

# Der planbare Kreativitätsprozess

## Programm | Tag 1

### Warm Up - Was ist Kreativität?

#### Einführung Kreation - div. Ansätze mit gleichem Ziel

- Input: Die Suche nach der Nadel im Heuhaufen
- Übung: Zufall versus Strategie

#### Eine gute Idee?! - das Erkennen von guten Ideen

- Input: Die 5 Punkte zum Bewerten von Ideen
- Übung: Bewerten von Ideen

#### Der doppelte Diamant - das Lernen des Prozesses

- Input: Die vier Phasen entdecken
  - Discover | Define | Develop | Deliver
- Input: Kunden mit auf die Reise nehmen - warum?

### Mittagspause

### Warm Up - Kreatives Schreiben: Six-Word-Biographie

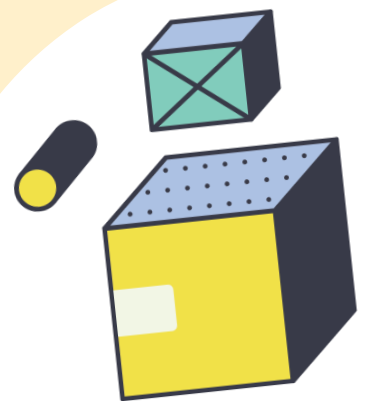
#### Der doppelte Diamant

- Übung: Der Prozess im Schnelldurchlauf

#### Das Briefing - das Erforschen des Auftrages

- Input: Das Briefing definiert die Lösung
- Methode & Übung: Die fünf "Whys"

### Abschluss



## Verstehen

Am ersten Tag schärfen wir das Verständnis was «gute» Ideen ausmacht und wie wir sie finden können. Danach erforschen wir die Notwendigkeit und Funktionsweise des Kreativprozesses.

# Der planbare Kreativitätsprozess

## Programm | Tag 2

### Warm Up - Rückwärtssuche nach einer Idee

- Methode: Reverse Brainstorming

### Resterunde - was vom Vortag übrig blieb

### Die Inspiration - das Suchen nach existierenden Ideen

- Input: Ist alles nur ein Remix?
- Übung: Tools anwenden für die Suche

### Das Re-Briefing - das Spiegeln des Auftrages

- Input: Verschiedene Re-Briefing-Varianten
- Übung: Verdichten eines Briefings

### Mittagspause

### Die Kreativitätstechniken - das Generieren von Ideen

- Input: Verschiedene Methoden für unterschiedliche Ideen
- Labor: Ausprobieren von verschiedenen Methoden
  - Brainwriting | Two Words-Assoziation
  - Reizwortanalyse | Provokation

### Pitchen - das Verkaufen von Ideen

- Input: Zwei Methoden, gleiches Ziel
  - NABC
  - Elevator Pitch
- Übung: Mit Warren Buffet im Lift

### Abschluss



## Anwenden

Der zweite Tag steht im Zeichen der angewandten Kreativität. Zuerst lassen wir uns inspirieren und versuchen uns dann an verschiedenen Techniken, Zum Abschluss gibt es noch ein geheime Pitch-Zutat aus der Agenturwelt serviert.