

Mittwoch, 23. Mai 2012

## **Wie kommt man an gute Ideen? Wie kommt man zu guten Ideen?**

Oft werde ich gefragt: «Wie kommst du immer an diese guten Ideen?» Und vor allem so schnell. Die Frage suggeriert, dass dies ganz einfach gehen muss. Was leider zur Folge hat daß das, was einfach und schnell geht, nicht teuer sein kann. Da liegt leider der Hase im Pfeffer. Ich verdiene mehr Geld, wenn ich mich blöd anstelle. Wenn mir nicht gleich die Idee kommt, sondern wenn ich 3 Wochen verstreichen lasse. Und dann eine 120 Seiten Präsentation als Vorlauf zum Besten gebe. Dann ist meine Wertschöpfung am Größten. Obwohl ich die Idee eigentlich schon längst habe. Aber meine Berater haben mir unter Androhung von Folter und öffentlicher, peinlicher Bloßstellung geraten, die Füße still zu halten. Und da ich ja ein netter Mensch bin, mache ich das. So sitze ich beim Kunden und beisse mir auf die Unterlippe. Verkneife es mir, die Idee gleich rauszuposauen. Es ist eh schwer genug, die Idee im Kopf zu behalten. Und nicht zu vergessen. Darum schreibe ich mir diese im Meeting meist unbeobachtet, schemenhaft, unleserlich in Hyroglyphen auf. Was manchmal zur Folge hat, dass ich mein eigenes Gekritzel nicht mehr erkenne. An gute Ideen kommt man, wenn man zum einen einen großen Erfahrungsschatz im Kopf hat. Und zum anderen bereit ist, auf diesen komplett zu verzichten, weil einem etwas Neues viel besser, passender und richtiger vorkommt. Gute Ideen kommen aus der Vergangenheit und schießen dann über die Gegenwart hinaus in die Zukunft. Und sie kommen aus dem großen Fundus der Intuition. Es ist so, als ob man etwas am Strand findet und dann erst überlegt, was das sein könnte. Eine Musik, die einem unglaublich gut gefällt und dann setzt erst die Logik ein: Von wem könnte das sein. Ein schönes Bild an der Wand, das einen in seinen Bann zieht. Erst dann geht man drauf zu und schaut, wer der Maler ist. Ein Essen, was einem köstlich schmeckt. Erst dann setzt die Neugierde ein zu erkunden, was denn da drin ist. Die gute Idee kommt aus dem freien Raum. Aus dem Nichts. Sie ist schwerelos. Sie kommt wie das Raumschiff Enterprise im Vorspann aus dem Nichts auf einen zu. Man nimmt alles auf, was einem an Aufgabenstellung, Problem, Hintergrund und allen weiteren Informationen zur Verfügung steht und dann setzt es sich wie ein Zauberwürfel wie von selbst zusammen. Man muss es nur zulassen. Nicht bewerten. Nicht darüber nachdenken. Und man muss die Fähigkeit besitzen, der ersten Idee zu glauben. Denn es ist die reinste, sauberste Idee, die auf maximaler Plausibilität beruht. Sollte die nicht gut sein, liegt das nicht an der Idee, sondern an fehlenden, oder fehlerhaften Informationen. Man muss Mozart schon sagen, dass er ein Requiem schreiben soll. Sonst kommt was Unpassendes für die anvisierte Angelegenheit bei raus. Die gute Idee berücksichtigt Unmengen von Parametern. Bei dem einen sind es mehr, bei dem anderen weniger. Das entscheidet meist über die Qualität von Ideen. Obwohl das nichts mit dem Alter zu tun hat, sondern mit dem Mut, völlig loslassen zu können, um im entscheidenden Augenblick zupacken zu können. Die gute Idee kommt aus einer anderen Richtung, woher die Aufgabenstellung kommt. Sie kommt von der Lösung und bewegt sich auf das Problem zu. Die gute Idee entsteht nicht aus dem Problem oder bewegt sich vom Problem auf die Lösung zu. Man muss frei im Kopf sein. Sonst geht das nicht. Man darf keinem gefallen wollen. Man darf niemandem ausser der Lösung förderlich sein wollen. Aber wie gesagt, die gute Idee, erscheint nur einfach. Es ist wie mit Ballett-Tänzern. Das sieht auch sehr einfach aus, wie die über den Bühnenboden zu schweben, zu fliegen scheinen. Mit welcher Leichtigkeit, mit welcher Eleganz einem das alles erscheint. Aber damit das so einfach aussieht, hat man sehr viele Jahre harter Arbeit investiert. Schade, dass die Verantwortlichen und die Gesellschaft diese Qualität nicht zu würdigen weiss, sondern genau das Gegenteil tut, diese Form von Leistung so gering wertschätzt. Man sollte mal 150 Kilo Coach-Potatoes ein Ballett tanzen lassen. Das Pendant dafür in der Werbung gibt es zu Genüge - Dilettanten gibt es ausreichend. Denn wer sich verkaufen kann, der kann auch schlechte Ideen verkaufen. Und das passiert oft. Denn meist haben schlechte Produkte auch schlechte Werbung. Wenn jemand denkt, es gibt aber viel schlechte Werbung, dann könnte es daran liegen, dass es vermehrt oder in der Überzahl auch schlechte Produkte gibt. Dieser Schluss ist zulässig.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 14:50