

Lust auf Ideen

„Think innovative!“

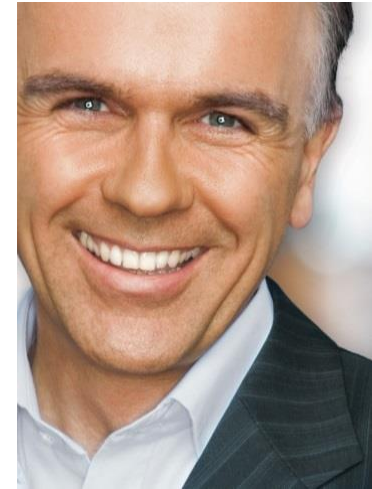
Der Vortrag von Bernhard Wolff

nochmal kurz für Sie zusammengefasst

Liebe Zuhörer und Teilnehmer,
vielen Dank, dass Sie live mit dabei waren!
Ich wünsche Ihnen viel Erfolg für Ihre
Projekte und Unternehmungen. Und ich
hoffe natürlich, wir sehen uns bald wieder!



PS: Wenn Ihnen der Vortrag Spaß gemacht hat,
dann wird Sie auch mein Newsletter „Kreativbrief“
begeistern: am besten gleich anmelden unter
www.bernhard-wolff.de. Und 157,5 erfolgreiche
Ideenbeschleuniger finden Sie in meinem neuen
Buch „Titel bitte selbst ausdenken“ – viel Spaß!



Kreativität kann zwei sehr unterschiedliche Quellen der Motivation haben: Entweder lösen wir Probleme, die aus der Vergangenheit kommen. Oder wir ergreifen Chancen, die in der Zukunft liegen. Und jetzt schätzen Sie mal, womit Sie im Alltag mehr Zeit verbringen: mit Problemen aus der Vergangenheit? Oder mit Chancen, die in der Zukunft liegen?

Das Verhältnis liegt im Durchschnitt bei 70:30. 70 Prozent unserer Kreativität investieren wir, um solche Probleme zu lösen, die aus der Vergangenheit kommen. Und nur 30 Prozent unserer Kreativität investieren wir, um aktiv die Zukunft zu gestalten. Besser wäre andersrum!

Auf, auf!

Bewahrer

kreativ bei Problemen
aus der Vergangenheit,
70% unseres Denkens



Veränderer

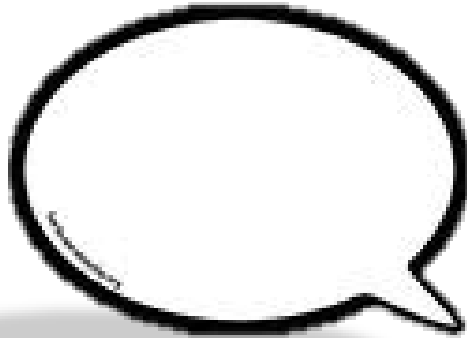
kreativ bei Chancen
in der Zukunft,
30% unseres Denkens



Erfolgsfaktoren der Zukunft

- **Veränderungsbereitschaft**
- Entscheidungsgeschwindigkeit
- Fokussierung
- Flexible Strukturen
- Vernetzung

IBM Global CEO Study (1541 CEOs from 60 countries)
„Future Success Factors of top performing organisations“
Press Release IBM 24.08.2010



Die drei Ebenen:
Kreatives Denken
Kreative Kommunikation
Kreatives Klima

Sieben Denkregeln für Kreative

1. Autopilot ausschalten
2. Nicht bewerten
3. Menge produzieren
4. Annahmen hinterfragen
5. Perspektive wechseln
6. Kombinieren
7. Bilder im Kopf

1. Autopilot ausschalten

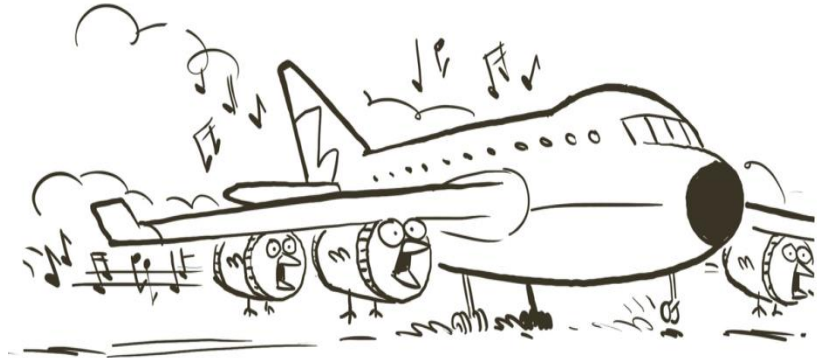
Vielleicht kennen Sie das Phänomen: Sie fahren eine gewohnte Strecke nach Hause. Und wenn Sie zu Hause angekommen sind, können Sie sich an nichts mehr erinnern, was auf dem Weg passiert ist. Das liegt an Ihrem mentalen Autopiloten.

Dieser mentale Autopilot ist äußerst praktisch, denn er spart Energie und Aufmerksamkeit. Sie können unterwegs Musik hören, sich unterhalten, den nächsten Tag planen. Ihr Autopilot bringt Sie automatisch nach Hause. Sie kommen automatisch zu Hause an – auch wenn Sie da gar nicht hin wollen. Und genau das ist das Problem. Unser mentaler Autopilot ist nur so lange hilfreich, wie sich das Ziel nicht ändert.

Wenn sich das Ziel ändert, wenn Sie neue Ziele haben, privat oder beruflich, dann müssen Sie den Autopiloten ausschalten und das Gehirn wieder einschalten.

2. Nicht bewerten

Beispiel: Ideen gegen Fluglärm



2. Nicht bewerten

Drei Kriterien für Ihre Kreativität (nach Guilford)

Originality - Neuheitswert

Flexibility - Verschiedenheit

Fluency - Menge

3. Menge produzieren

„Wie kann man ein Unentschieden noch entscheiden außer durch Elfmeterschießen?“

- Schnick-Schnack-Schnuck
- Das schönste Sixpack
- Wer weniger Fouls hat
- Flaschendreher
- Schiri-Weitwurf
- Dieter Bohlen fragen
- und 1000 weitere Ideen...



4. Annahmen hinterfragen

Ein Haus steht auf einem Grundstück?!



Welche drei Fehler stecken in diesem Satz?!

5. Perspektive wechseln

Die Perspektive wechseln, das hat übrigens wirklich viel mit dem Ort zu tun. Probieren Sie es aus: Wechseln Sie im Alltag einfach mal die Seite, an der Sie am Tisch sitzen oder die Strecke, die Sie spazieren gehen. Oder im Job: den Ort, an dem Sie Meetings abhalten. Sie werden sehen: ein neuer Ort bringt Sie auf neue Ideen.

Fünf Möglichkeiten für einen Perspektivenwechsel:

- Denken und fühlen Sie sich in Ihre Kunden hinein
- Betrachten Sie die Gegenwart aus der Zukunft
- Sehen Sie die Sache wie Pippi Langstrumpf
- Fragen Sie drei Kollegen nach deren Sichtweise
- Legen Sie sich unter Ihren Schreibtisch

6. Kombinieren



7. Bilder im Kopf

Kreativ sind Menschen vor allem dann, wenn sie ein Ziel vor Augen haben. Nur mit einem attraktiven Ziel vor Augen sind wir motiviert, auf Ideensuche zu gehen. Und je attraktiver das Ziel, umso gewagter werden die Ideen. Das kennt jeder von früher aus der Disco.

Wenn Sie keine Ziele vor Augen haben, wozu dann kreativ sein? Wozu dann Ideen suchen? Oder andersrum: Machen Sie sich immer wieder klar, was Ihre Ziele sind, beruflich und privat. Führen Sie sich Ihre Ziele immer wieder vor Augen. Und das ist ganz wörtlich gemeint. Visualisieren Sie Ihre Ziele in konkreten mentalen Bildern.

Denn nur so entsteht die Motivation, die Ihr kreatives Köpfchen als Treibstoff braucht. Privat, im Job, und besonders in der Disco.

7. Bilder im Kopf

Bernhard



Kleiner Kompass fürs Innovationsklima

1. Mitarbeiter ermutigen
2. Autonomie gewähren
3. Ressourcen bereitstellen
4. „Gefühlte Kontrolle“ abbauen
5. Herausforderung und Sinn stiften

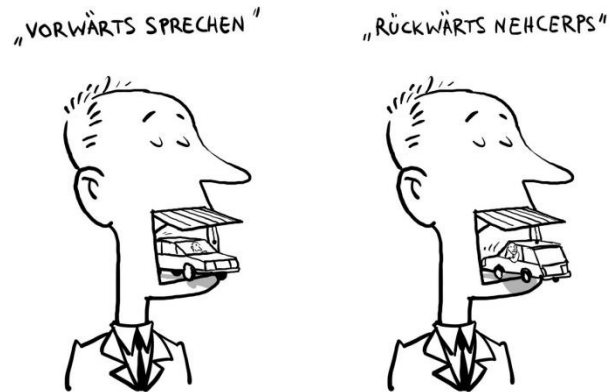
- Amabile, Teresa M. et al (1996),
- „Assessing the Work Environment for Creativity“,
- Academy of Mmt Journal Vol. 39 No.5

1. Zugabe: die Songverhörer-Nummer

 1	Yes, there are two paths you can go by - but in the long run - there's still time to change the road you're on...	Oh, uhh, it's my sweet Satan, the one whose little path would make me sad, whose power is fake...	Almighurt	hau auf die Leberwurst	Zahnweh Zahnweh Zahnweh
lauter Doofe niemand gescheit	oh Anneliese popel nicht	Du musst besoffen bestellen	niemand kann das bezahlen	komm sing für Dein Bier, Babe!	da geht der Gärtner
Du blöde Sau	 14	Danke schön!			

Sie erinnern sich an die Nummer mit den „Geheimen Botschaften“ und den lustigen Song-Verhörern? Das ist wirklich ein Knaller als Schluss Ihrer nächsten Präsentation. Sie finden eine große Auswahl solcher Verhörer, wenn Sie die folgenden Stichworte googlen: „Songverhörer“ oder „Agathe Bauer“. Viel Spaß!

2. Zugabe: das ABC rückwärts



Können Sie das ABC rückwärts aufsagen? ZYX... aber was dann? Merken Sie sich einfach die folgende Geschichte: Sie fahren VW rückwärts (WV). Neben Ihnen sitzt Ute (UT). Hinter Ihnen sitzen Siegfried und Roy (SR). Die überreichen Ihnen einen Coupon (klingt wie QPON). Dafür bekommen Sie eine Tafel Milka (Konsonanten MLK). Vor Begeisterung rufen Sie „Jesus im Himmel“ (JIH). Von oben kommt prompt die Antwort „Gott fährt einen Diesel“ (GFED). Jetzt nur noch CBA ranhängen, fertig.



Danke schön!

Bernhard Wolff macht Menschen kreativer und begeistert für neue Ideen. Der Dipl.-Wirtschaftspädagoge ist Experte für Kreativität und Kommunikation. Seine Think-Theatre GmbH in Berlin hat bereits über 400 Tagungen und Events mitgestaltet. Bernhard Wolff ist Speaker und Moderator aus Leidenschaft. Er ist als Rückwärtssprecher bekannt aus über 50 TV-Shows und Autor der Bücher „Denken hilft“, „Titel bitte selbst ausdenken“ und „30 Minuten Kreativität im Job“.

**BERNHARD
WOLFF**
Creative. Together. Live.