

Pressemitteilung

Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt

Katja Bolza-Schünemann M.A.

01.12.2022

<http://idw-online.de/de/news805819>

Studium und Lehre, wissenschaftliche Weiterbildung
Gesellschaft, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Pädagogik / Bildung, Wirtschaft
überregional

 FHWS

„Lassen Sie sich mal was einfallen“: Studierende der FHWS befassen sich mit Kreativitätsprozessen

Mit außergewöhnlichen Ideen und Konzepten als „Treibstoff“ für Unternehmen können sich diese erfolgreich auszeichnen

„Betteln Sie nicht um Ideen, sondern nutzen Sie Ihre eigenen“, schrieb der Berater Ralf Hildebrandt. „Welche sind Ihre Ideen?“, fragte Prof. Dr. Veselin Panshef die Studierenden der Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen. Nicht nur an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt, sondern vor allem auch in Unternehmen und Institutionen sowie Organisationen besteht Bedarf an kreativen Einfällen, um Ideen zu entwickeln, Projekte in Gang zu setzen und Produkte zu entwickeln. Zu Gast war die Diplomdesignerin und Trainerin Andrea Matt, die mit „Clean Space“ eine neue Kreativitätstechnik vorstellte.

Kreativität zahlt sich wirtschaftlich aus

„Ein überdurchschnittliches Maß an Kreativität macht viele Unternehmen tatsächlich wirtschaftlich erfolgreicher“, lautet das Ergebnis der Studie „Erfolgsfaktor Kreativität“. Ideenreiche Unternehmen experimentierten mehr, seien offener für hierarchieübergreifendes Feedback und agierten langfristiger als der vergleichbare Gesamtdurchschnitt der Unternehmerschaft.

Kreativität ist ein Denkprozess, der auf Wissen und Können beruht. Wissen und Können kommen ohne einander nicht vor: Für neue, noch unbekannte Probleme der VUKA-Welt (Volatilität (Schwankungen von Kursen), Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität (Mehrdeutigkeit)) kann es noch kein Wissen geben. Somit wird zur Lösung solcher Probleme vorrangig Können gefragt. Jede Person kann etwas, und das Können ist immer unterschiedlich. Gerade in Ergänzung z.B. zu automatisierten Prozessen durch Künstliche Intelligenz ist dieses Können gefragt und gewünscht als „Treibstoff für die natürliche Intelligenz“.

Prof. Dr. Veselin Panshef ergänzt: „Kreativität ist individuell, und jede Person hat sie auf eigene Weise. Wie kreativ jemand in einer konkreten Situation tatsächlich sein kann, hängt von der eigenen Motivation (z.B. aufgrund eines Problems oder Leidensdrucks), dem Fachwissen im relevanten Bereich, vom sozialen Umfeld und von den kreativitätsfördernden Methoden, die eingesetzt werden, ab. Kreativität bleibt dennoch sehr individuell und steckt als großer `Schatz` in uns. Die Wissenschaft entwickelt immer neue Methoden, um diesen `Schatz` zu heben und zu nutzen. Clean Space ist eine von ihnen.“

Kreativitäts-Mythen und was dahintersteckt

Andrea Matt stellte zu Beginn verschiedene Kreativitäts-Mythen zur Abstimmung: Sind kreative Ideen von Natur aus eine gute Sache? Erhöht sich die eigene Kreativität, wenn man für diese Leistung am Arbeitsplatz belohnt wird? Ist Kreativität eine Tätigkeit, die eine Person alleine durchführt? Nach einer kurzen Vorstellung der Komponententheorie

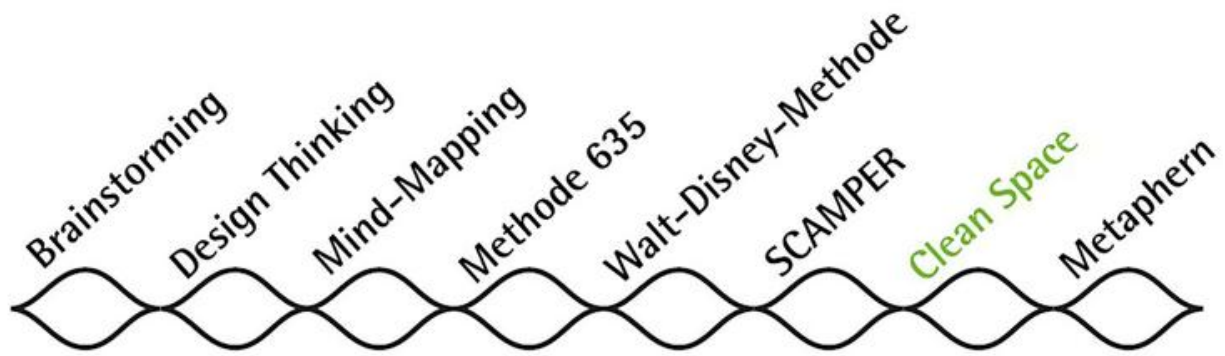
der Kreativität von Teresa M. Amabile (Harvard Business School) ging sie auf das soziale Umfeld ein, das Unternehmen beeinflussen können. Gute Ideen brauchen eine Unternehmenskultur, in der erste Gedanken dazu – Ahnungen – geäußert und besprochen werden können, ohne Sorge, deswegen abgewertet zu werden. Es hilft, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und die Grenzen der jeweiligen Disziplin zu überschreiten. Ein Klima, in dem man beim Ausprobieren auch einen Fehler riskieren kann, um dadurch zu lernen und vorwärts zu kommen, fördert Kreativität. Hilfreich sind auch Methoden und Techniken, mit denen kreatives Denken angeregt wird.

Ein Überblick über verschiedene Kreativitätstechniken, unter ihnen Clean Space (Grafik Andrea Matt) Entsprechend der Vielfalt der Menschen werden unterschiedliche Techniken angeboten, um zu weiterführenden Einfällen zu gelangen, u.a. in den Bereichen des Personals, der Organisation, des Marketings sowie des Innovationsmanagements. Bei der Methode „Clean Space“, entwickelt von David Grove, nutzen Personen, die sich mit einem Thema oder einem Projekt beschäftigen, den Raum, um in ihm verschiedene Aspekte zu durchdenken und zu ordnen, vergleichbar einer Mind-Map. Dazu stellen sich die Personen im Raum an verschiedenen Orten auf, nehmen neue Perspektiven auf ihre Fragestellung ein und erkunden Verbindungen und Wechselwirkungen zwischen einzelnen Aspekten. Dadurch gelangen sie zu neuen Einsichten und Ideen.

Ein kreatives Umfeld in Unternehmen, Institutionen und Organisationen entsteht nicht von alleine. Statt zu fordern: „Seien Sie doch mal kreativ, lassen Sie sich etwas einfallen!“, kann man Arbeitsplätze schaffen, die Kreativität fördern. Entsprechend hat Professor Panshef den künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Wirtschaft das Kreativitätsmodul im Rahmen der Lehrveranstaltung „Grundlagen des technischen Systems Engineering“ angeboten. Diese engagierten sich in den theoretischen wie praktischen Anteilen des Workshops. Das studentische Fazit: „Der Methodenworkshop Clean Space hat mir sehr gut gefallen, und ebenso wie das Gespräch über Kreativität am Anfang, es macht meiner Meinung nach richtig Lust auf die weitere Arbeit.“

wissenschaftliche Ansprechpartner:
Hochschule Würzburg-Schweinfurt
Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen
Technisches Systems Engineering
Prof. Dr.-Ing. Veselin Panshef
Ignaz-Schön-Str. 11
97421 Schweinfurt
09721 940-8418
veselin.panshef[at]fhws.de

Verschiedene Kreativitätstechniken kombinieren



Überblick über verschiedene Kreativitätstechniken
Andrea Matt



Video über die Kreativitätstechnik des „Clean Space“
Screenshot Clean Space