

Genial denken

Gute Ideen sind mehr als Geistesblitze. Wie Sie durch Querdenken das kreative Potenzial Ihres Unternehmens erhöhen können, und welche Denkfehler innovative Ideen bremsen. Von **Mag. Anton Six**

Bis eine gute Idee zu einer herausragenden Innovation wird, ist der Weg weit: Es braucht Mut, Durchsetzungsstärke und auch das Quäntchen Glück, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein. Doch zuerst muss es im Kopf einmal blitzen. Mittlerweile ist durch bildgebende medizinische Verfahren wie EEG (Elektroenzephalografie) und MRT (Magnetresonanztomographie) bekannt, wo in unserem Gehirn der Geistesblitz seine Entfaltung findet. Dieser entsteht in der Form eines imposanten neuronalen Feuers in der rechten Hemisphäre, in der Gegend über dem rechten Ohr. Wer von uns hat nicht schon einmal die Kraft

der besonderen Idee verspürt, die uns einen außerordentlichen Kick und Antrieb verleiht? Und wer von uns hat nicht schon die Erfahrung gemacht, dass diese besondere Idee durch die Meinung einer anderen Person blitzartig wieder zunichte gemacht werden kann? Nicht jeder hat den Mut, diese Idee bis aufs Letzte durchzufechten. Wer möchte schon als Querdenker abgestempelt werden?

So beschreibt auch der Duden einen Querdenker als „jemand, der eigenständig und originell denkt und dessen Ideen und Ansichten oft nicht verstanden oder akzeptiert werden“. Obwohl »



der Begriff negativ behaftet ist, liegt aber genau im Querdenken die Chance, auf die besonderen Ideen zu stoßen. Im Sinne von lateralem oder divergentem Denken stellt es den Gegensatz zu unserem gewohnten linearen Denken dar, welches aufeinander aufbauenden logischen Schritten folgt. Der Ansatz des Querdenkens soll dazu beitragen, alte Denkmuster zu verlassen und den Raum für Alternativen zu öffnen. Es trifft keine vorschnellen Festlegungen, sondern betrachtet eine Fragestellung von möglichst vielen Perspektiven und lässt auch das Unmögliche zu. Was hat zum Beispiel ein Kugelschreiber mit einem Deodorant zu tun? Auf den ersten Blick gar nichts. Der Erfinder des Kugelschreibers, László József Bíró, führte die beiden Bereiche zusammen und entwickelte daraus den Vorläufer des heutigen Deo-Rollers.

Oft liegt es aber an uns selbst, einen vermeintlich unmöglichen, quergedachten Gedanken nach außen zu tragen. Der Psychologe Solomon Asch hat in seinem Konformitätsexperiment eindrucksvoll bewiesen, wie Testpersonen reihenweise umfielen und sich bewusst falschen Gruppenantworten anschlossen. Im Grunde sind wir Herdentiere. Wir sind vorrangig auf Konsens aus und wollen Dissens vermeiden. Aber auch die Expertin oder der Experte in uns verhindert oft, den richtigen Schluss zu ziehen. Je älter wir werden, je mehr wir erlebt haben, desto mehr geraten wir in die Falle zu vorschnell zu urteilen. Davor gefeit waren nicht einmal die großen Innovatoren. So vertrat Gottlieb Daimler 1901 die Meinung, dass die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen auf-

Oft wehren wir uns gegen Veränderung, weil der Status Quo bequemer ist. Und neue Ideen bedeuten fast immer Veränderung.

grund des Mangels an Chauffeuren eine Million nicht überschreiten werde. Haben wir einmal ein Urteil gefällt, so halten wir im Sinne der „Selbstbestätigungsfalle“ nur mehr nach Informationen Ausschau, die unsere Meinung bestätigen. Ebenso kann hier die „Status Quo Falle“ mitspielen. Oft wehren wir uns gegen Veränderung, weil der Status Quo bequemer ist. Und neue Ideen bedeuten fast immer Veränderung.

Aber je mehr wir zur Expertin oder zum Experten werden, je mehr wir in Routinen leben, desto mehr wird unsere eigene Achtsamkeit, unsere Neugierde und somit unser eigenes kreatives Potenzial eingeschränkt. Das beginnt bereits in der Schule. Eine eindrucksvolle Studie aus den USA untermauert diesen Aspekt. Ein für die NASA entwickelter Kreativitätstest wurde Kindern im Alter von fünf Jahren vorgelegt. 98 Prozent konnten als hochgradig kreativ eingestuft werden. Als derselbe Test bei denselben Kindern im Alter von zehn Jahren erneut angewendet wurde, fiel die Rate auf 30 Prozent. Im Alter von 15 fiel sie schließlich sogar auf 12 Prozent. Die Ergebnisse der Vergleichsgruppe von 280.000 Erwachsenen ergab: lediglich 2 Prozent waren hoch kreativ. Kinder und Querdenker haben aber einiges gemeinsam. Grenzen-

lose Neugierde und sie fragen ständig: Warum ist das so?

Kann auch ein Unternehmen quer denken? Nein, es sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein Unternehmen kann lediglich die notwendigen Strukturen schaffen, dass kreative Ideen gefördert werden. Die Möglichkeiten der organisatorischen Gestaltung sind dabei vielfältig und müssen auf die jeweilige Organisation abgestimmt sein. Insbesondere ist der kreative Reifegrad der Organisation zu berücksichtigen. Querdenken im Unternehmen zu ermöglichen heißt aber, dieses zunächst in der Unternehmensstrategie festzuschreiben. Dazu zählt auch die Etablierung einer transparent gelebten Fehlerkultur. Ansonsten läuft es Gefahr, zur Luftblase zu werden.

Fragen wir in Unternehmen, welche kreative Ideenfindungsmethoden zum Einsatz kommen, so hören wir oft das Brainstorming. Obwohl vielfach verteufelt, kann es für die richtige Fragestellung ein taugliches Instrument sein. Es liegt oft am Moderator eines Brainstormings selbst, der es nicht schafft, den inneren Kritiker bei den teilnehmenden Personen auszuschalten. Aufbauend auf dem Grundgedanken des Brainstormings lassen sich tieferegehende Methoden orten, die auch den humoristischen und spielerischen Aspekt des Findens von Ideen zulassen. Dazu zählen u.a. das adaptierte Stadt-Land-Fluss oder die negative Umkehr. Weitere Methoden des Querdenkens sind z.B. der phantastische Perspektivenwechsel, die Bildsymbolik oder die Bisoziation. Das

Finden von Ideen soll sich letztlich nicht anfühlen wie ein Akt der Routine, sondern wie ein kreatives Erlebnis. Ein Verfahren, das versucht den „dritten Ort“ zu nutzen ist das Tauschtagebuch. Es folgt der Annahme, dass gute Ideen zumeist nicht am Arbeitsplatz entstehen, sondern oft an einem Ort, wo sie nicht vermutet werden. Warum kommen viele Ideen gerade in der Dusche. Duschvorhang oder Kabine sowie das warme Wasser und die zumeist geschlossenen Augen führen zu einer Reizminderung. Die beste Voraussetzung, um die im Unterbewusstsein verankerten Fragestellungen blitzen zu lassen. Querdenken ist also nichts, was angeboren ist oder nur Auserwählten vorbehalten ist. Sondern jeder kann es lernen oder ganz einfach wieder reaktivieren!

Mag. Anton Six ist Berater, Trainer für Kreativität und Künstler. Seine Schwerpunkte liegen in den Themen der kreativen Ideenfindung sowie in der Stärkung des kreativen Potenzials von Unternehmen als auch einzelnen Personen. Seine Workshops sind stets begleitet von kabarettistischen Unterhaltungen. Denn nur mit einer heiteren Einstellung sind wir in der Lage, die großartigen Ideen in unserem Leben zu finden. Er hält am 13.03.2017 das Seminar „Die Welt der Innovationen oder wie gute Ideen entstehen“.

Weitere Infos und Anmeldung zum Seminar unter www.wifwien.at/243696

 **Klick! www.antsix.com**
 **Klick! www.wifi.at/managementforum**