

### Brainstormingmethoden

Brainwriting und Brainstorming nach Alex Osborn. Er entwickelte maßgeblich das Brainstorming, [ „... eine Methode zur Ideenfindung, die die Erzeugung von neuen, ungewöhnlichen Ideen in einer Gruppe von Menschen fördern soll. Er benannte sie nach der Idee dieser Methode, nämlich „using the brain to storm a problem“ (wörtlich: Das Gehirn verwenden zum Sturm auf ein Problem) .

Es wird eine Gruppe aus 5-20 Personen zusammengestellt. Je nach Problemstellung kann sie aus Experten/Mitarbeitern, Laien oder Experten andersartiger Fachgebiete bestehen. Den Gruppenmitgliedern wird im Vorfeld der erwartete Verlauf des Brainstormings mitgeteilt, zum Beispiel ob es sich um ein moderiertes oder nichtmoderiertes Brainstorming handelt. Ein Protokollant wird ernannt.

Die Gruppenleitung bereitet Anschauungsmaterial vor und führt die Gruppe in das Problem ein. Das Problem wird analysiert und präzisiert. Anschließend können bekannte Lösungen/Ideen diskutiert werden.“...] Quelle: Wikipedia

Methodik (Spontanreaktionen, schriftliche Fixierung, Zeit) » Briefing (Fragestellung) » Ergebnis

4 Grundregeln:

- » Kritik ist absolut tabu!
- » Freies assoziieren ist wünschenswert
- » Quantität steht vor Qualität
- » Aufgreifen und Kombinieren von Ideen anderer (Weiterentwickeln von Ideen)

#### Moderator:

- » stellt Grundregeln vor
- » Problemvorstellung / Fragestellung
- » beantwortet Fragen zum Ablauf
- » kontrolliert die Gruppe / stoppt „Ideenkiller“
- » achtet auf die Zeit
- » motiviert die Gruppe
- » Vorschläge aufzeichnen, ohne sie abzuwerten - sachliche Bewertung/Beurteilung nach Ablauf der Zeit

#### Ablauf:

- » Problemstellung / klares Briefing/Fragestellung
- » Vergewissern, ob alle Problemauffassung haben
- » evt. Fragen klären » ggf. neuformulierung der Frage
- » Regeln des Brainstormings
- » Ideen werden für alle sichtbar fixiert
- » Lösungsfindung
- » Bewertung / Lösungsvorschlag

Zeitlicher Ablauf: 40 - 50 Minuten

Ideenfindung: 15 - 20 Minuten

Bewertung: 30 - 40 Minuten

#### Benötigt werden:

Tafel/ Board, Briefing, Lust, Moderationsmaterial (Papier+Stifte+Tesa), Moderator, Gruppe mit min. 4 Teilnehmern

**Briefing/Ausgangslage:**

Die Fakultät Gestaltung der Bauhaus Universität steht im direkten Wettbewerb mit Hochschulen für Gestaltung, Fakultäten Kommunikationsdesign und Akademien im ganzen Bundesgebiet sowie aus dem Ausland. Der Klang des Namen „Bauhaus“ macht Weimar für viele Design-Studenten interessant. International wurde allerdings der Wettbewerb „verschlafen“, die Zahlen ausländischer Bewerber und Absolventen ist stark rückläufig.

Im Sommer 2011 soll eine neue und umfangreiche Kampagne in Kooperation mit diversen internationalen Designverbänden aufgesetzt werden, die diesem Trend entgegenwirken soll.

Welche Alleinstellungsmerkmale (usp - unique selling proposition) und Benefits kann die Fakultät Gestaltung der Bauhaus Universität im Vergleich zu Ihren drei Hauptmitbewerbern (UDK Berlin, FH Düsseldorf, HFG Offenbach) aufweisen. Entwickeln Sie mit Hilfe des Brainwritings/Brainstormings Differenzierungskriterien und werten Sie Diese entsprechend aus.

**Frage: Welche Differenzierungskriterien hat die Fakultät Gestaltung im Vergleich zu ihren Mitbewerbern?**

Markenpyramide:



