

Birkenbihl **ABC-Kreativ**©

VERA F.

BIRKENBIHL

ABC-Kreativ[©]

Techniken zur kreativen
Problemlösung

ARISTON 

Auf Wunsch der Autorin erscheint der vorliegende Text
in der alten Rechtschreibung.



Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100
Das für dieses Buch verwendete FSC®-zertifizierte Papier
Super Snowbright liefert Hellefoss AS, Hokksund, Norwegen.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2002/2007/2012 Ariston Verlag in der
Verlagsgruppe Random House GmbH
Alle Rechte vorbehalten

5. Auflage
Umschlaggestaltung: Weiss/Zembsch/Partner: Werkstatt/München
Zeichnungen: Vera F. Birkenbihl
Satz: EDV-Fotosatz Huber/Verlagsservice G. Pfeifer, Germering
Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck
Printed in Germany 2012

ISBN 978-3-424-20070-6

Inhaltsverzeichnis

1. Hier geht's los	
Wieder ein Buch-Seminar	9
2. Die Wurzeln von ABC-Kreativ®	
Drei Denk-Tools	19
3. Denken mit KaWa®	
Fallbeispiel 1: Das FIASKO	30
Fallbeispiel 2: Das liebe GELD	37
4. Erstellen von Wissens-ABC®s	
Für einfache Probleme	42
Fallbeispiel 3: Ein Vortragsthema wählen	44
Fallbeispiel 4: Einen Berufswunsch generieren	46
5. ABC-Kreativ®	
Das Konsultieren von Listen	48
Fallbeispiel 5: Eine spezifische Verhaltensveränderung im Alltag	51
Fallbeispiel 6: In drei Minuten präsentieren müssen	56
Fallbeispiel 7: Kunde kommt in 2 Stunden	59
Fallbeispiel 8: Chronisch zu spät kommender Mitarbeiter	61
Fallbeispiel 9: Der fiese Kunde aus Wien	63
Fallbeispiel 10: Wenn es darauf ankommt: krank!	67
Fallbeispiel 11: Wie soll sie sich entscheiden?	69
Fallbeispiel 12: Ein Autor sucht ein Kolumnenthema	71
Fallbeispiel 13: Er will sie überzeugen; sachlich, rational	72
Fallbeispiel 14: Keiner will die Hausarbeit machen	75
Fallbeispiel 15: Ein Seminarleiter braucht dringendst eine Idee	78
Fallbeispiel 16: Wohin mit dem Bio-Müll?	80
Fallbeispiel 17: Die dunkle Parkgarage	83
Ergänzung zur 4. Auflage	
Fallbeispiel 18: Wolkenkratzer ohne Plakate	91
Fallbeispiel 19: Der schielende Psychologe	93

Inhaltsverzeichnis

Problem I: Auszeichnungspflicht?	96
Problem II: Mütter	97
Problem III: Noch mal Tiefgarage?	101
Nachtrag: Das Königsspiel	104
6. Das Denk-Roulette	
Eine Problem-Löse-Technik für Gruppen	108
7. Kreatives Denken mit KaWa[®] und ABC-Listen[®]	114
8. ABC zu ABC-Kreativ[®]	123
A = ALTE GEDANKEN-Ver-BIND-ungen? (= assoziatives Denken)	123
B = Bisoziales Denken (= NEUE Ver-BIND-ungen)	123
C = Camelot-Effekt!	123
D = Denk-Blockade?!	127
E = Evolution von Gedanken!	129
F = Fragen stellen	130
G = Genies – denken die anders?!	131
H = HERAUS-Forderung!	132
I = Innovatives Denken?	133
J = Journal schreiben	136
K = Können führt zu Kompetenz	137
L = Limitation macht kreativ!!	140
M = Metaphern als Wahrnehmungsorgane!	141
N = Nachschlagen (= das Konsultieren von ABC-Listen)	146
O = Oft	146
P = Paradox	147
Q = Qualität unserer Denkprozesse	148
R = Repertoire	148
S = Suche nach Schlagzeile, Schlagwort oder Titel!	149
T = Training ohne Zeitverlust?	154
U = Das Unbewusste »anzapfen«	154
V = VR (Virtuelle Realität)	155
W = Wissens-Netz	156
X = X-tra L	156
Y = Yin/Yang!	157
Z = Zellen-Metapher!	158
9. Anhang	159
Merkblatt 1 KaWa [®] /Analograffiti [®]	160
Merkblatt 2 Was ist ein Problem?	163
Merkblatt 3 Die Liste der Listen [®]	165

Inhaltsverzeichnis

Merkblatt 4 Wissens-Netz [©]	170
Merkblatt 5 Die Ankerliste	172
Merkblatt 6 Langsam/schnell	173
Merkblatt 7 Seminar-Übung	174
Merkblatt 8 Exformation	176
Merkblatt 9 Diktierkassetten im Auto	178
Literatur-Verzeichnis	179
Stichwort-Verzeichnis	181

1. Hier geht's los

Wieder ein Buch-Seminar

Einige meiner Bücher (seit dem »Birkenbühl Power-Tag«) sind Buch-Seminare, d. h. Sie können ihnen (zum Preis eines Buches!) den »Gewinn« eines kompletten Seminars »entnehmen«, wenn Sie wollen. Sie entscheiden bereits beim ersten Modul: Wenn Sie aktiv mitarbeiten wollen, dann sollten Sie zuerst drei Quizfragen (s. u.) beantworten. So werden Sie – wie meine Seminar-TeilnehmerInnen – gut vorbereitet einsteigen. Anschließend folgt eine kurze Schilderung der 17 Fallbeispiele. Wenn Sie dieses Buch als SEMINAR nutzen wollen, legen Sie bitte jetzt bereit:

- Stifte
- Papier

Drei Quizfragen zu Ihrer Vergangenheit:

1. Gibt es etwas, das Ihnen früher lange (regelmäßig) Probleme bereitete und das inzwischen gelöst wurde?
- ja nein

Wenn ja, Stichpunkte: _____

Auch dies ist ein Buch-Seminar...

Es könnte sehr spannend werden, sowohl die ersten drei Fragen als auch die Fallbeispiele mit anderen Menschen zu besprechen und Antworten/Ideen zu vergleichen (das entspräche unseren Kleingruppen-Diskussionen im Seminar).

2. **Gibt es ein Problem**, das Sie bis heute noch nicht optimal gelöst haben? ja nein

Wenn ja, Stichpunkte: _____

3. **Notieren Sie mindestens fünf Probleme anderer Menschen**, von denen Sie gehört oder gelesen haben.

Stichpunkte: _____

Seminar-Effekt zum Preis eines Buches?

Buch-Seminar oder »normales« Buch – es ist Ihre Wahl ...

Achtung: Wenn Sie den Seminar-Effekt wollen, sollten Sie über diese drei Fragen nachgedacht haben, ehe Sie umblättern, denn es folgt die Besprechung derselben.

Besprechung:

- Zu **1.** Denken Sie daran, wie langwierig und/oder schwierig es (damals) war, eine Lösung zu finden. Mit der in diesem Buch vorgestellten Technik können gerade »schwierige« Probleme anders angegangen werden. Wenn eine Lösung möglich ist, ist die Chance, daß Sie sie finden, weit größer geworden (es gibt natürlich auch Probleme ohne Lösung).
- Zu **2.** Vielleicht ist dies Ihr erstes Fallbeispiel für die Technik dieses Buches?
- Zu **3.** Es gibt Menschen, die sich niemals für Probleme anderer interessieren und sich wundern, daß sie eigene Probleme nur schlecht lösen können.

Wir benötigen für alle Tätigkeiten, für die wir unsere Kompetenz erhöhen wollen, Übung. Probleme anderer stellen quasi ein »Trockentraining« dar, indem man bestimmte Denk-Techniken gut testen oder trainieren kann. Daher ist es lehr-REICH, über Probleme anderer (mit) nachzudenken. Abgesehen davon, daß dies unser eigenes Lösungs-Finde-Verhalten verbessert, können wir anderen vielleicht sogar helfen, weil wir der »objektive Dritte« sind, der die nötige Distanz mitbringt.

Aber neben dem Effekt, daß andere profitieren, wenn wir ihre Probleme (mit) durchdenken, lernen wir durch den Denk-Prozeß selbst. Darum enthält dieses Buch 19 konkrete Fallbeispiele, die nicht nur als »lehrreiche« Storys gelesen werden können, sondern die man auch »durchdenken« kann. Diese Fälle folgen in Kurzform – zunächst natürlich ohne Lösungen. Vielleicht möchten Sie sie alleine durchdenken oder sie mit anderen diskutieren, bevor Sie weiterlesen? Falls nicht, können Sie zum Anfang des zweiten Moduls vorspringen (S. 19).

Ein langwieriges und schwieriges, aber letztlich gelöstes Problem ...

Ein immer noch offenes Problem...

Mindestens fünf Probleme anderer...

Sie werden sehen, wie hilfreich ein/e Fremde/r sein kann; deshalb wäre es nützlich, für gegenseitiges Besprechen von Problemen einige Partner »aufzubauen«. Jeder sieht die Probleme der anderen als Übung für eigene und weiß, daß diese Menschen auch ihm helfen können, wenn er/sie »dran ist«!

Kurz-Schilderung der Fallbeispiele



vgl. S. 30ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?



vgl. S. 37ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?



vgl. S. 44ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?



vgl. S. 46ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?



vgl. S. 51ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

1. Das FIASKO (im Assessment-Center durchgefallen)

Er wollte Manager werden und hatte sich viel von dieser Prüfung erhofft, die er jedoch vollkommen in den Sand setzte. Er wußte, es gab keine zweite Chance; bei diesem Assessment-Center durfte man nur einmal mitmachen. Er meinte, es sei ein Fiasko ...

2. Wer möchte nicht gerne mehr Geld besitzen?

Wie kann man prüfen, ob man sich durch »heimliche« (= unbewußte) Anti-Etwas-Programme selber bremst? Im Fallbeispiel sind es Anti-Reichtums-Programme – aber ebenso möglich sind Programme im Sinne von: Anti-Fehler, Anti-Erfolg, Anti-Was-immer ... Finden Sie heraus, wie Sie das herausfinden können.

3. Weiß ich genug, um dieses Thema zu präsentieren?

Eine schnelle Inventur-Methode zeigt uns in ca. 90 Sekunden, ob wir genügend zu einem Thema wissen, um uns einer Situation (egal ob Prüfung, wichtiges Kundengespräch, öffentlicher Vortrag etc.) zu stellen.

4. 80 % der Jugendlichen wollen in ca. 15 Modeberufe

... darum finden viele keine Lehrstellen, während andererseits Lehrstellen verzweifelt Jugendliche suchen. Wie kann man jungen Leuten helfen, einen (anderen) Berufswunsch zu generieren?

5. Wie kann man sein Verhalten verändern?

Der Weg zur Hölle ist ja bekanntlich mit guten Vorsätzen gepflastert. Da hat man dann etwas eingesehen und möchte nicht mehr so (aggressiv, kritisch etc.) sein, ertappt sich aber immer wieder dabei, daß es doch wieder geschieht. Nun, Patent-Rezepte gibt es zwar keine, aber der hier vorgestellte Lösungsansatz hat schon vielen meiner Klienten und Seminar-TeilnehmerInnen geholfen.

6. In 3 Minuten präsentieren müssen?

Eigentlich hatte der Chef die Präsentationen vor Gruppen von Kunden (meist Chefärzte aus Krankenhäusern) an sich gerissen, aber wenn er nicht da war, mußte irgendein Mitarbeiter »einspringen«. Diesmal war einer »dran«, der die in diesem Buch vorgestellten Techniken kannte und einsetzte. Während die Gäste von der Pforte durch den Mini-Park bis in den Präsentationsraum geführt wurden, entstand seine kleine (aber wichtige) Rede.



vgl. S. 56ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

7. Ein Werbefachmann muß gaaaaanz schnell denken ...

Einer meiner Seminarteilnehmer befand sich in einer beruflichen Notlage, als er plötzlich mit einer Idee aufwarten mußte (weil ein Kollege krank wurde und dessen Kunde in zwei Stunden auf der Matte stehen würde). Er ist eigentlich jemand, der lieber rechtzeitig anfängt und der unter Zeitdruck nicht gut denken kann. Nun mußte er in zwei Stunden die Aufgabe lösen – er, der im Zweifelsfall annahm, kurzfristig überhaupt nicht denken zu können ...



vgl. S. 59ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

8. Chronisch zu spät kommender Mitarbeiter ...

Stellen Sie sich vor, Sie wären AbteilungsleiterIn und suchen eine Lösung für das Problem eines chronischen Zuspätkommers, mit dem Sie schon alles versucht haben (nettes Zureden, Schimpfen, Abmahnung). Einerseits wollen Sie ihn als Arbeitskraft nicht verlieren, andererseits kostet er alle Betroffenen zuviel Zeit und Nerven. Was tun?



vgl. S. 61ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

9. Der fiese Kunde aus Wien ...

Einer meiner Coaching-Brief-Leser rief mich in der monatlichen Hotline an und schilderte mir den Ärger, den er mit einem neueren Kunden hatte: Natürlich wollten er und sein Team den Kunden durchaus zufriedenstellen, aber er gehe allen total auf den Geist, weil er sich weigere, einen branchenüblichen 2-Jahres-Dienstleistungsvertrag abzuschließen, und ständig



vgl. S. 63ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

damit drohe, zur Konkurrenz »überzulaufen«. Es könne so nicht weitergehen ...



vgl. S. 67ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

10. Wenn es darauf ankommt: krank!

Hier geht es um einen hochmotivierten Mitarbeiter, der jedoch immer wieder, wenn man ihn **besonders** brauchen würde (z. B. wenn eine Messe ansteht), akute Anfälle (einer chronischen Krankheit) bekommt, die ihn zwingen, zu Hause zu bleiben.

Er selbst erklärte mir die Situation und sagte, er nehme zwar an, die Anfälle seien psychosomatisch bedingt (sein Arzt und seine Lebenspartnerin glaubten das ebenfalls), aber er habe sich schon monatelang den Kopf zerbrochen und könne sich nicht denken, was ihn so stressen würde, denn **eigentlich** arbeite er doch sehr gerne dort ... Wenn jemand »eigentlich« sagt, werde ich immer hellhörig, deshalb meinte ich: »»Eigentlich« ist eigentlich immer eine Einschränkung, oder?« Er wollte zuerst vehement widersprechen, unterbrach sich dann jedoch mitten im Satz und meinte: »Na ja, deshalb habe ich Sie ja heute angerufen. Können Sie mir helfen?« Nun, er konnte sich mit der ABC-Kreativ[®]-Methode selber helfen ...



vgl. S. 69ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

11. Wie soll sie sich (wegen Boris) entscheiden?

Die Nichte einer Kundin (die unmittelbar in der Nachbarschaft wohnt) hatte Probleme, weil ihr Freund einerseits furchtbar eifersüchtig war und andererseits ständig in kleine Untreue-Aktivitäten verwickelt war. Meine Kundin meinte, es wäre sicher das beste, wenn ihre Nichte von dem jungen Mann lassen könnte, aber sie als Tante wolle nichts dergleichen vorschlagen, denn sie befürchte eine Trotz-Reaktion. Gibt es eine Möglichkeit, die junge Dame selbst zum Nachdenken zu bewegen?

12. Ein Autor sucht verzweifelt ein Thema!

Dieses Beispiel betrifft mich selbst. Damals schrieb ich eine monatliche Kolumne. Das Schöne an einer solchen ist ja, daß man über alles schreiben kann, frei nach Wunsch. Das Schlimme ist allerdings, daß man manchmal gar nicht weiß, worüber man schreiben soll. Insbesondere, wenn man nicht rechtzeitig begonnen hat und der Termin ein wenig drückt ... In einem besonders schlimmen Fall brauchte der Redakteur den Text innerhalb von zwei Stunden, sonst gäbe es in diesem Heft keine Kolumne. Hier saß ich nun, auf der verzweifelten Suche nach einem Thema.



vgl. S. 71f.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

13. Er will sie überzeugen: sachlich, rational ...

Zwei Ehepartner liegen oft im Clinch. Es geht immer um ein Thema, das **ihm** sehr am Herzen liegt und das **sie** völlig anders sieht. Jahrelange Diskussionen konnten nichts daran ändern, nie konnte er zu ihr durchdringen! Als er mich fragte, wie er seiner Frau seine Position klarmachen könne, betonte er, wie sachlich, rational und logisch er immer argumentiert habe. »Diese eine Sache ist jedoch in unserer Partnerschaft so wichtig, daß es mich sehr belastet!« »Trotzdem«, meinte er, »habe ich es noch nie vermocht, zu ihr durchzudringen.« Das Spannende an diesem Fallbeispiel ist, daß ich nie erfuhr, worum es ging. Das war gar nicht nötig. Ich leitete ihn an, sein Problem selbst zu lösen, und dabei muß man als Berater die Details gar nicht kennenlernen.



vgl. S. 72ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

14. Keiner will die Hausarbeiten machen?

Wieder ein Beispiel aus den monatlichen Hotline-Telefonaten (die übrigens zumeist auf beiden Seiten mitgeschnitten werden. Dieser Mitschnitt erlaubt später eine Transkription und diese wiederum kann zum weiteren Nachdenken verwendet werden. So sind viele Fallbeispiele zu diesem Buch entstanden).



vgl. S. 75ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?



vgl. S. 78f.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

Eine Familienberaterin in einer kirchlichen Organisation hat ein Standardproblem, nämlich daß in vielen Familien **niemand bei den Hausarbeiten helfen will**. Es hat jedoch keinen Sinn, nur auf sie einzureden. Denn das ergibt höchstens »gute Vorträge«, die nicht lange halten.

15. Ein Seminarleiter braucht dringendst (!) eine Idee

...

Schriftsteller, Werbeleute, LehrerInnen usw. (ja, auch SeminarleiterInnen!) benötigen immer wieder Ideen, die jedoch unter (Zeit-)Druck in der Regel nicht frei fließen. Deshalb ist der Ansatz mit ABC-Kreativ® so hilfreich: Wir können ganz schnell Ideen produzieren. So auch in diesem Fall. Ein Kollege suchte dringend eine praktische Anwendung (eine Übung, ein Experiment o. ä.) zu einem Thema ...



vgl. S. 80ff.

Möchten Sie schon etwas nachdenken?

16. Wohin mit dem vielen Bio-Müll?

Dies ist ein absolut faszinierender Fall: Einer meiner Kunden stand vor der Entscheidung, den gesamten Fertigungsprozeß seiner Firma zu verändern. Einer der Gründe war der Versuch, die Mengen an **GIFTIGEN ABFÄLLEN** zu reduzieren, die bei der alten Produktionsmethode abfielen. Nun hatte man sich auf eine von mehreren möglichen neuen Techniken »eingeschossen« und stand kurz vor dem Zeitpunkt, an dem alle Signale auf Grün geschaltet werden sollten (wie er es ausdrückte), als er von einem Berufskollegen gewarnt wurde. Dieser hatte ihm mitgeteilt: »Hör mal, mein Freund! Bei der neuen Methode wirst du auch Abfall haben. Zwar keinen giftigen, sondern biologischen, aber so viele und so große Komposthaufen gibt es nirgends, daß du diese Massen entsorgen kannst! Da kommst du vom Regen in die Traufe, mit dem Unterschied, daß diese Traufe gehörig stinken wird, wenn das Zeug bei Euch herumliegt ...« Mein Klient war entsetzt

Ich werde übrigens oft stundenweise »gemietet«, weil ich immer so viele Ideen habe. In diesem Buch verrate ich die Techniken, mit denen ich vorgehe, damit Sie als Betroffene/r (bzw. als TrainerInnen und BeraterInnen) selber besser denken können.

und machte einen Beratungstermin mit mir aus.

17. Die dunkle Parkgarage

In einem Shopping-Center weigerten sich weibliche Kunden, abends zu kommen, wiewohl sie das gerne getan hätten, weil die Parkgarage zu dunkel war und niemand für die Investition (Lampen, Installation und später Strom-Mehrpreis) aufkommen wollte. Die Managerin des Centers war völlig verzweifelt, als sie mir das Problem schilderte.

Die durch ABC-Kreativ® gefundene Lösung ist so brillant, daß sie vielleicht auch andernorts Schule machen wird.



vgl. S. 83ff.

*Möchten Sie schon
etwas nachdenken?*



2. Die Wurzeln von ABC-Kreativ®

Drei Denk-Tools

Es ist oft schwierig nachzuvollziehen, wie eine Erfindung oder Entwicklung zustande kam, insbesondere wenn sie sich über Jahrzehnte hingezogen hat. So könnte man mein Denk-Werkzeug ABC-Kreativ® als **Weiterentwicklung** dreier Denk-Tools sehen, die mir jahrzehntelang gute Dienste geleistet haben. Deren Wurzeln wiederum liegen in meiner Jugend, als wir noch regelmäßig »Gesellschaftsspiele« spielten. Ich gehöre ja zur letzten Prä-Fernseh-Generation. In meiner Kindheit und Jugend beschäftigten wir uns regelmäßig geistig, statt in die Glotze zu starren.

Das **erste TOOL** ergibt sich aus einem Spiel, welches das Sprechdenken trainiert. Diese Aufgabe stellt übrigens eine wunderbare **Rhetorik-Übung** dar. Es gilt, zu einem willkürlich gewählten Begriff eine Minute lang frei assoziativ (d. h. ohne Denkpausen, insbesondere ohne lange »Ääähs«) zu sprechen.

Ich kann solche Spielchen nur wärmstens empfehlen: Wer sich »durchringt«, zwei Abende pro Woche **spielerisch** verbal-rhetorische Fähigkeiten zu trainieren, wird bereits nach ca. einem halben Jahr erste **Verbesserungen** feststellen. Nach etwa einem Jahr beginnt es auch anderen (z. B. dem Chef oder der Chefin!) aufzufallen!

Jetzt kennen sie das erste TOOL: **frei-assoziatives Nachdenken** über einen Begriff, inkl. (bei den fortgeschrittenen Übungen) einem Vordringen in die **TIEFE** eines Wortes, indem man es »wörtlich« nimmt (eine Angewohnheit, die ich zeit meines Lebens beibehalten habe).

Das **zweite TOOL** bezeichne ich gern als **Stadt-Land-Fluß-Effekt**, der sich natürlich von dem bekannten Spiel herleitet. Sie wissen ja: Wer oft gespielt hat, trägt regelrechte Wissens-ABC®s im Kopf herum. Deshalb kann er oder sie so gut spielen. Aber bitte bedenken Sie, daß dieser schnelle und kompetente Zugriff auf Wissen nur

Wir spielten z. B.:

- **Stadt-Land-Fluß** (in der Schweiz als »Geographie-Spiel« bekannt)
- **Teekessel**
- **demokratische Definitionen**
- **rhetorische Spiele**
- **Logik-Spiele**
- **Gedächtnis-Spiele**
- **Scharadenraten ...**

Es gibt **keine Gruppe**, mit der Sie üben könnten? Doch, jetzt schon! Denn inzwischen gibt es eine sehr preiswerte Möglichkeit, systematisch zu trainieren: die amerikanischen Toastmaster sind nun auch in Deutschland zu finden (vgl. www.toastmaster.org)

Zur Sicherheit eine kleine Erinnerung: Man wählt einen Buchstaben und dann notieren alle so schnell wie möglich eine Stadt, ein Land, einen Fluß (bzw. was immer man heute »spielen« will).

Man nehme ein Buch, öffne es an irgendeiner Stelle und steche eine **Nadel** hinein. So wählt man einen Zufalls-Begriff, um neue Assoziationen zum derzeitigen Problem auszulösen.

Durch Gottes Vorsehung würde dabei immer etwas herauskommen, was wir gedanklich verwenden können, sagte der fromme Mann dann gerne.

bei den trainierten Kategorien (meist Städte, Länder und Flüsse) gelingt. Schlägt jemand vor, heute mal Stadt-Land-Quantenphysik zu spielen, dann nützt das Flüsse-ABC nicht viel!

Aber es gibt noch einen zweiten Grund, der mich zu den Wissens-ABC's brachte, nämlich die Tatsache, daß Angelsachsen in weit größerem Maße als wir Deutsche alphabetische Listen erstellen, wenn sie über ein Thema nachdenken wollen. Das habe ich, als ich sieben Jahre in den USA lebte, übernommen. Nun ist das Erstellen von Listen zwar nicht das Hauptthema dieses Buches, aber lassen Sie uns festhalten: Es lohnt sich allemal, »**alphabetisch nachzudenken**«, wenn Sie ein Thema erforschen wollen (was ich an anderer Stelle* aufzeige). Uns geht es in diesem Buch um das **Benutzen** von Listen, wenn wir auf der Suche nach kreativen Problemlösungen sind. Und das bringt uns zum dritten Denk-Werkzeug, das zur Entwicklung von ABC-Kreativ® geführt hat.

Dieses **dritte TOOL** ist eine bekannte Kreativitäts-Technik (s. Randspalte). Diese **Nadel-Stich-Technik** funktioniert. Allerdings können wir mit Wissens-ABC's noch einen Tick besser werden. Nicht zuletzt, weil wir solche Listen auch im Gedächtnis »spazierentragen« und z. B. unauffällig in einem Gespräch oder Meeting einsetzen können, ohne daß andere begreifen, wie wir unsere kreativen Ideen produzieren!

Vielleicht haben Sie schon einmal von einer Parallele gehört, die ich als Bibel-Orakel bezeichne: Kam jemand in meiner Kindheit mit einem Problem zum Pfarrer, konnte es vorkommen, daß diesem kein guter Rat einfiel. Dann schlug der Pfarrer oft vor, man solle **Gott befragen**. Wie? Sie ahnen es: Indem man die Bibel an einer beliebigen Stelle aufschlägt und dort zu lesen beginnt ...

Tatsächlich verbirgt sich hinter dem Erfolg ein neurophysiologisches Prinzip, das Leonardo da VINCI bereits erkannt und beschrieben hat:

* Vera F. BIRKENBIHL: *Das innere Archiv*®, 2002

Präsentiert man dem Geist zwei Ideen gleichzeitig, so muß er sie miteinander in Verband bringen; denn er kann *nicht* über zwei separate Dinge gleichzeitig reflektieren.

Leonardo da VINCI

Durch diese **paarweise Assoziation** des Problems mit dem Thema der Bibelstelle ergeben sich demzufolge oft neue (verblüffende) Gedankenverbindungen, die uns helfen, aus alten Denk-Rillen herauszuspringen (oft werden wir regelrecht herauskatapultiert). So kann sich für ein »Sackgassen-Problem«, das wir bereits für völlig **unlösbar** gehalten hatten, eine neue kreative (originelle) Lösung »finden«.

Jetzt kennen Sie die drei Denk-Tools, die hinter dem Konzept von ABC-Kreativ® stehen. Nun fehlt noch eine letzte Komponente, ehe wir in den Problem-Lösungs-Prozeß einsteigen können, denn wir sollten unterscheiden zwischen assoziativem und bisoziativem Denken.

Zusammenfassung:

Die drei Wurzeln der ABC-Kreativ®-Technik:

- 1. Sprechend fließende Assoziationen zu einem Thema finden**
- 2. Stadt-Land-Fluß-Effekt des Wissens-Rasters im Kopf**
- 3. Nadel-im-Buch (Die Wortfindungs-Technik) oder: wie Zufalls-Verbindungen (assoziativer oder bisoziativer Natur) unserem Denken auf die Sprünge helfen können**

KOESTLERs Bisoziation

Den Begriff *Bisoziation* erfand Arthur KOESTLER*. So nennt er die verblüffende Zusammenführung zweier Elemente (z. B. zweier Gedanken), die normalerweise nicht zusammengekommen wären.

Dieses Buch stellt Ihnen auch solch **schwierige** Fallbeispiele vor.

Denken:
assoziativ oder
bisoziativ?

* Er beschreibt ihn in mehreren seiner Bücher, insbesondere: *Der Mensch, Irrläufer der Evolution?*

Der Begriff *Bisoziation* löst sich auf in: bi = zwei und soz... (dieser Wortteil bedeutet mit, gemeinsam [sam] oder zusammen u. ä., vgl. sozial).

KOESTLER beginnt damit, daß er drei Prozesse verbindet, die die meisten Menschen als getrennt empfinden. Er sieht sie genau genommen als Teil eines Spektrums. Dies erstreckt sich vom erstaunten »Aaah!« (wenn uns langsam ein Licht aufgeht) über das scharfe »Aha!« (wenn wir plötzlich in eine Erleuchtung »hineinfallen«) bis hin zum verblüfften »Haha!« (Gelächter). In meinem Taschenbuch *Humor – an Ihrem Lachen soll man Sie erkennen* zeige ich, warum KOESTLER die **Bisoziation** immer mit Kreativität gleichsetzt (ich zitiere):



(So) steht die Bisoziation immer auf der Seite dessen, was wir als nicht rational, un-logisch, ver-rückt (weggerückt vom Normalen!) kategorisieren und genau dies ist die Domäne des Kreativen! ... Die Kreativität des Menschen ist Teil eines einzigen Grundschemas, zu dem sowohl die wissenschaftliche Entdeckung als auch die komische Inspiration gehören.

Wie spannend (interessant, faszinierend etc.) wir einen Gedanken finden, hängt ab von dem Grad der **Verblüpfung**, den wir erleben, deshalb spreche ich vom *Verblüpfungs-Index* oder vom *Verblüpfungs-Faktor*.

0 % |—————| 100 %

Dieser Verblüffungs-Index liegt bei Null, wenn etwas 100 %-ig Ihrer Erwartung entspricht. Diese wiederum speist sich aus allen bisherigen Erfahrungen, d. h. aus Ihrer Vergangenheit! Kommt etwas so, wie Sie es erwartet haben, dann ist es bequem, aber auch ein wenig langweilig. Gibt es jedoch eine tolle Pointe (z. B. bei einem Witz), dann erhöht sich der Verblüffungs-Index (bis hin zu 100 %). Nun ist man überrascht.

Egal ob neue Einsicht oder Pointe einer lustigen Story, eines Bonmots etc., KOESTLER weist darauf hin, daß der Begriff *Witz* im Sinne von »Esprit« (scharfer Verstand!) gebraucht werden kann oder aber im Sinne von »lustig« (»Haha«). Das ist übrigens in vielen Sprachen der Fall. Angenommen Sie hören/lesen:

Drei deutsche Jäger gehen durch den Wald. Der erste hat ein Gewehr. Der zweite hat einen Rucksack. Was hat der dritte? Was würden Sie raten? Der dritte hat

Wird meine Antwort voll Ihrer Erwartung entsprechen, dann liegt der Verblüffungs-Index bei Null. Weicht die Antwort ab, könnte er bei 30 % (einem Schmunzeln) liegen, aber vielleicht ist die Antwort doch sehr überraschend? Sie lautet: *Der dritte hat Karies. Jeder dritte Deutsche hat Karies.*

Hatten Sie Rucksack, Gewehr, Fernglas, vielleicht ein Messer, um das Wild aufzuschneiden (o. ä.) erwartet?

Stellen Sie sich vor, Sie wären der Neue in folgender Story:

Neuer Manager in der Firma, erstes Essen im Casino mit anderen Führungskräften, inkl. des obersten Bosses.

Dieser: »Na, Sie waren ja zwischen Ihrer alten Firma und unserem Haus in Urlaub. Wo waren Sie denn?« – Der Neue: »Brasilien.«

»Ah,« meint der große Boss, »erzählen Sie mal!« – »Nun ja, außer Fußballklubs und Prostituierten gibt es dort nicht viel.«

Oberboß: »Ich mache Sie darauf aufmerksam: meine Frau ist Brasilianerin.«

Na, was hätten Sie jetzt gesagt? Prüfen Sie den Verblüffungs-Index der Reaktion des Neuen: »Oh«, meint er, »in welchem Klub hat sie denn gespielt?«



Vera F. Birkenbihl

ABC-Kreativ

Techniken zur kreativen Problemlösung

ORIGINALAUSGABE

Paperback, Klappenbroschur, 192 Seiten, 13,5 x 20,6 cm
ISBN: 978-3-424-20070-6

Ariston

Erscheinungstermin: Februar 2012

Der Longseller jetzt als attraktive Sonderausgabe!

Die Erfolgsautorin Vera F. Birkenbihl ist als Querdenkerin bekannt, die zahlreichen Lesern geholfen hat, ausgetretene Gedankenpfade zu verlassen, um neue, innovative Wege zu erkunden. Originelle und einfache Ideen zur kreativen Problemlösung für den Alltag!

Eine Rede vorbereiten, spontan eine Präsentation halten oder eine Entscheidung treffen zu müssen – für viele Menschen ist das mit größten Schwierigkeiten verbunden. Vera F. Birkenbihl weiß Abhilfe: In „ABCkreativ“ präsentiert sie höchst hilfreiche Denk-Werkzeuge, mit denen sich ganz alltägliche Probleme spielerisch leicht lösen lassen. Die geniale KaWa-Methode findet sich in den 17 Fallbeispielen ebenso wie die praktischen ABC-Listen. Ihre Vorschläge sind erstaunlich einfach und dabei so wirkungsvoll: ein Muss für alle, die ihr kreatives Potenzial voll ausschöpfen wollen!



[Der Titel im Katalog](#)