

Mythos Kreativitätstechniken

Karl-Heinz Brodbeck

„... wie Schwimmkurse für Fische“

Friedrich von Gottl-Ottlilienfeld

„Die Zukunft wird aus Ideen erbaut“, lautet ein bekannter Slogan. Doch dieser Satz sagt nur die halbe Wahrheit, genauer: Es sind nur 0,6% der Wahrheit. Von 175 Ideen, die zur Projektreife gelangen, ist nach einer Studie von Kienbaum Forum nur eine am Markt wirklich erfolgreich. Die menschliche Kreativität ist die Quelle neuer Ideen. Wir brauchen also sehr viel Kreativität für den Erfolg. Was liegt näher als der Gedanke: Man muss die Kreativität fördern. Wir benötigen Kreativitätstechniken. Was sonst?

Der erste Gedanke ist richtig, der zweite beruht auf einem Denkfehler. Bei der Entwicklung neuer Ideen spielen Kreativitätstechniken in der Praxis so gut wie keine Rolle – nur etwa ein Prozent neuer Produktideen kommt durch den Einsatz von Kreativitätstechniken zustande. Kann das sein? Sind die Unternehmen nicht hinreichend über die Möglichkeiten des Einsatzes von Kreativitätstechniken informiert? Niemand wird bei einem Blick auf den Buchmarkt oder auf Seminarangebote so etwas sagen können. Sollten also Unternehmen, die ihren Gewinn maximieren müssen und dabei jede nur erdenkliche Technik nutzen, ausgerechnet auf die wichtigste Quelle für neue Produkte verzichten? Wenn sie darauf verzichten, dann offenbar deshalb, weil Kreativitätstechniken nicht so funktionieren, wie ihre Anbieter behaupten. Es muss also einen anderen Grund geben, warum so viel über Kreativitätstechniken geredet und doch so wenig davon in der Praxis wirksam wird.

Der Grund liegt in einem einseitigen Verständnis von Kreativität. Wer kreativ sein will, braucht eigentlich nichts Neues zu lernen – wir sind jeden Tag auf vielfältige Weise kreativ. Der Punkt ist aber: Den meisten ist das nicht bewusst. Wer kreativ *werden* möchte, muss herausfinden, wie, auf welche Weise sie oder er bereits kreativ *ist*. Wer herausfinden möchte, wie sich die Beine beim Laufen bewegen, dem ist wenig geholfen, wenn er sich Krücken kauft. Ebenso steht es um die menschliche Kreativität: Sie ist uns zu *nah*, zu *vertraut*. Deshalb bleibt sie unbekannt. Und deshalb helfen Krücken, also Kreativitätstechniken nur wenig.

Ich möchte das etwas erläutern. Kreativität ist ein *Prozess*, ein Prozess, in dem etwas Neues hervorbracht wird, das uns auf irgendeine Weise nützlich oder wertvoll erscheint: ein neues Produkt, eine neue Fertigkeit, ein neues Konzept usw. Dieser Prozess ist an seinem Anfang und in seinem Verlauf *offen*. Wir wissen nicht, was am Ende herauskommt – sonst wäre das Neue ja nicht neu. Eine *Technik* ist dagegen ein Hilfsmittel, um ein Ziel zu erreichen. Doch dazu muss das Ziel schon bekannt sein. *Deshalb* kann man Kreativität nicht „machen“; es gibt keine Herstellung zur Fertigung von etwas *Neuem*.

In einem *übertragenen* Sinn allerdings kann von einer Methode zur Förderung der Kreativität, einer „Technik“ sprechen. Ich sagte gerade: Man kann Kreativität so definieren, dass dabei etwas Neues *und* Wertvolles (Nützlich) zustande kommt. Der Wert oder Nutzen einer Sache beruht auf einer Auswahl, setzt den kritischen Blick oder eine genaue Rechnung und Bewertung voraus. Um auf neue Ideen zu kommen, ist aber ein Schema, in das man eine Sache einpassen soll, ein großes Hindernis. Es kommt also darauf an, zur Förderung der Kreativität die Kritik zunächst *auszuschalten*. Das wird von vielen Kreativitätstechniken durchaus richtig erkannt: „Kritik ist verboten!“ – „Alles ist erlaubt!“

Doch damit ist noch wenig gewonnen. Wer vor einem leeren Blatt Papier sitzt – völlig ungehemmt und frei von Kritik – dem braucht noch lange nichts einzufallen. Und die Aufforderung, auf Kritik zu verzichten und ein wenig mit Ideen zu spielen, kann nicht die *inneren* Hemmungen beseitigen. Das wichtigste Kreativitätshemmnis besteht aber darin, dass wir nicht wissen, was und wie genau kreative Prozesse bei uns persönlich ablaufen. Nicht nur die Kreativität ist uns zu nah, um erkannt zu werden – auch ihre Hemmnisse.

Wo müssen wir hier vor allem suchen? In unseren *gewohnten Denkprozessen*. Das Denken ist immer auch emotional gefärbt und hängt von der jeweiligen Situation ab. Ein wirkliches Verständnis der Kreativität und damit eine langfristige Förderung können also nur gelingen, wenn wir die Denk- und Gefühlsmuster verstehen, in denen wir uns bewegen. Wer lernt, vielleicht mit etwas äußerer Hilfe, auf seine eigenen Denkprozesse, ihre Struktur und die darin liegenden Hemmungen und Gewohnheiten zu *achten*, der entdeckt damit zugleich seine eigenen Kreativität. Es ist wie mit unserem Atem: Wir atmen immer schon. Doch wenn wir darauf achten, dann können wir den Atem verändern, vertiefen, darin entspannen.

Eine kreative Persönlichkeit achtet auf die eigenen Denkprozesse und kann sie dadurch, je nach Erfordernis, immer flüssiger und beweglicher machen – nichts anderes ist kreatives Denken. Die eigenen Denkgewohnheiten sind wie ein Scheinwerfer: Sie werfen ein bestimmtes Licht auf eine Sache, blenden aber andere Möglichkeiten aus. Die Quelle unserer Kreativität sitzt also in den unbewussten Denkprozessen, inmitten unserer Gewohnheiten und Erfahrungen. Wenn man will, kann man die schrittweise Entdeckung und Übung der eigenen Denkmodelle „Kreativitätstechnik“ nennen. Dies lässt sich – mit ein wenig professioneller Beratung – auch gezielt fördern, als Hilfe zur Selbstgestaltung. Aber jeder muss *seinen* Weg, zur *eigenen Kreativität*, muss seine *eigene* „Kreativitätstechnik“ entdecken. Damit

wird auch deutlich, woran traditionelle Kreativitätstechniken scheitern: Sie bieten jeweils *eine* Technik für Millionen sehr verschiedener Menschen und Organisationen. Das kann nicht funktionieren.