

WALT-DISNEY KREATIVITÄTSTECHNIK

 Dauer	 Schwierigkeitsgrad	 Gruppengröße	 Moderation	 Materialien
0,5-2h	  	   	notwendig	Evtl. farbige Utensilien, Papier, Stift, Post-its

Ziel:

Erzeugung von neuen, ungewöhnlichen Ideen durch die Betrachtung von Herausforderungen aus unterschiedlichen Perspektiven.

Kurzbeschreibung:

Bei den Methoden zum Perspektivwechsel handelt es sich um Kreativitätstechniken, die als Werkzeuge für Gruppendiskussionen und individuelles Denken angesehen werden können. Man kann sich die Methoden auch als Rollenspiel vorstellen, da die Teilnehmenden währenddessen unterschiedliche Rollen bzw. Perspektiven einnehmen. Diese Methoden können dabei helfen die Kreativität von Gruppen effizienter zu nutzen.

Grundannahme dieser Methoden ist, dass Menschen auf unterschiedliche Weisen denken. Dies kann zu Kommunikationsschwierigkeiten führen, aber auch ganz neue Ideen zu Tage fördern.

Die „**Walt-Disney Methode**“ basiert auf 3 zentralen Rollen:

- Der Träumer (subjektiv orientiert und enthusiastisch)
→ Enthält sich eines praktischen Urteils zu einer Idee oder Analyse
- Der Realist (nimmt pragmatisch-praktischen Standpunkt ein)
→ Entwickelt Aktivitätenpläne und untersucht notwendige Arbeitsschritte, -mechanismen und Voraussetzungen
- Der Kritiker (fordert heraus und prüft die Vorgaben der anderen)
→ Ziel ist konstruktive und positive Kritik, um mögliche Fehlerquellen identifizieren zu können

Die Teilnehmenden haben während der Bearbeitung einer Aufgabe stets genau eine Rolle inne und alle Rollen müssen vergeben sein. So können Konflikte vermieden und gleichzeitig alle Positionen berücksichtigt werden. Während der Bearbeitung der Fragestellung können die Rollen getauscht werden.

Ablauf:

1. Fragestellung definieren
2. Den Teilnehmenden wird eine Rolle zugewiesen
3. Jeder Teilnehmende äußert seine Meinung zum definierten Problem entsprechend der Rolle. Die Äußerungen werden im besten Fall gut sichtbar für alle schriftlich festgehalten.

WALT-DISNEY KREATIVITÄTSTECHNIK

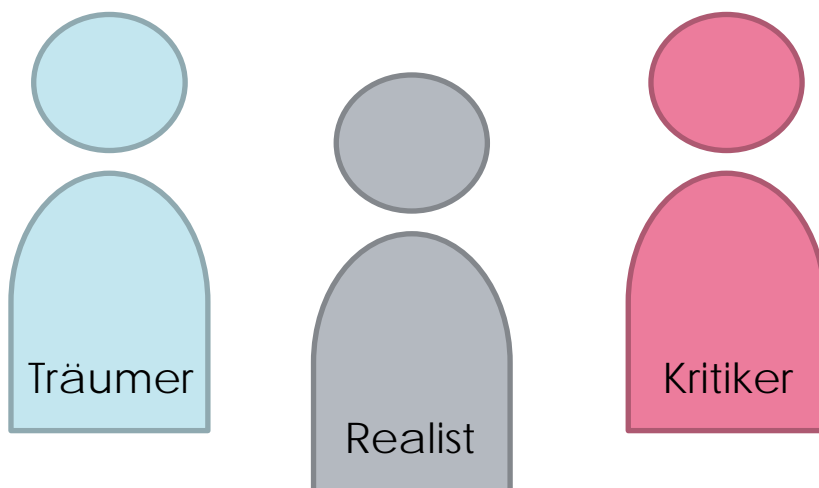
Zu beachten:

Der Moderator hat bei dieser Methode eine große Bedeutung. Wichtig ist die Motivation und Einstimmung der Teilnehmenden auf ihre jeweiligen Rollen durch den Moderator. Alle Rollen müssen vergeben sein.

Beispiel:

Zielstellung:

Ein Schreinereibetrieb möchte sein klassisches Geschäftsfeld (Möbel und Türen für Wohngebäude) ausweiten. Sein persönliches Interesse gilt hochwertigen ausgestatteten Wohnmobilen. Deswegen stellt er sich die Frage: Welche Möglichkeiten gibt es das Geschäftsfeld in den Campingbereich auszuweiten?



Beispiele für mögliche Antworten:

Träumer: Wenn ich könnte wie ich wöllte, würde ich den Innenraum der luxuriösesten Wohnmobile der Welt, z.B. für die Queen, mit hochwertigen Möbeln und anderen Objekten aus den edelsten Hölzern ausstatten

Realist: Der Betrieb ist sehr gut aufgestellt und die Mitarbeiter sind exzellent qualifiziert. Allerdings ist es sehr schwierig in das angestrebte Segment hineinzukommen. Gut wäre es, bspw. auf Messen erste Kontakte zu sammeln, um das Segment und die Bedürfnisse kennenzulernen

Kritiker: Wie kommt man an solch exklusive Aufträge? Was ist, wenn der Kontakt zu Auftraggebern nicht hergestellt werden kann? Reichen die bisherigen Referenzen aus?

Realist 



