

Inhalt

Methodenübersicht.....	4
Basis-Know-how.....	7

Teil 1 – Seminarkonzept

I. Vor dem Seminar	25
II. Das Seminar.....	41
1. Tag	42
2. Tag	130
3. Tag	190
III. Nach dem Seminar.....	253

Teil 2 – Methoden-Bazar

I. Weitere Methoden zur kreativen Ideenfindung und Problemlösung	259
II. Weitere Seminarmethoden	291
III. Kreativität wecken	323

Literatur- und Stichwortverzeichnis.....	363
--	-----



Methodenübersicht

in der im Buch beschriebenen Reihenfolge

Methoden zur Ideenfindung und Problemlösung

Ostereier suchen	55
Problemrahmen	94
Mind Map®	102
– <i>Bsp.: Kreativität wird angeregt.</i>	104
– <i>Bsp.: Kreativität wird blockiert.</i>	104
Gruppen-Mind-Map®	114
Rotierendes Mind Map®	114
Gruppenwanderung	117
Kopfstand-Technik	135
– <i>Bsp.: Optimal auf Kunden eingehen</i>	137
– <i>Bsp.: Telefon-Akquise</i>	145
Bewertungsmethoden	144
Walt-Disney-Strategie	151
Brainstorming for one	161
Umgekehrtes Dreieck	196
– <i>Bsp.: Schwierigkeiten mit der Führungsebene</i>	199
Force Fit	203
Die Wunderfrage	259
Farbhüte	262
– <i>Bsp.: Umzug mit Architekten-Zeichenschrank</i>	265
Fragen Sie Picasso oder den Dalai Lama ..	266
Lösungs-Mittel-Laden	270
Mentoren	271
– <i>Bsp.: Wie komme ich kurzfristig an Geld?</i> ...	272
Reizwort-Methoden im Alltag:	
– Die Lösung liegt auf dem Tisch	278
– Von Kühen und Weiden	280
Visuelle Synektik	283

Kreativität trainieren

Büroklammer	66
Die Geschichte vom Straßenkind	67
Klatschmohn	86
Tempo 30	88
Verrückte Kaffeetasse	118
Nacht-Hausaufgabe	124
Fantasieprodukt	169
Force fit	203
– <i>Bsp.: Wie kann ich mehr Geld verdienen, ohne mehr zu arbeiten?</i>	205
Küss' die Hand	238

Kreativität wecken

Sprechen

OH-Spiel und Varianten	323
Verkaufs-Dialog	325

Malen

Seelenlandschaften	327
Innen-Räume	330
Rollen-Bilder	331
Collage	333
Mandala malen	335
Naturmandalas	337
Mandala-Puzzle	338
Gruppenbilder 1	344
Gruppenbilder 2	345



Darstellen

Maschine bauen	295
Mal ganz anders	347
Rollen-Tausch	350
Wir sind alle Helden	350
Situationsspiel.....	351

Schreiben

Adokasi.....	354
Freie Texte	355
Reim-Gedichte	357
Acht alberne Affen	360
Buchstabensalat.....	361
Akquise	<i>download*</i>

Seminarmethoden

Seminarplanung

e-Mail vor dem Seminar	27, 59
Clustern	28
Mind Maps®	29
Seminarphasen	29
Checkliste für Material.....	36

Poster und Flipcharts

Begrüßungs-Flipchart	47
– <i>Bsp.: 3D-Flipchart</i>	47
Seminarpläne.....	60
– <i>Bsp.: Tages-Mind-Map</i>	61
– <i>Bsp.: Weg, Karawane</i>	61

Kennenlernen und Zusammenkommen

Landschaften stellen	50
Rasender Reporter.....	51
Namenskette	53
Ostereier suchen	55
Ich schenk dir was	<i>download*</i>
Namensschilder	315
Anfangsbuchstaben	316
Saga-Karten.....	319

Einführung in ein Thema

Die Geschichte vom Straßenkind	67
Lernlandschaft.....	80
Sketch „Der menschliche Geist“	216
Lernkonzert „Die Kraft der Vorstellung“ ..	219

Themen und Lernstoff strukturieren

Das Seminar als Karawane	61
Fantasiereise zur Themensammlung	92
Karten sammeln.....	93
Blitzlicht.....	133
Lernkonzerte schreiben.....	320

Ziele und mentales Training

Zielrahmen	171
Schritte zum Ziel	180
Zielscheibe	182
Ziele spezifizieren	207
– <i>Bsp.: Ich möchte mehr für meine Gesundheit tun</i>	209
Körpersignale	224
Arm-Experiment.....	226
Entwicklung eigener Affirmationen	229
– <i>Bsp.: Plötzliche hohe Forderung vom Finanzamt</i>	232

Auswertung

Fuß oder Mitte?	125
Blitzlicht.....	133
Zwei Seiten	183
Fischnetz	245
6-Farben-Denken.....	245

Transfer

Stolpersteine zu Steigbügeln umwandeln..	240
Transfer-Pyramide	242

Abschluss

Weiser Rat	247
„Esoterische“ Abschlussübung	247
Sternen-Händeschütteln	248



Gruppenaufteilung	
Bierflaschen-Deckel	95
Shake Hands	167
Adler, Bär, Chamäleon, Dromedar	203
Schütteldöschen	319
Aktivierungen	
Schultern hoch	65
Clowns 1-2-3	90
Meteoritenschwarm	99
Pinguine und Reiher (Killerphrasen-Fresser)	111
Wischi-Waschi	112
Wäscheklammern	141
Die drei Gebärden des Zen	150
Calimba de Luna	158
Drache, Prinz, Prinzessin	166
Walnusswandern	202
Indianer-Tanz, vier Elemente	213
Rühr-Arm	292
Getreide	293
Maschine bauen	295
Farkel-Barkel	296
Alle meine Entchen	297
Einstieg in den Tag	
Bewegungsübungen	132
Chinesischer Morgengruß	192
Yoga	305
Yoga-Übungen im Sitzen	307
Yoga-Übungen im Stehen	309
Brokatübungen	310
Flingo	313
Tänze	
Indianer-Tanz, vier Elemente	213
Specknerinnen-Tanz	291
Entspannungsübungen	
Progressive Muskelentspannung	234
Garten-Visualisierung	235
Körperwahrnehmung (Yoga)	300
Verspannung ausatmen	302
Nacken und Rückenmuskulatur	303
Sandstrand	304
Entspannungsübung aus der Logopädie	<i>download*</i>
Den Bauch spüren	<i>download*</i>
Rückwärts zählen	<i>download*</i>
Kleine Traumreise	<i>download*</i>
Bach	<i>download*</i>
Insselfahrt	<i>download*</i>
In der Natur	<i>download*</i>
Fantasiereisen	
Fantasiereise zur Themensammlung	92
Ein Problem vergraben	120
Kreativität (zu Mandala Puzzle)	339

* Die mit „*download*“ gekennzeichneten Übungen und Methoden können Sie unter www.managerseminare.de/pdf/geister.pdf als Vorlage herunterladen (1,9 MB) und ausdrucken. Das Dokument enthält zudem zahlreiche weitere Arbeitshilfen, Druckvorlagen und Checklisten zu den im Buch beschriebenen Kreativ-Methoden. Eine Galerie mit farbigen Bildmotiven erhalten Sie hier (1,7 MB): www.managerseminare.de/pdf/geisterbilder.pdf



Basis-Know-how

Bitte blättern Sie nicht gleich weiter, sondern nehmen Sie sich etwas Zeit für diesen Abschnitt. Es lohnt sich!

Was haben Sie davon, wenn Sie diesen Abschnitt lesen?

- ▶ Sie finden hier einen Überblick und eine Orientierung, können für sich rasch klären, was Sie an den gebotenen Inhalten interessiert, was Sie davon brauchen können. *Orientierung.*
- ▶ Sie bekommen hier Informationen und Hinweise, die Ihnen die Reise durch das Buch erleichtern.
- ▶ Außerdem können wir uns schon gleich ein wenig kennen lernen. Da wir uns hier gemeinsam auf den Weg machen, ist das sicher sinnvoll. Oder begeben Sie sich sonst mit wildfremden Menschen auf eine so wichtige Reise? *Kennenlernen.*

Auch wenn Sie bisher nie Einführungen gelesen haben, so testen Sie gleich eines der grundlegenden Prinzipien für Kreativität. Gewohnheiten über Bord werfen und einmal etwas genau anders machen als sonst.

Was haben Sie von diesem Buch?

Die ursprüngliche Idee war es, ein Seminarkonzept für Trainer zu schreiben zum Thema „Kreative Ideenfindung und Problemlösungs-techniken“. Darin sind die Seminarplanung enthalten sowie alle Methoden, die ich in dem Seminar einsetze mit Arbeitsblättern (ABs) und Fotos von Seminarpostern und Flipcharts mit Ergebnissen. Zu den einzelnen Kreativ-Methoden gibt es stets konkrete Beispiele, entweder aus Seminaren oder von mir entwickelt, damit die Kinästheten unter uns die Methoden besser verstehen. Es ist alles so

*Ein fertiges
Seminarkonzept.*



ausführlich und konkret beschrieben, dass Sie es ohne Schwierigkeiten umsetzen können.

Das alleine wäre schon ein wertvolles und lohnendes Buch gewesen. Doch es wurde noch weit mehr daraus, so dass Sie einen mehrfachen Nutzen daraus ziehen können. Neben dem Konzept für ein dreitägiges Seminar können Sie folgende Inhalte einsetzen:

Methoden und Techniken.

- ▶ Eine zusätzliche Sammlung an weiteren Kreativitäts-Methoden, die Sie entsprechend Ihrer Bedürfnisse gegen die im Konzept vorgeschlagenen Übungen austauschen können.
- ▶ Allgemeine Seminarmethoden, die Sie auch für Seminare anderer Themen nutzen können: zur Seminarplanung, zum Seminareinstieg, zur Auswertung, für Gruppenaufgaben, zur Aktivierung der Teilnehmer, zur Konzentrationsförderung oder zur Entspannung.
- ▶ Zahlreiche Methoden, die im unmittelbaren Sinne kreativ sind und Kreativität wecken – mittels Malen, Gestalten, Darstellen und Schreiben.
- ▶ Kreativtechniken, die Sie für sich nutzen können, unabhängig davon, ob Sie ein Seminar zum Thema Kreativität anbieten.

Einsatzbereiche:

Einsatzbereiche für Ihre Arbeit als Trainer könnten sein:

- ▶ Sie planen ein Seminar.
- ▶ Sie suchen Ideen für neue Konzepte und Seminarthemen.
- ▶ Vielleicht wollen Sie auch alte Seminare einmal umgestalten?
- ▶ Sie suchen neue Methoden für eine konkrete Seminarphase. Erfinden Sie eigene!
- ▶ Sie wollen aus der gewohnten Routine ausbrechen und noch einmal etwas Neues ausprobieren.
- ▶ Sie entwickeln Marketing-Strategien.
- ▶ Sie entwickeln Ideen für eine angstfreie Akquise.
- ▶ Sie gestalten eine Broschüre oder einen Prospekt.
- ▶ ...

Sie suchen Inspiration und Anregung für ganz andere Lebensbereiche, z.B.:

- ▶ Eine Hausrenovierung steht an.
- ▶ Ein Umzug steht bevor.
- ▶ Sie planen einen neuen Urlaub.
- ▶ Sie wollen ein Buch schreiben.
- ▶ Sie möchten eine außergewöhnliche Feier organisieren.
- ▶ ...



Es können also berufliche und persönliche Themen sein, Ihre Lebensvision oder Ihr Lebenstraum. Viele der Methoden aus dem Buch sind alleine anwendbar und ich kann Ihnen aus eigener Erfahrung sagen, dass ich von diesen bereits enorm profitiert habe. Daher röhrt auch meine Begeisterung für dieses Thema.

Die Vorstellung der konkreten Methoden werde ich auch stets an entsprechenden Beispielen erläutern. Hier nur zwei davon:

Zwei Methoden-Beispiele.

Brainstorming for one

Mit der wirklich genialen (und sehr einfachen!) Methode „Brainstorming for one“ (aus Vera F. Birkenbihl: Stroh im Kopf) habe ich beispielsweise an einem Vormittag auf dem Balkon über 30 neue Seminarmethoden kreiert.

Die Walt-Disney-Strategie

Diese Kreativmethode nutze ich regelmäßig, um größere Projekte oder Pläne, die noch ziemlich verschwommen im Hintergrund lauern, genauer zu betrachten und zu planen. So habe ich schon manches Ziel, das ich eigentlich als zu hoch gesteckt oder unrealistisch ansah, mithilfe dieser Strategie erreichen können. Oder zumindest rechtzeitig klären können, was noch fehlt bzw. was sich als Alternative anbietet.

Meine Empfehlung: Nutzen Sie die hier vorgestellten Techniken, die Sie beruflich anwenden möchten, auch für Ihre persönlichen Themen. Das hat den Vorteil, dass Sie Ihren Teilnehmern Methoden vermitteln, die Sie zuvor selbst erprobt haben (was eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein sollte). Es wird Ihnen leichter fallen, mit Ihren positiven Erfahrungen die Teilnehmer zu motivieren, ebenso kennen Sie bereits aus eigenem Erleben mögliche Klippen und können Hilfen anbieten.

Mein Vorschlag: Machen Sie einige Übungen gleich mit, während Sie das Buch durcharbeiten. Sie erkennen diese Übungen an dem hier rechts stehenden Symbol.



Ein weiterer Vorschlag: Haben Sie einfach Spaß! Erfreuen Sie sich an den Beispielen und Geschichten. Probieren Sie die Übungen spielerisch aus: just for fun! Unmerklich entstehen daraus womöglich die besten Ideen – auch wenn Sie es zunächst gar nicht beabsichtigt haben.



Wie sieht es mit Ihrer Kreativität aus?

Ich möchte mit ein paar Fragen an Sie beginnen:

1. Schätzen Sie sich selbst als kreativ ein?
2. Was bedeutet Kreativität für Sie?
3. Wozu brauchen Sie Kreativität? (was auch meint: Warum haben Sie eigentlich dieses Buch gekauft?)

Vielleicht denken Sie: „Ich selber brauche keine Kreativität. Ich will nur in meinen Seminaren den Teilnehmern diese Techniken beibringen, damit sie kreativ sein können.“ Meinen Sie, dass das funktionieren kann?

Eine andere Antwort könnte sein: „Ich bin schon kreativ. Ich suche in dem Buch nur Anregungen für mein Seminar.“ Meinen Sie, Kreativität „hat“ man ein für alle mal und muss sie nicht trainieren? Und könnte es nicht lohnend sein, noch kreativer zu werden? Sie wissen: Stillstand ist der Feind der Kreativität. Sie ist verbunden mit ständiger Veränderung, Wachstum und Weiterentwicklung.

Vielleicht sagen Sie auch: „Ich war einfach neugierig. Der Titel reizte mich. Mich interessiert das Thema sehr, ich schaue immer, was es Neues auf dem Markt gibt.“ Oder: „Ich schaue gerne mal, was Kollegen machen. Das sehe ich als eine Art Austausch und Kommunikation.“

Kontakt erwünscht!

Übrigens: Sie können das ganz wörtlich nehmen und gerne mit mir in Kontakt treten (info@zamyat-seminare.de). Das Thema Kreativität wird mich so schnell nicht wieder loslassen und ich freue mich auf einen kreativen Austausch über Ihre Erfahrungen und Ideen. Vielleicht gründen wir einen Kreativitäts-Stammtisch?



Erklärung der Piktogramme und Hinweise

Das nebenstehende Piktogramm kündigt eine **Aktivierung** (Energieaufbauübung) an: ein Spiel, ein Tanz, eine Bewegung, die zwischen durch und nach den Pausen eingesetzt wird, damit alle wieder wach und konzentriert arbeiten können.



Dieses Pictogramm steht für **Kreativitätsübungen** zum Anwärmen der „kreativen Gehirnmuskeln“, die nicht zwangsläufig themenbezogen sind.



Übungen, die Sie selbst bei der Durcharbeitung dieses Buch **mitmachen** können, um die Techniken ebenfalls kennen zu lernen und anzuwenden, werden mit diesem Symbol gekennzeichnet. Legen Sie also Papier und Stifte zurecht, bunte Textmarker, um im Buch herumzumalen oder Ihre entstehenden Mind Maps® zu strukturieren.



Die Wunderlampe kündigt an, dass hier eine konkrete **Kreativitätstechnik** beschrieben wird mit Einführung, Material, Verlauf, Weiterarbeit und Varianten. Soweit der Autor der Methode bekannt ist, erwähne ich den Namen. Bei vielen Methoden ist mir der Ursprung leider nicht bekannt: Sie sind seit Jahren in der Seminarszene in solcher oder ähnlicher Form bekannt, jeder verändert sie auf seine Weise.



In losen Abständen lade ich Sie ein zu einem **Gedanken-Ausflug**. Hier beschreibe ich kurze Überlegungen, die nichts mit einer der gerade vorgestellten Methoden zu tun haben, sondern von grundsätzlicherer Art zum Thema „Kreativität“ sind. Es sind keine wissenschaftlichen Abhandlungen, in denen die neuesten Erkenntnisse und die entsprechenden Literaturtipps vorgestellt werden. Vielmehr sind es kreative Assoziationen zum Thema mit verschiedenen Schwerpunkten, Erlebnissen oder Tipps. Gönnen Sie sich zwischendurch eine kurze „Arbeitspause“, lesen Sie einen der Exkurse, folgen Sie den Gedankenketten und Assoziationen und spinnen Sie Ihre eigenen weiter fort ... Auch das unterstützt den kreativen Prozess.

Gedanken-Ausflug

Lerntypen: Ein grundlegendes Modell, an dem ich mich hauptsächlich orientiere, ist das der Lerntypen. Bei der anschließenden Vorstellung des ganzheitlichen Ansatzes gehe ich näher darauf ein. Bei den Methoden zeige ich Ihnen mit Symbolen, welcher der drei zentralen Lerntypen davon besonders angesprochen wird: V = visueller, A = auditiver oder K = kinästhetischer.

V+A+K



2. Die Kopfstand-Technik

Mit der Kopfstand-Technik stelle ich Ihnen im Folgenden eine umfangreichere Methode zur kreativen Ideenfindung und Problemlösung vor. Danach – im nächsten Abschnitt – lernen Sie eine zweite, sehr bewährte Technik kennen: die „Walt-Disney-Strategie“. Es hängt von Ihrem Zeitrahmen ab, ob Sie – wie in diesem Buch beschrieben – beide an einem Vormittag vorstellen oder ob Sie die Techniken anders über die Tage verteilen. So passt die „Walt-Disney-Strategie“ auch gut in den Nachmittag, weil dabei oft eine sehr ruhige und konzentrierte Stimmung entsteht.

Auch spielt eine Rolle, ob Sie ein Seminar mit Teilnehmern aus unterschiedlichen Organisationen durchführen oder mit einem eingespielten Team arbeiten. Ein Team kann bereits mithilfe der Technik gemeinsam an konkreten Umsetzungen tüfteln, wodurch entsprechend mehr Zeit mit einer Methode beansprucht wird.

Die beiden Methoden sind keinesfalls alternativ gedacht. Sie unterscheiden sich wesentlich voneinander und ergänzen sich daher gut.

Die „Walt-Disney-Strategie“ kann man zwar auch in Gruppen durchführen, ich lasse die Teilnehmer aber immer einzeln an ihren Themen arbeiten. Die „Kopfstand-Technik“ führe ich dagegen in Gruppen durch, obwohl sich diese auch für Einzelarbeit eignet. Je nach Anwendung haben beide Techniken dann jeweils eine ganz andere Dynamik.

Themenauswahl

Das Thema muss zur Methode passen.

Aus den gesammelten Themen des ersten Tages wird eines ausgewählt, das mit der „Kopfstand-Technik“ bearbeitet werden soll. Dazu erläutere ich den Teilnehmern, welche der Themen, die an der Pinwand aufgelistet sind, für die Bearbeitung mit der „Kopfstand-Technik“ besonders geeignet sind. Außerdem sollte ein Thema gewählt werden, das die meisten Teilnehmer interessiert. Zwar ist es als Teilnehmer auch möglich, nur als Ideengeber in eine Gruppe zu gehen, letztlich ist es aber für jeden interessanter, ein eigenes Thema zu bearbeiten.



Sollten nicht alle in der Gruppe am gleichen Thema interessiert sein, können auch parallel mehrere Gruppen an verschiedenen Themen arbeiten. Dann allerdings ist ein gemeinsamer Beginn nicht möglich, die AGs müssten vielmehr von der Themenstellung an alleine arbeiten. Ich halte es für sinnvoller, die ersten Punkte gemeinsam unter der Moderation des Trainers zu bearbeiten, da die Teilnehmer hier zum ersten Mal die klassischen Phasen einer Kreativtechnik durchlaufen.

Die ersten Schritte in der Gruppe erarbeiten.

Themen, die für die „Kopfstand-Technik“ geeignet sind, können beispielsweise sein:

- ▶ Wie können wir neue Zielgruppen erschließen?
- ▶ Welche Möglichkeiten gibt es, unsere Mailings attraktiver zu gestalten?
- ▶ Wie können wir unsere Kunden binden?
- ▶ Wie können wir unsere Teamarbeit verbessern?
- ▶ Wie können wir die Motivation unserer Mitarbeiter erhöhen?

Kopfstand-Technik

A+V+K

Zur Methode

Grundlage der Methode ist ein bewusst herbeigeführter Rollentausch oder Perspektivwechsel. Dabei werden bestehende Bedingungen gedanklich sehr weitgehend verändert: die Problemfrage wird auf den Kopf gestellt, in ihr Gegenteil verkehrt. Daran schließt die Ideensuche in Form eines Brainstormings an.



Durch die Auseinandersetzung mit einer konträren Problemstellung werden eingefahrene Sichtweisen aufgelöst. Indem das Problem scheinbar zugespitzt wird, bekommt die Arbeit mit ihm oft einen sehr spielerischen, humorvollen bis satirischen Charakter. Das hilft, Denkblockaden aufzulösen und Überlegungen einmal in eine ganz neue Richtung anzustellen. Es werden bestehende Barrieren und Fehler deutlich. Man bekommt die „Erlaubnis“, das Unmögliche zu denken.

Das Problem ins Gegenteil verkehren.

Oft kann auf diese Weise auch Frust und Ärger auf spielerische und erlaubte Art abgelassen werden – auch das macht den Kopf frei für neue Ideen.



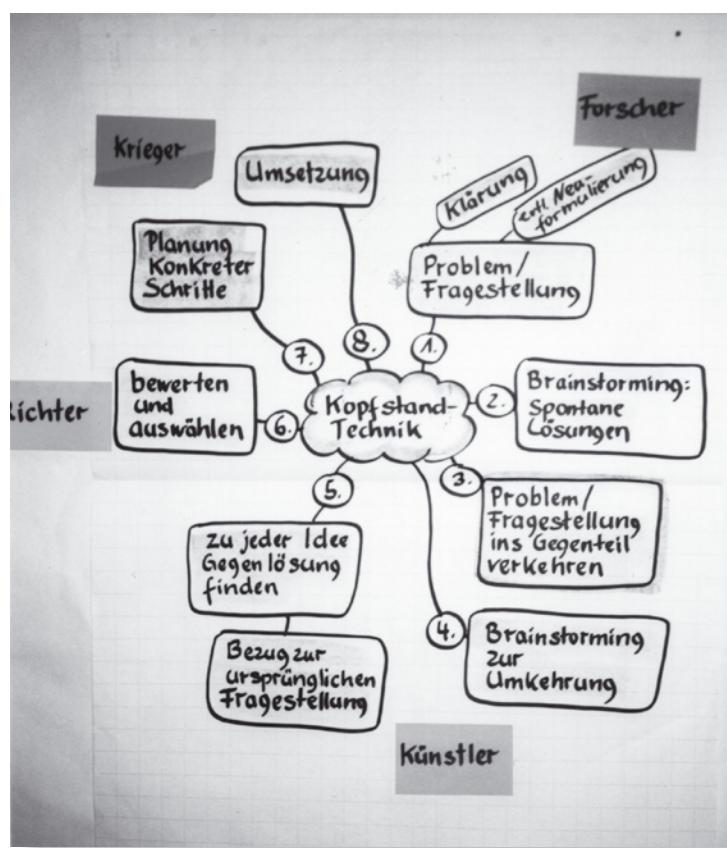
Verlauf

Bei der Kopfstand-Technik werden die klassischen Phasen durchlaufen, die ich eingangs mit der Lernlandschaft vorgestellt habe. Sie können den kompletten Ablauf in der Gesamtgruppe durchführen (falls sie nicht zu groß ist), es empfiehlt sich aber, mehrere Arbeitsgruppen zu bilden. Auch wenn diese alle am gleichen Thema arbeiten, kommen auf diese Weise noch mehr unterschiedliche Lösungen zu Stande.

Die ersten drei bis fünf Schritte können auch in der Gesamtgruppe bearbeitet werden, im Anschluss daran werden Arbeitsgruppen gebildet, die nachher ihre Ergebnisse zusammentragen.

Auf einem Flipchart sind die einzelnen Schritte noch einmal für alle dargestellt:

Abb.: Die Kopfstand-Technik im Überblick.



Etwas allgemeiner formuliert lauten die Schritte:

1. Problemformulierung
2. Problemklärung
3. Neuformulierung
4. Spontanlösungen
5. Die Problemstellung wird in ihr Gegenteil verkehrt. Zu dieser geänderten Fragestellung wird wieder ein Brainstorming durchgeführt.
6. Zu jeder genannten Idee wird eine Gegenlösung gesucht, die, bezogen auf die ursprüngliche Fragestellung, zur Lösung führen soll.
7. Bewertung und Auswahl der Lösungsideen
8. Planung erster Schritte

Beispiel: Optimal auf Kunden eingehen

1. Problemformulierung

Das Thema wird gemeinsam aus der Sammlung des ersten Tages ausgewählt. Dabei habe ich schon vorsortiert, welche Themen sich für diese Methode besonders eignen.

Als erstes werden auf einem Flipchart mögliche Formulierungen gesammelt. Es geht darum, das Problem so zu formulieren, dass alle damit einverstanden sind und es auch allen klar ist, worum es geht. Ausgewählt wird folgende Thematik, für die sich mehrere Teilnehmer interessieren:

- Wie erfülle ich die Erwartungen meiner Kunden noch besser?
- Wie können wir uns besser in unsere Kunden einfühlen?

Eine gemeinsam akzeptierte Formulierung finden.

2. Problemklärung

In der Diskussion wird nun geklärt, was genau erarbeitet werden soll und was das Ziel ist. Will ich nur herausfinden, was die Kunden wünschen oder möchte ich etwas am eigenen Verhalten oder Auftreten verändern? Geht es mehr um Erforschung der Bedürfnisse oder um die Überarbeitung von Strategien?

Was ist Gegenstand der Lösung?

Die Eingrenzung ist wichtig, damit zielgerichtete Lösungen erarbeitet werden können.



Die neuen Formulierungsvorschläge sehen daraufhin so aus:

- ▶ Wie können wir unsere Kunden noch besser kennen lernen (Wünsche, Bedürfnisse)?
- ▶ Wie können wir noch individueller und optimaler auf unsere Kunden eingehen?
- ▶ Wie können wir feststellen, ob unsere Kunden zufrieden sind?
- ▶ Wie erreichen wir, dass unsere Kunden nachhaltig zufrieden sind?

3. Neuformulierung

*Auf gemeinsame
Neuformulierung
verständigen.*

Die Teilnehmer wählen als endgültige Formulierung folgende aus:

- ▶ Wie können wir noch individueller und optimaler auf unsere Kunden eingehen?

4. Spontanlösungen

Der nächste Schritt ist klassisches Brainstorming. Sie können dieses noch in der Gesamtgruppe durchführen oder schon in die Arbeitsgruppen delegieren.

Brainstorming.

Ich führe das Brainstorming oft noch gemeinsam durch und übernehme hier die Rolle der Moderatorin. So kann ich noch einmal auf die Regeln aufmerksam machen und gleichzeitig fördern, dass sich die Teilnehmer trauen, wirklich drauflos zu spinnen, verrückte Ideen zu nennen, spielerisch und mit Spaß an die Aufgabe zu gehen. Denn das lockt mit der Zeit die wirklich neuen Ideen hervor. Erfahrungsgemäß kommen den Teilnehmern zunächst gewohnte und vertraute Gedanken in den Sinn, die natürlich auch alle aufgeschrieben werden. Mit der Zeit wagt sich aber der eine oder andere mit scheinbar krausen Ideen vor, was die anderen wiederum anspornt.

5. Die Problemstellung wird in ihr Gegenteil verkehrt

Perspektivwechsel.

Zu dieser geänderten Fragestellung wird wiederum ein Brainstorming durchgeführt.

- ▶ *Gesamtgruppe*

Nun erst erfolgt der eigentliche Einsatz der Kopfstand-Technik: Die Fragestellung wird ins Gegenteil verkehrt. Das ist nicht immer so einfach, wie es vielleicht klingt. Es wird oft subjektiv sehr unter-



Wie können wir noch individueller prozessueller auf unsere Kunden eingehen?

- Wie können wir unsere Kunden noch besser kennen lernen (ähnliche, bestehende)
- Wie können wir feststellen, ob unsere Kunden zufrieden sind?
- Wie erreichen wir, dass unsere Kunden nachhaltig zufrieden sind?

- Seine Hobbys, Wünsche
- Mehr auf Wünsche der Familie eingehen
- Automatik
- Kaufgewohnheiten kennen
- Lebensgeschichten
- Erinnerungsgegenstände
- Interessengeschäft wichtig
- Persönlichkeit Gespräch
- Seine Abhängigkeiten kennen
- Was kennt er und was
- Was erwartet er von mir
- Wie er spricht
- Seine Erfolge
- Seine Interessen
- Urlaubsziele
- (Geburtsdatum)
- Seine Erfahrungen
- Seine Erfahrungen
- Politisch, soziale Normen
- Werte

- Soziale Führung
- Religion
- Lebensdarstellung
- Wünsche Kinder + Alter
- Haushalt
- Familiengründung
- Angst, Sorgen, Unzufriedenheit, Probleme, Schäden
- Lieblingsberuf
- Ob er eine Frau
- Wie laufen die Lebenszeitgestaltung
- Wie oft möchte er angegesprochen werden
- Werden Sie zufrieden
- Wohin führt der Beruf
- Teile gemeinsam
- Wie ist er verheiratet
- Hat er Kinder + Geschwister
- Was er Verlobung im v. Ehelebensphase
- Welche Litteratur, Musik hört er
- Bildungsstand
- Interessante Angebote zu stellen
- Chancenreiche Produkte
- Angebote zur Zukunftsinvestition
- Günstige Angebote
- Familienorientierte Produkte
- Familiäre Produkte für Lehrer
- Trends aufzeigen
- Rahmen für Berater
- Privilegien nach Schwindenstufen abgewerten
- neue Themenreihen für Produkte/Service
- Kaufempfehlungen machen
- aktuelle Produkte für Lehrer
- aktuelle Produkte für Lehrer
- Beste Kunden, Nachschiffen von Beratern

Abb.: Ergebnis des ersten Brainstormings.

schiedlich erlebt, was denn das Gegenteil einer Fragestellung ist. Daher ist auch hier noch einmal eine Diskussion nötig. Hieraus entwickeln sich dann wieder mehrere Formulierungsvorschläge:

- Wie verschrecke ich unsere Kunden bestmöglich?
- Wie verärgere ich unsere Kunden?
- Wie ignoriere ich optimal unsere Kundeninteressen?
- Wie kann ich es am besten vermeiden, unseren Kunden individuell anzusprechen?

Ausgewählt wird schließlich die letzte Variante.

Auf Grund der langen Kopfarbeit zum Thema „Kopfstand-Technik“ sollten Sie zwischendurch eine Aktivierung einschieben. Sofern Sie den ersten Teil im Plenum durchgeführt haben, ist dies ein geeigneter Zeitpunkt, bevor Sie die Arbeitsgruppen einteilen.



Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training** aktuell erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20% Rabatt auf Bücher.**

[Zum Online-Shop](#)

Training aktuell
einen Monat lang testen



Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- eine **ePaper-Ausgabe** **Training aktuell** (auch Printabo möglich)
- **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster www.trainerkoffer.de
- **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20 % Rabatt** auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv:** monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

[Mitgliedschaft testen](#)