

Inleiding

Brainstormen doen we helaas nog niet elke dag. Eigenlijk zou het binnen onze (bedrijfs-)cultuur normaal moeten zijn 'even met elkaar te brainstormen' wanneer tijdens een bespreking een probleemstelling aan de orde is.



Maar wanneer het van belang is echt op andere gedachten te komen kan de vraag 'waar gaan we brainstormen' in ieder geval worden beantwoord met 'niet op kantoor'!

Brainstormt u op kantoor, dan loopt u het risico dat medewerkers voortdurend de neiging zullen hebben om even hun e-mail te checken, ertussenuit gaan voor een korte meeting of

weggeroepen worden voor urgente zaken. Een brainstormlocatie verder weg vermindert dit risico aanzienlijk.

Losweken vaste gedachtepatronen

De juiste locatie helpt bij het losweken van vaste gedachtepatronen en geeft extra inspiratie. Deze inspiratie kan voortkomen uit de stilte die u er aantreft, het prachtige landschap waar u op uitkijkt, de historie die binnen de locatie voelbaar is of de geweldige service van het bedienend personeel. De creativiteit kunt u ook stimuleren door de brainstormlocatie af te stemmen op het onderwerp waarover u wilt brainstormen:

- ⚓ Een kroeg wanneer het gaat om een nieuw biermerk.
- ⚓ De autosloperij voor een brainstorm met betrekking tot afvalverwerking.
- ⚓ Een omgebouwde SRV-bus om over aftersales in de autobranche te praten.
- ⚓ Die Friese platbodem om inderdaad eens 'out of the box' met elkaar te praten over visie.



Fysieke stimuli

Een werkgroep van het Centrum voor Ontwikkeling van het Creatief Denken (COCD) heeft zich beziggehouden met de vraag of fysieke stimuli en ruimtelijke omgeving in positieve zin invloed uitoefenen op creatieve denkprocessen. Enkele conclusies uit het verslag:

- ⚠ De ruimtelijke omgeving kan – ongeacht hoe die is vormgegeven – dienen als inspiratiebron, metafoor of analogie voor iedere fase van het creatieve denkproces.
- ⚠ Een ruimtelijke omgeving met een overdaad aan zintuiglijke prikkels belemmert het creatieve denkproces. Er is dan te veel afleiding en te weinig ruimte voor concentratie en contemplatie.
- ⚠ Een ruimtelijke omgeving met een minimum aan zintuiglijke prikkels belemmert eveneens het creatieve denkproces, omdat er juist te weinig afleiding is en de zintuigen onvoldoende worden geprikkeld om het denken langs andere paden te leiden.
- ⚠ Een ruimtelijke omgeving met een nadrukkelijk stempel van degene die ze vorm heeft gegeven, kan inspireren maar ook verzet oproepen. Uiteraard beïnvloeden beide reacties op eigen wijze het creatieve denkproces.
- ⚠ Elementen in een ruimtelijke omgeving die je verrassen/op het verkeerde been zetten, blijken een krachtige impuls te zijn voor het creatieve denkproces. Dit kan ook bewust worden gecreëerd (bijvoorbeeld door verboden gebied te maken).
- ⚠ Ruimtelijke omgevingen die niet expliciet zijn bedoeld om creatieve denkprocessen te stimuleren, maar die wel kunnen worden gebruikt als inspiratiebron of metafoor dan wel analogie, blijken – mits bewust ingezet – eveneens een krachtige impuls te geven aan het creatieve denkproces.
- ⚠ Te veel gekunsteldheid en manipulatie van ruimtelijke componenten voor bepaalde effecten werken contraproductief als het gaat om het creatieve denkproces.
- ⚠ Veel krachtiger is concentratie op een of enkele aspecten van een ruimtelijke omgeving die niet-alledaags zijn en daarmee vervolgens aan de slag te gaan in creatieve denksessies.
- ⚠ Misschien zit de kracht van de ruimtelijke component op het creatieve denken juist in het niet-alledaagse en het incidentele, in plaats van in het structurele en verankerde in de ruimtelijke omgeving. In het laatste geval treedt onvermijdelijk gewenning op, waardoor het effect op het creatieve proces alras verdamppt.

Virtuele ruimten

Met de toename van webbased tools zal voor een brainstorm ook steeds meer gebruik gemaakt worden van virtuele ruimte. Op dit moment nemen bijvoorbeeld mindmapapplicaties als CoMapping, Fusion of Minds en MindMeister een grote vlucht. Ook MindManager biedt met Connect de mogelijkheid vanaf 'ergens anders' met anderen ideeën te verzamelen. Hoe deze omgeving op het juiste stimulerende niveau in te richten voor een creativiteitssessie zal in de komende jaren duidelijk worden.



Dit artikel verscheen eerder in de rubriek 'creativiteitstools' van het tijdschrift Management Tools – uitgegeven door Kluwer.

Interesse?



Neem contact op met Hans Terhurne

☎ +31 182 88 3005

📞 +31 653 160 235

✉ info@creamatics.nl

www.creamatics.nl

Skype: creamatics

Twitter: HansTerhurne



Een goed gesprek (**dialogo**), '**visual mapping**' en **creatieve denktechnieken** zijn de belangrijkste ingrediënten die CreaMatics, deels samen met partners, hanteert om tot een gemeenschappelijk beeld te komen van de thematiek.

Een visuele dialoog versterkt ons associatief vermogen, zorgt voor een gemeenschappelijk beeld bij alle betrokkenen en daarmee voor commitment en voor een efficiëntere en op de kwaliteiten van mensen gerichte organisatie.

