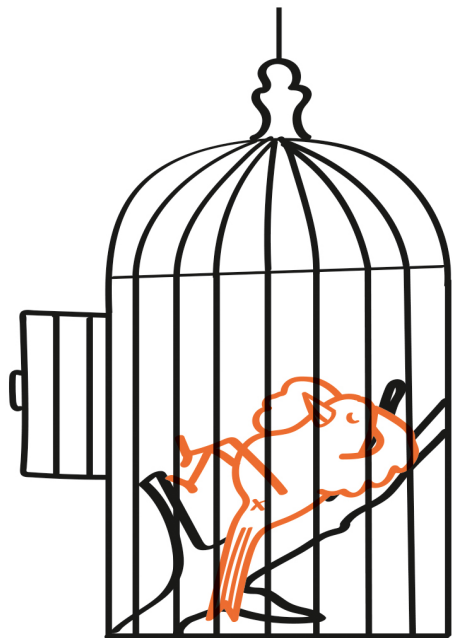


ANLEITUNG ZUM UNKREATIV SEIN

Auf anderen
Wegen zu
neuen Ideen



Impressum

Dieses E-Book ist ein Verlagsprodukt, an dem viele mitgewirkt haben, insbesondere:

Lektorat Ruth Lahres

Korrektorat Petra Bromand, Düsseldorf

Herstellung E-Book Janina Brönner

Typografie, Layout und Illustrationen Mai Loan Nguyen Duy

Covergestaltung Mai Loan Nguyen Duy

Satz E-Book Janina Brönner

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.

ISBN 978-3-8362-8026-6

1. Auflage 2021

© Rheinwerk Verlag GmbH, Bonn 2021

www.rheinwerk-verlag.de

Liebe Leser*innen,

ich freue mich, dass Sie dieses besondere Buch in Händen halten. Vermutlich hat der Titel Sie neugierig gemacht.

Unkreativsein – das soll erstrebenswert sein? Mit diesem Wort möchte der Autor Sie aufwecken, Sie ermuntern, Sie locken: Trauen Sie sich, Ihr Leben und Ihre Kreativität einmal aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten! Ändere die Perspektive, sei absichtsvoll nicht kreativ – und lass dich überraschen, was es mit dir macht: Das ist der Weg, der hier vorgeschlagen wird: Leeren Sie Ihren Kopf, und Sie werden in den berühmten kreativen Flow kommen. Die vielen Tipps, Teaser, Zitate und Literaturhinweise dieses Buchs werden Ihnen dabei helfen.

Ich liebe die herrlich ironische Sichtweise, mit der die Kapitel auf den orangefarbenen Seiten beginnen. Erkennen Sie sich auch darin wieder? Die Kreativitätsbremsen, die wir alle in unserem Leben vorfinden, werden hier pointiert beschrieben.

Was ich an diesem Buch noch sehr mag, sind die Illustrationen. Sie wurden von meiner Kollegin Mai Loan Nguyen Duy liebevoll und intelligent gezeichnet. Lassen Sie sich davon ein Lächeln ins Gesicht zaubern.

Dieses Buch zu betreuen, hat rundum Freude gemacht und mich inspiriert. Eine Freude, die Sie hoffentlich auch beim Lesen empfinden werden. Also dann, ein unkreatives Leben ist auch für Sie möglich. Gehen wir es an.

Ihre Ruth Lahres

Lektorat Rheinwerk Design

ruth.lahres@rheinwerk-verlag.de

www.rheinwerk-verlag.de

Rheinwerk Verlag • Rheinwerkallee 4 • 53227 Bonn



Inhalt

Sehr geehrte Leserschaft!	8
Einleitende Überlegungen	11
Übung: Gib deinem kreativen Ich einen Namen	14
Kreativität trainieren und das Gegenteil denken	16
1 Präparation/Vorbereitung	21
Schon in der Vorbereitung lässt sich Kreativität unterdrücken	22
Das Creative Mindset	24
Das Selbstbild des Kreativen: Growth Mindset	28
Übung: Kreativität beschreiben	29
Warum soll mich Kreativität finden?	32
Übung: Finde deinen kreativen Grund	33
Ikigai – bestimme deine Motivation	34
Übung: Warum möchte ich kreativ sein?	37
Fehlerfreundlichkeit	39
Übung: Fehlerfreundlichkeit	40
Ziellose Inspiration	40
Schreibe deine Ideen auf – täglich	41
Der kreative Imperativ	47
Übung: Feedback-Bingo	49
Zusammenfassungs-Akronym Präparation	50





2 | Inkubation / Entstehung 53

Wie die unbewusste Problemlösung nachhaltig gestört werden kann	54
Das Loslassen	56
Der Prozess des Fragens	58
Fragen nach dem Rahmen für die Lösung stellen	60
Übung: Leitfragen finden	61
Übung: Die ABC-Methode	62
Fragen nach der Lösung selbst	64
Übung: Der Fragensturm	64
Übung: Papierbasteln	66
Das Harakiri-Mindset	67
Eine kreative Atmosphäre	67
Übung: Atmosphären-Check	70
Lösung ohne Problem	70
Gib dich nicht zu früh zufrieden!	73
Perfektes Erwartungsmanagement ist messy	74
Offene und geschlossene Fragen	76
Übung: Fragen stellen in der Gruppe	77
Pausen verhelfen zu Kreativität	78
Andere Problemperspektiven suchen	79
Fragen stellen wie ein Anfänger	80
Fragen stellen wie ein Experte	82
Übung: Cross-Industry-Innovation	83
Fragen mit der Gegenteilmethode	84
Übung: Schwarz und Weiß	85



Umdeutung – Reframing	86
Übung: Reframing eines Problems	87
In Bildern denken	91
Übung: In Bildern denken	92
Beispiele für das Reframing	94
Übung: Reframing von Verboten	97
Zusammenfassungs-Akronym Inkubation	98

3 | Illumination/Erleuchtung 101

Geistesblitze entstehen zufällig – lassen sich aber absichtlich verhindern	102
Verirre dich oder: die Badewanne	104
Den Muskel trainieren	107
Übung: Wenig, aber häufig	108
Kreativität geschehen lassen	109
Übung: Der ideologische Turing-Test	111
Das Default Mode Network	112
Design Thinking	119
Empathie: Warum es richtig sein kann, ins tiefe Loch zu klettern	121
Experimente: Wer kein Risiko eingeht, findet keine Lösungen	123
Entwickeln: Wir hören nicht auf, uns zu korrigieren	126
Erfinden, um davon zu erzählen: Über die Kraft des Storytellings im Design Thinking	129
Beispiel »Minutenmarathon«	133
Übung: Ich habe ein Problem	136
Zusammenfassungs-Akronym Illumination	137

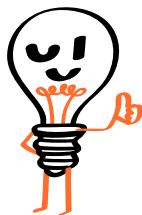


4 | Verifikation / Umsetzung 139

Die Ausarbeitung von Ideen kann oft deren Ende sein	140
Idee und Kontext	143
Bauen, Messen, Lernen	145
Ideen minimieren	147
Übung: Ideen minimieren	147
Bedingungen für das Gelingen der Idee herausfinden	148
Die Modifikation einer Idee	150
Übung: Die Shruggie-Liste	150
Die Bedeutung von Mut für die Ideenfindung	152
Ideen präsentieren	156
Übung: Die OPAL-Präsentationstechnik	158
Kreativität in der Gruppe: Kooperation und Austausch	160
Hybrides Denken	163
Übung: Kennen lernen	164
Kreativität mit System	166
Hybrides Denken in der Gruppe	168
Bewertung von Ideen	169
Zusammenfassungs-Akronym Verifikation	174
Nachbemerkung	175

Anhang: Anfängen 177

Wie machen es andere? Unkreative Ratschläge von Kreativen aus verschiedenen Branchen	179
Ideentagebuch: »Jeden Tag eine gute Idee«	187
Danksagung – in Form von Buchtipps	201
Die Links des Buchs	203
Literaturliste	209
Index	211

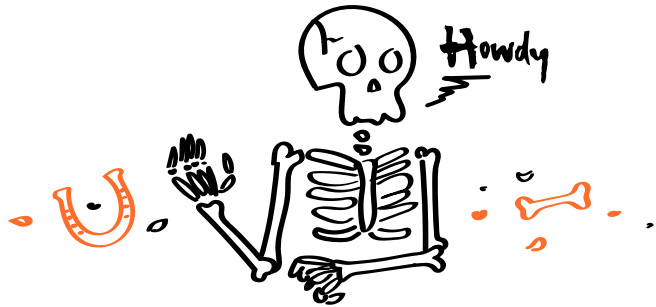


Sehr geehrte Leserschaft!

Herzlichen Glückwunsch, mit dem Kauf dieses Buches haben Sie den ersten Schritt auf dem langen und nicht einfachen Weg zu einem unkreativen Leben getan. Es liegen noch viele sehr komplizierte Schritte vor Ihnen, aber wir versprechen Ihnen: Mit einem guten Maß an Starrsinn, Arroganz und Selbstüberschätzung wird es Ihnen gelingen, jegliche neue Idee schon im Keim zu ersticken. Ein unkreatives Leben ist auch für Sie möglich, wenn Sie nur jederzeit und ausnahmslos absoluten Wert auf Ernsthaftigkeit und Regelkenntnis legen. Eine gesunde »Wenn es denn sein muss«-Haltung wirkt im Unkreativitätsprozess Wunder – hier ist besonders drauf zu achten, sie äußerst widerwillig vorzutragen und den Anwesenden stets ein Gefühl der Geringschätzung zu geben: Humorlosigkeit ist eine gute Voraussetzung, aber auch ein jederzeit tauglicher Problembeschleuniger.

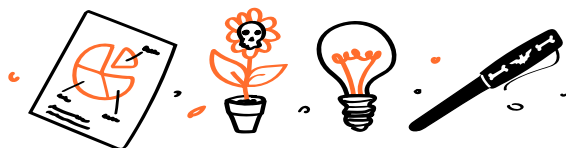


Dieser Ratgeber wird Ihnen die wichtigsten Regeln an die Hand geben, um gewappnet zu sein für die Momente der Schwäche, wenn Spinnerei und gar ein Anflug von Freude in Ihrem Umfeld und im schlimmsten Fall sogar in Ihnen selbst um sich greifen. Diese Form von Perspektivwechsel oder gar Offenheit sollten Sie stets unterbinden. Lassen Sie sich niemals einreden, dass es eine andere Sicht auf die Welt gibt als Ihre eigene. Diese Form von Verwirrung ist der erste Schritt in die falsche Richtung. Wenn Ihr Ziel das Unkreativsein ist, können Sie schon hier erste Erfolge erzielen: Seien Sie stets im Recht! Blenden Sie andere Meinungen konsequent aus, und verfolgen Sie nur das, was Ihre eigenen Ansichten bestärkt. Lesen Sie in diesem Buch deshalb nur die farbigen Seiten, auf denen Sie eine Reiter-Illustration sehen.



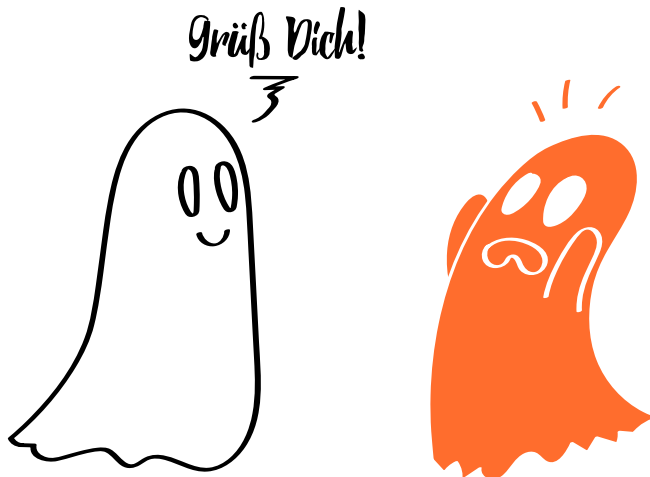
Dort finden Sie das Wichtigste, was wir in dieser unübersichtlichen Welt haben: Bestätigung für die eigenen Ansichten. Diese sind verbunden mit verlässlichen und nachhaltigen Ratschlägen, um Kreativität rückstandsfrei zu unterdrücken. Unsere Anleitung orientiert sich an vier Stufen des kreativen Prozesses:

1. Präparation
2. Inkubation
3. Illumination
4. Verifikation



Man kann diese beschreiben als Vorbereitung, Entstehung, Erleuchtung und Umsetzung von Ideen. Auf jeder dieser Stufen finden Sie auf den farbigen Seiten mit der Reiter-Illustration die wichtigsten Regeln. Befolgen Sie ausschließlich und äußerst konsequent die Ansichten der (apokalyptischen) Reiter!

Die praktischen Übungen auf den anderen Seiten dienen einzig der Abschreckung. Sie zeigen Ihnen, wie schnell es passieren kann, dass der kindliche Geist der Kreativität in Ihnen erwacht und Sie – ohne es zu wollen – auf neue und womöglich bessere Ideen kommen. Bleiben Sie streng mit sich und erwachsen mit Ihren Ideen. Nehmen Sie diese Beispiele auf den weißen Seiten als Warnung. Sie erkennen sie daran, dass Sie dort distanz- und anstandslos geduzt werden. Schauen Sie sich diese Seiten einzig an, um die Gegenseite besser zu verstehen. Denn wer ein Ziel erreichen will, sollte immer wissen, wo der Feind steht, den er bekämpfen will.





Einleitende Überlegungen

Geht das überhaupt: Kann man sich Kreativität (oder deren Gegenteil) vornehmen? Ist das nicht paradox? So als wolle man Spontaneität planen? Ergibt sich Kreativität nicht einfach? Basiert sie nicht auf günstigen Zu- und Einfällen?

Vielleicht ist das so. Vielleicht ist Kreativität aber auch ein besonderer Blick auf die Welt, den man üben kann. Ich bin mir ziemlich sicher, dass fast alle Menschen kreativ sind, wenn sie auf die Welt kommen – und dann entweder so sehr nach Kreativität streben, dass sie sich plötzlich selbst im Weg stehen, oder beginnen, so sehr an Regeln zu glauben, dass sie ihre kindliche Kreativität verlieren¹.

Deshalb finde ich, dass ein guter Kreativitätsratgeber vor allem dabei helfen sollte, dorthin (zurück) zu finden, wo neue Perspektiven und bessere Lösungen für deine Projekte zu finden sind. Und darum geht es in diesem Buch: Wir finden gemeinsam andere Wege zu neuen Ideen.

Denn du hast Kreativität in dir – und dieses Buch kann dir dabei helfen, sie zu finden.

Ich folge mit dieser Annahme dem Psychologen Joy Paul Guilford, der in den 1950er Jahren die Ausprägungen der individuellen Kreativität erforschte und sechs Merkmale definierte: Originalität, Flexibilität, Ideenflüssigkeit, Problemsensitivität, Improvisationsvermögen und Realitätssinn. Zu dem Ansatz ist auch das Buch »Von Natur aus kreativ« von Ernst Pöppel und Beatrice Wagner empfohlen.

Dazu gibt es jede Menge sehr konkrete Übungen, praktische Beispiele u.a. auch aus meiner Arbeit im Innovationsbereich der Süddeutschen Zeitung und aus der Arbeit von bekannten Designerinnen und Kreativen, die in einem extra Kapitel gesammelt wurden.

Zu Beginn eines jeden Kapitels findest du einen der vier apokalyptischen Reiter². Du erkennst sie an der Reiter-Illustration, sie stehen für die Haltung der Kreativitätsverhinderung. Die vier



¹ »Jedes Kind ist ein Künstler, soll Picasso gesagt haben, die Herausforderung bestehe darin, ein Künstler zu bleiben, wenn man groß wird«, zitiert nach Bas Kast, Seite 120



² Die Bibel erwähnt die vier apokalyptischen Reiter im 6. Kapitel der Offenbarung des Johannes als Boten der nahenden Apokalypse, des Jüngsten Gerichts. (wikipedia.de)



inhaltlichen Oberkapitel orientieren sich an den vier Phasen des kreativen Prozesses, die Graham Wallas schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts beschrieben hat: Präparation, Inkubation, Illumination und Verifikation. Die vier Reiter zeigen, wie in jedem dieser vier Bereiche die negative Kraft der Unkreativität ansetzen und uns daran hindern kann, gestalterisch tätig zu sein und Lösungen zu finden.

Denn das ist die Definition von Kreativität, die wir diesem Buch zugrunde legen: Das Finden und Gestalten neuer, möglichst brauchbarer Lösungen. Dabei folgen wir in der gegensätzlichen Struktur von Unkreativität und Kreativität einem Doppelprinzip, das meiner Meinung nach auf dem Weg zu neuen Lösungen notwendig ist. Kreativität beschreibt nämlich nicht nur den aktiven Schöpfungsakt (*creare*), der sich zum Beispiel in den ersten Worten der Bibel ausdrückt: *in principio creavit* («Am Anfang schuf Gott Himmel und Erde»). In Kreativität steckt auch das lateinische Wort *crescere*, was »wachsen« und »geschehen oder gedeihen lassen« bedeutet. Dieser eher passive Aspekt der Kreativität wird häufig unterschlagen – sowohl auf der persönlichen Ebene eines *Creative Mindset*, das nur den aktiven Part sieht, als auch auf der strukturellen Ebene der Organisationen, die Kreativität hervorzu-
bringen vorgeben, diese aber nicht wachsen lassen können³.

³ Die Forschung von der Kreativität geht mittlerweile sogar davon aus, dass das so genannte »Default Mode Network« im Gehirn aktiv werden muss, um kreative Lösungen zu finden. Ich gehe in Phase III des kreativen Prozesses ausführlicher darauf ein.

Dieses Buch geht übrigens – wir werden dazu im Verlauf detailliert eingehen – davon aus, dass Kreativität ein besonderer Blick auf die Welt ist, den man lernen und entwickeln kann. Die Idee eines Genies qua Geburt halte ich für überholt. Ich folge eher der Forschung von Carol Dweck, die von einem statischen Selbstbild einerseits und einem dynamischen Selbstbild andererseits spricht. Dazu empfehle ich ihr Buch »Selbstbild – wie unser Denken Erfolge oder Niederlagen bewirkt«.

Um beide Teile zu verbinden, braucht es ein Denken, das ich im Folgenden ausführlicher beschreiben werde: Ich nenne das Prinzip dahinter *hybrides Denken*, weil es darauf basiert, Verbindungen zwischen vermeintlich gegensätzlichen Dingen zu ermöglichen. Darauf gehe ich im Abschlusskapitel ausführlicher ein, wo ich die Rahmenbedingungen einer hybriden Organisation beschreibe.

Wann immer ich im Folgenden von der *Paradoxie der Kreativität* spreche, geht es genau darum: die Widersprüchlichkeit auszuhalten und ein hybrides Denken zu entwickeln, das meiner Einschätzung nach die Grundlage für ein *Creative Mindset* bildet.

Sowohl um das aktive schöpferische Kreativsein als auch um das Wachsenlassen von Ideen geht es also, wenn wir uns hier mit Kreativität befassen. Darunter verstehen wir demnach die Fähigkeit, Probleme zu lösen und Herausforderungen zu bewältigen. Das kann einhergehen mit der Fähigkeit, kreativ gestalten zu können. Kreativ kann aber auch eine gute Idee sein, ein besonderer Einfall, eine kluge Frage und der Ausweg aus einem Problem.

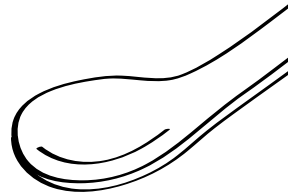
Übung: Gib deinem kreativen Ich einen Namen

Beginnen wir mit einer einfachen Übung: Bitte notiere auf den beiden untenstehenden Linien zunächst einen beliebigen Vornamen deines Geschlechts und dann ein Gerät oder Werkzeug, das man in der *Küche* benutzt. (Wenn du das Buch gerade in deiner Agentur, im Homeoffice oder auch am Strand liest und du (gedanklich) keine Küchengeräte parat hast, kannst du natürlich auch den Gegenstand nehmen, den du als Erstes siehst, wenn du dich jetzt nach links drehst.) Denke nicht zu lange drüber nach, schreibe einfach auf, was dir einfällt! Es gibt kein Falsch oder Richtig, es zählt nur dein Einfall:

Vorname

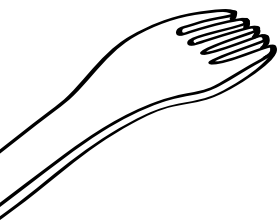
Küchengerät/Gegenstand

Vielen Dank fürs Mitmachen! Du hast mit deiner Eintragung auf den beiden Linien gleich zwei Dinge geschafft: Zum einen hast du gezeigt, dass du den Ort, an dem du bessere Ideen für deine Projekte findest, bereits kennst. Er ist dort, wo du gerade das Küchengerät und den Namen gefunden hast. Dort findest du wei-



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.

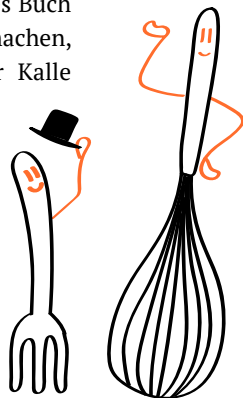
⁵ Das schönste Bild dafür findet sich übrigens auch in der Küche: Der Göffel ist eine Kombination aus Gabel und Löffel – und symbolisiert für mich perfekt die Verbindungskomponente von Kreativität.



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 Kreativnamen⁴ erfunden, der dich durch dieses Buch begleitet. Wann immer wir hier eine Übung machen, kannst du diese als Susi Schneebesen 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>.

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>.

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.

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 Schneebesen 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«.



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!

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

Anleitung zum Unkreativsein zu folgen. Ein angenehmer Nebeneffekt dabei: Du lernst auf den farbigen Seiten in diesem Buch vielleicht die Haltung derjenigen kennen, die deine Kreativität blockieren – in der Agentur, auf Kundenseite oder schlicht in der doofen Abteilung, die immer gegen neue und gute Ideen stänkert.

Ich verrate dir ein Geheimnis: Diese doofe Abteilung gibt es überall. Sogar dort, wo du als Freelancer oder freiberufliche Kreative ganz ohne direkte Kolleg*innen arbeitest. Diese Anleitung zum Unkreativsein hilft dir zu verstehen, wie Menschen in der doofen Abteilung landen bzw. doofe Anmerkungen machen und damit fortgesetzt Kreativität verhindern. Denn ganz vielleicht bist sogar du selbst manchmal in der doofen Abteilung, womöglich ist auch dein Verhalten manchmal kreativitätsverhindernd – obwohl du dich eigentlich für »flexibel, belastbar, kreativ, innovativ, begeisterungsfähig, teamfähig und ... äh ... kreativ« hältst. Mit dieser doppelten Nennung der Kreativität in der Auflistung besonders arbeitsmarktoptimierter Selbstbeschreibungsadjektive parodiert Marc-Uwe Kling in seinen Känguru-Büchern den allgegenwärtigen Wunsch nach Kreativität als Ausdruck nachgewiesener Konformität¹². Deshalb ist es vielleicht ganz heilsam, mal die Perspektive zu ändern und absichtsvoll nicht kreativ sein zu wollen – allein, weil es Freude macht. Oder wie es Albert Einstein mal formuliert haben soll: »Kreativität ist Intelligenz, die Spaß hat.«

Genau dazu möchte ich dich einladen, liebe Susi, lieber Kalle! Lass es uns ausprobieren!

~_(ツ)~_/_

PS: Ich gestehe es schon im Vorwort: Die Anleitung zum Unkreativsein ist nicht meine Idee. Der Titel lehnt sich sehr deutlich an Paul Watzlawick an, der im Jahr 1983 einen paradoxen Ratgeber mit dem Titel »Anleitung zum Unglücklichsein« veröffentlichte. Auf der Wikipedia-Seite zu dem Buch heißt es: »Paradoxerweise kann sich der ›Anti-Ratgeber‹ auch als echter Ratgeber erweisen: Denn wenn ein Leser sich ernsthaft bemüht, die im Buch aufgeführten Fehler zu vermeiden, kann es ihm durchaus gelingen, ein weniger unglückliches Leben zu führen.«

¹² Im Rahmen des Weltwirtschaftsforums 2006 in Davos sprach Bundeskanzlerin Angela Merkel gar von einem kreativen Imperativ, indem sie »die unbedingte Notwendigkeit – man kann fast sagen, den Zwang – zum Kreativen« formulierte. <https://t1p.de/unkreativsein04>

1 Präparation Vorbereitung

In diesem Kapitel erfährst du, welche Rolle die Vorbereitung im kreativen Prozess spielt. Denn wer nach einer guten Antwort sucht, muss zunächst die richtige Frage stellen, also herausfinden, welches Problem gelöst werden soll. Du lernst, dass die Kunst, gute Fragen zu stellen, stets mit (mindestens) einem Warum beginnt – und schult dabei deinen Blick für neue Perspektiven. Zur guten Vorbereitung gehört außerdem ein genaues Konzept für die eigenen Öffnungszeiten.



Schon in der Vorbereitung lässt sich Kreativität unterdrücken



Wer Kreativität ernsthaft verhindern will, kann eine Menge Werkzeuge und Methoden für sich nutzen. Das wichtigste Mittel zum Unkreativsein bleibt aber die vorbehaltlose Zustimmung zur Welt: Man muss grundsätzlich einverstanden sein mit den Umständen. Denn alles in allem gilt doch: So, wie es gerade ist, ist es in Ordnung. Es gibt bei Licht betrachtet keinen triftigen Grund, daran etwas zu ändern. Zumal darin ja auch ein enormes Risiko liegt.

Das reicht Ihnen nicht? Ihnen fallen Gründe ein, weshalb man etwas ändern sollte? Dann prüfen Sie gewissenhaft: Liegt in der Veränderung nicht eine große Gefahr, die Sie womöglich unterschätzen? Etwas anders zu machen, bedeutet ja immer auch: Man kann es schlechter machen als vorher!

Sind Sie ernsthaft bereit, dieses Risiko einzugehen? Ist es das wirklich wert?

Wenn Sie mit ganzem Herzen unkreativ sein möchten, dürfen Sie diese Frage nicht leichtfertig beantworten. Wägen Sie sehr genau ab, und malen Sie sich ausführlich aus, was im schlechtesten aller Fälle passieren kann, wenn Sie sich hier öffnen: Ein Haus, in dem alle Türen geöffnet sind, ist eine Einladung an Einbrecher und Räuber. Gegen diese Offenheit sollten Sie sich und Ihr Umfeld wappnen. Es heißt ja nicht durch Zufall: »Wer für alles offen ist, kann nicht ganz dicht sein.« In diesem Spruch zeigt sich jahrelange schlechte Erfahrung mit falsch verstandener Offenheit. Beugen Sie dem vor, indem Sie konsequent verschlossen bleiben: Machen Sie nur, was man Ihnen sagt, Flexibilität gilt es zu vermeiden, und

