STUDIE

Warum wir in einem Unternehmen kreativ sind und im anderen nicht

Sechs Erkenntnisse aus vier Ideenfindungsstudien (2010–2016).

Photos: IQudo Ideenfindungsstudie, New York 2015.

Genderhinweis: Zur besseren Lesbarkeit gelten Personenbezeichnungen für alle Geschlechter gleichermaßen.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Ideenfindungsstudie 2010, Stuttgart	3
Ideenfindungsstudie 2015, New York	5
Ideenfindungsstudie 2015, San Francisco	8
Ideenfindungsstudie 2016, Mercedes-Benz, Sindelfingen	11
Grafische Zusammenfassung der Ergebnisse	16
Sechs Erkenntnisse aus vier Studien	17
Literaturverzeichnis	18
Veröffentlichungen	18
Weitere Umfragedaten	19
Kontakt	21

 © IQudo, 2026

Einleitung

Viele Start-ups und Innovationsabteilungen großer Unternehmen verwandeln Büros in architektonische Erlebnislandschaften, in der Hoffnung, kreatives Denken anzuregen. Die vier empirischen Studien zur Ideenfindung, die wir in den Jahren 2010 bis 2016 in Deutschland und den USA durchführten, zeigen jedoch: **weder die Gestaltung des Raums noch verfügbare Zeit scheinen Kreativität zu fördern.** Stattdessen identifizierten wir auf Basis von 1.600 Befragungen **sechs Faktoren, die kreative Lösungen im Arbeitsumfeld eher begünstigen**.

Jede Studie lieferte überraschende Erkenntnisse, die in die Konzeption der folgenden Befragungen einflossen. Im Folgenden stellen wir die vier IQudo-Studien chronologisch vor und schließen mit einem Fazit.

Ideenfindungsstudie 2010, Stuttgart

Unsere erste Studie führten wir 2010 mit über 500 Teilnehmern (TN) in der Stuttgarter Innenstadt durch. Mithilfe einer Querschnittstudie, bestehend aus zwei Multiple-Choice-Fragen, ermittelten wir, wie oft Berufstätige ihre besten Ideen tatsächlich während der Arbeit haben und welche Faktoren dies begünstigen oder beeinträchtigen.

Wo haben Sie Ihre besten Ideen?

Ergebnis: Kaum jemand (6,4 %) hatte am Arbeitsplatz seine besten Ideen. Ein Großteil (47,9 %) erlebte ihr Ideenhoch in privaten, ruhigen Momenten wie:

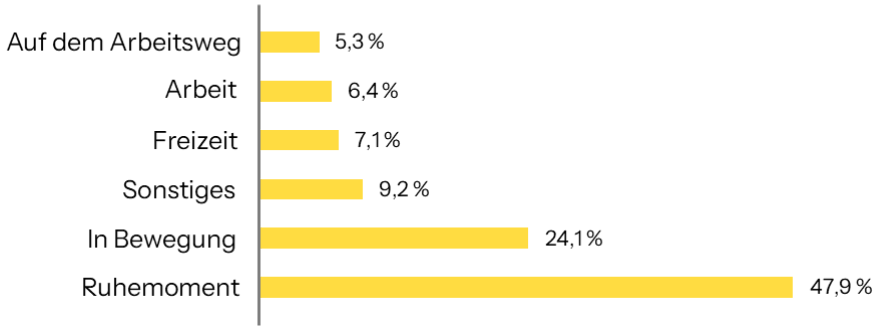
- 13 % Baden und Duschen
- 12 % Bett und Sofa
- 10 % WC-Besuch
- 7 % Nutzung von Medien
- 5 % Entspannen allgemein

Körperliche Aktivitäten folgten auf Platz zwei mit 24,11 %. Darunter:

- 7 % Joggen
- 6 % Spazierengehen
- 5 % Sport generell
- 3 % Fahrrad fahren
- 2 % Sex

 © IQudo, 2026

Wo haben Sie in der Regel Ihre besten Ideen?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

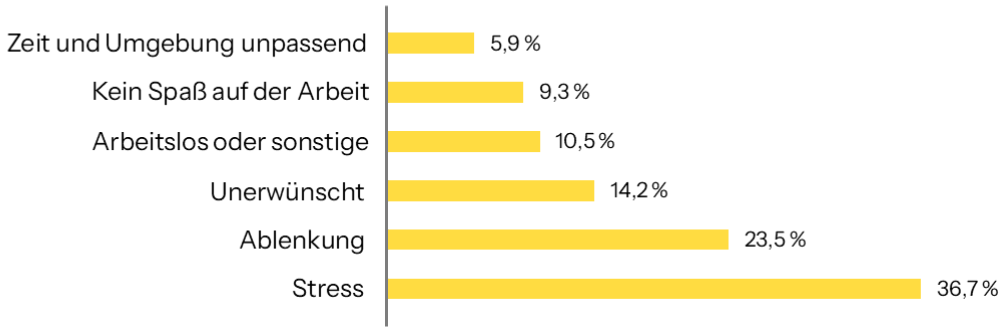
Dies bedeutet, dass nur etwa eine von 15 Personen am Arbeitsplatz „Aha!"-Momente erlebt.

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?

Als Hauptgründe für das Ausbleiben kreativer Impulse am Arbeitsplatz nannten die Befragten:

- Stress (36,7 %)
- Ablenkung (23,5 %)
- Unerwünschtheit neuer Ideen (14,2 %)

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

Erkenntnis

Nur 6,4 % der Befragten haben ihre besten Ideen am Arbeitsplatz.

Um die Ursachen mangelnder Kreativität am Arbeitsplatz genauer zu untersuchen, führten wir 2015 zwei weitere Studien in den USA durch.

 © IQudo, 2026

Ideenfindungsstudie 2015, New York

Im April 2015 befragten wir in Manhattan im Rahmen einer Vorstudie insgesamt 508 Teilnehmer. Wir befragten Berufstätige aus verschiedenen Branchen und Altersgruppen in der Upper East Side, Midtown, Washington Square, Greenwich Village und dem Wall Street District. Wie bereits 2010 in Stuttgart nutzten wir ein Querschnittsdesign, bei dem wir jedem Teilnehmer drei inhaltliche Fragen stellten:

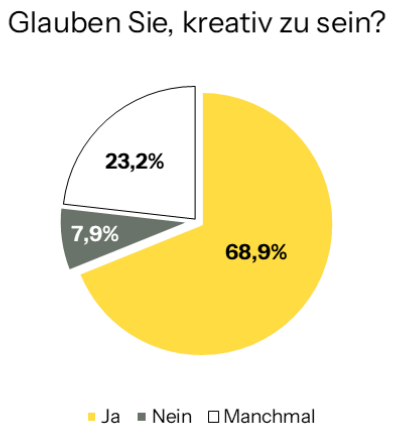
- *Glauben Sie, kreativ zu sein?*
- *Wo haben Sie Ihre besten Ideen?*
- *Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?*

  oder

- *Warum haben Sie Ihre besten Ideen am Arbeitsplatz?*

Glauben Sie, kreativ zu sein?

Bevor wir untersuchten, wo kreative Ideen entstehen, befragten wir die Berufstätigen nach ihrer eigenen Kreativität. Das Ergebnis war eindeutig, denn lediglich 7,9 % (40 TN) sahen sich selbst als nicht kreativ. Mit 68,9 % (350 TN) schätzte sich hingegen die große Mehrheit selbst als kreativ ein. Ein Großteil ist daher selbst der Meinung, kreatives Potenzial zu besitzen.

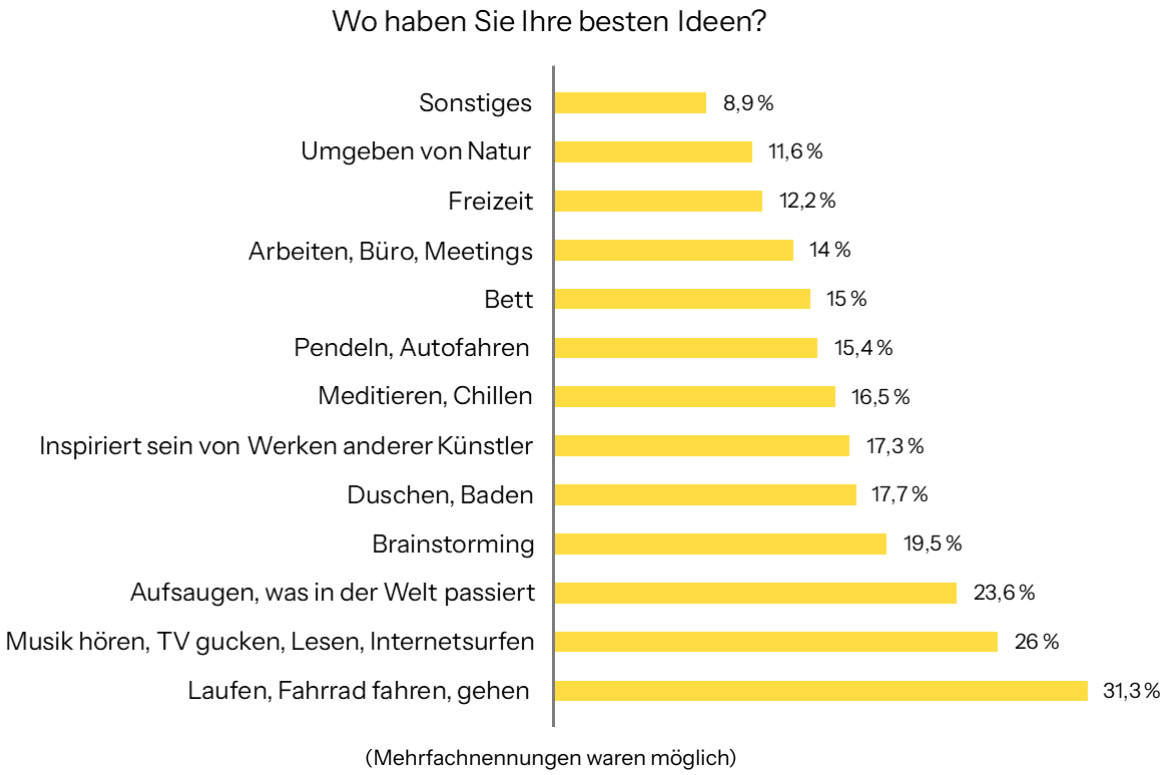


Wo haben Sie Ihre besten Ideen?

Der Anteil derjenigen Berufstätigen, die ihre besten Ideen im Job hatten, stieg auf 14 % (71 TN). Eine Steigerung von über 200 % gegenüber der ersten Studie in Stuttgart. Dennoch entstanden die meisten Ideen weiterhin außerhalb des Arbeitsplatzes. Sportliche

 © IQudo, 2026

Aktivitäten wie „Laufen“, „Fahrradfahren“ oder „Spazierengehen“ erzielte die größte Zustimmung mit 159 (31,3 %) TN, gefolgt von ruhigen Momenten wie „Musik hören“, „TV schauen“, „Lesen“ oder „Internetsurfen“ mit 132 Teilnehmern (26 %).



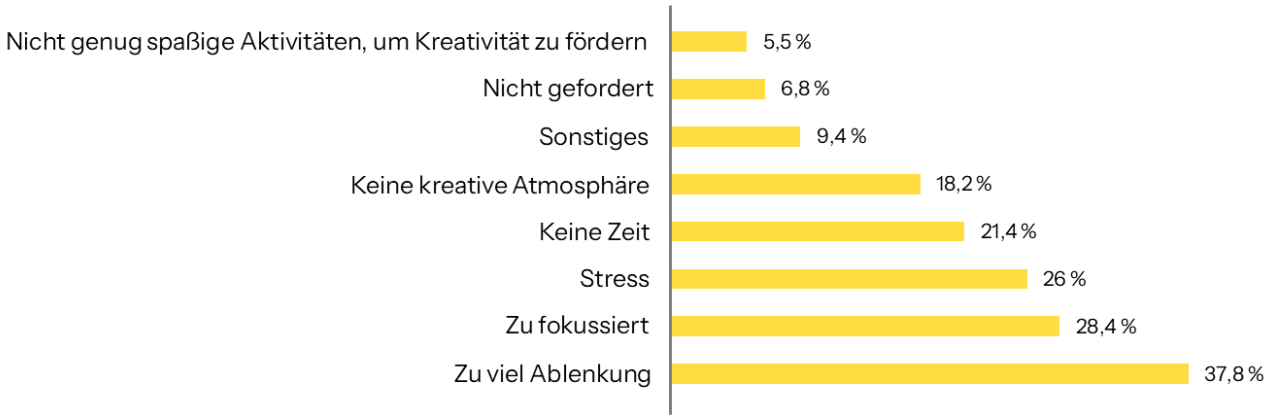
Zur einfachen Unterscheidung unterteilten wir die Befragten, basierend auf der Frage, wo Sie Ihre besten Ideen haben, in **Jobkreative** (71 TN) und **Jobunkreative** (437 TN).

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?

Auch die Ergebnisse der New Yorker Studie wiesen auf ähnliche Gründe hin, warum am Arbeitsplatz kaum kreative Ideen entstehen: Für 145 TN (37,8 %) war „zu viel Ablenkung” ein kreativitätshemmender Faktor. Auf den Plätzen zwei und drei folgten „zu fokussiert“ (109 TN; 28,4 %) und „Stress“ (100 TN; 26 %).

 © IQudo, 2026

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

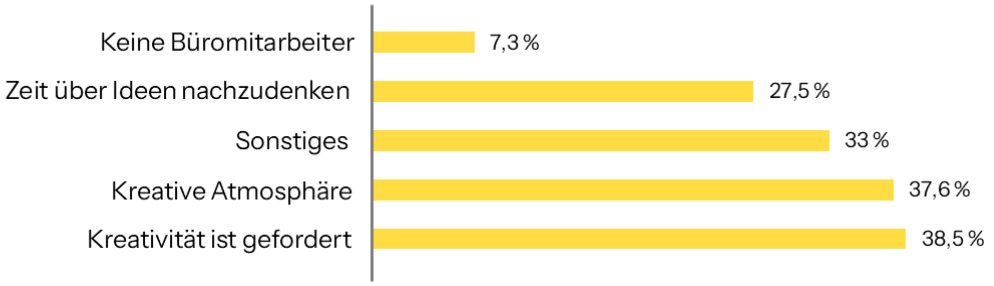
Warum haben Sie Ihre besten Ideen am Arbeitsplatz?

Erstmals befragten wir die Jobkreativen nun nach den Gründen für ihren Einfallsreichtum am Arbeitsplatz. Folgende Antwortalternativen gaben wir vor:

- Kreativität ist gefordert (42 TN; 38,5 %)
- Kreative Atmosphäre (41 TN; 37,6 %)
- Zeit über Ideen nachzudenken (30 TN; 27,5 %)
- Sonstige (36 TN; 33 %)
- Kein Büroarbeiter (8 TN; 7,3 %)*

* Diese Befragten gingen keiner Bürotätigkeit nach, wie z.B. Schauspieler im Theater.

Warum haben Sie Ihre besten Ideen am Arbeitsplatz?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

Die Kategorie „Sonstige“ war mit 33 % ungewöhnlich hoch. Eine genauere Analyse zeigte, dass viele Befragte ihre Kollegen als Inspirationsquelle nannten. Die Folgestudie in San Francisco ergänzten wir daher um die Antwortoption „inspirierende Kollegen“.

 © IQudo, 2026

Erkenntnis

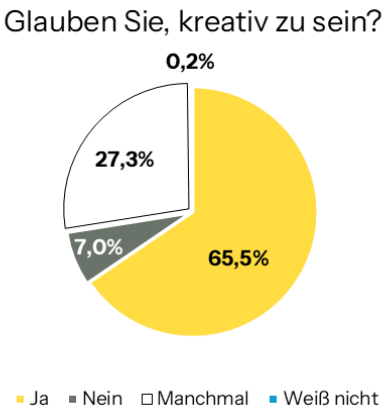
Inspirierende Kollegen fördern Einfallsreichtum am Arbeitsplatz.

Ideenfindungsstudie 2015, San Francisco

In San Francisco befragten wir 502 Personen vorwiegend in Start-up-, und Finanzvierteln, wie dem Financial District, SoMa sowie Pacific Heights, einem wohlhabenden Wohnviertel.

Glauben Sie, kreativ zu sein?

Auch hier begannen wir mit der Frage nach dem kreativen Selbstverständnis der Berufstätigen. Das Ergebnis ähnelte dem von New York. Lediglich 7 % (35 TN) stuften sich selbst als nicht kreativ ein. Die Mehrheit hingegen (65,5 &; 329 TN) schrieb sich selbst ein kreatives Potenzial zu.



Warum haben Sie Ihre besten Ideen am Arbeitsplatz?

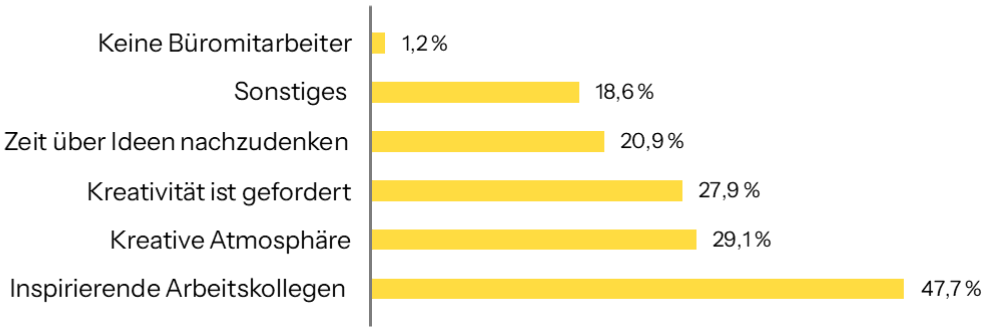
Ergebnis: Der Anteil derjenigen, die ihre besten Ideen beim Arbeiten haben, stieg erneut um weitere 2,7 Prozentpunkte auf insgesamt 16,7 % (84 TN). Erstaunlicherweise führte fast die Hälfte dieser Gruppe ihre kreativen Einfälle am Arbeitsplatz direkt auf „inspirierende Kollegen“ (41 TN; 47,7 %) zurück. „Kreative Atmosphäre“ nannten 25 TN (29,1 %). „Zeit über Ideen nachzudenken“ (20,9 %) hingegen, ein Faktor, der häufig als zentrale Voraussetzung für kreative Ideen betrachtet wird, wurde erst an vierter Stelle genannt, siehe auch unsere Studie zu Kreativität und Zeitdruck.

Die Kategorie „Sonstige“ fiel mit 16 TN (18,6 %) deutlich niedriger aus als in der New Yorker Vorstudie. Am häufigsten wurden hier „**Leidenschaft für den Job**” und „Fokussiertheit” (jeweils 4 TN) genannt. Bemerkenswert ist, dass trotz eigener Antwortoption „inspirierende Kollegen“ weitere vier Mal in der Kategorie „Sonstiges” genannt wurde.

 © IQudo, 2026

Die Ergebnisse der Jobkreativen zeigen, dass es durchaus möglich ist, die besten Ideen am Arbeitsplatz zu haben. Besonders die Nennungen zu „inspirierende Kollegen" verdeutlichen, dass Unternehmen die zwischenmenschliche Chemie im Team stärker in den Fokus rücken sollten.

Warum haben Sie Ihre besten Ideen am Arbeitsplatz?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

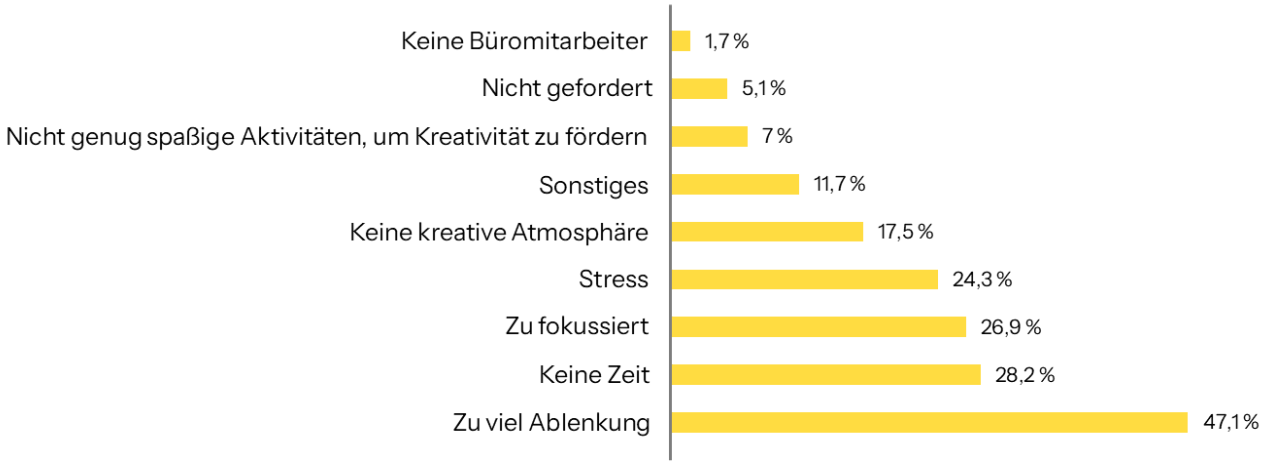
Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?

Umgekehrt zeigen 83,3 % (418 TN) deutlich, dass die meisten Befragten ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz haben. Die Gründe des "Kreatiefs" auch hier:

- Zu viel Ablenkung" (194 TN; 47,1 %)
- Keine Zeit" (116 TN; 28,2 %)
- Übermäßige Fokussierung (111 TN; 26,9 %)
- Stress" (100 TN; 24,3 %)

Drei dieser vier „Kreativitätsbremsen" hängen mit Zeitverfügbarkeit zusammen.

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

 © IQudo, 2026

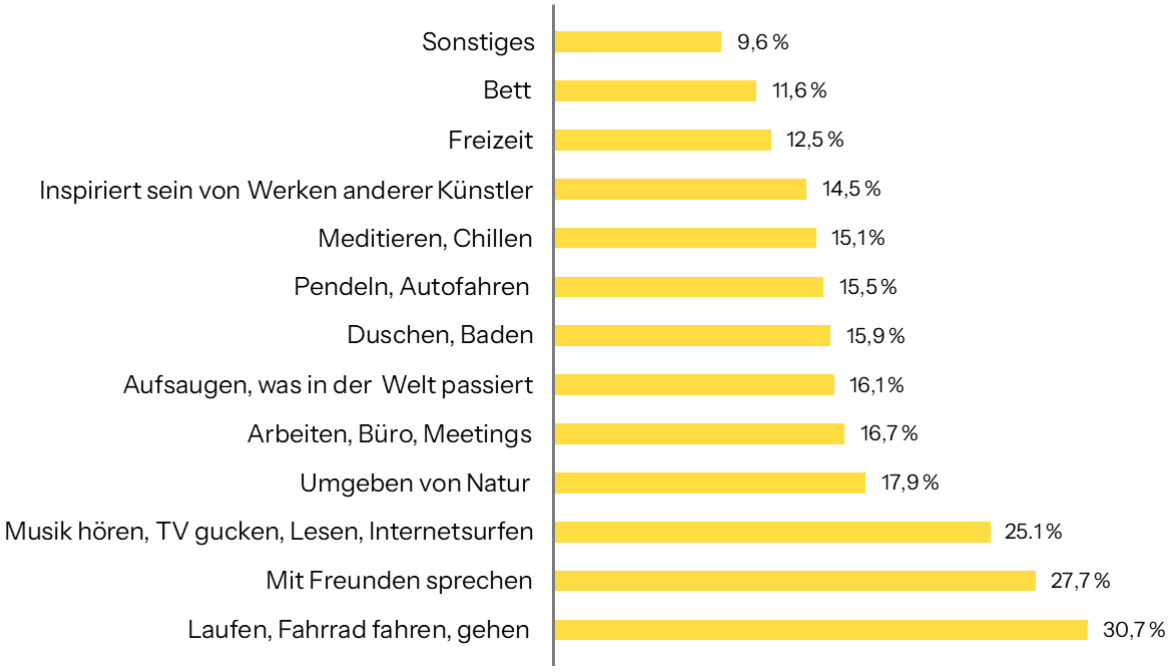
Zeit scheint daher für die Jobunkreativen eine notwendige Bedingung für kreatives Arbeiten zu sein. Auch eine Harvard-Studie erwähnt Zeit als notwendige Bedingung für Kreativität am Arbeitsplatz (Amabile et al., 2002). Die kleinere Gruppe der Jobkreativen hingegen lässt andere Rückschlüsse zu. Diese nennen **“Zeit zum Nachdenken” erst an vierter Stelle.** Dies stellt die weit verbreitete Annahme infrage, dass Zeit ein wichtiger Faktor im Ideenfindungsprozess ist. Zu einer ähnlichen Schlussfolgerung kommt Oliver Voss, Geschäftsführer einer Hamburger Werbeagentur:

„Man schafft Ideen nicht trotz des Zeitdrucks, sondern wegen des Zeitdrucks. Er hilft einem, sich zu konzentrieren und fokussiert zu arbeiten.“

Wo haben Sie Ihre besten Ideen?

Unter den 83,3 % der Jobunkreativen in San Francisco, dominieren erneut körperliche Aktivitäten wie Joggen, Fahrradfahren oder Spazierengehen (154 Teilnehmer; 30,7 %) als Auslöser für Aha-Erlebnisse. Die in der New Yorker Vorstudie noch als „Brainstorming“ betitelte Antwortalternative „Talking with friends“ (27,7 %) erhielt mit 139 TN ebenso große Zustimmung (bewusst getrennt von „Brainstorming“, um den Freizeitkontext klarer herauszustellen). Auch Entspannungsmomente wie „Musikhören”, „TV gucken” oder „Internetsurfen” werden häufig als Ideenquelle genannt (126 TN; 25,1 %).

Wo haben Sie Ihre besten Ideen?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Kreativität der Jobkreativen insbesondere auf drei Faktoren zurückführen lässt:

 © IQudo, 2026

- inspirierende Kollegen
- vom Management geforderte Kreativität
- kreativitätsfördernde Atmosphäre

Erkenntnis

Kreatives Denken am Arbeitsplatz ist eher ein soziokulturelles Phänomen, das maßgeblich durch Führung und Unternehmenskultur geprägt wird.

Aus den Ergebnissen ergeben sich drei Fragen:

1. Welchen Einfluss hat die intrinsische Motivation auf kreatives Denken im Büro?
2. Stimmt die Annahme, dass kreative Raumgestaltung zu kreativen Ideen führt? Zum Beispiel schreibt die Stanford-Professorin Tina Seelig in ihrem Buch *Ingenius*, *"Creative spaces lead to creative work!"* (Seelig, T., 2011, S. 101).
3. Was genau ist unter einer kreativitätsförderden Atmosphäre zu verstehen?

Diese Fragen untersuchten wir in der *IQudo Ideenfindungsstudie 2016* in Zusammenarbeit mit dem *Karlsruher Institut für Technologie* und *Mercedes-Benz*. Die Fokussierung auf ein einzelnes Unternehmen erlaubte es uns, präziser zu analysieren, welche Faktoren Fachkräfte dazu befähigen, ihre besten Ideen im Job zu entdecken.

Ideenfindungsstudie 2016, Mercedes-Benz, Sindelfingen

In dieser Studie wurden als Zielgruppe 152 Mercedes-Benz Ingenieure gewählt, deren Arbeitsalltag durchgängig problemlösungsorientiertes Denken erfordert. Auch hier setzten wir einen standardisierten Fragebogen ein, diesmal jedoch als Onlineumfrage. Wir optimierten das Studiendesign in mehreren Punkten. Zum einen erweiterten wir die Antwortmöglichkeiten zur Frage „Warum haben Sie ihre besten Ideen am Arbeitsplatz?" um die vier Faktoren:

- Raumgestaltung
- Leidenschaft für den Job (intrinsische Motivation)
- Entfaltungsmöglichkeiten
- Verhaltensfreiheit

Darüber hinaus gingen wir der Hypothese nach, ob eine gute Chemie zwischen den Mitarbeitern die Kreativität im Unternehmen beeinflusst. Dazu integrierten wir verschiedene Dimensionen des Teamklimas in den Fragebogen.

- **Freundschaften am Arbeitsplatz:** Darunter verstehen wir freiwillige, persönliche Beziehungen zwischen Mitarbeitern im organisationalen Kontext, die auf Vertrauen, Fürsorge, geteilten Werten und gemeinsamen Interessen basieren. Solche

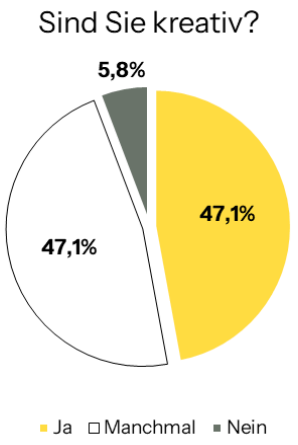
 © IQudo, 2026

Freundschaften gelten als Treiber von Engagement, Arbeitszufriedenheit und einer höheren Identifikation mit der Arbeit (Chen et al., 2013). Zudem können sie ein unterstützendes, innovatives Klima fördern und damit Kreativität begünstigen (Berman et al., 2002).

- **Vertrauen:** Vertrauen bildet eine weitere Komponente der Chemie. Vertrauen Kollegen sich einander, kommunizieren sie offener miteinander, tauschen Informationen öfter aus und fühlen sich weniger gehemmt, ungewöhnliche Ideen zu teilen.
- **Stimmung:** Auch die Stimmung im Unternehmen ist ein wichtiger Indikator. Eine positive Grundhaltung spiegelt sich häufig in einer guten Chemie wider. Zudem zeigt die Forschung, dass Fähigkeiten wie divergentes Denken oder das Knüpfen ungewöhnlicher Assoziationen in positiver Stimmung besonders stark ausgeprägt sind.
- **Kommunikation:** Schließlich ergänzten wir Kommunikation als weiteren Faktor. Sowohl für den Informationsaustausch als auch für das interne Klima ist sie entscheidend, denn sie prägt, ob Ideen im Unternehmen zirkulieren.

Sind Sie kreativ?

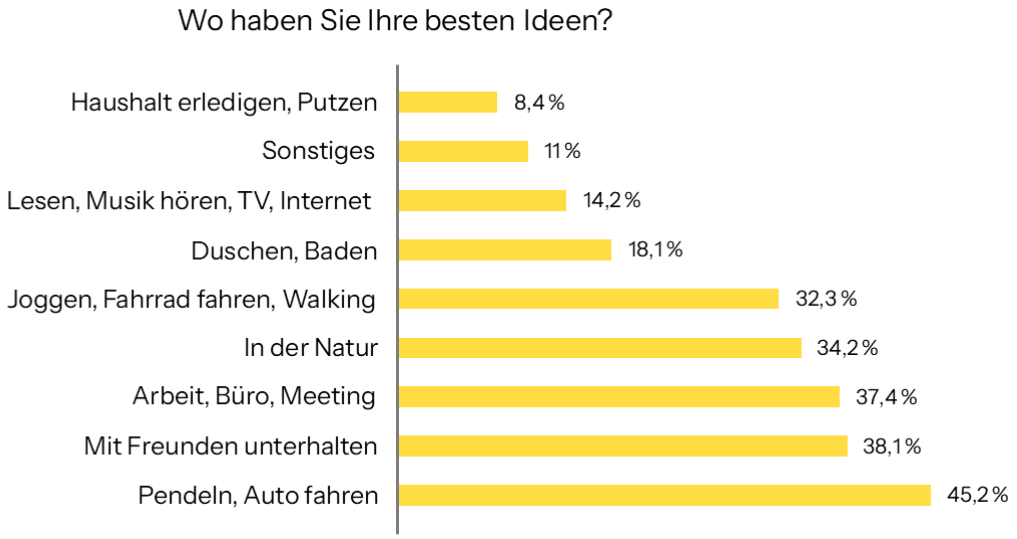
Interessant ist, dass nur 5,8 % (9 TN) der 152 Ingenieure sich selbst als nicht kreativ einschätzen. Ein ähnliches Bild zeigte sich bereits in unserer früheren San-Francisco-Studie: Dort hielten sich ebenfalls nur 7 % (35 TN) der 502 Befragten aus unterschiedlichen Branchen für nicht kreativ. Dieses Ergebnis impliziert, dass **das Gros der Berufstätigen über ein kreatives Potenzial verfügt,** dieses jedoch im Arbeitsumfeld nicht vollumfänglich genutzt wird.



 © IQudo, 2026

Wo haben Sie Ihre besten Ideen?

Bemerkenswert ist die Zunahme der Jobkreativen: **37,4 %** (58 TN) gaben an, ihre besten Ideen im Büro zu finden. Dies stellt ein Wachstum von **124 %** im Vergleich zur San-Francisco-Studie dar. Auffällig ist ferner, dass Pendeln/Autofahren mit 45,2 % (70 TN) die meistgenannte Aktivität zur Ideenfindung ist. Dies lässt sich möglicherweise auf die dezentrale Lage des *Mercedes-Benz Technology Centers* in Sindelfingen zurückführen. Auf Platz zwei folgt „**mit Freunden unterhalten**“ (59 TN; 38,1 %). Dies unterstreicht, wie wichtig persönliche Beziehungen für die individuelle Kreativität sind.



Warum haben Sie Ihre besten Ideen im Büro?

Auch die Chemie zwischen den Ingenieuren scheint ein entscheidender Faktor zu sein. So wurde „Inspirierende Kollegen“ mit 30 TN (51,7 %) als zweithäufigster Grund für plötzliche Geistesblitze im Job genannt. **Die Spitzenposition belegte jedoch „Leidenschaft für den Job“** (32 TN; 55,2 %). Dicht gefolgt von „Kreativität ist gefordert“ (29 TN; 50 %).

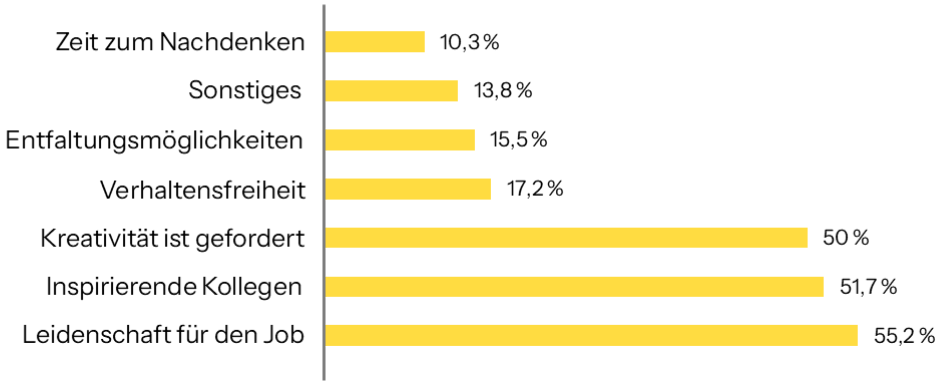
Überraschend war die Erkenntnis, dass die Raumgestaltung von keinem der Befragten als Grund für ihre besten Ideen im Job genannt wurde. Stattdessen zeigte sich, dass „Verhaltensfreiheit” (10 TN; 17,2 %) sowie auch „Entfaltungsmöglichkeiten” (9 TN; 15.5 %) vergleichsweise häufig als kreativitätsfördernde Faktoren genannt wurden. Diese bislang wenig erforschten Einflussfaktoren scheinen in der Praxis eine größere Bedeutung zu haben als vielfach angenommen. Sie wurden sogar häufiger erwähnt als die oft erwähnte „Zeit zum Nachdenken” (siehe auch Artikel: Frei wie ein Kind, Die News, September 2022).

Analog zur Befragung in San Francisco nannten die Jobunkreativen Ingenieure in Sindelfingen auch hier vor allem zeitliche Faktoren als kreativitätshemmend. An erster Stelle standen „keine Zeit/Stress“ (77 TN; 79,4 %), gefolgt von „zu viele Ablenkungen“ (61

 © IQudo, 2026

TN; 62,9 %). Mit deutlichem Abstand wurde die „Raumgestaltung“ (29 TN; 29,9 %) als dritthäufigster Grund für das Ausbleiben kreativer Ideen im Job genannt.

Warum haben Sie Ihre besten Ideen im Büro?

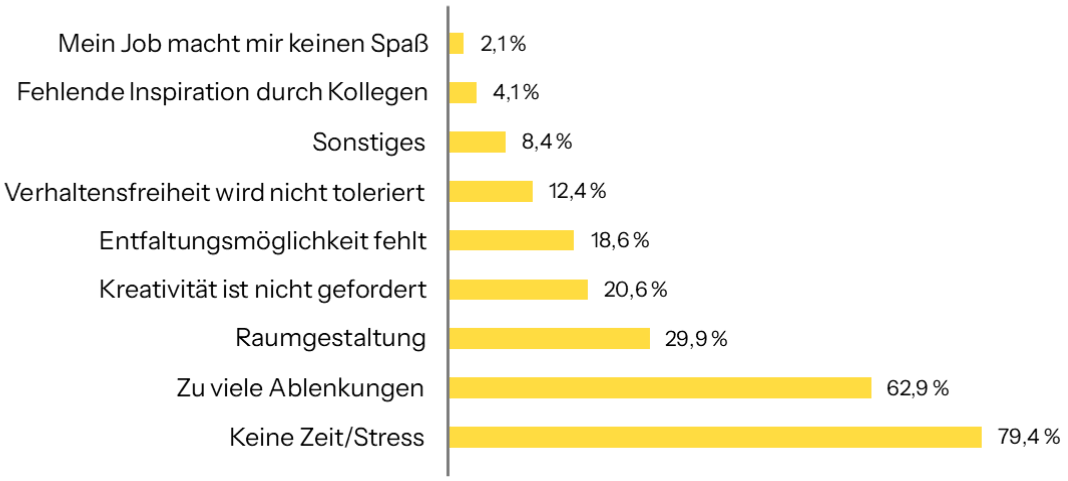


(Mehrfachnennungen waren möglich)

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht im Büro?

Auf den ersten Blick scheinen diese Ergebnisse erneut die gängige These zu stützen, dass unter Zeitdruck und Stress kreative Leistungen nur schwer möglich sind (Amabile, Hadley & Kramer, 2002). Betrachtet man jedoch die Situation im *Mercedes-Benz Technology Center* genauer, zeigt sich ein Widerspruch. Da Zeitdruck ein allgemein bekanntes Phänomen ist, dürfte dieser auch in der untersuchten Abteilung für die Ingenieure hoch sein. Somit auch für jene, die ihre besten Ideen trotzdem im Büro finden (58 TN; 37,4 %). Das zeigt: **Kreatives Arbeiten ist unter Zeitdruck möglich**. Die weit verbreitete Annahme, dass Kreativität von viel verfügbarer Zeit abhängt, sollte daher hinterfragt werden.

Warum haben Sie Ihre besten Ideen nicht im Büro?



(Mehrfachnennungen waren möglich)

 © IQudo, 2026

Um zusätzlich zu überprüfen, ob die verschiedenen Dimensionen der Chemie im Team tatsächlich Einfluss darauf haben, dass „inspirierende Kollegen“ als Quelle für Kreativität am Arbeitsplatz genannt werden, haben wir die 58 relevanten Antworten der Jobkreativen genauer analysiert. Dazu teilten wir die Gruppe in zwei Untergruppen:

- **Gruppe A** (30 Personen): nannte „inspirierende Kollegen“ als Quelle ihrer Kreativität am Arbeitsplatz.
- **Gruppe B** (28 Personen): nannte diesen Faktor nicht.

Für beide Gruppen berechneten wir Mittelwerte zu den folgenden Dimensionen:

- Freundschaften am Arbeitsplatz
- Vertrauen
- Stimmung
- Kommunikation

um so eine Kennzahl je Dimension zu erhalten. Anschließend führten wir einen T-Test durch, um die Mittelwertunterschiede der Gruppen auf statistische Signifikanz zu prüfen.

Das Ergebnis war überraschend, denn bei allen untersuchten Dimensionen („Freundschaften am Arbeitsplatz“, „Vertrauen“, „Stimmung“ und „Kommunikation“) zeigte sich das gleiche Muster: Mittelwert Gruppe A $\leq$ Mittelwert Gruppe B. Statt die erwarteten positiven Zusammenhänge zu bestätigen, deuteten die Werte sogar eher in die entgegengesetzte Richtung. Für „Vertrauen“, „Kommunikation“ und „Stimmung“ waren die Unterschiede allerdings statistisch nicht signifikant. Unsere Hypothesen konnten daher nicht bestätigt werden. Für die Dimension „Freundschaften am Arbeitsplatz“ lag hingegen ein signifikanter Wert im Sinne einer Falsifizierung vor. Ein höherer Wert für Freundschaften am Arbeitsplatz ging nicht mit einer höheren Wahrscheinlichkeit einher, dass „inspirierende Kollegen“ als Quelle für Kreativität genannt wurden.

Diese Ergebnisse könnten verschiedene Gründe haben.

- **Verkürzte Fragebögen:** Die Indikatoren zu Freundschaft, Vertrauen, Stimmung und Kommunikation wurden nicht vollständig aus validierten Fragebögen übernommen, sondern aus Platz- und Zeitgründen gekürzt. Das schränkt die Aussagekraft der Kennzahlen ein.
- **Begriffliche Unschärfe:** Zentrale Begriffe wie „Freundschaft“ oder „informeller Austausch“ wurden bewusst nicht definiert, um den Fragebogen kurz und abbruchsicher zu halten. Das erhöhte jedoch die Subjektivität: Teilnehmende könnten z. B. eine jährliche Weihnachtsfeier unterschiedlich deuten, da sie für manche Befragten als „Treffen in der Freizeit“ zählen und für andere nicht.

 © IQudo, 2026

- **Kleine Datenbasis:** Insgesamt standen nur 58 verwertbare Fälle zur Verfügung. Für einzelne Kennzahlen waren es sogar noch weniger, da nur vollständig ausgefüllte Items in die Berechnung eingingen. Diese geringe Fallzahl erhöht die Anfälligkeit gegenüber Verzerrungen und Ausreißern und reduziert die statistische Teststärke.

Damit liefern die Ergebnisse zwar wertvolle Hinweise, sie zeigen aber auch die methodischen Grenzen auf.

Erkenntnis

"Aha"-Momente am Arbeitsplatz entstehen weniger durch Raumgestaltung oder genügend Zeit zum Nachdenken, sondern vielmehr durch intrinsische Motivation, Verhaltensfreiheit, Entfaltungsmöglichkeiten und eine Führung, die kreative Lösungen einfordert.

Grafische Zusammenfassung der Ergebnisse

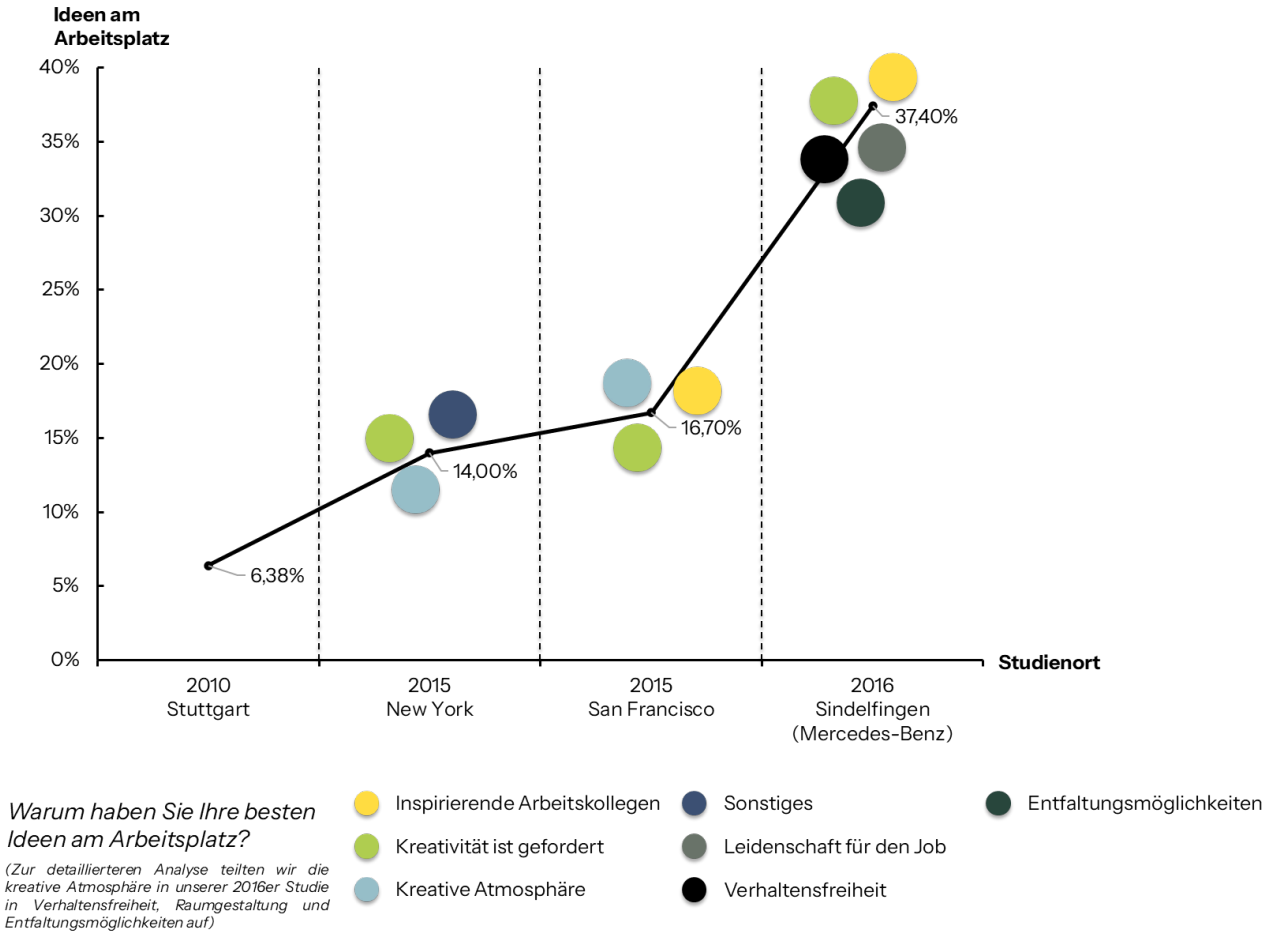


Abbildung 1: Studienergebnisse 2010-2016

 © IQudo, 2026

Sechs Erkenntnisse aus vier Studien

In Stuttgart gaben 2011 nur 6,4 % der Befragten an, ihre besten Ideen während der Arbeit zu entwickeln. 2015 stieg der Anteil in New York und San Francisco bereits auf 14 % bzw. 16,7 %. Bei der Befragung von Ingenieuren bei Mercedes-Benz in Sindelfingen 2016 lag der Wert sogar bei 37,4 %. Dies zeigt: Kreativität am Arbeitsplatz ist keineswegs die Ausnahme, sie benötigt lediglich die richtigen Rahmenbedingungen.

Aus den vier Studien können wir **sechs Erkenntnisse** für kreatives Arbeiten ableiten:

1. **Freie Zeit scheint nur eine untergeordnete Rolle zu spielen**. Auch unter hoher Belastung gelingt es vielen, am Arbeitsplatz kreativ zu sein. Damit relativieren die Ergebnisse die weit verbreitete Annahme, Kreativität sei nur in Ruhephasen möglich.
2. Schön gestaltete Arbeitsräume allein machen noch keine kreative Atmosphäre. Viel wichtiger ist, **wie man sich in den Räumen verhalten darf**. Ist zum Beispiel ein Mittagsschlaf erlaubt oder eine Runde Sport zwischendurch?
3. Entfaltungsmöglichkeiten, wie die **freie Wahl von Projekten** oder der Wechsel in neue Abteilungen, unterstützen die intrinsische Motivation und fördern kreative Leistungen.
4. Teamchemie ist von zentraler Bedeutung: Vertrauen, Kommunikation und **inspirierende Kollegen fördern den Einfallsreichtum** maßgeblich. Damit erweist sich Kreativität vor allem als ein soziokulturelles Phänomen.
5. Führungskräfte, die **aktiv kreative Lösungen einfordern**, stimulieren den Einfallsreichtum ihres Teams. Dies zeigt, dass das Management mehr Verantwortung für die Kreativität der Mitarbeiter trägt, als oft angenommen.
6. Die **intrinsische Motivation des Einzelnen ist entscheidend** für "Aha"-Momente am Schreibtisch.

Das heißt, nur in die Gestaltung der Räume oder in Zeitbudgets zu investieren, greift zu kurz. Effektiver ist es, eine Vertrauenskultur zu schaffen, in der Kollegen sich gerne austauschen und in der Leistungsträger sich frei verhalten sowie entfalten können.

Ebenso wichtig ist eine Führungspersönlichkeit, die kreative Lösungen einfordert und selbst durch geniale Ideen beeindruckt. Wer im Führungsalltag vorschnell mit der Totschlag-Floskel *"Das ist alternativlos"* eine naheliegende Lösung rechtfertigt, könnte die eigene Problemlösungskompetenz weiterentwickeln und sich gezielt mit kreativen Köpfen umgeben, die andere Perspektiven einbringen und neue Lösungswege eröffnen.

 © IQudo, 2026

Literaturverzeichnis

Amabile, T. M., Hadley, C. N., & Kramer, S. J. (2002, August). Creativity Under the Gun. Harvard Business Review, 80(8), S. 52-61.

Berman, E. M., West, J. P., & Richter Jr., M. N. (2002). Workplace Relations: Friendship Patterns and Consequences (According to Managers). Public Administration Review, 62(2), S. 217-230.

Chen, C.-Y., Mao, H. Y., Hsieh, A. T., Liu, L.-L., & Yen, C.-H. (2013). The relationship among interactive justice, leader–member exchange, and workplace friendship. The Social Science Journal, 50, S. 89-95.

Kind, T. (2016). Interpersonelle Chemie und deren Einfluss auf die organisationale Kreativität. Masterarbeit, EnTechnon, Karlsruher Institut für Technologie.

Seelig, T. (2012). InGenius: A Crash Course on Creativity. HarperCollins, New York, S. 101.

Veröffentlichungen

Ideenfindungsstudie 2010, Stuttgart

WirtschaftsWoche. Alles außer gewöhnlich. (07/2010)

Ideenfindungsstudien 2015, New York & San Francisco

Harvard Business Manager. Inspirer' mich, Kollege. (01/2016)

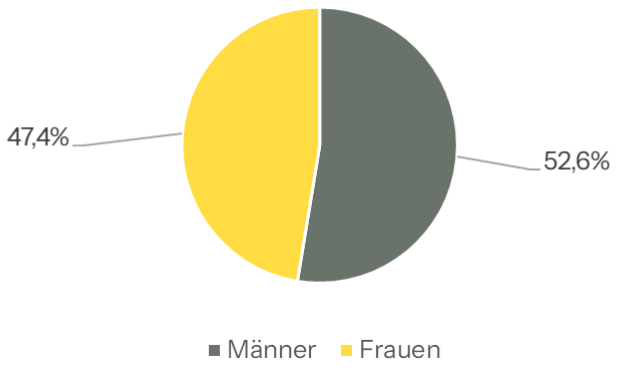
Ideenfindungsstudie 2016, Mercedes-Benz, Sindelfingen

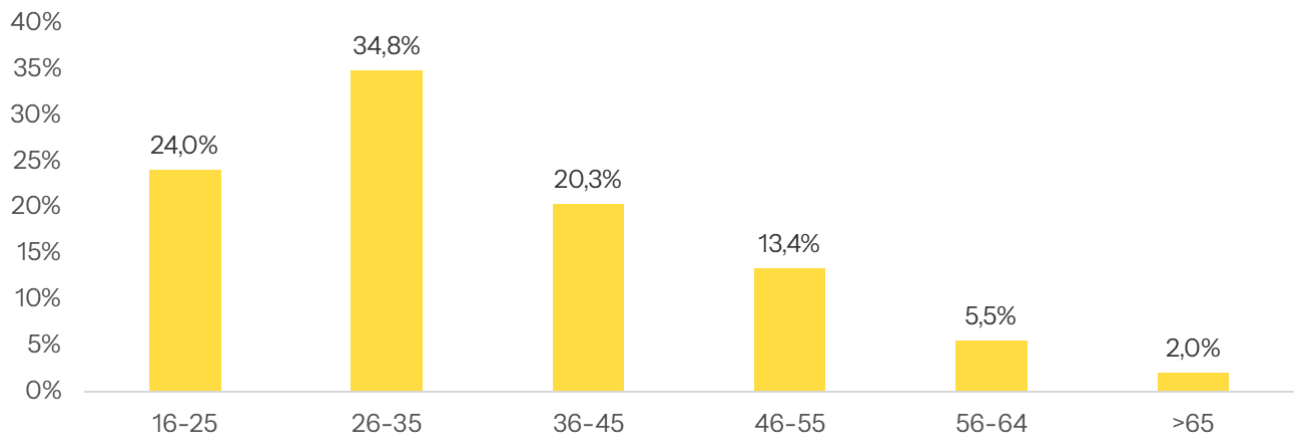
OrganisationsEntwicklung. Kreativität im Büro — neu erforscht. (03/2020)

 © IQudo, 2026

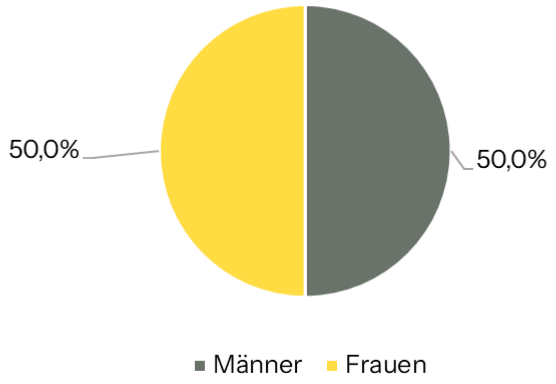
Weitere Umfragedaten

New York 2015

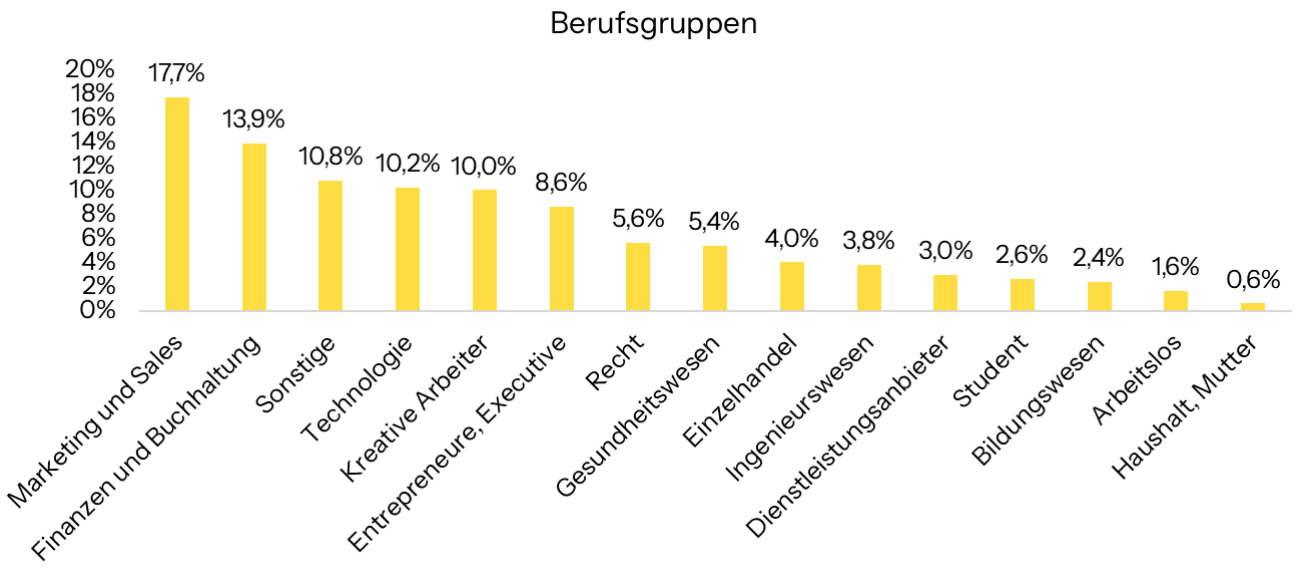


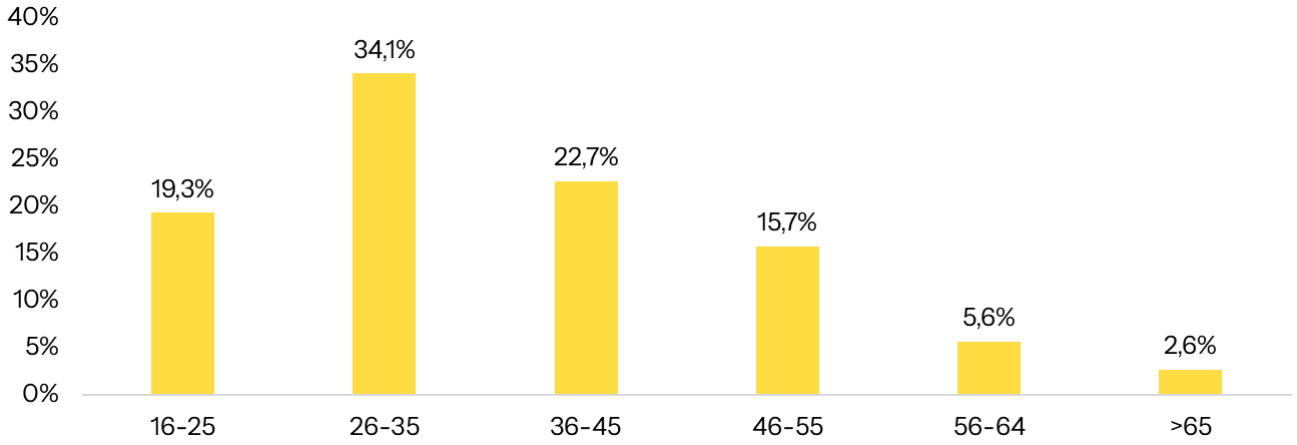


San Francisco 2015

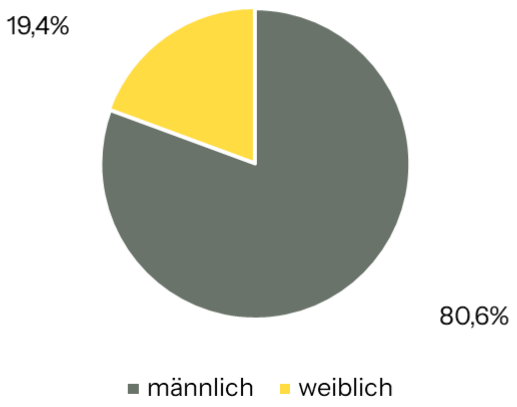


© IQudo, 2026

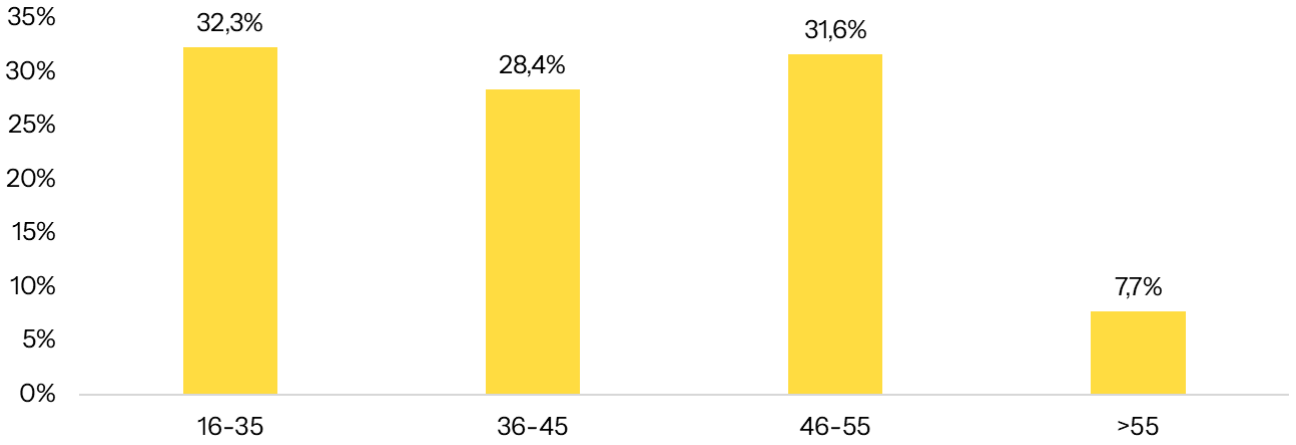


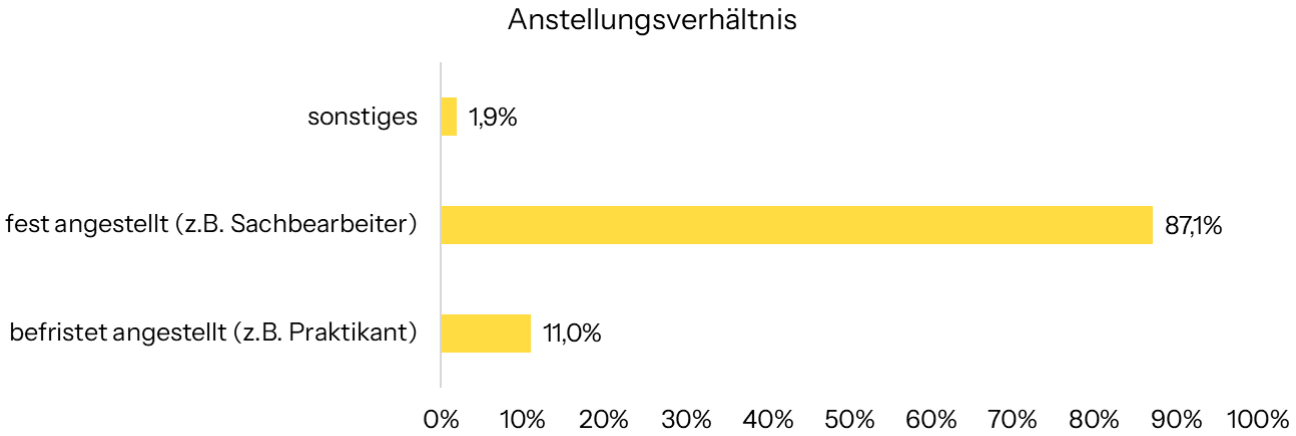


Sindelfingen Mercedes-Benz Center 2016



© IQudo, 2026





Kontakt

Für Rückfragen zur Studie, Anregungen oder neue Denkimpulse stehen wir gerne zur Verfügung.

IQudo® Creativity Consultancy
Email: mail[at]iqudo[dot]com
IQudo.com | Linkedin

\\ rethink creativity \\

 © IQudo, 2026