

Brainstorming

Eine Methode, die zu einer Thematik spontane Assoziationen ermöglicht.
Geeignet für die Gruppenarbeit und die Arbeit im Plenum.

Verlauf: Eine der bekanntesten Kreativitätstechniken. Zu einem vorgegebenen Begriff, Thema oder Sachverhalt sollen die TeilnehmerInnen lösgelöst vom reinen Zweckdenken frei assoziieren, was ihnen einfällt. Die spontanen Äußerungen werden festgehalten und bieten eine Darstellung für und eine Fundgrube über die Interessen der TeilnehmerInnen.

In der Regel nehmen vier bis sieben TeilnehmerInnen am Brainstorming teil. Die Dauer sollte zwischen zwanzig und dreißig Minuten liegen.

Eine Variante stellt das destruktiv-konstruktive Brainstorming dar. Hierbei werden alle Schwachstellen oder negativen Aspekte eines Themas oder Sachverhalts aufgelistet. Es bietet sich speziell bei der Suche nach Namen und Nischen für neue Produkte und Dienstleistungen sowie ihrer Verbesserung an.

Dann kann ein imaginäres Brainstorming erfolgen, wobei eine Vision entwickelt wird, die eine reale Gegebenheit durch eine fiktive ersetzt. Es wird ein imaginäres Problem zu einem Sachverhalt geschaffen, zu dem eine Lösung erdacht werden soll.

Die imaginären Ideen müssen im Anschluss noch überprüft und diskutiert werden, ob sie für die reale Gegebenheit neue Sichtweisen bringen können.

Material: Visualisierungsmöglichkeit für die gefundenen Begriffe

Kommentar: Das Verfahren ist besonders gut geeignet, um die Stimmungen, die sich hinter den sachlichen Aspekten eines Themas verbergen, aufzudecken. Verschiedene Aspekte sind zu beachten:

- Die Menge macht es. Jeder kann ungehemmt Gedanken aussprechen. Quantität geht vor Qualität
- Auch unsinnige Ideen sind erwünscht
- Kritik ist während der Sitzung nicht erlaubt
- Fremde Ideen können weiterentwickelt werden

Beispiel: "Das Seminarthema heißt 'Nachhaltigkeit'. Ich möchte euch bitten, spontan zu sagen, was euch zu dem Begriff einfällt."

frei nach management & seminar: Kreativität - Extra. Heft 3, 1997, S. 40-41