

Der größte Feind von Innovation: Erfahrung! Wie uns unser Denken blind für neue Ideen macht.

Date : Donnerstag, der 19. Oktober 2017



Paradox, aber wahr – oft halten uns unsere eigenen Einstellungen ganz unbewusst von den zündendsten Ideen ab, weil sie uns anleiten, in bekannten Mustern zu denken. Doch es gibt Mittel und Wege, um aus der Gedankenroutine auszubrechen und so Innovationen zu fördern!

Von komplexen Budgetentscheidungen bis zum routinierten Lebensmitteleinkauf – wir alle handeln auf Basis der Erfahrungen, die wir täglich machen – erlernte Einstellungen und Verhaltensmuster erleichtern unser Leben ungemein, weil wir so den Alltag meistern, ohne dauernd aufs Neue zeitraubende und zum Teil schwierige Entscheidungen treffen zu müssen. Aber genau diese vermeintlich guten und vor allem schnellen Lösungen, stehen oft dem Innovationsgeist von gesamten Unternehmen im Weg.

Der Psychologe Merim Bilalic erklärt diese Befangenheit unseres Gehirns mit einem Schachexperiment: Er hat Spieler mit einer Schachkonstellation konfrontiert und ihnen die Aufgabe

gestellt, das kürzeste Matt zu finden. Erstaunlich war, dass Spieler, die sich einmal für einen Lösungsweg entschieden hatten, nicht mehr in der Lage waren, eine kürzere Variante zu finden. Bilalics Conclusio: Das Gehirn des Menschen ruht sich gerne auf einmal gefundenen Lösungen aus, was dazu führt, dass man blind für womöglich effizientere Lösungswege wird.

Um die Ecke gedacht!

Besonders für Unternehmen ist es heutzutage überlebensnotwendig, mit immer neuen Konzepten, Ideen und Innovationen am Markt zu überzeugen. Darum greifen vor allem große Konzerne – aber auch immer mehr kleinere Betriebe – auf Kreativitätsstrategien zurück:

Kreativität ist ansteckend.

Neue Ideen, die kombiniert und aggregiert werden, führen oft in großartige Projekte und Innovationen. Daher ist es für Unternehmen wichtig, Räume für neue Ideen zu schaffen, die inspirieren und den Mitarbeitern Möglichkeiten bieten, sich frei auszutauschen und so einen Blick über den Tellerrand zu bekommen. Ein Klassiker hierfür sind gemeinsame Recreation-Areas und Working-Cafés, die nicht nur ein Symbol für die Wertschätzung der Mitarbeiter, sondern auch ein wertvoller Ort der Begegnung und Kommunikation im Unternehmen sind. Aber auch die Räumlichkeiten für Meetings und Workshop sollten durch intelligente Gestaltung und einladendes Design die Interaktion und Dynamik der Mitarbeiter fördern.

Kreativität will gelernt sein.

Herausragende Kreativität ist nicht angeboren, sondern anhand von Kreativitätstechniken für jeden erlernbar. Edward de Bono (1967) hat bereits vor vielen Jahren in seinem Buch „Serious Creativity – die Entwicklung von Ideen durch die Kraft des lateralen Denkens“ das Potential von bewusstem Querdenken beschrieben, wenn es um innovative Lösungswege für betriebliche Herausforderungen geht. Die Grundlage ist die Fähigkeit, „seitwärts“ zu denken, Urteile zu verzögern und von traditionellen Denkmustern abzuweichen. Eine bewährte Technik von de Bono ist die 6-Hüte-Methode und bietet sich vor allem zur Findung von komplexen Entschlüssen an. Es handelt sich um eine Anleitung zu einer Art Gruppendiskussion – alle Teilnehmer spielen eine Rolle, so ist eine offenere Diskussion möglich.

6-Hüte-Methode nach Edward de Bono.

Im Zentrum dieser Technik stehen sechs verschiedenfarbige Hüte (oder stellvertretend Karteikarten, Flipcharts usw.), die unterschiedliche Rollen symbolisieren. Jeder Hut entspricht einer bestimmten Denkweise, wodurch eine effiziente Diskussion angeregt und gleichzeitig kein Blickwinkel außer Acht gelassen wird:

- Weiß steht für analytisches Denken: Objektivität, Neutralität.
- Rot stellt das subjektive Empfinden dar: persönliche Meinung, Gefühle.
- Schwarz drückt das kritische Denken aus: Zweifel, Skepsis.
- Gelb steht für eine positive Betrachtungsweise: Chancen und Best-Case-Szenarios.
- Grün soll Kreativität in Betracht ziehen: neue Ideen.
- Blau verbindet alle „Hüte“ miteinander, dient als Zusammenfassung.

Die 6-Hüte-Methode ist ein Instrument, das es ermöglicht, unterschiedliche Positionen zu einer Frage einzunehmen und so verschiedene Blickwinkel durchzuspielen. Als Ergebnis erhält man eine Fülle an Vorschlägen und Ideen, die bewertet werden können.

(c) Foto: Shutterstock