

Wo ist das Kind in dir?



Wer einfach mal raus aus dem Alltagstrott und an seinem Angebot etwas ändern will, der braucht gute Ideen. Diese kommen aber nicht von allein. Sie zu erkennen, zu entwickeln und umzusetzen, das ist Arbeit, die auch viel Spaß machen kann. Lesen Sie hier, wie Sie dabei am besten vorgehen.

Foto: Fotolia/deniskomarov

Kreativitäts-Geber aus und auf anderen Ebenen

Die Kindheitsentdeckung Augen zu – welche Momente aus Ihrer Kindheit fallen Ihnen ein? Was hat Angst, was hat Spaß gemacht? Was hätten Sie am liebsten den Rest Ihres Lebens getan? Warum ist es anders gekommen? Was hat Sie davon abgehalten, die kreativen, intensiven, spielerischen Momente der Kindheit ins Erwachsenen sein zu retten? Höhlenbauen mit Decken und Wäscheklammern z. B., Bud-

deln im Sandkastenschlamm, Getrommel mit Kochlöffeln, Kleckern mit Fingerfarbe auf Zeitungspapier. In der Arbeit erwachsener Künstler lässt sie sich noch entdecken, die „gerettete Kindheit“. Und wenn Sie das Gefühl haben, „da war doch was“, dann begeben Sie sich auf Erinnerungsreise. Jeder kreative Moment Ihrer Kindheit, an den Sie sich erinnern, wird Sie auch als Erwachsener noch beflügeln!

Überraschen Sie Ihre Kunden mit verspielten Ideen!

Doch, ich bin ein Kreativer! Wenn Sie das von sich behaupten können, dann bekommen Sie ein dickes Kompliment. Denn vielen Menschen ist „Kreativität“ äußerst fremd und sie tun sich schwer damit, neue Dinge zu entwickeln. Kreativität wird einem nicht in die Wiege gelegt. Welches Verhalten, welches Denken, welche Arbeitsweise – was von all dem bringt Neues hervor? Wie entdeckt und entwickelt man seine kreative Ader? Mit Antworten auf Fragen wie diese können auch Sie zum begeistertesten Selbstaudenker werden.

Kreativität und Ideenreichtum – beides ist heute sehr gefragt, egal ob beim Gestalten einer maßgeschneiderten Behandlung oder eines persönlichen Geschenks für eine Kundin, im Bewer-

bungsgespräch oder im Privatleben. Wer eigene Ideen umsetzt – und dazu gehören durchaus auch die kleinen, alltäglichen, der schafft Einzigartiges, lebt glücklicher und zufriedener und findet dabei nicht selten zu sich selbst. Man muss sich nur auf den Weg machen und sein eigenes schöpferisches Potenzial aus sich rauskitzeln oder sich von anderen inspirieren lassen. Raus aus dem Trott, rein ins Abenteuer, das kann ein Wagnis sein. Gewohnheiten zu durchbrechen, Chancen zu ergreifen, Neues zu erschaffen, Menschen zu verwundern, zu überraschen, ja gar zu begeistern – das wäre die spannende Herausforderung!

Ideenfinder

Hören Sie mal in sich hinein, was machen Sie gerne, was macht Ihnen Spaß? Das, was man mit Freude macht, vermittelt einem Sicherheit. Man beherrscht es gut und das spüren auch die anderen. Sind Sie z. B. gerne im Kontakt mit Menschen, auch über Ihren Berufsalltag hinaus? Gehen Sie gerne zu Veranstaltungen, Vorträgen, Lesungen, Messen und sind da vielleicht auch selbst aktiv? Letzteres könnte eine gute Plattform sein, um Ideen zu finden, die die Kreativität anregen. Wann waren Sie z. B. das letzte Mal auf ▶



Autorin

URSULA MARIA SCHNEIDER

ist Wellness-Beraterin (IHK), Entspannungs- und Kommunikationstrainerin, Fachautorin sowie Messereferentin. Die Inhaberin des „Drehpunkt Fuß“ textet für die Industrie und entwickelt Fuß-Massagekonzepte, die sie auch schult.

KONTAKT

ursula.maria.schneider@t-online.de

einer Kosmetikmesse, haben eingekauft, Vorträge angehört oder Workshops besucht? Gönnen Sie sich den nächsten Messebesuch in Ihrer Nähe und lassen Sie sich inspirieren von neuen Pflegeprodukten, innovativen Massagetechniken, wertvollem Gedankenaustausch, den Sie dann für sich sortieren und auf Ihr Institut und Ihre Kundschaft zuschneiden.

Kreativität zum Fließen bringen

Wie soll das jetzt gehen, fragen Sie sich vielleicht. Ein Beispiel: Stellen Sie sich vor, Sie haben auf der Messe in einem Workshop eine neue Massage erlernt, z. B. eine Sommer-Muschelmassage, und wollen diese jetzt Ihren Kunden anbieten. Denken Sie kreativ.

Überlegen Sie zunächst, wofür die Muschel steht:

- Meereselement
 - Symbol für Offenheit. In ihr kann sich langsam etwas Kostbares – die Perle – entfalten
 - Die Muschelmassage als ein Perlenangebot der besonderen Art
- Vielleicht könnte die Massage aber auch einen anderen Namen tragen. Überlegen Sie: Was passt zu Sonne, Urlaub, Meer, wie z. B.:
- magische Wellen: Wellenmassage
 - Sonnenstrahlen: Sonnenmassage oder „Feel happy“-Massage
 - Urlaub, Loslassen, Entspannen: Relaxmassage, Auszeit-Ritual, „Feel good“-Zeremonie

■ Oder Sie nutzen die Muscheln für eine Meridian-Massage

Welches Öl wollen Sie verwenden? Vielleicht haben Sie ein spezielles Hausöl, das zu der Massage passen könnte. Dann geben Sie auch dem Öl einen passenden Namen, z. B.:

- Wünschöl
- Entspannungsöl
- Jungbrunnen für die Haut
- Glücksöl
- Schwingungs-Serum
- Edelöl

Und wie könnte man für die Massage jetzt inhaltlich werben? Setzen Sie hier

Wie sich Kreativität trainieren lässt

Eigene Ideen zu nutzen, sich kreativ und innovativ zu verhalten, mental in die Zukunft zu reisen, beim Denken die Richtung zu wechseln und quer zu denken – wie all das gelingen kann, zeigt Bernhard Wolff in seinem Buch, das dem Leser mit praktischen Anregungen und Erfahrungen eine Hilfestellung geben soll. Sich selber mehr auszudenken als alles einfach nachzumachen oder so wie immer – das ist das Credo und mit dem offenen Titel zugleich eine spannende Herausforderung.

Gabal-Verlag

19,90 €



auf emotional besetzte Worte, die Sie in die Massageausschreibung integrieren. Die Massage sollte kostbar, einzigartig, wertig, innovativ, traumhaft, exklusiv, exquisit, exzellent, brillant, außergewöhnlich, zauberhaft, verlockend, einmalig, liebevoll, wertvoll, gehaltvoll, nährend, hochwertig, sinnlich, feinsinnig, lebendig, fantastisch, wonnig, wundervoll, bewegend, behutsam, natürlich, edel oder inspirativ sein.

Überraschungspotenzial

Was sollte der Kunde als Ziel der Massage erwarten dürfen? Das Fühlen sollte hier im Vordergrund stehen, also werben Sie mit Begriffen wie: Beauty-Gefühl, Traumgefühl, Körpergefühl, Hochgefühl, Wertgefühl, Wirkgefühl, Massagegefühl, Glücksgefühl, Gefühlsweite, Gefühlszauber, Gefühlseindrücke, Urlaubsgefühl, Sommergefühl, Gefühlsfülle, Erneuerungsgefühl, Naturgefühl, Streichelgefühl oder Lebensgefühl.

Schreiben Sie alles genau auf und durchdenken Sie es in Ruhe. Ziehen Sie die Bausteine heraus, die Ihnen sinnvoll erscheinen und die zu Ihnen, Ihrem Institut und Ihren Kunden passen.

Und auch das Marketing sollten Sie kreativ gestalten, mit Überraschungseffekt:

- Eine kleine Muschel mit etwas Sand in einem transparenten Säckchen nebst Ihrer Visitenkarte, die Sie vorher mit einem Hinweis zur Massage versehen haben
- Ein schöner farbiger Flyer, der Urlaubsfeeling vermittelt und direkt zur Massage einlädt, konzipiert auf wertigem Papier, in schöner Schrift und mit stimmigem Inhalt
- Geschenkgutscheine für eine Auszeit am „Meer“ in Ihrem Institut mit Service-Marketing und Überraschungsfaktor
- Eine kleine Modeschmuckperle in einem Säckchen verpackt, an dem Ihre Visitenkarte mit der Aufschrift „Einladung zu einer besonderen Perlenmassage“ befestigt ist

Ergänzende Bausteine

Punkten Sie kreativ, indem Sie etwas völlig Neues, etwas völlig anderes, etwas Einzigartiges, etwas Sensationelles, etwas Nützliches, etwas Wertvolles oder etwas Persönliches mit Ihrem Treatment anbieten. Und denken Sie vor allem auch an eine entsprechende Dekoration Ihrer Räumlichkeiten, schließlich sollen sich Ihre Kunden bei Ihnen wie im Urlaub fühlen. Und Sie wissen ja: In der Entwicklung sind Sie selbst zunächst der Kreativ-Geber.

Bieten Sie die Massage nicht als Einzellelement an, sondern nutzen Sie ergänzende Bausteine, wie z. B.:

- ein Fußbad mit Peeling
 - eine Fußmaske und/oder eine Gesichtsmaske
 - eine begleitende Handmassage
 - eine Nachruhezeit mit einer kleinen Slide-Show (Inspirationskino mit Urlaubsbildern, die Sie mit Beamer und Laptop an der Wand präsentieren können)
 - ein passendes Service-Getränk
 - ein abschließendes Gespräch, um zu hören, wie die Massage gefallen hat
- So fühlt sich der Kunde wie im Urlaub am Meer. Es entsteht ein kleines Ritual, eine nach vorgegebenen Regeln ablaufende,

feierlich-festliche Handlung mit hohem Symbolgehalt. Sie wird häufig von bestimmten Wortformeln und festgelegten Gesten begleitet. Gehen Sie einen Schritt weiter und machen Sie das Ritual zur Zeremonie und somit zu einer feierlichen Handlung. Werben Sie für diesen Baustein dann beim Kunden z. B. auch mit Begriffen wie: Wohlfühlzeremonie, Entspannungszeremonie, Auszeitzeremonie, Gefühlszeremonie oder Berührungszere-

monie. Und nicht vergessen: Nur wenn Sie begeisterungsfähig sind, können Sie neue Dinge kennenlernen, annehmen und Ihren Bedürfnissen entsprechend individuell in die Tat umsetzen. Das sollte möglichst stressfrei und „spielerisch“ funktionieren. Die Freude am Spielerischen ist eng verknüpft mit Innovationsfreude, Entdeckergeist und Veränderungsbereitschaft. Wer seinen Gedanken freien Lauf lässt und den Mut hat, auch mal scheinbar abwegige Vorstellungen zu entwickeln, der gewinnt Ideen, die er kreativ umsetzen kann. Aus einer dieser Ideen kommt dann sicher wieder der Anstoß zu neuen Möglichkeiten, mit denen man dann gerne andere, z. B. die Kunden/ Partner, inspiriert – und schon erscheint das Ziel viel näher bzw. ist erreicht.

Kreativ denken

Beim Denken die Richtung zu wechseln – das passiert nicht von allein, ist aber wichtig für kreatives Denken. So wenig wie eine Kugel, die über eine ebene Fläche rollt, plötzlich abbiegt, so wenig schlagen Ihre Gedanken ohne innere oder äußere Auslöser eine neue Richtung ein. Um solche Auslöser geht es: Ihr Denken mit Absicht aus der Spur zu bringen. Dann kann es passieren, dass Ihnen plötzlich Sachverhalte klar werden, die Sie hinterfragen möchten, um nützliche Zusammenhänge zu erkennen, die vorher nicht erkennbar waren. Diese Denkhaltung ist das sogenannte Mindset der Kreativen. Nutzen Sie den Alltag, um dieses Mindset zu trainieren. Denkspielerei-

en zwischendurch, auf dem Weg oder in der Mittagspause können manchmal so intensiv sein, dass Sie neue Weichen im Leben entdecken und Wege einschlagen können, die Sie vorher einfach nicht gesehen haben oder sehen konnten.

Sich kreativ verhalten

Aber nur kreativ zu denken, das genügt leider nicht, für Ideen muss man etwas tun! Es macht einen großen Unterschied im Ergebnis, ob Sie Ideen nur denken oder ordentlich dokumentieren und weiterentwickeln, ob Sie z. B. einen Tag in der Woche für kreative Projekte reservieren und eine Deadline dafür setzen oder nicht. Und ganz wichtig ist, ob Sie sich bewusst für die Umsetzung einer Idee entscheiden und diese dann auf den Weg bringen. Kreativität ist Arbeit. Hierbei sind nicht nur gute Arbeitstechniken, sondern auch gute Methoden und Hilfsmittel erforderlich. Und Sie benötigen

Zeit und gegebenenfalls auch Geld. Wer dann nicht die erforderlichen Ressourcen einsetzt, erhält kein Ergebnis.

Mit der kreativen Kommunikation unternehmen Sie den nächsten Schritt: Dabei geht es darum, im Team so themenfokussiert miteinander zu reden, dass Ideen entstehen und dass diese auch die Gespräche überdauern. Hier wird gemeinsam laut gedacht, erste Ideen werden ausgesprochen, dem anderen wird genau zugehört, eigene Assoziationen werden zurückgespielt, das Aha-Erlebnis wird „herbeigeredet“ – das alles macht kreative Kommunikation aus. Kommunikation kann zu Kreativität einladen und ermutigen, sie kann beflügeln, Gedanken zusammenführen, die noch fremd sind.

Auf diese Weise entsteht Neues. Geniale Ideen stellen sich dann ein, wenn Menschen in den offenen Dialog miteinander treten, dabei ist Vertrauen zueinander eine wesentliche Voraussetzung.

Die „Nix-wie-weg-Strategie“

Kreativität hat natürlich auch Feinde – sie heißen Stress und Kontrolle. Wo sie Front machen, zieht sich die Kreativität zurück. Sie ist schutzbedürftig, will schweben und braucht Leichtigkeit. Wenn Sie merken, dass Ihre Kreativität wie ein Häufchen Elend bewegungslos in der Ecke kauert, dann raus aus dem Schlamassel. Vor die Türe gehen, eine Pause im Grünen einlegen, sich selbst einige Sekunden spüren und so die verrutschte Mitte wiederfinden. Dann können Sie auch wieder klar denken, sich sammeln und neu starten. Machen Sie ein „Nix-wie-weg-Brainstorming“. Wenn Sie in einem Meeting sind, nutzen Sie eine Notlüge, z. B. tun Sie so, als hätten Sie einen Hilferuf per SMS bekommen – dafür hat jeder Verständnis. ■



So offensichtlich, wie hier die kreative Idee abhebt, ist es nicht immer. Man muss sich schon auf den Kreativ-Prozess einlassen – und auch einmal neue Wege wagen

Der Kreativitäts-Begleiter

Edler Champagner-Tee (Rezept für ca. vier Personen)

- 3 bis 4 Teebeutel Schwarztee mit 1/4 Liter Wasser aufbrühen, 12 Stück Würfelzucker
 - oder ggf. Süßstoff hinzugeben
 - 5 Minuten ziehen lassen und abgießen, dann mit dem Saft einer halben Zitrone und der Schale einer ganzen Zitrone kaltstellen
 - Anschließend mit 2 Flaschen Sekt/Champagner auffüllen und 3 Zitronenscheiben hineingeben
 - außerdem halbierte Erdbeeren, Orangenscheiben und dünne Bananenscheiben nach Belieben in den Tee geben.
- Dieser könnte auch ein schönes Service-Element bei einem Kreativ-Meeting in Ihrem Team sein, denn nicht nur Sie alleine müssen der „Kreative“ sein, sondern holen Sie sich auch Ihre Mitarbeiter ins Boot, schließlich wollen Sie alle gemeinsam erfolgreich sein.*