

Inhalt

Even if you think you are not: you are creative	13
Was ist kreativ – was nicht?	14
Absolute und relative Innovation	14
Disruptiv und inkrementell	14
Idee = Lösung?	15
Dinge	15
Loslegen	15
 1 Basics	 17
1.1 Kreativsein ist auch Arbeit	17
1.2 Sich gut auskennen bedeutet nicht, auf ausgetretenen Pfaden zu gehen	18
1.3 Entdeckerqualität Neugier	19
1.4 Ein inspirierendes Umfeld schaffen	20
1.5 Aufmerksamkeit	24
1.6 Experimentierfreude	25
Komfortzone	27
1.7 Alle Sinne aktivieren	29
Synästhesie	30
1.8 Kopfkino	30
1.9 Warm-ups	32
Fragen gegen (zu) schnelles Denken	32
Denkmuster auflockern	32
1.10 Alleine oder in der Gruppe	33
Gruppe	33
Alleine	35
 2 Kreativprozess	 37
2.1 Systematisch kreativ werden	37
Kreativität organisieren – geht das überhaupt?	37
Kreativität organisieren – und wie nützlich ist das?	39

2.2	Kreativprozess	40
2.3	Briefing oder erster Impuls	41
2.4	Informationsphase	45
2.5	Inkubation	46
2.6	Ideation	47
2.7	Rahmenbedingungen	48
	Ruhige, ungestörte Atmosphäre	48
	Gruppengröße	48
	Festes Zeitbudget: Kreativsessions	49
	Protokoll	49
2.8	Spielregeln	51
	Jeder Gedanke zählt	51
	Keine Kritik	51
	Es gibt keine Tabus	52
	Kurz und knapp	54
	Briefing und Information der Teilnehmer	54
	Teilnehmer	55
2.9	Single Minded Proposition oder die kreative Fragestellung	57
	Was wird eigentlich gesucht?	57
	Auf den Punkt gebracht	59
	Was – Wie – Warum?	60
	Konkret sein – aber nicht zu konkret	60
	Mehr als eine Single Minded Proposition	61
	Single Minded Proposition iterativ optimieren und verfeinern	61
2.10	Kreativitätsmethoden und Kreativitätstechniken	62
2.11	Bewertung	63
	Filterfragen	63
	Auswahlmethoden	64
2.12	Ausarbeitung	66
	Pretotyping und Pretendotyping	67
2.13	Realisation	68

3	Ideenkiller	71
3.1	Kreativkiller – was Sie tun müssen, um jede Idee im Keim zu ersticken	71
3.2	Die Schere im Kopf	72
3.3	Zeitdruck	73
3.4	Komfortzone	74
3.5	Fixierungen	76
3.6	Killerphrasen	76
	Beliebte Killerphrasen	78
4	Kreativmethoden	81
4.1	Brainstorming – aber richtig!	85
	Spielregeln	85
	Spinnen	87
	Flow	87
	Keine Killerphrasen	87
	Variante: Ideen-Ping-Pong	88
	Pro, Contra, Tipps	88
4.2	Brainwriting	91
	Spielregeln 6-3-5	92
	Pro, Contra, Tipps	94
	Prinzip Brainwriting-Pool	95
	Pro, Contra, Tipps	97
4.3	Mindmap	99
	Spielregeln Mindmapping	100
	Variation: Mindmap + Synektik	101
	Pro, Contra, Tipps	102
4.4	Morphologische Matrix	105
	Spielregeln morphologische Matrix	105
	Kreative Booster	109
4.5	Parameter-Kreuz	113
	Spielregeln Parameter-Kreuz	113
	Variante In-between	114
	Pro, Contra, Tipps	114
4.6	Synektik	117
	Spielregeln visuelle Synektik	117
	Pro, Contra, Tipps	118

4.7	Cross-Innovation	121
	Alleine	121
	Interdisziplinäres Team	122
	Pro, Contra, Tipps	123
4.8	Collective Notebook	125
	Variante digital	126
	Variante Collective Board	126
	Pro, Contra, Tipps	127
4.9	BrainStation, BrainRunning, World Café	129
	BrainStation	129
	Sprint: BrainRunning	132
	Gemach: World Café	132
	Pro, Contra, Tipps	135
4.10	Bodystorming & Pretotyping	137
	Bodystorming	137
	Pretotyping – wenn man schon so etwas wie eine Idee hat	139
	Pro, Contra, Tipps	140
4.11	Brainswarming	143
	Fixierungen	143
	Swarming	145
	Pro, Contra, Tipps	147

5 Kreativtechniken 149

5.1	Kreativtechniken	149
5.2	Kombinieren	151
	1+1	151
	1:10	152
	10:1	152
	1+Z	152
	1+1+1	153
5.3	Zerlegen und Zusammensetzen	155
	Zerlegen	155
	Zusammensetzen	155

5.4	Umkehren	159
	Das Umkehren umkehren	159
	Extreme Umkehr	160
	Formal	160
	Konzeptionell	160
	Technik	161
5.5	Eliminieren	163
	Punktuell oder Striptease	163
	Eliminieren oder doch nur Ersetzen	164
	Faktische Elimination	165
	Reduce to the max	165
5.6	Ersetzen	167
	Details	168
	90 %	168
5.7	Alternative Nutzung	171
	Spinnen erlaubt	171
	Mit Produkten spielen	172
	Bodystorming	172
5.8	Tabu und Provokation	175
	Tabu	175
	Provokation	177
	Kontrast zwischen Norm und Normbruch	177
	Warum provozieren?	178
5.9	Anpassen	181
	Zerlegen	181
	Objekt anpassen	182
	Umfeld anpassen	183
5.10	Modifizieren	185
	Zerlegen	185
	Zusammensetzen	186
5.11	Übertreiben	189
	Übertreiben	189
	Untertreiben	190
5.12	Perspektivwechsel	193
	Details	194
	Weniger Details	195

5.13	Metapher & Analogie	197
	Analysieren	197
	Analogien finden	197
	Wie macht die Analogie das?	198
	Lösung übertragen	198
5.14	Neuer Gegner	201
	Meine Güte	201
	Marken	202
5.15	Wirkung der Zeit	205
	Zukunft	205
	Vergangenheit	206
	Effekt der Zeit	207
5.16	Verhältnisse ändern	209
5.17	Anti-Physik	213
5.18	Dinge anders	217
5.19	Ohne Worte	221
6	Anwendungen	225
6.1	Autoren, Blogger, was-mit-Worten	225
	Form	226
	Mixen: Fiction und Nonfiction	226
	Stil	227
	Worte	228
	Keine Worte	229
6.2	Marketing	231
	Idea first	231
	Kommunikative Leitidee	231
	Kampagneninszenierung	232
	Ambient und Guerilla-Marketing	234
	Spiel mit dem Medium	235
	Interaktion ohne Strom	236
6.3	Design	239
	Visuelle Merkmale	241
	Nicht-visuelle Merkmale checken	241
	Medien	242
	Autopilot überlisten: Begriffe ersetzen	242
	Die Trickkiste	244

6.4	Produkte	247
	Kreativtechniken	247
	Blockaden Überwinden	247
	Cross-Innovation	249
	Alternative Verwendung	249
	Marketing	250
	Trends	250
6.5	Dienstleistungen	253
	Vom was zum wie	254
	Ebenen	254
	Rollen	254
	Verhältnisse verändern	255
	Übertreiben	256
	Umkehren	256
	Alternative Anwendung	256
7	Dies & das	259
7.1	... und jetzt?	259
7.2	Literatur & Co.	261
	Lesen	261
	Spielen	265
	Interagieren	265
Danke		267
Index		268