



Schriftenreihe des SIB
Schweizerisches Institut für höhere kaufmännische Bildung
Band 9

Adolf Wirz

Lerne schöpferisch denken

Die Lehre von der Kreativität



Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins
Zürich 1970

Inhalt

Eine notwendige Abgrenzung	7
Zur Begründung und Einstimmung	9
Was heisst kreativ? Wer ist kreativ?	11
Widersprüchliche Genie-Literatur	15
Der Geniekult des 20. Jahrhunderts	17
Die «Schwierigen»	20
Der weltgrösste pathographische Geniekatalog	21
Die Wahrheit umfasst Gegensätze	23
Lernbare Kreativität	27
Grosse Werbeleute erläutern ihre Arbeitstechnik	33
«Genie-Religion» - ein persistierender Aberglaube?	38
Die «Hebammenkunst» der Antike	41
Ist die schöpferische Begabung eine Frage der Gene?	43
Alle Lebewesen können «erfinden».	47
Unternehmer müssen sich etwas einfallen lassen	51
Sinn und Unsinn der «Kreativen Revolution» in der Werbung	57
Warum sich Werbeagenturen mausern	58
45 Meter Anzeigen in einer Frauenzeitschrift	60
Kreativität richtig und falsch verstanden	62
Der Konsument fordert Tatsachen	65
Einfalle programmieren?	71
Wissen behalten, Wissen ordnen	74
Narren des Glücks	76
Schulen des schöpferischen Denkens	79
«Laterales Denken» führt zu neuen Lösungen	81
Synectors - die professionellen Ideenfinder	87

Morphologisches Denken	97
Hat das Brainstorming ausgedient?	103
Solo-Brainstorming?	107
Meine eigene Methode.	110
Der Marktforscher als inspirierender Genius?	113
Die sechs Stufen des schöpferischen Denkens	119
1. Die Motivation	122
2. Die Analyse	123
3. Die Inkubation	124
4. Die Synthese	126
5. Die Illumination	127
6. Die Verifikation	128
Was nun, lieber Leser?	131
Literatur	135