei unterschiedliche Sichtweisen, die du nacheinander einnimmst, um deine Ideen zu entwickeln und auszubauen.

- **Der Träumer:** In dieser Phase geht es darum, frei und ohne Einschränkungen zu träumen und kreativ zu denken. Als Träumer generierst du Ideen, Visionen und Konzepte ohne Rücksicht auf Realitäten oder Beschränkungen. Hier steht deine Fantasie im Vordergrund.
- **Der Realist:** Im zweiten Schritt betrachtest du die Ideen des Träumers unter realistischen Gesichtspunkten. In dieser Phase werden Überlegungen zu Machbarkeit, Umsetzbarkeit und Praktikabilität angestellt. Der Realist hilft, die Träume auf ihre Umsetzbarkeit hin zu prüfen.
- **Der Kritiker:** Im dritten Schritt folgt die kritische Bewertung der Ideen. Hier analysierst du die Ideen in Bezug auf ihre Stärken und Schwächen. Der Fokus liegt darauf, konstruktive Kritik zu üben und Verbesserungen vorzuschlagen.

Jede dieser Rollen hilft dabei, die Idee aus einer anderen Perspektive zu betrachten und so ein umfassendes Konzept zu entwickeln.

Sehen wir uns ein Beispiel an. Der Auftrag lautet: »Wir planen einen Film über eine junge Frau, die sich auf eine Weltreise begibt. Entwickeln Sie die Geschichte und schreiben Sie das Drehbuch für den Film.«

Die Umsetzung sieht so aus: Um mit der Walt-Disney-Technik zu arbeiten, musst du ja nacheinander verschiedene Sichtweisen durchlaufen. Nutze für die verschiedenen Rollen unterschiedliches Papier oder verschiedene Farben, wenn du deine Ideen festhältst, dann behältst du leichter den Überblick.

1. In der Träumer-Phase wird die Idee ohne Einschränkungen entwickelt.

Der Auftrag lautet hier: »Lass deiner Fantasie freien Lauf, und träume von verschiedenen Szenarien im Zusammenhang mit einer Weltreise.«

Als Ergebnis könnte die Hauptfigur eine abenteuerlustige Entdeckerin sein, die durch erotische Orte reist, auf unerwartete Hindernisse stößt oder eine mysteriöse Aufgabe erfüllen muss.

2. In der realistischen Phase wird die Idee auf ihre Umsetzbarkeit hin geprüft. Der Auftrag lautet hier: »Betrachte nun die Machbarkeit jeder einzelnen Idee.«

Du entscheidest, dass die Story realistische Elemente enthalten soll, um dem Zuschauer später mehr Möglichkeiten zur Identifikation zu bieten. Darum fällt deine Wahl auf eine Storyline, die Dinge wie das Budget, die Logistik oder persönliche Herausforderungen während der Weltreise für die Hauptfigur miteinbezieht.

3. **In der kritischen Phase werden potenzielle Probleme und Schwächen der Idee analysiert.** Das heißt: Suche nach Stärken und Schwächen in deiner Idee, und passe sie weiter an.

Das Ergebnis der kritischen Phase wäre beispielsweise: Einige Aspekte der ursprünglichen Idee waren zu klischeehaft und die Handlungsstränge nicht tiefgreifend genug ausgearbeitet. Aus der abenteuerlustigen Entdeckerin wird daraufhin eine Fotojournalistin, die sich auf eine Weltreise begibt, um die Schönheit und Vielfalt verschiedener Kulturen einzufangen. Unterwegs entdeckt sie jedoch nicht nur die äußeren Wunder der Welt, sondern auch ihre eigene innere Reise der Selbstfindung und persönlichen Weiterentwicklung. Jetzt ist die Idee reichhaltig, vielschichtig und bietet dem Zuschauer viele Anknüpfungspunkte zur Identifikation.

Nachdem alle drei Phasen durchlaufen wurden, wird die Idee entsprechend angepasst und verfeinert. So kannst du eine ausgewogene Geschichte entwickeln, die kreativ, realistisch und gleichzeitig kritisch durchdacht ist. Dies führt zu einem umfassenden und gut konzipierten Ergebnis.

Edison-Technik: Mache Gutes besser (alleine)

Dem Erfinder Thomas Alva Edison verdanken wir eine Vielzahl von Erfindungen, vor allem auf dem Gebiet der Elektrizität und Elektrotechnik. Dass er dabei so erfolgreich und vielseitig war, lag auch daran, dass Edison eine ganz besondere Herangehensweise hatte, wenn er neuen Erfindungen nachging. Statt alle nötigen Grundlagen alleine zu erforschen, hat Edison immer mit einer umfangreichen Recherche begonnen und sich sämtliche Informationen zu einem Thema angeeignet, die er finden konnte.

Von dieser Grundhaltung kannst du auch heute noch mit der Edison-Technik profitieren. Beginne eine neue Ideenfindung mit einer ausgiebigen Analyse,

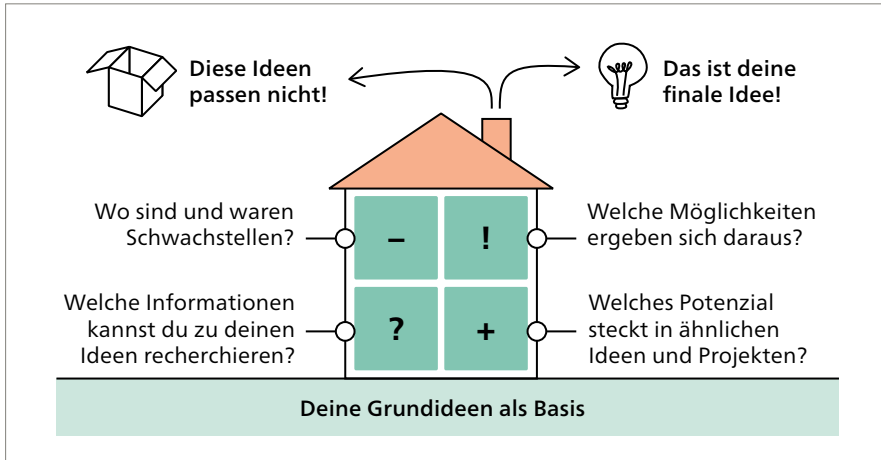
und recherchiere die vorhandenen Hintergründe und Informationen genau. Versuche schon während dieser Arbeit, verschenktes Potenzial, Schwachstellen oder ungenutzte Möglichkeiten zu finden. Diese sind dann die Ausgangslage für deine Verbesserungen und deine Ideenfindung. Designs, Produkte und Ideen müssen nicht zwingend Innovationen sein, um Erfolg zu haben. Es gab auch schon Mobiltelefone vor dem iPhone, trotzdem wurde es durch sein leichtes, hochwertiges und intuitives Design zu einem durchschlagenden Erfolg, der seine Mitbewerber in den Schatten gestellt hat.

In unserem Beispiel lautet der Auftrag: »Bitte schreiben und gestalten Sie das Layout für unser Garten-Fachbuch.« Für die Umsetzung gehst du nach der Edison-Technik so vor: Verschaffe dir einen Überblick über aktuelle und auch ältere Gartenbücher, die sich erfolgreich am Markt behauptet haben. Finde inhaltliche und visuelle Lücken und Verbesserungspotenzial, das du als Grundlage für dein Buch nutzen kannst.

Folgende Fragen helfen dir bei der Suche nach ungenutztem Potenzial:

1. Was haben alle Gartenbücher gemeinsam, die sich gut und erfolgreich verkaufen?
2. Worin unterscheiden sich die erfolgreichen Bücher?
3. Was zeichnet das Layout und die Texte von Büchern aus, die sich nicht gut verkauft haben?
4. Wo siehst du Potenzial, das du für das Buchprojekt nutzen könntest? Zum Beispiel in der Qualität der Materialien oder der Art, wie mit Visualisierungen gearbeitet wird?
5. Wo wurden gute Ansätze nicht weiterverfolgt? Wie kannst du das nutzen?
6. Wie würdest du die bestehenden Erfolgsbücher verbessern? Wie kannst du diesen Ansatz auf dein Projekt übertragen?

Die Edison-Methode führt in diesem Beispiel eine systematische Analyse bestehender Produkte durch und findet dabei Erfolgsfaktoren und Verbesserungsmöglichkeiten. So könntest du ein neues Garten-Fachbuch entwickeln, das sich durch Einzigartigkeit, verbesserte Inhalte und Gestaltung von bestehenden Büchern abhebt und damit auf dem Markt erfolgreich sein kann.



Du musst Ideen nicht komplett neu erfinden, wenn du an Kreativprojekten arbeitest. Mach es wie der Erfinder Edison, und baue auf den Erfahrungen und Erkenntnissen früherer Kreativer auf.

Embracing Imperfection: Ein Hoch auf den Fehler (alleine)

Nein, mit Fehlern zu arbeiten ist keine Kreativitätstechnik im eigentlichen Sinne. Hilfreich kann die bewusste Inkaufnahme von Fehlern, Ecken und »Unperfektheiten« trotzdem sein. Vor allem, wenn du bei deiner kreativen Arbeit an einem Punkt angekommen bist, an dem du auf den gewohnten Wegen nicht weiterkommst.

Diese »Technik« betont den Wert von Fehlern und Unvollkommenheiten als Quelle für Kreativität und Innovation. Es geht darum, die üblichen Denkmuster zu durchbrechen und durch das Akzeptieren oder sogar absichtliche Begehen von Fehlern neue Perspektiven und unkonventionelle Lösungen zu entdecken. Diese Herangehensweise kann besonders hilfreich sein, um einzigartige Ideen zu entwickeln.

Der Auftrag in unserem Beispiel lautet, für ein Kinderbuch eine Figur zu entwickeln, die anders ist und nicht den bekannten Lesegewohnheiten entspricht. Dabei kann es hinderlich sein, dass dein Kopf genau weiß, wie es richtig geht.

Zufälle und Fehler helfen dir, wenn gewollte und gezielte Abstraktion nicht funktioniert.

Möchtest du Unperfektheiten herbeiführen, kannst du so vorgehen: Denke um die Ecke, zeichne mit der Hand, die du normalerweise nicht nutzt, oder schließe beim Skizzieren die Augen. Mache etwas, was dich aus deiner gewohnten Komfortzone herausbringt und deinen Kopf die gewohnten Bahnen verlassen lässt. Indem du ungewöhnliche Wege gehst, entwickelst du Ideen, mit denen du zuvor nicht gerechnet hast.

Sieht deine skizzierte Figur nach dem Zeichnen mit der ungewohnten Hand zum Beispiel eckig aus, könnte dir der Gedanke kommen, dass der Held deiner Geschichte ein Quadrat namens Mika ist. In einer Welt, in der alle Lebewesen rund und weich sind, ist Mika quadratisch. Sein Körper, seine Ohren, ja sogar seine Augen sind geometrisch perfekte Quadrate. Diese Besonderheit macht

»Fehler sind das Tor zu
neuen Entdeckungen.«
James Joyce

es ihm schwer, sich in die runde Welt zu integrieren, und er wird oft für seine ungewöhnliche Form belächelt. Doch Mika entdeckt bald, dass seine eckige Form einzigartige Vorteile hat. Er kann sich perfekt in Winkeln verstecken, was ihn zu einem exzellenten Verstecken-Spieler macht.

Seine scharfen Kanten helfen ihm, schnell durch Dickicht zu navigieren, was ihn zu einem ausgezeichneten Abenteurer macht. Die Geschichte folgt Mika auf seiner Reise, um Akzeptanz zu finden und zu zeigen, dass anders sein nicht schlecht ist, sondern etwas ganz Besonderes. Mika lehrt Kinder, dass es in Ordnung ist, sich von der Masse abzuheben, und dass jeder seine einzigartigen Stärken hat, die gefeiert werden sollten.

Eine originelle Idee, auf die du vermutlich ohne die Fehler-Methode nicht gekommen wärst.

Biomimikry (Bionik): Vorbilder aus der Natur nutzen (alleine oder im Team)

Die Biomimikry ist eine Kreativitätstechnik, die sich von der Natur inspirieren lässt, um innovative und durchaus ungewöhnliche Lösungen für menschliche

Herausforderungen zu entwickeln. Der Begriff leitet sich von den griechischen Wörtern »bios« (Leben) und »mimesis« (Nachahmung) ab. Indem sie Prinzipien und Muster aus der Natur auf menschliche Anwendungen überträgt, versucht die Technik, nachhaltige und effiziente Ideen und Konzepte zu schaffen. Im Produktdesign und in der Forschung wird die Biomimikry schon lange genutzt, um neue Lösungen für bestehende Herausforderungen zu finden. Denk mal an Fassadenfarbe, deren Oberfläche so gestaltet wird, dass Wasser und Dreck einfach abperlen. Hier waren die Blätter der Lotusblume der Ausgangspunkt, die über genau diese gewünschte Eigenschaft verfügen.

Doch auch für uns Kreative hat die Natur als Ideenquelle viel zu bieten, wenn wir uns von den Formen, Strukturen, Farben, Bewegungsabläufen oder Interaktionen inspirieren lassen.

Ein Beispiel: Ein Auftrag für dich, bei dem du neue Ideen dank Biomimikry findest, könnte so aussehen: »Ausreichend Wohnraum ist vor allem in Großstädten eine Herausforderung. Darum müssen Möbel zukünftig multifunktional sein und mehr als einen Zweck erfüllen, ohne übermäßig viel Raum einzunehmen. Gestalte und entwickle ein neues Sitzmöbel, das zu diesem innovativen Ansatz passt.« Mit Blick auf Perfektion und Effizienz der Natur kannst du jetzt bei deiner Ideenfindung wie folgt vorgehen:

1. Analysiere die Formen und Strukturen von Organismen, die ihre Größe verändern können, um sich individuell anzupassen. Beispielsweise können dir die Flügel eines Vogels als Inspiration für flexible Formen dienen, die eng an den Körper gelegt sehr wenig Platz benötigen oder eine sehr große Spannweite haben, wenn das Tier fliegt.
2. Unabhängig von der tatsächlichen Größe eines Objekts beeinflusst auch die Farbe, ob sich ein Möbelstück harmonisch in einen Raum einfügt oder stark auffällt und so optisch mehr Raum beansprucht. Darum schau dir die Farben in der Natur an und lässt dich von der harmonischen Farbgebung von Pflanzen, Tieren oder Landschaften inspirieren. Diese können als Grundlage für kreative Farbkonzepte für dein Sitzmöbel dienen.
3. Schau dir an, wie unterschiedliche Organismen miteinander und mit ihrer Umwelt interagieren. Derselbe Baum wird von Insekten, Vögeln oder Säugetieren ganz verschieden genutzt. Kannst du dieses Konzept auch auf dein

Sitzmöbel übertragen, welches ja auch auf mehrfache Art und Weise nutzbar sein soll?

Dank Biomimikry findest du möglicherweise für dein Sitzmöbel einen ganz neuen Ansatz, indem du es aus Einzelelementen aufbaust, die sich leicht durch ein Faltsystem verbinden und ausklappen lassen (wie Vogelflügel). Während die Einzelteile für sich genommen Hocker sind, ergeben sie zusammengesteckt einen Tisch, der sich leicht erweitern lässt. Helle, harmonische Farben geben deinem Design zusätzliche Leichtigkeit, sodass sie sich optisch unaufgeregt in den Raum einfügen. Da die Elemente alle auch einzeln nutzbar sind, ergeben sich verschiedene Interaktionsmöglichkeiten, je nach Anzahl der Personen oder der geplanten Tätigkeit. Eine nachhaltige und funktionsfähige Lösung, auf die durch das Nachahmen von Prinzipien in der Natur gekommen bist.

Random Input: Zufällige Kombinationen finden (alleine oder im Team)

Umfangreiche Anleitungen sind dir zu schwergewichtig, wenn du schnell neue Ideen brauchst? Dann ist der »Random Input«, auch als »Zufallsinput« oder »Random Word« bekannt, genau richtig für dich. Bei dieser Kreativitätstechnik wählst du zufällig Wörter, Bilder oder Konzepte aus, die dann als Ausgangspunkt für deine kreativen Ideen dienen. Diese Technik zielt darauf ab, gewohnte Denkmuster zu durchbrechen und neue Verbindungen zwischen unterschiedlichen Konzepten herzustellen.

Sagen wir, dein Auftrag ist es, ein Werbekonzept für ein neues Sportgetränk herzustellen. Die Kreativtechnik »Random Input« funktioniert dann wie folgt:

1. **Wortauswahl:** Wähle entweder manuell oder über einen Zufallsgenerator ein Wort aus, das in keinem offensichtlichen Zusammenhang zu deinem aktuellen Projekt steht, beispielsweise das Wort »Dschungel«.
2. **Assoziation:** Denke darüber nach, wie das zufällige Wort mit deinem aktuellen Problem oder Projekt in einer Verbindung stehen könnte. Betrachte es als Metapher oder Inspiration. In unserem Beispiel sammelst du lose Assoziationen, wie »Im Dschungel der Großstadt Sport machen«, »Sich im

Dschungel der Sportgetränkeauswahl nicht entscheiden können«, »Dschungel steht für Freiheit, Wildheit und ungebremste Energie«, »Dschungeltiere, die Sportgetränke trinken« ...

3. **Brainstorming:** Lass deiner Kreativität freien Lauf, und generiere Ideen, wie das zufällige Wort in dein Projekt integriert werden könnte. Überlege, wie es Formen, Farben, Funktionen oder Konzepte beeinflussen kann. Beim Brainstorming in unserem Beispiel entscheidest du dich dafür, dass das Sportgetränk mit der Wildheit, Energie und Freiheit des Dschungels assoziiert werden soll. Das soll sich auch in den Farben und Formen zeigen.
4. **Kombination:** Verbinde das Wort mit anderen Elementen zum Beispiel aus der Natur, Kunst oder Technologie, die dir in den Sinn kommen. Wenn du das Wort »Dschungel« mit anderen Bereichen verbindest, fallen dir die folgenden Themen ein: Regenwald, Wasserkreislauf, Naturschutz, Artensterben, aber auch Bambusgerüste im Baugewerbe, ferne Reiseziele, internationale Wettkämpfe oder Expeditionen.
5. **Anwendung:** Übertrage deine generierten Ideen jetzt auf dein Projekt. Schau, wie sich die unerwarteten Elemente in deinen Auftrag integrieren lassen. Wenn das Sportgetränk mit der Freiheit, Wildheit und Energie des Dschungels assoziiert werden soll, brauchst du für das Werbekonzept eine starke Geschichte, mit der sich die Konsumenten identifizieren können. Darum entscheidest du dich dafür, »Naturschutz« in Kombination mit »Im Dschungel der Großstadt Sport machen« als Aufhänger für deine Werbekampagne zu verwenden. Das Sportgetränk wendet sich somit an Städter, die aktiv und voll ungebremster Energie sind. Souverän bestehen sie im Dschungel der Großstadt, ohne dabei ihre Verantwortung für den Naturschutz auch in entlegenen Winkeln der Welt (Dschungel) zu vergessen. Darum entscheiden sie sich gerne für ein Sportgetränk, das auf natürliche Inhaltsstoffe Wert legt, schnell neue Energie nach dem Sport bereitstellt und mit einem Teil der Einnahmen Naturschutzprojekte unterstützt.

Mit der Random-Input-Technik ist es leicht, gewohnte und festgefahrene Denkmuster zu durchbrechen. Da das Wort, mit dem du arbeitest, zufällig gewählt ist, gibt es keine vorhersehbaren Ergebnisse, was die Technik ungemein befreiend und spielerisch leicht macht.

7.3 Denkanstöße für mehr Kreativität

Nachdem wir uns mit den Kreativtechniken auseinandergesetzt haben, wollen wir nun einen Schritt weiter gehen und uns darauf konzentrieren, wie wir unsere kreativen Fähigkeiten weiter entfalten und neue, inspirierende Wege finden können, um unsere Kreativität in all ihren Facetten zu beleben.

Feel free: Kenne die Grundlagen

Als Kreative lieben wir neue Tools, Techniken und Materialien. Das ist auch gut so. Denn es gibt keine bessere Schatzkiste für deine Ideen als Bildung und Neugierde. Dabei spielt es keine Rolle, ob du dir dein kreatives Grundwissen autodidaktisch selbst beigebracht hast, in private Weiterbildungen investiert hast oder den klassischen Weg über Studium oder Ausbildung gegangen bist. Über die Qualität deiner Arbeit entscheiden nicht die Zertifikate und Abschlüsse, sondern deine Praxiserfahrung. Dies gilt insbesondere dann, wenn du selbstständig arbeitest. Erst wenn du verstanden und verinnerlicht hast, wie Gestaltung funktioniert, wie Farbe wirkt und wie du durch die passende Auswahl der

*»Auch ganz neue
Ideen werden mit alten
Werten aufgebaut.«*

Ernst R. Hauschka

Schrift eine Emotion beim Leser erzeugst, hast du das Rüstzeug, das du brauchst, um vom Endnutzer verstanden zu werden.

Gleiches gilt auch für alle anderen kreativen Disziplinen. Selbstverständlich sind Design, Texte oder Bewegtbilder bis zu einem bestimmten Grad Geschmacksache. Dir werden immer wieder Kreativprojekte begegnen, die handwerklich und inhaltlich sehr gut gemacht sind und dir persönlich trotzdem nicht gefallen. Das ändert jedoch nichts daran, dass es sich um gute kreative Ergebnisse handelt, die den Endnutzerinnen und Endnutzern genau die Botschaft vermitteln, die sie kommunizieren sollen. Es ist wie mit der Musik. Selbst wenn dir ein Song nicht gefällt, kannst du hören, ob er gut, harmonisch und professionell gemacht ist.

Sich intensiv mit den Grundregeln deines kreativen Spezialgebiets auseinanderzusetzen, dieses immer wieder zu üben und auszuprobieren, hat gleich mehrere Vorteile für deine tägliche Arbeit.

- **Grundlagen geben dir Sicherheit:** Gerade die große Auswahl an Möglichkeiten macht es so schwer, die eine richtige Idee für dein Kreativprojekt zu finden. Es gibt etliche Stilmittel, um einen guten Text zu schreiben, und etliche Designstile, die sich für die Umsetzung einer Website eignen. Sie alle haben Vor- und Nachteile, die du jedoch nur dann bewerten und einschätzen kannst, wenn du die Grundlagen deines kreativen Handwerks kennst. Dann fällt es dir viel leichter, eine professionelle Entscheidung zu treffen.
- **Du kannst deine Ergebnisse besser verargumentieren:** Jedes kreative Projekt ist verschieden, und jeder Auftraggeber hat andere Vorgaben und Vorlieben. Da ist es keine Seltenheit, dass Auftraggeber oder Auftraggeberinnen die Ideen hinterfragen, die du vorstellst. Fundierte Argumente, mit denen du belegen kannst, warum du dich für diesen oder jenen Weg entschieden hast, sind Gold wert, wenn du deine Entwürfe präsentierst.
- **Das Wissen um Regeln macht dich schneller:** Wissen hilft da weiter, wo dir die Erfahrung noch fehlt. Im Laufe der Jahre entwickelst du ein geschultes Auge und kannst auf die Erkenntnisse zurückgreifen, die du gemacht hast. Zu Beginn deiner Karriere oder bei einem komplett neuen Kreativprojekt hast du diese vielleicht noch nicht. Alles alleine auszuprobieren, Fehler zu machen und diese zu verbessern ist ein Weg, um zu einem guten Ergebnis zu gelangen. Aber willst du wirklich so viel Zeit und Mühe investieren? Deutlich schneller geht es, wenn du von den Erfahrungen anderer profitierst und dir die bereits erprobten Regeln und Grundlagen deines Kreativgebiets zunutze machst. Wenn du dein eigenes Projekt darauf aufbaust, bist du schneller und besser.
- **Wer die Regeln beherrscht, kann sie brechen:** Nicht immer erreichst du das beste Ergebnis, wenn du dich stur an alle Regeln hältst. Manchmal hast du alle Richtlinien beachtet und bist trotzdem nicht mit dem Ergebnis zufrieden. Hier braucht es Mut zur Lücke. Brich die bekannten Regeln ganz bewusst, wenn es nötig ist, um dein Ergebnis zu verbessern.

Der Blick über den Tellerrand: Setze dich mit anderen kreativen Disziplinen auseinander

Auch von anderen Kreativbereichen kannst du viel lernen. Hast du schon einmal zugesehen, wie ein Tischler eine filigrane Kommode baut? Oder wie eine

Goldschmiedin mit viel Feingefühl und Präzision ein Schmuckstück herstellt? Wie ein Buchbinder die einzelnen Papierbögen bindet, dann den Buchrücken und den Einband aneinander anpasst und zu einem Buch verleimt? Das Handwerk hat auf Kreative schon immer eine große Faszination ausgeübt. Kein Wunder, denn es gibt viele Parallelen zur kreativen Arbeit. In beiden Fällen entsteht aus einer Idee ein Werkstück, das dann einen bestimmten Zweck erfüllen soll. Wie dieses Werkstück aussieht, ist abhängig von demjenigen, der dieses Produkt oder Objekt gestaltet, und den Anforderungen, die der Auftraggeber an das Werkstück gestellt hat.

Die enge Verflechtung von Handwerk und Kunst war es auch, die Walter Gropius 1919 dazu inspirierte, das Staatliche Bauhaus als Kunsthochschule in Weimar zu gründen. Es sollte eine neue Baukunst entstehen, in der sich die Qualitäten

»Innovationen sind
Gewohnheitsbrecher.«
H.J. Quadbeck-Seeger

und Vorzüge aus Kunst und Handwerk vereinen. Funktionalität, Nützlichkeit und die klare Ästhetik eines Produkts waren für die Vertreter des Bauhauses oberstes Ziel. Ein zu dieser Zeit völlig neuer Ansatz, der im deutlichen Gegensatz zu dem vorherrschenden Kunstverständnis stand. Be-

rühmte Vertreter des Bauhauses wie Wassily Kandinsky, Paul Klee, Johannes Itten oder Lyonel Feininger haben dabei bis heute unser Gesamtverständnis von Gestaltung und Design, Text, Architektur und Kreativität nachhaltig verändert.

Wenn du auf der Suche nach neuen Ideen bist, dann mach dir ganz bewusst das Wissen und die Vorzüge aller kreativen Disziplinen zunutze. Du kannst nur profitieren, wenn du dich mit den Techniken, Materialien und dem Handwerkszeug anderer Kreativbereiche befasst. Indem du verstehst, wie deine Vorbilder gearbeitet haben, eignest du dir neues Wissen und ein eigenes kreatives Repertoire an, das du dann in eigene Ideen einbringen kannst. Das kann beispielsweise so aussehen:

- Arbeite einmal ganz bewusst mit einem Material oder Werkzeug, das du normalerweise nicht verwendest.
- Lass dich von dem Aufbau einer Kurzgeschichte inspirieren, wenn du auf der Suche nach einer Bildidee für eine Illustration bist.

- Versuche nachzuvollziehen, wie ein Maler ein Thema abstrahiert, und interpretiere diesen Weg für deine Fotos neu.
- Lerne, mit einer Kalligraphiefeder zu schreiben, und nutze dann dieses Wissen um Feinheiten, Freiräume und Haptik, um die Komposition deiner Fotografien feiner und mit mehr Zwischentönen umzusetzen.

Ideen sind nie völlig neu

Es gibt nur wenige Dinge, mit denen sich Kreative so regelmäßig herumquälen wie mit der Suche nach der passenden Idee. Und das nicht nur, weil es immer wieder eine große Herausforderung ist, eine passende und kreative Idee zu finden. Nein, es ist vor allem der Wunsch, etwas völlig Neues und noch nie Dagewesenes zu erschaffen, der Kreative umtreibt.

Wie drückst du dich am besten aus? Welche Ideen verfolgst du weiter und was lässt du weg? Und gab es genau das nicht schon etliche Male in dieser Art? So zu denken ist nicht nur frustrierend, es bewirkt auch genau das Gegenteil – du entwickelst gar keine neuen Ideen, und deine gedankliche Blockade wird stärker und stärker.

Als Kreative üben wir oft viel zu viel Druck auf uns selbst aus, wenn wir an neuen Ideen und Projekten tüfteln. Der eigene Anspruch an unsere Arbeit ist hoch: Die Projekte sollen hochwertig und kreativ sein, sie sollen die richtige Botschaft kommunizieren und gleichzeitig ganz individuell und in unserem persönlichen, unverkennbaren Stil sein.

Doch bewirkt diese Herangehensweise nicht, dass deine Ideen besser werden. Ganz im Gegenteil. Je mehr Druck du auf dich selbst ausübst, desto schneller und sicherer geht die Leichtigkeit und die Freude an der kreativen Arbeit verloren. Was dann noch bleibt, ist ein verkrampft Ringen um gute Ideen und die ständige Sorge, einen anderen Kreativen zu kopieren. So zu arbeiten ist auf die Dauer nicht nur stressig, sondern macht auch unzufrieden. Wenn du dich ständig vergleichst, engt dich das unnötig ein und nimmt dir deine Kreativität.

Dabei ist das gar nicht nötig. Wenn du dir dein Umfeld bewusst und mit offenen Augen anguckst, wirst du feststellen, dass alles schon einmal da war und es nichts gibt, was komplett neu ist. Aktuelle Musik greift Themen und Melodien auf, die schon vor Jahrzehnten erfolgreich waren. In der Mode erleben die Schnitte und Silhouetten der 1990er Jahre ein Comeback, nachdem zuvor die Hippiekleider oder Karomuster wieder gern gesehene Gäste auf den Laufstegen und Bürgersteigen waren. Auch im Design und in der Kunst findest du Zitate und Neuinterpretationen bereits vorhandener Erfolgsmodelle. Alle großen Meister haben sich schon immer an dem bedient, was ihre Vorgänger ihnen hinterlassen hatten – unabhängig davon, in welchem Bereich sie gearbeitet haben. Die Art, mit Farbe umzugehen, wurde von diesem Vorbild entliehen, die Aufteilung der Flächen von jenem und die Art, wie die Typografie verwendet wird, von einem dritten.

Und das ist auch gut so. Ideen sind nie wirklich komplett neu. Vielmehr sind sie eine gute Mischung aus Ideen, die vorher schon da waren. Erst durch deren Kombination und Interpretation entsteht etwas Neues. Du musst diese Hürde aus deinem Kopf rauskriegen, dass deine Ideen komplett originell sein müssen. Mach es dir nicht unnötig schwer.

Fang an zu klauen

Der amerikanische Künstler und Autor Austin Kleon hat zu diesem Thema 2012 das kleine, aber ganz wunderbare Buch »Steal like an Artist« geschrieben, das

»Die einzige Kunst, mit der ich mich beschäftige, ist die, bei der ich klauen kann.« David Bowie

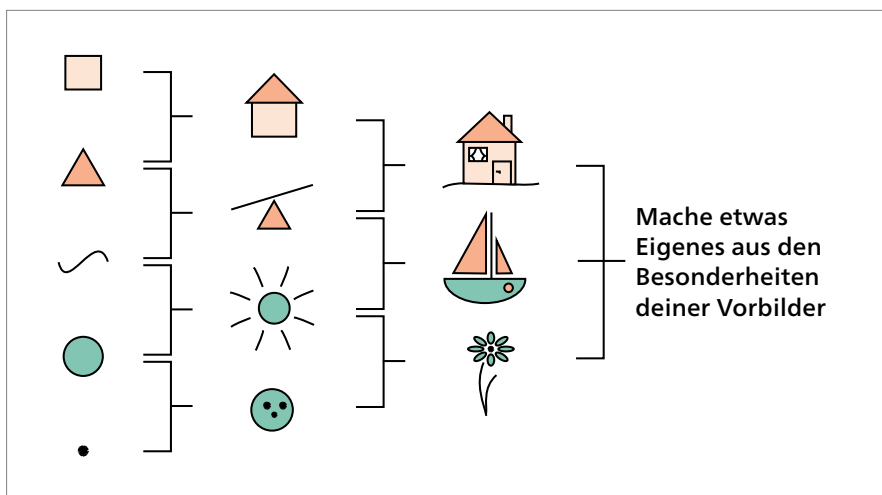
innerhalb weniger Jahre in mehr als 18 Sprachen übersetzt wurde und heute seinen festen Platz auf der Bestsellerliste der New York Times hat. »Niemand wird mit einem Stil oder einer Stimme geboren. Wir kommen nicht auf die Welt und wissen gleich, wer wir sind. Am Anfang lernen wir, indem wir so tun, als wären wir unse-

re Helden. Wir lernen, indem wir kopieren.« Das sagt Austin Kleon, und er hat damit völlig recht.

Wenn du nur abwartest, wirst du nie deinen persönlichen Weg und deinen eigenen Stil finden. Untersuche stattdessen die Designs, Texte, Filme und die

Konzepte, die dir gefallen, durchdringe sie, und finde heraus, was dich an den Arbeiten deiner Vorbilder so begeistert. Versuche zu verstehen, wie der jeweilige Kreative zu diesem Ergebnis gekommen ist. Welche Techniken, Materialien oder Methoden hat er oder sie verwendet, um genau diesen Effekt hinzubekommen?

Dabei geht es nicht darum, den Stil deiner Vorbilder ungefiltert zu kopieren. Vielmehr musst du verstehen, wie und warum dein Vorbild so gehandelt hat. Indem du dir nach und nach die Aspekte aneignest, die dir an den verschiedenen Designerinnen, Künstlern oder Kreativen besonders gut gefallen, machst du sie zu einem Teil deiner eigenen Handschrift. Du implementierst, was dich fasziniert und begeistert. Diese Vielzahl von Einflüssen, Überschneidungen und deren Neuinterpretation ist es, die dich Schritt für Schritt zu deinem eigenen, persönlichen Stil bringen.



Dein eigener Stil ergibt sich auch aus den Dingen, die dich inspirieren und begeistern. Indem du dir diese zu eigen machst und neu kombinierst, entwickelst du neue Ideen und Designs, die deine eigene Handschrift tragen.

Eigene Projekte: Kreativität ohne Grenzen

Wann hast du das letzte Mal etwas nur für dich gemacht? Einfach so, weil du Spaß daran hast, deiner Kreativität wieder freien Lauf zu lassen? Ohne dass es

ein Auftrag war oder ein Thema, auf das du dich für ein geplantes Projekt vorbereitet hast? Ist eine Weile her, oder?

Das ist naturgemäß ein Nachteil, wenn du deine Kreativität zum Beruf machst. Ein Thema, das nicht nur Designer und Designerinnen kennen, sondern alle anderen Kreativen auch. Eine Autorin, die den ganzen Tag über hauptberuflich Texte für Unternehmen geschrieben hat, kommt auch nicht nach Hause und

denkt: »Jetzt bin ich hochmotiviert und werde mich sofort an meinen eigenen Roman setzen.«

»Kreativität ist 1 %
Inspiration und 99 %
Transpiration.«
Thomas A. Edison

Du weißt aus eigener Erfahrung, dass Kreativität von Abwechslung und vielfältiger Inspiration profitiert. Wer immer nur den vertrauten und gut eingeübten Wegen folgt, bekommt auch nur Ergebnisse, die nach den gleichen und bekannten Regeln funktionieren. Nimm dir die Zeit, neue Wege auszuprobieren, eigenen freien Projekten nachzugehen und einfach mal das zu machen, woran du Spaß hast. Egal, was am Ende dabei herauskommt. Das Schöne an der Kreativität ist ja, dass sie nur größer wird, wenn man sie trainiert. Man kann sie nicht abnutzen oder verbrauchen.

Kreativität ist ein Muskel – also los, trainiere ihn und hab Spaß dabei!

Kreativität ist wie ein Muskel, den du trainierst. Nicht nur in Bezug auf deine kreative Arbeit. Überall kannst du auf Dinge stoßen, die dich ansprechen, die dir gefallen und deine Aufmerksamkeit fesseln – online, bei der Recherche, in den sozialen Medien, in Büchern, beim Spaziergang, in Tutorials oder weil du zufällig die falsche Abzweigung genommen hast und nun in einer Straße mit kleinen Cafés und Läden gelandet bist, die dir noch nie zuvor aufgefallen sind. Je umfangreicher dein Input und je mehr Eindrücke du sammelst, desto vielfältiger sind die Ideen, die du entwickelst.

Hier ein paar Vorschläge für kreativen neuen Input:

- **Versuche mal etwas ganz anderes:** In deinem Beruf bist du auf einen bestimmten Kreativschwerpunkt spezialisiert. Deine Aufträge, Ideen und

Projekte haben demnach auch einen ganz klaren Fokus. Für deine privaten Ideen spielt das jedoch überhaupt keine Rolle. Ganz im Gegenteil. Probiere bewusst Techniken, Methoden und Materialien aus, mit denen du sonst nicht arbeitest. Das könnte zum Beispiel so aussehen: Schließe dich einer Urban-Sketching-Gruppe an, und erfahre deine Stadt mit schnellen, unmittelbaren Strichen neu, wenn du normalerweise sehr strukturiert an Webdesign-Aufträgen arbeitest. Gehe zum Poetry Slam, wenn du sonst nur optimierte SEO-Texte schreibst, oder lerne, wie man mit Ölfarbe ein Stillleben malt. Verlasse deine Komfortzone, und mache einfach mal, wozu du Lust hast und sonst nie kommst. Es gibt mehr als einen Weg, die eigene Kreativität auszuleben.

- **Verlasse öfter einmal deinen Schreibtisch:** Gehe einmal auf Entdeckungsreise in deiner Stadt. Nimm deine Kamera mit, und fotografiere interessante Texturen, Farben, Gebäude und Szenen. Diese Bilder können später als Inspiration für neue Designs dienen. Wenn du Texter bist, achte vielleicht besonders auf die Gespräche der Menschen, die Art der Geschäfte und die Atmosphäre. Diese Eindrücke kannst du dann nutzen, um Charaktere, Dialoge oder Settings für deine Texte zu kreieren.
- **Arbeite in einer ungewohnten Umgebung:** Immer in der gleichen Arbeitsumgebung kreativ zu sein, kann genauso eintönig sein, wie immer die gleiche Art von Projekten abzarbeiten. Ein Wechsel bewirkt da wahre Wunder. Statt als Selbstständige jeden Tag im Büro alleine zu verbringen, kannst du dich in einem Coworking-Space mit anderen Kreativen verabreden. Der direkte Austausch mit anderen gibt dir neuen Input, und du bekommst einen ganz anderen Blick auf deine Arbeit. Vielleicht kannst du auch einmal statt im Homeoffice in einem turbulenten Café arbeiten oder in deinem Garten? Oder im Kunstmuseum, auf einem belebten Platz oder bei einem Arbeitsurlaub in einer Ferienwohnung am Meer? Die verschiedenen Umgebungen können unterschiedliche Aspekte der Kreativität ansprechen, die tägliche Routine aufbrechen und frische Perspektiven eröffnen.
- **Gib dein Wissen weiter:** Hast du schon einmal versucht, dein Wissen und deine Erfahrungen an andere Kreative weiterzugeben? Indem du Workshops gibst, Online-Tutorials erstellst oder an Bildungseinrichtungen unterrichtest, lernst du viel über dich selbst und deine eigene Arbeit. Plötzlich musst du dein Thema viel strukturierter, deutlicher und nachvollziehbarer

aufbereiten und dich auf neue Weise intensiv mit den Inhalten auseinandersetzen. Zu erleben, wie die Teilnehmenden von deinem Wissen profitieren, es annehmen und daraus begeistert eigene Ideen entwickeln, ist auch für deine eigene Arbeit sehr inspirierend.

- **Besuche Konferenzen und Veranstaltungen:** Meet-ups, Konferenzen, Barcamps und Veranstaltungen werden das ganze Jahr über on- und offline angeboten. Die Palette reicht von kleinen, sehr themengebundenen Veranstaltungen bis hin zu internationalen, mehrtägigen Veranstaltungen, die inhaltlich breit gefächert sind. Hier lohnt es sich, nach interessanten Events und Terminen Ausschau zu halten – auch über den eigenen Kreativbereich hinaus. Denn der beste Input kommt nicht zwingend aus dem eigenen Fachgebiet, sondern auch mal aus ganz anderen Ecken. Als Designer könntest du dich beispielsweise bei einem Töpfer- oder Schmiedeworkshop anmelden, um mit anderen Materialien in Berührung zu kommen. Als Texterin könntest du einen Improvisationstheater-Workshop besuchen: Die spontane Entwicklung von Geschichten und Charakteren kann deine Fähigkeit, kreative Texte zu verfassen, stärken.
- **Kreativität wird besser, wenn man sie teilt:** Es tut keinem Kreativschaffenden gut, wenn er oder sie ständig nur mit sich selbst und ohne Rückmeldung von außen arbeitet. Dank der sozialen Medien ist es heute so einfach wie nie zuvor, sich weltweit mit Gleichgesinnten zu verbinden und auszutauschen. Nutze die Chancen, die in diesem Austausch liegen. Regelmäßig werden beispielsweise Zeichen-Challenges veranstaltet, bei denen die Teilnehmenden über einen festen Zeitraum hinweg täglich eine Zeichnung zu einem zuvor vorgegebenen Thema veröffentlichen. Zu sehen und zu erleben, wie unterschiedlich andere Kreative die gleiche Aufgabe umgesetzt haben, ist sehr inspirierend und gibt dir neue Impulse. Und wer guckt anderen Kreativen nicht gerne über die Schulter?
- **Mache bewusst Pausen:** Entgegen der oft vorherrschenden Meinung ist Faulheit nicht nur erlaubt, sondern auch notwendig für die Kreativität. Plane daher bewusst Zeiten des »Nichtstuns« in deinem Zeitplan ein. Dies kann eine kurze Mittagspause im Park oder sogar ein Tag ohne konkrete

Verpflichtungen sein. Diese Ruhezeiten ermöglichen es dem Geist, sich zu regenerieren und neue Ideen zu entwickeln.

- **Lass Kreativität einmal Kreativität sein:** So sehr du deinen Job und deine Projekte auch liebst, es tut dir gut, auch mal etwas ganz anderes zu machen, was gar nichts mit Kreativität zu tun hat. Gerade wenn sich die Arbeit häuft und du einen richtigen Knoten im Kopf hast. Geh spazieren, melde dich zu dem Schwimmkurs an, den du schon so lange machen wolltest, oder lerne, wie man Tomaten auf dem eigenen Balkon kultiviert. Oder wie es die schwedische Kinderbuchautorin Astrid Lindgren so passend auf den Punkt gebracht hat: »Und dann muss man ja auch noch Zeit haben, einfach dazu-sitzen und vor sich hin zu schauen.« Ruhe und Ausgleich sind gut für die Kreativität. Und Astrid Lindgren wusste genau, was sie sagte, denn sie hat weit über 70 wunderbare Bücher geschrieben.

WAS HABEN EICHHÖRNCHEN UND IDEENSUCHER GEMEINSAM? EINE ANREGUNG

Weißt du, was Eichhörnchen mit Ideensuchern gemeinsam haben? Beide sammeln ständig Dinge ein, die ihnen wertvoll erscheinen und die sie später vielleicht noch gebrauchen können. So haben sie einen großen Vorrat an nützlichen Ressourcen, die ihnen dann weiterhelfen, wenn es ihnen an Nüssen oder in deinem Fall an Ideen mangelt.

Gute, besondere, hochwertige oder vielleicht auch einfach nur verrückte Ideen können dich immer und überall erreichen. Mache es dir zur Angewohnheit, diese immer gleich festzuhalten und aufzuschreiben. Das kann in einem Skizzenbuch sein, als Sprachmemo auf dem Smartphone, mit einem Post-it auf dem Whiteboard oder einfach in deiner Notizen-App.

Unterscheide dabei auch nicht zwischen realistischen und absurden Einfällen. Es kommt bei dieser Sammlung nicht darauf an, dass du jeden Vorschlag sofort umsetzen kannst. Vielmehr ist es deine ganz persönliche Ideen-Schatzkiste, aus der du nach Herzenslust schöpfen kannst, wenn du nach Inspirationen für ein neues Projekt Ausschau hältst.

Think outside the box: Neue Wege erkunden

Als Kreative haben wir den riesigen Vorteil, dass unsere Herangehensweise nicht auf eine bestimmte Art der Umsetzung beschränkt ist. Wenn der Computer ein Update macht, ist das kein Problem – dann greifen wir einfach zum Bleistift und machen erste Scribbles auf einem Zettel.

Im Gegensatz zu klassischen Büroangestellten, die durch die vorgegebenen, firmeninternen Abläufe und Techniken oder eine bestimmte Software gebunden sind, sind Kreativschaffende in der Regel weniger von internen Formalien abhängig. Wir sind flexibler in der Umsetzung unserer Arbeit.

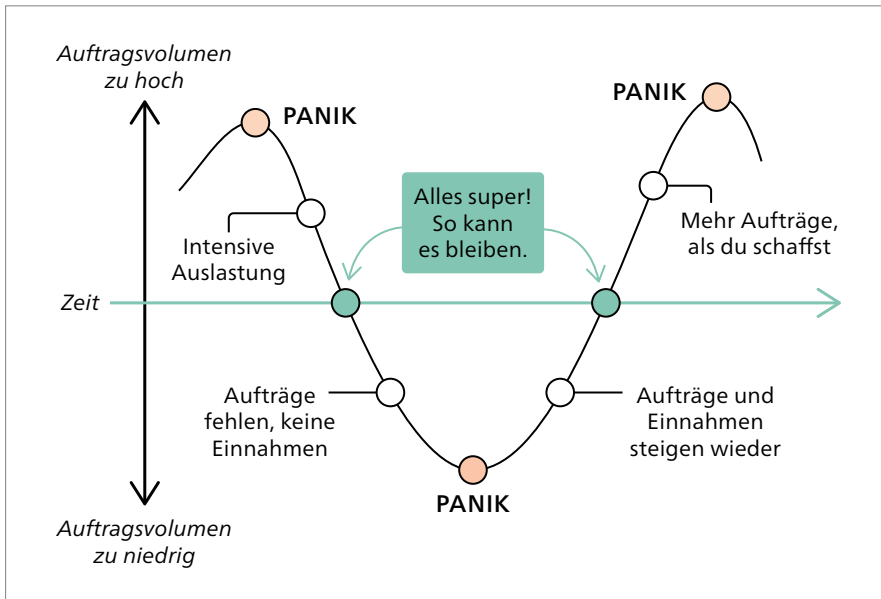
Anders sieht es aber aus, wenn man sich die äußeren Umstände anschaut, unter denen viele Kreative arbeiten. Egal, ob du in einem Angestelltenverhältnis oder als Selbstständiger arbeitest, die typische Arbeitsweise für Kreative sieht so aus: Ein Auftraggeber kommt mit seinem Projekt und seinen Vorgaben von außen auf dich zu. Daraufhin setzt du den entsprechenden Kreativauftrag um. Diese Form der Zusammenarbeit ist die häufigste und auch geläufigste Art, um mit der eigenen Kreativität Geld zu verdienen.

Aber sie hat auch entscheidende Nachteile. Zum einen lassen sich Kundenanfragen nicht vorhersehen und planen. Mal häufen sich die Anfragen, sodass du nicht weißt, wie du die ganze Arbeit fristgerecht umsetzen sollst, und dann folgt eine Ruhezeit, in der es kaum Anfragen gibt. Zum anderen kannst du auch auf das Arbeitsvolumen nur begrenzt Einfluss nehmen. Darum kommst du trotz guter Planung in Schwierigkeiten, wenn sich laufende Aufträge verzö-

gern und sich mit anderen Jobs überschneiden. Auf die Dauer ist dieses ständige Auf und Ab zermürend.

»Menschen, die kreativ sind, sind auch kreativ in ihrem Arbeitsstil.« H.-J. Quadbeck-Seeger

Da ist es nur logisch und nachvollziehbar, dass angestellte und selbstständige Kreative auf der ganzen Welt nach alternativen Möglichkeiten suchen, um mit ihren Ideen Geld zu verdienen. Ihnen allen gemeinsam ist der Ansatz, ohne einen externen Auftraggeber zu arbeiten und stattdessen die eigenen Ideen direkt umzusetzen.



Ein ständiges Auf und Ab: Wenn du nur im Kundenauftrag arbeitest, hast du viel weniger Möglichkeiten, auf deine Auslastung Einfluss zu nehmen, als wenn du eigene Kreativprojekte verwirklichst.

Früher stellten sich Kreative mit ihren Arbeiten in Galerien, auf (Kunsthandwerker-)Märkten oder Ausstellungen direkt den Endverbrauchern vor. Heute haben Onlineplattformen diese Rolle übernommen. Sie ermöglichen es uns Designern, Künstlerinnen und Kreativen von überall auf der Welt aus ein zusätzliches Standbein aufzubauen und unabhängig von der üblichen Auftragslage Einkommen zu generieren. Alles, was du dafür benötigst, sind eine gute Idee, ein Internetanschluss und Fleiß, um deine kreativen Produkte zu vermarkten. So vielfältig wie die Ideen sind auch die Umsetzungsmöglichkeiten. Deiner Kreativität sind da keine Grenzen gesetzt, und mit jeder technischen Neuerung ergeben sich weitere Möglichkeiten, an die du jetzt vielleicht noch gar nicht gedacht hast.

- Es gibt Plattformen und Anbieter, die dich dabei unterstützen, deine handgemachten und fertigen Designs direkt an Endverbraucher und Endverbraucherinnen zu verkaufen. Sie verfügen nicht nur über eigene Lösungen

für Onlineshops, sondern haben auch vorgefertigte Templates, um auf der eigenen Website Shops zu integrieren. Da sie den ganzen technischen Part inklusive haben, kannst du dich nahezu ganz auf deine Ideen und den Verkauf deiner Produkte fokussieren. Neben großen internationalen Plattformen wie Etsy, Handmade at Amazon oder ProductsWithLove gibt es auch eine Reihe von Plattformen aus dem deutschsprachigen Raum wie Palundu, Kasuwa oder Hello Handmade.

- Du hast keine haptischen Produkte, sondern arbeitest rein digital? Auch für den Fall gibt es Plattformen, auf denen du deine digitalen Designs direkt hochladen und verkaufen kannst. Dazu zählen die verschiedenen Anbieter von Stockfotografien, Grafiken oder Templates, aber auch Anbieter, bei denen die Nutzerinnen und Nutzer ein Design wählen und es zum Beispiel auf Laptophüllen, Shirts oder Tassen drucken lassen können. Drittanbieter, um Designs, Fotografien und Grafiken zu verkaufen, findest du zum Beispiel bei iStock, Spreadshirt, Society6 oder Zazzle.
- Wenn du eine eigene Website oder einen eigenen Onlineshop hast, kannst du deine kreativen Produkte, wie E-Books, Drucke, Grafikdateien oder reguläre Produkte, auch selbst vertreiben.
- Je nach Kreativbereich kannst du auch Workshops und Schulungen über das Internet anbieten und verkaufen. Entsprechende Anbieter stellen dir nicht nur eine passende Plattform zur Verfügung, sondern unterstützen dich auch bei der Vermarktung der Angebote. Anbieter für Workshops und Kurse sind unter anderem Udemy, Skillshare oder auch Teachable.

Du kannst diese Liste beliebig erweitern – sei neugierig und probiere aus, welches zusätzliche Standbein sich für deinen Kreativbereich eignet und dir Freude bereitet. So bietet sich dir die Möglichkeit, Neues auszuprobieren und dein Potenzial zu entfalten. Das Spiel mit kreativen Ideen und Möglichkeiten wird dich inspirieren und dir frische Impulse geben – ob du nun angestellt oder selbstständig tätig bist.

Inhalt

Vorwort	12
----------------------	----

KAPITEL 1

Entdecke dein kreatives Potenzial neu

1.1 Aufbruch in die Zukunft: Die Ära der Kreativen	17
1.2 Deine kreative Persönlichkeit ist eine Superkraft	19
Ordnung oder Unordnung – alles ist perfekt	19
Konzentriere dich auf deine Stärken, nicht auf Schwächen	21
1.3 Die Bedeutung deines Warum für deine kreative Karriere	22
Dein Warum ist der rote Faden für deine Kreativität	23
Das Warum hilft dir beim Fokus auf deine Ziele	26
Das Warum hilft dir bei Herausforderungen	26
Dein Warum macht dich einzigartig	27
Übungen zum Erkennen des persönlichen Warum	32
1.4 Deine Arbeit ist wertvoll	33
Kreativität ist Geld wert	34
Zwischen Selbstverwirklichung und Selbstausbeutung	35

KAPITEL 2

Freiräume durch eine geschickte Zeiteinteilung

2.1 Warum »Work-Life-Balance« ein überholter Mythos ist	41
2.2 Definiere deine Ziele	43
Ziele formulieren mit der SMART-Formel	44
Deine Zeit, deine Wahl	46
Wie triffst du Entscheidungen?	47
Projekte bewerten mit dem Eisenhower-Prinzip	47
Welche Aufgaben bringen dich deinem Ziel näher?	49

2.3 Plane deine Aufgaben effektiv	51
Störenfried und Glücksmoment: Vor der Neugestaltung	
kommt die Inventur	51
Mit der 80/20-Regel erreichst du mehr	53
Plane nicht zu viele Aufgaben pro Tag ein	55
Plane Puffer ein	56
Bündele Aufgaben	57
Identifiziere Zeitfresser	57
Vermeide Ablenkungen mithilfe der Pomodoro-Technik	58
Bleib bei der Sache	59
2.4 Auch Muße ist ein Muss	61
Wie du Muße in deinem Alltag findest	63
Es ist wichtig, dich zu fokussieren	64
Routineaufgaben sind nützlich	65
2.5 Kreative brauchen andere Techniken	65
Nutze Tools auf deine Art	66
Fang da an, wo es dich am meisten stört	68
Bleib dir selbst treu	69
Vertraue deinem Bauchgefühl	70

KAPITEL 3

Freiräume durch gutes Projektmanagement

3.1 Setze deine Prioritäten neu	75
Wo bist du am besten?	76
Deine Aufgaben neu priorisieren	77
3.2 Projektmanagement, so vielfältig wie deine Kreativität	81
Typische Probleme bei kreativen Projekten und Aufträgen	83
Das passende Projektmanagement für deinen nächsten Auftrag	85
In vier Schritten zum gelungenen Kreativprojekt	94

Mit dem richtigen Workflow zu mehr Kreativität	97
Mehr Zeit für Kreativität durch Entrümpeln	98
3.3 Gutes Projektmanagement vermeidet Projektrisiken	101
Unterschiedliche Erwartungshaltungen klären	102
Den Auftragsumfang bestimmen	104
Konsequent planen	104
Bewusst kalkulieren	105
Die Teamzusammensetzung bedenken	105
Kommunikationsprobleme lösen	105
Eine konsequente Umsetzung bis zum Schluss	106
Technische Herausforderung angehen	107
Die Rechte und Nutzungsbedingungen besprechen	107

KAPITEL 4

Freiräume durch bessere Kommunikation

4.1 Von der Zusammenarbeit mit Kundinnen und Kunden	111
Was eine gute Zusammenarbeit ausmacht	112
Kommunikation bei Schwierigkeiten	116
Virtuelle Zusammenarbeit: Tools und Techniken	118
4.2 Was macht gute Kommunikation aus?	119
Die vier Seiten einer Nachricht	121
Gezielte Fragen	125
4.3 Kommunikationsinstrumente für Kreative	126
Kommunikationsziel	127
Perspektivwechsel	127
Bewusstes Zuhören	128
Visualisierungstechniken	129
Feedbackkultur etablieren	129
Fachjargon vermeiden	129
Nonverbale Kommunikation	130
4.4 Die eigenen Fähigkeiten kommunizieren	130
Sei authentisch und durchsetzungsstark!	131

Eine positive Einstellung hilft immer weiter	132
Besinne dich auf deine Stärken	133
Hab die Lösung im Blick, nicht das Problem	134
Mit Motivation und Achtsamkeit zum Projekterfolg	135
4.5 Der Umgang mit Feedback und Kritik	136
Feedback und Kritik auf die richtige Weise geben	137
Feedback und Kritik souverän annehmen	138
So gehst du mit destruktiver und schlechter Kritik um	140

KAPITEL 5

Freiräume durch einen guten Projektabschluss

5.1 Die Nachbearbeitung von Projekten	145
Die Ablage	145
Portfolio aktualisieren	147
Schlussstrich ziehen	148
Erfolge feiern	148
Misserfolge nutzen	148
5.2 Eigene Ziele erreichen und festhalten	149
Wünsche definieren und Meilensteine festlegen	150
Ziele erreichen	151
Die Jahresplanung	152
Die Monatsplanung	153
Die Wochenplanung	153

KAPITEL 6

Freiräume durch gute Strategien

6.1 Fallstrick 1: Zeitnot	157
Schritt 1 – Raus aus dem Kopf!	157
Schritt 2 – Organisiere nach Themen	158
Schritt 3 – Setze Prioritäten	158

Schritt 4 – Triff eine Auswahl	158
Schritt 5 – Bündeln, erledigen und abhaken	159
6.2 Fallstrick 2: Projektorganisation	161
Schritt 1 – Erstelle ein Board für alle deine Kreativprojekte	161
Schritt 2 – Unterteile das Board in Arbeitsschritte	162
Schritt 3 – Lege einen neuen Auftrag an	162
Schritt 4 – Projektfortschritt und Spalten	163
6.3 Fallstrick 3: Ziele	165
Schritt 1 – Formuliere dein Ziel	165
Schritt 2 – Mach dein Ziel sichtbar	166
Schritt 3 – Mit Meilensteinen einfacher ans Ziel	166
Schritt 4 – Feste Zeiteinheiten für die eigenen Ziele	167
Schritt 5 – Erholung bewusst zulassen und genießen	167
6.4 Fallstrick 4: Meeting	169
Schritt 1 – Was ist das Thema des Meetings?	169
Schritt 2 – Was genau ist die Frage, die geklärt werden soll?	170
Schritt 3 – Wie müssen die benötigten Inhalte vorbereitet werden? ...	170
Schritt 4 – Wie soll das Meeting ablaufen?	171
Schritt 5 – Wer nimmt teil?	171
Schritt 6 – Wann beginnt und endet das Meeting?	171
6.5 Fallstrick 5: Präsentation	173
Tipp 1 – Bereite alle Inhalte so gut vor, wie du kannst	173
Tipp 2 – Halte Augenkontakt	174
Tipp 3 – Wende dich deinen Zuhörern zu	174
Tipp 4 – Fester Stand und offene Haltung	175
Tipp 5 – Unterstütze deinen Vortrag durch die passende Gestik	175
Tipp 6 – Überzeuge mit Stimme, Sprache und Worten	176
Tipp 7 – Lächeln nicht vergessen	176
6.6 Fallstrick 6: Alleinstellungsmerkmal	178
Schritt 1 – Jede kreative Persönlichkeit ist anders	178
Schritt 2 – Die Gemeinsamkeit in deiner Kreativität	178
Schritt 3 – Stärken hervorheben, Schwächen kennen	179
Schritt 4 – Spezialisiere dich	179

Schritt 5 – Kenne deine Zielgruppe	180
Schritt 6 – Spielen, Spaß haben und ausprobieren	180
6.7 Fallstrick 7: Konkurrenz	182
Tipp 1 – Schau hinter die Kulissen	182
Tipp 2 – Bitte um eine zweite Meinung	183
Tipp 3 – Vergleichst du dich überhaupt mit Kreativen aus deinem Bereich?	183
Tipp 4 – Was möchtest du können?	184
Tipp 5 – Steal like an Artist	184
Tipp 6 – Guck nach vorne und nach hinten	184
6.8 Fallstrick 8: Social Media	186
Schritt 1 – Wen willst du mit deinen Arbeiten erreichen?	186
Schritt 2 – Wo hält sich deine Zielgruppe auf?	187
Schritt 3 – Welche Marketingkanäle passen zu dir?	187
Schritt 4 – Weniger ist mehr	187
Schritt 5 – Qualität schlägt Quantität	188
Schritt 6 – Du musst nicht alles selbst machen	188

KAPITEL 7

Freiräume durch neuen Zündstoff

7.1 Alles eine Frage der richtigen Einstellung?	193
Dein Denken beeinflusst dein Handeln und damit auch deine Kreativität	193
Gute Ideen brauchen Grenzen	195
Aufschieberitis ade – nichts wird besser, nur weil du wartest	197
7.2 Mit Kreativitätstechniken zu neuen Ideen	200
Die Analogietechnik: Finde verwandte Situationen	201
Die 6-3-5-Methode: Denke eine fremde Idee weiter	202
Die Kopfstandtechnik: Was wäre der schlechteste Fall?	203
Die Flow-Technik: Tauche völlig in das Thema ein	204
Die Osborn-Checkliste: Wie lässt sich das Design verändern?	206
Die Walt-Disney-Technik: Denke aus drei unterschiedlichen Sichtweisen	207

Edison-Technik: Mache Gutes besser	209
Embracing Imperfection: Ein Hoch auf den Fehler	211
Biomimikry (Bionik): Vorbilder aus der Natur nutzen	212
Random Input: Zufällige Kombinationen finden	214
7.3 Denkanstöße für mehr Kreativität	216
Feel free: Kenne die Grundlagen	216
Der Blick über den Tellerrand: Setze dich mit anderen kreativen Disziplinen auseinander	217
Ideen sind nie völlig neu	219
Fang an zu klauen	220
Eigene Projekte: Kreativität ohne Grenzen	222
Kreativität ist ein Muskel – also los, trainiere ihn und hab Spaß dabei!	222
Think outside the box: Neue Wege erkunden	226

KAPITEL 8

Freiräume durch das Vermeiden von Krisen

8.1 Arbeitest du zu viel?	231
Warnsignale: Achtest du auf deine eigenen Ressourcen?	232
Ursachenforschung: Warum ist deine Arbeitsbelastung so hoch?	234
Wege aus der Falle: Wo sind deine Ansatzpunkte?	236
Hinterfrage, was dich wirklich stört	237
8.2 Von den Vorteilen des Aufhörens	241
Zufrieden aufhören, wenn es nicht mehr weitergeht	241
Das Gute an Fehlern und am Scheitern	243
Vorbereitungen für ein Scheitern treffen	244
8.3 Achtsamkeit im kreativen Alltag suchen und finden	246
Geld und Karriere oder einfach das Leben leben?	247
Sei gut zu dir selbst!	248
Dein Bauchgefühl beachten	250
Raus aus dem Hamsterrad	251
Dein Umgang mit Kritik und Ablehnung	252

Entscheidungen in Ruhe treffen	252
Deine Ziele vor Augen haben	253
Freiraum durch Routinen und Regeln	253
Arbeite rentabel	254
Schaffe dir ein förderndes soziales Umfeld	255
Suche Ruhe und Erholung	257

KAPITEL 9

Tools, die den kreativen Alltag leichter machen

9.1 Aufgabenverwaltung	261
9.2 Auftragsorganisation	261
9.3 Automatisierungen	262
9.4 Blogartikel und Wissenswertes sammeln und verwalten	262
9.5 Fokus finden und produktiver werden	263
9.6 Ideensammlung	263
9.7 Zeiterfassung	264
 Index	 265