Das Gehirn ist ein fauler Sack!

Von Jiri Scherer
„Denkmotor“

Nichts ist gefährlicher als eine Idee, wenn es die einzige ist.

Der Mensch ist ein höchst kreatives Wesen. Zumindest solange wir Kinder sind. Erinnern Sie sich noch an Ihre überbordende Fantasie, als Sie in verschiedene Rollen schlüpften? Erinnern Sie sich noch an Ihre unersättliche Neugier, als Sie vor neuen Situationen standen? War auch Ihre meist gestellte Frage diejenige nach dem Warum?

Jetzt als Erwachsene stellt sich uns die Frage: „Warum haben wir es verlernt, kreativ zu sein?“ Die Antwort liegt in der raffinierten Kunst unseres Gehirns, Muster zu bilden. All unsere Erfahrungen werden feinsäuberlich katalogisiert und in der riesigen Datenbank in unserem Kopf abgelegt. Wissen Sie, warum unser Gehirn es beim Katalogisieren von Erlebtem zur Meisterschaft gebracht hat? Weil unser Gehirn sehr ökonomisch mit seiner Energie umgeht oder, anderes gesagt, etwas faul ist.

Wenn wir vor einer kniffligen Aufgabe stehen, ist es am einfachsten, im Internet nach Lösungsansätzen zu suchen. Möglicherweise wird die Lösung gar in einem Videobeitrag auf YouTube vorgelebt. Wir delegieren also das aufreibende Nachdenken an andere und schonen so unsere Energie. Genau dasselbe macht unser Gehirn. Vor eine neue Situation gestellt, durchforscht es lieber unsere große Erfahrungs-Datenbank nach ähnlichen Situationen aus der Vergangenheit, als dass es die Energie darauf verwendet, einen neuen Lösungsweg zu finden. Dies geht ganz schnell, ohne unser bewusstes Denken zu stören und ohne großen Aufwand.

Reproduzierend versus produktiv Denken
Unser Gehirn arbeitet reproduzierend, das heißt, es geht bei neuen Herausforderungen von ähnlichen Problemen aus, mit denen wir in der Vergangenheit konfrontiert waren. Die Wahl für die beste Lösung wird auf der Grundlage bisheriger Erfahrungen gefällt. Dabei schließen wir mögliche Alternativen aus und neue Ideen werden oft gar nicht gesucht. Geniale Menschen denken produktiv – und nicht reproduzierend! Viele neue mögliche Lösungswege werden bewusst gesucht. Mit reproduzierendem Denken wird keine originelle Idee generiert. Unser Gehirn engt das kreative Denken oft durch Wissen, Erfahrungen und den damit entstandenen Vorurteilen ein. Der produktiv denkende Kopf jedoch sucht permanent nach neuen Wegen.

Kreativitätsbarrieren
In der Schule wird Kreativität kaum gefördert. Da ist es wichtiger, Gelerntes auswendig zu lernen und wiederzugeben. Meistens heißt es dann richtig oder falsch und neben der einen richtigen Lösung sind weitere Möglichkeiten kaum gefragt. Angst vor Risiko und Fehlern sind weitere Blockaden, die das kreative Denken hemmen. Woody Allen meinte einmal:

»Wenn man nicht von Zeit zu Zeit auf die Nase fällt, ist das ein Zeichen, dass man nichts wirklich Innovatives tut.«

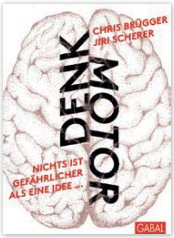
Auch die bei vielen vorherrschende Auffassung „Ich muss in meinem Job nicht kreativ sein“ ist falsch. Wenn wir immer alles so machen, wie es schon immer gemacht wurde, gelangen wir auch stets zu den gleichen Resultaten. Viel mehr als Stabilität ist heute aber Dynamik gefragt und damit Wandel. Auf den Punkt gebracht: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“

Biografie

Jiri Scherer studierte Betriebswirtschaft und absolvierte einen Master in Innovation Engineering. Er hat langjährige Erfahrung in der Moderation von Innovationsworkshops und dem Durchführen von Kreativitätsseminaren und Design Thinking Workshops. Er ist Gastdozent an Hochschulen und Trainer bei verschiedenen Management-Weiterbildungsinstitutionen.

Er ist Autor bzw. Co-Autor von sechs Büchern zum Thema Kreativität, Innovation & Simplicity sowie von über 80 Fachartikeln zum Thema. Das Buch DENKMOTOR ist ein Bestseller.

Gabal; September 2014
ISBN-10: 3869365978
ISBN-13: 978-3869365978
www.denkmotor.com



Wir fragen Jiri Scherer

Interview

» Wenn ich reise, habe ich Zeit und lasse mich von den vorbeigehenden Szenerien und den eigenen Gedanken inspirieren. «

Jiri Scherer verbringt als vielgebuchter Vortragender rund 120 Tage pro Jahr im Zug. Ute Hödl von Steiermark Tourismus nützte die Gelegenheit, um mit ihm das folgende Gespräch zu führen.

SteierMARKEting: *Man stellt sich immer vor, dass es eine besondere Atmosphäre, ein besonderes Setting braucht, damit die kreativen Ideen wie Schwammerln sprießen können? Ist das so oder ist das nur eine Ausrede, um einen Denkprozess auf die lange Bank schieben zu können?*

Jiri Scherer: Es ist sicher so, dass man in einer entspannten Umgebung locker ist und auch lockerer denkt. Aber es wäre vermessen zu behaupten, dass ein Mensch nur in einem Raum mit bunten Bällen, Sitzkissen und lauter Musik kreativ sein kann. Mir zum Beispiel fallen die besten Ideen im Zug ein. Wenn ich reise, habe ich Zeit und lasse mich von den vorbeigehenden Szenerien und den eigenen Gedanken inspirieren.

StM: *Angenommen, die Muse küsst mich nicht, wenn ich es gerade dringend brauchen würde, oder mir fällt partout zu einer Aufgabe nichts (Neues) ein: Es muss doch ein paar Werkzeuge geben, die den kreativen Denkprozess anregen, vor allem auch, wenn man unter Druck nachdenken soll?*

Scherer: Wenn ich schnell eine neue Idee brauche und keine Kollegen für ein spontanes Brainstorming zur Verfügung stehen, dann arbeite ich meist mit der sogenannten Visuellen Synektik. Das geht so: Die Problemstellung hat man im Kopf. Jetzt nehme ich mir einfach zwei bis drei Magazine: Zum Beispiel ein Reisemagazin, die Gala und ein Elternmagazin. Ich blättere die Magazine durch und lasse mich von den Bildern inspirieren. Hier sehe ich eine Parfumwerbung: Was hat Parfum, Geruch, Luxus, Glas mit meiner Problemstellung zu tun? Auf welche Ideen bringt mich das? Oder da sehe ich einen Hund: Auf welche Ideen komme ich, wenn ich an einen Hund, sein weiches Fell, sein lautes Gebell denke? Das ist für mich eine sehr effiziente Methode.

StM: *Wenn man in einem Team Ideen suchen möchte, welche Regeln gibt es für eine anregende Diskussionskultur?*

Scherer: Die 5 goldenen Regeln der Ideenfindung sind:

1. Je mehr Ideen, desto besser.
2. Baue auf Ideen anderer auf.
3. Unterstütze auch wilde Ideen.
4. Keine Kritik!
5. Arbeite visuell!

StM: *Brainstorming, Sie haben es vorhin ja schon kurz erwähnt, gilt ja als eine der am häufigsten genützten Methoden, um auf neue Ideen zu kommen. Zu Recht? Oder was gilt es dabei zu beachten bzw. welche Gefahren birgt diese Methode?*

Scherer: Böse Zungen behaupten oft, dass Brainstorming nur eine Aufzählung von bereits bekannten Ideen ist. Und das ist auch meine Erfahrung. Mit einem Brainstorming werden meist nicht radikale Ideen generiert. Für ganz radikale Ideen muss man etwas tiefer in die Methodenkiste greifen.

StM: *Dann machen wir das gleich konkret. Sie haben einmal die Denkaufgabe gestellt, einen Kuchen mit drei Schnitten in acht Teile zu teilen. Wieso sollte man über so etwas nachdenken bzw. was meinen Sie mit dieser Denksportaufgabe?*

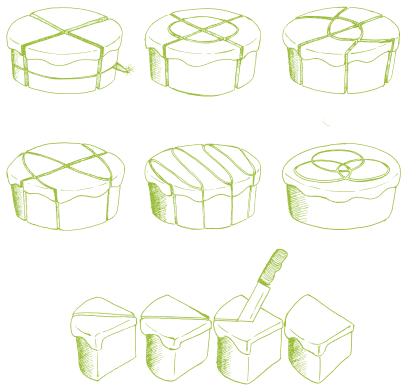
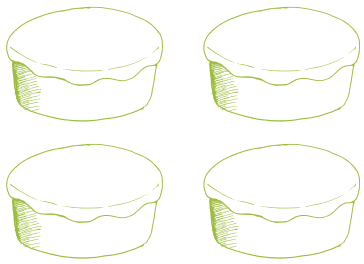
Scherer: Das Interessante an dieser kleinen Aufgabe ist, dass die meisten Menschen davon ausgehen, dass es eine richtige Lösung gibt. Es gibt aber mehrere Lösungsmöglichkeiten. Bis jetzt habe ich über 10 unterschiedliche Lösungen gefunden. Die meisten Menschen hören aber auf zu suchen, sobald sie eine Lösung gefunden haben, und suchen dann nicht mehr weiter. Kreativität heißt aber, möglichst viele Lösungen zu suchen. Und vielleicht ist die erstbeste Lösung auch nicht die beste.

StM: *Neue Zugänge, neue Ideen sollen ja auch einen konkreten Nutzen haben und sich nicht nur in Originalität erschöpfen. Wie kann man in einem Denkprozess einerseits das kreative Potenzial und andererseits den Gast-Nutzen nicht aus den Augen verlieren?*

Scherer: Richtig. Entscheidend bei allem, was man tut, ist immer die Frage: Trifft diese Idee ein Kundenbedürfnis oder löst diese Idee ein Problem. Um sicherzustellen, dass eine Idee auch ein Bedürfnis deckt, kann man zum Beispiel auch mal drei Kunden zu einem Ideenworkshop einladen. Oder bevor man Ideen umsetzt, testen wir diese immer erst mit einigen Kunden. Dazu muss das neue Produkt oder die neue Dienstleistung noch gar nicht fertig sein. Oft reichen ganz einfache Prototypen, Illustrationen oder auch ein Rollenspiel, um Ideen mal zu testen.

StM: *Danke für das Gespräch* •

Teilen Sie eine Torte mit 3 Schnitten in 8 Teile



Was sind Ihre Lösungen?