



Kreativitätstechnik: Die Osborn-Checkliste

„Nicht mit Erfindungen, sondern mit Verbesserungen macht man Vermögen.“

Henry Ford

Per Mindmapping oder mit der Kopfstandtechnik konnten Sie schon kreativ aus den Vollen schöpfen. Doch nicht nur für innovative Ideen ist Ihre kreative Seite gefordert, sondern gerade auch für Verbesserungen von bestehenden Konzepten, Ideen oder Produkten. Was fehlt noch, damit Sie etwas wirklich Originelles erschaffen? Durch welche Verbesserung werden Sie sich erfolgreich vom Wettbewerb abheben?

Für dieses kreative „Feintuning“ stellen wir Ihnen heute die so genannte Osborn-Checkliste vor. Sie hilft Ihnen, eine Idee oder ein Produkt aus verschiedenen Blickwinkeln zu testen und bestmöglich zu präzisieren.

Alex F. Osborn (1888-1966) gilt als Erfinder dieser Kreativitätstechnik. Als einer der Urväter der Werbung entwickelte er neben der Osborn-Checkliste auch das Brainstorming, um die Kreativität seiner MitarbeiterInnen zu fördern.

Stift, Checkliste (kostenloser Download [hier](#)) und ein leeres Blatt Papier – schon können Sie starten. Allein oder in einer Gruppe – die Osborn-Checkliste können Sie in verschiedenen Konstellationen anwenden. Das Vorgehen ist schnell verständlich: Sie beantworten unterschiedliche Fragen zu Ihrem neuen Produkt oder Ihrer neuen Idee.

Wie immer gilt: Lassen Sie Ihren Ideen in der kreativen Schaffensphase freien Lauf! Den inneren Zensor können Sie später immer noch drübergucken lassen.

Das Beispiel: ein Flyer zur Mitgliedergewinnung für einen Gesangsverein

Um diese Kreativitätstechnik anschaulicher zu gestalten, stellen wir uns vor, dass wir einen Handzettel für einen Gesangsverein in der Nachbarschaft verteilen wollen, um neue Mitglieder zu werben. Damit unser Flyer nicht sofort im Altpapier landet, wenden wir die Osborn-Checkliste an.

So könnten die Fragen der Osborn-Checkliste für unser Beispiel aussehen:

1. Anders verwenden!

Wie könnte man den Flyer anders als vorgesehen einsetzen?

Zum Feueranzünden, als Lesezeichen, als Katzenspielzeug, als gefaltetes Schiffchen, als Papierflieger.

Wo bzw. bei wem kann der Flyer ebenfalls zum Einsatz kommen?

Auf den Konzerten, bei anderen Vereinen im Ort, in der Tourist-Information, beim Bürgeramt für Neubürger.

2. Anpassen!

Was ist dem Flyer ähnlich?

Papierflieger, Postkarte, Gutschein, Einmal-Handtuch, Notenblatt, Buch, Einladungskarte.

Was können wir daraus übernehmen?

Den Flyer als ausklappbaren Papierflieger einwerfen; Gutschein für ein Bier bei der nächsten Gesangsprobe eindrucken, als großes Taschentuch gestalten für das nächste anrückende Konzert.

3. Verändern!

Welche Merkmale können vom Flyer geändert werden?

Maße, Form, Farbe, Gewicht, Material, Layout, Falz, Inhalt, Schrift, Sprache, Darreichungsform, Beweglichkeit, Haptik.

4. Vergrößern!

Können wir den Flyer erhöhen, verdicken, verbreitern, verlängern, schwerer gestalten? Können wir die Häufigkeit erhöhen?

Flyer als Plakat am Vereinshaus, als Banner, als Geschenkpapier, als Karton, als Metallschild, als Kalender auf ein Holzstück geritzt; als monatliche Gesangsverein-Zeitung.

5. Verkleinern!

Können wir den Flyer verkleinern, abschwächen, verkürzen, verschmälern, verfeinern, leichter machen? Ist etwas überflüssig?

Flyer als Visitenkarte, als Merkzettelblock, als geprägte Münze, als Lesezeichen, als Band, als Telegramm.

6. Ersetzen!

Was können wir am Flyer ersetzen oder austauschen? Welche anderen Elemente könnten wir benutzen?

Digitales PDF statt gedruckter Flyer; Flyer-Text als Abbinder in jede E-Mail einbetten; keine sondern nur Fotostory mit den Sängern; als Comic-Geschichte; als sprechende Postkarte mit gesungener Einladung.

7. Umformen!

Können wir Teile des Flyers austauschen, die Reihenfolge oder Geschwindigkeit ändern?

Sieben Flyer statt einem erstellen, die in ihrer Form das Wort „SING MIT“ ergeben; mit Abreißzetteln aufhängen; Flyer als Reim zum Auflesen / als Songtext; als essbares Worträtsel Russischbrot / Buchstabensuppe; Kurztext aus Blumen auf eine Wiese pflanzen.

8. Umkehren!

Können wir das Gegenteil eines Flyers machen?

Mundpropaganda; fest installierte Plakatwand bedrucken; die Sänger singen vor den Türen der Leute, sodass die Interessenten nicht zum Gesangsverein gehen müssen, sondern der Verein zu ihnen kommt.

9. Kombinieren!

Wie können wir den Flyer mit anderen Ideen verbinden? Kann der Flyer in anderen Bereichen eingebunden werden? Können wir den Flyer in kleinere Teile stückeln?

Flyer als Puzzle, als Schatzkarte, als Kreuzworträtsel, als Seite in Tourist-Infobroschüre.

10. Transformieren!

Können wir den Flyer ausdehnen, komprimieren, in eine andere Ebene / Welt / in einen anderen Aggregatzustand bringen?

Flyer als zusammengeknülltes Papierknäuel, als überdimensionierte Postkarte, als Gesangsbuch, als Song, als Kanon, als Handy-App, als Schneekugel, in Form eines Taktstock / Klaviertasten, als bedruckter Strampelanzug, als Perpetuum Mobile, als Flaschenpost, als Theaterstück, als Flashmob-Gesangseinlage ...

Wie Sie sehen, haben wir durch die Osborn-Checkliste viele Anregungen bekommen, wie wir unsere Idee eines Flyers wirksamer und aufmerksamkeitsstärker machen können. Die ursprüngliche Idee können wir nun zu einer unverwechselbaren Werbeidee ausbauen. Was uns besonders daran gefällt: Auch mit einem kleineren Budget lassen sich mit dieser Kreativitätstechnik originelle Verbesserungsmöglichkeiten finden.

Nun sind Sie gefragt! Was möchten Sie mit kreativer Kraft verbessern?

Generell empfehlen wir Ihnen, eine Pause zwischen kreativer Ideenfindung und Bewertungsrunde einzulegen. In einem zweiten Schritt überlegen Sie dann: Welche Ideen könnten Sie tatsächlich umsetzen? Welche fallen aufgrund von ökonomischen, zeitlichen oder anderen Gründen weg, könnten aber später mal bei einem anderen Projekt zum Einsatz kommen?

Sammeln Sie Ihre Ideen und schauen Sie bald wieder in unseren Trautmann Blog rein – als kreative MarkenspezialistInnen stellen wir auch in Zukunft nützliche Kreativitätstechniken vor.