

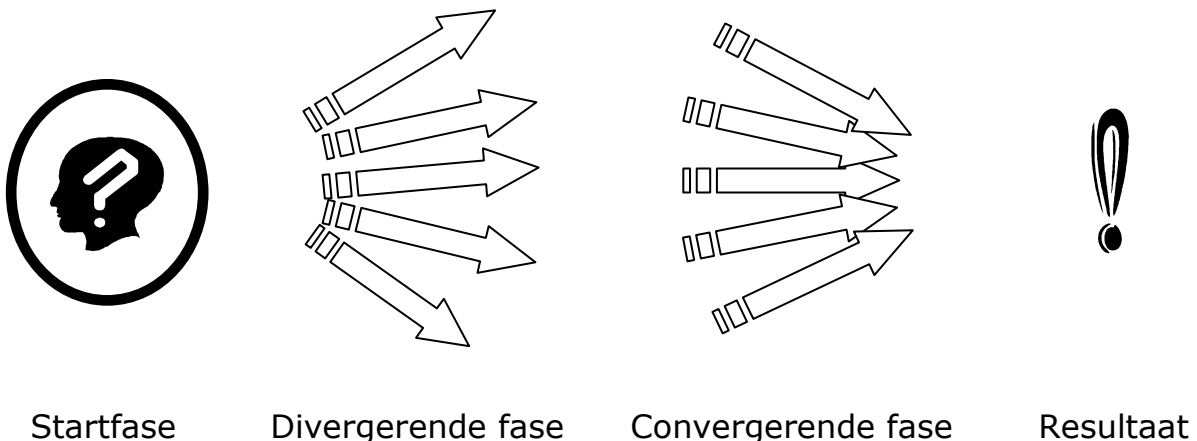
Creatief denken in de werkcontext

Hoe kan je ervoor zorgen dat in vergaderingen meer constructieve en vernieuwende gesprekken plaatsvinden en dat de "moeilijke agendapunten" eindelijk worden opgelost? Hoe kom je tot nieuwe, originele ideeën? Hoe vind je oplossingen voor problemen die al jaren aanslepen?

Innovatie en anticipatie zijn in het bedrijfsleven nog nooit zo belangrijk geweest. Slechts met behulp van de nodige creativiteit om de "ingebakken" denkpatronen te doorbreken kan men eventuele concurrenten voorblijven. Creativiteit gaat immers juist over het genereren van nieuwe en "onlogische" verbanden waardoor nieuwe ideeën ontstaan. Maar hoe leer je nu creatief te zijn?

Het Creatief Proces

Creativiteit is een vaag begrip dat niet eenduidig te definiëren is. Vaak wordt creativiteit benaderd als een proces dat bestaat uit drie fasen: de **startfase**, de **divergerende fase** en de **convergerende fase**¹. Om tot creatieve oplossingen te komen voor de bestaande vragen en problemen moet men de drie fasen doorlopen.



In de **startfase** moet het probleem of de vraag correct geformuleerd worden. Hiervoor is een diepgaande en gedetailleerde probleemanalyse noodzakelijk. Deze analyse kan gebeuren aan de hand van een aantal technieken. (de Ishikawa-techniek, visualisatie en de nyaka-techniek) Het resultaat van deze probleemanalyse is een **startformulering**. Het succes van het creatief proces is in grote mate afhankelijk van deze startformulering. Opnieuw kunnen een aantal "tips and tricks" helpen: formuleer het probleem in één zin, houd het zo concreet mogelijk, bepaal de probleemeigenaar, ed.

In de **divergerende fase** genereert men zoveel mogelijk ideeën, maar zonder een oordeel te vormen. Men moet dus zoveel mogelijk oplossingen opperen zonder erop in te gaan of deze haalbaar zijn of niet. Ook hiervoor bestaan tal van

¹ Byttebier, I. (2002). *Creativiteit. HOE? ZO!* Lannoo nv, Tielt

technieken. (brainstormen, mindmapping, analogieën, identificatie, verkeerde regels en meta-planning)

Tenslotte kiest men in de **convergerende fase** uit al deze ideeën het meest realistische. Dit gebeurt door van alle ideeën de sterke en zwakke kanten tegen elkaar af te wegen. De ideeën worden aldus op hun praktische haalbaarheid getoetst en in een volgende stap concreet als oplossing uitgewerkt.

Waarom creativiteit?

De voordelen van creativiteit zijn legio. De grootste meerwaarde is dat men hierdoor nieuwe ideeën of nieuwe inzichten verwerft. Deze kunnen leiden tot andere nieuwe ideeën, maar ook tot verbeterde, goedkopere, snellere of mooiere resultaten.

Creativiteit leidt bovendien niet alleen tot innovatie. Het versnelt eveneens de transformatie van kennis in toegevoegde waarde. Het leidt tot permanente verbeteringen. Het motiveert medewerkers en het maakt bedrijven 'slimmer' dan hun concurrenten.

Misvattingen over creativiteit

Er bestaan echter heel wat misvattingen over creativiteit. De meest voorkomende zetten we hier even op een rijtje zetten²:

- *Creativiteit is een aangeboren gift: je hebt het of je hebt het niet!*
Creativiteit is een vaardigheid. Sommige mensen hebben meer aanleg dan anderen, maar je kan steeds een bepaalde basis aanleren en jezelf specialiseren door oefening.
- *Creativiteit is in hoofdzaak een plots inzicht.*
Creativiteit brengt ideeën aan. Sommige van deze ideeën zijn nuttig en bruikbaar, andere veel minder. Het is dus zeker geen "plots inzicht", maar een methode om ideeën te genereren.
- *Nieuwe ideeën krijgen geen kans als er conflicten zijn tussen medewerkers*
Indien men conflicten als negatief en te vermijden beschouwd, kan deze stelling kloppen. Indien men ze echter benadert als kritisch en bevorderend, zijn conflicten dé gelegenheden bij uitstek om tot creatieve oplossingen te komen.
- *Mijn omgeving laat me niet creatief zijn.*
Je bepaalt zélf hoe je je creatief potentieel gebruikt en ontwikkelt. Bekijk eventuele hindernissen als een uitdaging i.p.v. als een obstakel!
- *Creativiteit kost teveel tijd.*

² Gebaseerd op "Creativiteit. HOE? ZO!" Van Igor Byttebier.

Aandacht is veel belangrijker dan tijd. En naarmate je meer oefent in creatief denken, zullen de ideeën nog sneller komen...

- *Wij gebruiken al creatieve technieken, we brainstormen al jaren...*
"Brainstormen" is één van de trends van de laatste jaren. Veelal wordt echter een van de belangrijkste voorwaarden van brainstormen over het hoofd gezien: indien er niet oordeel-vrij wordt geluisterd naar ideeën, brengt brainstormen echter zeer weinig bij...

Belemmeringen voor creativiteit

Tot slot bestaan er uiteraard ook tal van belemmeringen voor creativiteit. We kunnen deze indelen in vier grote groepen:

- **Culturele belemmeringen**

Dit zijn de meest hardnekkige blokkeringen, daar cultuur het wezen van een persoon of organisatie bepaald, en dus zeer moeilijk te overwinnen zijn. Voorbeelden hiervan zijn uitdrukkingen als *"wat gaat de baas daarvan zeggen?"* of *"speel maar op zeker, dan veroorzaak je geen problemen!"*. Het hokjes-denken, waar men ervan uitgaat dat er maar een paar mensen zijn die nieuwe ideeën mogen hebben, hoort in deze categorie thuis.

- **Management belemmeringen**

Uiteraard speelt het management een grote rol in de manier waarop mensen in een organisatie omgaan met vernieuwing en creativiteit. In een klimaat van controle, beperkingen, beperkte verantwoordelijkheid en onrealistische deadlines zal nog maar weinig ruimte zijn voor creatieve oplossingen voor problemen.

- **Operationele belemmeringen**

Er is zonder twijfel nood aan procedures en regels, maar deze mogen creatieve uitingen niet in de weg staan. Nochtans drukken bureaucratie, formaliteiten en hopen papierwerk creativiteit onmiddellijk de kop in...

- **Overige belemmeringen**

Beperkte budgetten, veelvuldige controles, taboes, en blijven vasthangen aan ideeën zoals "we hebben het altijd al zo gedaan..." bevorderen creatievelingen niet in het uiten van hun ideeën.

De bedoeling van het ganse proces is uiteraard dat medewerkers zélf dit proces op een efficiënte wijze leren doorlopen. Hierbij moeten ze rekening houden met de misvattingen en belemmeringen om aldus tot originele, creatieve oplossingen te komen voor hun problemen.

Veel succes!

Het 3L-team Mens- en Managementvaardigheden

3L open opleidingen

- Train-the-Trainer
- Interpersoonlijke communicatie en Assertief reageren
- Conflicthantering en onderhandelingstechnieken
- Creatief denken
- Plannings-, functionerings- en evaluatiegesprekken
- Teamwerk
- Klantvriendelijk communiceren voor administratief bedienden

3L opleidingen op maat

Alle open opleidingen kunnen ook op maat georganiseerd worden. Daarnaast biedt 3L-K.U.Leuven opleidingen op maat aan in volgende domeinen:

- Motiverend leidinggeven
- Vergadertechnieken
- Coaching
- Presentatietechnieken
- Klantgericht communiceren
- Klantgericht klachten behandelen
- Teambuilding

Voor meer informatie:

3L-admin@ll.kuleuven.ac.be of 016/32 56 91.