



## ANDREAS JACOBS

Ideenverstärker

### OSBORN-CHECKLISTE

Neun Prinzipien für mehr Einfallsreichtum.

Der amerikanische Werber Alex Faikney Osborn ist einer der bekanntesten Vordenker der kreativen Industrie. Alex F. Osborn war 1928 Gründungsmitglied einer der größten Werbeagenturen der Welt: BBDO (Baaton, Barton, Durstine & Osborn). Osborn gilt als der Erfinder des Brainstorming. Um diese assoziative Ideenproduktion in der Gruppe erfolgreicher zu gestalten, stellte Osborn vier Regeln zusammen:

**Criticism is ruled out.** Keine Kritik

**Combination and improvement are sought.** Keine Einzelgänger

»Free-wheeling« is welcomed. Keine Grenzen

**Quantity is wanted.** Keine Hemmungen

Alex F. Osborn erkannte, dass man mit der richtigen Fragestellung am Anfang des kreativen Prozesses deutlich mehr und vor allem bessere Ideen in kürzerer Zeit generieren kann. Er formulierte einen Fragenkatalog, der als Osborn-Checkliste bekannt wurde. Die Checkliste definiert neun Prinzipien.

#### OSBORN-CHECKLISTE

**Adapt.** anpassen, vergleichen, nachmachen, ähneln

**Magnify.** vergrößern, übertreiben, hinzufügen, wiederholen

**Eliminate.** weglassen, vereinfachen, aufräumen, verkleinern

**Modify.** verändern (Regeln, Gewohnheiten, Blickwinkel, Form)

**Substitute.** austauschen, teilen, ersetzen (Material, Personen)

**Rearrange.** neu ordnen, umstellen, hervorholen (Unsichtbares)

**Reverse.** umkehren, spiegeln (Wirkung, Ende, Gegenteil)

**Combine.** verknüpfen, zusammenfügen, mischen, überschneiden

**Put it to other use.** anders verwenden (Wer? Wo? Wann? Wie?)

Bob Eberle verkürzte 1996 die Checkliste zu einem merkfähigen Akronym: **SCAMPER** – **S**ubstitute, **C**ombine, **A**dapt, **M**odify (**M**agnify), **P**ut to other use, **E**liminate, **R**evers (**R**earrange).

Die neun Prinzipien ermöglichen einen anregenden Ideenfluss mit immer neuen Denkanstößen aus verschiedenen Blickwinkeln. So lassen sich schnell und einfach Produkte ver-

bessern, neue Werbe-Wege finden, Botschaften formulieren und bestehende Ideen verdichten.

Eine erfolgreiche Ideenfindung nutzt die Energie der vier Elemente. Zuerst muss die Idee entzündet (**FEUER**) werden, dann müssen Ideen fließen (**WASSER**) und solange verdichtet (**LUFT**) werden, bis man die Idee in die Hand nehmen kann (**ERDE**).

#### DIE ZÜNDENDE FRAGE

Am Anfang der Ideenfindung gilt es, die richtige Frage für den Ideenfluss zu finden. Bereits hier hilft die Osborn-Checkliste. Suchen Sie sich ein Tätigkeitswort der neun Prinzipien aus und formulieren Sie daraus eine Frage: Was kann man übertreiben (Magnify), um den Produktnutzen zu verdeutlichen?

#### IDEEN FLIESSEN LASSEN

Die Osborn-Checkliste ist auch Denkanstoß beim Assoziieren. Wenn der Ideenfluss ins Stocken gerät, hilft ein Blick auf die Liste, um neue Gedanken sprudeln zu lassen.

#### IDEEN VERDICHTEN

Jetzt werden die Ideen bewertet, verknüpft und verfeinert. In dieser rationalen Phase der Ideenfindung liegt die eigentliche Stärke der Osborn-Checkliste. Jede Rohidee kann jetzt systematisch, Prinzip für Prinzip verbessert werden.

#### DER ERSTE SCHRITT

Schneiden Sie sich die Checkliste aus und nutzen Sie die Liste bei der nächsten Ideenfindung.

**IDEE:** Schreiben Sie die Begriffe der Checkliste auf verschiedene Karteikarten und ziehen Sie in Ihrem Brainstorming im richtigen Moment neue Impulse.



~ Mitte

