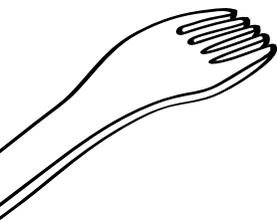


⁴ Dieses Kombinationsprinzip ist im Web äußerst beliebt, um zum Beispiel vermeintlich personalisierte Bandnamen oder Kampfnamen zu erfinden. In sozialen Netzwerken fordern Nutzer*innen sich zum Beispiel gegenseitig auf, aus dem Vornamen der eigenen Großmutter und der letzten Speise, die sie zu sich genommen haben, ihren »Kochnamen« zu erfinden.

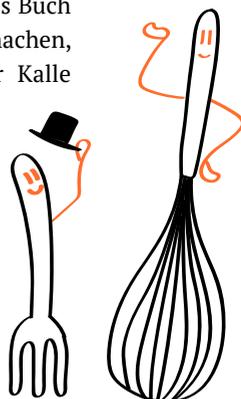
⁵ Das schönste Bild dafür findet sich übrigens auch in der Küche: Der Göffel ist eine Kombination aus Gabel und Löffel – und symbolisiert für mich perfekt die Verbindungskomponente von Kreativität.



tere Einfälle, Eingebungen und Geistesblitze. Denn du hast eine kreative Leistung erbracht: Dir ist etwas eingefallen – ein Name und ein Küchengerät. Das ist nicht nichts, das ist ein kreativer Einstieg, und du wirst noch sehen, wohin er dich führen wird.

Zum anderen hast du auf diese Weise deinen eigenen Kreativnamen ⁴ erfunden, der dich durch dieses Buch begleitet. Wann immer wir hier eine Übung machen, kannst du diese als Susi Schneebesens oder Kalle Kuchengabel machen.

Die Kombination von Namen und Küchengeräten lässt etwas Neues entstehen, weil Namen und Küchengeräte eigentlich nicht zusammengehören. Dem Apple-Gründer Steve Jobs, der als besonders innovativ galt, wird das Zitat zugeschrieben: »Kreativität heißt bloß, Dinge zu verbinden.« ⁵



Nimm diesen Kreativnamen als Rolle, in die du schlüpfen kannst, wenn dein vernünftiges und erwachsenes Ich zu sehr in der Haltung der Unkreativität denkt und dir erklärt, was alles nicht geht, albern, dumm und falsch ist. Das kann dein vernünftiges Ich ja gerne denken, aber Susi und Kalle sehen das anders. Susi und Kalle haben die Freiheit, Unsinn zu denken, Fehler zu machen oder einfach Dinge vorzuschlagen, die keiner braucht.

Die beste Einschätzung zum Thema *gute und schlechte Ideen*, die ich kenne, stammt übrigens von Marketing-Guru Seth Godin, der in dem Buch »Tools of Titans« mit den Worten zitiert wird (Übersetzung von mir): »Menschen, die Probleme haben, gute Ideen zu entwickeln, werden, wenn sie ehrlich sind, eingestehen, dass sie nicht allzu viele schlechte Ideen haben. Menschen jedoch, die sehr leicht auf neue Ideen kommen, werden, wenn sie ehrlich sind, eingestehen, dass sie jede Menge schlechte Ideen haben. Das Ziel ist also nicht, gute Ideen zu haben, das Ziel ist vielmehr, schlechte Ideen zu entwickeln. Denn wenn du ausreichend schlechte Ideen hast, tauchen die guten Ideen automatisch auf.«

Susi und Kalle müssen ihren Vorgesetzten nicht gefallen, sie wollen keine Karriere machen oder Boni einstreichen. Sie dürfen Dinge sagen und denken, die vielleicht peinlich sind oder aus der Reihe fallen. Sie sind manchmal Quälgeister, die ständig »Warum?« fragen⁶ und mit kindlicher Neugier Dingen auf den Grund gehen wollen. Wenn Susi und Kalle sich die Welt anschauen, sehen sie viele Rätsel, die sie lösen wollen. Sie probieren geduldig immer neue Schlüssel aus, bis das Schloss irgendwann aufspringt. Oder eben auch nicht. Denn Susi und Kalle stehen auch für den Umweg, das Verirren und den gescheiterten Versuch – und ganz allgemein für das Gegenteil.

Meine Susi bzw. mein Kalle ist dieses kleine Emoticon hier:



Man nennt es den Shruggie, weil seine Haltung ein fröhliches Schulterzucken ist. Das heißt auf Englisch *to shrug*, und daher hat der Shruggie seinen Namen. Er ist ein Menschenfreund, der stets annimmt, dass auch das Gegenteil richtig sein könnte. Er zuckt mit den Schultern, zweifelt und bleibt distanziert. Ich habe ihm ein ganzes Buch gewidmet (»Das Pragmatismus-Prinzip«) und danach festgestellt: Der Shruggie ist ein sehr guter Kreativitätstrainer. Er hilft, andere Perspektiven zuzulassen und auf neue Art zu denken. Und vor allem darum geht es, wenn wir über Kreativität sprechen.

Kreativität trainieren und das Gegenteil denken

Ich glaube, dass Kreativität eine grundlegende menschliche Fähigkeit ist, die wir aber pflegen und gegen Widerstände verteidigen müssen. Weil wir sie sonst verlieren. Vielleicht müssen wir uns Kreativität wie einen Muskel vorstellen, der nur dann wächst, wenn wir ihn trainieren. Es gibt Muskelprotze, die ihre Kreativität wie einen angespannten Bizeps auf die Bühne tragen. Wenn man dann nicht genau hinschaut, könnte man auf die Idee kommen, diese kreativen Muskelberge seien so etwas wie Genies des Ein-

⁶ Eine Methode in der kreativen Ideenentwicklung heißt »Five Whys?«. Dabei handelt es sich um die fünffache Nachfrage nach dem Grund für eine Begebenheit. Die fünf Warum-Fragen sollen die zugrunde liegenden Blockaden offenlegen – siehe dazu zum Beispiel <https://t1p.de/unkreativsein01>.

fallsreichtums. In Wahrheit entstehen diese Muskeln der Kreativität aber nur durch gewissenhaftes Training, durch die Bereitschaft, neue Reize zu setzen, die den Muskel anstrengen und fordern. Nur dann wird er wachsen. Oder wie es der Autor Bas Kast in seinem Kreativitätsbuch »Und plötzlich macht es Klick« formuliert: »Erst wenn wir es schaffen, aus unseren alten Denkgewohnheiten auszurechnen und von dieser gebräuchlichen Funktion abzusehen, kommen wir der Lösung auf die Spur.«⁷



Der Shruggie kann uns genau dabei helfen, unseren Kreativitätsmuskel zu trainieren. Denn der wichtigste Trainingsreiz lautet: *anders zu denken*. Nur wer neue Perspektiven zulässt und auch das Gegenteil denken kann⁸, wird kreative Lösungen finden.

Wer jedoch Rahmenbedingungen schafft, die auf Angst und Ablehnung setzen und das Andersdenken negativ sanktionieren, der wird einen Prozess in Gang setzen, der im Sport *De-Training* genannt wird. Damit ist der Rückgang von Muskulatur und Fitness gemeint. Mit Blick auf die Psychologie der Kreativität kann man diesen gefährlichen Prozess, über den ich mich auf den farbigen Seiten ironisch lustig mache, als *erlernte Hilflosigkeit* bezeichnen. Das Begriffspaar beschreibt eine Negativspirale, die aus dem Gefühl eigener Hilflosigkeit in eine Selbstbeschuldigung führt. Sehr vereinfacht übertragen könnte man auch sagen: Wer lang genug den Eindruck hat, die eigenen Ideen oder Vorschläge verändern nichts, wird sich auf Dauer immer weniger kreativ fühlen.

Das Gegenkonzept dazu mit Blick auf Kreativität steckt in dem, was Tom und David Kelley in ihrem gleichnamigen Buch »Kreativbewusstsein« nennen. Dabei geht es um das Konzept der *Selbstwirksamkeit*, das der Psychologe Albert Bandura entwickelt hat. Dieses beschreibt das motivierende Gefühl, dass die eigene Arbeit positive Folgen, Bedeutung und Wirkung erzeugt.⁹ Wer dies häufig erfahren hat, so schreiben die Kelley-Brüder, erfahre Kreativbewusstsein.

⁷ Bas Kast: »Und plötzlich macht es Klick: Das Handwerk der Kreativität«, Seite 46

⁸ Genau das meine ich, wenn ich vom hybriden Denken spreche. Eine Übung, die wir dazu im weiteren Verlauf des Buches testen werden, ist der ideologische Turing-Test, bei dem du in einem politischen Streit die Argumente der Gegenseite benennen musst.

⁹ Mehr dazu im Abschlusskapitel und unter <https://t1p.de/unkreativsein02>.

Für die Grafikerin und Autorin Debbie Millman steckt genau hier ein Problem an dem Konzept des kreativen Selbstbewusstseins. Sie sagt: »Sie entwickeln Vertrauen nach der erfolgreichen Wiederholung jeder Anstrengung. Es kommt nach der Wiederholung. Aber die Fähigkeit, etwas Neues auszuprobieren, erfordert Mut, und das ist viel wichtiger.« Sie rät deshalb, nicht beim Ziel des kreativen Selbstbewusstseins stehen zu bleiben, sondern Mut zu entwickeln: »Was wir den Menschen geben müssen, ist der Mut, etwas zu tun, wohl wissend, dass sie scheitern könnten, dass sie abgelehnt werden könnten, aber es ist nur ein Versagen, wenn man die Niederlage akzeptiert. Wir müssen ein Gefühl der Akzeptanz vermitteln, dies zu versuchen, zu erfahren, wie es ist, es zu tun. Man kann nicht darauf warten, dass Selbstvertrauen auftaucht. Sie bauen Ihr Selbstvertrauen mit der Zeit auf.«¹⁰

¹⁰ [https://t1p.de/
unkreativsein03](https://t1p.de/un kreativsein03)

Im Prozess ist es deshalb manchmal von Vorteil, mutig zu sein und eine Idee auch dann vom Ende her zu denken, wenn man sie noch gar nicht hat. Das mag ebenso paradox wie unser Buchtitel selbst klingen, man muss sich diese Art zu denken aber wie einen Film vorstellen, der rückwärts abgespielt wird: Bitte einen Freund, seine Hände zu einer kleinen Schale zu formen, schütte Erde in die Hände, und stecke eine farbig strahlende Margerite in die Erde. Nun bitte eine Freundin, die folgende Szene zu filmen: Du drückst den Stiel der Margerite so weit durch die Erde, bis er unten zwischen den beiden Händen wieder rauskommt. Vorsichtig ziehst du nun von unten am Stiel, bis die Blume langsam in der

Erde verschwindet. Es ist nur noch die Hand voller Erde zu sehen. Wenn du den Film nun rückwärtslaufen lässt, ist dieses Bild die Einstiegsszene. Zu sehen ist, wie eine Margerite sich langsam aus der Erde hervorkämpft und sich zu voller Schönheit aufrichtet, bis sie zum endgültigen Ergebnis erwächst: als strahlende Blume, die in einer kleinen aus Händen geformten Schale aus Blumenerde steht.



Es gibt Menschen, die keine rückwärtslaufenden Filme und auch keine einfallsreiche Susi oder einen kreativen Kalle benötigen, um

auf diese Weise zu denken. Sie haben ihr Leben in einer kreativen Rolle gefunden. So ein Mensch muss Paul Arden gewesen sein. In seinem Nachruf, der im April 2008 in der britischen Zeitung Independent erschien, wird er in einer Weise beschrieben, die ein wenig an die Worte erinnert, mit denen ich weiter oben Susi Schneebesens und Kalle Kuchengabel vorgestellt habe: »Furcht vor dem Scheitern, Furcht vor peinlichen Situationen, Furcht vor dem, was andere denken könnten, Furcht, den Job zu verlieren – all diese Dinge, die wie unüberwindliche Hindernisse wirken, hat Paul einfach nicht gesehen. Er ging durch sie durch, als wären sie nicht da. Also waren sie nicht da.«

Paul Arden war Buchautor und das, was als Kreativ-Direktor bezeichnet wird. Das klingt gut, weil es zeigt, dass Kreativität zu einem Beruf führen kann – und sogar zu einem mit Direktor*innen-Status. Paul Arden war eine Legende in der britischen Werbebranche, kann man in dem

Nachruf nachlesen, und er war ein sehr kreativer Mensch. Er hat anderen davon erzählt und versucht, deren Kreativität zu stimulieren. Dafür hat er einen Ratschlag sogar auf das Cover eines seiner Bücher geschrieben. Es heißt: »Egal, was du denkst, denk das Gegenteil«.

Deshalb ist es eine sehr gute Idee, ein Buch zu lesen, das eine »Anleitung zum Unkreativsein« sein will. Denn dieses Buch hier ist vor allem eine große Übung darin, die Perspektive zu ändern – und den Versuch zu unternehmen, etwas zu wollen, was niemand laut sagen würde, was aber ständig passiert: Kreativität zu verhindern!¹¹

Das ist natürlich nicht ganz ernst gemeint. Aber Kreativität basiert auf der Bereitschaft, neue Perspektiven einzunehmen und ungewöhnlichen Ansichten zu folgen. Deshalb bin ich mir sicher, dass es kein falscher Ansatz ist, auf dem Weg zu neuen Ideen einer



¹¹ »Wenn es einen Wunsch gibt, der innerhalb der Gegenwartskultur die Grenzen des Verstehbaren sprengt, dann wäre es der, nicht kreativ sein zu wollen.« So schreibt der Soziologe Andreas Reckwitz in seinem Buch »Die Erfindung der Kreativität«. Also: Lass uns springen!