

Thema: communicatie

Het verschil kunnen maken

Denken met een bochtje

Creatief denken helpt je bij onderwerpen waar je wel wat nieuwe ideeën bij kunt gebruiken of bij problemen waarvan je vermoedt dat nieuwe ideeën het verschil kunnen maken.

Door Isaäk Mol

Een raadseltje om mee te starten: Welke drie dezelfde cijfers, waarvan de som twaalf is, heb je nodig als je het cijfer 4 niet mag gebruiken?

Of, als je niet zo rekenkundig bent ingesteld: Sheriff James reed op Vrijdag de stad binnen, verbleef er drie aaneengesloten nachten en vertrok op zondagochtend naar een volgende bestemming. Hoe kan dit?

Gewoon denken helpt je niet aan de oplossing, dat begrijp je. Creatief denken wel. Die vrijdag is natuurlijk het paard van de sheriff, anders kan het immers niet. Voor het andere raadsel moet je verder lezen.

Creatief denken

'We cannot solve our problems with the same thinking we used when we created them' is een vaak geciteerde uitspraak van Albert Einstein. Nieuwe sporen zijn essentieel om bepaalde patronen te doorbreken of om tot vernieuwing te komen.

Dit fenomeen kennen we natuurlijk goed. Denk aan die nieuwe voetbaltrainer. Of Tesla, dat de auto opnieuw ontwierp en alle andere auto's direct ouderwets maakte.

Einstein zelf werd zo succesvol omdat hij nieuwsgierig bleef – als een kind – en daarom andere vragen stelde dan gebruikelijk.

Lego Serious Play

Zie je het voor je? In de or-vergadering zit iedereen met een Lego-dooos voor zich. De voorzitter benoemt het agendapunt en ieder

gaat met zijn of haar Legostenen iets bouwen. Ik hoor je grinniken, maar toch is dit een uitgewerkte en effectieve methodiek (genaamd Lego Serious Play) om ingewikkelde kwesties op te lossen. Na een tijdje, als iedereen min of meer klaar is, vertel je elkaar wat jouw bouwwerk voorstelt en stellen de anderen daar verhelderende vragen over. Met elkaar bepaal je vervolgens waarmee jullie verder willen. Deze methodiek levert, naast betrokkenheid en plezier, verrassend goede resultaten.

Lego Serious Play volgt de stappen van creatief denken:

1. de startfase - formuleren probleem
2. de divergerende fase - zoveel mogelijk oplossingen bedenken
3. de convergerende fase - kiezen voor de

best realiseerbare oplossingen

1. Wat lossen we op?

Na wat oefeningetjes, plaatjes, filmpjes ben je 'los' genoeg om aan de gang te gaan. De start is wat we op willen lossen. Zo'n vraag begint met:

- 'Hoe' (gericht op de manier waarop)
- 'Bedenk' of
- 'Ontwerp' (beide zijn gericht op het eindresultaat).

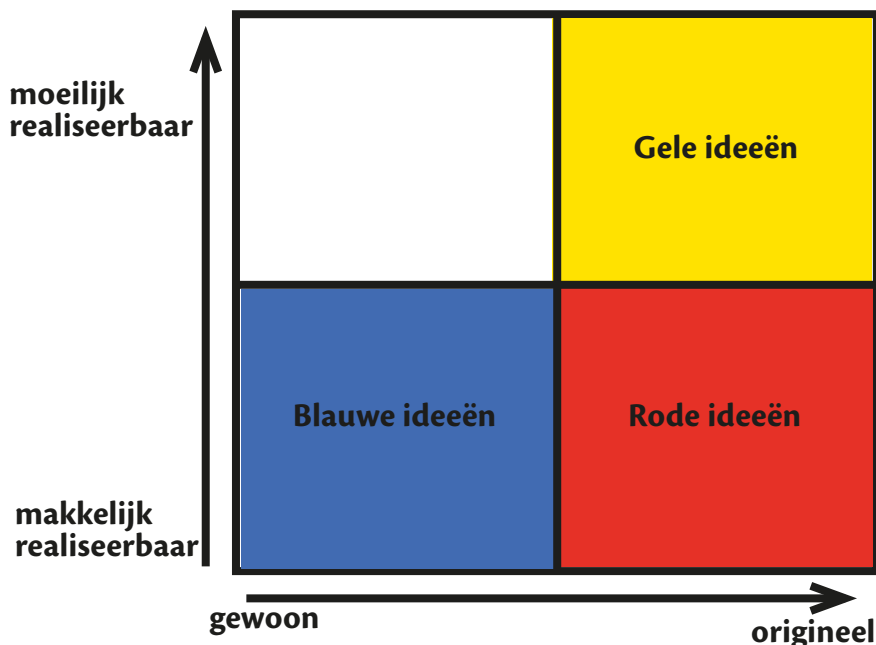
Een algemene vraag als 'Hoe kan de or zijn achterban betrekken' concretiseren we tot:

- Hoe kunnen we social media inzetten om medewerkers direct onderdeel te laten zijn van het or-werk?
- Hoe kunnen we een opkomst realiseren van >85% bij de volgende verkiezingen?
- Ontwerp een or-aanpak richting de medewerkers over 'onrust door reorganisatie'.

2. Divergerende fase

Laughing Out Loud beschrijft de energie die we zoeken in de *divergerende fase*, waarin we zoveel mogelijk verschillende ideeën willen hebben. In een ontspannen sfeer, waarin je als volwassene mag spelen, net zoals dat kind dat Einstein bleef, of letterlijk met de Legostenen.

COCD-box



Literatuur

Byttebier, I., *Creativiteit. Hoe? Zo!*
2011, Lannoo, 9789020950175

Creatieve technieken in deze fase helpen ons los te laten en op een nieuwe manier te kijken.

Maxi Brainstorm

Die ken ik, zul je denken. Maar dit is een turbo-variant: we hebben een probleem. We zetten jou en twee collega's bij elkaar en je moet binnen 15 minuten minimaal 25 verschillende mogelijke oplossingen opschrijven. De crux zit 'm in dat aantal. De eerste vijf of tien oplossingen zijn traditioneel, niet creatief en liggen voor de hand. Pas als je niets meer weet te bedenken en je door 'de weerstand heen' toch doorgaat en er nog meer uit weet te persen, dan komen de meest absurdistische ideeën naar voren. En die willen we juist graag hebben, want daar zit vernieuwing.

Associatie

Deze vorm kost wat meer tijd en het duurt soms even voordat het op gang komt, maar als het loopt, is hij uitermate hilarisch en effectief: associeer op een volstrekt willekeurig iets. Zoals een huishoudelijk apparaat, dat je het minst aan het probleem doet denken, bijvoorbeeld een staafmixer. Welke associaties kun je maken op deze staafmixer, gegeven onze probleemstelling 'hoe we die 85% gaan halen'? Ook hier geldt: More is more! Het werkt pas bij veel associaties (>50?). Zoek de leukste er uit. Een eerste associatie is misschien wel 'verschillende snelheden', 'verschillende opzetstukken' en een latere dat het 'alles tot een puree maakt waarin de onderdelen niet meer zichtbaar zijn'.

De superheld

Eén van mijn favorieten. Je kunt deze goed inzetten tijdens een vergadering of korte brainstorm als je even niet verder komt. Neem een bekend persoon in gedachten. Bedenk en beschrijf de karakteristieke eigenschappen en aanpak van de 'superheld'. Nu wordt het leuk: want hoe zou deze superheld ons probleem aanpakken?

- Pippi Langkous (jeugdheldin)

Pippi is rebels en ondeugend, gaat voortdurend tegen de regels in, is naïef en denkt nooit na over gevolgen, kiest nooit de veilige weg en is bovendien heel sterk. Haar aanpak is van alles veel, simpel, tegendraads,

gericht tegen de gevestigde orde en uitgesproken brutaal.

Wat zou Pippi doen als we haar inhuren om met de onrust van een reorganisatie te dealen? Pippi zou op maandagmorgen het hele kantoor/bedrijf op stelten zetten en de directeur vastbinden aan het koffieapparaat. - Madonna (retro popidool)

Madonna toont zich vrouwelijk, extravert en gaat haar eigen weg. Ze zoekt de grenzen op, maar is ook perfectionistisch en voortdurend vernieuwend. Ze zet altijd de nieuwste trends, lijkt grootschaligheid tot een nieuw level te verheffen, werkt multimedial, voor een wereldpubliek en weet op een handige manier andere trendsetters aan zich te verbinden.

Wat zou Madonna doen met onrust rondom reorganisatie? Stelt je het eens voor. Madonna zou er een waar reorganisatiespektakel van maken! Ze zou een hype creëren waar iedereen bij zou willen horen.

3. Convergerende fase

De methodiek van convergeren is gericht op het verder denken op minder voor de hand liggende sporen (denken met een bochtje). Daarmee stel je in feite nieuwe vragen aan het probleem, waardoor nieuwe oplossingen ontstaan.

Kill your darlings

Kill your darlings is een zegswijze die velen van jullie zullen kennen. Het beschrijft de fase van convergeren. Er zijn in de vorige

fase diverse mogelijkheden naar voren gekomen. Over ten minste enkele zul je enthousiast zijn. Nu is de vraag: welke gaan we kiezen om mee verder te gaan?

Een manier is het toepassen van de COCD-matrix van blauwe ideeën (gewoon en realiseerbaar), rode (origineel en realiseerbaar) en gele (origineel en niet zo realistisch). De creatieve sessie is bedoeld om bruikbare rode ideeën te genereren.

De or-leden markeren in de matrix de meest aansprekende blauwe, rode en gele ideeën. Dan focussen op de rode ideeën.

Abc-aanpak

Goede, nieuwe ideeën zijn echter zelden meteen 'af'. Een goede testcase is het concretiseren ervan, bijvoorbeeld via de abc-aanpak: a - is het basaal gekozen idee



Sheriff James reed op Vrijdag de stad binnen

b - geeft het idee een treffende en pakkende naam, een beschrijving en een uitwerking
c - geeft een beeld van hoe dit succesvol zou kunnen zijn bij implementatie. Uiteindelijk leidt deze ronde tot een strengere en verdere selectie en een nadere uitwerking en goede energie om het te vertellen en er achter te staan.

Een oplossing voor?

Als je telkens hetzelfde probleem tegenkomt, zul je waarschijnlijk (varianten van) dezelfde oplossingsstrategie gevolgd hebben, met steeds niet het gewenste resultaat. De creatieve werkwijze zoals in dit artikel beschreven laat bovendien alle or-leden op gelijkwaardige wijze hun inbreng hebben en maakt het or-werk bijzonder leuk. En als je dan ook nog resultaat boekt? Dan maak je het verschil!

En terug naar het begin van het artikel: het is het cijfer 1, want twaalf is elf plus één. ←

Isaäk Mol is zelfstandig trainer/adviseur bij het bureau Komeet – training & coaching voor changemakers.

Ontmoet Isaäk Mol op het event Zet je or op de kaart! <http://oropdekaart.or-informatie.nl/>