

5.6	Bewertungstechniken	281
5.6.1	Vorbereitung zur Ideenbewertung	282
5.6.2	Geheim und demokratisch abstimmen mit der Dot-Mocracy-Methode	283
5.6.3	Ideensteckbrief zur Ideenvertiefung	285
5.6.4	Kriterienkatalog als Checkliste für Ihre Ideen	288
5.6.5	Mit dem gewichteten Kriterien-Ranking Ihren Auswahlkriterien Gewicht geben	290
5.6.6	Spielerische Herangehensweise über Monopoly, Casino-Chips & Co.	293
5.6.7	Temperatur-Matrix – »Je heißer, desto besser!«	294
5.6.8	Bodenskala – »Auf dem Boden der Tatsachen«	295
5.6.9	Digital abstimmen	297
6	Das praktische Kreativmuskel-Training	299
6.1	Trainingsimpulse für Ihren Kreativmuskel	300
6.1.1	Kreative Häppchen für Ihren Kreativmuskel	300
6.1.2	Übung: Herzintelligenz®-Technik – Fokussiertes Atmen	301
6.2	Kreativitätsgewohnheiten etablieren	304
6.2.1	Übung: Canvas Kreativitätsgewohnheiten	307
6.3	Das persönliche Creativity Scoreboard	308
	Literatur und Weblinks	313
	Abbildungsverzeichnis	319
	Stichwortverzeichnis	321
	Die Autorin	327

Kreativität: Warum soll ich mich damit befassen? – ein Geleitwort von Andreas K. Giermaier

Warum sollten Sie Ihre wertvolle Zeit investieren, um die Kreativität fördernden Übungen, die Ihnen Sarah Rimmel in diesem Buch vorschlägt, auch tatsächlich zu trainieren? Gute Frage. Um sich der Antwort auf diese Frage zu nähern, bekommen Sie gleich drei weitere hinterher:

1. Welcher Bereich trägt (finanziell) am meisten zum Wohlstand einer Region bei?
 - a) Handel/Dienstleistungen
 - b) Industrie
 - c) Kultur- und Kreativwirtschaft
2. Was zeichnet kreative Menschen aus?
 - a) Originalität
 - b) Talent
 - c) künstlerische Fertigkeit
 - d) Fleiß
3. Was braucht es für Kreativität am meisten?
 - a) Wissen
 - b) Wissen
 - c) Wissen

Sie ahnen, in welche Richtung das gehen könnte. Generell möchte ich vorausschicken, dass wir bei kreativen Prozessen nicht über ein Phänomen sprechen, das nur in Menschen auftritt. Neugierde ist der wohl treibende Faktor, um etwas Neues, Kreatives zu tun. Und diese Neugierde finden wir schon bei Fadenwürmern, die sich nicht nur um die Nahrungsaufnahme kümmern, sondern auch ihre Umwelt erkundeten ...

Unsere Gehirne sind wohl um ein Milliardenfaches komplexer in ihrer Arbeitsweise und ihrer Fähigkeit zur Abstraktion. Doch lieben wir auch die sogenannte »Sicherheit«, das Konservative, das Festhalten am Bewährten. Denn immerhin hat es uns dahin gebracht, wo wir jeweils stehen.

High on drugs?

Dann braucht es manch »Ver-rückte«, die sich trauen, noch nie Gedachtes zum ersten Mal zu denken. Noch nie Getanes zum ersten Mal zu tun. Und just da landen wir bei dem »kreativen Funken«, den manche als göttlichen Prozess bezeichnen mögen. Ob das irgendwas mit einer spirituellen Welt zu tun haben mag, darf jeder mit seinem eigenen Weltbild vereinbaren, aber dass wir uns einfach auf unsere Yogamatte

setzen und drauflos meditieren sollen, dazu vielleicht auch noch Drogen nehmen ... das scheint nicht »the way to go« zu sein.

All you need is ...

Um aber überhaupt erst kreativ wirken zu können, braucht es ... Sie ahnen es ob der Antwortmöglichkeiten der dritten Frage: **Wissen**. Wissen und dazu noch einiges an Wissen. Denn wie soll das Unterbewusstsein werkeln können, wenn es keinerlei Substanz dazu bekommen hat? Wie soll all das von Sarah Rimmel in diesem vor Ihnen liegenden Werk zu einem neuen kreativen Netz verknüpft werden, wenn da nichts ist, was verbunden werden kann?

Daher: lernen Sie! Nicht wie in der Schule. Sondern **spielerisch**. Es darf, kann, nein es **muss** Spaß machen. Dazu finden Sie mittlerweile recht viele Wege unter anderem auch bei mir auf www.lernenderzukunft.com. Aber auch in Büchern, den Untiefen des Internets oder bei großartigen Vordenkern wie meiner langjährigen persönlichen Mentorin Vera F. Birkenbihl.

Aufstieg der kreativen Klasse

Um die Fragen vom Anfang aufzugreifen. Wenn wir uns die Studienergebnisse von Richard Florida (publiziert in *Rise of the Creative Class Revisited*, 2012) anschauen, können wir erkennen, dass sich der Aufstieg der Gruppe der »neuen Kreativen« – der Innovations- und Wirtschaftsmotor innerhalb von Regionen – weltweit beobachten lässt. Beginnend mit dem berühmten Silicon Valley in Kalifornien bis hin zu manchen Regionen in China oder Indien ebenso wie in Deutschland beispielsweise Berlin, bekannt als ein »Melting Pot« nicht nur der diversesten Subkulturen, sondern eben auch für seine kreative Szene. Diese »kreative Klasse« ist zum Teil hoch bezahlt, sie kann Arbeitszeiten vorgeben und ihr Gehalt fast selbst bestimmen. Kurz: Sie leben nach »ihrer Façon« (vgl. Florida, 2012).

Also können wir aus finanziellem, monetären, volkswirtschaften Fokus heraus schon mal begründen, warum Sie dieses Buch von Sarah Rimmel gründlich durcharbeiten sollten.

Kreativität führt zu Wohlstand

Und damit landen wir auch gleich bei der zweiten der drei oben gestellten Fragen, nämlich der nach dem verbindenden Hauptfaktor aller erfolgreichen Kreativen der Weltgeschichte, von einem Wolfgang Amadé Mozart, Ludwig van Beethoven, Johann Wolfgang von Goethe, Isaac Newton, Leonardo da Vinci und auch die genialen Erfinder Thomas Alva Edison und Nicola Tesla. All dies waren Menschen, die sich durch einen immensen Output auszeichneten. Wobei hier Output für den großen Fleiß steht, den sie jeweils an den Tag gelegt haben.

Ver-rückte Zweifler und im Flow

Sie alle waren eigentlich Ver-rückte. Abseits der Norm. Einige waren absonderliche Typen, die sozial zu Beginn ihrer Karriere nicht geschätzt wurden. Sie stellten in Frage, was gerade als »So ist es eben« anerkannt worden war. Denken Sie an Albert Einstein, der mit seinen Gedanken bis heute die Wissenschafts- und sogar die Wirtschaftswelt in Atem hält, wenn wir zum Beispiel auf die neueste Entwicklung der Quantenwirtschaft schauen.

Diese Querdenker waren stets in der **Lust-Zone** unterwegs. Wissenschaftlich hat dies unter anderem Mihály Csíkszentmihályi belegt, der in wissenschaftlichen Studien nachgewiesen hat, dass wir uns im **Flow-Bereich** am besten fühlen und den größten kreativen Output hervorbringen. Diese Zone muss zwischen dem Zustand des »Schaff ich locker« und »Das geht nicht mehr« liegen.

All diese Anstrengungen, die diese großen Denker der Weltgeschichte dafür in Kauf nahmen, bedeuteten aber keineswegs, dass sie sich ihr Leben vermiesen lassen mussten und ob der vielen Arbeit fortwährend gelitten haben. Im Gegenteil: Sie waren so entzündet von der unstillbaren Neugier nach Erkenntnis (da sind wir wieder beim »göttlichen Funken«), dass sich dies einfach »geil« angefühlt haben muss.

Intuition und Wahr-Nehmung im Business

Im Rahmen meiner wissenschaftlichen Abschlussarbeit an der Universität Innsbruck habe ich mich mit der **Intuition im unternehmerischen Kontext** befasst, und eben dort tritt auch dieser Effekt auf. Intuition »geschieht« selten einfach so. Man muss Vorarbeit leisten, um dann zu einer Erkenntnis (wo auch immer diese herkommen mag, vielleicht aus dem **Unterbewusstsein**) zu gelangen: der **Magic Moment**. Allein wenn wir uns die Größe des unbewussten Wissens vorstellen könnten, würden wir uns vor Demut (vor uns selbst) verneigen. Dabei ist es die hohe Kunst, dieser Intuition dann auch zu lauschen und sie eben nicht zu **überhören**, weil eine Messenger-Nachricht schon wieder gequiekt hat oder der nächste Termin uns davon abhält.

Warum Kreativität Sie in orgiastische Höhen hieven könnte

Wenn ich die etwas obszöne Vokabel »geil« hier verwende, dann mit Intention. Denn **neurobiologisch** ist es genau das. Wir setzen uns ein Ziel und bei jedem erledigten Zwischenschritt belohnt uns unser Hirn mit einem immensen Ausstoß an Dopamin (das körpereigene, motivationsfördernde »Drogen« enthält). Natürlich stoßen wir immer wieder auf Fehler. Am bekanntesten wurde Thomas Edison, der angeblich gesagt haben soll, dass er 1.000 Mal feststellte, welcher Weg ihn eben **nicht** ans Ziel bringen würde, eine funktionierende Glühbirne zu erfinden.