

6 Ideenbeschleuniger für Job und Karriere

von Bernhard Wolff

Ideen sind der Rohstoff für Innovation und Zukunft. Wer kreativ denken und Kollegen inspirieren kann, der macht seine Organisation erfolgreicher – und genießt Karrierevorteile. Der Berliner Kreativ-Experte Bernhard Wolff rät dazu, sich nicht nur fachlich weiterzubilden, sondern auch Kreativtechniken als Soft Skills zu erlernen. Hier stellt er Ihnen seine persönlichen top 5 der erfolgreichsten Ideenbeschleuniger für Job und Teamwork vor.

Der Fun-Faktor

„If it’s not fun, why do it?“ Jerry Greenfield von Ben & Jerry’s Ice Cream hat diese Worte geprägt – und damit vielen Menschen aus der Seele gesprochen. Wenn es keinen Spaß macht, wozu sollte ich es dann tun? Kreative Prozesse in Teams sind selten erfolgreich, wenn die Leute keinen Spaß haben. Wenn Sie Team- oder Projektarbeit organisieren, dann sorgen Sie dafür, dass der Fun-Faktor nicht zu kurz kommt. Setzen Sie Ihre Teams vielseitig und gemischt zusammen. Lassen Sie den Leuten Luft für informellen Austausch, bauen Sie gemeinsame Erlebnisse in den Arbeitsprozess ein, fahren Sie Kontrolle und Regeln zurück, suchen Sie inspirierende Umgebungen, und belohnen Sie auch verrückte Ideen und Vorschläge. So entstehen Motivation und Innovationsklima.

Die Zukunftsreise

„Wie genau müssen unsere Produkte oder Dienstleistungen im Jahr 2030 aussehen, um dann noch erfolgreich zu sein?“ Diese Frage treibt viele Unternehmen um. Das Jahr 2030 ist als Bezugszeitpunkt sinnvoll, denn dieser zeitliche Abstand lässt der Fantasie freien Lauf – und ist gleichzeitig noch greifbar. Machen auch Sie im Team eine kreative Zukunftsreise. Werfen Sie gemeinsam einen Blick auf die Megatrends und auf spezielle Trends Ihrer Branche. Und versuchen Sie dann, die relevanten Trends auf Ihre Produkte anzuwenden. Das funktioniert am besten, wenn Sie kleine Gruppen mit jeweils 5-7 Teilnehmern bilden, in diesen Gruppen ein halbes Stündchen brainstormen und die Ideen schließlich als Scribbles zu Papier bringen. Die Ergebnisse präsentieren Sie sich im Anschluss gegenseitig. So entsteht ein lebendiger Austausch über Zukunftsideen.

Das Namens-Brainstorming

Ich als Kunde und Verbraucher will keine Produkte, deren Namen langweilig klingen. Ich freue mich über sogenannte „Sprechende Namen“ die mir etwas übers Produkt verraten – und mich emotional mit auf die Reise nehmen. Ein Privatkredit zum Beispiel ist eine nüchterne Sache. Wenn dieser Kredit aber an ein Erlebnis gebunden wird, zum Beispiel an ein rauschendes Hochzeitsfest, dann wird er emotional aufgeladen und vermittelt zugleich den Nutzen: als „Hochzeits-Glücks-Kredit“. Nehmen Sie sich fürs nächste Teammeeting drei Namen Ihrer Produkte oder Dienstleistungen vor. Und fragen Sie sich gemeinsam: Mit welchen Situationen und Emotionen können wir diese Produkte oder Dienstleistungen assoziieren? Und wie könnten die Namen entsprechend lauten, um die Kunden knackig anzusprechen und zu begeistern? Ein solches Brainstorming rund ums Produkt ist Gold wert. Mitarbeiter entdecken völlig neue Perspektiven und unerkannte Nutzen in Dingen, die sie seit Jahren auf immer gleiche Art verkaufen.

Das lehrreiche Fehlerfeiern

Kreative Menschen probieren viel aus. Und das bedeutet: kreative Menschen machen Fehler. Und zwar mehr Fehler, sogar viel mehr Fehler, als die Langweiler, die immer auf Nummer sicher gehen! In besonders innovativen Unternehmen gibt es deshalb eine sogenannte „Fehlerkultur“. Fehler sind erwünscht, wenn sie auf der Suche nach neuen Ideen entstehen, wenn sie Zeichen von Mut und nicht von Schusseligkeit sind, und wenn am Ende des Tages aus ihnen gelernt wird. Es gibt sogar Unternehmen, die feiern den „Fehler des Monats“. Klingt verrückt. Aber wenn man mit einem Augenzwinkern den Fehler des Monats feiert, dann fällt es im Kreise der Kollegen viel leichter, zu Fehlern zu stehen, statt sie zu vertuschen. „Fail fast, fail often“ lautet das Mantra der US-amerikanischen Entrepreneure. Ein Unternehmer, der nicht mindestens einen anständigen Misserfolg zu vermelden hat, wird als Unternehmer kaum ernst genommen. Fazit: Der größte Fehler, den Sie machen können, ist keinen Fehler zu machen.

Das Brückenschläger-Prinzip

Innovationen entstehen an Schnittstellen. Denn an Schnittstellen können sich Gedanken begegnen und gegenseitig befruchten. Deshalb gilt: Je mehr Kontakte Sie haben, umso mehr Ideen können Sie produzieren. Netzwerke sorgen für die Innovationsfähigkeit von Menschen, Teams und Organisationen. Darum sollten Sie intensiv an Ihren Netzwerken basteln, wenn Sie ein Top-Innovator werden wollen. Allerdings: Vergessen Sie das Netzwerken mit Gleichgesinnten. Hören Sie auf, sich gegenseitig immer wieder dieselben Geschichten zu erzählen und sich

dieselben Sichtweisen zu bestätigen. Schlagen Sie stattdessen Brücken - in andere Teams, in andere Branchen, in andere Lebensbereiche, zu Menschen mit anderen Denkweisen. Es ist nachgewiesen, dass Mitarbeiter dann besonders gute und anwendbare Ideen haben, wenn sie im Job informelle Kontakte über sogenannte „strukturelle Löcher“ hinweg pflegen. Diese Löcher sind vor allem Abteilungs- und Funktionsgrenzen. Es kommt also nicht auf die Anzahl der Kontakte an, sondern auf Bandbreite und Vielseitigkeit.

Die Start-Up-Hilfe

Bevor Sie sich zu sehr damit quälen, dass Ihnen keine kreativen Gedanken in den Sinn kommen: Lassen Sie sich von anderen kreativen Köpfen inspirieren! Suchen Sie nach Start-Ups: Deren vielseitige Ideen und Konzept sind die perfekte Inspiration. Googlen Sie nach Gründerwettbewerben und Innovationsawards. Dann haben Sie die besten Ideen zu den relevantesten Themen auf einen Schlag im Visier. Und bestens geeignet als Inspirationsquelle sind auch die TED-Talks auf www.ted.com. Unter dem Motto „Ideas worth spreading“ finden Sie hier kurze und einfallsreiche Vorträge zu zukunftsrelevanten Themen.

Weitere Infos unter www.bernhard-wolff.de

Pressefotos bitte anfragen

Bildunterschrift: Bernhard Wolff, Experte für Kreativität und Keynote Speaker

Bernhard Wolff

Titel bitte selbst ausdenken

157,5 erfolgreiche Ideenbeschleuniger

GABAL Verlag 2016

200 Seiten

ISBN 978-3-869366975

19,90 € (D)



Kontakt

Think-Theatre GmbH

Saarstr. 17

12161 Berlin

030-85994957-0

info@think-theatre.de

Die Nutzung dieses Textes von Bernhard Wolff ist rechtfrei möglich bei Nennung des Autors (Bernhard Wolff, Experte für Kreativität und Keynote Speaker) und dessen Homepage (www.bernhard-wolff.de). Bei Nutzung online ist auf die Homepage zu verlinken. Wir bitten zudem um Erwähnung des Buchs (siehe unten). Ergänzend zu den Texten stehen auf Anfrage auch rechtfreie Fotos und Illustrationen zur Verfügung.