

Die Sprechblasenmethode – So kommen Sie auf neue Ideen –

Gastbeitrag von Anne M. Schüller

Um in Postcorona-Zeiten erfolgreich zu sein, brauchen die Unternehmen jetzt Mitarbeiter mit innovativen Gedanken, Mut und Tatendrang. Solche Menschen werden interne Quer- und Weiterdenker oder bisweilen auch Organisationsrebell genannt. Sie sind Wachrüttler, Infragesteller, Andersmacher, Vorwärtsbringer, Zukunftsgestalter. Sie sprühen vor Ideen, wie man das, was in die Jahre gekommen ist, besser machen könnte, sollte und müsste.

Der neue Trend: Individualisierung, Emotionalisierung, Erlebnisse

Früher hatten alle die gleiche Schallplatte, heute hat jeder seine ganz persönliche Playlist. Was bedeutet: Die Kunden von heute wollen keine Massenprodukte und Gleichmacherei, sondern Originalität, Unikate und zudem Varianz. Individualisierung, Emotionalisierung und Erlebnisse sind fortan die ganz großen Trends. Wer auf diese Kundenbedürfnisse eingeht, sorgt für Loyalität, für Weiterempfehlungen und für Aufpreisbereitschaft.

Will man sich also aus der Belanglosigkeit lösen, braucht es ständig neue Ideen – von Menschen, die außergewöhnliche Dinge denken und tun. Indem man die „Ideenfunken“ seiner internen Freigeister einfallsreich nutzt, macht man sich spannend – und damit begehrt. Man kann gar nicht genug verrückte Ideen haben, um seine Kunden immer wieder neu zu betören. Und man braucht viele solcher Ideen. Denn nur, wer viel würfelt, der würfelt am Ende auch Sechser.

„Meine Mitarbeiter haben aber keine guten Ideen“, meinte neulich einer. Manche Obere glauben tatsächlich noch immer, sie müssten alles selbst am besten wissen und ihren Leuten sagen, wie die Dinge zu laufen haben. Sie können sich schlecht auf fremde Sichtweisen einlassen und nur schwer akzeptieren, wenn auch andere mit Einfällen glänzen. Dabei gelingt es am besten gemeinsam, Ideen zu entwickeln, die zuvor noch niemand hatte, und auf die man allein nicht gekommen wäre.

Die „Weisheit der Vielen“

Mitarbeiter geben ihre Ideen nur dann preis, wenn sie glauben, dass diese Wertschätzung erfahren. Und wenn sie wissen, dass Fehler kein Beinbruch sind. Denn Fehler sind der Preis für Evolution und Innovation. Fehler machen bedeutet: Üben, um siegen zu lernen. Darüber hinaus helfen pfiffige Vorgehensweisen, um das unternehmerische Vorankommen mithilfe weiterdenkender Mitarbeiter zu initiieren.

Mit der Sprechblasenmethode stößt man Verbesserungsinitiativen an

Wer Überholtes loswerden und Verbesserungspotenzial zeitnah einfangen will, braucht die richtigen Fragen. Versuchen Sie es doch mal mit der Sprechblasen-Methode: Dazu malt man Sprechblasen, die sich gegenüberstehen, eine links und drei rechts. In die linke kommt eine ausgewählte Frage aus der folgenden Liste, in die rechten setzen die Befragten ihre Antworten ein.

- Die Goldstück-Frage: Welches sind die drei umsatzträchtigsten oder auch kostensparendsten Ideen, die Sie für uns hätten?
- Die Sternenstaub-Frage: Welches sind Ihre drei verrücktesten/emotionalsten Ideen, die wir bei unseren Kunden umsetzen könnten?
- Die Trüffelschwein-Frage: Welches sind die drei innovativsten Dinge, die wir schnellstmöglich einführen sollten?
- Die Killer-Frage: Wenn es einen Sensemann gäbe, welches wären die drei Dinge, die er unbedingt dahinraffen müsste?
- Die Ufo-Frage: Wenn Sie ein Außerirdischer wären, welche drei Dinge kämen Ihnen bei uns besonders merkwürdig vor?
- Die Forum-Frage: Wenn wir ein Forum hätten mit dem Namen „Was bei uns



total nervt“, welches wären die drei Hauptdiskussionspunkte?

- Die Kaffeemaschinen-Frage: Wenn unsere Kaffeemaschine sprechen könnte, was würde ihr bei unserem Miteinander am meisten missfallen? Und was würde ihr am besten gefallen? (dazu zweimal drei Sprechblasen)

Die Sprechblasen-Methode kann offen oder anonymisiert eingesetzt werden. Hierbei befragt man die Mitarbeiter einzeln – oder die Anwesenden im Rahmen eines Meetings.

Umsetzungsmaßnahmen von den Mitarbeitern erarbeiten lassen

Im Rahmen eines Meetings bittet man die Anwesenden darum, ihre Antworten auf Haftzettel oder Moderatorenkärtchen zu schreiben und dann an eine umgedrehte Pinnwand zu heften. Sie werden sich wundern, wie auf einmal die Funken sprühen und was so alles zusammenkommt. Denn dieser Ansatz hat etwas Verspieltes und fordert die Kreativität geradezu heraus. Maßnahmenkataloge entstehen mithilfe dieser Methode fast wie von selbst. Ist die Ideensammlung komplett, wird eine Priorisierung vorgenommen. Danach machen sich Dreier-Teams an die Arbeit, um Unpassendes abzuschaffen und neue Ideen umzusetzen. Zum Start fängt man am besten dort an, wo sich am schnellsten etwas bewegen lässt. Dann hat man erste Erfolgserlebnisse – und bekommt Lust auf mehr.



„Querdenker verzweifelt gesucht“ von Anne M. Schüller; GABAL Verlag; 240 Seiten; 29,90 EUR