



Die Akademie des Instituts für  
Rhetorik und Kommunikation

RATGEBER VON GÜNTER ZIENTERRA

# KREATIVITÄT – MIT KREATIVTECHNIKEN ZU MEHR UND BESSEREN IDEEN

# INHALTSVERZEICHNIS

- 3** Kreativität
  
- 4** Kreativitätstechniken:  
Verbale Gymnastik – Lockerungsübungen
  
- 4** Analogietechnik
  
- 7** Mit Worten Bilder malen
  
- 7** Motive ansprechen
  
- 8** Bilder finden
  
- 9** Sprichwörter, Redensarten, Volksweisheiten  
und geflügelte Worte
  
- 10** Kleine Zitatensammlung
  
- 10** Farbige und anschauliche Vergleichsbilder
  
- 11** Gruppen- und Einzel- Kreativitätstechniken

## KREATIVITÄT

Kreativität ist der Schlüssel zur Ideenfindung durch das Verlassen bekannter Denkwege.

**Jeder Mensch ist kreativ,  
wenn wir es auch nutzen.**

Es ist wie ein Kuchen zu backen. Wir brauchen das Handwerk, die Denkfertigkeit und die Leidenschaft. Das Handwerk ist die Summe der Fertigkeiten, die Denkfertigkeit ist die Fähigkeit kreative Verfahren fürs neue Denken einzusetzen, und die Leidenschaft liegt im Engagement im Thema und dem Mut, es auch auszuprobieren.

Als einer der Pioniere der modernen Kreativitätsforschung gilt Joy Guilford, der 1949 Präsident der American Psychological Association wurde und sich ab den 1950er Jahren nicht nur mit Intelligenz, sondern auch mit Kreativität intensiv beschäftigte. Kreativität: Das lateinische Wort „creatio“ (die Schöpfung) bzw. „creare“ (etwas erzeugen) ist die Wurzel des deutschen Wortes „Kreativität“. Genau wie bei anderen Fähigkeiten, die jeder von uns trainieren kann, wird es auch bei dieser „Disziplin“ durchschnittliche Talente und Hochbegabte geben.

Jedoch letztlich können wir alle in unserem Alltag und im Berufsleben unser kreatives Potenzial steigern und gewinnbringend einsetzen. Nehmen wir nun die Anregungen zum Mitdenken und Mitmachen, damit sich auch unsere Wirkweise voll entfalten kann. Wie bringen wir unseren Ideenstrom zum Sprudeln? Schreiben wir unsere Ideen auf: sonst vergessen wir sie.

Besorgen wir uns ein spezielles Ideennotizbuch. Notieren wir alle Einfälle, Informationen und Details. Unser Unterbewusstsein wird sich auf diese Sammelleidenschaft einstellen und öfter einen Spontaneinfall produzieren. Wenn wir in unserem Notizbuch blättern, werden wir alte Ideen verbessern und auf neue kommen.

Ideen brauchen Zeit zur Reife. Gehen wir in Zukunft auch mit unserem Notizbuch zu Bett. Gute Ideen kommen oft im Halbschlaf oder reden wir mit anderen und wenn möglich mit verschiedenartigen Personen über das was uns am Herzen liegt. Und befolgen wir einige Tipps zum Abbau individueller Denkbarrieren. Denn oft stehen wir uns selbst im Weg. Wenn es gar nicht mit kreativen Einfällen klappt, kann es an unseren Denkbarrieren liegen.

### Barriere Nr. 1

Machen wir Unmögliches möglich. Voraussetzung dafür ist, dass wir Denkkategorien sprengen.

Unmöglich ist alles Neue, Riskante, alles was alte und eingefahrene Ordnungen verändern könnte. Unmöglich ist ein gefährlicher Begriff.

### Barriere Nr. 2

Die verinnerlichteten Kontrollen eines Experten stehen sich mit Detailwissen selbst im Weg. Er weiß genau, was geht und was nicht. Der Experte fungiert als Datenbank und Ausbauer der gefundenen Ansätze.

### Barriere Nr. 3

Wer Spielregeln auf dem Ordnungswege, durch Autorität, Befehle und Strafen lösen will denkt an längst überwundene Schablonen.

### Barriere Nr. 4

Ziele sollen die Kreativität lenken sie können aber auch die Lösung behindern. Wenn wir das Ziel zu genau definieren, dann engen wir den Bereich, in dem wir nach Ideen suchen, zu sehr ein.

### Barriere Nr. 5

Bereits gefundene Ideen, die uns brauchbar erscheinen verhindern den Ideenfluss. Dieser Barriere durch Konkurrenzideen können wir entgegen, wenn wir uns vornehmen, nicht mit einer Idee zufrieden zu sein.

### Barriere Nr. 6

Wenn wir wissen, wie wir unsere Ideen verwirklichen können, dann wird unsere Kreativität explodieren. Es ist die Realisierungsbarriere. Nichts verhindert Kreativität mehr, als zu wissen, dass wir hinterher keinen Einfluss darauf haben, wie und ob diese Ideen realisiert werden.

**Es gibt viele Meinungen über die Fähigkeit,  
Probleme zu lösen und Ideen zu finden.**

„Mit der Kreativitätsmethode“ ist das ungefähr so wie mit der „Homepage“:

Wenn wir Schreibmaschine mit dem Zehnfingersystem gelernt haben, können wir nachher Informationen schneller ordnen festhalten und abrufen. Wenn wir Kreativitätsmethoden gelernt haben, können wir nachher mehr und bessere Ideen finden. Wenn wir ein kreatives Gefühl, ein Näschen und einen sensiblen Daumen für Neues, Ungewöhnliches haben, wird es uns Spaß machen, bisher Unbekanntes zu machen.



## KREATIVITÄTSSTECHNIKEN: VERBALE GYMNASTIK – LOCKERUNGSÜBUNGEN

### Wortkettenspiel

Damit alle Teilnehmer locker werden und sich auch nicht mehr mit ihren Alltagsproblemen beschäftigen, ist das Bilden von Wortketten ein guter Start.

Ein Thema wird vorgegeben und ein Teilnehmer sagt ein Wort zu diesem Thema, das mit dem Buchstaben beginnt, mit dem das zuvor genannte Wort endet: Das Thema könnte zum Beispiel „Afrika“ sein: Löwe – Elefant – Timbuktu – Uganda – Algerien – Namibia etc.

Diese Übung können wir auch sehr gut alleine durchführen. Wählen wir uns beispielsweise eines dieser Themen: Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Himmel, Natur, Ernährung, Meer, Hobby, Fische, Vögel.

### Rollenspiel

Wir reifen durch tägliche Begegnungen und Erlebnisse. So erkennen wir, wie wir unsere Stärken ausspielen können. Wir wachsen in die Rolle hinein, und füllen sie immer besser aus. Der eine lernt selbstbewusster aufzutreten, der andere schafft es, Kritik nicht mehr an sich herankommen zu lassen. Wenn wir die heimlichen Spielregeln durchschauen, wissen wir, wie wir Fettnäpfchen vermeiden.

Beim Rollenspiel mimen die Teilnehmer, ähnlich wie bei einem Theaterstück, fiktive Personen. Thema könnte zum Beispiel ein landesweites Alkoholverbot sein.

Ein Teilnehmer bekommt den Auftrag: „Setzen Sie im Gespräch mit der Gesundheitsministerin und dem Inhaber der größten Abfüllanlage des Landes ein landesweites Alkoholverbot durch.“ Die anderen Teilnehmer übernehmen die anderen zwei genannten Rollen. Weitere Anleitung oder ein Drehbuch gibt es nicht.

Das Rollenspiel wird von Unternehmen häufig im Rahmen von Assessment-Centern und Fortbildungsveranstaltungen eingesetzt. Dabei werden zum Beispiel rhetorische Fähigkeiten, Durchsetzungsvermögen, taktisches Geschick und Einfühlungsvermögen der Teilnehmer getestet oder geschult.

Geht es zum Beispiel um eine neue Werbekampagne, könnten die Teilnehmer aufgeteilt werden in diejenigen, die für das Produkt schwärmen, und in diejenigen, die das Produkt für gesundheitsschädlich halten.

**Fantasie ist wichtiger als Wissen,  
denn Wissen ist begrenzt.**

Da jeder im Rollenspiel zu Übertreibungen neigt, wird so der Konflikt komisch überhöht und jedem bewusst. Wir können nur

verändernd und gegebenenfalls verbessernd auf das reagieren, was uns bewusst geworden ist.

Wie können wir die Wirkung steigern? Suchen wir Gruppen auf, in denen eine entsprechende Einstellung zu positivem Feedback gepflegt wird, wo Menschen zusammentreffen, die alle an konstruktivem Feedback und an konstruktiver Kritikultur interessiert sind und sich in der Gemeinschaft mit Gleichgesinnten weiterentwickeln wollen.

### Synonyme finden

Trainieren wir unseren aktiven Wortschatz: Suchen wir Synonymbegriffe für „direkt“, zum Beispiel: „Sagen wir es unserem Gesprächspartner diplomatisch, in aller Ruhe, kollegialer und partnerschaftlicher.“

### Licht im Dunkel – Löse das Rätsel:

Nachdem ein Mann ein Streichholz angezündet hatte, starb er und musste nicht einmal begraben werden.

Black Stories sind knifflige Rätselgeschichten. Durch Fragen und Raten wird der Tathergang Stück für Stück rekonstruiert – alleine oder mit mehreren.

Ein Ratespaß und Detektivspiel, das unser kausales Denken schult und uns in seinen Bann ziehen wird.

Der Autor Holger Bösch präsentiert die Black Stories auch im Internet: [www.black-stories.de](http://www.black-stories.de)

### ANALOGIETECHNIK

Wenn uns ein Gesprächspartner etwas erklärt, fragen wir manchmal: „Ist das so ähnlich wie...?“ Wir haben an etwas gedacht, was uns bekannt ist und das Ähnlichkeiten mit dem Erklärten aufweist.

Auch beim Beschreiben benutzen wir häufig Analogien: „Das ist mir...“

### Ablauf der Analogietechnik

- Suchen Sie nach Analogien. Wenn das Problem im menschlichen Bereich liegt, dann empfiehlt sich eine Analogie aus der Natur oder Technik, und andersherum. Auf diese Weise entfernen Sie sich gedanklich so weit von dem Problem, dass Sie nun leichter und ohne Scheuklappen auf neue Ideen kommen.
- Betrachten Sie die Abläufe, Strukturen, Funktionsweisen, Bedingungen etc. der Analogie. Jeder Teilnehmer notiert seine Ideen auf Moderationskarten.
- Anschließend werden die gefundenen Ideen auf die eigentliche Fragestellung zurückübertragen. Suchen Sie mithilfe der Unterschiede und Gemeinsamkeiten der analogen Themenkreise weitere Ideen.
- Wenn Ihnen die Ideen nicht ausreichen, dann wählen Sie eine weitere Analogie. (Eventuell haben Sie sich schon vor dem ersten Durchgang unter mehreren Möglichkeiten für

die „beste“ Ähnlichkeit entscheiden müssen, dann nehmen Sie für den nächsten Durchgang die „zweitbeste“ Analogie.)

- Am Schluss „clustern“ und bewerten Sie die Ideen.

### Mit bildhaften Vergleichen überzeugen

Neben den beiden Formeln „Das ist wie...“ und „Das gleicht einem...“ die am schnellsten eigenständige Bilder provozieren, gibt es noch eine einfache Methode, etwas bildhaft zu umschreiben: Sprichwörter, Redensarten, Volksweisheiten und geflügelte Worte.

#### Auch diese „Bilder“ haben verschiedene Vorteile:

- jeder weiß sofort, was damit gemeint ist. Man erspart sich langatmige Erklärungen.
- sie vereinfachen ein Problem auf seinen kleinsten Nenner
- sie nehmen den Zuhörern (bewusst) überflüssige Gedankenarbeit ab und
- sie haben einen hohen Merk- und Gedächtniswert.

In einer Konferenz, in der es z.B. über die Entscheidung eines Zehnjahres- oder Fünfjahresvertrages für den Lieferanten geht, können Sie so argumentieren:

*„Sie wollen einen Zehnjahresvertrag. Wir sind aus folgenden Gründen dagegen: Erstens..., Zweitens..., Drittens... Unser Vorschlag für einen Fünfjahresvertrag.*

*Welche Vorteile hat das? Erstens..., Zweitens..., Drittens...*

*Ich glaube, das ist doch ein gutes Geschäft: Ein Spatz in der Hand ist doch schließlich besser als eine Taube auf dem Dach!“*

Wir wollen das jetzt einmal selbst versuchen. Anschließend finden Sie eine ganze Anzahl „bekannterer“ Sprichwörter, Redensarten, Volksweisheiten und geflügelte Worte. Lesen Sie sie einmal durch. Danach finden Sie zehn Aussagen, wie sie bei jeder Konferenz, bei jeder Besprechung oder bei jedem Referat vorkommen können. Ihre Aufgabe ist es dann, mit Hilfe der Sprichwörter Liste ein zutreffendes Bild für den jeweiligen abstrakten Ausspruch zu finden.

### Programmieren wir unseren Einfallsreichtum mit Analogien.

Zwei Geschäftspartner kommen bei einer Verhandlung überein, eine unangenehme Sache einfach vom Tisch zu fegen, ja, sie sogar kurzerhand unter den Teppich zu kehren.

Der Volksmund rät, tunlichst keine „Grube zu graben“, in die wir selbst womöglich hineinfallen. Auch sollen wir nicht ins „Fettöpfchen treten“ und nicht „den Ast absägen, auf dem man selber sitzt.“

Einen Gegenstand streichen wir farbig an, damit er angenehm wahrgenommen wird. Analogien haben den gleichen Zweck. Analogie heißt Übereinstimmung mit etwas.

So nennen wir Wörter „analog“, die eine mehrfache, aber innerlich zusammenhängende Bedeutung haben. Wir können eine Sache auch geistig „beleuchten“, obgleich „beleuchten“ eigentlich aussagt, dass wir mehr Licht konzentrieren.

Nun also, was ist eine Analogie? Alles. Menschen, Tiere, Elemente, Pflanzen, Gegenstände, Beziehungen, Vorgänge, Situationen – alles. Aber alles und jedes wird erst zur Analogie, wenn es zum Vergleich herangezogen wird.

Der Elefant wird zur Analogie, wenn wir von einem Menschen sagen, er benehme sich wie ein „Elefant im Porzellanladen“ . Analogien helfen sehen. Der Schneeball wird zur Analogie, wenn wir von „(verbotenen) Schneeballsystemen“ sprechen.

Der Stein wird zur Analogie, wenn wir von einem „hartherzigen Menschen“ sagen, er habe ein „Herz aus Stein“, oder in einer anderen Situation davon reden, dies könne selbst „einen Stein erweichen“.

Und so ist es tatsächlich: Wir können bei sehr vielen abstrakten Wörtern den sinnlichen Ursprung noch wahrnehmen:

er-fahren, auf-fallen, ein-bilden, ent-werfen, nieder-geschlagen. Wir können es lernen, sowohl in Gesprächen, als auch in Reden und Präsentationen mit Analogien eigene Bewusstseinsinhalte zu vermitteln!

Wir können es lernen, indem wir so viele Informationen wie nur eben möglich aus so vielen und so unterschiedlichen Bereichen wie möglich speichern und dann insbesondere die eigene Assoziationsfähigkeit und damit die Situationskreativität regelmäßig trainieren.

Jeder Mensch hat ein kreatives Potenzial. Meist verpufft dieses Potenzial ungenutzt in Träumen und Fantasien, statt sich für Problemlösungen einzusetzen.

Mit der Analogie-Technik können wir Denkinhalte nutzen, die unterhalb der Bewusstseinschwelle liegen.

#### Hier nun einige Beispiele:

- ein gutmütiges Schaf
- ein verschlagener Fuchs
- Die Produktion gedrosselt
- Niemand soll mit Steinen werfen, wenn er im Glashaus sitzt.
- Wir wollen ein krankes Bein nicht auf die leichte Schulter nehmen.

#### Welche Analogien fallen ihnen ein?

Denken Sie z. B. an Farben (weiß wie die Unschuld) oder an ihr Haus/ ihre Wohnung (vor die Wand fahren, über die Schwelle tragen).

## MIT WORTEN BILDER MALEN

### „Der Mensch ist ein Augentier“ (Leonardo da Vinci)

Der Mensch lernt zu 90% durch die Augen. Nur was sich der Mensch vorstellen kann, das kann er auch denken und behalten. „Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte!“

Viele Redner haben keine Zeichnungen, oder Modelle zur Verfügung. Andererseits lässt sich ein zurückgehender Umsatz zwar gut in einer abschüssigen Kurve zeichnen, aber die bedrohlichen Folgen und Auswirkungen kann man weder auf die Leinwand bannen noch am Overheadprojektor darstellen. Das heißt: Für diese Situation muss der Redner in einer bildhaften Sprache sprechen, muss er die abstrakten Vorgänge in bildhafte Vergleiche „übersetzen“, muss er die Situation in zutreffenden Bildern ausmalen können.

#### Dafür einige Beispiele:

Ein Stahlhändler, der die Existenzberechtigung kleiner und mittlerer Stahlhändler gegenüber den Stahlkonzernen beweisen wollte, gebrauchte folgendes Bild:

*„So wie auch die Hauptschlagader nicht ausreicht, um den kleinen Zeh mit Blut zu versorgen – dazu bedarf es vieler kleiner Adern und Äderchen, so reicht auch ein Stahlgigant nicht aus, um die Bedürfnisse aller Nachfrager zu befriedigen.“*

Und wie könnte man die störenden Eingriffe der Regierung in die Wirtschaft besser charakterisieren, als es der Sprecher der südafrikanischen Automobilhändler getan hat:

*„Jedes Mal, wenn die Regierung eine neue Autonorm erlässt, benimmt sie sich wie ein Elefant der auf eine Wachtel tritt, und dann den Schaden wieder gutmachen will, indem er sich auf ihr Nest setzt, um die Eier Warmzuhalten.“*

Bilder sind der Schlüssel für den Zugang in die Gefühlswelt, in die Vorstellungs- und Fantasiewelt der Zuhörer. Nur wer diese Welten überhaupt erreicht, kann auf eine Tiefenwirkung seiner Rede hoffen. Denn das Gefühl verfügt gegenüber dem Intellekt über weitaus größere Entscheidungs- und Handlungskompetenzen.

#### Das Gefühl hat einen wesentlich höheren Markt und Gedächtniswert. Beispiel:

Ein Kind, das einmal an eine glühend heiße Herdplatte hingelangt hat, „vergisst“ so schnell weder Herd noch Schmerz.

#### Das Gefühl reagiert empfindlicher und damit wesentlich stärker. Es mobilisiert die größten Energien. Beispiel:

Gefühlsbetonte Worte wie „Vaterland, Heimatland, Nation, Tapferkeit, Mut, Ehre, Freiheit, Feigheit, Heldentum...“ haben wahrscheinlich in Verbindung mit dem Gefühl der Angst mehr Menschen das Leben gekostet als alle Kanonen zusammen.

#### Das Gefühl reagiert spontaner und damit unkritischer.

#### Es führt am schnellsten zu Vorurteilen. Beispiel:

Ein Ausspruch wie der folgende: „Der Meier hat diese Stellung doch nur bekommen, weil er dem Chef dauernd in den ... kriecht“, wird – wenn auch nur die Spur einer Chance besteht – aufgrund der geweckten Neidgefühle viel eher geglaubt als kritisch überdacht: Fällt unser Chef wirklich auf so etwas herein? Ist das der einzige Grund?

## MOTIVE ANSPRECHEN

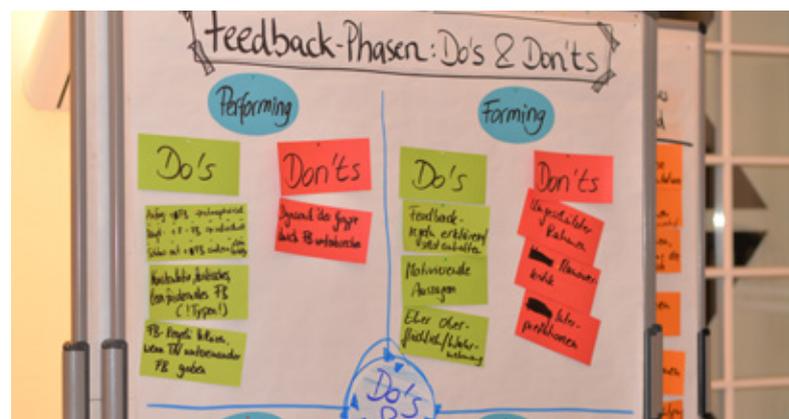
Welche Gefühle sind nun für Redner wie Zuhörern am wichtigsten? Die drei wichtigsten Motive die Menschen zum Handeln zu bewegen, sind: Die Angst, das Gewinnstreben (oder das Verlustvermeiden) und das Anerkennungsstreben. (bzw. das Vermeiden von Prestige- und Statusverlust).

Und wir haben gesagt: Es empfiehlt sich, bei jeder Rede, bei jeder Gliederung des Thema nach diesen Handlungsmotiven abzufragen:

- Wovor haben die Zuhörer Angst?
- Wie kann ich diese Angst ansprechen?
- Wie kann ich ihnen die Angst nehmen?
- Welchen Gewinn erhoffen sie sich?
- Also welche Hoffnungen, Wünsche, Begierden, Bedürfnisse haben sie?
- Welchen Gewinn kann ich versprechen?
- Nach welcher Anerkennung sehnen sie sich?
- Wie kann ich ihnen diese Anerkennung vermitteln?

Für den politischen Redner lehrt Cicero noch zwei weitere Gefühle: Hass und Neid. Die Kunst des Rhetors, so sagt er, besteht darin, Wohlwollen in Hass und Mitleid in Neid zu verkehren oder auch umgekehrt, je nachdem was der Redner für richtig hält.

In der heutigen politischen Auseinandersetzung sind solche „Töne“ gottlob fast vergessen. An ihrer Stelle tritt das Bemühen, den eigenen Parteigängern ein Gefühl des „Bessereins“, der Überlegenheit zu geben und den Gegner durch Ironie, Witz oder Sarkasmus abzuqualifizieren.



Und wer lacht nicht gerne mit, wenn einer der „Unseren“ die Überlegenheit der sozialen Marktwirtschaft gegenüber der östlichen Planwirtschaft so darstellt:

Meine sehr verehrten Damen und Herren!  
Wissen Sie, was ein Mangel ist? Ein echter Mangel! Nein? Dann will ich es Ihnen sagen: Ein Kunde betritt ein Ostberliner Warenhaus, sieht sich um und fragt die Verkäuferin: „Haben Sie keine Zollstöcke?“ - Darauf sagt die Verkäuferin: „Keine Zollstöcke gibt es am nächsten Stand. Wir haben keine Unterwäsche.“

### Bilder schaffen die gewünschten Assoziationen!

Bilder rufen am schnellsten Assoziationen hervor. Man braucht nur eine Person oder einen Vorgang mit einem bestimmten negativ gepolten Bild zu verbinden und schon überträgt sich das negative Etikett des Bildes auf die Person oder den Vorgang selbst. Da wird dann Franz Josef Strauß zum „eingebildeten Karajan der Politik“ höchstilisiert, während Willy Brandt als „Säulenheiliger“ und „aufgepumpte Heilsfigur“ vorgeführt wird.

Weitere Beispiele aus der Tagespresse mögen dieses politisch makabere Assoziations-, Bild- und Gefühlsspiel noch verdeutlichen:

- Jungdemokraten sind in Wirklichkeit „Snobmarxisten“.
- FDP-Politiker sind nur „pseudoliberaler Steigbügelhalter“.
- Marxisten sind „Steinzeitpolitiker“.
- Kommunalpolitiker sind „Kirchturmpolitiker“.
- Kritische Politiker sind „Nestbeschmutzer“.
- Allzu treue Politiker sind „Nibelungengetreue“.
- Nationale Politiker sind „Hurratrioten“.

Was kann man in der bildhaften Sprache des politischen Gegners noch alles sein: „ein politischer Brunnenvergifter, ein politischer Asphaltcowboy, ein Anpassungspolitiker, ein Erfüllungspolitiker, ein sozialistischer Messias, eine Marionette, ein politischer Jahrmarchthanswurst, ein Papiertiger, ein Gummilöwe, ein Gesinnungsschnüffler...“

Der Vorteil dieser Bilder für den Politiker liegt darin, dass oft nur ein einziges Wort zur Charakterisierung ausreicht. Es wird kritiklos übernommen, spricht Vorurteile an, und vermittelt den Zuhörern das Gefühl, es den anderen wieder einmal gegeben zu haben. Bevor Sie sich nun selbst einmal in der Kunst üben, mit Bildern Gefühle anzusprechen, noch ein paar Beispiele:

#### Wie man Heuchler charakterisiert

„Die Leute, die immer davon reden, man müsse den Gürtel enger schnallen tragen meistens Hosenträger.“

(Ausspruch eines Schweizer Bundesrates)

#### Über die Kunst des Spekulierens

„Spekulieren ist einfach und macht viel Spaß. Eine Aktie ist

gewissermaßen ein brennendes Streichholz. Das Ziel besteht darin, es so schnell wie möglich wiederzugeben. Der letzte, der es bekommt, verbrennt sich die Finger. Und weil alle, die sich verbrennen vor Schmerz aufheulen, ist es an der Börse oft so laut.“

(Stadtsparkasse Köln)

#### Echter Gemeinschaftsgeist

„Wenn ein Politiker sagt, wir säßen alle in einem Boot, dann heißt das: Er will den Kapitän spielen, und wir sollen rudern!“

(Der Steuerzahler)

#### Über den Wert der Werbung

„Viele Leute bewerten die Werbung genauso wie den sonntäglichen Kirchgang. Ähnlich dem Motto: Man kann ja nie wissen und schaden tut es auf keinen Fall.“

(Dr. Max Gloor, Generaldirektor der Nestle Alimentana SA)

#### Verlockender Geschäftsrückblick

„Das Jahr 1980 war wie ein Barmädchen. In der ersten Hälfte eröffnete es verlockende Aussichten. Als sich der Gast in der zweiten Hälfte an den Genüssen erfreuen wollte, da war das Mädchen plötzlich verschwunden.“

#### Über die Schädlichkeit des Rauchens

„Wenn einer von Zigaretten auf Selbstgedrehte übergeht, ist das genauso, als wenn er aus dem 36. Stockwerk springt statt aus dem 39.“

(Vorsitzender des Gesundheitsausschusses)

#### Was ist wirklich ein Geschäft?

„Ein Geschäft ist erst dann ein Geschäft, wenn man dem Finanzamt nachgewiesen hat, dass das Geschäft kein Geschäft war.“

(Stadtsparkasse Köln)

#### Wie man anständig zu Geld kommt

„Es gibt viele Methoden, zu Geld und Reichtum zu kommen, aber nur eine anständige“, sagte jemand zu seinem Geschäftsfreund. „Und die wäre?“ „Dachte ich es mir doch, dass Sie die nicht kennen.“

### BILDER FINDEN

Die einfachsten Bilder und Vergleich erhält man mit den bekannten Einleitungsworten: „Das ist wie...“ oder: „Das gleicht einem...“

#### Einige Beispiele dazu:

„Zu viele Redner gleichen einem Wasserhahn, den man endlos laufen lässt.“

„Unsere Straße ist so laut wie ein Rollschuhplatz am Sonntagabend.“

„Eine zündende Rede ist wie ein Dynamitstab, mit dem man das Tor zur Aufmerksamkeit der Zuhörer aufsprengt.“

„Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.“

**Übung:**

Finden Sie für jeden der folgenden Sätze entsprechend dem Beispiel Nr. 1 einen bildhaften Vergleich: entweder mit Hilfe Ihrer eigenen Fantasie oder mit Hilfe der Sprichwörter Liste!

1. Wir müssen auch etwas Werbung für unser Produkt machen! „Klappern gehört nun mal zum Handwerk!“
2. Wir sollten Schritt für Schritt vorgehen und nicht an den Anfang setzen, was an den Schluß gehört!
3. Auch dieser Vorschlag unterscheidet sich nicht von den früheren bestenfalls in der Form!
4. Warum sollen wir als erste vorangehen bei diesem Risiko?
5. Keiner gibt gern die Schuld selbst zu. Jeder versucht, sie auf den nächsten zu schieben.
6. Natürlich gibt es Hindernisse auf diesem Weg, aber wo gibt es die nicht?
7. Wir sollten dieses Problem nicht unnötigerweise hochspielen!
8. Übertreiben Sie die Forderungen nicht; es ist zu gefährlich!
9. Sie werden doch jetzt nicht mitten in der Aktion aussteigen wollen!
10. Es kann schon sein, dass wir bei diesem Einsatz irgendwo anecken.

**Vorschläge für eine bildhafte Sprache**

1. Wir müssen auch etwas Werbung für unser Produkt machen! „Klappern gehört nun mal zum Handwerk!“
2. Wir sollten Schritt für Schritt vorgehen und nicht an den Anfang setzen, was an den Schluss gehört! „Wir dürfen das Pferd nicht beim Schwanz aufzäumen!“
3. Auch dieser Vorschlag unterscheidet sich nicht von den früheren bestenfalls in der Form! „Das heißt doch nur, jungen Wein in alte Schläuche füllen.“
4. Warum sollen wir als erste vorangehen bei diesem Risiko? „Warum sollen wir für andere die Kastanien aus dem Feuer holen?“
5. Keiner gibt gern die Schuld selbst zu. Jeder versucht, sie auf den nächsten zu schieben. „Wenn der Reiter nichts taugt, gibt er dem Pferd die Schuld.“
6. Natürlich gibt es Hindernisse auf diesem Weg, aber wo gibt es die nicht? „Wer Rosen pflücken will, darf keine Dornen fürchten.“
7. Wir sollten dieses Problem nicht unnötigerweise hochspielen! „Wo es nicht juckt, soll man nicht kratzen.“

8. Übertreiben Sie die Forderungen nicht; es ist zu gefährlich! „Allzu straff gespannt, zerspringt der Bogen!“
9. Sie werden doch jetzt nicht mitten in der Aktion aussteigen wollen! „Sie sind doch kein Mann, der mitten im Strom die Pferde wechselt!“
10. Es kann schon sein, dass wir bei diesem Einsatz irgendwo anecken. „Wo gehobelt wird, da fallen Späne!“

**SPRICHWÖRTER, REDENSARTEN, VOLKSWEISHEITEN UND GEFLÜGELTE WORTE**

- Klappern gehört zum Handwerk.
- Wer rastet, der rostet.
- Allzu straff gespannt, zerspringt der Bogen.
- Mit einem blauen Auge davongekommen.
- Ein Spatz in der Hand ist besser als die Taube auf dem Dach.
- Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen.
- Die Katze im Sack kaufen.
- Ein Tropfen auf den heißen Stein.
- Einen Stein im Brett haben.
- Wo gehobelt wird, da fallen Späne.
- Mit allen Wassern gewaschen.
- Das Hemd ist uns näher als die Jacke.
- Ein Haar in der Suppe finden.
- Etwas geht weg wie warme Semmeln.
- Eine Hand wäscht die andere.
- Das Gras wachsen hören.
- Aus einer Mücke einen Elefanten machen.
- Nichts wird so heiß gegessen, wie es gekocht wird.
- Wie die Katze um den heißen Brei schleichen.
- Wissen, wo der Schuh drückt.
- Wie eine reife Frucht in den Schoß fallen.
- Wo es nicht juckt, soll man nicht kratzen.
- Für andere die Kastanien aus dem Feuer holen.
- Mit dem Kopf durch die Wand gehen.
- Eine Krähe hackt der anderen kein Auge aus.
- Den Nagel auf den Kopf treffen.
- Sein Mäntelchen nach dem Wind hängen.
- Wenn der Reiter nichts taugt, gibt er dem Pferd die Schuld.
- Doppel genäht, hält besser.
- Wer Rosen pflücken will, darf Dornen nicht fürchten.
- Viele Wege führen nach Rom.
- Aus dem Regen in die Traufe kommen.
- Sich an einen Strohalm klammern.
- Den Brotkorb höher hängen.
- Die Spatzen pfeifen es von den Dächern.
- Die Zunge verbrennen.
- Gegen den Strom schwimmen.
- Jungen Wein in alte Schläuche füllen.
- Auf Herz und Nieren prüfen.
- Ins Schwarze treffen.
- Gegen Windmühlen kämpfen.
- Die schlechtesten Früchte sind es nicht, woran die Wespen nagen.



- Mit einem Tropfen Honig fängt man mehr Fliegen als mit einem Liter Galle.
- Nicht mitten im Strom die Pferde wechseln.
- Gierig wie ein Schwamm aufsaugen.
- Ich lasse mir kein X für ein U vormachen.
- Wie ein rohes Ei behandeln.
- Das Pferd beim Schwanz aufzäumen.
- Der Zweck heiligt die Mittel.
- Das fünfte Rad am Wagen.
- Das ist ein zweischneidiges Schwert.
- Ohne Fleiß kein Preis.
- Wer den Pfennig nicht ehrt, ist des Talers nicht wert.
- Wie mit Engelszungen reden

### KLEINE ZITATENSAMMLUNG

- Es ist noch nicht aller Tage Abend. (Livius)
- So fühlt man Absicht und man ist verstimmt. (H. Heine, Neue Gedichte)
- Abwechslung ergötzt. (Phädrus, Fabeln)
- Glänzen durch Abwesenheit. (Tacitus, Annalen)
- Das Alte stürzt, es ändert sich die Zeit, und neues Leben blüht aus den Ruinen. (Schiller, Wilhelm Tell)
- Ich hab hier bloß ein Amt und keine Meinung. (Schiller, Wallensteins Tod)
- Im Anfang war die Tat! (Goethe, Faust)
- Das ist der Anfang vom Ende. (Nach Shakespeare, Ein Sommernachtstraum)
- Das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden. (Horaz, Dichtkunst)
- Ohne Ansehen der Person. (I. Petri, Kapitel I, Vers 17)
- So viel Leute, so viel Ansichten. (Publius Terentius Afer, Phormio)
- Arm in Arm mit dir, so forder' ich mein Jahrhundert in die Schranken. (Schiller, Con Carlos)
- Auge um Auge, Zahn um Zahn, (2. Mos. Kapitel 21, Vers 24)
- Hoch klingt das Lied vom braven Mann. (Gottfried A. Bürger, Das Lied vom braven Manne)
- Wundervoll ist Bacchus Gabe, Balsam fürs zerriss'ne Herz. (Schiller, Das Siegesfest)
- Und das Band, das uns verbindet, Sei kein schwaches Rosenband! (Goethe, Mit einem bemalten Bande)
- Man ist eigentlich nur lebendig, wenn man sich des Wohlwollens anderer erfreut. (Goethe)
- Ich sehe, dass wir nichts wissen können! Das will mir schier das Herz verbrennen. (Goethe, Faust I, Nacht)
- Wissen ist Macht! (Wahlspruch des Baco von Verulam)
- Unser Wissen ist Stückwerk. (1 Korinther, Kapitel I, 3, Vers 9)
- Alles, was uns begegnet, lässt Spuren zurück, alles trägt unmerklich zu unserer Bildung bei; doch es ist gefährlich, sich davon Rechenschaft ablegen zu wollen. (Goethe, Wilhelm Meisters Lehrjahre)

- Eines recht wissen und ausüben, gibt höhere Bildung als Halbheit im Hundertfältigen. (Goethe, Wilhelm Meisters Lehrjahre)
- Die Gelehrten sind die, welche in den Büchern gelesen haben: die Denker, die Genies, die Wetterleuchter und Förderer des Menschengeschlechtes sind aber die, welche unmittelbar in dem Buche der Welt gelesen haben. (Schopenhauer, Parerga)
- Der aus Büchern erworbene Reichtum fremder Erfahrung heißt Gelehrsamkeit. Eigene Erfahrung ist Weisheit. Das kleinste Kapitel von dieser ist mehr wert als Millionen von jener. (Lessing)
- Es ist besser, eine Sache gar nicht studiert zu haben als oberflächlich. Denn der bloße gesunde Menschenverstand, wenn er eine Sache beurteilen will, schießt nicht so sehr fehl als eine halbe Gelehrsamkeit. (Lichtenberg)
- Arbeit ist des Bürgers Zierde, Segen ist der Mühe Preis: Ehrt den König seine Würde, Ehret uns der Hände Fleiß. (Schiller, Das Lied von der Glocke)
- Arbeit macht das Leben süß. (Gottlob W. Burmann, Kl. Lieder für kl. Jünglinge)
- Tages Arbeit, abends Gäste!

### FARBIGE UND ANSCHAUICHE VERGLEICHSBILDER

Dieses Denken sollten wir uns nicht nur bewahren, wir sollten es sogar üben und weiterbilden. Immer anschaulicher, farbiger sollten wir denken. Unsere Vorstellungskraft sollten wir so entwickeln, dass sie uns anschauliche Vergleichsbilder liefert. Was ist zu tun? Wir machen uns zunächst einmal das Neue körperlich anschaulich.

Liegt es nicht vor uns wie ein roter, unbearbeiteter Stein-oder Felsbrocken, den man eben aus dem Steinbruch herausgesprengt hat?

Wir wissen noch nichts von dem, was darin steckt. Sowohl der „Ultraschall“ als die „Verwendung des neuen Holzleims“ sind solche ungefügigen Steinbrocken, höchstens durch eine aufgemalte Aufschrift gekennzeichnet.

Was tut jetzt der Steinmetz oder der Bildhauer, um mit solch einem großen Brocken fertig zu werden, um ihn zu formen? Er hat seine Werkzeuge: die Steinsäge, das Stemmeisen, den Meißel. Auch wir wollen uns nach Werkzeugen umsehen. Unsere Werkzeuge sind die Fragewörter.

Das Hauptfragewort, das wie ein Bohrer mit Diamantspitze auch in den härtesten Felsbrocken eindringt, ist das Wörtlein „Wie?“ Wenn wir mit dem Fragewort „Wie?“ richtig arbeiten, kommen wir unserem Lebenserfolg wirklich näher.

„Wie finde ich Literatur?“

„Wie beschaffe ich mir diese?“

Aber das „Wie?“ ist nur eines der Werkzeuge. Wir haben eine ganze Reihe solcher Fragewort-Werkzeuge, die wir als geschickte Frage, je nach Bedarf, auf einen Felsbrocken einhämmern oder losbohren lassen.

- Warum? Weshalb? Wo? Woher?
- Wohin? Was? Welches?
- Wie viel? Wann? Wer?
- Womit? Wodurch? Wozu?
- Wofür? Worauf?
- Worin? Woran?

Wir sollten fragen, fragen und immer wieder fragen! Nach Richtungen, Größen, Menschen, Zeiten, Dingen, Ereignissen, Zahlen, Graden, Stärken, Arten und Weisen, Farben, Gründen, Ursachen und Wirkungen sollten wir fragen, kurz: nach allem, wonach wir fragen können! Wir wollen „Fragezeichenmenschen“ sein. Umgeben Sie sich auch mit Bekannten, die wir immer wieder auf den verschiedensten Gebieten befragen können. Wir entschädigen diese Menschen dadurch, dass wir ihnen auch von unserem Wissen abgeben.

Eine weitere Hilfe ist die Frageliste, oder noch besser das Fragenheft. Vor uns kann plötzlich eine Frage auftauchen, auf die wir nicht sofort eine Antwort erhalten können. Wir sehen etwas Neues und schon erhebt sich die Frage: „Wie verhält sich dieses oder jenes?“

Schreiben wir uns die Fragen, auf die wir nicht sofort eine Antwort finden, in unser Frageheft, sonst sind sie in einer Stunde vergessen. Schließlich kommen doch einmal Zeit und Gelegenheit, dass die Fragen beantwortet werden, vielleicht sogar ganz unerwartet.

So schaffen wir uns im Laufe der Zeit eine Liste. Wir alle haben berufliche und private Interessengebiete, bzw. Liebhabereien. Eine solche Liste wird für uns verschieden aussehen, in einem bestimmten Fall wird sie zum Beispiel lauten: Botanik, Astronomie, Briefmarkensammeln, Pferdesport, Medizin, Landwirtschaft, Blumenzucht, Zierfischerei und so fort.

Alle großen Persönlichkeiten in Wissenschaft, Technik und Wirtschaft sind „Fragezeichenmenschen“, denen unaufhörlich das Warum?, Wie?, Wodurch?, Woraus?, auf der Zunge brannte. Es ist selbstverständlich, dass die „Fragezeichenmenschen“ den „Schlusspunktmenschen“ überlegen sind und sie im Leben überholen.



## GRUPPEN- UND EINZEL- KREATIVITÄTSSTECHNIKEN:

### Brainstorming

Der amerikanische Werbemann Alex F. Osborn entwickelte die Kreativitätstechnik „Brainstorming“.

Wenn wir folgende Tipps beachten, funktioniert „Brainstorming“ ausgezeichnet. Sobald wir beieinander sitzen, um gemeinsam nach Vorschlägen und Lösungen zu suchen, hindern wir uns meist gegenseitig am schöpferischen Denken durch Kritik, Spott, Beachtung hierarchischer Strukturen und jeder sich selbst durch die dauernde Angst, sich zu blamieren.

1. Killerphrasen sind verboten. Damit ist jede Kritik gemeint, selbst herabgezogene Mundwinkel. Verboten etwa ist der Kommentar: „Diese Idee ist nicht neu, sie ist also keine Idee.“
2. Goldwäscher sind erwünscht. Zuerst kommt es auf die Menge an. Je mehr Sand gewaschen wird, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit des „großen Fundes“.
3. Alle Ideen, auch die verrückten, ungehemmt spinnen. Am Anfang wird diese Regel am wenigsten eingehalten, Die Angst vor der Blamage ist noch zu groß.
4. Stehlen Sie. Es gibt kein Privateigentum, Ideen sind eine Gemeinschaftsleistung der Gruppe.
5. Mehr als zehn Teilnehmer sollte keine „Brainstorming-Sitzung“ haben. Notorische Nörgler sollten nicht zur Mitarbeit aufgefordert werden.
6. Der Teammanager sollte Erfahrungen mit Brainstorming haben und von den Teilnehmern anerkannt werden. Seine Aufgabe ist es das Brainstorming zu steuern. Tote Punkte überwindet er, indem er das Problem neu formuliert und veranlasst, dass gefundene Ideen weiter ausgebaut werden. Besonders kreativ braucht er nicht zu sein.
7. Ein individueller Zwischenspeicher. Die Teilnehmer halten Papier und Bleistift bereit. Es ist sinnvoll auf einer für alle sichtbaren Wandtafel alle Ideen aufzuschreiben und festzuhalten.
8. Die Teilnehmer müssen wirklich Zeit und nichts „Besseres“ zu tun haben. Brainstormings dauern meist zwischen 15 und 60 Minuten.
9. Erheblichen Einfluss hat der Raum, in dem das Brainstorming stattfindet. Ein optimaler Raum ist gemütlich, erinnert nicht zu sehr an Arbeit und ermöglicht ein ungestörtes Brainstorming.

### Fazit:

Wenn Brainstorming eine normale Diskussionsform geworden ist, ist die höchste Stufe des Brainstormings erreicht. Die Gruppe ist so gut eingespielt, dass die Kreativitätstechniken nicht mehr nötig sind.

Es macht sich dadurch im Laufe der Zeit selbst überflüssig. Mit anderen Worten: Brainstorming hat in Bezug auf eine blockierte Gruppe die gleiche Funktion wie Stützräder an

unserem ersten Fahrrad. Wenn wir Zuversicht haben und mit unserem Gleichgewicht alles in Ordnung ist, werden die Stützräder abgebaut.

### Die Methode 6-3-5

Durch die Methode „6-3-5“ als besonderer Form des Brainstormings entfaltet sich die Kreativität ohne Zwang noch leichter.

Wenn die Gruppe Erfahrungen mit dieser Technik hat, sollten wir unbedingt auch fachfremde Personen hinzubitten, denn die können Denkstrukturen aufbrechen.

Diese Technik wurde 1968 von Bernd Rohrbach entwickelt. Im Idealfall ergeben sich mit dieser Methode innerhalb von 30 Minuten 108 Ideen bei sechs Teilnehmern mal drei Ideen mal fünf. Die Methode lässt sich gut auch per E-Mail einsetzen.

Der Ablauf der Methode „6-3-5“:

- Die Aufgabenstellung wird genau definiert, Fragen werden geklärt.
- Jeder der sechs Teilnehmer (empfohlene Größe) trägt in die waagerechte Zeile seines Blattes drei Lösungsmöglichkeiten ein. Das soll innerhalb von fünf Minuten geschehen. Anschließend werden die Blätter im

Uhrzeigersinn weitergegeben - sodass jeder das Blatt der links neben ihm sitzenden Person vor sich hat.

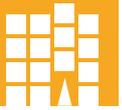
- Jeder liest sich nun die drei Ideen auf dem ihm vorliegenden Blatt durch und trägt in die zweite Zeile des Formulars erneut drei Ideen ein, die entweder
  - eine Ergänzung zu den Ideen der vorherigen Zeile,
  - eine Variation dieser Ideen oder
  - völlig neue Ideen sind.
- Die Blätter werden nach fünf Minuten erneut weitergereicht.
- Während der gesamten Zeit ist jede Äußerung (Lachen, Kommentare, Schnaufen, ... ) zu unterlassen, damit die Teilnehmer nicht abgelenkt werden oder sich kritisiert fühlen.
- Die Methode ist beendet, wenn die sechste (Anzahl der Teilnehmer) Zeile eines jeden Blattes ausgefüllt ist.

### Übung

Nutzen Sie die Methode 6-3-5 und die Vorlage auf der folgenden Seite, um im Team Vorschläge für die Verbesserung von Besprechungen in Ihrem Unternehmen zu sammeln.

### Vergößern Sie bitte die Vorlage

für die Methode „6-3-5“ zum einfachen Beschreiben auf DIN A3. Falls Sie mehr als sechs Personen an der Ideenfindung beteiligen wollen, dann erweitern Sie das Blatt.



## ZIENTERRA® GMBH

Alfred-Rademacher-Str. 2  
Landhaus im Neuen Park  
D-53332 Bornheim bei Bonn  
Tel.: +49 22 22. 91 17 0  
Fax: +49 22 22. 61 82 6

[kontakt@zienterra-akademie.de](mailto:kontakt@zienterra-akademie.de)  
[www.zienterra-akademie.de](http://www.zienterra-akademie.de)

Copyright 2014 by  
Institut für Rhetorik und Kommunikation, Zienterra GmbH  
Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und  
Verbreitung, sind vorbehalten, Printed in Germany