iqudo®
sport of ideas

kollegen sind die inspirationsquelle #1

iQudo Ideenfindungsstudie 2015, New York/San Francisco, April/Mai 2015.

Von Robert Gerlach, iQudo sport of ideas.

Video: Vorstudie, New York, 04/2015: >> https://www.youtube.com/watch?v=0VjNh8_24v8

iqudo® sport of ideas

inhalt:

1. Teil: Ergebnisse der iQudo Ideenfindungsstudie 2015 **2 - 9**
2. Teil: 12 Inspirationen zur Förderung einer Kreativkultur **10 - 16**

zusammenfassung

Die iQudo Ideenfindungsstudie (New York/San Francisco, April/Mai 2015) hat ergeben, dass Kollegen die wichtigste Inspirationsquelle für Ideen im Büro sind. Die Ergebnisse zeigen weiterhin, dass mangelnde Kreativität am Arbeitsplatz weniger individuelle als vielmehr sozio-kulturelle Ursachen hat. Dies kann zu einem Paradigmenwechsel führen. Es verlagert die Verantwortung für die Kreativität der Mitarbeiter zunehmend auf das Management. Es liegt an der Führung, eine kreative Atmosphäre zu schaffen, die Inspiration ermöglicht. Auch sollte Kreativität eingefordert und limitierte Zeit zum Ideenausbrüten gegeben werden.

aktuelle annahmen über kreativität im job:

1 Forschungen der Harvard University (Amabile et al., 2002)[1] und eine Studie von Adobe[2] (Adobe, 2012) belegen, dass Zeitdruck der größte Feind der Kreativität ist. Aber wieso finden Kreative unter extremem Zeitdruck, wie z.B. in Werbeagenturen oft ihre besten Ideen?! Welche Faktoren beflügeln Kreativität im Job?

2 Inneneinrichtungen à la Google sollen Kreativität fördern. Tina Seelig von der Universität Stanford schreibt: „KREATIVE RÄUME FÜHREN ZU KREATIVER ARBEIT.“ (Seelig, 2012, Seite 101). Jedoch, viele IT-Giganten haben in Garagen angefangen. Was, wenn die Gestaltung

des Raums für Job-Kreativität gar nicht so wichtig wäre?

3 Manager und Personaler innovativer Unternehmen fragen sich oft: „WIE FINDEN WIR KREATIVE MITARBEITER?“ Was aber, wenn schon die Frage nicht richtig formuliert wäre?

1: iQudo ideenfindungsstudie, 2015

Um festzustellen, wo, wann und wie Kreativität Früchte tragen kann, hat iQudo in New York und in San Francisco jeweils über 500 Teilnehmer aus unterschiedlichsten Branchen interviewt (SF: 502; NY: 508*).

* New York ist die Vorstudie. Ergebnisse werden in blau dargestellt.

Die Ergebnisse der iQudo Ideenfindungsstudie 2015 sind wie folgt: 418 Teilnehmer (83,7 Prozent; NY: 86%) hatten ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz. Die häufigsten Antworten für die Ideenflaute im Büro, waren (mehrere Antworten möglich):

1. Zu viel Ablenkung **47,1** (37,8)
2. Zeitmangel **28,2** (21,4)
3. Zu konzentriert **26,9** (28,4)
4. Stress **24,3** (26)
5. Unkreative Atmosphäre **18,6** (18,2)
6. Andere Gründe* **11,7**[3] (9,4)
7. Zu wenig Spaß **7,0** (5,5)
8. Nicht gefordert **5,1** (6,8)

* „Andere“ Gründe waren u.a. fehlende Anreize / Leidenschaft / Freiheit / Zusammenarbeit / Spaß .

Drei der vier am häufigsten genannten Antworten haben mit Zeitverfügbarkeit zu tun. Die Ergebnisse bekräftigen die o. g. Studien von Harvard und Adobe.

kollegen sind die inspirationsquelle #1

Überraschenderweise jedoch finden 16,3 Prozent der Befragten (NY: 14%) ihre besten Ideen bei der Arbeit. Fast die Hälfte der 84 Befragten nannte „inspirierende Kollegen“ als Grund für ihre eigene Kreativität im Job. Als zweithäufigster Grund wurde eine „kreative Atmosphäre“ genannt, gefolgt von „geforderter Kreativität“. „Zeit zum Nachdenken“ wurde erst an vierter Stelle erwähnt (mehrere Antworten möglich):

1. Inspirierende Kollegen **47,7** (k.A.)
2. Kreative Atmosphäre **29,1** (37,6)
3. Kreativität ist gefordert **27,9** (38,5)
4. Zeit zum Nachdenken **20,9** (27,5)
5. Andere Gründe **18,6** [4] (33,0 [5])*
6. Kein Büroangestellter **1,2** (7,3)

* 33 Prozent der New Yorker gaben Gründe an, die wir im Multiple Choice Fragebogen nicht erfasst hatten. Am häufigsten wurden die Mitarbeiter als Inspirationsquelle genannt, weshalb wir den Fragebogen in der San Francisco-Studie um die Option „Inspirierende Kollegen“ erweiterten. Weitere Gründe waren u.a.: Leidenschaft für den Job und die Fähigkeit sich im Büro konzentrieren zu können.

job-kreativität im städte- und zeitvergleich

In 2010 ergab die iQudo Ideenfindungsstudie in Stuttgart, dass nur 6,4 Prozent der Befragten ihre besten Ideen am Arbeitsplatz hatten.* In der New Yorker Vorstudie 2015 fanden immerhin 14 Prozent der Befragten ihre besten Einfälle im Job, eine Steigerung um 218,75 Prozent. In der San Francisco Befragung konnten wir eine weitere Zunahme der Jobeinfallsreichen auf 16,7 Prozent feststellen. Dies entspricht einer Steigerung zu New York um weitere 19,3 Prozent.

* Siehe WirtschaftsWoche, „Alles außer gewöhnlich: Wie sich Kreativität fördern lässt“, 23. Juli 2010.

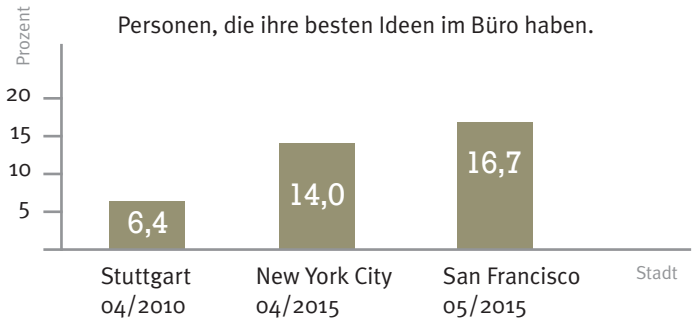


Abb.: Personen, die ihre besten Ideen im Büro haben im Städtevergleich.

zeit wird überbewertet

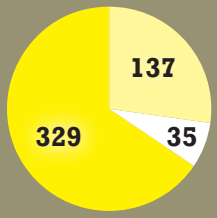
Wie die iQudo Umfrageergebnisse zeigen, ist es durchaus möglich die besten Ideen während der Arbeit zu finden. Experten aus der Werbe- und Designbranche unterstützen diese These. Dörte Spengler-Ahrens, leitende Kreativdirektorin bei Jung/von Matt, Hamburg (Platz 1 im W&V Kreativranking 2014) meint, dass Ideen durchaus bei der Arbeit entstehen: „SCHLICHT WEIL ES EIN ORT IST, WO MAN SICH KONZENTRIEREN KANN UND NICHT SO LEICHT ABGELENKT IST.“ Alexander Schill, Chief Creative Officer bei Deutschlands Top-3-Werbeagentur Serviceplan (Platz 2 im W&V Kreativranking 2014) glaubt, dass Zeitdruck hilfreich für Kreativität ist: „ZEITDRUCK HILFT, SICH AUF DAS WESENTLICHE ZU KONZENTRIEREN.“ Oliver Voss von der gleichnamigen Werbeagentur, geht noch einen Schritt weiter: „MAN SCHAFFT IDEEN NICHT *TROTZ* DES ZEITDRUCKS, SONDERN *WEGEN* DES ZEITDRUCKS.“ Voss meint zudem, dass Zeitdruck hilft sich zu konzentrieren und fokussiert zu arbeiten.

iqudo®
sport of ideas

iQudo ideenfindungsstudie, San Francisco 05/15

SIND SIE KREATIV?

Ja:	329	65.5%
Manchmal:	137	27.3%
Nein:	35	7.0%
Weiß nicht:	1	0.2%



WO HABEN SIE IHRE BESTEN IDEEN?[1] TOP 8

Joggen/Fahrrad/Walking:	164	30.7%
Mit Freunden unterhalten:	139	27.7%
Lessen/Musik/TV/Internet:	126	25.1%
In der Natur:	90	17.9%
Arbeit/Büro/Meeting:	**84**	**16.3%**
Tägliches Leben aufsaugen:	81	16.1%
Duschen/baden:	80	15.9%
Pendeln/Auto fahren:	78	15.5%

WARUM HABEN SIE IHRE BESTEN IDEEN NICHT IM BÜRO?[1,2]

Zu viele Ablenkungen:	194	47.1%
Keine Zeit:	116	28.2%
Zu fokussiert:	111	26.9%
Stress:	100	24.3%
Keine kreativ Atmosphere:	72	17.5%
Sonstiges:	48	11.7%

iqudo®
sport of ideas

Ich habe meine besten Ideen NICHT im Büro:	**418**	**83.7%**
Ich habe meine besten Ideen im Büro:[1]	**84**	**16.3%**

WARUM HABEN SIE IHRE BESTEN IDEEN IM BÜRO?[1,3]

Inspirierende Kollegen:	**41**	**47.7%**
Kreative Atmosphäre:	25	29.1%
Kreativität ist gefordert:	24	27.9%
Zeit zum Nachdenken:	18	20.9%
Sonstiges:	16	18.6%

WAS TUN SIE BERUFLICH?

Marketing/Vertrieb:	89	17.7%
Finanzen:	70	13.9%
Technologie:	51	10.2%
Kreativarbeiter:	50	10.0%
Entrepreneur/Führung:	43	8.6%
Recht:	28	5.6%
Gesundheit	27	5.4%
Einzelhandel	20	4.0%
Soziales:	15	3.0%
Student:	13	2.6%
Bildung:	12	2.4%
Arbeitslos:	8	1.6%
Sonstiges:	54	10.8%

BEFRAGTE: **502**

San Francisco 05/2015

251 : 251

ALTER

16-25:	97	19.3%
26-35:	171	34.1%
36-45:	114	22.7%
> 65:	13	2.6%

[1] Mehrere Antworten möglich.

[2] Wenn Befragte ihre besten Ideen nicht im Büro haben.

[3] Wenn Befragte ihre besten Ideen im Büro haben.

chemie wird unterbewertet

Die Ergebnisse der iQudo Studie sind ein Indiz dafür, dass Führungskräfte sich weniger auf den Raum als vielmehr auf die Chemie zwischen den Menschen fokussieren sollten. Viele große Unternehmen sind nicht in einer stylischen Kuschelatmosphäre entstanden, sondern in Garagen, in denen zwei bis vier begabte Menschen auf der gleichen Wellenlänge gesurft sind, sich wertgeschätzt und leidenschaftlich das gleiche Ziel verfolgt haben. Auch haben sie sich vertraut, inspiriert, angespornt und ehrlich kritisiert. Wenn Menschen auf der gleichen Wellenlänge surfen, sind sie eher geneigt sich miteinander auszutauschen. Durch rege Kommunikation entsteht Vertrauen. Vertrauen ist wichtig, damit Kollegen gewagte Ideen äußern und ehrliches Feedback geben. Stefan Kolle, Geschäftsführer Kreation bei Kolle Rebbe, Hamburg, betont, dass in seiner Agentur vor allen Dingen ein angstfreies, auf Zusammenarbeit basierendes Klima herrscht. Kolle bezieht sich dabei auf einen Satz, der seiner Meinung nach den Nagel auf den Kopf trifft: 'Wir helfen einander großartig zu sein.' „GENAU DARUM GEHT ES!", betont Kolle. Oliver Voss wählt Bewerber nach folgenden Kriterien aus: „MENSCHLICH, FREUNDLICH, POSITIV, MIT GROSSEM SPASS AN DEM, WAS WIR TUN."

verantwortung des managements

Bisher glaubte man, dass Kreativität am Arbeitsplatz vor allem eine Eigenschaft einzelner Personen ist. HR-Manager suchten nach kreativen Mitarbeitern, die das Rennen um frische Ideen für das Unternehmen gewinnen sollten. Allerdings zeigt die iQudo Ideenfindungsstudie, dass gerade einmal 7 Prozent aller Befragten San Franciscos sich als unkre-

ativ einstufen (NY: 7,9). Die Mehrheit aller Befragten (65,5; 68,9) schätzen sich selbst sehr wohl als kreativ ein. 27,3 Prozent (23,2) sind hin und wieder einfallsreich. Und trotzdem: die meisten Befragten sind ideenlos im Büro. Auf der anderen Seite führen die Job-Inspirierten ihre besten Ideen hauptsächlich auf die Kollegen, auf die Atmosphäre, auf die vom Management geforderte Kreativität sowie auf Zeit zum Nachdenken zurück. Ein individueller Faktor ist Leidenschaft für den Job. Die Ergebnisse sind ein Indiz dafür, dass Job-Kreativität ein sozio-kulturelles Phänomen ist. Sie können zu einem Paradigmenwechsel führen, denn sie verschiebt die Verantwortung für die Kreativität der Mitarbeiter mehr auf das Management. Das Management sollte eine kreative Atmosphäre schaffen, die Inspiration ermöglicht, Kreativität einfordern und limitierte Zeit zum Ideenausbrüten geben.

2. 12 inspirationen zur förderung einer kreativkultur

Theoretischer Unterbau: Der Kreativitätsforscher M. Csíkszentmihályi erklärt anhand des Systemmodells der Kreativität die Voraussetzungen bzw. Wechselbeziehungen des Systems Kreativität auf professioneller Ebene. (Csíkszentmihályi, 2003). Die drei Komponenten zwischen welchen sich die Interaktion abspielt sind: die Domäne, das Individuum und das Feld. Beispiele für Domänen sind: Geometrie, Architektur oder Informationstechnologie. Das Individuum erbringt die kreative Leistung und das Feld überwacht und entscheidet, ob Neuheiten in die Domäne aufgenommen werden. In der Regel besteht das Feld aus qualifizierten Experten (Gatekeepern). Dies sind z.B. in der Domäne der bildenden Künste: andere Künstler, Kunstsammler, Kritiker oder Museumskuratoren. Felder können unterschiedlicher Größe sein. Bei der Beurteilung von neuartigen Rezepturen von Getränken oder elektronischen Geräten für den Privatverbraucher bedarf es der ganzen Gesellschaft als Feld um eine Innovation als erhaltenswert einzustufen.

pro-aktive felder fördern einfallsreichtum

Felder können das Vorkommen von Kreativität sowohl fördern als auch beeinträchtigen. In re-aktiven Feldern wird Kreativität eher gehemmt. In pro-aktiven Feldern wird Einfallsreichtum gefördert. Um Kreativität und Innovationen in einer Kultur zu stimulieren, haben Prof. Dr. Orestis Terzidis, EnTechnon[6] und Robert Gerlach, iQudo den Begriff „Feldgestaltung“ geprägt. Feldgestaltung℠ verfolgt das Ziel ein pro-aktives Feld zu schaffen, indem Kreativität stimuliert wird, damit sinnvolle Neuheiten

entwickelt werden. Indikatoren für das Vorhandensein eines pro-aktiven Feldes sind z.B. inspirierende Kollegen und Experten einer Domäne.

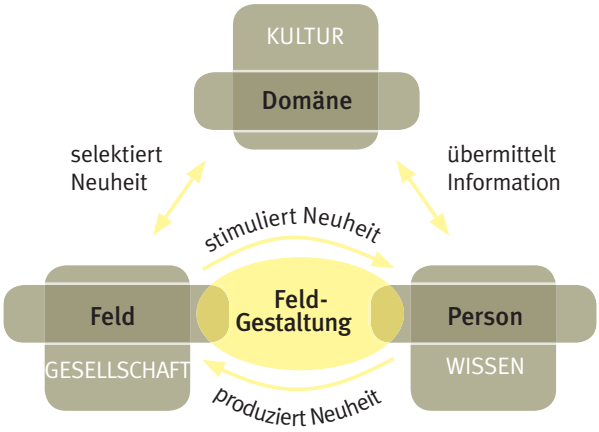


Abb.: Systems Model of Creativity von Csíkszentmihályi (2003). Modifiziert von Gerlach/Terzidis (2015).

In den besten Kreativagenturen der Welt wird Feldgestaltung^{SM} ganz natürlich praktiziert. Mehrere Top-Kreative (Art Direktoren, Texter oder Webdesigner) inspirieren sich gegenseitig und werden von ein bis zwei Kreativdirektoren betreut. Diese Koryphäen sind Stars der Werbeszene eines jeweiligen Landes, sie werden von Kollegen anerkannt und sind mehrfach international ausgezeichnet. Sie müssen mit Ihrer Kreativabteilung jedes Jahr ihr Können auf's Neue beweisen. Daher haben Sie hohe Ansprüche an sich selbst und an ihre Mitarbeiter. Sie fordern Einfallsreichtum ein, geben konstruktives Feedback zu unausgereiften Ideen, besitzen die Fähigkeit neuartige Ideen und deren Potenzial sofort zu erkennen und schlechte Einfälle auszusortieren.

12 inspirationen für bessere ideen im job

Das Management hat verschiedene Möglichkeiten eine Kreativkultur im Unternehmen aufzubauen. Im Folgenden, 12 Anregungen Feldgestaltung℠ umzusetzen.

★ **Öffnen Sie den Tunnelblick.** Unter Zeitdruck neigt man dazu schnelle Entscheidungen zu treffen und bewährte Lösungen zu favorisieren. Kollegen hingegen sehen das Problem aus der Vogelperspektive und öffnen dadurch den Horizont für ungewöhnliche Lösungen. Räumen Sie daher Zeit für informelle Gespräche ein.

★ **Bieten Sie Perspektivenvielfalt.** Kollegen aus anderen Domänen erleichtern durch ihr heterogenes Wissen „out-of-the-box" zu denken. Ungewöhnliche Perspektiven können auch durch Internationalität entstehen. Laut Lendzian arbeiten im Adidas Headquarter in Herzogenaurach 80 Nationalitäten. Mitarbeiter mit Migrationshintergrund können allein schon durch ihren kulturellen Hintergrund andere Lösungswege anbieten.

★ **Sorgen Sie für fundiertes Wissen.** Holen Sie die besten Experten einer Domäne ins Unternehmen. Koryphäen besitzen ein tiefes Wissen und können Ideen fundiert beurteilen. Sie erkennen sehr gute Ideen oder verbessern mittelmäßige Einfälle. Koryphäen stellen hohe Ansprüche an sich und an andere. Sie spornen zu kreativen Höchstleistungen an und fungieren als Vorbild.

★ **Achten Sie auf die Chemie.** Wenn sich Menschen gut verstehen, tau-

schen sie sich öfters aus. Häufige Kommunikation resultiert in Vertrauen. Wenn Menschen sich vertrauen, sind sie eher dazu geneigt, gewagte Ideen zu äußern und ehrliches Feedback zu geben. Beim Einstellungsgespräch kann ein Manager sich z.B. fragen: „MÖCHTE ICH MIT DIESEM BEWERBER ZWEI WOCHEN AUF EINE BERGHÜTTE GEHEN?“ So werden nicht nur Bewerber eingestellt, die fachlich brilliant sind, sondern auch zwischenmenschlich ins Team passen.

★ **Bieten Sie sichere Brutplätze.** Fühlt man sich im Unternehmen sicher, ist man geneigter auch ver-rückte Ideen zu äußern. Herrscht hingeben Jobverlustangst hält man gewagte Gedanken zurück.
Vertrauen entsteht auch durch eine positive Fehlerkultur. Wenn es erlaubt ist Fehler zu machen, ist man geneigter diese zuzugeben. Laut Alexander Schill, Chief Creative Officer der Serviceplan Gruppe, ist die Freiheit, Fehler machen zu dürfen, die Basis für jede Innovation. Wer das für sich ausschließt, schließt alles Neue für sich aus. Schill fügt hinzu: „GROSSE DINGE ENTSTEHEN NICHT AUF ANHIEB. SONDERN ERST, NACHDEM VIELE MENSCHEN FEHLER GEMACHT HABEN.“

★ **Geben Sie Verhaltensfreiheit.** Freiheit im Denken setzt Freiheit im Verhalten voraus. Die Freiheit locker am Arbeitsplatz auftreten zu dürfen. Die Freiheit anders denken zu dürfen. Die Freiheit eigene Projekte anzustoßen und sofern diese von einem ausgewiesenen Experten für gut befunden werden, dafür ein Budget zu erhalten. Die Freiheit den Arbeitsmodus selbst zu wählen, z.B. gemeinschaftlich im Büro, konzentriert zuhause oder joggend im Grünen. Laut iQudo Ideenfindungsstudie hatten 30.7 Prozent der Befragten ihre besten Ideen beim Laufen, Fahrradfahren oder Walken. Mehrere Studien

haben bewiesen, dass Bewegung divergentes Denken stimuliert.[7]

★ **Lassen Sie um die besten Ideen pitchen.** Mehrere kleine Teams sind effizienter in der Ideenfindung, als eine große Brainstorming-Gruppe. Nach dem Prinzip der „Coopetition“ [Wortschöpfung aus: engl. „Cooperation“ and „Competition“] wetteifern mehrere Teams aus zwei bis vier Personen um die beste Lösung. Der sportliche Wettbewerb spornt zur kreativen Höchstleistung an. Man will gerne die Kollegen beeindrucken und gewinnen. Coopetition folgt vier menschlichen Eigenschaften:
1. Identifikation mit demselben Ziel.
2. Vergleich der eigenen Leistung mit der von anderen.
3. Unterstützung und Hilfeleistung, weil das gleiche Ziel verfolgt wird.
4. Gewinnen wollen.
In großer Runde werden die Ideen dann besprochen, bewertet, ergänzt und verbessert.

★ **Führen Sie Krealoge.** Wie beim Tischtennis werden in einem Krealog [Wortschöpfung aus: „kreativ“ und „Dialog“] Assoziationen und Gedanken ausgetauscht. Laut Dörte Spengler-Ahrens, Executive Creative Director von Jung/vonMatt, Hamburg ist das Hin-und-herwerfen von Ideen die fruchtbarste Art von kreativer Zusammenarbeit. Idealerweise führt man einen Krealog zu zweit. Unter vier Augen tauscht man lieber gewagte Gedanken aus, als wenn mehrere Personen am Tisch sitzen. Da Gedankenimpulse flüchtig sind, ist es, anders als beim Brainstorming, erlaubt sich zu unterbrechen.

★ **Wertschätzen Sie Ideen.** Da Ideen immateriell sind, stellen sie kei-

nen sichtbaren Wert da. Es ist daher leicht Ideen zu ignorieren, zu ruinieren oder zu stehlen. Dies ist jedoch fatal, da der Ideengeber dann verstummt. Ideen sind ein kostbares Gut. Schon eine Idee kann den Gewinn eines Unternehmens auf Jahre hinaus sichern, bzw. Kosten reduzieren. Ideen sollten daher wertgeschätzt und der Ideengeber anerkannt werden, bzw. die Kontrolle über die Idee behalten. Laut Alexander Schill, bleibt der Initiator der Idee immer der Wächter über die Idee und finaler Entscheider.

★ **Ermöglichen Sie kreative Kollisionen.** Auch der Raum kann Kommunikation verhindern oder ermöglichen. 2015 hat Adidas ein neues Gebäude „Pitch" (Deutsch: Spielfeld, Rasen, Feld) im Headquarter in Herzogenaurach eingeweiht. Die neue Arbeitsumgebung soll, laut Simone Lendzian, Corporate Communication Manager, den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Das neue Bürogebäude bietet gemütliche Sitzecken und bunt gestaltete Aufenthaltsräume, die kreative Kollisionen ermöglichen.

★ **Bieten Sie Inkubationsinseln an.** Wie eine Henne Zeit braucht, um ein Ei auszubrüten, benötigt auch der Mensch Zeit zum Ideenausbrüten. In sogenannten „Bubble Spaces" kann man sich vom Tagesgeschäft zurückziehen. Eine ideale „Bubble Time" schwankt zwischen 90 und 180 min. Bei Kolle Rebbe (laut W&V, 51/2014: Agentur des Jahres 2014) gibt es ein eigenes Gebäude ohne Telefone und Computer zum ablenkungsfreien Nachdenken. Es heißt: „Nachdenkfläche".

★ **Lassen Sie Lächeln.** Wenn Menschen lachen fühlen sie sich wohl und sind weniger ängstlich. In einer ernsten Atmosphäre verkrampft

man. Das merkt man Ideen an. Freude kann man nicht verordnen, man kann sie nur verhindern. Humor sollte stets willkommen sein.

fußnoten

1 **Time Pressure and Creativity in Organizations:** A Longitudinal Field Study, Amabile et al., 2002: "Although time pressure likely has negative effects on creative processing even at moderate levels, this study suggests that its effects may be disproportionately worse at extreme levels. Quite simply, extremely high time pressure may engender cognitive strategies that allow no time to think creatively. Rather than jolting people into producing a creative insight, it may instead make that insight all the more elusive."

2 **Study Reveals Global Creativity Gap.** Adobe®, April 23, 2012: The study reveals a workplace creativity gap, where 75% of respondents said they are under growing pressure to be productive rather than creative, despite the fact that they are increasingly expected to think creatively on the job. Across all of the countries surveyed, people said they spend only 25% of their time at work creating. Lack of time is seen as the biggest barrier to creativity (47% globally: United Kingdom, Germany, France and Japan, 52% in United States).

3 **Andere Gründe der Jobeinfallslosen in San Francisco:** Too many meetings. I don't know why. Not enough creative collaborators. From experiences. Don't work. Putting ideas into practice. Who cares / it's not worth it. Intense environment. I'm retired. I have already formulated them before I go to work. Change of career. Retired. I work for a start-up and there is a lot of distractions. Work is too structured. I'm not free to think beyond. My work is not related to my hobbies. I'm retired. Because everything is very gray in there. No collaboration. I'm just not passionate about my job. Student. Don't know. Because I work with kids. Executing. I don't like the office. I work in a prison. (Anmerkung: Sie arbeitete in einem echten Gefängnis.) I can not turn my creativity on a certain time. I don't know. I don't have any head space. Support from upper level management missing. Lack of planning. Unemployed. Nothing changes. Too structured. Not working. Constricting. I need autopilot to work. No fun. Too sedentary. It's not a creative job I do. My job is not very stimulating. It's a hell hall. I don't work. I only execute what my boss tells to do. Sad, I don't consider my job creative. Too many meetings. I don't have a creative job.

4 **Andere Gründe der Jobeinfallsreichen in San Francisco:** I enjoy my job. Being able to talk things through. I'm in a working mode. It's demanding. Cause my mind is on work. Because I'm doing something I don't wanna do, so I'm using my time to be creative. I'm my own boss. No limit. I get competitive at work. It's were I can focus the most. It's very collaborative. Because I make mistakes and learn from it. My work is art. It's were I can focus the most. Cause it's my passion. I love what I do. Others stimulate to think out of the box. My right brain is thinking while my left brain is working.

5 **Andere Gründe der Jobeinfallsreichen in New York:** Building of on other people's ideas. Cause I stay open. Creativity is the solution to working in a terrible place. I like my job. Ideas come into my head at any moment in time. Because I have a team around me. It's where I spend the most time. I make it a priority. The mind doesn't stop. Frustration. I'm in the zone. My mind is stimulated. I'm focused.

Focused and engaged. It's where I have the most focus. It's a place where you squeeze your mind. It's my job, to make things more efficient. Collaborating. Because my work is absorbing what's going on in the world. If I don't win, I don't make money. I incorporate being as part of my life. Cause I love my job. I'm focused. I'm open to possibilties. I'm self-employed. Collaborating. Passionate about it. People. Not focusing on work. Collaborating. Motivated. That's where I spend most of my time. I'm driven to accomplish the goals. Interaction with my co-workers.

6 Karlsruher Institut für Technologie. Institut für Entrepreneurship, Technologie-Management und Innovation (EnTechnon).

7 Thilo Koch, ein Student des KIT-EnTechnons, Karlsruhe stellte in seiner Bachelorarbeit „Körperliche Aktivität und ihr Einfluss auf kreatives Denken." (Koch, 2012) Studien über den Effekt von Bewegung auf Kreativität zusammen. Folgend einige wichtige Erkenntnisse:

- According to Erni-Baumann and Boutellier (2011) physical activity is stimulating the conscious and the unconscious thinking. It also increases the cooperation of both hemispheres, thereby combining analytical and emotional thinking, which leads to higher creativity. (Erni-Baumann & Boutellier 2011; Gondola 1986, p 82; McCutcheon 1982, p 203).
- Kubesch (2002, p. 488) notes that physical activity enhances the interconnectedness of neurons.
- Kempermann (2012) suspects that neurogenesis, i.e. the formation of new nerve cells, is facilitated by physical activity and contributes to the plasticity and adaptability of the brain.
- Vaynman & Gomez-Pinilla (2006) as well as Hillman et al. (2008, p. 63) found in laboratory research on animals an influence of neurotransmitters such as BDNF (Brain-Derived Neurotrophic Factor. BDNF encourages the growth and differentiation of new neurons and synapses.).
- Davis & Lambourne (2009, p 265) see an influence of physical activity on neurotransmitters such as serotonin, noradrenaline, and dopamine.
- Hollmann & Strüder (2000) found that serotonin, noradrenaline, and dopamine were increasingly formed by people during physical activity.
- Various scientists see the effect of cardiovascular exercise through higher blood flow, which increases the supply of nutrients and oxygen to the brain. Furthermore, neurotransmitters are increasingly being formed, which positively results in better memory and the capacity to remember. Motion stimuli enable the networking of neurons and promote the complexity of the neural networks. Similarly, our concentration and attention is sharpened. (Erni-Baumann & Boutellier 2011, p 3; Ramocki 2002, p 13; Kubesch 2002, p 487).

robert gerlach

Gründer & Ideentrainier / iQudo® sport of ideas

Photo: Joko-Style

„WARUM BIN ICH IN EINER AGENTUR KREATIV UND IN EINER ANDEREN NICHT?“ Diese Frage begleitete mich seit Beginn meiner Karriere in der New Yorker Werbeagentur *KBS*. Über 15 Jahre sammelte ich Erfahrungen und Auszeichnungen als Kreativer in Werbeagenturen in New York, Paris und Hamburg. Cross-kreativ konnte ich Eindrücke in der Mode- und Schauspielbranche in Barcelona und Hollywood gewinnen. Heute glaube ich, dass es die inspirierenden Kollegen waren, die meine Kreativität förderten.

2006 gründete ich iQudo® sport of ideas. Zu iQudos Kunden gehören: *WMF, SAP, Samsung* (Korea) oder *Microsoft*. Des weiteren doziere ich über Kreativiät am *KIT-EnTechnon* in Karlsruhe und betreue Masterarbeiten. Als geborener Schwabe spreche ich etwas Hochdeutsch sowie ganz passables Englisch, etwas Brasil. Portugiesisch, Französisch und Spanisch.

kontakt

Robert Gerlach // Ideentrainer
Email: r.gerlach@iQudo.com
Tel: 0711-22 66 77 41 // Mobil: +49-(0)177 88 88 112
iQudo® sport of ideas // www.iQudo.com