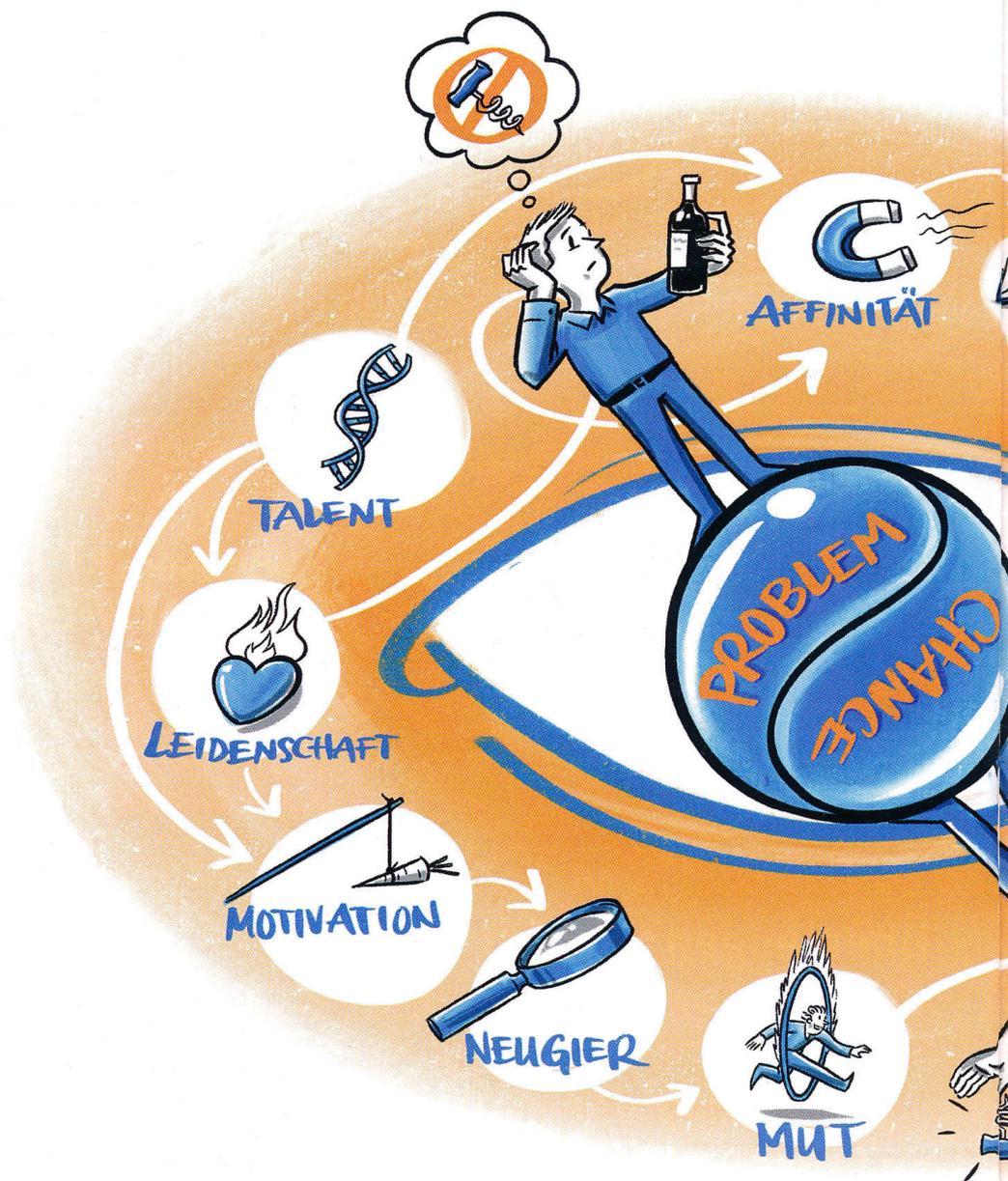
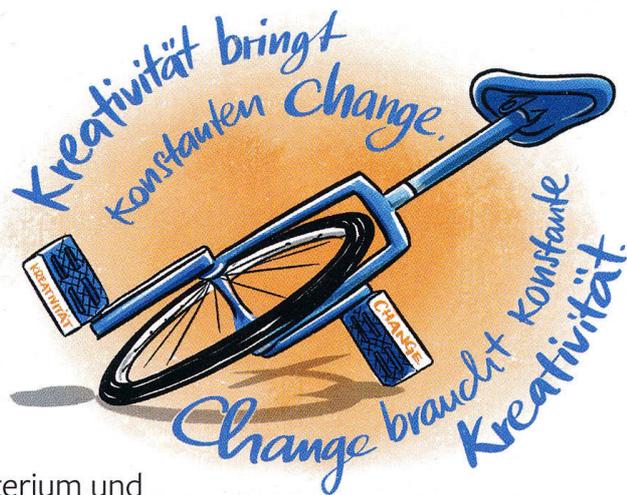


# UMDENKEN entsteht durch KREATIVITÄT

Andreas Gaertner, Martin Markes

Kreativität ist aber nichts Exklusives. Sie ist kein Mysterium und auch keine Zauberei. Sie ist ein Muskel, der trainiert werden kann. Sie lässt sich auf eine einfache Formel herunterbrechen, die zeigt, wie sich Kreativität zusammensetzt.



## Unsere 4K-FORMEL:

### KERN

#### Erkenne Chancen, erkenne Probleme

Das Erkennen von Problemen und die Suche nach Lösungen ist der häufigste Ursprung von Kreativität. Zum Beispiel: Man will eine Weinflasche öffnen und hat keinen Korkenzieher. Wer es an dieser Stelle dennoch schafft, sein Glas Wein zu trinken, war schon kreativ. Und wer einen Korkenzieher hat, erkennt hier eventuell eine Chance ein Glas Wein zu bekommen, indem er seinen Korkenzieher dort anbietet, wo Bedarf besteht.

### KOMPETENZ

#### Entwickle Wissen, Neugier, Offenheit, Mut und Motivation

Seine Kompetenzen kann man aktiv weiterentwickeln. Jeder hat es in der Hand sein Wissen zu steigern, seine Neugier zu schüren, sich zu öffnen und zu motivieren, um sowohl mutige als auch kreative Entscheidungen zu treffen.

### KAUSALITÄT

#### Schritt für Schritt: Sammeln, verknüpfen, hinterfragen, entscheiden – und alles wiederholen

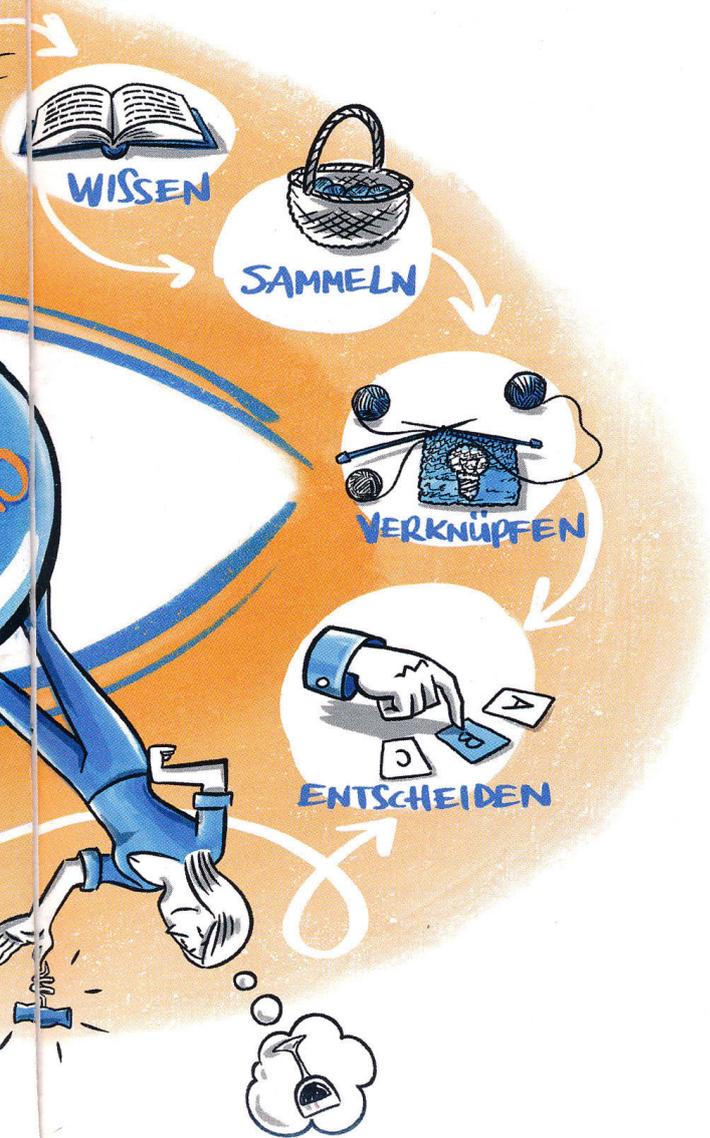
Nichts kommt aus dem Nichts. Das Sammeln von Informationen, Inspirationen und Erfahrungen schafft das Wissen, das die Grundlage für neue Verknüpfungen bildet. Wer neugierig und offen ist, wagt unvorhergesehene Verknüpfungen und Lösungen. Der Mut, diese Ergebnisse zu hinterfragen, erlaubt, sich für die besten Ergebnisse zu entscheiden. Eine hohe Motivation fördert häufiges Wiederholen dieser Schritte, wodurch der Prozess immer flüssiger und produktiver wird.

### KONSTANTE

#### Gegebene Eigenschaften: Talent, Leidenschaft, Affinität

Die Konstanten geben eine Stoßrichtung vor. Auf Basis eines Talents erwirbt man eine spezialisierte Kompetenz und wendet sie als Kausalität an. Als Illustrator sammelt man Informationen, Fähigkeiten und Erfahrungen, die man zu einem Stil verknüpft. Dieser wird verfeinert durch das Hinterfragen der Ergebnisse und die daraus resultierenden Entscheidungen. Ständiges Wiederholen festigt diese Fähigkeiten.

**Diese Faktoren sind in jedem Bereich nutzbar.** Nicht nur auf künstlerischen Gebieten. Sie sind auch nicht zwingend von einer Person auszufüllen. Die Bestandteile der Formel können in einem Team mit unterschiedlichen Stakeholdern besetzt werden.



#### Andreas Gaertner

ist Diplom Illustrator, Graphic Recorder, Partner bei „Die Zeichner“, einem Studio für Kommunikation unterstützende Illustration, sowie Speaker zum Thema Kreativität und Co-Autor von „Made in Creativity“.



#### Martin Markes

ist ausgebildeter Grafikdesigner, Storyboarder, Illustrator, Partner bei „Die Zeichner“, einem Studio für Kommunikation unterstützende Illustration, und widmet sich auch freien künstlerischen Arbeiten.

Illustrationen: Die Zeichner



Auch wir als Team haben unterschiedliche Stärken und Schwächen, die sich im besten Fall perfekt ergänzen. Unser tägliches Lösen neuer Problemstellungen ist ein konstantes Training auf dem Gebiet der Kreativität. Erst dadurch sind wir schneller und ausdauernder auf diesem Gebiet als andere.

Die Visualisierung erleichtert das kreative Nachdenken einer Gruppe über komplexe oder abstrakte Sachverhalte. Sie wirkt als Katalysator, da Texte und Formulierungen sichtbar und greifbar werden. Im Dialog verknüpft mit der Visualisierung eröffnet sich eine neue Dimension der Kommunikation. Es entstehen neue Ideen und Lösungen durch diese zusätzliche Perspektive. Bilder als Ergänzung zu Texten erleichtern die Synchronisierung der Beteiligten im Raum und fördern das gemeinsame Verständnis. Ein erweitertes Storytelling anhand der entstandenen Bilder unterstützt eine spätere Kommunikation der Inhalte. Das ist UMDENKEN in 3D: Text, Bild und Dialog.

### Wie wir Visualisierungen ganz konkret einsetzen, um die Kreativität einer Gruppe und deren Dialog zu unterstützen, zeigt sich anhand unseres Tools „Graphic Meeting“.

Dabei arbeiten wir mit einer Gruppe (max. 15 Personen) an einer großen Zeichentafel, auf der wir sozusagen als „Stift der Gruppe“ Kernaussagen festhalten und Impulse für neue Ideen setzen.

Zu Beginn **kalibrieren** wir die Gruppe und halten die Zielrichtung der Kommunikation fest (Zielkompass). Wir **priorisieren** die zunächst rein textlich gesammelten Informationen, erstellen zusammen mit der Gruppe Beziehungen und Verknüpfungen, hinterfragen diese und bestimmen Muster.

Wir wiederholen den KAUSALITÄTEN-Prozess nun zeichnerisch und kommen so ins **Kreieren** (Bilder sammeln, Bildideen verknüpfen, Metaphern hinterfragen und Key Visuals festlegen).

Es entsteht eine Sammlung von Visualisierungen, die als Grundlage für ein inhaltliches Storytelling dient. Zum Schluss **konsolidieren** wir die Kernaussagen in einem Gesamtbild, auf das sich alle Beteiligten verständigen können.

Die Teilnehmer des Graphic Meetings haben ihr eigenes Bild mit entwickelt, haben ihre Kreativitätsfaktoren eingebracht – und sind bereit, es in der Organisation zu erklären, zu verteidigen und weiterzudenken. Auch ein Bild muss man „lesen“ können. Daher sind Reduktion, Verdichtung und Strukturierung notwendig. Besonders wichtig ist auch die Verbindung von Bild und Text, damit keine Bilderrätsel entstehen. Aber ist dies geschafft, bietet die Visualisierung einen hervorragenden Einstieg in ein komplexes Thema.



Die kreative Zusammenarbeit im Graphic Meeting verändert die Teilnehmer.

Es nimmt ihnen die Scheu vor Kreativität. Sie gehen gestärkt in ihren Kompetenzen aus dem Meeting: **wissender, neugieriger, offener, mutiger und motivierter**. Alles Faktoren, die ein Umdenken ermöglichen oder erleichtern.

**Was tun, wenn die Kreativität stockt?** In einer Gruppensituation, wie in unseren Graphic Meetings, hilft uns ein Methodenwechsel. Das bedeutet, wir verändern die Art der Informationsvermittlung, wir wechseln vom Plenum-Modus zur Gruppenarbeit, wir wechseln vom Beamer zum Post-it, wir strukturieren neu durch kurze Zeitintervalle oder wir führen eine Witze-Runde durch.

**Ganz persönliche Stimulatoren, um der Kreativität auf die Sprünge zu helfen, können folgende sein: Musik, Zeichnen, Kaffee, Termindruck, neuer Input (Inspiration), Schlaf, Spaziergänge (Bewegung), Langeweile, Gespräche, Medienwechsel und Üben.**

Diese Stimulatoren können Sie gezielt einsetzen und in Ihren kreativen Prozess einbauen. Ein weiteres Hilfsmittel, kreative Energie einfangen zu können, ist ein einfaches Notizbuch, das immer zur Hand ist.

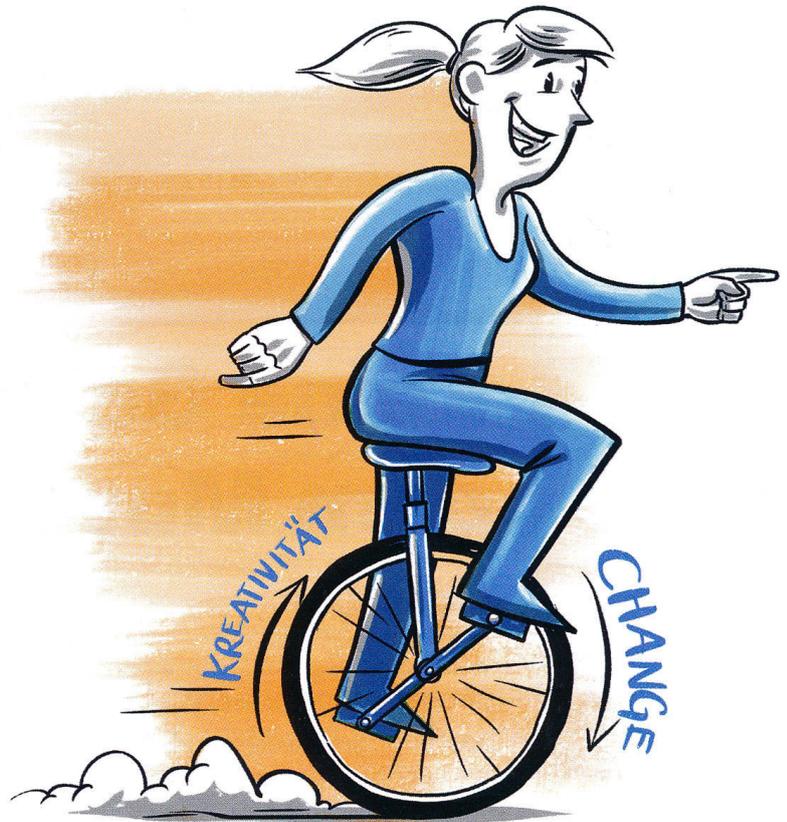
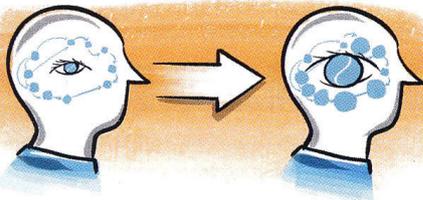
Denn wenn Ihnen z. B. beim Joggen die besten Ideen kommen, dann haben Sie immer die Möglichkeit, diese schnell festzuhalten.

**Kreativität bringt konstanten Change. Change braucht konstante Kreativität.**

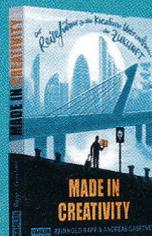
Wenn man es einmal geschafft hat, diesen Kreislauf in Schwung zu bringen und ihn am Laufen zu halten, hat man die besten Voraussetzungen, immer wieder neu auf veränderte Bedingungen reagieren zu können.

**! Wie auch in den letzten Jahren halten Die Zeichner den diesjährigen Change Congress und die einzelnen Vorträge mit Graphic Recording für Sie fest. Wie das Ganze aussieht, sehen Sie unter:**

**[www.change-congress.de/warum](http://www.change-congress.de/warum)**



**BUCHTIPP**



Weitere Informationen zu den Kreativitätsstimulatoren und wie Sie damit das Unternehmen zukunftsfähig gestalten finden Sie im neu erschienen Buch von Andreas Gaertner und Dr. Reinhold Rapp „Made in Creativity

- Der Reiseführer zu den kreativen Unternehmen der Zukunft.“