

EDWARD
DE BONO

Think!

Denken, bevor es zu spät ist

Übersetzung aus dem Englischen
von Bärbel Knill

mvgverlag 

© des Titels »Think!« (ISBN 978-3-86882-018-8)
2009 by mvgVerlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.mvg-verlag.de>

1 – Kreativität

Wir müssen die Bereiche näher betrachten, in denen unser Denken nicht funktioniert. In jedem der Kapitel 1 bis 14 werde ich deshalb einen anderen Bereich unseres Denkens behandeln. Ich beginne mit der Kreativität, weil es unseren Denkgewohnheiten gerade daran sehr mangelt. Dabei wissen wir sehr wohl, dass wir unseren Fortschritt der Kreativität verdanken. Es geht darum, Dinge auf andere Weise zu sehen, sie anders zu machen oder Dinge zusammenzufügen und so neue Werte zu erhalten. Wir vertrauen auf Kreativität und sind auf sie angewiesen. Doch tatsächlich hoffen wir lediglich, dass ein paar wenige kreative Köpfe uns mit neuen Ideen und Möglichkeiten versorgen werden.

Warum wir Kreativität brauchen

Das menschliche Gehirn ist nicht von Natur aus dafür geschaffen, kreativ zu sein. Es entwickelt vielmehr Routinemuster, die als Handlungsvorlage dienen. Dadurch wird das Leben praktikabel und möglich. Wir greifen auf diese

Routinemuster vielleicht in 98 Prozent unserer Zeit zurück und müssen nur in 2 Prozent der Zeit kreativ sein. Um das zu veranschaulichen, möchte ich Ihnen folgendes Spiel erklären. Dabei fängt man mit einem Buchstaben an und fügt dann einen weiteren hinzu, mit dem ein neues Wort gebildet werden muss:

Fangen Sie mit »a« an.

Fügen Sie ein »s« hinzu. Das Wort, das daraus gebildet werden kann, lautet »As«.

Nehmen Sie ein »u« hinzu. Das neue Wort heißt »Aus«.

Fügen Sie ein »h« hinzu. Jetzt lautet das neue Wort »Haus«.

Nun ergänzen Sie ein »c«. Als neues Wort ergibt sich »Schau«.

Fast bis zum Schluss war es ganz einfach, den neuen Buchstaben zu den bestehenden hinzuzufügen, um ein neues Wort zu bilden. Mit der Hinzunahme des »c« war es dann aber nötig, wieder einen Schritt zurückzugehen und die Struktur der vorhergehenden Wörter vollkommen aufzulösen.

Wir leben im Fluss der Zeit. Neue Informationen kommen ständig hinzu und wir addieren diese zu den Erkenntnissen, die wir bereits haben. Wir könnten allerdings an einen Punkt gelangen, an dem wir zurückgehen und alles, was wir zuvor hatten, neu strukturieren müssen. Das ist Kreativität. Meistens sind wir nicht gezwungen zurückzugehen. Wir halten an dem fest, was wir haben. Wenn wir uns aber

entscheiden, noch einmal ein paar Schritte rückwärts zu gehen und die Dinge neu zu sortieren, dann bekommen wir eine viel bessere Lösung. So können wir Kreativität bewusst einsetzen.

Allgemeingut und Werte

Technologie ist zum Allgemeingut geworden. Jeder hat Zugang dazu. Produktionsprozesse und Effizienz werden derzeit ebenfalls zum Allgemeingut, sie sind jedermann zugänglich. China und Indien entwickeln sich beispielsweise rasant zu Produktionsländern, die zu sehr niedrigen Kosten produzieren. In einer Welt des freien Handels wird deshalb das einzige Unterscheidungsmerkmal die Kreativität sein. Sie ist die Voraussetzung, um mithilfe der erwähnten Allgemeingüter neue Produkte, Dienstleistungen und Werte zu entwickeln.

Wir brauchen Kreativität. So können wir mit neuen Produkten und Dienstleistungen auch neue Werte anbieten oder neue und bessere Wege entwickeln, um alte, etablierte Werte weiterzugeben. Mithilfe von Kreativität können wir aber auch neue Werte schaffen, die wir dann auf neuen Wegen vermitteln.

Ein sprachliches Missverständnis

Es gibt ein sprachliches Missverständnis. So, wie wir das Wort »Kreativität« verstehen, ist man kreativ, wenn man etwas erschafft, das zuvor nicht da war. Doch das muss nicht zwingend etwas Gutes sein. Man hat vielleicht gerade ein

völliges Chaos geschaffen. Dieses Denken führt dazu, dass viele »kreative« Menschen glauben, dass es allein darum geht, anders zu sein um des Andersseins willen. Wenn Türen normalerweise rechteckig sind, und Sie schlagen eine dreieckige Tür vor, dann ist das aber nicht kreativ. Außer Sie können den Wert, den eine dreieckige Tür hat, plausibel machen.

Hinzu kommt, dass das Wort »kreativ« nicht zwischen künstlerischer Kreativität und Ideen-Kreativität unterscheidet. Mithilfe Letzterer generieren wir Ideen, sie bringt uns im Denken weiter. Dass etwas neu ist, genügt uns meist, um es »kreativ« zu nennen. Deshalb war es nötig, den Begriff »laterales Denken« zu erschaffen und damit speziell die Ideen-Kreativität zu bezeichnen. Denn obwohl mein Denken in der Welt der bildenden Kunst auf breiter Ebene angewandt wird (besonders in der Musik), schreibe ich hier ausdrücklich über die Ideen-Kreativität – und nicht über künstlerische Kreativität.

Die Ideen-Kreativität

Weil es sowohl in der englischen als auch der deutschen Sprache kein eigenes Wort für Ideen-Kreativität gibt, besteht die Gefahr der Verwechslung. Schulen behaupten schon, dass sie Kreativität unterrichten, wenn sie in Wirklichkeit nur ein bisschen Musik, Tanz oder Malen mit Fingerfarben anbieten. Viele Menschen glauben, wenn sie Chaos verbreiten, hätten sie etwas Neues erschaffen, und bezeichnen sich deshalb als »kreativ«. Auch wenn die Leute etwas hervorbringen, das zuvor nicht existierte, meinen sie oft, das spräche für ihre Kreativität, ohne den tatsäch-

lichen Wert der Kreation zu berücksichtigen. Tatsächlich sind viele Menschen überzeugt, dass das Anderssein um des Andersseins willen das Wesen von Kreativität ist.

Wir brauchen deshalb eine Bezeichnung, die sowohl die ideengenerierende Kreativität zum Ausdruck bringt als auch für Veränderung, Neuheit und Wert steht.

Die Gründe

Es gibt zahlreiche Gründe, warum wir auf kultureller, akademischer oder sonstiger Ebene nichts für unsere Kreativität getan haben:

Zunächst ist da das oben genannte sprachliche Problem, das zu einem Missverstehen des Begriffs »Kreativität« führt. Wenn man behauptet, man könne den Menschen Kreativität beibringen, wird man gefragt, ob man jemals jemandem beibringen könne, ein Leonardo da Vinci, ein Ludwig van Beethoven, ein Claude Monet oder ein Frédéric Chopin zu sein. Da dies unwahrscheinlich ist, lautet die Schlussfolgerung, dass man Kreativität nicht lehren kann.

Da Kreativität mit Logik nicht erklärt oder erreicht werden kann, muss sie also irgendein mysteriöses Talent sein, mit dem nur einige wenige Menschen gesegnet sind und um das sie andere nur beneiden können.

Alle kreativen Ideen sind rückblickend logisch. Also behauptet man auch, man hätte eine Idee von vornherein durch Logik erreicht. Kreativität ist also unnötig, weil Lo-

gik allein völlig ausreicht. Ich werde später noch erklären, warum diese Haltung in Anbetracht dessen, dass das Gehirn asymmetrische Muster bildet, vollkommen unsinnig ist.

Intelligenz allein reicht nicht aus, um kreativ zu sein. Also verteidigen intelligente Menschen die Position, die ihnen ihre Intelligenz eingibt, indem sie behaupten, dass Kreativität keine erlernbare Fähigkeit sei, sondern ein angeborenes Talent – und man könne nicht von ihnen erwarten, sich dieses anzueignen.

Dies sind einige Gründe, warum wir unserer Kreativität bislang sehr wenig Aufmerksamkeit geschenkt haben.

Kreativität durch Brainstorming

Diese Methode stammt aus der Werbebranche und ist eine formale Kreativitätstechnik. Sie hat schon ihren Wert, aber insgesamt gesehen ist sie doch sehr schwach.

Stellen Sie sich eine Person vor, die die Straße entlanggeht. Ein ganz normaler Mensch – kein Musiker. Diese Person wird nun mit einem Seil gefesselt und jemand bringt eine Geige. Natürlich kann die Person, die mit dem Seil gefesselt ist, die Geige nicht spielen. Man behauptet nun, wenn man das Seil durchschneidet, werde die Person das Instrument spielen können; sie werde ein Geiger sein können. Das ist ganz offensichtlich Unsinn. Mit dem Brainstorming verhält es sich ähnlich. Es reicht nicht aus, einfach nur Hemmungen zu beseitigen – beziehungsweise das Seil durchzuschneiden.