

Kreatives Denken

Viele Krieger versuchten rund 1300 v. Chr. vergeblich, die Stadt Troja einzunehmen. Erst die Idee von Odysseus, König von Ithaka, das Trojanische Pferd zu erschaffen, brachte schliesslich die Lösung. Im Jahr 1493 versuchten kluge Männer, ein Ei auf der Spitze zum Stehen zu bringen. Kolumbus nahm das Ei, schlug es mit der Spitze auf den Tisch und stellte das Ei hin.

2025 sassen vierzig Bewohner*innen eines Vorortes von Bern zusammen und waren bereit, von einem Meister seines Fachs, Kreativ-Trainer und - Buchautor Bernhard Grimm aus Münsingen, mehr über kreatives Denken zu erfahren. Eine erste Erkenntnis liess nicht lange auf sich warten: Kreativität ist nicht eine Gabe wie ein Talent, das man eben hat oder nicht, Kreativität ist fast wie ein Muskel. Sie muss ausgeübt, gebraucht werden. Kreativität ist daher auch im hohen Alter noch möglich.

Eine Definition

Kreatives Denken ist die Fähigkeit, mit allem bestehenden Material, allem Wissen durch Veränderung Neues entstehen zu lassen. Aus Nichts lässt sich jedoch auch nichts kreieren. Es braucht immer eine Basis, ein Material. Alles Denken braucht Worte: Werden neue Wörter kreiert, so bestehen sie aus Buchstaben. Kreatives Denken ist aber nicht einfach ein Abdriften in rosarote Welten, sondern ein Hin und Her zwischen Ordnung und Chaos, zwischen Erfahrung und der Suche nach Neuem.

Welche Menschen sind besonders kreativ?

In erster Linie kommen uns Künstler in den Sinn, Musiker, Maler, Menschen, die Dinge gestalten oder eben kreieren. Doch die wahrhaft Kreativen unter uns sind Kinder. Sie entziehen sich in erfrischender Art und Weise dem Drang, vorwiegend logisch und kausal zu denken, so wie wir Erwachsenen denken. Kausales Denken ist ein Denken in Abhängigkeiten und Zweckmässigkeiten. Wir benutzen und betrachten Dinge so, wie sie geschaffen würden. Flaschen sind Behältnisse, Stühle sind zum Sitzen da, 2 ist grösser als 1 usw.

Bernhard Grimm streckte eine Flasche Mineralwasser in die Luft und fragte die Anwesenden, was das sei. Eine Flasche Wasser. Was könnte es sein? Eine Hantel, ein Wallholz. Dann lud er alle ein, wie kleine Kinder zu denken und zu überlegen, was die Flasche sonst noch darstellen könnte.

Fazit: Solange wir uns nicht von der Form lösen können, sind wir im Zweckdenken (kausal). Es könnte eine Rakete, ein Fernrohr, ein Instrument, ein Fahrzeug sein. Man muss den Blickwinkel ändern, die Flasche kehren, es entsteht eine Dusche, eine Infusion, eine Bombe, ein Zäpfli für einen Elefanten. Wir Erwachsenen haben einen Blick, der uns einschränkt.

Ein Kind hingegen lässt sich nicht von einem Gegenstand vorschreiben, was es damit tun soll. Ein einfacher Farbstift wird da rasch zu einer Rakete, einem Fernrohr, einem Auto, einem Schlaginstrument und vielem mehr. Die Zahl der Anwendungen und Möglichkeiten wird nicht durch den Stift definiert, sondern einzig durch die Gedanken des Kindes. Das Kind aber baut einen Turm und wirft ihn danach lustvoll um. Wir Erwachsenen aber denken kausal und folgern, dass der Turm kaputt ist. Das Kind hat aber nichts anderes getan, als gemäss der Definition des kreativen Denkens die Form des Turms verändert. Der Turm ist also nicht kaputt, er hat nur eine andere Form. Wenn Sie also das nächste Mal beim Rückwärtsfahren den Rückspiegel zerstören: er ist nicht kaputt, ...

Wenn Schule und Erziehung bremsen

Schon in der ersten Klasse werden Kinder angehalten, logisch zu denken, Sprache, Mathematik und vieles mehr baut auf logischen Denkschemata auf. 3x3 sind nicht plötzlich 10, nur weil das Kind es so möchte. Logisches Vorgehen mag ja in zahlreichen Situationen Vorteile bieten. Doch gerade im kreativen Prozess, bei der Entwicklung von Ideen ist logisches Denken nicht gefragt.

Mut!

Neben Selbstsicherheit, Erfahrung, Lust, Freude ist eine der wichtigsten Eigenschaften beim Kreieren von Ideen Mut. Man muss den Mut haben, Gedanken zu denken, die «man nicht denkt», Sachen zu machen, die «man nicht macht». Jeder von uns hat Grenzen, wenn wir uns aber beschränken, können wir nicht kreativ denken.

Über den eigenen Schatten springen

Wer immer mit den gleichen Methoden und mit den gleichen Fragen Ideen entwickelt, wird auch immer auf die gleichen Ideen kommen. Nur wer anders fragt, wird andere Ideen generieren können. Wollen wir gleiche Ideen oder andere? Mindestens in Gedanken muss man zwingend ausbrechen. Wer nicht bereit ist, über den eigenen Schatten zu springen, wird nie grosse Sprünge machen. Alle Gegen-argumente sind Killerphrasen. Der grösste Killer: «Ich bin nicht kreativ.»

Kommt dazu, dass wenn genügend Menschen etwas behaupten, man es am Schluss selber glaubt. Auch das bremst das kreative Denken:

Guglielmo Marconi beschäftigte sich im ausgehenden 19. Jahrhundert mit Radiowellen. Er probierte es trotz der Entmutigung durch Kollegen, die Radiowellen über grössere Distanzen zu senden, was ihm schliesslich gelang und wofür er 1907 sogar den Nobelpreis in Physik erhielt. Wenn man über die Grenzen geht, sich nicht entmutigen lässt, können grosse Sachen entstehen.

Wie kann man Kreativität fördern?

Man kann das Hirn trainieren, über die Grenzen zu gehen, Gewohnheiten abzulegen. Ziehen Sie mal Ihre Uhr am andern Handgelenk an! Beobachten Sie sich: Wir steigen immer mit demselben Fuss zuerst in die Schuhe und die Hosen, mit demselben Arm in die Jacke. Wenn wir die Treppe hochgehen, beginnen wir mit demselben Fuss, wir trocknen uns nach dem Duschen immer gleich ab. Lesen Sie beim Autofahren einen Namen, machen Sie einen Vers damit. Lesen Sie einen Namen rückwärts, sprechen Sie beim Radiohören einen Satz nach. Lernen Sie jeden Tag ein neues Wort, lernen Sie eine neue Sprache oder ein Musikinstrument.

Ein paar Tipps

Der schnellste Weg zu einer Idee ist die Assoziation: Fragen Sie sich bei Ihrer nächsten Ferienplanung doch einmal nicht «Wohin will ich?», sondern «Was kommt mir spontan in den Sinn, wenn ich das Wort 'Ferien' höre?».

Vertauschen Sie das Umfeld mit der Frage: «Was wäre, wenn?» So entstand die Swatch-Uhr. In der Uhrenkrise in den Siebzigerjahren fragten sich die Macher das Folgende: «Welche Märkte sind erfolgreich in der aktuellen Krise und was passiert, wenn wir eine Uhr als Produkt in diesem Markt betrachten?» Antwort: Wegwerf-Feuerzeuge und Modeschmuck, beides zusammen kombiniert ergab die Swatch.

Ein süsser Abschluss

Peter Brand, zuständig fürs leibliche Wohl am Seniorentreff, war so kreativ, dass es in den letzten drei Jahren nie zweimal dasselbe Zvieri gab.

Susanne Strub Streit, Vizepräsidentin 65+