

Buch Das Edison-Prinzip

Der genial einfache Weg zu erfolgreichen Ideen

Jens-Uwe Meyer
Campus, 2008

Rezension

Thomas Alva Edison war ein genialer Kopf. Neben bahnbrechenden Erfindungen wie der Glühbirne oder dem Phonographen hat er viele andere Dinge entwickelt oder verbessert. Meist war er damit seiner Zeit weit voraus. Ein kreativer Mensch also, der vor innovativen Ideen nur so strotzte. Doch Edison sah sich nicht etwa als einzigartiges Ausnahmetalent, sondern er nutzte eine ausgeklügelte Strategie, um zu neuen Ideen zu kommen und sie dann auch erfolgreich zu vermarkten, erklärt Jens-Uwe Meyer. In seinem Buch *Das Edison-Prinzip* entwickelt der Autor ein Kreativitätsprinzip, das sich an der Arbeitsweise des berühmten Amerikaners orientiert, und gibt Tipps, wie man es im Arbeitsalltag konkret umsetzt. Das Buch ist sehr praxisnah geschrieben, flüssig zu lesen und ebenso übersichtlich wie ansprechend gestaltet. *BooksInShort* empfiehlt es allen, die in einem vermeintlich grauen Arbeitsalltag festsitzen und darauf warten, dass ihnen ein Licht aufgeht.

Take-aways

- Thomas Alva Edison, der Erfinder der Glühbirne, sah sich nicht als Genie.
- Edisons Ansicht nach ist Kreativität keine Begabung, sondern eine erlernbare Fähigkeit.
- Schulen Sie Ihre Kreativität mit dem EDISON-Prinzip: Erfolgchancen erkennen, Denkautobahn verlassen, Inspirationen suchen, Spannung erzeugen, Ordnen und Optimieren, Nutzen maximieren.
- Gehen Sie von Problemen aus: Womit haben wir im täglichen Leben zu kämpfen?
- Verlassen Sie gewohnte Denkbahnen. Aktivieren Sie durch Assoziieren oder andere Techniken die Kreativität Ihres Gehirns.
- Wenden Sie Edisons Kaleidoskopdenken an: Kombinieren Sie Einzelteile, Materialien oder Lösungswege neu.
- Legen Sie eine „Unmöglich!-Liste“ an: Ein Reiseveranstalter z. B. wird keine Trips in Katastrophengebiete anbieten wollen, aber vielleicht inspiriert ihn das zu Vulkan-Reisen.
- Halten Sie nicht an Ideen fest, die sich nicht bewähren. Die nächste kommt bestimmt.
- Sehen Sie Fehlschläge als eine Möglichkeit an, Ihre Ideen weiterzuentwickeln.
- Kündigen Sie an, demnächst neue Ideen zu präsentieren. So setzen Sie sich selbst unter Druck – das fördert die Kreativität.

Zusammenfassung

Kreativität ist lernbar

Thomas Alva Edison war einer der einflussreichsten Erfinder überhaupt. Seine Ideen und Patente bestimmen noch heute unseren Alltag. Sicher war er ein ungewöhnlich begabter Mensch. Doch Edison selbst war davon überzeugt, dass man Kreativität lernen kann. Er sah darin kein Persönlichkeitsmerkmal, sondern eine Vorgehensweise. Kreativität ist auch nicht auf bestimmte Berufsgruppen beschränkt, sondern in jedem Beruf möglich und nützlich. Auch Sie können lernen, kreativer und dadurch erfolgreicher zu werden. Das Edison-Prinzip zeigt Ihnen, wie das geht. Es besteht aus sechs Elementen (die sich am Namen des großen Erfinders orientieren): Erfolgchancen erkennen, Denkautobahn verlassen, Inspirationen suchen, Spannung erzeugen, Ordnen und optimieren, Nutzen maximieren.

E wie Erfolgchancen erkennen

Welche Ideen haben Aussicht auf Erfolg? Alle, mit denen sich ein Problem lösen lässt. Wenn Sie Dinge entwickeln, die kein Mensch braucht, werden Sie mit dem Gefühl sterben, ein verkanntes Genie zu sein. Wenn Sie aber Lösungen anbieten für die Probleme, mit denen sich Ihre Mitmenschen herumschlagen, haben Sie gute Chancen auf Erfolg.

„Gutes Management ist kreativ.“

Auch Edisons Glühbirne war eine solche Problemlösung: Elektrische Beleuchtung war preisgünstiger, sicherer und einfacher zu bedienen als die damals übliche Beleuchtung mit Gaslampen oder Kerzen. Probleme sind also der erste Schritt zur Kreativität: Achten Sie darauf, mit welchen Problemen Menschen zu kämpfen haben, und überlegen Sie, was sich im täglichen Leben einfacher gestalten lässt. Bleiben Sie dabei nicht an der Oberfläche: Wie bei einem Eisberg ist der größte Teil eines Problems meistens nicht auf den ersten Blick zu erkennen. Gehen Sie in die Tiefe, fragen Sie sich, was sich hinter den sichtbaren Problemen noch alles verbirgt und welche Probleme in Zukunft auftreten könnten. Und: Welche Lösungen gibt es bereits? Wie lassen sie sich noch verbessern?

D wie Denkautobahn verlassen

Menschen neigen dazu, ihre Gedanken auf ausgetretenen Pfaden wandern zu lassen. Wenn sie vor einem Problem stehen, suchen sie die Lösung dort, wo alle suchen.

Das ist wie bei einem Stau auf der Autobahn: Alle bleiben darin stehen, obwohl sie auch eine Nebenstrecke nehmen könnten. Wenn sich aber ein paar Fahrer trauen, die nächste Ausfahrt zu nehmen, fahren plötzlich alle hinterher. Wenn Sie kreativ werden wollen, dürfen Sie nicht auf denselben Bahnen denken wie alle anderen. Verlassen Sie die Denkautobahn und suchen Sie die Nebenstrecken. Das erreichen Sie, indem Sie nicht über das Problem selbst nachgrübeln, sondern mit Assoziationen Ihre Kreativität ankurbeln. Wenn Sie z. B. Ihre Projektplanung optimieren möchten, schreiben Sie stichpunktartig alles auf, was Ihnen zu diesem Thema einfällt. Dann formulieren Sie zu diesen Stichpunkten assoziative Fragen, die mit „Wie“ beginnen. Wenn einer Ihrer Stichpunkte „Unvorhergesehenes“ lautet, dann könnte eine Frage heißen: „Wie können wir Unvorhergesehenes einplanen?“ Anschließend versuchen Sie das Problem aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten. Wie sehen Ihre Kunden oder Lieferanten das Problem? Wie würden Vertreter anderer Berufe an die Sache herangehen? Formulieren Sie aus diesen Gedanken weitere Fragen, und suchen Sie nach Antworten.

I wie Inspirationen suchen

Kreativität braucht Inspirationen. Dazu müssen Sie über den Tellerrand schauen: Wie werden in anderen Bereichen ähnliche Probleme gelöst? Formulieren Sie das Problem, mit dem Sie sich gerade beschäftigen, als Frage. Diese Frage fassen Sie anschließend allgemeiner. So wird aus „Wie können wir Unvorhergesehenes besser einplanen?“ die neue Frage „Wie kann man sich generell auf Unvorhergesehenes vorbereiten?“. Überlegen Sie: In welchen Bereichen treten häufig unerwartete Ereignisse auf? Ihre Liste wird von der Polizei bis hin zu Taxiunternehmen reichen. Sie sind die Quellen für Ihre Inspiration. Informieren Sie sich, wie man dort mit Unerwartetem umgeht, und übertragen Sie Ihre Erkenntnisse auf Ihre Situation. Inspirationen finden Sie auch, wenn Sie eher spielerisch an eine Sache herangehen. So führte Edison oft Experimente durch, die kein konkretes Ziel hatten. Doch die Ergebnisse konnte er später für andere Projekte nutzen. Er arbeitete auch immer an mehreren Projekten gleichzeitig, um sich von einem Projekt für ein anderes inspirieren zu lassen.

S wie Spannung erzeugen

Als Nächstes wenden Sie eine der wichtigsten von Edisons Kreativtechniken an, das kaleidoskopische Denken. Dazu nehmen Sie sich Ihre bisherigen Ideen vor und setzen sie, wie in einem Kaleidoskop, neu zusammen. Kombinieren Sie z. B. verschiedene Zutaten, Materialien oder Lösungswege neu, und lassen Sie auch scheinbar abwegige Ideen zu. Verrückte Inspirationen finden Sie auch mit einer so genannten „Unmöglich!-Liste“. Schreiben Sie auf, welche Lösungen vollkommen unmöglich wären, und dann verändern Sie diese Ideen so lange, bis sie sich in interessante neue Ansätze verwandeln. Für einen Reiseveranstalter wäre es z. B. undenkbar, Reisen in Katastrophengebiete anzubieten. Wenn aber aus diesem unmöglichen Gedanken eine Reise in die faszinierende Welt der Vulkane wird, haben Sie eine originelle Idee gefunden.

O wie Ordnen und Optimieren

Edisons Kreativitätstechniken haben Ihnen eine Menge neuer Ideen beschert. Jetzt müssen Sie entscheiden, welche davon weiterentwickelt werden sollen. Wählen Sie die Ideen aus, die originell und einfach sind sowie Erfolg versprechen. Werfen Sie aber auch die anderen nicht weg, vielleicht können Sie sie irgendwann noch brauchen. Wenn Sie die besten Ideen identifiziert haben, brauchen Sie Konzepte für die Umsetzung. Stellen Sie dazu wieder Fragen – am besten offene Fragen, die sich nicht einfach mit Ja oder Nein beantworten lassen. Fragen Sie also nicht, ob Ihre Idee umsetzbar ist, sondern wie. So geben Sie sich selbst und anderen wieder Raum für kreative Lösungen. Wenn Sie ein Konzept zu Ihrer Idee entwickelt haben, geben Sie sich nicht damit zufrieden; der erste Einfall ist meistens nicht der beste. Erarbeiten Sie ein zweites und drittes Konzept; so kommen Sie auf immer bessere Ideen. Außerdem entlasten Sie sich damit, denn Sie stehen nicht unter dem Druck, gleich einen perfekten Entwurf ausarbeiten zu müssen.

N wie Nutzen maximieren

Nun stehen Sie vor der nächsten Hürde: Sie müssen Ihre Idee vermarkten und andere davon überzeugen. Das ist gar nicht so einfach. Sie selbst sind von Ihrer Idee begeistert, aber das heißt noch lange nicht, dass andere genauso reagieren. Auch die beste Idee kann scheitern, wenn sie nicht gut verkauft wird. Wichtig ist, dass Sie andere mitreißen können. Inszenieren Sie Ihre Ideen. Für die von Edison entwickelte Filmkamera interessierte sich zunächst kaum jemand – bis er im Jahre 1896 einen kleinen Film drehte, in dem ein küssendes Paar zu sehen war. Es gab einen Skandal, und alle Welt sprach von seiner Erfindung.

„Ideenfindung ist ein Handwerk, das Sie erlernen können.“

Wichtig ist, dass Sie anderen Ihre Idee mit wenigen Worten verständlich erklären können. Machen Sie deutlich, welchen Nutzen sie bringt. Erstellen Sie einen Plan, wie Sie bei der Umsetzung Ihrer Idee vorgehen werden. Überlegen Sie sich, welche Risiken Sie eingehen wollen, wo Schwierigkeiten auftreten könnten, welche Hilfe Sie brauchen und wem Sie Ihre Idee vorstellen möchten. Denken Sie Ihre Idee bis zum Ende durch, und dann werden Sie aktiv. Wenn Sie bei der Umsetzung merken, dass die Idee doch nicht so gut ist, wie Sie dachten, gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder Sie verändern Ihre Idee, oder Sie lassen sie fallen. Halten Sie nicht an Plänen fest, die nichts bringen.

Wenn Probleme auftreten

Lassen Sie sich nicht entmutigen, wenn andere Ihre visionären Ideen für verrückt halten. Edison erntete ähnliche Reaktionen, als er seinen ersten Phonographen vorstellte. Viele Menschen greifen bei Problemlösungen gerne auf Bewährtes zurück und haben keinen Sinn für Visionen. Andere sind Träumer, die sich das scheinbar Undenkbare vorstellen können und darauf hinarbeiten. Entwickeln Sie Ihre Fähigkeit zum Träumen und geben Sie nicht auf, wenn Sie ausgelacht werden. Und haben Sie keine Angst davor, Fehler zu machen! Scheitern ist keine Katastrophe, sondern ein wichtiger und notwendiger Schritt im kreativen Prozess.

„Chancen zu erkennen, die andere nicht sehen – das ist der erste Schlüssel zu mehr Kreativität.“

Kreative Menschen haben viele Ideen. Nur ein kleiner Teil davon ist wirklich gut, das ist normal. Edison liebte das Scheitern, denn er sah in jedem Fehlschlag eine Quelle für neue Ideen. Wenn etwas nicht funktionierte, versuchte er die Ursache zu finden, entwickelte die Idee weiter und kam so gerade durch Fehlschläge der Verwirklichung seiner Ideen immer näher. Machen Sie es genauso, fürchten Sie sich nicht vor Fehlschlägen, sondern versuchen Sie, daraus zu lernen.

„Ein Problem sieht nur aus der gleichen Perspektive immer gleich aus. Wenn Sie es aus einer anderen Perspektive betrachten, sehen Sie es anders.“

Um mit Ihren Ideen erfolgreich zu sein, brauchen Sie ein Umfeld, das Sie unterstützt. In den meisten Unternehmen orientieren sich freilich alle Abläufe an festen Regeln. Innovation bedeutet Regelbruch und stößt deshalb auf heftigen Widerstand. Man wird Ihre Ideen mit verschiedensten Taktiken sabotieren: Schwarzmalerei, Verschleppung, übertriebene Absicherung. Wenn Sie Widerstand wahrnehmen, versuchen Sie, den Nutzen Ihrer Innovation mit Zahlen und Fakten zu belegen, und verlangen Sie dasselbe auch von der Gegenseite. So zwingen Sie Ihre Gegner, sich mit der Realität zu befassen.

Was Ihnen sonst noch nützt

Eine wichtige Voraussetzung für Kreativität ist Unzufriedenheit. Nicht eine destruktive Unzufriedenheit, die nur dazu führt, dass man an allem herumnörgelt, sondern eine kreative, die Sie nach Veränderungen und Verbesserungen suchen lässt – auch und gerade dann, wenn alles gut läuft. Seien Sie mit dem Bestehenden nicht einfach zufrieden, suchen Sie immer nach neuen Möglichkeiten! Dass man viel Zeit braucht, um kreativ zu sein, ist ein Mythos. Die Realität sieht ganz anders aus: Das menschliche Gehirn wird unter Zeitdruck besonders kreativ. Es ist nämlich nicht auf Kreativität ausgelegt, sondern auf Schablonendenken, und greift gern auf bekannte Lösungen zurück, die in der Vergangenheit schon einmal funktioniert haben.

„Edison wurde nur deshalb Weltmeister im Patentieren, weil er zugleich Weltmeister im Scheitern war.“

Nur wenn wir unser Gehirn unter Druck setzen, spuckt es neue Ideen aus. Deshalb: Wenn Sie kreativ sein möchten, setzen Sie sich unter Zeit- und Erfolgsdruck. Wählen Sie eine Zahl zwischen 20 und 50; so viele Ideen möchten Sie pro Woche finden. Bringen Sie überall Zettel mit der Zahl an, die Sie an Ihr Ziel erinnern. Es ist wichtig, eine relativ hohe Zahl zu nehmen, weil erfahrungsgemäß erst nach etwa 20 Versuchen die wirklich guten Ideen kommen. Wenn es dann um die Qualität einzelner Ideen geht, definieren Sie möglichst genau, welche Ziele Sie erreichen wollen und bis wann. Kündigen Sie Ihrem Chef an, dass Sie neue Ideen vorlegen werden. Auch das erzeugt Druck!

„Ohne kreativen Druck würde Ihr Gehirn niemals auf die Idee kommen, wirklich neue Ideen auszuspuken. Wozu auch?“

Wann kommen Ihnen die besten Ideen? Mit einiger Sicherheit am Wochenende oder im Urlaub. Wenn Sie dagegen im Büro fünf Sachen auf einmal erledigen wollen und dann plötzlich kreativ sein müssen, sind Sie blockiert. Sie können nicht einfach von Routineaufgaben auf Kreativität umschalten. Schaffen Sie sich kreativen Freiraum. Planen Sie „Horrorstage“ ein, an denen Sie alle unangenehmen Aufgaben erledigen, und nehmen Sie sich danach einen halben oder ganzen Tag Zeit für neue Ideen.

„Finden Sie Ihre kreativen Leidenschaften! Was wäre wohl aus Falco geworden, wenn er bei der österreichischen Pensionsversicherungsanstalt für Angestellte geblieben wäre, wo er eine Lehre zum Bürokaufmann machte?“

Edison machte es ähnlich: Er zog sich oft zurück, um angeln zu gehen. Dabei ging es ihm sicher nicht um die Fische, sondern nur um eine kreative Auszeit – an seiner Angel hatte er gar keinen Köder. Von Edison ist der Satz überliefert: „Ich habe nicht eine Sekunde meines Lebens gearbeitet. Es war alles Spaß.“ Auf einem solchen Nährboden können Ideen wachsen! Viele Menschen sehen Arbeit als notwendiges Übel. Machen Sie es anders, bringen Sie den Spaßfaktor in Ihre Arbeit. Versuchen Sie, den Schwerpunkt Ihrer Arbeit auf die Dinge zu legen, die Ihnen Freude machen. Wenn Sie es schaffen, bei Ihrer Arbeit Freude zu empfinden, dann haben Sie auch die Kraft, Neues zu entwickeln und andere mit Leidenschaft davon zu überzeugen.

Über den Autor

Jens-Uwe Meyer war erst Polizist, dann Journalist und schließlich Programmdirektor beim Rundfunk. Seit einigen Jahren arbeitet er als Trainer für Kreativität und Innovationen. Er ist Gründer und Geschäftsführer der Ideeologen, einer Firma, die Unternehmen in Sachen Kreativität berät. Außerdem hat er einen Lehrauftrag für Corporate Creativity an der Leipzig School of Management und ist Autor mehrerer Bücher zum Thema Kreativität.
