



Das klassische „Brainstorming“

Fast jeder kennt diese Methode – oder glaubt zumindest, sie zu kennen. Brainstorming wurde nämlich bereits in den 1930er Jahren vom Werbeexperten A. F. Osborn in den USA entwickelt und zählt vermutlich bis heute zu den bekanntesten Kreativitätsmethoden.

Allerdings wird Brainstorming häufig falsch angewendet!

Ein wichtiges Merkmal dieser Methode besteht darin, dass es im ersten Schritt um *Quantität* geht. Daher ist es völlig kontraproduktiv, in dieser Phase die einzelnen Ideen bereits zu bewerten (oder noch schlimmer: zu zerreißen)!

Die Fantasie soll angeregt werden – jede Frage nach der Umsetzbarkeit engt allerdings die Kreativität sofort ein und das verhindert unkonventionelle Lösungsansätze. Deshalb darf niemand für eine Idee kritisiert werden, ganz gleich wie abwegig sie im Moment auch erscheinen mag: Jedes Beurteilen der Vorschläge ist in dieser Phase tabu!

Für welche Themen empfiehlt sich Brainstorming?

Zur Lösungsfindung von klar definierten Problemen und Fragestellungen.

Rahmenbedingungen

Ab drei Teilnehmern, maximal 45 Minuten.

Ablauf

Eingangs wird das Problem bzw. die Fragestellung genau definiert. Zum Beispiel: „Wie können wir den organisatorischen Ablauf bei XY verbessern?“

Nun werden per „Brainstorming“ Lösungen vorgeschlagen. Ein großes Flipchart oder eine Pinnwand mit Packpapier ist empfehlenswert.

Der Moderator muss dafür sorgen, dass alle Beiträge notiert werden und keine Bewertungen erfolgen.

Erst wenn der Ideenstrom versiegt, werden die gesammelten Beiträge durch die Gruppe gemeinsam in drei Kategorien eingeteilt:

1. „Sofort umsetzbar“
2. „Weiter verfolgen“
3. „Vermutlich nicht umsetzbar“