

UND



BAS KAST

PLÖTZLICH

MACHT  
ES

KLICK!

DAS HANDWERK DER KREATIVITÄT  
ODER WIE DIE GUTEN IDEEN IN DEN KOPF KOMMEN

S. FISCHER



Unverkäufliche Leseprobe aus:

**Bas Kast**

**Und plötzlich macht es KLICK!**

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

© S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main

# Inhalt

Einführung: Gute Ideen sind mehr als Geistesblitze • 9

## 1 Das Ungewohnte beflügelt die Phantasie

Eine Cafeteria mit schockierendem Angebot • 21

Kreativer frühstücken • 28

Kafka schärft den Verstand • 34

Wie gegrillter Aal das Denken lockern kann • 39

Zwei Sprachen, zwei Denkweisen • 48

Ein dickes Adressbuch erhöht das Risiko  
für gute Einfälle • 55

## 2 Mit der Entspannung kommen die Ideen

Im Meditationslabor • 65

Ein Gorilla wird unsichtbar • 72

Was Wodka, Schläfrigkeit und die Farbe Blau  
gemeinsam haben • 78

Wenn das Gehirn offline geht,  
kommt die Phantasie in Fahrt • 87

So arbeiten Genies • 97

Je mehr Alpha, desto origineller der Einfall • 101

Zu den Risiken und Nebenwirkungen  
der Ritalin-Gesellschaft • 109

### **3 Über die lebenslange Lust an der Neugier**

Kinder sind schöpferischer als Erwachsene –  
und umgekehrt • 119

Vom Schüler zum Entdecker:

Weniger Pädagogik ist mehr • 127

Feynmans Vater oder Eine Erziehung zu  
eigenständigem Denken • 132

Was einem verraten wird, kann man nicht mehr  
selbst herausfinden • 136

Wer übt, begabt sich selber • 147

### **4 Von der Gruppe zum kreativen Team**

»In der Savanne gab es auch keine Stockwerke« • 159

Ein Team von Stars ist nicht dasselbe  
wie ein Star-Team • 161

Wie man den Gruppen-IQ steigert • 165

Was tun mit Selbstdarstellern und Narzissten? • 172

Gutes Brainstorming, schlechtes Brainstorming • 176

Steve Jobs' Ein-Klo-Prinzip • 180

Sozialkompetente Gebäude • 184

Vom Wert gemeinsamer Kaffee- und Bierpausen • 191

Orte mit hohem Kreativitätsquotient • 192

## **5 Wie Sie Ihre eigene kreative Nische entdecken**

Genie – eine Sache von Talent oder Training? • 199

Der weltberühmte Komponist,  
der keine Noten lesen kann • 202

Was an kreativen Möglichkeiten in uns steckt,  
ist unvorhersagbar • 207

Vom Rebhuhnjäger zum revolutionären  
Wissenschaftler • 211

Woran erkenne ich, dass ich mein Ding  
gefunden habe? • 215

Schnittstellen sind Hotspots für das Neue • 222

In der Nische wirst du, wer du bist • 228

Anmerkungen • 235

Literatur • 247

Bildnachweis • 256

Danksagung • 257

Personen- und Sachregister • 258



## Einführung: Gute Ideen sind mehr als Geistesblitze

Es war ein Februarnachmittag 2013, ich stand in einem Laborraum der Universität Nimwegen, als es bei mir *klick!* machte. Ein Computerprogrammierer vom benachbarten Max-Planck-Institut hatte mir soeben seine 30 000-Euro-Datenbrille über den Kopf gestülpt. Ein Knopfdruck, und ich würde in eine andere Welt katapultiert werden. Eine Welt, die eigens dazu geschaffen worden war, meine allzu eingefahrenen, starren Denkstrukturen aufzulockern.

Eine junge deutsche Forscherin – Sie werden sie gleich im ersten Kapitel kennenlernen – hatte verkündet, dass sich gute Ideen gezielt hervorbringen lassen. Nicht durch irgendein mystisches Verfahren, eine esoterische Reise ins Ich, sondern mit Hilfe von Technik und Wissenschaft. Ihre Hypothese: Die Routinen des Alltags, die unser Leben beherrschen, lulen das Gehirn ein. Damit wir wieder mit frischem Blick auf die Welt sehen, müssen wir unser Gehirn in Situationen versetzen, in denen es mit seinem Latein am Ende ist. Man muss das Gehirn schockieren. Die Erschütterung regt dazu an, neu zu denken, anders als zuvor, jenseits unserer alten, verkrusteten Konventionen. Wir werden, mit einem Wort, kreativer.

Ich war skeptisch. Eine Datenbrille, teurer als ein durchschnittlicher PKW, ein Laborraum gefüllt mit für das menschliche Auge unsichtbarem Infrarotlicht, und dann irgendwelche virtuelle Welten mit fliegenden Flaschen, in die ich eintauchen würde: Es klang alles ein bisschen zu sehr



nach einer Mischung aus Science-Fiction und jenem hartnäckigen Mythos, demzufolge wir nur zehn Prozent unseres Gehirnpotentials nutzen, und jetzt hätte jemand einen wundersamen Weg gefunden, den schlummernden Rest aus seinem Dornröschenschlaf zu wecken.

Ich zweifelte, kannte aber den Chef des Labors, Ap Dijksterhuis, eine Koryphäe der modernen psychologischen Forschung. Ich hatte ihn vor Jahren einmal besucht, nachdem er im angesehenen US-Wissenschaftsmagazin *Science* erstmals experimentelle Belege dafür präsentiert hatte, dass auch das Unbewusste denken kann, teils sogar besser als der bewusste Verstand.<sup>1</sup> Also hatte ich mich ins Auto gesetzt und war nach Nimwegen gefahren.

Ich wusste es zu dem Zeitpunkt nicht, aber mit dieser harmlosen Fahrt hatte ich mich auf eine Reise begeben, von der ich erst Monate später zurückkehren sollte – ja, ich verwickelte mich in eine Recherche, die mich von einer Forschungsstation und Fragestellung zur nächsten führte. Denn was ich in dem Labor vorfand, war nicht nur eine bizarre virtuelle Welt, in der Flaschen fliegen können und Koffer verschwinden, wenn man ihnen zu nahe kommt. Nein, ich stieß auf etwas weitaus Faszinierenderes: Ich entdeckte eine vollkommen neue Perspektive auf ein uraltes Rätsel – das Rätsel der menschlichen Kreativität.

Wie kommen wir auf gute, originelle, aufkreative Ideen? Wer sich für diese Frage interessiert, und zwar auf eine handfeste Weise, der sieht sich mit einem erschlagenden Überangebot von Tipps und Tricks, von Ratschlägen, Büchern, Kreativitätsseminaren und Innovationsworkshops konfrontiert.

Beißt man sich ein wenig durch dieses bunte Büfett hindurch, wird bald klar, dass die Grundingredienz nahezu immer die gleiche ist: Irgendjemand, ein Experte, Coach oder Guru, hat einen Algorithmus, einen Fünfpunkteplan, kurz eine »Kreativitätstechnik« mit meist exotisch-eindrucksvollem Namen in petto, die uns mehr oder weniger im Handumdrehen in die Lage versetzen soll, um die Ecke zu denken. Kreativität wird dabei fast als etwas Mechanisches dargestellt, wie die Arbeit in einer Werkstatt, und was uns fehlt – nicht aber dem Guru, praktischerweise –, ist das richtige geistige Werkzeug. Manche empfehlen zum Beispiel, sich in kleinen Gruppen verschiedenfarbige Hüte aufzusetzen (die sogenannten *Denkhüte* von *De Bono*), viele schwören aufs *Brainstorming*, andere aufs *Mindmapping*, auf die *Morphologische Matrix*, die *Reizwortanalyse*, die *Osborn-Checkliste*, die *Methode 635*, die *Kopfstandtechnik*, die *Walt-Disney-Methode* oder eine *Synektik-Sitzung*.

Ich bin kein militanter Gegner dieser Vorschläge. Ganz im Gegenteil glaube ich, dass es ausgesprochen gewinnbringend sein kann, Kreativität als eine Art Handwerk zu verstehen, das sich bis zu einem gewissen Grad – wenn auch aus meiner Sicht indirekt – erlernen lässt. Das Problem dieser »Werkzeuge« ist ein anderes. Erstens fällt auf, dass die allermeisten bahnbrechenden Ideen, originellen Schöpfungen und Erfindungen der Geschichte nicht mit Hilfe irgendeiner dieser Verfahren hervorgebracht wurden, polemisch ausgedrückt:

Beethovens Neunte war nicht das wohlklingende Resultat einer Synektik-Sitzung. Im wirklichen Leben scheint die Geburt des Neuen nach ganz anderen Spielregeln abzulaufen, als es diese Methoden suggerieren. Sollte uns das nicht zumindest zu denken geben?

Das aber ist noch nicht das Entscheidende. Das Entscheidende ist: Letztlich weiß niemand, was diese Techniken taugen. Ihre Erfinder haben sich nie die Mühe gemacht, ihre Wirksamkeit einer objektiven Prüfung zu unterziehen. Dort, wo Forscher dies für sie getan haben, am rigorosesten beim Brainstorming, fallen die Ergebnisse, vorsichtig formuliert, durchwachsen aus – mehr dazu in Kapitel 4. Die Wirksamkeit der herkömmlichen »Kreativitätstechniken« ist im Großen und Ganzen nicht erwiesen. Trotzdem erfreuen sie sich einer erstaunlichen Popularität.

Man könnte versucht sein, dieses Missverhältnis mit einer eigentümlichen Ignoranz der Beteiligten zu erklären. Doch es ist viel einfacher: Es liegt vor allem daran, dass lange Zeit schlicht keine Alternativen in Sicht waren. Wer sich dem schöpferischen Prozess nüchtern-sachlich nähern wollte (und nicht bereit war, sich einen Stereokopfhörer mit epileptisch anmutenden – »binauralen« – Klängen aufzusetzen, um einen okkulten Trip zum inneren Künstler anzutreten), dem blieb wohl oder übel wenig anderes übrig, als sich jenen »Kreativitätstechniken« zuzuwenden.

Diese Situation hat sich radikal geändert. In den vergangenen Jahren hat sich auch die Wissenschaft dem rätselhaften, schwer zu messenden Phänomen der Kreativität zugewandt, und zwar in nie zuvor gekanntem Ausmaß.

Schon im 20. Jahrhundert gab es die ersten Bemühungen

in diese Richtung, angefangen übrigens in den 1930er Jahren in Deutschland, unter anderem mit dem Berliner Psychologen Karl Duncker – seinem berühmten »Kerzenproblem« können Sie sich auf Seite 43 stellen. Mit der Etablierung der Kognitions- und Neurowissenschaften rückte die Kreativität dann von einem nicht ganz erstgenommenen Außen-seiterthema zunehmend ins Zentrum der psychologischen Forschung. Dieser Trend hält bis heute an: Die meisten maßgeblichen Studien, die dieses Buch prägen, stammen aus den letzten drei, vier Jahren.

Das Erlblühen dieser Forschung hat nicht nur zu einem neuen Verständnis von Kreativität geführt. Aus den mittlerweile unzähligen Einzelbefunden lassen sich auch erstmals empirisch überprüfbare Grundfaktoren des schöpferischen Denkens herauskristallisieren, »Erfolgszutaten der Kreativität«, wenn man so will, die ihre Wirkung unter Beweis gestellt haben.

Für dieses Buch habe ich diese Erfolgsfaktoren gesammelt und zusammengefasst. Nachdem ich einigermaßen unversehrt wieder aus Nimwegen zurückgekehrt war, habe ich mich in Dutzende und Aberdutzende von wissenschaftlichen Studien vertieft. Es erscheinen wöchentlich neue, und manche sind überzeugender als andere. Die schiere Fülle ermöglicht eine strenge Auswahl. So habe ich einen Großteil der Studien verworfen, sei es, weil sie lediglich von rein theoretischem Interesse waren oder weil die Ergebnisse (bisher) nicht bestätigt werden konnten, andere Untersuchungen wiederum waren methodisch oder inhaltlich nicht überzeugend. Dort, wo ich skeptisch war und bin und die Studie trotzdem beschreibe, werde ich diese Skepsis zum Ausdruck bringen.

Zum Glück jedoch war es nicht nur ein einsames Papierstudium, das ich betrieben habe. Ich bin zu Forschungsstätten gepilgert und habe mit den Experten diskutiert, in erster Linie Kognitionspsychologen und Hirnforschern (manche Frage führte aber auch dazu, dass ich mich an eine Linguistin, Architektin oder an einen Komponisten wenden musste). Wenn sich die Gelegenheit bot, habe ich mich den Wissenschaftlern als Versuchskaninchen zur Verfügung gestellt und an ihren Experimenten teilgenommen, um deren Effekte am eigenen Leib zu erleben – ich habe meditiert, hyperventiliert, mein Gehirn verkabeln lassen und sogar mein Brot andersherum geschmiert.

Nach und nach wurde mir vor Augen geführt, wie facettenreich und umfassend das Phänomen der Kreativität tatsächlich ist. Kreativität ist nicht etwas, das sich klischeehaft auf Künstler, Werbeleute und Designer mit dicken schwarzen Hornbrillen beschränkt. Wir sprechen von »kreativen Jobs« und »kreativen Köpfen« (vermutlich im Gegensatz zu all den vermeintlich unkreativen Jobs und den Holzköpfen, von denen es da draußen wimmelt) oder von »kreativen Hobbys«, womit wir typischerweise Aktivitäten meinen wie Malen, Basteln oder Fotografie. Dabei kann man so gut wie jeden Beruf und jedes Hobby mehr oder weniger kreativ ausüben. Wer eine Canon Eos Spiegelreflexkamera mit 50 Millimeter Festbrennweite in die Hand nimmt, ist nicht automatisch kreativ. Umgekehrt können eine Hausfrau, ein Sportler oder ein Steuerberater ebenfalls ungeheuer kreativ sein, auch wenn mein Steuerberater natürlich nicht dazugehört.

Gute Ideen sind kein Exklusivprivileg einiger weniger Ausnahmemenschen mit direktem Draht zu den Musen. Kreativ zu sein, ist eine Grundeigenschaft des Gehirns. Es

gibt kein menschliches Gehirn, dem die schöpferischen Fähigkeiten, die Phantasie und der Einfallsreichtum völlig fehlen. Mit der Kreativität verhält es sich eher so wie mit dem Körpergewicht: Manche mögen ein paar Kilo mehr auf die Waage bringen als andere, aber es gibt keinen Menschen ohne Körpergewicht, und es handelt sich dabei auch nicht um eine ein für alle Mal fixierte Größe.

Dies ist die Grundannahme der Kreativitätswissenschaft, und sie wirft unweigerlich Fragen auf: Wenn Kreativität in jedem Gehirn angelegt ist, warum sind manche Menschen dann trotzdem einfallsreicher als andere? Entstehen schöpferische Leistungen hauptsächlich durch hartnäckiges Üben, aus Schweiß und fachlicher Expertise? Oder ist es umgekehrt: Sind wir als Kinder alle kreativ, werden dann aber Stück für Stück zum Konformismus erzogen? Und wenn ja, wie ließe sich gegensteuern? Was kann man tun, um die eigene Phantasie zu entfesseln?

Für die Beantwortung dieser und vieler weiterer Fragen werde ich mich zwar primär auf wissenschaftliche Untersuchungen stützen, die Wissenschaft ist aber nicht die einzige Erkenntnisquelle, die ich verwenden werde. Um die Laborbefunde gewissermaßen einem Praxistauglichkeitstest zu unterziehen, habe ich sie, wo immer es möglich war, mit Beobachtungen aus dem Leben abgeglichen, etwa mit Erkenntnissen über den Arbeitsstil hochkreativer Menschen. Ziel ist es, das wissenschaftlich Stichhaltige mit dem praktisch Umsetzbaren zu kombinieren.

Dazu ein Beispiel: Mehrere neue Experimente offenbaren, dass sich kreative Aha-Erlebnisse vor allem in jenen Momenten einstellen, in denen wir uns entspannen und mental loslassen. Unser Gehirn geht dann in einen ganz

bestimmten Aktivitätsmodus über, einen »Offline-Modus«, den wir uns in Kapitel 2 noch genauer ansehen werden. In diesem neuronalen Bummelzustand, der unsere Gedanken auf eine spontane Wanderschaft schickt, greift unsere Phantasie Raum: Ungewöhnliche Assoziationen und Einfälle bekommen nun am ehesten eine Chance, in unserem Kopf aufzublitzen. Kein Wunder also, dass viele hochkreative Menschen aus den unterschiedlichsten Zeiten, Kulturen und Disziplinen – von Tschaikowski bis Haruki Murakami – häufig bewusst längere Pausen in ihren Arbeitsalltag eingebaut haben und einbauen, oft in Form eines (stundenlangen) Spaziergangs. Diese Pausen werden von ihnen als essentieller Teil der Arbeit verstanden. Sie sind tatsächlich eine »Kreativitätstechnik«, die auch Beethoven nutzte, und zwar täglich, und das aus guten Gründen.

In den ersten Kapiteln werde ich so die generellen »Gesetze« der Kreativität beleuchten, wie sie sich aus zahlreichen Tests und Einzelbeobachtungen destillieren lassen. Kreativität aber ist von ihrem Wesen her etwas höchst Individuelles. Sie manifestiert sich in jedem von uns auf einmalige Weise. Man kann den raffiniertesten Strategien folgen, die sich im Allgemeinen als noch so vielversprechend herausgestellt haben – sie werden nur begrenzt nützen, solange eine ausschlaggebende Zutat fehlt. Um uns über diesen Kreativitätsfaktor Klarheit zu verschaffen, werden wir zum Schluss einen Blick auf den Werdegang einiger besonders schöpferischer Menschen werfen: Wie haben sie zu ihren Höchstleistungen gefunden? Was können wir von ihren Erfolgsgeheimnissen lernen?

Sie werden sehen: Die kreativen Kräfte freizusetzen ist weit mehr als das Anwenden einer Technik, weit mehr auch

als ein spontaner Geistesblitz. Es verlangt eine gewisse Experimentierfreude, die Bereitschaft, bis an die Grenzen der eigenen Fähigkeiten zu gehen und vielleicht noch einen Tick darüber hinaus (das heißt, die Bereitschaft, mit seinen Versuchen gelegentlich danebenzuliegen und zu scheitern). Wie sich das realisieren lässt und worin die entscheidende Kreativitätszutat genau besteht, das erfahren Sie im letzten Kapitel.