



WENIG BRIMBORIUM

Kreativität als Quelle
für Weiterentwicklung
in Coaching und Training.

VON BARBARA MESSER

Um mich herum war es nahezu dunkel, die kleine funzelige Deckenlampe legte leichte Schatten auf das dicke Plumeau, sodass ich kaum etwas sehen konnte. Damals gab es noch keine Stirnlampen und ich fragte mich täglich, wie ich unter diesen Bedingungen einen sterilen Wundverband machen könnte.

Die Lösung lag auf der Hand: Da ich für diesen Verbandswechsel am Unterschenkel einer 86-jährigen Dame beide Hände benötigte, hielt ich die Taschenlampe zwischen den Zähnen fest. Dieser Moment war nicht die Erfindung der Stirnlampe, aber es war eine typische Situation, in der eine neue Lösung für ein Problem gebraucht wurde. Der Reißverschluss, das Klettband und anderes wurden erfunden, weil es einen Bedarf gab.

Im Folgenden möchte ich den Fokus auf Kreativität in Coaching- und Trainingsprozessen legen, denn das ist eine meiner besonderen Kompetenzen. Wenn wir als Coaches, Mentoren oder Trainerinnen Kreativität als Wert überzeugend leben, sind wir ein gutes Beispiel und fruchtbarer Nährboden zugleich.

Als ehemalige Pflegefachkraft ist Kreativität für mich eine Selbstverständlichkeit und Voraussetzung für individuelle und professionelle Pflege. Bereits Florence Nightingale sagte: „Krankenpflege ist keine Ferienarbeit. Sie ist eine Kunst und fordert, wenn sie Kunst werden soll, eine ebenso große Hingabe, eine ebenso

große Vorbereitung, wie das Werk eines Malers oder Bildhauers. Denn was bedeutet die Arbeit an toter Leinwand oder kaltem Marmor im Vergleich zu der am lebendigen Körper, dem Tempel für den Geist Gottes?“¹ Dieses Zitat hat mich bereits als junge Pflegekraft sehr bestärkt, in jeder pflegerischen Situation und Beziehung kreativ und wandlungsfähig zu bleiben. Denn Begegnungen mit Patienten gerade in der Gerontopsychiatrie sind oft herausfordernd – es braucht kreative Lösungen, wenn eine 90-jährige Frau ihre Mama vermisst.

Was aber ist Kreativität? „Kreativität ist eine schöpferische Kraft, neue Ideen, Kompositionen oder Lösungen zu erschaffen, die ihrem Schöpfer vorher unbekannt waren oder Altes verknüpfen und in eine neue Form zu bringen. Sie ist zugleich eine Strategie zur Umweltbewältigung – die treibende Kraft der Evolution –, ein wesentlicher Aspekt unserer Intelligenz und ein natürliches Potential, das in jedem Menschen vorhanden ist. Und eines ist sie zuallererst: eine Einstellung; eine neugierige, forschende Geisteshaltung.“ Ergänzend zu diesem Zitat von Michael Lutter und Jutta Gründonner² gibt es für mich auch die Nutzenorientierung von Kreativität. Kreativität um ihrer selbst willen kann natürlich zum Genussfaktor und zur unendlichen Einladung ins Spiel werden. Warum nicht? Im Business-Kontext hingegen sehe ich den Nutzenaspekt als unabdingbar an. Er ist eine großartige Vorgabe, mit der wir uns immer wieder neu auseinandersetzen können.

Ein kreativer Prozess kann als schöpferischer Prozess verstanden werden. Wir wissen zu Beginn noch nicht, was am Ende da sein wird. Viele Trainer und Coaches nutzen das Improtheater, um ihre Kreativität zu steigern – das mag funktionieren. Ich komme aus dem Masken- und Clownstheater, also dem körperbezogenen Theater – das mag vielleicht stiller und langsamer sein. Im Improtheater heißt es oft: „Sei schneller als die Polizei in deinem Kopf!“, die Schnelligkeit wird zum entscheidenden Faktor. Im Clownstheater liebe ich die Kernthese meines Clownslehrers Dieter Bartels: „Der Clown muss den Verstand flachlegen“ – und das geschieht durch sehr viel Körper- und Bewusstseinsarbeit. Im Laufe der Jahre habe ich in diesem Spiel gelernt, sehr intuitiv zu sein und mich von einer inneren Stimme durch den offenen Prozess der unterschiedlichsten kreativen Phasen leiten zu lassen und souverän zu bewegen.

Auch das Spiel mit dem leeren Raum (nach Peter Brook) hat mich gelehrt, automatisch im kreativen, intuitiven Zustand zu sein. Ich habe so erfahren, dass ich im leeren Raum allein durch die Fülle der eigenen Fantasie etwas schaffen kann. Dies ist die Quelle, das Schöpfen aus dem Nichts – lediglich aus der inneren Fülle in Verbindung mit Vorgaben.

„Brook verlangt seinen Schauspielern viel ab. Sind sie dann aber so weit, dass sie mit großer Präsenz eine leere Bühne, einen leeren Raum füllen können, dann können sie dies zweifelsfrei. Der vormals leere Raum bekommt

1 Quelle: <https://beruhmte-zitate.de/zitate/1975261-florence-nightingale-krankenpflege-ist-keine-ferienarbeit-sie-ist-eine/>. Entnommen am 7. April 2022

2 Luther, Michael; Gründonner, Jutta: Königsweg Kreativität. Junfermann Verlag, Paderborn, 1998, Seite 38

ein Gesicht, eine Geschichte. Brook sagt: „Ich kann jeden leeren Raum nehmen und ihn eine nackte Bühne nennen. Ein Mann geht durch einen Raum, während ihm ein anderer zusieht; das ist alles, was zur Theaterhandlung notwendig ist.“³ Ich führe diese Erfahrung hier an, weil sie mein Verständnis von Kreativität verdeutlichen soll: Wir sind die Quelle von Kreativität – unsere innere Vielfalt ist der Schatz, aus dem wir schöpfen können. Gibt es für unsere Klientinnen und Teilnehmenden bessere Vorgaben und Zielsetzungen, als sich der eigenen Fülle und Möglichkeiten bewusst zu werden?

Besonders möchte ich hervorheben, dass Vorgaben, gerade wenn sie eng sind, Kreativität fördern, denn in der Ausgestaltung liegt ein Kern der Kreativität. Es macht einen Unterschied, ob ich im bunten Bällebad nach wenigen Minuten „ausgespielt habe“ oder mit einem Ball stundenlang spiele.

Kreativität entsteht aus äußerem Mangel – dies lernte ich von meiner Mutter, die nach der Scheidung von meinem Vater mit meiner Schwester und mir als berufstätige Mutter eine ganze Menge jonglieren musste. Ich hörte keine Klagen von ihr, stattdessen überraschte sie uns mit den vielfältigsten Ideen und Möglichkeiten, die sie mit wenig Budget und Material zauberte. Es war ihre Schaffensfreude, ihre schöpferische Kraft, die die Grundlage für so viele tolle Kindheitserinnerungen legte: Vom Rollschuhlaufen auf dem schiefen Flur der Altbauwohnung bis zu

Teddy- und Puppentaufen, für die sie sich einen Zylinder bei einem Kollegen auslieh. Sie lehrte mich, mit den vorhandenen Dingen zu zaubern, nicht unbedingt noch etwas zu brauchen.

Diese Erfahrungen nutzte ich, als ich als Business-Nomadin in meinem Wohnmobil-Jahr 2014/2015 unterwegs war und nur begrenzt Platz hatte: Es gab „ein Messer für alles“, ein Lieblingsmesser. Bleiben wir bei der Küche: Koche ich mit dem, was da ist, eine eigene, individuelle Kreation oder benötige ich noch einen Einkauf, um ein ganz besonderes Rezept umzusetzen? Kreativität ist der Schlüssel, um aus wenig etwas zu machen. Der Transfer ins Training oder Coaching liegt auf der Hand: Verlassen wir die gewohnten Pfade und nutzen wir wenig Füllmaterial oder Brimborium, Überflüssiges kann weggelassen werden! Dann kommt das Wesentliche zum Vorschein.

Kreativität in Coaching & Training sind *nicht*: Bunte oder bemalte Moderationskarten und Spiele um des Spielens willen.

Auch die oftmals bunten und individuell bestuhlten New Work-Räume in Unternehmen und Tagungshotels sind nicht automatisch kreativitätsstiftend; in erster Linie sind sie unverbindlich. Sie sind aber die Einladung an Trainerinnen und Coaches, sie mit Kreativität zu füllen, der entscheidende Funke sind Sie also selbst! Sie sollten kreative Lern- und Entwick-

ten Kompetenz durchdrungen haben. Dann fällt es leicht, mit dem Thema und seinen Facetten zu spielen und damit zu improvisieren, wie bei einem geübten Musiker. So können kreative Prozesse getrost und leichtfüßig gelebt werden.

Manche Menschen meinen, sie brauchen viele Möglichkeiten und Spielraum, um kreativ sein zu können. Ich möchte dies aus meiner Erfahrung gerne ins Gegenteil umkehren. Zu viele Möglichkeiten können tiefere Prozesse verhindern. Gerade die Reduktion auf Weniges, das Einhalten von Vorgaben, fördern hingegen oft Kreativität. Ein Beispiel dafür ist die von mir entwickelte Trainingsmethode „Der Weltenerschaffer“. Auf dem Boden des Raumes verteile ich verschiedene Material-Duos, z.B. Wäscheklammern und eine größere Menge Streichholzschachteln. In Kleingruppen erschaffen die Teilnehmenden daraus eine „Installation“ zu einem Thema, das zuvor bearbeitet wurde. Ich gebe ihnen dafür bewusst nur einige Minuten Zeit und habe noch nie erlebt, dass eine Gruppe kein Ergebnis präsentieren konnte.

Etwas anders, aber in der Wirkung vergleichbar, ist die Methode „Das Museum“, bei der ich ein Thema oder einen Auszug davon als Präsentation von Museumsexponaten vorstelle – mit Eintrittskarten, weißen Handschuhen, Schildern zu den Ausstellungsstücken. Nachdem ich meine vorbereiteten Exponate präsentiert habe, bitte ich die Teilnehmenden, in Kleingruppen innerhalb weniger Minuten eigene Objekte zu erstellen und zu präsentieren.

In beiden Beispielen sind die Teilnehmenden sofort miteinander in Kontakt

Die Schaffensfreude meiner Mutter legte den Grundstein für viele tolle Kindheitserinnerungen.

lungsräume möglich machen und mit Leben füllen.

Dies gelingt besonders gut, wenn wir im Thema stehen, es beherrschen und es auf dem Level der unbewuss-

3 Messer, Barbara: Ungewöhnliches Coaching an ungewöhnlichen Orten. Beltz Verlag, Weinheim/Basel, 2017, Seite 157

und Austausch, fast immer ist das Ergebnis größer als die Summe seiner Teile.

Vielleicht gibt es etwas wie ein tiefes Gott- oder Urvertrauen, das uns bei schöpferischen Prozessen leitet und vor allem auch innehalten lässt. In dieser inneren Ruhe können wir gestrost bleiben, wenn inmitten all der Kreativität der Faden verloren geht. Ist Intuition eine Antwort? Ja!

Wer immer denselben Pfaden folgt, entdeckt nichts Neues und erfährt wenig Inspiration. Wer als Coach ausschließlich auf Coaching-Kongressen und als Trainerin auf Trainerkongressen Neues sucht, geht vielleicht mit vollen Taschen nach Hause, in denen das aktuelle Wissen aus der eigenen Zunft steckt. Wir füllen jedoch unsere Taschen mit komplett neuen Inspirationen, wenn wir woanders suchen: Besuche von Kunstausstellungen, von Konzerten oder Tanzworkshops, Theater- oder Bauchtanzkursen sind erste ausgewählte Orte, wo wir von anderen Meistern sehr viel lernen können. Damit können wir eine Brücke zu unserem Thema bauen, die es vorher noch nicht gab.

Ein Warnhinweis:

Kreativität sollte nicht zu einem Klamauk werden, der „sinnentleert“ daherkommt. Aussagen wie „Ich mache mich zum Affen“ haben aus meiner Erfahrung ein „Geschmäcke“, denn zum einen ist ein Affe ein cleveres Säugetier und zum anderen wertet diese Bezeichnung einen kreativen Ansatz ab. Stattdessen sollten im Fokus stehen: Lernzielorientierung und die sorgfältige Auswahl von Methoden und Ansätzen.

„Agiere nicht vorhersehbar“ mag wohl einer meiner größten Wirkfaktoren sein. Doch was begegnet uns

stattdessen in vielen Trainings- und Coachingräumen?

- Die bunte Kleenexpackung auf dem Tisch, daneben Blumen und zwei bunte Sessel. Ein Stuhlkreis, bunte Moderationskarten und ein Tisch mit Spielen.
- Tools wie „Lego Serious Play®“ oder der bekannte Stapel aus Spaghetti, Marshmallow und Kreppband, bei dem Teilnehmende vorher schon wissen, dass sie hinterher auswerten, wie der Gruppenprozess für sie war.

Das ist nicht mehr spannend, ganz im Gegenteil: Die Teilnehmenden wissen oder ahnen, was sie erwartet, und sind dadurch nicht angeregt.

Diese Vorhersehbarkeit von Training und Coaching ist die direkte Einladung in die Komfortzone, auch für den Trainer, die Trainerin oder den Coach.

„Solange Trainerinnen und Trainer diese altvertrauten und dementsprechend unspannenden Settings nicht ändern, werden sie aus dem selbst inszenierten Trägheitsmoment nur schwer herauskommen.“⁴

Wer also Kreativität im Coaching und Training fördern möchte, setzt sich besser damit auseinander, wie diese erlernt und gelebt werden kann.

Immer braucht es Neugier und das Sich-Einlassen auf etwas Unbekanntes und Neues – einen anderen Zugang, einen anderen Weg. Und es braucht Methoden, die die Teilnehmenden oder Klienten in einen tieferen und beteiligten Prozess bringen, der sie gemeinsam Neues erleben lässt.

Sehr oft treffen wir auf Teilnehmende mit Glaubenssätzen wie „Ich bin nicht kreativ“, „Ich kann nicht schreiben“ oder Ähnliches. Ich wähle aus einem Portfolio von Methoden und Interventionen, die den Teilnehmenden und Klienten kreative Prozesse ermöglichen und es passiert solche hinderlichen Glaubenssätze ausräu-

men. Stattdessen machen sie die vielfältigsten und niedrigschwelligsten Erfahrungen, dass sie sehr wohl kreativ sind. Zudem lebe ich Gewünschtes als Vorbild vor.

Wie lässt sich Kreativität fördern?

Wenn ich an etwas Größerem „brüte“, wie an einem Trainingskonzept, einem Buchtext oder einem Artikel, dann plane ich die unterschiedlichen Phasen der Arbeit ganz bewusst – Recherche ist etwas anderes als Schreiben und Strukturieren. In meinem Tagesablauf gibt es aktive und passive Phasen, wie Kochpausen oder Spaziergänge, in denen die Lösungen und Ideen quasi „aufploppen“. Kreativität entsteht manchmal erst in einem entspannten, unbewussten Zustand, wenn die eigene Fantasie „auf Reisen geht“.

Ähnliches gilt auch für manche Coaching-Prozesse: Ich wähle Methoden aus, in denen die Coachees bewusst und/oder unbewusst ihre Anliegen bearbeiten können. Dazu eignen sich bestimmte Dialogformen – unter anderem innere und äußere Dialoge. Ich Sorge also dafür, dass sie in ihrer Intuition angesprochen werden. ■



© Henrik Pfeifer

Barbara Messer

Mehrfach ausgezeichnete Unternehmerin, Blended-Learning-Expertin sowie Autorin von rund 25 Büchern und zahlreichen

Fachartikeln. Sie hält Vorträge, entwickelt Trainings, Workshops und einzigartige Blended-Learning-Bildungskonzepte. Barbara Messer coacht und unterstützt Menschen verschiedenster Karrierestufen und Branchen, sich und ihr Thema einzigartig und überzeugend zu präsentieren – live, hybrid und online.
www.barbaramesser.de