

Alexander Brem | Stefanie Brem

Die Kreativ-Toolbox für Unternehmen

Ideen generieren und innovatives Denken fördern



SCHÄFFER
POESCHEL

SCHÄFFER
POESCHEL

Alexander Brem / Stefanie Brem

Die Kreativ-Toolbox für Unternehmen

Ideen generieren und innovatives Denken fördern

1. Auflage

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print: ISBN 978-3-7910-4636-5

Bestell-Nr. 10360-0001

ePDF: ISBN 978-3-7910-4637-2

Bestell-Nr. 10360-0150

Produktmanagement: Dr. Frank Baumgärtner

Alexander Brem, Stefanie Brem

Die Kreativ-Toolbox für Unternehmen

1. Auflage, Oktober 2019

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die der Vervielfältigung, des auszugsweisen Nachdrucks, der Übersetzung und der Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen, vorbehalten. Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit.

© 2019 Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft · Steuern · Recht GmbH

www.schaeffer-poeschel.de

service@schaeffer-poeschel.de

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Ein Unternehmen der Haufe Group

Bildnachweis (Cover): © liravega, shutterstock.com

Inhaltsverzeichnis

1	Nur kurz: Wesentliche Infos zum Einstieg	9	3	Her mit den Ideen:	
1.1	Warum Kreativitätswshops?	9		Kreativitätstechniken verstehen und einsetzen	79
1.2	10 Dinge, die Sie über Kreativität wissen sollten	10	3.1	Know-how: Funktionsweisen	79
1.3	Wen's interessiert: Wesentliche Begriffe		3.2	System hinter der Vielfalt	84
	kurz erklärt	13	3.3	Wichtig: Kombinationsmöglichkeiten	89
			3.4	Tabellarischer Überblick	92
			3.5	Gut zu wissen für die nächsten beiden Kapitel ..	100
2	Das große Ganze:		4	Intuitiv-kreative Techniken	103
	Kreativitätswshops planen	19	4.1	Brainstorming	103
2.1	Einzigartig, aber doch immer gleich?	19	4.1.1	Regeln	104
2.2	Weil es jeder gerne hat: die Blaupause	22	4.1.2	Ablauf	105
2.3	An diese Regeln sollten Sie sich halten!	28	4.1.3	Bewertung	107
2.4	Erst suchen, dann festlegen!	36	4.1.4	Variationen von Brainstorming	110
2.5	Das kann nicht jeder: Moderation	43	4.2	Brainwriting	122
2.6	Alles ready? Dann kann es losgehen!	48	4.2.1	Kärtchentechnik	123
2.6.1	Ordnung ist das halbe Leben:		4.2.2	Methode 635	127
	Strukturierte Workshopvorbereitung	49	4.2.3	Brainwriting-Pool	129
2.6.2	Wenn es mal läuft: To Do's	66	4.2.4	Kollektives Notizbuch	131
2.6.3	Schon fertig? Nicht ganz.	75			

4.2.5	Exkursionstechnik	132	5.2	Fragetechniken	188
4.2.6	SIL-Methode	134	5.2.1	Osborne-Checkliste	188
4.2.7	Weitere Brainwriting-Techniken im Überblick	136	5.2.2	Delphi-Methode	191
4.3	Techniken der intuitiven Konfrontation	139	5.2.3	Progressive Abstraktion	194
4.3.1	Reizwortanalyse	139	5.3	Visualisierungstechniken	196
4.3.2	Visuelle Synektik	144	5.3.1	Mind-Mapping	196
4.3.3	Klassische Synektik	147	5.3.2	Problemlösungsbaum	199
4.3.4	Semantische Intuition	154	5.3.3	Lotusblüten-Technik	200
4.3.5	TILMAG-Methode	156	5.3.4	KJ-Methode	202
4.3.6	Weitere Techniken der semantischen Intuition	160	6	Nicht vergessen:	
4.4	Techniken der strukturierten Assoziation	162		Empfohlenes Handwerkszeug	205
4.4.1	»6-Hüte-Methode«	162	6.1	Alphabetische Auflistung	205
4.4.2	Walt-Disney-Methode	167	6.2	Thematische Auflistung	206
4.4.3	Superheldmethode	168	7	Zur Inspiration: Workshop-Beispiele für jeden Anlass	209
5	Systematisch-analytische Techniken	173	7.1	Kann man immer gebrauchen:	
5.1	Morphologische Methoden	173		Kindergeburtstag	209
5.1.1	Morphologischer Kasten	174	7.2	Gestaltung Kennenlerntage für Auszubildende ..	210
5.1.2	Morphologische Matrix	179	7.3	Ideen für ein neues Versicherungsprodukt	213
5.1.3	Sequenzielle Morphologie	181	7.4	Marketingkampagne für eine Kommunalwahl ..	216
5.1.4	Attribute Listing	185	7.5	Innovative Schreibgeräte für das Jahr 2025	219
5.1.5	Hypothesenmatrix	187			

7.6	Lead-User-Workshop für eine neue Dienstleistung	223
7.7	Virtuelle Realität für einen Mittelständler	226
	Literaturverzeichnis	229
	Stichwortverzeichnis	235
	Die Autoren	239