

Entree

# Module

## Creativiteit

•Entreprenasium•

# Inleiding

<i>Inleiding</i>	2
<i>Opbrengst</i>	4
<i>Middelen</i>	8
<i>Strategie</i>	10

<i>Bijlagen</i>	
<i>Voorbeeld Aanpak</i>	12
<i>Voorbeeld Oogst</i>	14
<i>Voorbeeld Opzet</i>	15

## NUT Creativiteit

gebruik je als entrepreneur in verschillende situaties. Je gebruikt creativiteit om tot unieke producten/ oplossingen te komen waardoor je enthousiaste stakeholders aantrekt. Je gebruikt creativiteit ook in alledaagse dingen zoals bij de problemen waar je dagelijks tegenaan loopt. Voor al die dingen is het belangrijk dat je weet hoe creativiteit bij jou werkt en hoe je jouw creativiteit kunt stimuleren. Zelfkennis is dus een eerste stap in creativiteit.

**ONTDEKKEN** Omdat we je op het Entreprenasium ook de tijd gunnen om de creativiteit bij jezelf te ontdekken hebben we deze module opgedeeld in een leerlijn (zie het [programma](#) of pagina 8). Dit is de eerste module waar het er alleen om draait dat je achter de werking van jouw unieke creativiteit komt door eerst zelf een workshop daarover te volgen en vervolgens die workshop voor anderen te organiseren. Als je hebt ontdekt wie jij bent, hoe creativiteit bij jou werkt en hoe jij die creatieve spier bij jezelf kunt trainen, dan kun je de module IB Creativity volgen om te leren hoe je creativiteit inzet voor een project als entrepreneur.



**Onderwerp**

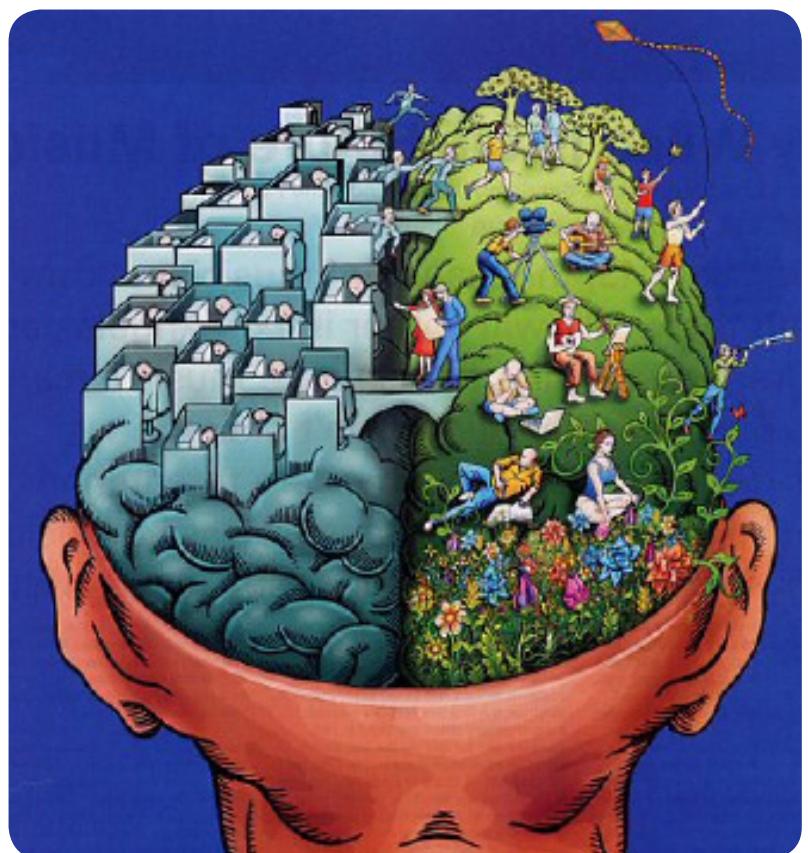
**CREATIVITEIT** Creativiteit is het leggen van nieuwe verbindingen tussen wat er al bestaat. Dit doe je vanuit jouw unieke manier van naar de wereld kijken. Jouw brein bestaat uit twee kanten. De linkerkant denkt linear vanuit de logica, de rechterkant denkt vanuit emotie en verbanden. Op school gebruiken we veel onze linkerhersenhalft. Op het Entreprenasium leer je hoe je jouw linker en rechterhersenhalft beter kunt laten samenwerken zodat je vernieuwend kunt zijn, vanuit jouw unieke passie, voor jouw bedrijf.

**STIMULEREN** Je kunt jouw brein trainen in creativiteit. Helaas is jouw brein ook eigenwijs en blijft die vaak zelf denken in vastgesleten gedachtenpartonen (de logica). Het enige wat je kunt doen, is zorgen dat je jezelf stimuleert tot creatievere oplossingen komt. Train jouw creatieve spier.

**INGREDIENTEN**

Je passie geeft je doorzettingsvermogen om tot een prefecte oplossing te komen, jouw eigenheid zet je in om tot unieke oplossingen te komen en de oefeningen zet je in om jouw creativiteit op te rekken en op te wekken.

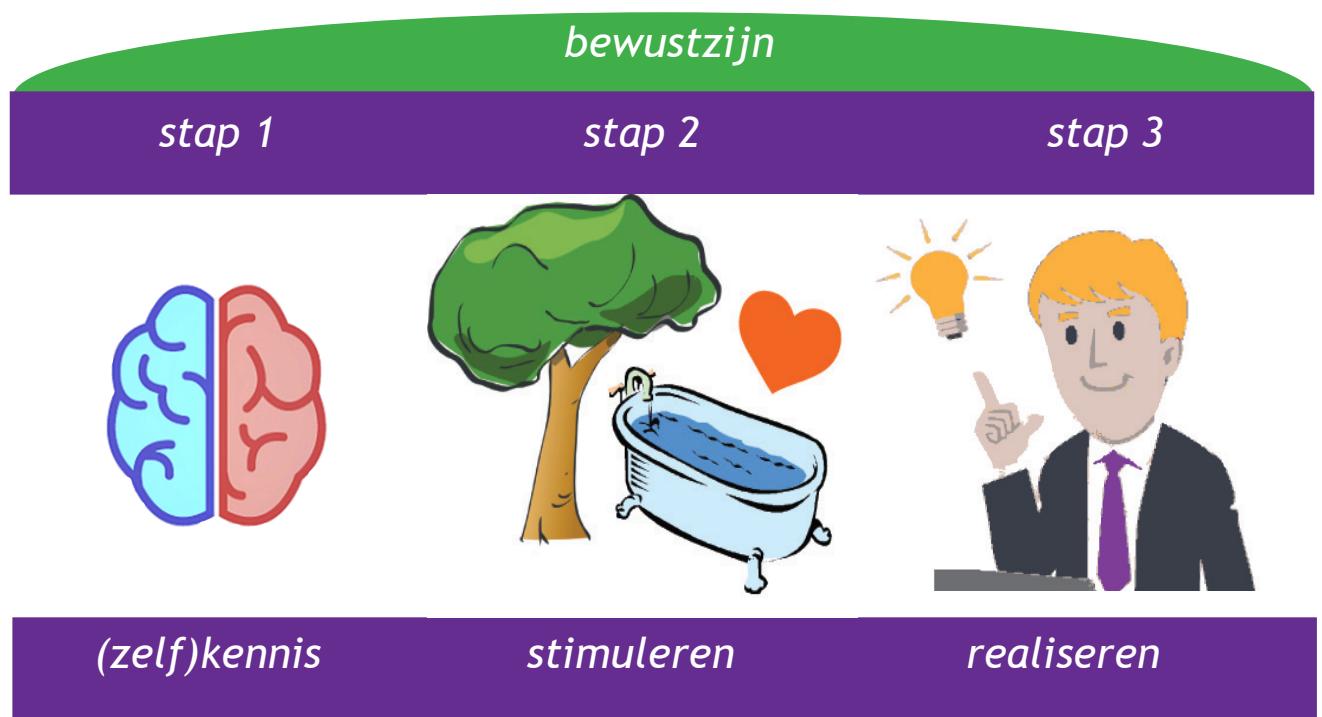
**BEWUSTZIJN** Je hebt op een dag veel ingevingen. Als je bewust aan de slag gaat met jouw creativiteit geef je deze ingevingen meer aandacht. De kans is daardoor groter dat je er meer uit haalt. Passie, eigenheid, bewustzijn en oefenen zijn de ingredienten voor creativiteit.



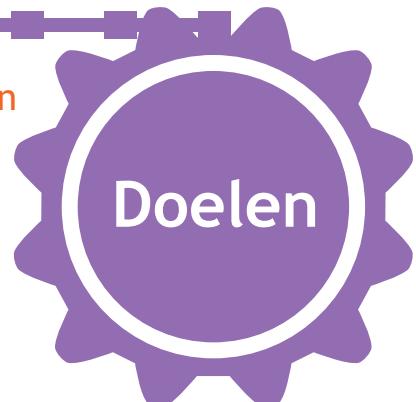
# Opbrengst

**DDD** Als je weet waar jij van Droomt en je Durft op te komen voor jouw unieke manier van naar de wereld kijken dan kun je de stap te zetten van Dromen naar Doen. De opbrengst van deze eerste module creativiteit is dat je op zoek gaat naar jouw unieke blik op de wereld vanuit jouw unieke passie. Die passie zorgt er voor dat je niet zomaar opgeeft en dat is precies het doorzettingsvermogen die je nodig hebt om tot geniale oplossingen te kunnen komen. Omdat jouw passie continu in jouw hoofd aanwezig is zul je ook meer kansen zien. Als je weet wat jouw droom is, dan blijf je dat idee najaan totdat het klopt. Om daar toe te komen zul je fouten maken, tegen dingen aanlopen en jouw idee bijschaven totdat je het onmogelijke mogelijk hebt weten te maken.

**(ZELF)KENNIS** De opbrengst is dat je weet wat creativiteit is, hoe het werkt en hoe je het bij jezelf kunt opwekken en oplekken. Die creativiteit kun je inzetten ten behoeve van jouw bedrijf en ook voor jouw leren. Je zult op het Entreprenasium veel gebruik maken van creativiteit om op een slimme en unieke manier jouw leerdoelen te behalen. Uiteindelijk gebruik je jouw creativiteitskennis ook om jouw onderneming creatief in te richten zoals een Steve Jobs dat ook kon.



**LEERDOEL** Bewustwording en Inspiratie van JOUW Creativiteit. Je kunt en durft jouw unieke creativiteit herkennen en herkent hoe je jouw creatief vermogen kunt opwekken en oplekken. Je hebt ontdekt wat het nut is van creativiteit voor jou als entrepreneur.



**LEERMIDDEL** Je leert dit door andere leerlingen in een workshop de leerervaringen mee te geven die jij hebt opgedaan. Eerst volg je zelf een workshop creativiteit die door anderen wordt verzorgd. In die workshop leer je hoe (jouw) creativiteit werkt en ervaar je wat het nut voor jouw bedrijf. Vervolgens gebruik je die kennis in combinatie met deze gids om een workshop aan andere leerlingen te geven. Omdat creativiteit een uniek proces is willen we elke leerling de kans geven om bij zichzelf te ontdekken hoe creativiteit werkt. In deze gids staat daarom niet beschreven hoe creativiteit werkt, dat ervaar je zelf in de workshop. Vervolgens zet je die ervaring in om anderen te laten ontdekken hoe creativiteit werkt.





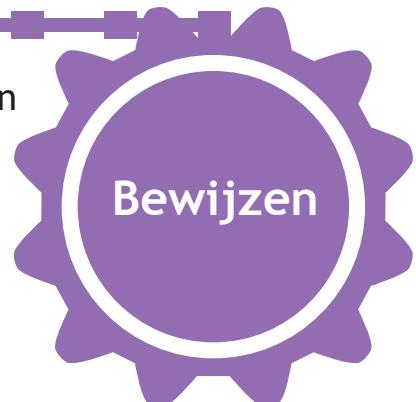
**WAT** In deze gids beschrijven we WAT de workshop moet opleveren. Als je zelf de workshop gaat geven dan ben je vrij om te bepalen HOE je dat gaat realiseren. Eigenlijk is dat ‘thinking inside the box’: Je bent vrij om creatief te zijn binnen de kaders die worden gesteld.

**EIGENHEID** Om jouw unieke creativiteit te vinden wil je eerst op zoek gaan naar wat jou precies uniek maakt zodat je niet na-aapt wat er al bestaat maar veel dichter vanuit jezelf tot unieke creaties komt. Gun ook anderen deze ontdekkingsreis. In de workshop is daarom het belangrijk dat alle oefeningen gericht zijn op het ontdekken en stimuleren van ieders unieke creatieve kwaliteiten. Dit is een criteria. Geef in de workshop iedereen de ruimte om in kaart te brengen wie zijn zijn en wat hun uniek maakt. Gebruik die unieke persoonlijke kaart vervolgens als rode draad in alle oefeningen.

**OEFENEN** De volgende stap is oefenen met het opwekken en oprekken van de verbeeldingskracht. Leer anderen hoe zij creativiteit bij zichzelf kunnen opwekken en oprekken met behulp van oefeningen. Je kunt de oefeningen gebruiken waar jij zelf mee kennis hebt gemaakt in de workshop die je hebt gevolgd of je bedenkt andere oefeningen. Laat ruimte open voor onverwachtse dingen. Het kan zomaar zijn dat jouw deelnemers over heel andere dingen enthousiast zijn dan wat jij zelf van te voren in gedachten hebt.

**UITDAGEN** Geef leerlingen ook de kans om hoger te scoren tijdens de workshop. Geef ze een uitdaging mee. Bijvoorbeeld: Het beste idee uit de brainstorm leggen we voor aan de rector. Bedenk per oefening een prikkelende uitdaging zodat de leerlingen die de workshop volgen hun creatieve spier ook echt moeten trainen.





**OVERDRACHT** Met het geven van een workshop bewijs je jouw leerdoel voor deze module behaald te hebben. Toon aan welke rol jij hebt gehad bij het realiseren van de workshop en vraag feedback van je collega's en de deelnemers over wat zij van jouw inzet vonden. De belangrijkste vraag: "*Heb ik een ander geholpen zijn creativiteit te ontdekken?*"

**HOGER SCOREN** Om te bewijzen dat je een goede workshop hebt gegeven aan anderen -en daarmee dus ook zelf goed begrijpt wat creativiteit voor jou betekent en oplevert- laat je zien dat de klant tevreden is. Maak gebruik van een evaluatie om aan te tonen dat jouw workshop goed was. Bedenk een manier om onderbouwde en sterke feedback te ontvangen. Het meest enthousiast zijn jouw deelnemers als ze laten blijken dat ze anderen die workshop ook gunnen. Als ze dat aangeven, dan mag je trots op jezelf zijn.

**OOGST** Je bent als je de workshop geeft verantwoordelijk voor de het borgen van de oogst. Zorg er voor dat een deelnemer van jouw workshop op een creatieve manier vastlegt wat er die dag wordt gedaan en daar een eigen ervaring aan toevoegt. Die oogst lever je in als bewijslast zodat anderen die na jou de workshop geven daar inspiratie uit op kunnen doen.

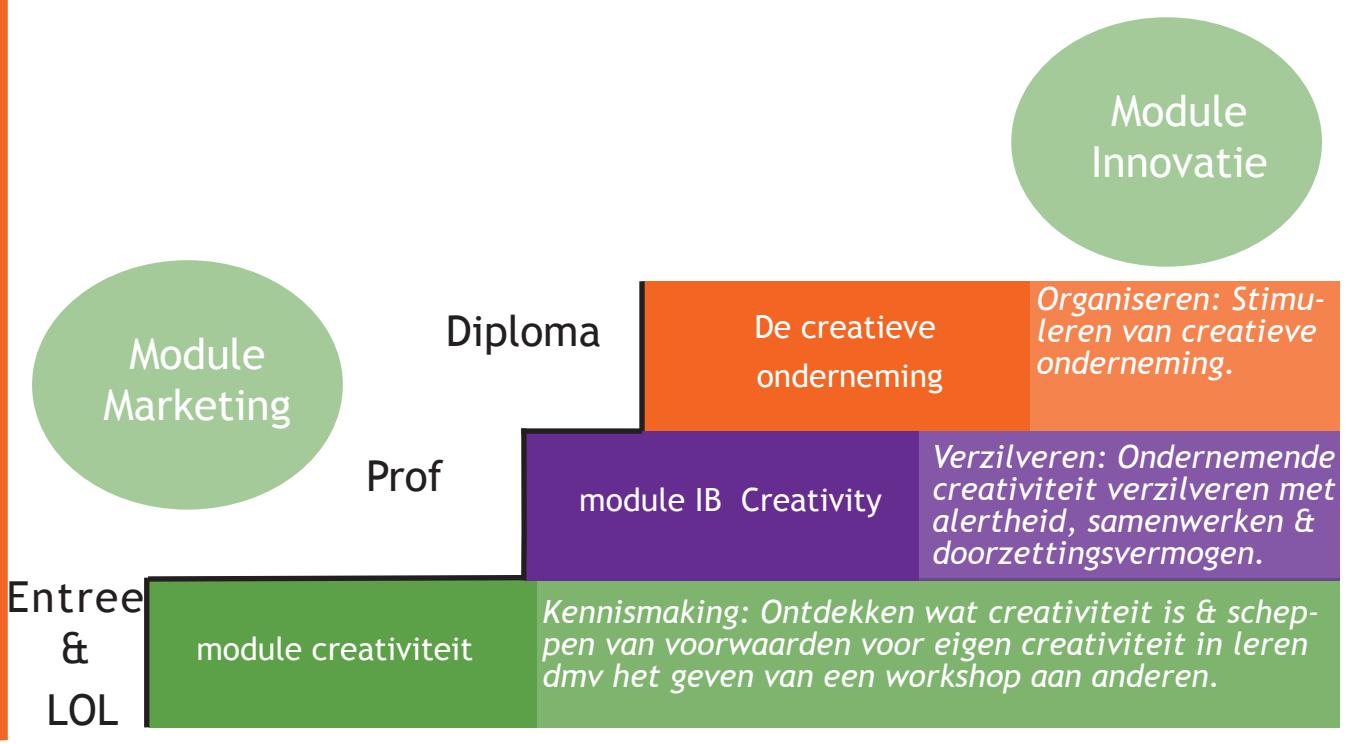
# Middelen

**GIDS** Deze gids is je voornaamste middel. Gebruik het als een soort naslagwerk wanneer je het nodig hebt en denk vooral mee over hoe we deze gids nog duidelijker/beter kunnen schrijven zodat alles voor diegenen die na jou deze workshop gaan geven duidelijk is. Als je tips hebt, laat dit weten aan de stichting Entreprenasium via iris@entreprenasium.nl.

**VOORBEELD** Om je wat verder te helpen in de aanpak hebben we in deze gids vanaf pagina 12 voorbeelden toegevoegd. We geven hier slechts een voorbeeld van hoe je het aan kunt pakken, uiteraard bepaal je uiteindelijk zelf hoe je met jouw groepje te werk gaat.

**TOOLKIT** Voor elke workshop kun je een toolkit gebruiken. In die toolkit zitten materialen die je gebruikt voor de creativiteitsworkshop, denk aan post-its, stiften, papier etc. Zorg voor een eigen toolkit die je gebruikt tijdens de workshop.

**MODULE** Je zult gedurende het EP meer modules volgen over creativiteit en in bijna elke module zal een beroep gedaan worden op jouw creativiteit.





## Bronnen

**EXPERTS** Als je de workshop gaat geven kun je via het EP Skype-account op school creativiteits-expert inschakelen die aangesloten zijn bij de stichting Entreprenasium. Als je meer wilt weten over focussen (een manier om je hoofd op te ruimen zodat je weer ruimte hebt voor nieuwe ideeën) kun je Marielle Janssen vragen voor hulp. Wil je meer weten over hoe je een workshop bedenk, welke oefeningen voor creativiteit er bestaan of over hoe creativiteit werkt? Dan kun je Iris Hermens of Rob Slagter om hulp vragen. Wil je van een expert weten hoe creativiteit werkt? Dan kun je Rinze Terluin om hulp vragen. Uiteraard kun je ook docenten vragen om advies en misschien ken je nog een creatief persoon in jouw omgeving die graag met je mee wilt denken.

**OOGST** Elk groepje die een workshop geeft is verantwoordelijk voor het vastleggen van de oogst. Die oogst kun je gebruiken als voorbeeld. Hoe hebben andere leerlingen de workshop gegeven? Hoe was de workshop die je zelf hebt gevolgd? Wat was volgens jou goed aan die workshop en wat zou volgens jou nog beter kunnen? De oogst van voorgaande groepjes is als bijlage in de voorbeelden opgenomen.

# Strategie

**EIGEN ERVARING** Geef de workshop vanuit jouw eigen ervaring. Wat heb jij geleerd over creativiteit tijdens het volgen van de workshop? Wat is voor jou nuttig geweest? Wat is voor elke entrepreneur volgens jou handig om te weten/kunnen als het gaat over creativiteit? Hoe kun jij zelf jouw creativiteit opwekken?

**INLEVEN** Voor wie ga je de workshop geven? Verzamel ideeën en informatie over de doelgroep. Probeer je in te leven; wat ze willen leren, wat ze belangrijk vinden, wat ze leuk vinden, wat ze moeilijk zullen vinden etc.

**ONTWERPEN** Bedenk meerdere versies van een workshop. Tip: Organiseer met je groepje een **brainstorm**. Zoek uit op welke manier je het meeste uit een brainstorm kunt halen en maak met elkaar afspraken over hoe je gaat brainstormen. Wanneer je een aantal versies hebt bedacht dan is het een kwestie van uitproberen. Gewoon doen!

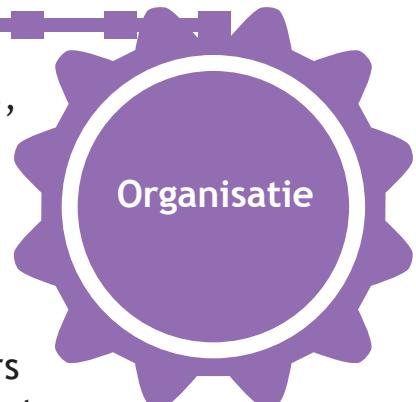
**EXPERIMENTEREN** Als je experimenteert met mogelijkheden geef je jouw rechterhersenhalf telkens de kans om nieuwe verbindingen te leggen. Je kunt niet iets nieuws bedenken als je vanuit logica blijft denken. Je bedenkt iets nieuws als je een nieuwe verbinding legt tussen wat de dingen die al logisch zijn. Daarom is iets gewoon eens uitproberen erg belangrijk.

**EVALUATIE** Als je jouw creatieve spier wilt trainen dan is het belangrijk dat je jezelf ruimte geeft om fouten te mogen maken. Ga er niet van uit dat de workshop die je gaat geven meteen goed gaat. Probeer dingen uit om vervolgens daarvan te leren door te evalueren wat goed ging en wat beter kan. Maak inzichtelijk wat je hebt uitgeprobeerd, wat het effect was en wat hoe je die leerervaring hebt ingezet om jouw workshop te verbeteren. Laat zien dat je flexibel inspeelt op nieuwe inzichten en overwachtse gebeurtenissen.



**PLANNING** Deze module staat voor 1 ETCS, wat betekent dat je ongeveer 28 studieuren hieraan besteed. Als je 1 keer de workshop zelf volgt (3 uur) en vervolgens zelf drie keer een workshop aan andere EP leerlingen geeft dan heb je er ongeveer 28 uren aan besteed. Als derdejaars geef je dan een workshop aan een groepje 2e jaar, de 2e jaars aan de 1e jaars enzovoorts. Jij bent zelf verantwoordelijk voor het organiseren van de workshop.

**ORGANISEREN** Zorg er voor dat je weet aan wie je de workshop gaat geven en stuur hun van te voren een mailtje over wat de bedoeling is; Wat is het doel van de workshop, wanneer wordt de workshop gegeven, moet er nog iets voorbereid worden? De EP organisator van jouw school mag je hiervoor inschakelen.



# Bijlage: Aanpak

**ONTWERPEN** Om er achter te komen wat de criteria moeten zijn voor een goede workshop creativiteit moesten de schrijvers van deze module ook een creatief proces doorlopen. We hebben dit proces vastgelegd zodat jullie daarvan kunnen leren. We willen aan iedereen vragen die een workshop gaat geven om dit ook te doen zodat we uiteindelijk allemaal kunnen leren van elkaars ervaringen. Goede voorbeelden worden opgenomen in deze gids.

**SAMENWERKEN** De meest succesvolle musicals van Broadway zijn ontstaan uit een groepje mensen die elkaar enigzins goed kenden maar nog niet *te* goed. Het blijkt dat samenwerken met nieuwe mensen vaker tot betere ideeën leidt. Wij hadden zelf ook nog niet eerder iets samen gedaan en zijn begonnen met te bespreken waar we goed in zijn en wat we moeilijk vinden. Daardoor wisten we wat we van elkaar konden verwachten.

**BRAINSTORMEN** We zijn begonnen met het beschrijven van het doel: wat willen we de anderen leren? Vervolgens zijn we gaan brainstormen: hoe kunnen we dit anderen het beste leren? Daaruit kwam een schets van een eerste ontwerp.

**EXPERIMENTEREN** Om onszelf te dwingen om te experimenteren hebben we gewoon een dag gepland waarop de workshop zouden gaan geven. Daardoor moesten we wel uitgaan van het eerste ontwerp en leren van onze grootste stakeholder: de klant. Door feedback te vragen aan de leerlingen aan wie we de workshop gaven, leerden we het meeste.

**STAKEHOLDERS** Omdat we het graag goed wilen aanpakken hebben we nog wat creativiteits-experts inschakeld met de vraag of die ons wilden helpen. We hebben regelmatig Skypegesprekken met hun gevoerd om te kijken hoe we de workshop konden verbeteren.



## LEERERVARING

Na elke workshop hebben we een evaluatiegesprek ingepland. Niet direct na het geven van de workshop maar vaak de dag daarna zodat we onszelf even de tijd konden gunnen om de boel wat te laten bezinken (ook dat is belangrijk voor het stimuleren van creativiteit) als je een dagje wacht met evalueren dan hebben je emoties van die dag weer wat meer een plekje gevonden en kun je met een frisse blik naar opnieuw kijken naar wat goed ging en naar wat beter kan. Het resultaat is een workshop die op basis van deze leerervaringen en feedback van experts en onze ‘klanten’ precies de balans heeft gevonden tussen kennis geven en leerlingen zelf laten ontdekken hoe creativiteit werkt, waardoor er veel geleerd wordt.

## BRONNEN

We hebben eigenlijk gebruik gemaakt van verschillende bronnen om kennis te verzamelen voor deze workshop. Eerst zijn we bij onszelf nagegaan wat creativiteit voor ons betekent. Vervolgens hebben we boeken gelezen over hoe creativiteit werkt en hoe je jouw creatieve spier kunt trainen. Vervolgens hebben we experts ingeschakeld en tot slot hebben we de kennis van onze klant gebruikt om er een kloppend geheel van te kunnen maken.



## OPBRENGST

Door deze modulegids te schrijven en de workshop te geven hebben we eigenlijk meer geleerd over onze eigen creativiteit waardoor we betere oplossingen konden bedenken. We hebben geleerd dat durven experimenteren erg belangrijk is voor het resultaat en dat creativiteit ons als entrepreneurs ook echt helpt om Dromen om te zetten in realisaties door te Durven en te Doen.



# Bijlage:Oogst

**OOGST** Leerlingen van Hondsrug College hebben als oogst van de workshop Creativiteit die zij hebben gevolgd een mooie striptekening gemaakt.

De leerlingen van klas 2 hebben de opdracht gekregen om zichzelf als product te presenteren.



'Ik zie mezelf als een telefoon!  
Ik ben altijd wel bereid om anderen te helpen, ik kan denk ik ook wel goed luisteren en ben goed met cijfertjes!'

Na al dat brainstormen zijn we allemaal wat moe en inspiratieloos. Tijd voor rust.



Na alle producten en verhalen even pauze en daar hoort natuurlijk een serveerster bij. Martijn deelt ons drinken uit en we gaan weer verder.



Er moet een probleem zijn om een creatieve oplossing te kunnen bedenken.

Brainstormen, associeren en discussieren zijn hierin erg belangrijk.



Op deze creatieve middag moet natuurlijk gerelecteerd worden!

Leuk!



Leerzaam

Rustgevend

Creatief

## VOORBEREIDING

**Groepsgrootte:** max 25 tot 30 leerlingen.

**e-mail:** Uitnodiging per mail versturen met daarin de uitdaging om een creatieve uitspatting als voorbeeld mee te nemen naar workshop. **Toolkit:** post-It's, stiften, gekleurd papier, en allerlei creatieve materialen.

## PROGRAMMA

### 1) Centrale introductie (ca. 30 min) bespreken:

Inleiding

Bespreken bedoeling workshop

Bespreken van de voorwaarden voor Creativiteit

Bespreken Rolverdeling

### 2) Jouw unieke USP's (ca. 30 min)

Uitdaging per mail bespreken in groepjes van 4a 5 leerlingen onder begeleiding van de leerlingen die de workshop geven. Sterke kanten van ieder - usp's\* van iemand- koppeling aan een product.

### 3) Brainstormen ( ca 30 - 40 min)

Eerst de energie opwekken dmv snelheid en fysieke beweging. Bv. Als oegening de Associatieketting. Daarna brainstormen. Eerst bespreken 26 Idea Killers. Vervolgens bedenkt groepje in 3 min. een gezamelijk probeemstelling. 1e fase: zo veel mogelijk oplossingen bedenken. 2e fase: oplossingen verfijnen door ze weg te strepen maar alleen als je er een vervangende oplossing voor hebt gevonden.

### 4) Centraal samenbrengen van problemen en oplossingen? (ca. 20 min)

Vervolg: Zelf verder uitwerken.

\*USP's zijn Unique Selling Points

# COLOFON

*Publicatie van de Stichting Entreprenasium*

## Inhoud en vormgeving

Iris Hermens

met medewerking van

Mariëlle Janssen

Rob Slagter

Rinze Terluin

## Uitgave

mei 2013

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

*All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.*

Entreprenasium ®

© Copyright Stichting Entreprenasium, 2012