







FRAGEN FRAGEN - Ask and reflect yourself

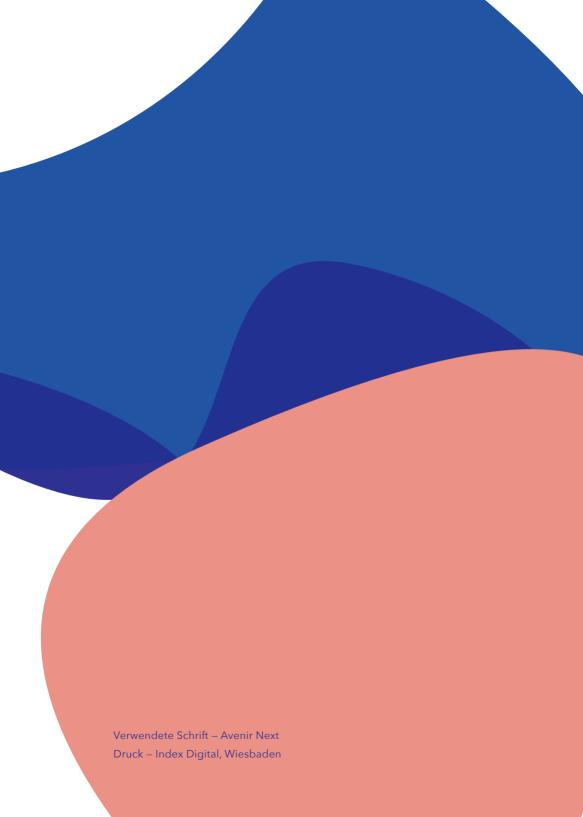
Reflexion über das Gestaltungs- und Wirkungspotenzial von Fragen in der Kreativwirtschaft

Thesis zur Erlangung des akademischen Grades eines Master of Arts des Studiengangs Creative Direction, der Hochschule Pforzheim, Fachbereich Gestaltung © 2019 Eingereicht im WS 2018/19









Genderform in dieser Arbeit

Zur Förderung einer besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit maßgeblich das generische Maskulinum verwendet und auf die weibliche Art der Formulierung weitestgehend verzichtet. Jegliche maskuline Formulierungen sind geschlechtsneutral und stellvertretend für alle menschliche Individuen zu verstehen. Die Autorin möchte mit dieser Maßnahme in keinem Fall entgegen den Grundbestrebungen einer gendergerechten Sprache wirken.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung

1.2 Positionierung

Persönliche Reflexion der Autorin und freie Gedanken Metapher einer Schaukel – Erklärung von subjektiven Grenzerfahrungen

Gestaltungskompetenz eines Zukunftsgestalters

1.3 Motivation zum Fragen fragen – Eine Herleitung

Erfahrungen und Beobachtungen der Autorin

Die fehlende Kultur des Fragens

Relevanz des Hinterfragens

Das Potenzial von Fragen

Der Anwendungskontext Kreativwirtschaft

1.4. Beschreibung der Rahmenbedingungen

1.4.1 Ist-Zustand – Das Problem

Das Problem des Ist-Zustands kurz gefasst

Die Ellenbogengesellschaft – eine systemische Herleitung

Besonders vs. Allgemein – Theorie nach Reckwitz

Der spätmoderne Spiegel der Wirklichkeit

Bedürfnis zur Zwischenmenschlichkeit

Relevanz Kreativwirtschaftskontext

Zusammenfassung & Fazit

1.4.2 Soll-Zustand & Zielsetzung – Mehr als die Summe der Teile

Der Soll-Zustand kurz gefasst

Unterschiedlichkeit als Chance...

...aus gewohnten Strukturen auszubrechen

Formel

Wie wir ins Fragen kommen

2 Beobachtungsfokusse

Warum wir ins "Fragen fragen" kommen sollten

Soll-Zustand & Forschungsgegenstand

2. Kreativität

Klärung & Relevanz der Begriffe Kreativität & Kreativwirtschaft Verständnis des Kreativitätsbegriffs Die gesellschaftliche Transformation der Rolle von Kreativität Persönliches Verständnis des Kreativitätsbegriffs Inhaltlicher Bezug & Relevanz von Kreativität Formel von Kreativität – ein Frage-Mechanismus Verständnis des Kreativwirtschaftsbegriffs – kontextuelle Auswahl Rückblick & Ausblick – Möglichkeitsbedingungen von Kreativität

3. Möglichkeitsbedingungen von Kreativität

Bewusster Radius und Grenzen des Beobachtungswinkels

3.1 Die Disruption, disruptiv Denken

Disruption als Bedürfnis neu zu denken Klärung und Relevanz des Begriffs Disruption Allgemeine Begriffsbestimmung Disruption Das disruptive nichtlineare Denken und Sokrates – Nichtwissen Persönliches Verständnis & Relevanz von Disruption Fragen katalysieren Disruption Disruption als emergente Synergie – von Bekanntem & Unbekanntem

Durch Fragen das Übliche riskieren und nötig Neues erfinden

3.2 Empathie

Relevanz des Begriffs Empathie im Kontext Das Sich-ins-Fremde-stellen im akuten Kontext Definitionen & Formen von Empathie – Theorien im Überblick Persönliches Verständnis & Relevanz von Empathie Formel

4. Das Fragen fragen – Die Kunst des Fragens

Annahmen & Theorien des Fragen-fragens – Wie Fragen sind Der unmittelbare Effekt von Fragen & Weg zu einer Antwort Zuhören – durch Fragen Distanz überwinden Neuronaler Vorgang des Befragtwerdens im Gehirn Persönliches Verständnis des Fragen-fragens der Autorin

4.1 Fragearten & -prinzipien

Frageprinzipien

Wie Fragen fragen? Die drei Dimensionen Fragegestaltung Offene & geschlossene Fragen Fragetrichter – systematisches Fragen zur Gesprächss Index der Fragearten Der Fragewürfel Erweiterte Liste von Fragearten nach Patrzek

Mäeutik

Weiterentwickeltes sokratisches Gespräch

Regressive Abstraktion

Coach – Aufgabe des sokratischen Leiters

Metagespräch: Das Gespräch über das Gespräch Persönliche

Schlussfolgerung der Recherche

4.2 Überblick über Kreativmethoden die auf Fragen bauen

Die Begrifflichkeit Kreativmethode

Überblick und Auswahl von Kreativmethoden, die mit Fragen arbeiten

Emotionale Biografie

Osborn-Checklist, Scamper, Scamperr

Design Thinking

Frage Null

Die fünf Warums oder 5-Why-Technik

Dreh's um!

SWOT-Analyse

Business Model Canvas

Visual Synectic

6-Hüte-Denken

Jobs to be done (JTBD)

Schlussfolgerung der Kreativmethodiken-Recherche

inthese-Gestaltungsansatz

Gestaltungsansatz & -Ausgangspunkt

Wiederholung und Herleitung der geplanten Anwendungsparameter

Warum Fragen fragen? – Handlungsbedarf & -relevanz

Der Dialog als wiederentdeckte Chance auf Klarheit – Lösungsansatz

nthese der Erkenntnisse & Kreation der Anwendung

Expertise und praktische Erfahrungswerte

Herleitung & Veranschaulichung von Herausforderung

Intrinsische Motivation katalysiert Veränderungsmotivation

Die Bereitschaft zur Offenheit & Ehrlichkeit durch Kontrollübergabe

Die Geste der Kontrollübergabe

Realisierung – Wie kommt die Anwendung in die Welt?

Der Initiator

Der Designer als Initiator & Sekundant

Welche Fragen fragen?

Gestaltungsansatz der Frage-Anwendung Das Metagespräch über das Gespräch

Einstieg & Abholung der Teilnehmer – praktisches Warm-Up Exemplarische Einstiegsvariante – 3 wichtige Momente im Leben

Fragen-Fresh-Up Zwischensequenz – Basiselement der Anwendung 3 Varianten der Frage-Anwendung – Ein Werkzeugkasten des Fragens

- 1. Variante: Das Selbstgespräch Ich frage mich...
- 1.1 Erweiterung: Öffnung des Selbstgesprächs
- 2. Variante: Der Frage-Dialog Ich frage dich & du fragst mich...
- 2.1 Erweiterung: Öffnung des Frage-Dialogs
- 3. Variante: Das Gruppengespräch Wir fragen uns...
- 3.1 Erweiterung: Öffnung des Gruppengesprächs

5.2 Fazit

Persönliche Erwartungen & Unerwartetes Persönlicher Mehrwert dieser Arbeit Allgemeiner sowie spezifischer Ausblick & Mehrzweck dieser Arbeit Gesprächspartner

Anhang

6. Einleitung und Handhabung der Fragesammlung

Fragen von Wichtigkeit Praktischer Umgang mit dieser Fragesammlung Zur Anwendung empfohlene Fragen °

6.1 Fragesammlung

Verzeichnisse

Literaturverzeichnis
Abbildungsverzeichnis
Internetquellenverzeichnis
Verzeichnis verbaler und medialer Quellen
Abkürzungsverzeichnis
Eidesstattliche Erklärung

Dank

ABSTRACT

Diese Arbeit trägt den Titel "Fragen fragen. Reflexion über das Gestaltungs- und Wirkungspotenzial von Fragen in der Kreativwirtschaft".

Ziel dieser Arbeit ist es, eine Kultur des Fragens anzuregen und die Parameter eines praktischen Frage-Gestaltungsansatzes im Hinblick auf ihr Potenzial zu erforschen, zwischenmenschliche Klarheit im Allgemeinen sowie im Speziellen – innerhalb kreativwirtschaftlicher Tätigkeiten – sowie die Teamsynchronisation zu bestärken.

Im ersten Kapitel dieser reflexiven Arbeit wird ein persönlicher Einblick in die Positionierung und Motivation gewährt, der dazu animieren soll, sich dem enormen Wirkungspotenzial von Fragen näher zu widmen. In der Analyse des angestrebten Soll-Zustands wird herausgestellt, dass Fragen dabei unterstützen, die akuten Herausforderungen und Probleme der ermittelten Ist-Situation – der es an einer Kultur des Fragens mangelt – zu lösen und proaktiv, im allgemeingesellschaftlichen sowie im spezifischen kreativwirtschaftlichen Fokus, mitzugestalten.

Im Kapitel 2 folgt eine Einführung und Definition von kontextuell relevanten Theorien und Annahmen bezüglich der fokussierten – und im Hinblick auf die gegenwärtige Ist-Situation als notwendig erachteten – Form von Kreativität. Darauf folgt eine Beschreibung der Kreativwirtschaft, die den gewählten Beobachtungsradius darstellt. Abschließend wird ein inhaltlicher Bezug dieser beiden Aspekte in Verbindung mit dem Wirkpotenzial von Fragen hergestellt.

Das 3. Kapitel widmet sich einer tieferen Auseinandersetzung mit den im Kontext analysierten Möglichkeitsbedingungen von Kreativität (Disruption bzw. disruptives Denken und Empathie), die anhand von Schlussfolgerungen der Verfasserin durch ein Fragen-fragen angeregt werden. Zur tieferen Erläuterung der zugrundeliegenden Wirkprinzipien von Fragen, die disruptives Denken (vgl. Kap. 3.1) und Empathie (vgl. Kap. 3.2) katalysieren, folgt jeweils eine entsprechende Theorieausführung, die u.a. die Aspekte der sozial-systemischen Reflexion, Immersion und Emergenz mit Kreativität in Verbindung bringen.

Unter 4. Annahmen & Theorien des Fragen-fragens, werden die inhaltlichen Komponenten, die eine Kultur des Fragens gestalten, konkret erarbeitet, weshalb im Kapitel 4.1 relevante Fragearten und -prinzipien im Kontext des Forschungsgegenstands, bezüglich ihrer praktischen Handhabung tiefgreifend behandelt werden. Das Unterkapitel 4.2 führt einen ausgewählten Überblick verschiedener Kreativmethoden auf, die mitunter durch den Aspekt des Fragenfragens gefördert bzw. strukturiert werden und Inspiration für den Gestaltungsansatz bieten.

Das 5. Kapitel synthetisiert aus dem erarbeiteten Erkenntnisverlauf aller vorangegangenen Kapitel einen Gestaltungsansatz als Handlungsempfehlung zum bewussten Einsatz von Fragen, die zur Verbesserung von zwischenmenschlicher Kommunikation und Gestaltungsprozessen in der Kreativwirtschaft beitragen können. Dies erfolgt in Form des sog. Fragen-Fresh-Ups, als praktische Zwischensequenz, die durch die Kombinationsmöglichkeit mit drei verschiedenen Frage-Anwendungsvarianten situativ anpassungsfähig gestaltet werden kann. Diese Kreation wird anhand eines konkreten Beispielfalls und eines kreativen Design Thinking Prozess veranschaulicht und kann durch die umfangreiche Fragesammlung (siehe 6. Anhang) praktische Ergänzung finden.

Ein abschließendes Fazit dieser Arbeit zieht die Verfasserin unter 5.2. An selbiger Stelle skizziert sie einen persönlichen und zukünftigen Ausblick auf die sich für sie ergebenden Handlungsmöglichkeiten im Bezug zu ihren gewonnenen Erkenntnissen.

1. Einleitung

Die vorliegende Arbeit erforscht eingehend das Wirkungspotenzial von Fragen im Allgemeinen sowie im Kontext der Kreativwirtschaft, bezüglich der Möglichkeit zwischenmenschliche Klarheit sowie gemeinsame Kreativität zu stiften. In diesem ersten Kapitel führt die Verfasserin an diese Thematik, über eine grundlegende Einleitung, eine persönliche Positionierung als Zukunftsgestalterin und eine konkrete Analyse des gegebenen Ist-Zustands und des angestrebten Soll-Zustand – einer Kultur des Fragens – heran.

"Das Leben selbst ist es, das dem Menschen Fragen stellt. Er hat nichts zu fragen, er ist vielmehr der vom Leben her Befragte, der dem Leben zu antworten – das Leben zu verantworten hat." – Viktor Frankl (Schefter: 2018).

Jede Handlung des Menschen hat den Ursprung in einer vorangegangenen Entscheidung, die eine Reaktion auf die Frage nach dem Was-Tun und Wie-Handeln darstellt. Dies ist unabhängig davon, ob die Entscheidung bewusst bzw. unterbewusst oder unmittelbar bzw. weitaus früher getroffen wurde. Der Mensch trifft Entscheidungen und nimmt somit Einfluss auf das eigene Leben sowie auf das von seinen Mitmenschen. Im besten Fall übernimmt er empathisch Verantwortung für sein Wirken in der Welt und somit auch für andere (vgl. Rosenberg: S. 171 ff.).

Wer bin ich?

Zu den grundlegenden Bedürfnissen des Menschen zählt die Kenntnis sowie die Beziehung zu sich selbst (vgl. Maslow: S. 383). Diese kann u.a. durch einen Dialog mit dem eigenen inneren Kern entstehen, um so zu erfahren, wie das eigene Selbst beschaffen ist und welche

Entscheidungen nötig sind, um das Ziel der "Selbstverwirklichung" zu erreichen (ebd.). In einer gelingenden Beziehung zum eigenen Selbst werden folgende Fragen stetig aufgeworfen und reflektiert: "Wer bin ich? Wohin gehe ich? Und mit wem?" (Bucay: S. 7). Durch die eigene Auseinandersetzung mit diesen Fragen können auch andere Beziehungen des menschlichen Lebens gelingen (vgl. Prieß 2018).

"[Das] eigene Wesen völlig zur Entfaltung zu bringen" ist wonach der Mensch strebt und was vermag ihn zu erfüllen (Wilde 2012). Anhand der Interaktion mit dem Außen ist es leichter, das Innen zu ergründen und im Gemeinsamen nachzuvollziehen. Schon durch die verbale oder auch nonverbale Äußerung innerer Vorgänge und Gedartreten diese klarer in ihrer Substanz und Erscheinung hervor. Al Überwindung sich im Außen mitzuteilen, scheint dem Individuum mehr Klarheit zu verhelfen und kognitive Barrieren abzubauen.

Wer sich selbst sowie seine Reaktionen hinterfragt, entdeckt im aktiven Bewusstsein verborgene Strategien, die das eigene Begreifen, Denken und Handeln als systematisches Verhaltensmuster offenbaren. Um im Außen sowie im Innen angemessen kommunizieren zu können, gilt es – sinngemäß der gewaltfreien Kommunikation nach M. B. Rosenberg – sich stets vor Augen zu führen, dass sich die Bedürfnisse verschiedener Individuen einander nie entgegenstehen, sondern lediglich die Strategien, die zur Erfüllung der Bedürfnisse angewandt werden (vgl. Rosenberg).

Möchte man einen tieferen Einblick in die Ursachen dieser Unterschiede erhalten, müssen die Strategien von den Bedürfnissen separiert werden. Diese unterschiedlichen Strategien zur Erfüllung der Bedürfnisse beziehen sich maßgeblich auf den zwischenmenschlichen Kontakt und können dabei durch früheste soziale Prägung (ca. in den ersten 7 Lebensjahren) einer negativen inneren Realität entstehen (vgl. Prieß 2018). Diese Strategie basiert auf dem Motiv eines emotionalen Selbstschutzes. Aufgrund von Erfahrungen mit emotionaler, oft negativer Bedeutsamkeit merkt sich das individuelle Unterbewusstsein die Gefühlslage, Dynamik und Chronologie der entsprechenden Situation und eignet sich eine individuelle Strategie des Denkens, Reagierens und Verhaltens an (vgl. Prieß 2018).

Die Reflexion in der Kommunikation mit sich sowie mit anderen ist dabei zum einen notwendig, um sich selbst und andere zu verstehen, zum anderen auch um negative innere Realitäten aufzulösen. Wer das eigene Sosein und spezifischer die eigenen Denk- und Kommunikationsstrategien zu reflektieren lernt, kann durch ein entsprechendes und aktives Handeln, mit sich und anderen in einen echten Dialog treten. Unter einem "echtem Dialog" wird hier die Kontaktaufnahme zum intrinsischen Wesenskern verstanden. Zentraler Katalysator hierzu können Fragen sein. Sie entfalten eine unmittelbare und impulsgebende Wirkung und haben das Potenzial innerhalb zwischenmenschlicher Kommunikation Klarheit zu stiften und eine gemeinsame kreative Interaktion positiv zu potenzieren.

1.2 Positionierung

Schau dich an und sag dir wer du bist.

Wer du warst, wer du sein willst.

Geh weg, geh raus, mach was draus, Aus dir, aus deinem Ich.

Komm wieder, schreib's nieder, Reflektiere, wer du bist.

- Reflect yourself von Deborah Beuerle (Beuerle: 2015).

"Die Reflexion ist nichts anderes als die Aufmerksamkeit auf das, was in uns ist."— Gottfried Wilhelm Leibniz

Persönliche Reflexion der Autorin und freie Gedanken

Der Titel beinhaltet ein tief innewohnendes Grundbestreben der Autorin, eine von ihr stetige instrinsisch motivierte Tätigkeit: die Reflexion.

– Das hier gemeinte Reflektieren impliziert einen kognitiven Findungsprozess von Erkenntnissen. Etwas entwickelt sich und wird klar, unabhängig davon, wie schwierig oder simpel sich dieser Prozess gestaltet und anfühlt. Bei diesem Vorgang wird ein gewählter Beobachtungsradius oder -fokus um die Aspekte gesteckt, die die zu reflektierende Thematik tangieren. Dieses Vorgehen lässt sich in jedem Bereich des Lebens wiederfinden, so auch in der Kreativwirtschaft, die in dieser Arbeit den spezifischen Beobachtungsfokus darstellt.

Aufgrund dessen nimmt die Autorin diese Arbeit zum Anlass, um über die Ursachen ihres individuellen Soseins zu reflektieren und die daraus entstandene Gestaltungssensibilität bezüglich Fragen, Empathie, Disruption und Kreativität im Kontext ihrer Berufung als Zukunftsgestalter zu übersetzen. Sie unternimmt den Versuch entsprechend ihrer ausgebildeten Fähigkeiten, eine angemessene Gestaltungsform zu "er-finden", als Sucher und Gestalter von Bestehendem und Neuem.

Metapher einer Schaukel

- Erklärung von subjektiven Grenzerfahrungen

Ursache des Reflexionsbedürfnisses der Autorin ist die stetig fortlaufende Prägung durch persönliche Grenzerfahrungen. Im Speziellen meint dies die Resonanzerfahrungen des Wandelns zwischen Grenzen oder Schnittstellen verschiedener sozialer Strukturen (Brumlik 2016). Damit ist hier das partielle Abweichen von einer teils scheinbar umgebenden Norm gemeint, das Geschätzt- oder Geächtet-Werden für den gleichen Individualaspekt sowie das "Maldrinnen-mal-draußen-sein", das wie eine rotierende Schaukel zwischen

gswelten und sozialen Systemen eine Selbst (die Autorin). Nun bleibt die chlagenden Bewegung sondern pend e äußeren Einwirkungen und zentriert sich Durc nn Bewegung entstehen, die sich einpendelt und zur Ruhe und im Zentrum o Sinne meint diese Metapher, dass Klarheit kommt durch die konstante ng herausfordernden Erfahrungen eine stetige Selbstreflexion angeregt wird, die u.a. zu facettenreichen Erkenntnissen führen kann sowie durch Fragen unmittelbar zugänglich gemacht werden kann. Die Autorin stellt anhand dessen fest:

Reflexion ist notwendig, um sich und andere zu verstehen.
 So kann Bindung entstehen.

Aus diesen Grenzerfahrungen entsteht ein persönliches Wahrnehmen und Bewusstsein von Resonanz (Brumlik 2016). – Darüber hinaus entwickelt sich ein persönliches empathisches Verständnis der komplexen Vernetzung, eines sich wechselwirkend bedingenden sozialen Systems, das einen dynamischen Verlauf bildet. (Verweis Cover) Aufgrund dieser versinnbildlichten Erfahrungen gilt es für die Autorin und ihr Wirken solide Brücken zu schlagen, statt Mauern zu verhärten. Dies gilt für sie als Stärke und Sicherheit gegenüber Herausforderungen von außen.

Durch ein klassisches, visuelles, konzeptionelles und handwerkliches Designstudium wurde die Kreativität der Autorin sensibilisiert. Anerzogene Normen und Beschränkungen durch Gesellschaft, Schulbildung und persönliche Erfahrungen wurden in Frage gestellt. Daraus entstand die intrinsische Motivation, die eigene Freiheit kognitiv wahrzunehmen und ihren gestalterischen Wirkungsradius auszudehnen. Für sie gilt die daraus resultierende Erkenntnis als Grundsatz:

Regeln sind von Menschen gemacht. Gedanken und Empfindungen steuern die menschliche Wahrnehmung von Realität. Realität ist für immer mit-gestaltbar. Aus positiven Erfahrungen und praktischer Anwendung dieser persönlichen Erkenntnis der Autorin entstanden innere Offenheit, Toleranz, Begeisterungsfähigkeit, Neugier, Exkurssuche, Sensibilität, Empathie und ein Kommunikationsbedürfnis, diese Erfahrungen zu teilen.

Wissen entsteht aus Erfahrung und schafft Verständnis und Sicherheit. Fragen entstehen aus fehlendem Wissen, aus antreibender Neugier und eröffnen die Zukunft. Die Summe daraus schafft das Neue, das die Aufgaben der Gegenwart löst und vorausschauend Relevantes entwickeln kann. – Denkanstöße frei nach Martin Gaedt

Dabei ist Gestaltung auch stets Haltung, wie Helmut Schmid bereits sagte (vgl. Schmid: 2006). In Übereinstimmung dessen schließt die Verfasserin daraus, dass nichts in der Gestaltung wichtiger ist als Authentizität und Persönlichkeit, um ganzheitliche Aufgaben angemessen, integrativ und effektiv zu lösen. Dazu bedarf es kontinuierliche Selbstreflexion. Die Wahrnehmung und das Verstehen verschiedener "Bedürfnisse und Strategien" sowie das Interesse eine daraus resultierende Handlung zu generieren, stellt für die Autorin einen empathischen Charakter dar, dessen es bedarf, zukünftige Probleme zu sehen, zu verstehen und dessen Lösungen vorausschauend zu kreieren - und somit das "nötig Neue" zu er-finden. Aus diesen Ausprägungen schöpft die Autorin ihre intrinsische Motivation pluralistisch, humanistisch und nutzerzentriert, Veränderungen mitzugestalten und dadurch gegenwärtige sowie zukünftige Herausforderungen und Aufgaben als Zukunftsgestalter anzugehen.

Gestaltungskompetenz eines Zukunftsgestalters

In diesem Zusammenhang wird die Begrifflichkeit des Zukunftsgestalters sowie -designers wie folgt hergeleitet. Gestaltung oder Design meint im Kern die schöpferische Tätigkeit des Menschen aus kognitiven Aktivitäten des Einfühlens, Kreierens und Planens, um Ideen zu entwickeln und diese durch Strategie, zeitlichen Ablauf und haptischer bzw. formgebender Ausgestaltung eine erfahrbare Funktion zu geben. Dieser planerische Aspekt, der der Designdisziplin innewohnt, kann auch als "Prozess der Entwicklung [...] in den man

hineingeboren wird" aufgefasst werden, bei dem die "Welt [selbst] als Entwurf" gilt und durch den Menschen gestaltet wird (vgl. Aicher: S.185). Um dieser Entwurfstätigkeit in vollem Maße gerecht zu werden, ist daraus zu schließen, dass es einer kontinuierlichen Reflexion bedarf, einem Hinterfragen des zu Gestaltenden. Dazu wiederum bedarf es, einen transdisziplinären Exkurs zu suchen und in einen echten Dialog mit sich und anderen zu treten. Um diese Gestaltung angemessen zu reflektieren und zukünftig zu kreieren, geht es maßgeblich um die Art wie bspw. interdisziplinäre Personenkonstellationen zusammen kommunizieren und dadurch kreativ arbeiten können. Dies ist abhängig von den verschiedenen Individuen, die zusammen eine Interaktion eingehen, da die Basis von Kreativität auch der funktionierende Dialog zwischen Menschen darstellt.

Das heutige Verständnis des Designbegriffs distanziert sich von einem tradierten Verständnis im Sinne einer "kunstgewerblichen Tätigkeit, angewandter Kunst oder dekorativer Oberflächenverschönerung" und bezieht sich auf "neue Methoden und Konzepte [sowie] interdisziplinäre Anwendungsfelder" (vgl. Mareis: S.14). Die Designdisziplin tritt immer deutlicher als universelle Schnittstellendisziplin in jeglichen Wirkungsräumen in Erscheinung und erhält durch ihren effektiv Gestalt gebenden Einfluss innerhalb komplexer Zusammenhänge zunehmend Geltungszuspruch. Ein akuter Megatrend besteht in der Vernetzung und im Austausch der verschiedenen Wissensdisziplinen, um ein ganzheitliches vernetztes Denken und entsprechende Strategien zu generieren, die die Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft angemessen lösen. Auf selbigen Bestrebungen basiert auch die Erkenntnissuche der Systemtheorie (Ropohl: S. 181). Demnach ist alles miteinander verbunden und reagiert aufeinander – dem zugrunde liegend auch menschliche Beziehungen (diesen Aspekt versinnbildlicht die illustrative Gestaltung dieser Arbeit; siehe Cover).

Diese Entwicklung des Wirkungsverständnisses und -radius von Gestaltern und ihrer Designdisziplin fasst Wolfgang Schäffner unter dem Begriff des sog. "Design Turn" zusammen, einer Wissensproduktion durch die Entwurfstätigkeit – quasi "in the making" (Schäffner: S.33). Dieser Wandel lässt sich durch das von Ranulph Glanville gegebene Beispiel der wissenschaftlichen Forschung veranschaulichen (Glanville: S. 88): Die Forschung beobachtet nicht mehr nur die Natur, sondern nutzt die erforschten Bauteile der Natur, um sie mit Hilfe derer neu- oder umzugestalten (z.B. Genforschung) (ebd.). Die Konstruktion des hier aufgeführten Forschungsprozesses, erfordert maßgebliche Designentscheidungen über einfließende mediale Praktiken, ästhetische Präferenzen, handwerkliche Fertigkeiten sowie impliziertes Erfahrungswissen, empathische Recherche und dessen Handhabung etc.. Diese gestalten zusammengenommen die abschließende Lesart des Endprodukts und fördern eine erfolgreiche Implementierung (vgl. Mareis: S.12f.). Anhand dessen lässt sich die hochgradige Ambivalenz des enormen Facettenreichtums von Designern sowie deren Wirkungspotenzial erkennen und in Anbetracht des akuten Bedarfs neuer oder unkonventioneller Lösungen skizzieren.

Megatrends verändern die Welt langsam, aber langfristig und grundlegend, wie es bspw. durch die Industrialisierung beginnend im 18.Jh. geschah. Diese Megatrends bilden Entwicklungskonstanzen sowie Tiefenströmungen des globalen Wandels ab und umfassen mehrere Jahrzehnte, jeden einzelnen Menschen und alle Ebenen der Gesellschaft: Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Technik und Kultur (Gatterer 2018). Akut leben wir in einer transformativen Gegenwart geprägt durch Neuerungen und Umbrüche der sog. digitalen Revolution.

Daraus ergibt sich der dringende Bedarf von zukunftsgewandten und grundlegenden Gestaltungsentscheidungen, im Sinne einer notwendigen Positionierung in allen Bereichen, die auf aktuelle gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Umorientierung reagiert. Diese Entscheidungen können durch die Kreativität zwischen Menschen und deren Kreationen sowie die Umsetzungen von Neuerungen angemessen realisiert werden. An dieser Stelle erwachsen erwähnte Entscheidungen aus konkreten Entwicklungen, wie der Globalisierung sowie der sog. digitalen Transformation und den zukünftigen Industrialisierungs- und Gesellschaftsformen, der Informationsgesellschaft mit konnekitver Smart-Robotic 4.0 und der sog. Super Smart Society 5.0 (Intelligent-Singulär), die selbstverständlich mit Big Data Services interagiert (vgl. Henseler: 2017). Diese Ausprägungen wachsen weit über die intermedialen Nutzerbedürfnisse einer gegenwärtigen Industriegesellschaft 3.0

hinaus (ebd.). Konkrete Beispiele für solche Gestaltungsbedürfnisse sind Konnektivität, Urbanisierung, smarte Eco-Systeme, IOT, Neo-Ökologie bzw. Nachhaltigkeit, autonomes Fahren, nutzerzentrierte Blockchain-Service sowie Datennutzung, künstliche Intelligenz etc.. Digitale Medien und Service beeinflussen und verändern menschliches Handeln und Wahrnehmen nachhaltig, um langfristig keine defizitären Entscheidungen zu treffen, das gesamte Wirkungspotenzial dieser Entwicklung zu entfalten und den Nutzer dabei ins Zentrum der Gestaltung zu rücken, bedarf es einer sorgfältigen und versierten Gestaltungsinstanz.

Hierfür müssen Forschung sowie nutzerzentriertes Design möglichst eng kommunizieren und interagieren, damit der Moral die Technik bzw. Wirtschaft nicht entgleitet sowie prekäre Parameter zukünftigen Lebens entstehen und bspw. sog. Wicked Problems ganzheitlich und holistisch gelöst werden können (Tonkinwise 2015).

Um diese Herausforderungen strategisch zu planen, konzeptionell mitzugestalten und kreative Lösungen zu generieren, braucht es Zukunftsgestalter und ihre Kompetenzen zum disruptives Denken (siehe Kapitel 3.2 Disruption), empathischen Einfühlen (siehe Kapitel 3.3 Empathie) und zum Fragestellen (siehe Kapitel 3.4 und 4.) im alltäglichen sowie im universellen Kontext. Die kreative Expertise und Profession von Designer befähigt sie dazu, Handlungsmöglichkeiten sensibel wahrzunehmen und entsprechend Designsynthesen zu erschaffen.

Die exemplarisch beschriebenen Designgegenstände sind stets eine Paarung aus "technisch-praktischer Funktion" sowie "symbolischer Dimension" und werden so als "Objekte der soziokulturellen Kommunikation, als Dinge mit Bedeutung" wahrgenommen (Mareis: S. 32). Daraus ist zu schließen, dass Design nie ohne das Fühlen der Menschen erdacht, entworfen oder gestaltet werden kann. Die Autorin zieht daraus folgende Erkenntnis:

Der Mensch sollte bewusst im Zentrum jeglicher Gestaltungsprozesse und Designgegenstände stehen, da eine "Nutzerberührung" grundsätzlich allgegenwärtig ist. Demnach ist eine sog. Nutzerzentrierung der gestalterischen Entwurfstätigkeit notwendig, bei der ein Denken, Agieren und Kreieren im Sinne des Menschen und seiner Bedürfnisse im Fokus steht. Das Individuum ist für den Wertschöpfungsprozess wichtiger als die Maschine, die es zur Erzeugung des Produktes nutzt. Der Mensch fühlt immer und nimmt fühlend seine Umgebung wahr, sprich "die Natur muss gefühlt werden", wie es schon Alexander von Humboldt in seinen Brief an Goethe am 3. Januar 1810 schrieb (Weigl: S. 201).

Das Fühlen ist aus der Wahrnehmung der Realität für die Autorin nicht zu negieren, – es begreift und gestaltet subjektiv die Realität des Individuums – und ist aufgrund dessen grundsätzlich in Designprozesse mit einzubeziehen. Eine Form davon ist die Einfühlung, die Empathie gegenüber Personen und sozialer Situationen. Dies gilt in jeglichem Kontext innerhalb der sozialen Systeme einer westlichen Gesellschaft, ebenso wie im Detail für Subsysteme dieser, wie bspw. dem Zusammenwirken eines interdisziplinären Kreativ-Teams innerhalb kreativwirtschaftlicher Prozesse.

Aus Sicht der Verfasserin ist innerhalb dieser Design-prozesse Gestaltung auch stets Haltung, wie es Helmut Schmid bereits sagte (Schmid: S.3). Nichts ist in der Gestaltung wichtiger als Authentizität und Persönlichkeit, um ganzheitliche Aufgaben angemessen, integrativ und effektiv zu lösen. Dazu bedarf es kontinuierlicher Selbstreflexion. Diese Herausforderungen

implizieren die Möglichkeit zur Selbstkenntnis und aus ihr Erfüllung zu schöpfen. Dementsprechend heißt es in eine Abstanischen Grundsatz: "Der Mensch ist glücklich, wenn sein Potenzial zu entfalten." (Opitz 2013).

Die Verfasserin möchte die ihr gegebene Chance, die g liche Gegenwart zu erweitern, die Zukunft mitzugestalten und zu schaffen, ausschöpfen. Sie möchte ihr Potenzial entfalten und einen positiven und pluralistischen Beitrag als Gesellschaft- und Zukunftsmitgestalter leisten. Ihr Interesse gilt bspw. der Frage, "wie entwickelt man Strukturen, Organisationen, Städte, Kulturen [mit Blick auf technologische und wirtschaftliche Neuerungen positiv] weiter?" (vgl. Geadt: S. 28). Milev fasst unter dem Begriff "Culture Studies" designsoziologische und - anthropologische Gestaltungsbestrebungen zusammen, zu denen die bisherigen Designgegenstände der Verfasserin eine kontinuierliche Tendenz aufweisen und als zu ihrer persönlichen Potenzialentfaltung zugehörig anzusehen sind (Milev: S. 39).

Aus diesem Grund wählte die Autorin den Studiengang Master of Creative Direction an der Hochschule Pforzheim, dessen Abschlussarbeit vor Ihnen liegt. – Dieses Studium animiert dazu, das individuelle Potenzial zu erforschen und zu fokussieren, das eigene kreative Berufsprofil sowie die Designdisziplin als solche individuell zu erweitern. Übereinstimmendes Ziel ist es, einen nutzerzentrierten, pluralistischen Einfluss auf sich und das individuelle Wirken in der Welt zu erkennen und im Kontext gesellschaftlicher und zukünftiger Entwicklungen sinnstiftend zu gestalten. Dieses persönliche Anliegen sieht die Verfasserin vorausschauend durch die Tätigkeit als Zukunftsgestalterin in strategischen Innovations- und Beratungsbereichen sowie durch eine Promotion, die ihre Forschung vertieft und ihr Wissen weiter zu vermittelt. erfüllt.

"Macher handeln, entscheiden, lösen Probleme. Visionäre entdecken, entwerfen, schaffen und begeistern." (Patrzek: S.1).

1.3 Motivation zum Fragen fragen – Eine Herleitung

Diese Arbeit ist eine Reflexion, das heißt, sie bezieht sich auf interdisziplinäre Erkenntnisse sowie persönlich Überlegungen und Erfahrungen, um bezüglich dessen herauszufinden, inwiefern eine neuartige Umgangsweise und Wahrnehmung von Fragen und ihrem Wirkpotenzial zwischenmenschliche Klarheit zu stiften sowie dadurch Kreativprozesse zu fördern, zu entwickeln ist.

Erfahrungen und Beobachtungen der Autorin

Die Motivation und Leidenschaft der Verfasserin, sich mit dem Thema Fragen in diesem kreativen Zusammenhang spezifischer auseinanderzusetzen, erwächst aus der persönlichen Erfahrung und Beobachtung der konstant unmittelbaren sowie reflexiven Wirkung von Fragen. Zu beobachten ist, dass Fragen einen unverzüglichen Denkprozess katalysieren, der eine empathische Einfühlung für ein Subjekt, immersiv in andere Personen sowie Situationen etc. ermöglicht und anregt. Der zu beobachtende und daraus entstehende Effekt besteht stets in der Potenzierung einer zwischenmenschlichen Verbindung und gewachsenen Bereitschaft, das individuelle Sosein des Gegenübers anzunehmen. In diesem immersiven Katalysationseffekt besteht das Potenzial von Fragen darin, zwischenmenschliche Klarheit bspw. im Kommunikationsprozess zu fördern. Darüber hinaus kann die Möglichkeit eines authentischen Tiefgangs und echten Dialogs wahrgenommen werden, welche gemeinsam vermögen die Gegenwart zu erweitern und die Zukunft mitzugestalten.

Die fehlende Kultur des Fragens

"Wir [...] haben es verlernt, zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Fragen zu stellen" (vgl. Patrzek: S. 1). Das Fehlen einer Kultur des Fragens verhindert Reflexion, Weitsicht, zwischenmenschliche Klarheit und eine angemessene Resilienz gegenüber gegenwärtigen Denkschranken sowie zukünftigen Veränderungen (vgl. Kapitel 1.4).

Relevanz des Hinterfragens

Unternehmen wie bspw. Automobilkonzerne könnten zukünftig ihren wirtschaftlichen Erfolg durch ein fehlendes Hinterfragen bspw. der digitalen Transformation und ihrer Marktrelevanz, bezüglich ihrer angebotenen Produktpaletten einbüßen. Erfolg kann dabei nicht einfach an Marktforschungsergebnissen festgemacht werden. Diese bilden nicht den Aspekt der Zwischenmenschlichkeit ab, die maßgeblich Einfluss auf das erfolgreiche Zusammenwirken eines sozialen Systems hat.

Die Relevanz einer substanziellen Metaebene im sozialen Austausch ist häufig überlagert durch den im folgenden beschriebenen. Mechanismus gesellschaftlicher Konventionen. Verschiedene soziale Bereiche, bspw. "Logik des Allgemeinen vs. soziale Logik des Besonderen" verstehen einander nicht oder begrenzt, weil sie in ihrer Kommunikation (bspw. "sozialen Sprache") voneinander differenzierte Strategien verfolgen und Schnittmengen deshalb nicht vermutet werden oder sich nicht unmittelbar zeigen (vgl. Reckwitz: S. 10f.; siehe 1.4 Besonders vs. Allgemein). Hier wird aufgrund von Frustration und Selbstschutz häufig kein weiterer Aufwand investiert, um antrainierte Wahrnehmungsgewohnheiten zu hinterfragen. Die darauf aufbauende Kommunikation führt zu geringen Resonanzerfahrungen oder gelingt nicht (im Sinne von: Unklarheit, Verwirrung, Missdeutung, Misstrauen etc.). Daraus folgt, dass sich zwischenmenschliche Klarheit. das gemeinsame Wirkpotenzial sowie die gegenseitige Inspiration durch Immersion nicht entfalten kann.

"Tiefgründigkeit ist notwendig, weil diese Art von echter, authentischer zwischenmenschlicher Bindung stark vernachlässigt wurde." (Eschmann 2018).

Das Potenzial von Fragen

Fragen können diesen Konflikt durch ein emotionales Verständnis lösen und eine Bindung zwischen Menschen erzeugen sowie vertiefen. Sie sind ein kommunikativer, sozial-interaktiver Akt und daher wichtig, um empathisch agieren zu können. Fragen können die Wahrheitsfindung fördern, unmittelbare Offenheit generieren und dadurch Nähe, Reflexion, Immersion und Empathie schaffen. Aufgrund dessen besteht die Möglichkeit, dass jegliche Kommunikation und Beziehung zu unmittelbarer inhaltlicher Tiefe gelangen und durch ein Verständnis des Gegenübers in Sicherheit resultieren kann. Fragen können somit einen Einfluss auf das sie bezügliche Sozialgefüge nehmen und dementsprechend ein immersives Fühlen und Denken in der Gruppe situativ mit gestalten.

These der Autorin

Gäbe es mehr zwischenmenschliche Klarheit durch "echte Dialoge", wären grundlegende Kommunikationsprobleme und soziale Hürden zwischen Menschen klar erkennbar und entsprechend situativ zu lösen.

Der Anwendungskontext Kreativwi

Ausgehend von den zuvor aufgefüh im Kreativkontext zukunftsgewandte werden, da Fragen Phantasie sowie die 3.2 Disruption) in Bereichen des Unbekan.

Durch Fragen kann der geistige Horizont erweiteren, der das nötig und möglich Neue offenbart. Det ein Anwendungsbereich einer Fragen-Praktik in der Kreativwin positiv auf das Teambuilding, gemeinsame Ideenkreation oder Persönlichkeitsentwicklung wirken, um eine stabile Kreativ-Wirk-Basis zu schaffen. Dementsprechend könnten Fragen bspw. einen Weg ebnen, um inter- und transdisziplinären Austausch impulsartig zu einem klaren und interaktiven Dialog anzuregen.

Um unter den beschriebenen Herausforderungen eine Tiefgründigkeit zu fördern, muss eine Kommunikationstransformation gestaltet und sukzessiv initiiert werden, die ein Fragen-fragen fokussiert, erfahrbar macht und dadurch etabliert. Dieser Ansatz ist nicht nur interessant für die Kreativbranche (Untersuchungsfokus 2: Kreativiwirtschaftskontext), sondern hat Relevanz in allen Bereichen sozialer Interaktion (Untersuchungsfokus 1: allgemeiner Kontext), da zu beobachten ist, dass Fragen generell den beschriebenen unmittelbaren Reflexionseffekt auslösen können und Kreativität in jeglichen Kontexten betrieben werden kann (Florida: S. 56-57). Im Rahmen dieser Arbeit fokussiert die Autorin den isolierten Untersuchungsraum der Kreativwirtschaft, um nicht zuletzt einen Mehrwert für den Studiengang Master of Creative Direction (Hochschule Pforzheim) zu generieren.

Daraus resultiert für die Verfasserin folgendes Kernziel n Untersuchungssfokussen der Wirkung von Fragen: Die Verfasserin möchte erforschen, wie Fragen genutzt werden können, um im Allgemeinen Klarheit und Verständnis untereinand zu stiften (Fokus 1) und dadurch die Kreativität sowie die Bereitschaft zum kreativen gemeinsamen Wirken im Kontext der Kreativwirtschaft (Fokus 2) gesteigert werden kann.

Zusammengefasst: Wie kann zwischenmenschliche Klarheit, Verständnis und Interaktion durch Fragen im allgemeinen sowie im professionellen Kontext der Kreativwirtschaft gefördert werden?

Grundsatz der Autorin

"Man muss die Dinge erlebt haben, um zu wissen wie sie sind und sich anfühlen." – Nur das Erleben kann wirkliches Wissen generieren, aus diesem Grund müssen wir uns Fragen fragen, uns reflektieren (vgl. Apelt: S.72).

1.4. Beschreibung der Rahmenbedingungen

1.4.1 Ist-Zustand – Das Problem

Die folgende Problemstellung bezieht sich auf akute Gesellschaftsentwicklung und fokussiert im Rahmen dieser Arbeit die Reflexion bezüglich des Wirkungspotenzials von Fragen. Diese Untersuchung legt dabei den Schwerpunkt auf den Beobachtungskontext der Kreativwirtschaft.

Das Problem des Ist-Zustands kurz gefasst

 Wir leben in einer narzisstisch egoistischen Ellenbogengesellschaft, weil es an einer Kultur des Fragens fehlt, die zwischenmenschliche Klarheit, Bindung und Kreativität f\u00f6rdern k\u00f6nnte.

Die Ellenbogengesellschaft – eine systemische Herleitung

Durch kollektive Persönlichkeitsentwicklungen, im Sinne der sog. "Spiral Dynamics" bildete sich die soziale Gemeinschaft der Spätmoderne aus den ihr vorangegangenen gesellschaftliche Umwelten heraus (Van Marrewijk: S. 85f.) Daraus entwickelte sich eine anhaltende Modifikation hin zu einer narzisstisch, egoistischen Ellenbogengesellschaft. In dieser Mentalität ist es ein Talent oder eine besondere Fähigkeit, klar, offen und ehrlich kommunizieren zu können – mit sich selbst und mit anderen.

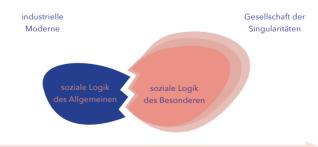
– In Übereinkunft mit Niklas Luhmann wird Gesellschaft in dieser Arbeit als autopoietisches System verstanden. Dieses soziale System strukturiert sich durch Gedanken und Kommunikation emergent aus sich selbst heraus (Universität Trier: 2006). –

Diesbezüglich ist "Gesellschaft [im Detail als] ein dynamischer Zusammenhang des Verschiedenartigen" zu verstehen (Schulde: 2018). Einzelne Individuen gelten als soziale Subsysteme, welche jeweils eine subjektive Kommunikationsstrategie verfolgen und aufgrund dessen keine grundsätzliche Kommunikationsgleichheit mit anderen bilden. Jedes Subsystem urteilt ausschließlich aus eigenen Systemstrukturen heraus, weshalb Kommunikationsdifferenzen mit kalkuliert werden müssen (val. Gerth: 2005). Verschiedene Subsysteme versuchen auf die ihrem Subsystem eigene Kommunikationsweise die gegebene Situation zu meistern. Bezüglich akuter Gesellschaftsentwicklungen geschieht dies häufig ohne dabei einen Grenzübergang zu wagen und sich entsprechend auf die andere Kommunikationsstrategie empathisch einzustellen. Anlass für den Missstand einer fehlenden, klaren und gemeinsamen Kommunikation ist mitunter ein mangelndes Bewusstsein und fehlende Akzeptanz für verschiedene Systemstrategien sowie das "Sich-nicht-situativgegenseitige-Abholen-wollen" – zu verstehen als eine fehlende intrinsische Bereitschaft zur Offenheit gegenüber anderen und Neuem. Dem zuträglich ist u. A. das Fehlen einer Kultur des Fragens, die eine tiefere Auseinandersetzung fördern könnte, um durch Reflexion auf relevante Lösungen sowie das nötig Neue zu kommen. Es ist hier zu beobachten, dass Kommunikation häufig durch Hierarchien ersetzt werden, die eine solche Kultur begrenzen und eine klare gegenseitige Verständigung erschweren (vgl. Rattner: S.99f.).

Besonders vs. Allgemein - Theorie nach Reckwitz

An dieser Stelle führt die Autorin die aktuelle "Theorie der Singularitäten" von Andreas Reckwitz auf, da diese ihre eigenen Annahmen maßgeblich bestätigt (Reckwitz: 2017). Die beschriebene Diskrepanz wird durch den folgend analysierten sozialen Bruch zweier gegensätzlicher Gesellschaftsformen verhärtet. Aktuell wächst eine Gesellschaftsform heran, in der der Einzelne darauf bedacht und daran gewöhnt ist, mehr die eigene Individualität und Authentizität auszudrücken und anderen stetig mitzuteilen und weniger bei anderen zu sein und zuzuhören.

Andreas Reckwitz fasst diesen gesellschaftlichen Strukturwandel als "Gesellschaftsform der Singularitäten" zusammen, die einer "Logik des Besonderen der Spätmoderne" folgt und sich abwendet von der "Logik des Allgemeinen der Industriegesellschaft" (Reckwitz: S.10f.). Diese beiden Ausprägungen verstehen sich untereinander nicht, aufgrund von maßgeblich gegensätzlichen Motiven, in sämtlichen Dimensionen des sozialen Lebens. Aufgrund von technischer und ökonomischer Transformation kommt es zu einer sozialen Schere der Qualifikation und Anerkennung. Die sog. "Creative-Economy" – deren Arbeitsinhalte selbst als wertvolle singuläre Leistung gelten oder Einzigartigkeitsgüter erzeugen – ist diesbezüglich besser ausgebildet und erhält entsprechend die Anerkennung der sozialen Spätmoderne (Reckwitz: S.430ff.). Nach der Logik der Industriegesellschaft kommt es zu einer "Enttäuschung der (bisherigen) leistungsgesellschaftlichen Gerechtigkeitsvorstellungen" aufgrund von einer sozialen Entwertung ihrer Arbeit sowie ihrer Lebensstrategien gegenüber diesen neuen Idealvorstellungen (ebd.).



Entwicklung des letzten Drittels des 20. Jhd

Kapitel 1

Im Gegensatz zum normativen Ideal der klassisch-industriellen Moderne, richtet sich die spätmoderne Mittelklasse vollkommen auf die erfolgreiche Selbstverwirklichung aus. Dabei ist das Private wichtiger als das die Allgemeinheit betreffende und das gegenwärtige Erleben im Hier und Jetzt ein priorisiertes Bedürfnis (vgl. ebd.). Aus dieser Diskrepanz resultiert das Potenzial einer enorm hohen sozialen Reibungskraft bzw. der zunehmenden Distanz der beiden beschriebenen Gesellschaftsformen zueinander.

In der "Gesellschaft der Singularitäten" nimmt die Fokussierung auf das eigene Ich stetig zu (ebd.). In diesem Aspekt ist die Singularität dieser Entwicklung wie folgt durch die Verfasserin eingeordnet. Aus dem Sicherheitsbedürfnis heraus, das System dieser Selbstoptimierung aufrecht zu erhalten, um in ihm weiter bestehen zu können, filtert bzw. passt das Individuum seine Reaktionen an, ohne zu hinterfragen, ob diese situativ ihm selbst und seinem individuellen Potenzial entsprechen.

Beobachtungen zeigen, dass es primär darum geht, sich selbst (im Außen) zu präsentieren. Das spätmoderne Individuum steht in einem ständigen Wettstreit mit anderen und ist darauf fokussiert, durch seine stetige Performanz seinen "Selbstverwirklichungs- und Anerkennungstrieb" zu bedienen (vgl. ebd.). Dabei gelten Fragen für das befragte Individuum häufig als unpassend, indiskret oder überfordernd. Auch wenn sie vordergründig als sinnvolles Mittel zum Zweck begrüßt werden, fehlt es an einer gelebten Expertise und Routine im Alltäglichen. Fragen werden häufig als ein Kontrollverlust oder eine Kontrollabgabe an den Fragenden wahrgenommen. Aus der Perspektive des Fragenden erzeugen Fragen, im Gegensatz dazu ein hohes Interesse. Sie verheißen Kontroll- und agf. Erfahrungsgewinn und zielen häufig auf eine Vergleichsmöglichkeit mit dem Befragten ab. Es ist zu beobachten, dass daraus ein soziales Hierarchiegefälle entsteht, das in Konkurrenzdenken und Selbstbehauptungsdrang enden kann. Resultierend daraus entsteht eine Ellenbogengesellschaft.

"Tiefe erreicht man nie, wenn man nur die eigenen Themen mitteilt, – also wenn man nicht zuhört und nicht in den Dialog tritt" (Hoffmann 2018).

Der spätmoderne Spiegel der Wirklichkeit – The Battle of Posting

Es ist zu beobachten, dass der Vergleich mit dem Außen zur Nachbesserung dieser Selbstdarstellung dient. Denn nach den Maßstäben der singulären Gesellschaftsströmung, gewinnt eine solche Selbstbehauptung oder permanente Selbsterneuerung an Glaubwürdigkeit, bezüglich ihrer Authentizität.

"Fragen ist eine Kulturkompetenz, die momentan nicht ihre Blütezeit erlebt. Beispielsweise: Social Media is all about posting. Ein battle of opinions. So kann überhaupt kein Austausch stattfinden, wenn jeder nur in seiner Bubbel bleibt." (Hoffmann 2018)

Hinzu kommt, dass sich die menschliche Kommunikation akut in einer technisch geprägten Transformationsphase befindet. Technische Möglichkeiten entwickeln sich stetig weiter, das Nutzungspotenzial ist noch nicht ausgeschöpft bzw. zu gestalten und die Nutzerzentrierung und Implementierung dieser Neuerungen in den gesellschaftlichen Alltag ist noch nicht abgeschlossen bzw. abgeschätzt. Dadurch wird die – nicht nur zwischen den konträren Gesellschaftsausprägungen – menschlich-interaktive Entfremdung mitunter befördert, dessen Auslöser eine Entwöhnung von analogen Begegnung sowie auch dem ehrlichen Dialog ist.

"Das Humane gewinnt (dadurch) immer mehr an Wert."
– Lidewij Edelkoort (Backhaus: S.33).

Der direkte menschliche Kontakt wird analog des-intensiviert und digitalisiert und bietet eine neue und virtuell erlebte Wahrnehmung zwischenmenschlicher Kommunikation, die sich für uns anders anfühlt, als Zwischenmenschlichkeit bisher. Zeit und Raum stellen keine grundlegenden Herausforderungen mehr für die Kommunikations-übermittlung dar. Dennoch können haptische sowie olfaktorische Sinneswahrnehmungen noch nicht bzw. begrenzt wiedergegeben werden – nicht zuletzt durch den zeitlich versetzen Aspekt (Dörner: 2018). Es ist festzustellen, dass nicht im selben Umfang auf alle zwischenmenschlichen Signale eingegangen werden kann wie bisher (bspw. nonverbalen Körpersprache, verbale Betonung, Verhalten und Handlungen etc.). Diesbezüglich bedarf es neuer Beobachtungen, Forschung und zukünftiger Gestaltung.

Bedürfnis zur Zwischenmenschlichkeit

Es ist festzustellen, dass aus diesen Entwicklungen der menschlichen Kommunikation das Bedürfnis zu zwischenmenschlicher Nähe wächst. Der Mensch ist ein soziales Wesen, er braucht den sozialen Austausch und Kontakt sowie Bindung und Beziehungen (Maslow: S.381).

Wir suchen und wollen einen Dialog mit uns und unseren Mitmenschen. –

Denn durch die Zunahme des äußeren Stress, wie schlechte Nachrichten, freizeitlicher Erlebnisplanung und beruflicher Zeitmangel "fühlt sich das Leben schwerer an." (...) "Das Bedürfnis nach Zusammensein wächst" (Backhaus: S.32). Anhand dessen ist festzustellen, dass der "ehrliche Dialog" und die "echte, gelingende Beziehung" zu anderen drastisch in den Hintergrund der generellen Aufmerksamkeit tritt.

– Unter ehrlichem oder echtem Dialog bzw. Gespräch, wird hier das kognitive und kommunikative Vermögen des Individuums zur Tiefgründigkeit verstanden. Indem das Individuum Zugang zu eigenen inneren Vorgängen hat und zu einem klaren, offenen, ehrlichen und reflektierten Dialog im Innen und Außen in der Lage ist (vgl. Prieß 2018: Rattner: S.99f.) –

Um eine zwischenmenschliche Verbundenheit in der Kommunikation aufzubauen bedarf es der Hinwendung zum und dem Zuhören des anderen (vgl. Buber: S.149 f.). Aus diesen Beobachtungen ist zu schließen, dass es an empathischer Wahrnehmung und daraus resultierendem Verständnis, Zugeständnis und kommunikativen Handlungen mit sich und anderen Individuen mangelt. Über den Konflikt mit der Logik des Allgemeinen hinaus, birgt dieses angewöhnte Verhalten Kommunikationsrisiken in sich, die einem gemeinschaftlichen positiven Voranschreiten und sozialen Interagieren entgegenwirken.

Relevanz Kreativwirtschaftskontext

– "Gruppen sind heute viel organischer. Du bietest dein Talent der Gruppe an, und so erhältst du einen Platz. Wir wollen nicht mehr allein arbeiten. (...) Die Verbindung der Menschen ist ein neues (Bestreben und) Versprechen der Gesellschaft." – Lidewij Edelkoort (Backhaus: S.33) Abschließend besteht für die Autorin eine Reflexions- und Handlungsrelevanz im wachsenden Bedürfnis einer resonierenden Gruppendynamik. In Situationen, in denen auf das Potenzial einer zusammenwirkenden Gruppe gesetzt wird, fehlt es oft an geistiger Einstimmung, die eine sich gegenseitig öffnende und annehmende Bereitschaft generiert, welche versucht, den Anderen in seiner Art und Kommunikation zu verstehen und anzunehmen. Gerade im Arbeitsalltag der Kreativwirtschaft stellt das beschriebene Phänomen ein unnötiges Hindernis da.

Kreative Teamarbeit wird durch den beschriebenen Mangel gestört und ein emergentes (1+1=2) und kreatives Zusammenwirken sogar verhindert. Das volle Potenzial der Summe zusammenwirkender kreativer Individuen kann nicht ausgeschöpft und potenziert werden.

Zusammenfassung & Fazit – abschließend

Für die Autorin ist festzustellen, dass die Gesellschaft ein Handlungsdefizit hat und kein Wissensdefizit, bezüglich der Wirkung von Fragen. Trotz des Bewusstseins der Wirkung von Fragen, werden zu wenig Fragen gestellt. Dabei ist Reflexion durch Hinterfragen notwendig, um einen akuten Missstand als solchen zu identifizieren. "Gewohnheiten zu hinterfragen bringt Neues in die Welt" (Gaedt: S.23f.).

Die zugrunde liegende Frage lautet:

Wie kommen wir ins Fragen, um Kreativität zu fördern und dadurch ins Handeln zu kommen?

1.4.2 Soll-Zustand & Zielsetzung

- Mehr als die Summe der Teile

Aufgrund der analysierten gegenwärtigen Problemstellung und der genannten Motivation (bezüglich Fragen und ihrem Wirkpotenzial, zwischenmenschliche Beziehungen positiv zu katalysieren sowie zu synchronisieren), beschreibt dieses Unterkapitel den idealen Soll-Zustand als Zielsetzung für diese Arbeit.

Der Soll-Zustand kurz gefasst

Als Ideal gilt für die Verfasserin eine Kultur des Fragens. Denn Fragen lösen zwischenmenschliche Unklarheit und wirken als Ergänzung zum Alltag der Kreativwirtschaft in Gruppen "Sozialität" – im Sinne sozialer "Unterstützung und Anerkennung" – und Kreativität steigernd (vgl. Klein: 2010). Das konkrete Erleben der Wirkung von Fragen kann begeistern sowie hier eine neue Denkweise manifestieren und dadurch die Transformation hin zu einer Kultur des Fragens fördern.

Unterschiedlichkeit als Chance...

Es ist festzustellen, dass der folgende Umstand der Unterschiedlichkeit einer Gesellschaft nicht als Missstand sondern als Chance wahrgenommen werden muss, um neue Sichtweisen kennenzulernen, disruptiv zu denken und dadurch resilient gegenüber zukünftigen Problemen aufgestellt zu sein. Wie bei jedem energetischen Kontakt kommt es nach einer entsprechenden Aufladung zu einer Entladung der entstandenen Energie. Einer Aktion folgt eine Reaktion und fortlaufend. Diese entlädt sich in der "Gleichzeitigkeit des Unterschiedlichen" (Schulde, 2018).

...aus gewohnten Strukturen auszubrechen

Eine Möglichkeit, die akuten gesellschaftlichen Diskrepanzen als Chance anzugehen, besteht in dem Potenzial der unmittelbaren Reflexion, welches Fragen in sich tragen. Das Wirkungsprinzip von Fragen erzeugt ein hohes Maß an Interesse und Aufmerksamkeit, dass durch die Möglichkeit einer (Selbst-) Offenbarung bestärkt wird.

Tormel

erkprinzip löst Empathie (2.3) und disruptives Denken (2.2) nere, reflexive Denkprozess erzeugt Kreativität und die Wahrscheinlichkeit von neuen Handlungs-, ltensweisen.

disruptives Denken

Reflexion = Empathie

ns Fragen kommen

vor beschriebene akute Gesellschaftskonstellation könnte ch ein "Zusammenspiel seiner Elemente", einer konkreten Fragefahrung, die das disruptive Denken sowie das Empathieempfinden anregt und erlebbar macht, zu einer Kultur des Fragens kommen (Universität Trier: 2005). Durch die genannten Aspekte (siehe Formel) nn sich eine "Eigendynamik" aus der "kollektiven Intelligenz" raus entfalten und emergente Kreativität und Bindung generieren (vgl. ebd.). diesem Kontext den Moment, in us mehreren Untereinheiten vsteme) zusammenkommt und st heraus potenzierenden Wirk-Mechan Trier: 2005). Es entsteht ein situatives und dahe ndividuelles soziales System, das mehr ist als die Summe seiner Teile und etwas Neues schaffen kann.

2 Beobachtungsfokusse

Dementsprechend ist das Forschungsinteresse der Autorin, sich mit dem Thema Fragen fragen und ihrem Potenzial zwischenmenschliche Klarheit zu stiften auseinander zusetzten, in den folgenden beiden Beobachtungsfokussen konkret verortet und an dieser stelle nochmals klar hervorzuheben.

Fokus 1 Wirkungspotenzjál von Fragen im **Allgemeinen** Generelle Beobachtungen im sozialen Miteinander (gesamtgesellschaftlicher Bezug). Fokus 2 Wirkungspotenzial von Fragen im Kontext der Kreativwirtschaft (vgl. 2. Kreativitätswirtschaft).

Konkrete Beobachtungen im Arbeitsalltag und in der Atmosphäre einer schöpferisch-kreativen Tätigkeit. Bezüglich dieser Erforschung bezieht sich die Verfasserin zunächst auf die aufgeführten Beobachtungsfokusse, um daraus eine Synthese (siehe 5. Kapitel) in ihrem persönlichen Fachkontext (Fokus 2) der Kreativwirtschaft (vgl. Kap. 2. Kreativwirtschaft) zu erforschen.

Warum wir ins "Fragen fragen" kommen sollten

Wie im vorherigen Unterkapitel (siehe 1.4.1 Ist-Zustand) durch die Autorin herausgestellt, zielen die Bedürfnisse der Gesellschaft auf eine echte, authentische Verbindung und klare Kommunikation zwischen Menschen ab. "Im Idealfall entsteht so ein Gespräch, bei dem die Rollen wechseln (...), wo jeder der Teilnehmer den oder die anderen in ihrem Dasein und Sosein wirklich meint" (vgl. Buber: 1997). Auf dieses Wirkverhältnis bezieht sich auch die illustrative Gestaltung dieser Arbeit (vgl. u.a. Buchumschlag).

Hinzu kommt nach Vera Birkenbhil, dass "die eigene Gesprächsstrategie (...) uns eigentlich unterbewusst" ist (Dressel: 2015). Diese Strategien gemeinsam zu reflektieren schafft zwischenmenschliche Klarheit und verbindet. Ein solcher Zustand könnte durch eine, aufgrund von Fragen katalysierte gemeinsame Reflexion gefördert werden. Im Kontext der Kreativwirtschaft meint dies ein aktiv gelebtes Fragen fragen, ein in Dialog treten und dadurch Potenziale entfalten können – insbesondere durch die zwischenmenschliche Interaktion im Team.

Soll-Zustand & Forschungsgegenstand – wiederholend kurz gefasst

Aus diesen Ausführungen bezüglich der persönlichen Motivation und Positionierung der Autorin sowie der Feststellungen der akuten Rahmenbedingungen, ergibt sich der folgende anzustrebende Soll-Zustand (sowie Kernziel, Forschungsgegenstand, Design Challenge, Kernfragen):

Soll-Zustand - Im Sinne von 1+1=3

Eine rege Kultur des Fragens im Alltag erzeugt einen Austausch auf substanzieller Ebene, zwischenmenschlicher Klarheit sowie Teamsynchronisation und potenziert dadurch emergent das kreative Potenzial einer zusammenwirkenden Gruppe. Aus dieser Eigendynamik kann mehr entstehen als die reine Summe der involvierten Teile. 1+1=3

Kernziel

Die Verfasserin möchte erforschen, wie im Kontext der Kreativwirtschaft die zwischenmenschliche Interaktion durch das Wirkpotenzial von Fragen verbessert und der Gestaltungsprozess im Team befördert werden kann.

Forschungsgegenstand & Auftrag – Design Challenge Erforsche und ggf. entwickle eine Zusammenführung von Theorie und anwendbaren Praxistechniken, einer zeitgemäßen zwischenmenschlichen Kommunikationstechnik zur Ausbildung von Fragekompetenz im Kontext der Kreativwirtschaft.

Kernfragen – Konkreter Fokus Forschungsgegenstand Anhand dieser Design Challenge sind für die Autorin die folgenden Kernfragen abzuleiten.

Fokus 1: Wie kann ich zwischenmenschliche Klarheit im Allgemeinen durch Fragen erreichen, dementsprechend einen Dialog fördern, Wissen synchronisieren und allgemeine Kommunikation dadurch verbessern (bspw. um einem allgemeinen Bedürfnis zur Persönlichkeitsentwicklung zuträglich zu sein)?

Fokus 2: Wie kann ich eine Teamsynchronisation aufgrund von Fragen, die als sozialer Katalysator wirken in den Kreativalltag (Strukturen, Abläufe, Teambuilding, Methoden, Workshops) implementieren?

Erwartung

Die Autorin erwartet durch diese Reflexionsarbeit ein stichhaltiges Verständnis des Themas Fragen sowie Aufschluss über mögliche Handlungsansätze als Werkzeuge zur klareren zwischenmenschlichen Kommunikation zu erhalten.

Wunsch

Entsprechend der Forschungsergebnisse können diese im Idealfain eine Synthese-Ausarbeitung umgesetzt werden und angewandt Menschen dazu befähigen, den sozialen (Kreativ-)Alltag besser zu verstehen, zielgerichteter zu interagieren und Kommunikationshürden gemeinsam zu überwinden.

Angestrebt wird eine Selbstverständlichkeit des Fragen-fragens im Arbeitsalltag und des "Sich-gegenseitig-Abholens", um in der gegenwärtigen Situation kognitiv anzukommen und daraus mehr zwischenmenschliche Klarheit zu schöpfen, die letztlich den Arbeitsprozess effektiv visieren, harmonisieren und euphorisieren kann.

Mehr als die Summe seiner Teile

"Im Dialog in die Tiefe zu gehen, bedeutet sich sei mitzuteilen, darüber gemeinsam zu reden und si zuhören zu wollen." - D. Hoffmann (Hoffmann: 2/ zu erreichen bedeutet, sich durch den gegense die Realität des anderen reflexiv kennenzulern zwischenmenschlicher Ebene klar zu sehen.

"Der echte Dialog wird nur von Menschen g bei denen wirklich Interesse für den Mitme Nur derjenige der den Geist der Macht un ist zum Hören und Antworten befähigt. Ve Wort Vernunft aus Vernehmen kommt. Ver die gelernt haben, die Gedanken andere ohne gleich in Angst oder Verteidigungs: (Ratten: S.99f.).



Kreativität – Annäherung an eine Begriffsbestimmung im Kontext des Untersuchungsraumes

Das folgende Kapitel bietet anhand bestehender Theorien Vertiefungsmöglichkeiten des Verständnisses, eine Positionierungsmöglichkeit für die Autorin, entsprechend ihrer persönlichen Auffassung und stellt einen inhaltlichen Bezug zwischen Kreativität und dem Wirkpotenzial von Fragen in der Kreativwirtschaft her.

Klärung & Relevanz der Begriffe Kreativität & Kreativwirtschaft – kurz gefasst

Kreativität fokussiert in dieser Arbeit die schöpferische, kognitive und trainierbare Kraft, die eine Resilienz gegenüber zukünftigen Herausforderungen generieren kann und deswegen für die Autorin als Schnittstellen- und Zukunftsgestalter (siehe 1.2 Positionierung) notwendige Relevanz hat, um zukunftsgewandte Prozesse anzustoßen und zu gestalten. Es handelt sich dabei um eine Form der "multiplen Kreativität" die eine universale Anwendung und individuelle sowie situative Anpassung ausmacht. Die Kreativwirtschaft beschreibt in

dieser Arbeit den Beobachtungs- und Anwendungskontext der erarbeiteten Forschungsergebnisse sowie die fachliche Expertise und Branche der Autorin. "Das Streben nach Selbstverwirklichung [Selbstaktualisierung], die kreative Neugier sowie der Gestaltungstrieb des Menschen können u. a. als Quelle der Kreativität angesehen werden." (Freitag: S.144).

Verständnis des Kreativitätsbegriffs – Theorien & Annahmen im Überblick

"Wir erleben gerade einen Kreativitätsboom, was auch zu einem inflationären Gebrauch dieses Begriffes führt." (Freitag: S.1). Darüber hinaus hat der Kreativitätsbegriff einen weiten sozialkulturellen Bezugsrahmen. Daher erweist sich nach Siegfried Preise eine "eindeutige, präzise Definition von Kreativität [...] als unmöglich." (Freitag: S. 144). Die im Folgenden aufgeführten Theorien und Annahmen richten den Fokus entsprechend auf den konkreteren Forschungsgegenstand dieser Arbeit.

In einer weitestgehenden Übereinkunft versteht man unter Kreativität ein schöpferisches Vermögen (im Sinne von lat. creare: schaffen, erschaffen, erzeugen, hervorbringen), das sich aus kognitiver Originalität, Intelligenz, Flexibilität, dem intrinsischen Willen "sich über bestehende Vorstellungen hinaus zu bewegen" und dem Erfindungsreichtum, dem "Aufspüren neuer Problemlösungen" zusammensetzt (vgl. Schmidt, S.495). Dementsprechend kehren in diversen Definitionen häufig drei Kriterien wieder, die kreative Leistungen erfüllen: Neuartigkeit, Angemessenheit (im Kontext) und Bewertung der Nützlichkeit (gesellschaftlich, universal) (Preiser: S.121).

Nach Richard Florida sowie Martin Gaedt kann jeder Mensch "auf seine eigene Art kreativ" sein und hat dementsprechend das Potenzial schöpferisch-planerisch tätig zu werden (Gaedt: S.21; vgl. Florida: S. 56f.). Dabei ist der Anwendungsbereich dieser kreativen Fähigkeit universal und erfährt zunehmend eine "Bedeutungserweiterung, vom spielerischen Gestalten des Kindes über technische Erfindungen bis hin zum Entwurf neuer Weltbilder von Völkerumspannender Bedeutung" (Schlicksupp: S.28f.).

Entsprechend gegenwärtiger gesellschaftlicher Entwicklungen hin zu einer sog. "Creative Class", wird nach Ralph W. Emerson und Richard Florida eine stetige Innovationskraft durch alle Hierarchieebenen als kollektive Kompetenz und notwendige Ressource gesehen, "um die vorhandenen Potenziale [...] optimal zu entwickeln" und resilient bezüglich Veränderungen, wie bspw. Globalisierung und Digitalisierung agieren zu können (vgl. Emerson: S. 49; Florida: 2004; Freitag: S.1).

Dabei ist ein kreatives Umfeld in räumlichem und sozialem Sinne. das einen spielerischen Lösungsprozess erlaubt, maßgeblich förderlich für die volle Entfaltung des kreativen Potenzials (vgl. Florida: S. 56f.). "Die Ressource Kreativität ist im Prinzip unerschöpflich, denn kreatives Denken und Handeln erzeugt neues kreatives Denken und Handeln. Kreativität erzeugt Kreativität." (Guntern: S.16). Diese sich selbst erneuernde Kraft muss sinnstiftend eingesetzt werden. Dabei ist nach Reckwitz "der Wunsch der Subjekte nach einer kreativen Existenz und ästhetischen Befriedigung [jedoch] nicht als natürlich und allgemeingültig vorauszusetzen, sondern [erwächst aus dem] sozialkulturellen Kontext" (Reckwitz: S.2012), Nach Howard Gardner ergeben sich daraus bestimmte Persönlichkeitstypen kreativer Intelligenz (bspw. Meister, Neuerer, Selbstbeobachter, Beeinflusser), "dementsprechend können wir Virtuosität, Innovation, Introspektion und die äußerliche Wirksamkeit einer kreativen Persönlichkeit. bspw. in Bereichen der Problemlösung oder künstlerische Produktion, unterscheiden" (Gardner, S. 82). Dies kann unter dem Begriff der "multiplen Kreativität" (bspw. künstlerische, literarische, wissenschaftliche, technische, soziale, unternehmerische Kreativität, Kreativität im Alltag) zusammengefasst werden (Holm-Hadulla, S.31). Nach Mihaly Csikszentmihallyi bestimmt das Zusammenspiel der Faktoren Feld, Bereich und Person die Existenz von kreativen Ideen, Handlungen und Objekten (vgl. Csikszentmihalyi: S.325ff.). Die anwendungsorientierte Forschung sieht darauf aufbauend in der Kreativität, neben einem wichtigen Wettbewerbsfaktor auch ein entscheidendes Bewährungsfeld menschlicher Selbstverwirklichung. Damit gemeint ist eine Art "emanzipatorische Lebensführung, stets Einfallsreichtum, Mut zur Entscheidung [und] skeit", die als der Kreativität zugeschriebenen

Die gesellschaftliche Transformation der Rolle von Kreativität

Die individuelle Persönlichkeitsentwicklung tritt als immer wesentlicheres Bedürfnis nach kreativer Freiheit – sich seiner eigenen Wirkungskraft bewusst zu werden – in den Vordergrund. "Herauszufinden, wozu man sich eignet und eine Gelegenheit zu finden, das zu tun, ist [gegenwärtig] der Schlüssel zum Glücklichsten." (Dewey: S.109). Nach Reckwitz kritischeren Einschätzungen besteht eine anhaltende Anforderung an die Gesellschaft auch darin, nicht nur notgedrungen bzw. zwanghaft und ständig kreativ zu sein, sondern auch sein zu wollen. Andreas Reckwitz fasst diese gesellschaftliche Entwicklung unter dem Begriff des "Kreativitätsdispositiv" zusammen. Das Ästhetisch-Kreative wird zu einem "Ort, wo Sinn und Befriedigung gefunden werden" (vgl. Reckwitz: 2013).

Aus diesen sich grundlegend ändernden Umständen und deren gegenwärtigen Gestaltungsbedarf resultiert, dass immer mehr Bereiche des Lebens als gestaltbar wahrgenommen werden können. Aufgrund dieser Denkweise können und – nach Meinung der Autorin – müssen inhaltliche Aspekte aktuell stetig und persönlich hinterfragt sowie verantwortungsbewusst und nachhaltig neu gedacht werden. Dazu hilft ein tieferes Verständnis zweier Formen von Kreativität und der dadurch möglichen Formen der Motivation.

Nach Abraham Maslow kann dieses Bedürfnis der kreativen Selbstverwirklichung, in Tätigkeiten der **primären und der sekundären Kreativität** unterschieden werden. Ermöglicht wird "wirkliche Innovation" durch die Verbindung beider Kreativitätsformen in einer Handlung, welche in der gegenwärtigen Gesellschaft bisher eine geringe Ausbildung erfahren hat (Institut für Kreativitätsforschung i.G. c/o Integralis e.V.: 2018).

Primäre Kreativität meint hier Selbsterfüllung durch die Anwendung neuer Prinzipien, Vorstellungen und neuen Denkens und die daraus entstehenden neuen Ideen, Perspektiven oder Produkte (vgl. Taylor, Barron: 1963). Zurückgehend auf Heinz Heckhausen steigert diese das Selbstvertrauen und regt besonders die intrinsische, aus sich selbst heraus gewachsene Motivation eines Individuums an, dem

es nun ein inneres Bedürfnis ist, eine bestimmte Aufgabe subjektive erfolgreich zu lösen und dabei einen individuellen Neuartigkeitsgrad zu erreichen (vgl. Freitag: S.103). Durch die Möglichkeit zur persönlichen Identifizierung potenziert sich diese subjektive Motivation zu einem sehr starken inneren Antrieb, Hingabe, Leidenschaft (sog. Tätigkeitsfreude), **Bereitschaft** und einem festen Entschluss, der bestimmten Handlung nachzugehen. Um innerhalb dieser Handlung in einen sog. Flow-Zustand zu kommen, führt Mihaly Csikszentmihalyi den Erreichbarkeits- und Neuheitsgrad als auszulotende Planungsparameter an (vgl. Csikszentmihalyi: 1992).

Daraus ist zu schließen, dass die vorteilhafte Wirkung einer reflexiven und bewussten Selbstmotivation kreative Prozesse durch das Zusammenwirken eines Teams katalysieren kann. Sie gestaltet ein dynamisches und demokratisches Gruppen- und Führungsgefüge und macht letztlich ideenreiche kreative Emergenz möglich.

Sekundäre Kreativität bezieht sich hier auf die Anwendung und Ausführung von etwas Bekanntem (bspw. Methode, Technik, Wissen etc.), zur Entwicklung von etwas konkret Neuem (bspw. Produkt, Gedanken, Verhalten etc.) (vgl. Taylor, Barron: 1963). Diese Form der Kreativität wird bspw. stark im gegenwärtigen deutschen Bildungssystem praktiziert. Anhand dessen ist die der sekundären Kreativität innewohnenden extrinsische Motivation nachzuvollziehen, die nach Heinz Heckhausen ein Individuum maßgeblich durch äußeren Druck oder Belohnungen zu einer Handlung motiviert (Csikszentmihalyi:1992). Entsprechend verspüren Subjekte nicht gänzlich das intrinsische Bedürfnis, eine gegebene Aufgabe zu erfüllen. Diese Diskrepanz kann bei Überstrapazierung zu Unsicher-heit, Frustration, fehlender Offenheit sowie Entfremdung gegenüber der Aufgabe bzw. anderen Mitwirkenden führen und entsprechend Kreativität verhindern, beschneiden oder blockieren.

Ist das Ver-hältnis von extrinsischer Motivation jedoch ausgelotet, kann daraus entsprechend eine objektive und positive Wirkbasis in der kreativen Interaktion mit dem Innen sowie Außen entstehen.

Persönliches Verständnis des Kreativitätsbegriffs – Positionierung der Autorin

Anhand aufgeführter Recherchen definiert die Autorin den Begriff Kreativität aus ihrer Perspektive im Kontext ihrer Arbeit, in Übereinkunft mit den genannten Annahmen wie folgt:

Kreativität beschreibt eine innere Haltung und wird im Zusammenhang mit dieser Arbeit als eine intrinsisch motivierte Offenheit und "Bereitschaft zur Veränderung", des schaffenden und schöpfenden Individuums als primäre Kreativität, definiert (Gaedt: S.22). Darüber hinaus ist Kreativität eine Geisteshaltung und kognitive Innovations- sowie Handlungskompetenz, die sich, durch die Anwendung bestimmter Techniken, bei jedem trainieren und durch gemeinschaftliches, ausgewogenes und immersives Zusammenwirken sogar potenzieren lässt (vgl. Freitag: S.144). Die Autorin fokussiert das Verständnis von Kreativität in Hinblick auf die Verbindung von primärer und sekundärer Kreativität, die durch den Einklang von intrinsischer und extrinsischer Motivation, entsprechend zu einer reflexiven und bewussten Selbstmotivation des Individuums beiträgt und die gemeinsame kreative Wirkbasis befördert.

Die Verfasserin begreift Kreativität als "multiple" Fähigkeit, dessen Einsatzgebiete uneingeschränkt wahrzunehmen sind. Eine kreative Tätigkeit (sekundäre Kreativität) hilft Menschen dabei, kreative Ergebnisse zu erzeugen. Beispielsweise agiert ein Berater unterstützend, emphatisch quer bzw. komplex denkend und erzeugt dadurch eine kreative Wirkbasis bei sich und anderen. Die entstehenden Resultate können dann in diversen Kontexten Anwendung finden.

Das Maß einer kreativen Tätigkeit ist entsprechend des Kontextes zum gesellschaftlichen, sozialen und wirtschaftlichen Umfeld zu ermessen, da Wertung stets Kontext bezogene sowie situative Relationen braucht und entsprechend nicht universale Geltung besitzt. Diese beschriebene Form der Kreativität gilt es grundlegend und gesellschaftlich zu fördern.

Inhaltlicher Bezug & Relevanz von Kreativität

Die Relevanz der Begriffsdefinition von Kreativität ist für diese Arbeit von besonderer Bedeutung, da Erkenntnisse und ggf. Resultate angestrebt werden, die in dem Wirkungsradius eines Zukunftsgestalters im gegenwärtigen Kreativwirtschafts-Kontext angemessene Anwendung finden können.

Die stetig sich spontan wechselnden Anforderungen an bspw. ein interdisziplinäres Kreativ-Team im Kreatiwirtschafts-Alltag einer exemplarischen Service- oder Innovationsagentur sind aufgrund ihrer inhaltlichen Flexibilität hoch: es wird an Herausforderungen verschiedener Disziplinen gleichzeitig gearbeitet und es ist deswegen notwendig, einen fundierten Kenntnisüberblick in fachfremde Themen zu erhalten, um diese dann exakt und angemessen einzuordnen sowie im Kreativprozess entsprechend ausformulieren zu können. Dabei ist Kreativität die "Grundlage eines neuartigen Kategoriensystems [...], in welchem dem Werden gegenüber dem Sein Priorität eingeräumt ist." (Rapp, Wiehl: S.7). Daraus ist zu schließen, dass Kreativität eine Schlüsselstellung innerhalb jeglicher dynamischer Entwicklungsprozesse einnimmt. Die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens ist aktuell maßgeblich von dessen Erfindungsfähigkeit abhängig (Schlicksupp, S. 28 f.).

Wer Veränderung schaffen, gestalten, etablieren und überleben möchte muss kreativ sein und entsprechend verstehen, wie man Kreativität katalysiert.

In Bezug auf die individuelle Persönlichkeitsentwicklung ist das Folgende zu schließen: Die Gelegenheit zu haben, sein Potenzial zu entfalten macht glücklich (bhutanischer Grundsatz; vgl. Opitz: 2013). Kreativität bietet die individuelle Flexibilität, um diesen subjektiven und individuellen Bedürfnissen von Selbstentfaltung einen angemessenen Rahmen und Nährboden innerhalb eines Systems aus unterschiedlichen Subsystemen zu geben. "Da kreative Menschen nicht aufhören Fragen zu stellen, wächst ihre Erkenntnis immer weiter" (Gaedt: S. 21). Ein Nährstoff der Kreativität ist das Fragen-fragen, da neue Eindrücke und Erkenntnisse den Horizont erweitern und das Individuum zu neuen Aspekten bringt, die durch interessiertes und

offenes Fragen erschlossen werden.

Der persönliche Wirkungsradius der momentanen Tätigkeit der Autorin umspannt die Erforschung sowie situative Analyse, Gestaltung und Beratung von zwischenmenschlicher Kommunikation, insbesondere im Kreativ- und Innovationsprozess. Aufgrund der Erforschung von Kreativität als Resultat eines Frage-Mechanismus, kann der Wirkradius der Autorin in Bezug auf ihre gestalterische Expertise als Zukunftund Schnittstellendesignerin in kreierender und beratender Funktion verdeutlicht werden.

Formel von Kreativität – ein Frage-Mechanismus

Fragen reizen > Disruption, ein queres Denken über die Grenzen des eigenen Denkens hinaus > führen zu Reflexion des sozialen Umfelds, einer Suche nach Erkenntnis des anderen und können dadurch zu > Empathie gegenüber anderen führen. > Diese Interaktion kann durch empathische Führung & Selbstführung von jedem strukturiert werden und > erzeugt Resonanz (Mitschwingen), > die sich zu Immersion einschwingen kann > und dadurch Emergenz (1+1=3) erzeugt, die in einem emergenten Ergebnis > einer gemeinsamen Kreativität mündet.

Verständnis des Kreativwirtschaftsbegriffs

- kontextuelle Auswahl von Theorien & Annahmen

Es gibt Begrifflichkeiten, die bezüglich ihrer Artigkeit weitläufig und facettenreich definiert sein müssen. Dies bezieht sich bspw. auf den Begriff der "Kreativwirtschaft". An dieser Stelle diverse Definitionen und Theorien aufzuführen, würde den gewählten Fokus dieser Arbeit verschieben. Daher verweist die Verfasserin (in Kenntnis dieser Theorien) auf folgende Autoren und ihre Annahmen zur Kreativwirtschaft: Drucker, P. F., The New realities. 1989; Schuler, H., Göhrlich, Y., Kreativität. Ursachen, Messung, Förderung, und Umsetzung in Innovation. 2007; Morita, A., Le Japón n' obéira plus. 1990; Luther, M., Das große Handbuch der Kreativitätsmethoden. 2013; Grüner, H., Management für Kreativunternehmen. 2012; etc..

Es ist hervorzuheben, dass die Begriffsbestimmung der "Kreativwirtschaft" hier zur Erläuterung des Beobachtungsradius und ggf. des Anwendungsfokus möglicher Syntheseergebnisse sowie der Positionierung der Verfasserin dient. Um sich dem Begriff der Kreativwirtschaft im gewählten Kontext zu nähern, kann man nach Richard Florida von einem Beginn des "Kreativen Zeitalters" sprechen, in dem ein Aufstieg der "Creative Class" bzw. der "Creative Economy" prognostiziert wird (vgl. Florida: S19f.; Reckwitz, 2012: S.144f.). Die gegenwärtige Gesellschaft verspürt neben den sog. "Kreativitätsdispositiv" nach Reckwitz ein zuwachsendes Bedürfnis der Ausbildung einer kreativen und innovativen Lösungskompetenz, durch die aufkommende Probleme verstanden und nachhaltig gelöst werden sollen (Reckwitz: 2013).

 – Dazu bedarf es, aufgrund akuter grundlegender Veränderungen (siehe Kapitel 1.4 Ist-Zustand), einem hohen Maß an Disruption, Empathie und daraus resultierender Kreativität. –

Der daraus erwachsenen kreativen Klasse können Menschen aus allen Bereichen der Arbeitswelt zugeordnet werden solange der Inhalt ihrer Arbeit einen kreativen Prozess in sich trägt. Entsprechend lassen sich 2 Gruppen unterscheiden:

- 1. Supercreative Core (vgl. Florida: S19f.). Die Tätigkeit der Mitglieder dieser Gruppe bezieht sich auf wissensintensive Bereiche (bspw. Wissenschaftler, Künstler, Lehrende, Designer und auch Unternehmer). Profession und Hauptaufgabe ist es, Innovationen zu erschaffen, Neues zu produzieren (bspw. neue Produkte, optimierte Prozesse oder neues Gedankengut).
- 2. Creative Professionals (vgl. ebd.). Mitglieder dieser Gruppe sind u. a. Anwälte, Manager, Facharbeiter, Ärzte etc.. Diese befassen sich auch mit wissensintensiver Arbeit, wobei ihre Hauptaufgabe nicht darin besteht, etwas Neues zu erschaffen. Ihre Profession erfordert dennoch eigenständiges Denken und kreative Problemlösungen.

Im Gegensatz dazu, nach einem allgemeineren oder **reaktionären Verständnis**, wird die Kreativwirtschaft als ein praktisch- und handlungsbezogenes, fast handwerkliches Tätigkeitsfeld interpretiert,

dem sich heutzutage maßgeblich bspw. Design-, Werbe-, Kommunikationsagenturen widmen (Eschmann: 2018; Bickert-Appleby: 2018). Aus dieser Perspektive urteilend kommt es, dass bspw. strategische und beraterische Innovations-, Service- und Kommunikationsgestaltung sowie -führung etc. (sog. Softskill-Leistungen) nicht oder selten als primäre und ursprüngliche Kreativtätigkeit wahrgenommen werden. Anhand dessen lässt sich der unterschiedlich fortschreitende Prozess sowie die differenzierte Beobachtung und Beurteilung dieser Entwicklungen erkennen, weshalb an dieser Stelle nicht von einer allgemein gesetzten Auffassung der Begrifflichkeit gesprochen werden kann. Diese Erkentnisse gingen u.a. aus Gesprächen ("Feldstudien") der Autorin mit diversen Vertretern aus der sog. "Supercreative Core" sowie "Creative Professionals" Sektion hervor. Es ist hinzuzufügen. dass die Gesprächspartner nach ihrer Stellungnahme, durch Diskussion und dyadischer Ergründung vorwiegend zu einem erweiterten Verständnis des Begriffs Kreativwirtschaft nach Richard Florida gelangten. Dies bestätigt die Tendenzen des sich erweiternden Verständnisses und des steigendenden Einflusses von Kreativität und der Kreativwirtschaft.

Persönliches Verständnis des Begriffs der Kreativwirtschaft

In Abgrenzung zu dem zuvor aufgeführten reaktionären Verständnis, legt die Verfasserin im Folgenden ihre persönliche Position zum Begriff der Kreativwirtschaft dar. Diese stimmt maßgeblich mit den Gedanken von Richard Florida (vgl. 2. Kapitel: Kreativität) überein, der jedem Menschen die Fähigkeit der Kreativität zuspricht. Dementsprechend nimmt die Verfasserin Bezug auf die bereits aufgeführte Theorie des sog. "Design Turn" (siehe Kapitel 1.2 Positionierung), nach der Kreativität in jegliche Disziplinen implementiert, fokussiert und betrieben werden kann (vgl. Schäffner: S.33). In der allgemeinen Wahrnehmung erweitert sich der Wirkradius von Designern, sodass zukünftige Handlungsfelder erforscht, individuell definiert und gefunden werden können. Die fachliche Expertise eines Zukunftsdesigners besteht dementsprechend aus einer komplexen Problemlösungsfähigkeit, die ihre Kompetenz aus einem hohen Maß an Kreativität schöpft und in jeglichen Bereichen Anwendung finden kann.

Die Verfasserin ist der Meinung, dass im Hinblick auf die Zukunft Kreativität eine wichtige und notwendige Ressource ist, um die immer neuen Aufgaben und disruptiven Umbrüche der Gegenwart und Zukunft zu lösen sowie mitzugestalten. Im Falle der Autorin sieht diese ihre persönliche, zukünftige und kreative Handlungskompetenz in beratender, lehrender und Innovation konzipierender Funktion als Schnittstellen- und Zukunftsgestalter verortet.

In Abgrenzung zu zuvor erwähnten reaktionären Sichtweisen bezieht sich der Begriff der Kreativwirtschaft nicht auf die visuelle Ausgestaltung oder das "künstlerisch-handwerkliche Können" einer Gestalt schöpfenden Instanz oder Tätigkeit, sondern auf einen Denkund Verhaltensmodus eines emphatischen Einfühlungsvermögen, einer disruptiven Ergebnisoffenheit und kognitiven Innovationsleistungen, mit entsprechend situativer Gestaltungshöhe. Da jeder theoretisch diese Fähigkeiten erfahren und ausbilden kann, besteht die begriffliche Abgrenzung der Kreativwirtschaft zu anderen Branchen im intensiven, kontinuierlichen, interdisziplinären und bewussten Initiieren und Bearbeiten von Aufgaben, die beschriebener Handlungen bedürfen, einfordern, implementieren sowie anwenden.

Rückblick & Ausblick

- Möglichkeitsbedingungen von Kreativität kurz gefasst

Wie eingangs aufgeführt (siehe Beginn des Kapitels 2.), ist die beschriebene Form "multipler Kreativität" eine notwendige Fähigkeit, um anstehende Veränderungen und disruptive Herausforderungen generell sowie als Zukunftsdesigner flexibel und situativ zu meistern. Die beschriebene Kreativwirtschaft stellt den Untersuchungsraum für diese Arbeit dar, wofür die Autorin einen Mehrzweck entsprechend ihres persönlichen Fachkontextes anstrebt.

Der Beobachtungs- und Wirkungsradius dieser Arbeit bezieht sich demnach im Detail auf Teamprozesse innerhalb der Kreativbranche, die auf die Erzeugung kreativer Ergebnisse abzielen.

Kapitel 2

Aus den aufgeführten Recherchen ist zu schließen, dass die beschriebene Form von Kreativität maßgeblich durch Empathie und Disruption zu erreichen ist. Demnach können diese beiden Aspekte als Möglichkeitsbedingungen von Kreativität bestimmt werden. Disruptives Denken und Handeln resultiert aus der Tätigkeit, Dinge in Frage zu stellen oder zu hinterfragen. Empathie und emphatisches Handeln entsteht aus der Reflexion von sich und anderen und kann durch Fragen angeregt und katalysiert werden. Diese Möglichkeitsbedingungen von Kreativität werden im folgenden Kapitel im Kontext der Wirkung von Fragen tiefergehend behandelt.



3. Möglichkeitsbedingungen von Kreativität

Dieses Kapitel befasst sich mit einer tieferen Auseinandersetzung mit den im Kontext der Wirkung von Fragen analysierten Möglichkeitsbedingungen von Kreativität: Disruption bzw. disruptives Denken und Empathie. Eine Möglichkeit, um diese beiden Aspekte des beschriebenen Wirkmechanismus anzuregen ist Fragen zu fragen. Es ist der Forschungsgegenstand und ein zukünftiges persönliches Bestreben der Autorin, diese Kultur des Fragens anzuregen, dadurch die zwischenmenschliche Bindung zu generieren sowie auf Herausforderungen vorzubereiten und somit Kreativität zu erzeugen. Um einem tieferen Verständnis dieser Aspekte gerecht zu werden, folgt eine entsprechende Klärung der Begrifflichkeiten im Kontext dieser Arbeit, durch allgemeine Begriffsbestimmung und persönliches Verständnis und Relevanz des Disruptionsbegriffs im Forschungsbezug.

Bewusster Radius und Grenzen des Beobachtungswinkels

Die Verfasserin ist sich darüber bewusst, dass es weitere Betrachtungswinkel und Formen gibt, wie die Entstehung von Kreativität und zwischenmenschlicher Klarheit hergeleitet und erzeugt werden kann. Die im Rahmen dieser Arbeit gewählte Fokussierung auf die Wirkung von Fragen lässt bewusst einflussreiche Möglichkeitsbedingungen von Kreativität, wie bspw. die Künstlerische Muße (Gelegenheit zur "freien bewussten Tätigkeit") oder Kreativität aus Langeweile (bspw. Kalibrierende, zielsuchende oder reaktante Langeweile) außer Acht (vgl. Dischner: 2009; vgl. Götz, Fernziel: S. 149ff.). Dies begründet sich im definierten Untersuchungsraum der Kreativwirtschaft, die den Beobachtungsfokusse der Wirkung von Fragen sowie dem daraus resultierenden Kernziel dieser Arbeit darstellt (Wie kann der Gestaltungsprozess durch Fragen befördert werden; siehe 1.4 Soll-Zustand).

Nun widmet sich dieses Kapitel den Möglichkeitsbedingungen (Empathie & Disruption) der zuvor beschriebenen (Form der) Kreativität und fokussiert dabei den Beobachtungskontext der Kreativwirtschaft, mit Hinblick auf einen Erkenntnisgewinn bezüglich der Wirkung und des Umgangs mit Fragen. Es folgt zunächst die Analyse der Disruption im Kontext des Fragen-fragens, aufgrund ihrer gegenwärtig umbrechenden und aufrüttelnden Ausprägung.

3.1 Die Disruption, disruptiv Denken

In diesem Kapitel wird herausgearbeitet, dass disruptives
Denken für Kreativität und gemeinsame kreative Arbeitsprozesse
notwendig ist. Besonders im Zusammenhang akuter, disruptiver
Entwicklungen, ausgelöst durch die digitale Revolution, bedarf es
neuer Lösungskompetenzen, strategischer Offenheit und flexibler
Ausrichtung. Es gilt: Wer Disruption erfährt, muss disruptiv denken
und handeln lernen. Diese Veränderungsoffenheit resultiert aus der
Tätigkeit, Dinge zu hinterfragen. Darüber hinaus entsteht eine kreative
gemeinsame Wirkbasis bzw. eine kollektive Dynamik, die es vermag
jegliche Veränderungen resilient zu überstehen und sogar von innen
heraus mitzugestalten.

"Mehr Fragen, mehr Überraschungen, häufiger neue Meinungen. [...] Das ist kein Opportunismus, sondern die Bereitschaft zur Veränderung" (Gaedt: S.22).

Disruption als Bedürfnis neu zu denken

Aufgrund eines sozialen, wirtschaftlichen, technologischen und kulturellen Umbruchs ist in der heutigen Gesellschaft das Aufbegehren nach kreativen Lösungen, nach Klarheit und Sicherheit omnipräsent geworden. Die im Zuge der digitalen Transformation immer komplexer und kleinteilig werdende Gegenwart und Zukunft, mit ihrem Facettenreichtum an Neuerungen, fordert menschliches Denken neu heraus (bspw. autonomes Fahren, Künstliche Intelligenz, Klimawandel, Datensicherheit und Kontrolle, Digitalisierung).

Dadurch steigert sich zusehends in allen Bereichen das kollektive Bedürfnis die aufkommenden Probleme zu verstehen und zu lösen. Es besteht das Bedürfnis neue Umgangsweisen, Denkweisen und Sicherheitsempfinden auszubilden, die Resilienz generieren können. Die Gesellschaft begehrt nach der Ausbildung einer kreativen und innovativen Lösungskompetenz, die im disruptiven Denken gefunden werden kann (vgl. Freitag: S.145). Entsprechend einer futurologischen Auslegung bedeutet disruptives Denken nichtlineare Entwicklungen, die von Widersprüchen überlagert werden, denken zu können (vgl. von Mutius S.8).

Klärung und Relevanz des Begriffs Disruption – kurz gefasst

Disruption, bedeutet wörtlich übersetzt Unterbrechung, Zerstörung oder Erschütterung. Kurz gefasst bezeichnet diese Formulierung im aktuellen sozialwirtschaftlichen Kontext die monumentalen Veränderungen durch die digitale Transformation (mit ihren neuen Technologien und dessen konzeptionelle Umsetzung sowie daraus resultierend verändertes Nutzerverhalten). Diese Revolution führt zu grundlegenden Marktveränderungen. So revolutionierte bspw. das iPhone den Mobiltelefonmarkt. Diese Übergangsphase wird häufig auch als gegenwärtige "VUCA-World" bezeichnet und steht für volatility dt. Volatilität oder Unbeständigkeit, uncertainty dt. Unsicherheit, complexity dt. Komplexität und ambiguity dt. Mehrdeutigkeit (vgl. Mack, Share: 2016). Der Begriff der Disruption wird in diesem Kontext als eine Revolution oder Aushebelung von tradierten Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodellen verstanden (vgl. Ramge: 2015). In diesem Zusammenhang beschreibt Joseph Schumpeter in seinem Modell, den Aufstieg und Fall von Unternehmen als notwendige Entwicklungsprozesse (ebd.).

Allgemeine Begriffsbestimmung Disruption

- Theorien und Annahmen im Überblick

In diesem Zusammenhang ist Disruption eine Entwicklung, die zur Veränderung anregt – eine konstruktive Störung. Diese ist als Prozess einer fortlaufenden Evolution zu begreifen, die sich durch "Adaption und Mutation" in Form einer Spiraldynamik auf Bestehendem aufbaut sowie umwandelt (vgl. Horx: 2018; van Marrewijk: S. 85f.).

Nach Clayton Christensen bezeichnet "Disruptive Innovation" in einem ökonomischen Rahmen im Detail Entwicklungsprozesse, Verlagerungen oder Umstrukturierungen eines Marktsegments, erwachsen aus grundlegenden Neuerungen einzelner Wettbewerber. Disruptive Innovation beschreibt diesbezüglich einen Prozess, bei dem ein Produkt oder eine Dienstleistung ihren Anfang in einer zunächst simplen Anwendung bspw. am unteren Ende des Marktes nimmt und dann unaufhörlich nach oben aufsteigt, wo es früher oder später dann den etablierten Wettbewerber ersetzt (vgl. HBM, Christensen: 2013).

"Disruption entsteht immer dann, wenn alte Systeme träge, selbstgerecht und zukunftsblind werden" (vgl. Horx: 2018). Etablierte Unternehmen "sind Gefangene ihres eigenen Erfolges", denn radikal neue Ideen bedeuten ein Risiko, welches nur die, "die viel zu gewinnen und nichts zu verlieren haben" unbeschwert eingehen wollen (Ramge: 2015). In der akuten Übergangszeit kann niemand mit absoluter Sicherheit einschätzen, wie sich Märkte und Firmen zukünftig entwickeln. Daraus ist zu schließen, dass die wichtigste Aufgabe nicht dem entspricht, Bestehendes kontinuierlich zu verbessern, sondern offen zu sein für grundlegend andere oder neue Denkansätze und diese angemessen implementieren zu können. Um langfristig immer wieder wettbewerbsfähig zu sein, bedarf es stets disruptiver Innovationen.

Disruption sollte wegen diesen Herausforderungen jedoch nicht negativ, sondern als Gelegenheit zur Entwicklung und Impuls zum Schärfen eigener Strategien wahrgenommen werden: als notwendiger und wiederkehrender Reiz, damit Entwicklungen im Sinne des Nutzers und der Umwelt– distanziert von einer abflauenden Industrialisierung – vertieft und fokussiert werden. "Evolution findet nur durch permanente Störung statt. Komplexe Organismen brauchen ein Immunsystem. Immunsysteme wiederum müssen ständig "trainiert" werden – durch Infektionen oder in der Wirtschaftswelt: durch Krisen!" (vgl. Horx: 2018).

Das disruptive nichtlineare Denken und Sokrates – "Ich weiß, dass ich nichts weiß."

Im Kontext kreativer Prozesse sowie Tätigkeiten der Kreativwirtschaft (siehe 1.4 Untersuchungsraum & Beobachtungsfokusse) wird der Ansatz des sog. "Disruptive Thinking" von Bernhard von Mutius als nichtlineares "Denken, das der Zukunft gewachsen ist" eingeordnet (von Mutius: 2018). Dieser bezieht sich auf kognitive Fähigkeiten zur Ausbildung von angemessenen Innovationen und Resilienz bezüglich zukünftiger Herausforderungen. Diese Überlebensstrategie in der genannten "VUCA-Welt" ist ebenfalls unter dem Akronym als VUCA-Formel zusammengefasst und greift die wesentlichen Aspekte des "distructive Thinking" auf: vision dt. Vision, understanding dt. Verstehen, clarity dt. Klarheit, agility dt. Agilität (vgl. Mack, Share: 2016). Es handelt sich dabei um ein Denken, das neue Anpassungsfähigkeiten ausbildet und fördert, um dadurch Gestaltungsfreiräume zu erschließen. Dazu bedarf es einer Lockerung bzw. neuen Einordnung der vorherrschenden Ergebnisfokussierung, da Ergebnisse und daraus resultierender Erfolg, im Kontext der disruptiven digitalen Transformation, neu bzw. differenziert wahrgenommen und eingeordnet werden müssen. Es bedarf eines kollektiv neu gedachten Mindsets, das zu den disruptiven Entwicklungen der Gegenwart passt, "Brüche in unser Denken integriert" und zum zukünftigen Handeln befähigt (vgl. von Mutius: 2018). "Im Wissen das Nichtwissen immer schon mitdenken und Widersprüche produktiv machen." (ebd.). Dieses Denken vertrat bereits Sokrates, was durch seinen berühmten Ausspruch, er wisse, dass er nichts wisse, deutlich wird.

"Die wahre menschliche Weisheit ist es, sich des Nichtwissens im Wissenmüssen des Guten bewusst zu sein" (Gadamer: S. 83).

Persönliches Verständnis & Relevanz von Disruption -

Positionierung der Autorin

Im Kontext dieser Arbeit, bezüglich des gewählten Untersuchungsraumes und Forschungsgegenstands wird im Folgenden ein persönliches Verständnis verdeutlicht und die Relevanz von Disruption in Verbindung mit dem Aspekt des Fragens reflektiert. "Tatsächlich werden kreative Menschen so beschrieben, dass sie häufiger als andere ihre Meinung ändern" (vgl. Gaedt: 2016).

Im kreativwirtschaftlichen Kontext ist disruptives oder laterales (Quer-) Denken in sich als eine kreativ Leistung anzusehen, die Fähigkeit Wiedersprüche zu akzeptieren, integrieren und als produktive Quelle für neue Lösungen einzuplanen (vgl. von Mutius: 2017). Beim disruptive Thinking geht es darum experimentell die nächsten Schritte zu gehen sowie sich auf Überraschungen einzulassen und radikal Neues zu versuchen. Disruptiv Denken meint nach dieser Auslegung, vernetzt und komplex Denken sowie Handeln zu können und Sichtweisen zusammenzuführen, um einen ganzheitlichen und gegenwertig angemessenen Mehrwert zu schaffen. Dies impliziert im Sinne der Verfasserin auch die Fähigkeit, die Lösungen zu entwickelt, die sich skalieren lassen, um flexibel agieren zu können und differenzierte Bedürfnisse zu bedienen. Der Sozialwissenschaftler. Philosoph, Trendforscher und Berater Bernhard von Mutius bezeichnet dies im Zuge der digitalen Transformation als eine "kreative Revolution", dessen Sinn in der "Entfaltung der kreativen menschlichen Fähigkeiten" liegt und durch digitale Technologien und Netze ermöglicht wird (von Mutius: S.8). Daraus ist mit Egon Freitags Worten zu schließen: "Für Kreativität ist divergentes oder laterales Denken erforderlich (vgl. Freitag: S.145).

Fragen katalysieren Disruption

Fragen sind ein Schlüsselwerkzeug zum disruptiven Denken, welches ein Katalysator für Kreativität ist sowie eine Präparation für zukünftige und schwer zu kalkulierende Umbrüche darstellt. Die Relevanz, sich mit den Theorien des Disruptionsbegriffs auseinanderzusetzen, zeigt sich in zwei Urmotivationen:

 Disruption in Form der digitalen Transformation verändert maßgeblich das akute Weltgeschehen in allen Bereichen: bspw. technologischer, sozialer, kultureller, wirtschaftlicher etc.. Diese Entwicklungen prägen fortlaufend und nachhaltig menschliches Denken und Verhalten. Um als Zukunftsgestalter entsprechend agieren zu können, bedarf es einem tiefgreifenden Verständnis dieser gegenwärtigen Entwicklungen. Um als m als Zukunftsgestalter sich und andere entsprechend dieser Umbrüche zum proaktiven Mitgestalten und nichtlinearen Denken zu befähigen, bedarf es der Anregung und Herausbildung neuer Denkund Verhaltensweisen.

Fragen, die eine prägnante und unterstützende Wirkung haben, begünstigen diesen Prozess, da sie "unsere Konzeption des Möglichen erweitern, unsere interkulturelle Vorstellungskraft bereichern und den Wall an Dogmen durchbrechen, der den Geist am Wandern hindert" (von Bertrand Russell, In: Cohen: S. 8). Disruptives Denken und Handeln resultiert aus der Tätigkeit, Dinge in Frage zu stellen, zu hinterfragen und dadurch zu reflektieren und katalysiert so Kreativität.

Formel

Fragen > können gegenwärtige Entwicklungen in Frage stellen > disruptives Denken fördern und trainieren > erzeugen dadurch Reflexion > erzeugen kreative Visionen der Zukunft > es entsteht neue Anpassungsfähigkeiten & Gestaltungsfreiraum durch neues Mindset der Veränderungsoffenheit

Disruption als emergente Synergie – von Bekanntem & Unbekanntem

Kreativität entsteht durch ein Querdenken, die "Neukombination von Informationen" – der Erkenntnis, dass es auch anders geht als Synergie von Bekanntem und Neuem (Holm-Hadulla, Rainer: S.71). Wichtig herauszustellen ist, dass sich aus dem Gegebenen partielle Teile umstrukturieren, anders bzw. ungewöhnlich kombinieren und gemeinsam zum Neuen addieren lassen. Durch Fragen kommt es hier zu Erfahrungen, über die Grenzen des Erwarteten hinaus, die Gewohnheiten, Denkmuster und Routinen stören oder durchbrechen können.

Eine notwendige Eigenschaft zu einer solchen Grenzüberschreitung von Gewohnheiten, ist Mut als Bereitschaft einen unsicher zu kalkulierenden Weg einzuschlagen. Diese Bereitschaft kann durch eine Kultur des sich gegenseitigen Fragens und Antwortens geebnet werden, innerhalb der es durch diese Form der Kommunikation regelmäßig zu wechselseitigen Vertrauensvorschüssen kommt.

Diese persönliche Öffnung und proaktive Zusprüche anderer, fördern in einem sozialen System Zutrauen, Selbstvertrauen, Solidaritätsgefühl und Sicherheit. Das Interesse des Individuums kann durch die Gelegenheit zur Selbstmitteilung und gemeinsamen Reflexion, in der Tätigkeit des Austausches selbst, Freude finden und motiviert werden (Csikszentmihalyi:1992). Im gewählten Untersuchungsraum der Kreativwirtschaft kann demnach das durch Fragen angeregte disruptive Denken die subjektive intrinsische Motivation (siehe 2. Kap. Kreativität), zwischenmenschliche Klarheit sowie Bindung fördern und zu einem emergenten Kreativprozess beitragen. Es ist abschließend zu betonen: Disruptives Denken ist Voraussetzung und bereitet den Weg zur gemeinsamen Kreativität.

Fragen bewirken Emergenz, gemeinsames disruptives Denken und dadurch Kreativität.

Fragen, die gemeinsame Bindung und Ambiguität generieren, schaffen ein Zusammenspiel der Gruppe und ihrer Subjekte. Die Gruppe entfaltet, aufgrund einer entstandenen kollektiven Intelligenz, eine Eigendynamik innerhalb ihres Subsystems, die emergente Ergebnisse generieren kann (Universität Trier: 2005). In diesem konformen und simultanen Immersionsmoment des Zusammendenkens und -wirkens besteht die Möglichkeit, dass aus dem Subsystem heraus und durch eine situative Neukombination stwas Individuelles und aufgrund dessen zwangsläufig Einzig ungestentstehen kann. Etwas das inhaltlich mehr ist als die reine Summe seiner Teile ist (vgl. Universität Trier: 2006).





Emergenz ist hier als eine "Herausbildung von neuer Eigenschaften oder Strukturen eines Systems infolge des Zusammenspiels seiner Elemente" zu verstehen (Schichkofts 1991; siehe Cover Gestaltung).

Durch Fragen das Übliche riskieren und nötig Neues erfinden

Übertragen auf den Kontext dieser Arbeit kann durch eine Kultur des Fragens ein emergentes und intrinsisch motiviertes soziales Subsystem entstehen, das durch Reflexion sowie Empathie ein immersives und disruptives Denken ermöglicht und anregt.

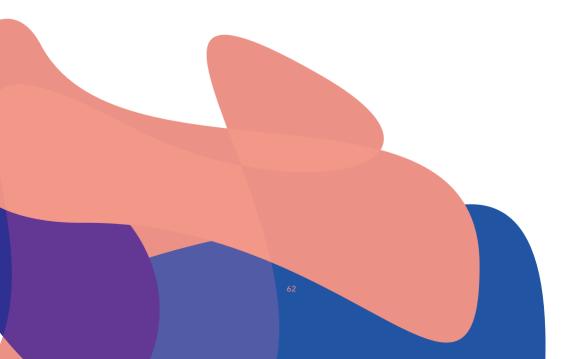
So kann der Weg zur gemeinsamen Kreativität bereitet werden.

Der Aspekt der Empathie unterstützt dabei Kommunikationsprozesse und Interaktionen zwischen Menschen und wird entsprechend dieses Wirkprinzips im folgenden Kapitel tiefgehender behandelt.

Bezüglich des Aspekts des disruptiven Denkens kann auf dieser Wirkbasis in vereinter Kreativität das Übliche riskiert und dadurch das Ungewöhnliche und nötig Neue erfunden oder entdeckt werden.

Dies ist notwendig, um entsprechend der gegenwärtigen "VUCA-World" an pluralistischen Entwicklungen im Allgemeinen sowie als Zukunfts- und Schnittstellendesigner agil mitzuwirken und zu gestalten (vgl. Mack, Share: 2016).

"Einige Menschen sehen die Dinge an, die da sind, und fragen: Warum? Ich träume von Dingen, die nie da waren, und frage: Warum nicht?" – Georg Bernard Shaw (In: Maries: S.106).



3.2 Empathie

Relevanz des Begriffs Empathie im Kontext

In diesem Kapitel wird herausgestellt, dass Empathie für die angestrebte Form von multipler Kreativität (siehe Kap. 2) sowie für disruptives Denken (siehe 3.1) förderlich und notwendig ist, da diese Kommunikationsprozesse und Interaktionen zwischen Menschen unterstützt. Aufgrund der ihr innewohnenden Reflexion kann Empathie zur sozialen Immersion verhelfen und dadurch subjektive sowie zwischenmenschliche Unsicherheit oder Ambiguität in der Kommunikation abbauen. Demnach kann Empathie in interdisziplinären Gruppenprozessen auch führende sowie selbstführende Aspekte erzeugen und dadurch das Miterleben des anderen Menschen partizipierend beeinflussen. Fragen stellen nach den Erkenntnissen dieser Ausführung eine Möglichkeit dar, die angestrebte Form von Empathie innerhalb eines sozialen Systems und somit den Gestaltungsprozess der Kreativwirtschaft zu fördern. Im Folgenden werden zunächst im akuten Kontext zu Grunde liegende Definitionen und Formen von Empathie bezüglich der Beobachtungsfokusse aufgeführt, eine persönliche Auffassung bezüglich der Begrifflichkeit abgegeben und anschließend die daraus zu ziehenden Ergebnisse und die Relevanz von Empathie im Kontext dieser Arbeit verdeutlicht.

Das Sich-ins-Fremde-stellen im akuten Kontext

- Kreativität & Disruptives Denken benötigt Empathie

Aus der im Kapitel 3.1 zuvor beschriebenen, wirtschaftlichen Disruption der Gegenwart geht hervor, dass nur wer sich "laut, selbstgewiss und selbstsicher vermarktet", eine Chance hat sich profitabel durchzusetzen (vgl. von Mutius: S. 74). Doch eine solch kämpferische Haltung übertragen auf die inneren Strukturen eines sozialen Unternehmenssystems hat fatale Folgen für dessen "innere Achtsamkeit" und dementsprechend auch auf die Art der entstehenden Kreativität (ebd.). Wie unter Kapitel 2. Kreativität & 3.1 Disruption herausgestellt, entwickeln sich "Kreativität und Empathie [...] zu Schlüssel-Ressourcen für die Zukunft" (Kreicher, Brühl: S.9).

Kapitel 3

dessen "müssen wir uns [neugierig und empathisch] stellen [und brauchen] Lernreisen ins Unbekannte und ide, [um] das Nichtwissen zu trainieren" und Resilienz vgl. von Mutius: S. 74). Dementsprechend folgt nun useinandersetzung mit dem Thema Empathie im kontext dieser Arbeit.

ologie ohne eine humanzentrierte Logik ist blind", ine Logik zu ergründen, bedarf es einer empathischen Reflexion durch Fragen (von Mutius: S. 75). –

Definitionen & Formen von Empathie – Theorien im Überblick

Für den Aspekt der Empathie gibt es zahlreiche Forschungsdisziplinen (in Philosophie, Psychologie, Neurowissenschaften, Ethnologie etc.) sowie diverse Theorien und Auslegungen, so bspw. Empathie als angeborene Fähigkeit, als moralischer Wert des menschlichen Reifungsprozess, als Strategie zur menschlichen Verbindung, als subjektives und individuelles Bedürfnis und als aktive Unterstützung für emotionale Klärung (vgl. Fischer: 2017).

ge Grundmotiv, das allen Ansätzen gemein ist, scheint thie als **tief gehendes Verstehen des anderen in seiner sartigkeit zu sein**" (Köppen: S. 46). –

Allgemein wird unter Empathie zunächst das Einfühlungsvermögen bzw. das geistige Erfassen der inneren Gefühls- und Denkwelten anderer (vgl. Kreicher, Brühl: S.9; vgl. Kjellberg, NE GmbH: 2018) verstanden. Empathie ist demnach ein kognitiver Prozess der Wahrnehmungseinordnung, im Sinne von einer subjektiven Bewertung bzw. Entscheidung bezüglich unterschiedlicher Denkund Handlungsmöglichkeiten im situativen Kontext. Solch eine Form von Empathie kann auch gezielt gelernt werden, bspw. mittels Reflexion und durch "Selbsterfahrungs-Austausch" mit anderen (vgl. Hönsch: S.273). Fritz Breithaupt führt vier methodische Ansätze an, die eine Form von Empathie zum Ergebnis haben und auf die, für ein Vertiefungsinteresse wie folgt verwiesen wird: Er unterscheidet einen evolutionsbiologischen Ansatz, Gehirnforschung Mittels

Messverfahren, Theory of Mind und einen phänomenologischen Ansatz (vgl. Breithaupt: S. 25ff.). Für die Erforschung des Wirkpotenzials von Fragen innerhalb zwischenmenschlicher Kommunikation werden hier der phänomenologische Ansatz und die "Theory of mind" genauer untersucht. Breithaupt beschreibt Empathie aus phänomenologischer Perspektive als Miterleben bzw. als eine Art Bewusstsein oder Wissen darum, dass es Gefühle und Bedürfnisse. gibt, die allen Menschen gemein sind (vgl. Breithaupt: S. 39). Frans de Waal bezeichnet Empathie nach selbiger Auslegung als das "Teilen des geistigen Zustands eines anderen mittels Körperlicher Kommunikation" (vgl. de Waal: S.87). Beschrieben wird damit ein Partizipieren an den inneren Vorgängen des anderen, das jedoch nicht Mitleiden impliziert (ebd.). "Die phänomenologische Betrachtung von Empathie berücksichtigt Verhaltensabläufe und Situationen, die ohne Empathie beginnen, dann aber zum Einschalten von Empathie führen und diese in andere Prozesse integriert" (Breithaupt: S. 38). Daraus ergibt sich die situative Anpassungsmöglichkeit und Eignung dieser Form der Empathie in der Praxis (siehe Absatz persönliche Auffassung, Ergebnisse & Relevanz von Empathie).

Unter "Theory of mind" versteht Breithaupt die Fähigkeit zu wissen, dass andere nicht wissen, was man selbst weiß (Breithaupt: S. 29). Dabei handelt es sich um ein reines Feststellen, ohne emotionale Wertung. Aufgrund dessen kommt es durch die "Theory of mind" zu keiner Bindung – im Sinne eines risikoreichen Parteiisch-Seins – sondern zu einem erweiterten Kennen-lernen des anderen (Breithaupt: S. 32). Die "Theory of mind" ist eine intellektuelle Fähigkeit, begründete Annahmen und Aussagen anzubringen und ist deswegen besonders geeignet, um moralische Entscheidungen in anzuleitenden Situationen zu treffen (vgl. Breithaupt: S.31).

Daniel Bateson führt passend dazu zwei grundlegende Fragen auf, die Empathie beantworten soll (vgl. Batson: S.1):

- Wie kann man wissen, was der andere weiß?
- Was bringt eine Person dazu mit Sensibilität zu reagieren?

Er unterscheidet in seiner Abhandlung "These Things Called Empathy" acht verschiedene Phänomene oder "empathische Kommunikationsmöglichkeiten", die alle als Empathie

Kapitel 3

bezeichnet werden, jedoch zu unterschiedlichen empathischen Wahrnehmungsweisen beitragen (Rosenberg: S.171ff.). Diese versuchen die genannten Fragen auf differenzierte Art zu beantworten. Eine solche Differenzierung ermöglicht dem Empathie-Empfindenden eine situative konkrete Selbsteinschätzung sowie Reflexion, bezüglich seiner inneren Beweggründe zum Empathie-Empfinden und verdient an dieser Stelle entsprechende Aufführung.

- 1. Empathie als Wissen über den inneren Zustand eines anderen (vgl. In: Eslinger, 1998; Zahn-Waxler, Robinson & Emde, 1992).
- 2. Empathie als Adaptieren der Haltung eines anderen (vgl. Bavelas: 1986; Preston, de Waal 2002)
- 3. Empathie als sich fühlen, wie ein anderer Mensch (vgl. Hoffman, 2000; Hume 1740/1896; Smith 1759/1853; Hatfield, Cacioppo; Rapson, 1994)
- 4. Empathie als sich in die Situation eines anderen einfühlen oder projizieren (vgl. Lipps:1903; Wispé: 1968)
- 5. Empathie als Vorstellung, wie ein anderer denkt und sich fühlt (vgl. Batson: 1991; Ruby, Decety: 2004)
- 6. Empathie als Vorstellung, des Einnehmens der Perspektive eines anderen (vgl. Piaget, 1953; Mead: 1934)
- 7. Empathie als das Miterleben des Befindens bzw. Leidens einer anderen Person (Hoffman, 1981; Batson, 1991)
- 8. Empathie als Gefühl für eine andere leidende Person (vgl. Hume, 1740/1896; Smith: 1759/1853; Darwall: 1998; Eisenberg & Strayer: 1987; Preston & de Waal, 2002; Sober & Wilson: 1998; Wispé: 1986).

Die letzten 3 Phänomene der Empathie können auch als **Ortswechsel** innerhalb der **Phantasie**, als "changing places in fancy" bezeichnet werden (vgl. Bateson: S.1). Anhand dieses Aspektes der Phantasie lässt sich die starke Verbindung von Empathie zu **Kreativität** feststellen.

Dies ist nur eine von vielen Möglichkeiten, um sich den Empathiebegriff differenziert zu erschließen, für ein erweitertes Interesse wird hier auf die Auflistung von Amy Coplan verwiesen (vgl. Coplan: S.4). Empathie ist in der sog. gewaltfreien Kommunikation nach Marshall Rosenberg eine Grundvoraussetzung gelingender Kommunikation (Rosenberg: S.171ff.). Diesbezüglich handelt es sich um eine Form der Bewusstwerdung über die empathischen Kontaktmöglichkeiten und weniger um eine konkrete Kommunikationstechnik (ebd.). Um Klarheit in einer Situation sowie in zwischenmenschlicher Interaktion zu erhalten, ist Empathie bzw. Einfühlung in andere sowie die Selbstempathie wichtig (ebd.). – Selbstempathie meint an dieser Stelle die ehrliche Introspektion oder Selbstreflexion des individuellen Gemütszustands. –

Persönliches Verständnis & Relevanz von Empathie

An dieser Stelle soll die Relevanz von "Empathie als eine Strategie zur menschlichen Verbindung" in Verbindung mit dem Wirkungsaspekt von Fragen (Fischer: 2017) herausgearbeitet und die Wichtigkeit für diese Arbeit betont werden

"Grundlage der Empathie ist die Selbstwahrnehmung – je offener eine Person für ihre eigenen Emotionen ist, desto besser kann sie auch die Gefühle anderer deuten" und somit die Chance zur klaren Interaktion bspw. im Team steigern (Goleman: S. 127). Diese Annahme unterstützt die These bezüglich der bedeutenden Wirkung von regelmäßiger (Selbst-) Reflexion und zwischenmenschlichen klarem Austausch. Denn innerhalb des gegenwärtigen disruptiven Gefüges, kann jede einseitig getroffene Entscheidung falsch sein, weshalb es eines zweiseitigen bzw. mehrseitigen Inter-Agierens bedarf, einer empathischen Begegnung katalysiert durch Fragen (vgl. von Mutius: S. 74).

Diese phänomenologische Empathie, des "Sich-ins-Fremde-Stellen" bezieht sich dahingegen auf die mentale Fähigkeit zur partizipierenden "Einfühlung" in andere, unabhängig von einer konkreten, übereinstimmenden Meinung mit diesen (vgl. von Mutius: S. 74; Breithaupt: S.39). Dies zeigt, dass diese Herangehensweise besonders für die Individualiät bzw. Situativität von zwischenmenschlicher Interaktion, aufgrund des "Einschaltens" und Integrierens von Empathie, bspw. innerhalb des Anwendungskontextes der Kreativwirtschaft, geeignet ist (vgl. Breithaupt: S. 38).

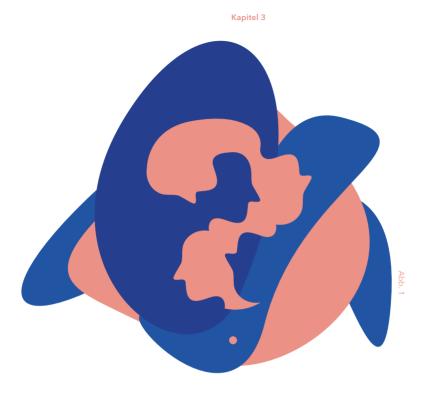
Fragen katalysieren Empathie, zwischenmenschliche Klarheit & fördern Kreativität

Wie zuvor erwähnt kann Empathie durch "Selbstempathie" bzw. Selbstreflexion und "Selbsterfahrungs-Austausch" praktiziert und gelernt werden, um Klarheit in einer Situation sowie in zwischenmenschlicher Interaktion zu erhalten (vgl. Rosenberg: S.171; Hönsch: S.273). Durch Fragen kann so Empathie als ein individuelles Bewusstsein entwickelt werden, das Subjekte in die Lage versetzt, ihre inneren Vorgänge in Bezug zu den inneren Vorgängen anderer zu setzen. Demnach kann Empathie als "geistiges Erfassen der Gefühlsund Denkwelt anderer" in engem Zusammenhang mit Kreativität gesehen werden, da sie immer auch die geistige Vorstellungskraft fordert (vgl. Kreicher, Brühl: S.9; vgl. Kjellberg, NE GmbH: 2018). Fragen bilden in diesem Zusammenhang den direkten Impuls zur Reflexion und kreativen Einfühlung. Anhand eines daraus erwachsenen Austauschs können die Subjekte Anhaltspunkte für eine verbesserte zwischenmenschliche Interaktion, bspw. im Gestaltungsprozess im Team erhalten.

Im Kontext disruptiver Entwicklungen, eines kreativen Alltags sowie der Kommunikation zwischen Menschen bedarf es einer Gewissheit einer flexiblen Dynamik. Die "Theory of mind" scheint mit ihrem Aspekt, begründete moralische Entscheidungen zu treffen, besonders geeignet zu sein, um innerhalb einer interdisziplinären und flexibel wechselnden Gruppenkonstellation eine selbstführende bzw. das Verantwortungsgefühl fördernde Dynamik anzuregen (vgl. Breithaupt: S.31).

– "Wer sich selbst führen kann, dem kann dies auch zusammen mit anderen gelingen. Es bedarf einer Führung durch Selbstführung", -erkenntnis und Praxis, im Sinne Foucaults als "Sorge dich um dich selbst", denn daraus kann sich eine dynamische sowie sichere Wirkbasis ergeben (vgl. Helmerdig: 2018; Foucault: S.76). –

Dies kann Resonanz zwischen den Gruppenteilnehmern befördern und bspw. eine kreative Immersion steigern. – Resonanz bezeichnet hier das Mitschwingen eines Systems, das an ein anderes mitschwingendes System gekoppelt ist oder auf andere (periodische) Weise erregt wird (vgl. Hönsch: S.846). –



– Der beschriebene Effekt der Immersion ist hier als "Eintauchen", "Verringerung von Distanz" bzw. Verbindung von getrennten Einheiten in Form einer Schnittmenge zu verstehen, die vor ihrem Interagieren nicht existiert hat (FH Kiel: 2010). –

Entsprechend dieser Interpretation kann hier innerhalb eines sozialen Subsystems Emergenz entstehen, die neue "nicht voraussagbare Qualitäten aus dem Zusammenwirken" der Faktoren bildet (Hönsch: S.273). Dabei entsteht mehr als die reine Summe der Teile. Innerhalb einer Frage-Kommunikation ist dies bspw. durch den Denkprozess der regressiven Abstraktion (siehe Kapitel 4.1 Fragearten) gegeben, bei dem eine Gruppe vom subjektiven Einzelnen auf das Allgemeine, nicht Empirische abstrahiert und Schlüsse zieht (vgl. Birnbacher, Krohn, 2002: S.10).

Formel

Fragen > regen die Phantasie an > führen zur Reflexion des soz.

Umfelds bzw. Kontext > Empathie, empathische Einfühlung
> empathische Wahrnehmungseinordnung > wird durch empathische
Führung & Selbstführung (von jedem innerhalb Gruppe) strukturieret
> es entsteht Resonanz > kommt dazu zur Immersion > und erzeugt
Emergenz (1+1=3), emergentes Ergebnis > das zusammengenommen
gemeinsame Kreativität generiert

Merke – Handlungsempfehlung zu einer optimierten empathischen Fragen-Kommunikation

- Die Fragen, die ich anderen stelle, stelle ich mir zunächst selbst.
 Ich übernehme Verantwortung als Impulsgeber gegenüber den Anderen und mir selbst.
- Ich kann nur gut führen bzw. anleiten etwas zu tun, wenn ich die Bereitschaft und Offenheit habe, mich in andere empathisch hineinzuversetzen und im idealen Fall die Sache vorher selbst erfahren und gefühlt habe.

Welche Schlüsse lassen sich anhand dieser Annahmen und Recherchen daraus ziehen, wie ein nichtlineares, disruptives Denken sowie Kreativität anzuregen sind und im Alltag erlebbar bzw. trainierbar gemacht werden können?

Durch Fragen, die das **Nichtwissen aktiv explorieren**, kann das Überraschende oder Ungewöhnliche bewusst gemacht und zu neuen Ansätze, Perspektiven sowie Grenzüberschreitungen des Bisherigen motiviert werden.

- Durch Fragen begeben wir uns gegenseitig auf die andere Seite und können uns im empathischen Austausch begegnen
 - der Chance zur kreativen Immersion. -

Kapitel 3

Gemeint ist hier eine empathische Haltung des Einfühlens und Hineinversetzen in andere, gefördert durch die beschriebene Kultur des Fragens, um disruptiven Entwicklungen gegenüber gewappnet zu sein. Es bedarf deshalb, im Allgemeinen sowie innerhalb der Kreativwirtschaft, einer Gestaltung von Möglichkeiten zur Begegnung im Frage-Austausch mit Anderen. Anhand dieser erarbeiteten Ergebnisse fokussiert das folgende Kapitel 4 im konkreten, die "Kunst des Fragens und Fragen-Könnens", um anhand dessen spezifischere Gestaltungsparameter einer "Kultur des Fragens" zu erarbeiten. Das Kapitel 5. synthetisiert aus den erarbeiteten Inhalten eine mögliche Übersetzung in die Praxis.

"Indem er zuhörte und verstand [...], schien er tragen zu helfen.
Indem er schwieg, schien er das Gehörte versenkt und der
Vergangenheit übergeben zu haben."
-- Hermann Hesse (Hesse: 2012).

4. Das Fragen fragen – Die Kunst des Fragens

Wie in den vorangegangenen Kapiteln analysiert, ist die Entfaltung von Kreativität u.a. stark mit einer Kultur des Fragens verbunden, da die durch Fragen gewonnenen neuen Erkenntnisse den Horizont erweitern und zu neuen Denkwelten des Möglichen anregen, die wiederum durch interessiertes und offenes Fragen erschlossen werden können (vgl. Kapitel 2. Formel; 3.1 Disruption & 3.2 Empathie). In dem folgenden Kapitel werden unter 4. Annahmen & Theorien des Fragen-fragens, die inhaltlichen Komponenten, die eine solche Kultur des Fragens gestalten erarbeitet. Dazu wird unter 4.1 näher auf die im Kontext der Arbeit relevanten Fragearten und -prinzipien eingegangen und im spezifischen Beobachtungskontext unter 4.2 Kreativmethoden aufgeführt, die mitunter durch den Aspekt des Fragen-fragens geprägt bzw. strukturiert werden. Im 5. Kapitel der Synthese werden aus den daraus resultierenden Erkenntnissen eine Anwendungsmöglichkeit erwägt und entsprechend kreiert.

Annahmen & Theorien des Fragen-fragens – Wie Fragen sind

Fragen werden gemein hin sowie in der Linguistik als Art zu sprechen verstanden: Als "illokutionäre, durch Sprache vollzogene Handlung". Diese Bezeichnung vernachlässigt jedoch die Tatsache, dass Fragen auch unausgesprochen, rein imaginär existieren können (Regenbogen, Meyer: 2018; vgl. Berger: S.25). Dementsprechend wird an dieser Stelle das Sich-selbst-fragen sowie der Weg hin zu einer Antwort als kognitive Leistung des Menschen betont, die ihn von anderen Primaten unterscheidet und ihm schon im Kindesalter durch nonverbale Kommunikation zugänglich ist (vgl. Berger: S.25).

Das Fragen ist generell als eine Form der "Informationsbeschaffung" mit der Intention eines Erkenntnisgewinns zu verstehen (ebd.). Es ist daraus zu schließen, dass dieser Prozess durch ein offenes Lernbedürfnis intendiert ist, die vorangegangene Erkenntnis und Einsicht des Nichtwissens sowie ggf. der wissenden Unwissenheit – im Sinne Sokrates: Ich meine nicht zu wissen, was ich nicht weiß – voraussetzt (vgl. 3.1 Disruption; vgl. Gadamer: S. 83). Um zu neuen Erkenntnissen zu gelangen, formuliert der Mensch eine Frage, die sich nach Paul Harris am Alten oder bisherigen Wissen orientiert (vgl. Harris: 2012). Das Fragen kann an dieser Stelle metaphorisch durch den Leuchtkegel einer Taschenlampe in der Dunkelheit der Unwissenheit beschrieben werden, der partiell "ein Licht auf den Weg (wirft), den man gehen muss" (Rothstein, Santana: 2012).

Durch wiederholtes Fragen kann proaktiv eine soziale Interaktion generiert sowie Erkenntnisse erneuert und manifestiert werden, wie bspw. bei der Implementierung eines neuen Mindsets. "Fragende (neugierige) Menschen bekommen viel häufiger den Anlass, die Meinung zu ändern" (Gaedt: S.21).

Dr. Harlich Stavemann sieht dieses Potenzial bspw. im sokratischen Dialog realisiert (siehe 4.1 Fragearten), dessen Grundstruktur hinführendes Fragen bildet und besonders geeignet ist für "änderungsresistente kognitive Umstrukturierungen" (vgl. Stavemann: S.13). Antworten sind in diesem Zusammenhang ein individuelles und situatives Ergebnis und nicht das Ende eines Prozesses, sondern eher eine Etappe auf dem Weg hin zu einer Erkenntnis.

Der unmittelbare Effekt von Fragen & Weg zu einer Antwort

- Beobachtungen und Erfahrungen

Beobachtungen und Erfahrungen der Autorin ergaben, dass Fragen eine retrospektive, explorative, aktivierende und unmittelbar entzündende Impulswirkung haben. Sie holen subjektiv Angeregtes, dass mit der Frage in Assoziation gebracht wurde, ins Bewusstsein. Verbalisiert haben diese reflektierten oder bewusst gewordenen Gedanken, Erfahrungen, Meinungen, etc. das Potenzial Menschen in ihrem Denken zusammenzuführen und die zwischen ihnen existierende Wahrheit gemeinsam zu ergründen.

"Eine Frage sowie eine Antwort können das Verhältnis zwischen Sender und Empfänger verändern", da sie die Aufmerksamkeit inhaltlich auf den akuten, situativen und unmittelbaren Erkenntnisgewinn pointieren und ggf. die Möglichkeit einer Selbstoffenbarung bestärken (vgl. Helmerdig: 2018). Dieser Umstand ist Anlass für die Reflexion vor einer Antwort – dem Weg hin zu einer Antwort.

Dieser Prozess kann eine empathische Einfühlung in sich selbst sowie in andere Personen und Situationen anregen (vgl. 3.2. Empathie). Daraus ist zu schließen, dass das Einzelpotenzial von bspw. Teammitglieder durch eine Frage-Anwendung potenziert werden kann, die Aufmerksamkeit, Bindung und dadurch eine intrinsische Motivation innerhalb des Teams, bezüglich jeglicher Herausforderungen schafft. Davon ausgehend kann eine kreative Wirk-Basis gefördert werden (vgl. 3.1 Disruptions-Formeln; 3.2 Empathie-Formel).

– "Alles ist anders wenn man sich vertieft. Fragen führen zu neuen Blickwinkeln und verändern Einsichten" (Gaedt: S.26). –

Die disruptive Wirkung von Fragen katalysieren Grenzerfahrungen bspw. in "sozialen Systemen", durchbrechen Erwartungen und stoßen eine Art, erweitert zu denken und wahrzunehmen an (vgl. Berger: 2014; vgl. Universität Trier: 2006). Dies meint ein disruptives Denken, dass das Bekannte miteinbezieht, Neues addiert, ungewöhnliches kombiniert und so neue Synergien befördern kann (vgl. 3.1 Disruption). Das In-Frage-stellen ist demnach eine kreative Leistung, welche Denkblockaden auflösen kann. Demnach ist Reflexion durch Hinterfragen notwendig, um einen akuten Missstand als solchen zu identifizieren und aufzulösen. Dabei ist "das verbale Fragen (...) nur eine Möglichkeit, um ein Reflektieren und Hinterfragen anzuregen. Dies kann u.a. auch durch Irritation, Interaktionen im urbanen Raum, durch Kunst etc. erfolgen" (Eschmann: 2018).

Zuhören – Durch Fragen Distanz überwinden

"Offene Menschen hören zu" (Gaedt: S. 21). Wer fragt erwartet eine Antwort. Das konkrete Verständnis einer gegebenen Antwort verlangt ein aktives und offenes Zuhören-Können. Dann können "Fragen […] als Verbindungselement innerhalb einer Kommunikation fungieren und

ungeteilte Aufmerksamkeit erzeugen" (vgl. Eschmann: 2018). In einer Fragekommunikation geht es demnach nicht nur darum, die eigenen Anliegen anzubringen, sondern auch zuzuhören. Denn eine Annäherung verschiedener Individuen durch Fragen hat das Potenzial offenzulegen, was diese eint und trennt. In jedem Fall kann so eine Distanz überwunden werden, die zuvor eine gemeinsame Bindung verhinderte und den Unterschied manifestierte. Anhand dessen lässt sich die Relevanz der Fragen besonders für Teambuilding-Prozesse sowie in jeglichen Bereichen feststellen (egal ob bspw. in Persönlichkeitsentwicklung, im Business, Gesellschaft, Politik, Kreativwirtschaft). – Wer nicht fragt oder sich nicht ehrlich interessiert kann zwischenmenschliche Klarheit nicht oder nur sehr schwer finden –

Neuronaler Vorgang des Befragtwerdens im Gehirn

Wenn eine Frage gestellt wird, sucht das Gehirn automatisch nach Antworten und findet dabei meist mehrere Antwortmöglichkeiten, die je nach sozialem Kontext und situativen Gegebenheiten eingeordnet und angewandt werden. Das Gehirn verknüpft verschiedene Themen-bereiche und bildet dabei sogenannte Assoziationsketten (vgl. Rachow, 2015).

Der kognitive Prozess bei verbal gestellten Fragen (ebd.):

- 1. semantische Grammatik- und Wortanalyse
- 2. Interpretation des sozialen Kontextes, bezüglich der Intention des Fragenden (Frontomedialen Cortex)
- 3. Suche im Gedächtnis nach passender Antwort, Abgleich mit vorherigem Wissen (Präcuneus)
- 4. Formulierung der mündlichen Antwort durch das Sprachproduktionssystem

Um den sozialen Kontext zu interpretieren (3. Stufe) bedarf es der Fähigkeit zu realisieren, – im Sinne der sog. "Theory of Mind" – dass andere Menschen eigene bzw. andere Intentionen und Gefühle haben und dass sie aufgrund ihres Wissens sowie ihrer Überzeugungen handeln und ihre subjektive Realität wahrnehmen (siehe 3.2 Empathie). Forscher vermuten, dass es zu einer partiellen und assoziativen Aktivierung des Langzeitgedächtnis (Präcuneus)

kommt, wodurch bestehendes Wissen und das gegenwärtige sozial relevante Wissen zusammengeführt und durch eine Antwort interpretiert werden (vgl. ebd.; vgl. Harris: 2012). Dies verdeutlicht den Einfluss von Gedankenwelten auf die kognitive Gestaltung von Realität.

Persönliches Verständnis des Fragen-fragen – Kurz gefasst

Die Autorin kommt zu dem Schluss, dass Fragen allgemein sowie im Untersuchungsraum der Kreativwirtschaft einer konkreten Präsenz und regelmäßigen Erfahrungsmöglichkeit im Alltag bedürfen, um Kreativität und zwischenmenschliche Klarheit zu fördern. Diese Präsenz bezieht sich auf das Erreichen einer fachlichen sowie persönlichen Metaebene, denn trotz Kenntnis des enorm wirkungsvollen und unmittelbaren Effekts von Fragen, kommt es selten zu klärenden, tiefen und Kreativität steigernden Frage-Kommunikationen. Dabei kann Wahrheit durch das Erfragen und Befragen unserer alltäglichen Gedankenbewegungen und dessen umgebenden Einflussfaktoren erreicht werden: Durch Regression und Deduktion im Austausch (vgl. Birnbacher, Krohn: S.9). Da das Gehirn assoziativ funktioniert, ist es sinnvoll, positiv konnotierte sowie zukunftsgewandte Fragen zu formulieren, um eine Problemlösung der Zukunft, statt eine Problemsuche und -bestätigung der Vergangenheit anzustoßen (vgl. Rachow, 2015). Nicht zuletzt, weil der Mensch in der Kommunikation "am Du zum ich" wird (vgl. Buber: 1979).

Fragen destabilisieren die gewohnte Situation und stellen Selbstverständlichkeiten in Frage, weshalb "viele Menschen (danach streben), dass alles Bestand hat" (Gaedt: S.22). Das ist wichtig, um zu verstehen – wann, wo, wie und wem – welche Fragen gestellt werden sollten, denn "wir [...] haben es verlernt, zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Fragen zu stellen [...] Denn Fragen stellen ist kindlich – Erwachsene antworten" (vgl. Patrzek: S.1). Anhand dessen besteht die Herausforderung darin, den richtigen Rahmen zu er-finden und zu gestalten. Design ist "ein Mittel, um die Gemachtheit unserer Welt reflexiv auszuloten, sie kritisch zur Diskussion zu stellen und besser zu gestalten" (Mareis: S. 218). Deswegen sollten die Menschen durch Fragen in einen echten, ehrlichen und dadurch relevanten Austausch treten – generell sowie im Speziellen, gerade als Gestalter.

Durch eine konkrete Analyse von Fragearten und -prinzipien kann eine solche Fragekompetenz ausgebildet werden. Das folgende Unterkapitel 4.1 widmet sich daher im Kontext des Untersuchungsraumes dieser Fragearten und -prinzipien tiefergehend.

4.1 Fragearten & -prinzipien

In diesem Unterkapitel werden die einer Fragekompetenz zugrunde liegenden und relevanten Fragearten und -prinzipien im Kontext des gewählten Beobachtungsradius aufgeführt.

Die Relevanz der im Folgenden sondierten Rechercheergebnisse ergibt sich aus der zu fokussierenden inhaltlichen Schärfe und praxisorientierten Zielsetzung dieser Arbeit: Die zwischenmenschliche Interaktion soll durch das Wirkpotenzial von Fragen verbessert und dadurch der Gestaltungsprozess innerhalb einer schöpferischkreativen Tätigkeit im Team gefördert werden (vgl. Kap. 1.4.2). – Darüberhinaus ist die enorme Bandbreite an zu unterscheidenden Fragearten und -prinzipien anhand der Relevanz des gewählten Beobachtungsfokus auf folgende Aspekte zu konzentrieren:

- Wie Fragen-fragen? Verantwortungsbewusstsein und die drei Dimensionen der Fragegestaltung im Kontext der situativen Gegebenheiten
- offene und geschlossene Fragen, die durch den Fragetrichter systemisch strukturiert werden k\u00f6nnen und den Freiheitsgrad einer Antwort bzw. die Kontroll\u00fcbergabe des Fragenden bestimmen
- Fragearten Übersicht
- die Anwendung des Fragewürfels
- systemische Frageprinzipien zur Verhaltensreflexion
- Mäeutik, weiterentwickeltes sokratisches Gespräch und sokratischer Leiter
- Schlussfolgerung der Recherche

Darüberhinaus existieren noch weitere Aspekte des Fragens, auf dessen Lektüre zur erweiterten Auseinandersetzung an dieser Stelle verwiesen wird: Patrzek, A., Systemisches Fragen: Fragekompetenz für Führungskräfte. 2015; Birnbacher, D., Krohn, D., Das sokratische Gespräch. 2002; Brunner, A., Die Kunst des Fragens. 2017; Adams, M., QT - Question Thinking. 2017; Stavemann, H., Sokratische sprächsführung in Therapie und Beratung. 2015; Birkenbhil, V., ragetechnik schnell trainiert. 2005; Berger, W. Die Kunst des klugen

Wie Fragen fragen?

- Die wichtiger Fragen, durch das Richtig-Fragen stellen

Die Fragen ach dem Wie-fragen eröffnet einen Facettenreichtum an Gestaltungsmöglichkeiten. Aufgrund dessen bezieht sich diese Recherche auf retrospektive und empathische Aspekte des Fragens, die das Verantwortungs- und Wirkungsbewusstsein des Fragen-fragens verdeutlichen. Diese können die angestrebte Form von Kreativität und zwischenmenschlicher Kommunikation in praktischen Anwendungen bewirken (siehe Kap. 2 Kreativität).

- "Wenn du tief gehst musst du vorbereitet sein und Verantwortung übernehmen" – (Eschmann: 2018).

Die Kunst des Fragens liegt hier u.a. in der Fähigkeit, eine ausgeglichene Frage-Kommunikation zwischen Fragenden und Befragten zu schaffen, in der es zu keiner erzwungenen oder benachteiligenden Situation für den Einzelnen kommt.

Die drei Dimensionen Fragegestaltung

- Gestaltung des Kontexts den Fragen brauchen und schaffen

"Viele Menschen fühlen sich durch Fragen persönlich angegriffen, sie fühlen sich hinterfragt und kritisiert", in solchen Situationen können Fragen Konflikte auslösen (vgl. Gaedt: S.21). Daran ist zu erkennen, dass der Aspekt des Fragens ein gewisses **Verantwortungsbewusstsein** mit sich bringen sollte, da Fragen stets in einer Abhängigkeit zur Art und Weise wirken, wie sie durch Intention, Formulierung und situative

Platzierung, also im Kontext geäußert werden. Nach Andreas Patrzek sollte demnach die Fragegestaltung grundsätzlich an den drei folgenden Dimensionen orientiert sein, um den richtigen Rahmen für ein Fragen-fragen zu finden und zu gestalten (vgl. Patrzek: S. 64; siehe auch Fragewürfel).

Es muss situativ klar sein:

1. Form:

Wie formuliere ich die Frage? Welche Assoziationskette soll angeregt werden? = Überlegen, was will ich eigentlich erreichen.

2. Funktion:

Was möchte ich herausfinden? Warum werden Fragen gestellt? = Überlegen, passt die Situation.

3. Situation/Kontext:

In welcher Situation stelle ich die Frage? = Überlegen, wie will ich Frage formulieren.

 Sind die drei Dimensionen nicht angemessen abgestimmt, kann die richtige Form der Frage in einer falschen Situation geäußert zur falschen Funktion führen.

Diese konkretisierenden Fragen können besonders gruppendynamische Interaktionen sowie deren Ziele schärfen. Daraus kann eine annehmende Haltung und Interaktion gegenüber dem Fragenfragen (Frage-Mindset), Offenheit, Authentizität, Kreativität und Respekt gefördert werden. Um einen solchen Zustand herbeizuführen sollte bspw. die Gruppe u.a. nicht überfordert oder unterfordert werden, da sich sonst eine ablehnende oder unmotivierte Einstellung verhärten und die immersive Interaktion gestört werden kann (vgl. Stuff: 2015; vgl. Kap. 2. intrinsische Motivation). Diese Abwägung stellt eine Herausforderung dar, für die jeder einzelne durch die folgend aufgelisteten Aspekte sensibilisiert und anhand dessen eine Fragekompetenz ausbilden kann.

Ergänzend dazu äußerte Silke Helmerdig in einer Unterredung mit der Verfasserin die hypothetische Überlegung, ob zwei weitere Wirkmechanismen von Fragen existieren, die bei der Frage-Situations-Gestaltung unterschieden werden können (vgl. Helmerdig: 2018).:

- 1. Wird der Kontext gestaltet > dann ist die Art der Frage irrelevant.
- 2. Wird die Art der Frage gestaltet > dann ist der Kontext irrelevant.

Anhand dieser Hypothese stellte die Autorin bezüglich ihres Forschungsgegenstands fest, dass der gegebene Kontext (bspw. soziale Situation, Teilnehmer, Ort, Zeit, Stimmung) stets die Bedeutung einer Frage prägt und diese demnach in gruppendynamischen Prozessen entsprechend **situativ** und individuell wirkt und zu gestalten ist (Fokus 1. Wirkmechanismus).

Offene & geschlossene Fragen

- die Bestimmung des Freiheitsgrads einer Antwort

Um die Gestaltungsmöglichkeiten von Fragen tiefer zu ergründen, bedarf es an dieser Stelle der Kenntnis der zu unterscheidenden Grundformen des offenen, geöffneten, geschlossenen und schließenden Fragens, dessen Übergänge sich fließend gestalten (vgl. Brunner: S.15). Je nach Formulierung und vermittelter Intention einer Frage, hat diese eine öffnende oder schließende Wirkung bezüglich des Informationsgehalts sowie "auf den Freiheitsgrad der Antwort" des Befragten und "wie sehr [dabei] die Möglichkeit, zu antworten, offen gelassen oder eingeengt" wird (vgl. ebd.).



Offene Fragen

Offene "Fragen lassen dem Befragten einen großen Spielraum für die Antwort. Der Befragte kann mehr oder weniger weit ausholen und umfassend antworten" und wird durch diese Form der Frage in seinem individuellen Auslegungs- und Deutungsfreiraum bestärkt (Prior: S. 49f.; Blickhan: S. 45f.). Beispiel-Frage: Was hast du für Vorstellungen von deinem Leben? Demnach hat diese Frageform durch die übergebene Kontrolle des Fragenden an den Befragten aaf, auch eine ausgleichende und dadurch wertschätzende Wirkung auf diesen, der Raum, Zeit sowie Interesse offeriert bekommt. Die Eigeninitiative des Befragten zum selbstständigen Denken wird hierdurch angeregt, weshalb sich offene Fragen besonders für einen Gesprächseinstieg bzw. ein Kennenlernen eignen. Dabei ist darauf zu achten, dass Ausschweifungen in einem angemessen Maß gehalten werden und private inhaltliche Grenzen nicht durch Nachfragen strapaziert werden (vgl. Brunner: S. 25). Offene Fragen beginnen dabei häufig mit einem W-Fragewort (W-Fragen): wer, wie, wo, was, wann, weshalb, warum, wozu (vgl. Zielke: S. 23ff.). Die sogenannte öffnende Frage schließt sich der offenen Frage an und bietet etwas weniger Spielraum (vgl. Brunner: S. 25).

Geschlossene Fragen

Geschlossene Fragen stellen das Gegenteil von offenen Fragen da, da sie auf ein konkretes Ziel fokussiert sind und dem Befragten nur einen geringen Interpretations- und Auslegungsspielraum bezüglich seiner Antwort gewähren (vgl. Brunner: S. 26f.). Darüber hinaus verdichten geschlossene oder schließende Fragen spezifische Gesprächsinhalte und fördern ggf. den durch den Fragenden geplanten Informationsgehalt, sofern der Befragte zum antworten bereit ist und sich nicht durch die Prägnanz der geschlossenen Frage bedrängt fühlt (vgl. ebd.). Beispiel-Frage: Wo möchtest du nach deiner Masterthesis arbeiten? Darüber hinaus muss der Fragende durch die tendenziell kurz und prägnant zu beantwortenden Fragen, ständig aktiv sowie wachsam bleiben, um den Gesprächsfortgang zu sichern und aus den gegebenen Antworten neue Frageinhalte zu generieren (ebd.). Dabei wird das vom Fragenden anvisierte Erkenntnisziel in der Kommunikation geradlinig angestrebt, was bei einer unachtsamen

Gesprächsführung eine oberflächliche Gesprächsbeziehung zur Folge haben kann – wichtige Informationen könnten untergehen und der Befragte fühlt sich in seinem Antwort-Potenzial beschnitten. Es kann zu Irrtümern bezüglich der Zielsetzung führen, wodurch oft nur Annahmen des Fragenden bestätigt werden (vgl. ebd.). Daraus lässt sich ableiten, dass schließende oder geschlossene Fragen tendenziell zum fortgeschrittenen Zeitpunkt eines Gesprächs bisherige Erkenntnisse und dadurch Klarheit manifestieren. Demgegenüber stellen sie ggf. eine Herausforderung für einen offenen Gesprächseinstieg dar, weil sie tendenziell kurze Antwortmöglichkeiten anregen.

Fragetrichter – systematisches Fragen zur Gesprächsstrukturierung Ein Vorgehen nach dem Fragetrichter, im Sinne einer sich zuspitzenden Fragereihe, empfiehlt sich, wenn ein bestimmtes Ziel erreicht werden soll (Blickhahn: S.48f.). Das Sinnbild des Trichters ist hier abzuleiten von der strukturellen Reihenfolge und inhaltlichen Fokussierung der verwendeten Grundformen des Fragens, dem Verlauf folgend. Dieser Gesprächsprozess beginnt mit offenen sowie folgend öffnenden Fragen – in der ausgedehnten sog. "Screening" oder Sammel-Phase – und konzentriert sich durch schließende sowie folgend geschlossene Fragen – in der sog. "Focussing" Phase (vgl. Brunner: S. 27). Um die Screenings-Phase nicht vorschnell zu beenden hilft bspw. allgemein die Frage: "Was gibt es sonst noch" zu wissen (val. ebd.)? Am Ende steht die Bestätigung des Befragten, der erfragten inhaltlichen Konklusion des Gesagten, zusammengefasst durch den Fragenden, wodurch dessen Interpretationen geprüft werden können (vgl. ebd.). Es ist zu schließen, dass dieser Frageprozess übertragen auf gruppendynamische Anwendungen bspw. im Kreativteam zielführende und Gesprächs klärende Kombination finden kann (bspw. mit Design Thinking Prozess).

Index der Fragearten

Die folgende Auflistung stellt eine konkrete Auswahl von zu unterscheidenden Fragearten dar, auf die sich die Verfasserin im gewählten Forschungsrahmen konzentriert. In Bezug auf einen unspezifischen Betrachtungswinkel, erhebt diese Liste keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Nach Andreas Patrzek könnte eine solch allgemeine Liste unendlich fortgeführt werden und würde somit jede Systematik des Fragens entbehren, da zu fast "jeder Alltagssituation eine Frageart" kreiert werden könnte (vgl. Patrzek: S.64). Diese Fragearten finden eine wiederkehrende Aufführung und kombinieren sich in dieser Auswahl anhand der folgenden Quellen: (vgl. Brunner: S.39-43; vgl. Birkenbihl: 2005; vgl. Hahn: 2000; vgl. Patrzek: S.58f.).

- Alternativfrage: Bietet Antwortalternativen an und kann dabei unterstützende sowie einschränkende Wirkung auf die Antwortsuche des Befragten haben. Daher ist es sinnvoll nicht mehr als drei Antwortalternativen zu offerieren, wobei meist die Letztgenannte am prägendsten im Gedächtnis bleibt (bspw. Entweder ... oder ...?).
- Gegenfrage: Der Befragte erfragt vor seiner Antwort, zur Verständnisprüfung sowie ggf. Zeitgewinnung, die Intention der Frage. Dies kann ggf. auch ausweichend-verteidigende, skeptische und abschätzende Wirkung auf den ursprünglich Fragenden haben (bspw. Wie meinen sie das?).
- Hypothetische Frage: Eine realistische Sicht wird durch Phantasie abgelöst und fordert vom Befragten kreative Leistungen im Sinne eines Gedankenexperiments, das Unvermutetes freisetzen kann (bspw. Was wäre wenn...?/ Angenommen...?/ Warum nicht?).
- Impuls Frage: Äußerung eines offenen Gedanken ohne Frageform, der dem Befragten viel eigenverantwortlichen Interpretationsraum für seine Antwort bietet, dementsprechend aber auch weiteren Impulsen bedarf, um Ausschweifungen ggf. vorzubeugen (bspw. Da stimmt doch etwas nicht. / Sie hatten ein Erlebnis als Kind an das Sie sich heute noch erinnern.).
- Informationsfrage: Stets beginnend mit einem Fragewort wird hier eine konkrete Information abgefragt und katalysiert tendenziell prägnante Antworten, die kurz ausfallen können und das Gespräch zw. Fragenden und Befragten ggf. einseitig strukturieren (bspw. Was machen Sie beruflich? Wie alt sind Sie?).
- Kontrollfrage: Prüft durch Nachhaken, ob die vorherige Aussage richtig verstanden wurde und kann dem Befragten Interesse und aufmerksames Zuhören suggerieren (bspw. Habe ich das richtig verstanden...? Sie meinen also...?).

- Prozessfrage Frage: Erfragt den Verlauf und die Interaktion einer Situation auf der Metaebene, regt Befragte zur Reflexion an und kann dadurch Verantwortung an diese übertragen (bspw. Müssen wir es so machen? Was macht es uns im Moment so mühsam?).
- Reflektierende Frage: Ermöglicht sowie provoziert durch Rückfragen einen Perspektivwechsel. Diese verlangsamen das Gespräch, können aber auch verdeutlichen, dass ein Problem nur ein Detail betrifft und nicht das Ganze. Dies kann den Gesprächsfokus verlagern und ggf. eine Neupositionierung anstoßen (bspw. A: "Ihr drittes Argument kann ich nicht verstehen." B: "Sie stimmen also den ersten beiden Argumenten zu?")
- Rhetorische Frage: Der Fragende bleibt in der Sprechrolle und erwartet keine Antwort vom Befragten, sondern untermauert bzw. leitet mit dieser Äußerung seine Aussage bzw. eigene Antwort ein. Dieses Übergehen kann ggf. als eine wenig wertschätzende Geste durch den Pseudo-Befragten wahrgenommen werden (bspw. Wer kennt die Situation nicht: ...).
- Skalierende Frage: Erfragt Hierarchien oder Reihenfolgen und gibt einen Überblick, um verschiedene gegebene Möglichkeiten und Kriterien zu bewerten und priorisiert einzuordnen (bspw. Welches ist deine besonderste Fähigkeit, 2., 3. etc.? / Was ist das Wichtigste, Zweit-, Dritt-, das wir als erstes tun sollten?).
- Sokratische Frage: Der wissende Fragende unterstützt den Befragten durch systemisches Fragen bei dessen eigener Lösungssuche eines generellen Problems, fordert dabei das reine Nachdenken und ermöglicht das eigene Einbringen bzw. Identifizieren des Befragten mit der Thematik (bspw. Wann untergräbt unsere Flexibilität unsere Integrität? / siehe Mäeutik, sokratische Gesprächsführung).
- Zirkuläre Frage: Erfragt die vermutete Perspektive dritter Personen und kann bezüglich des sozialen Umfelds des Befragten dessen Gedanken über Dritte offenlegen. Dadurch kann es ggf. aufgrund eines empathischen Perspektivwechsels zu einer erweiterten Wahrnehmung des sozialen Umfelds kommen. Diese mit Vorsicht zu behandelnden Vermutungen, besprochen bspw. innerhalb eines Metagesprächs, können ggf. festgefahrene Glaubenssätze über andere Personen aufbrechen (bspw. Wenn ich dein Team nach dem Arbeitsklima fragen würde, was würden sie mir antworten?/
 Wenn ich X wäre, was würde ich denken, sagen, tun?).

Der Fragewürfel - Hilft bei Frage-art-wahl

Ein Werkzeug, um eine situative Einschätzung und Auswahl entsprechender Fragearten vorzunehmen ist aus der Systematik des Fragewürfels abzuleiten. Dessen 6 Seiten (Spezifizierungen der Dimensionen) sich den – in einem Koordinatensystem verorteten – drei verschiedenen Hauptdimensionen der Fragegestaltung (vgl. 3 Dimensionen; siehe Abb.11) zuordnen lassen (Form: Fragecharakter & Fragetechnik; Funktion: Fragerichtung & Frageziel; Situation: Frageansatz & Fragekontext) (vgl. Patrzek: S. 62f.). Die beiden gegen-läufigen Koordinatensysteme bilden dabei eine eher allgemeine oder detaillierte inhaltliche Frageausrichtung ab (vgl. ebd.; siehe Abb. 11).

Dieses System kann durch das folgende Beispiel verdeutlicht werden (ebd. S. 60): Frage: "Na stellen Sie sich vor, sie würden nochmals vor so einer schwierigen Aufgabe stehen – was würden Sie tun, um sie wieder so bravourös zu lösen?"

3 Hauptdimensionen Spezifizierungen (bspw.)

Form: offene und hypothetische Frage Funktion: direkte Motivation und konkrete

Informationsabfrage

Situation: beruflicher Kontext und Beziehungspflege

zw. Chef und Mitarbeiter (hierarchisch

oder gleichrangig)



Abb. 3 Fragearten & -Dimensionen



Abb. 4 Der Fragewürfel

Erweiterte Liste von Fragearten nach Patrzek

Die hier aufgeführten 55 Fragearten lassen sich fast eindeutig den drei Dimensionen (siehe oben, drei Dimensionen der Fragegestaltung, Fragewürfel) zuordnen und sind in dieser Abbildung entsprechend mit schwarzen Kreisen versehen (Patrzek: S.58f.).

Schwarze Kreise (*) kennzeichnen die eindeutige Zuordnung,	
helle Kreise (o) die Wackelkandidaten".	

Frageart	Fragefunktion	Frageform	Fragekontext
Abschlussfrage			•
Alternativfrage		•	
Aufforderungsfrage	•		
Ausgleichsfrage	•		
Bandwurmfrage		•	
Berufliche Frage			•
Demagogische Frage			•
Direkte Frage	0		0
Elizitierende Frage	•		
Entscheidungsfrage	•		
Entscheidbare Frage		•	
Eröffnungsfrage			•
Erzählfrage	•		
Frage mit implizierter Antwo	rt o	0	
Familienpsychologische Frag	e		•
Fangfrage	0		0
Gegenfrage	•		
Geschlossene Frage		•	
Hypothetische Frage		•	
Indirekte Frage	0		0
Informationsfrage	•		

Abb. 5 Fragearten nach Patrzek

Frageart	Fragefunktion	Frageform	Fragekontext
Installierende Frage	•		
Introspektions Frage	•		
Isolationsfrage	•		
Komplementäre Frage			•
Konkrete Frage			•
Kontaktfrage	•		
Kontrollfrage	•		
Kritische Frage	•		
Meinungsfrage	•		
Metafrage			•
Nonverbale Frage		•	
Offene Frage		•	
Offensive Frage	•		
Personenorientierte Frage	•		
Plattformfrage		•	
Private Frage			•
Provokative Frage	•		
Prozessfrage	•		
Rhetorische Frage			•
Sachorientierte Frage	•		
Sokratische Frage	•		
Strukturierungsfrage	•		
Suggestivfrage			•
Symmetrische Frage			•
Therapeutische Frage			•
Überleitungsfrage			•
Unentscheidbare Frage		•	
Verlaufsfrage			•
Verschränkte Frage	•		
Virtuelle Frage		•	
Zielfrage	•		
Zirkuläre Frage		•	
Zwischenfrage			•

Frageprinzipien

Die folgenden Frageprinzipien stammen aus der systemischen Paarund Familientherapie (vgl. Brunner: S. 32-36). Diese Prinzipien können an dieser Stelle partiell auf bspw. schöpferische Tätigkeiten und Kreativmethoden im Team übertragen werden, da der systemische Ansatz darauf abzielt, Verhalten zu reflektieren und ggf. anhand dessen eine bewusste Veränderung herbeizuführen.

- Unterschiede erfragen: "Ein Problem wird deutlich, wenn man es mit dem Idealzustand vergleicht" (ebd.).
- Rollenmuster hinterfragen: Das Bewusstsein, dass Handlungen sich gegenseitig beeinflussen, kann feste Rollenmuster hinterfragen und dadurch auflösen (bspw.

- "Welches Merkmal fehlt im Vergleich zum Idealzustand?") (ebd.).
- Starre Zuschreibenden hinterfragen: Diese können durch das Erfragen einer zeitlichen Dimension gelockert werden und bestehende Handlungsräume wieder deutlich hervortreten (bspw. "Wann genau hat die Situation X begonnen?") (ebd.).
- Werte erfragen & klären: "Werte sind die Basis eines Teams
 [...] Fragen, die Grundsätze und Werte betreffen, sind daher
 hilfreich für das Klima in Team und Organisationen"
 (Hemel: 2007).
- Team-Historie erfragen: Als Team muss man seine Basis im Sinne der Vergangenheit und Gegenwart kennen, um gemeinsam die Zukunft für sich zu gestalten (bspw. "Welche Allianzen gibt es und welchen Spielregeln folgen sie?") (ebd.).
 - Reflexion durch Hinterfragen ist notwendig,
 um den akuten Missstand als solchen zu identifizieren.

Mäeutik

Die mäeutische Methode geht auf die Dialogführung des Sokrates zurück, der durch geschicktes Fragen (in Platons Dialogen) einen Gesprächspartner zu dessen eigener Erkenntnis führte ohne die Lösung direkt vorzugeben: "Denn du bist nicht inhaltsleer, sondern gehst schwanger" und trägst demnach die Erkenntnis in dir (Birnbacher, Krohn: S. 15; vgl. Brunner: S. 56). Nach Sokrates bedarf es nur eine Unterstützung, daher helfe er "den Seelen bei der Geburt ihrer Einsichten wie die Hebamme", weshalb diese Methodik auch als "Hebammenkunst" bezeichnet wird (Haller: 2005). Sokrates führt seine Gesprächspartner dabei in die Aporie, – die Ratlosigkeit oder das Nichtwissen – um sie so auf die Suche nach Wahrheit leiten, dabei ist der sokratische Dialog streng auf zwei Gesprächspartner limitiert (Erler: 1987; vgl. Birnbacher, Krohn: S. 8).

Im Mittelpunkt steht ein "Gegenstand, der in einem Dialog untersucht werden soll" und der durch systematisches Fragen des einen Fragenden den Befragten zu seiner Erkenntnis führt (Brunner: S.58). Sokratische Fragen müssen demnach verschiedene Kriterien erfüllen (vgl. ebd.):

Kapitel 4

- Einfache, leicht verständliche Formulierung
- Intention ist die Erkenntnis über ein allgemeines Problem (prinzipielle Dinge)
- Problem muss durch reines Nachdenken gelöst werden können
- Thema muss Relevanz f
 ür den Befragten haben
- generelles Problem sollte anhand eines persönlichen Beispiels des Befragten verdeutlicht werden können

Dieser Gesprächsführung bedarf es demnach eines mehrwissenden Fragenden (mind. Kenntnis der sokratischen Methode, bspw. Therapeut), um entsprechend Erkenntnis für die zu herbeiführende Wirkung auf den Befragten bzw. Wissensuchenden geltend zu machen. Anhand dessen lässt sich erkennen, dass sich die Mäeutik teils manipulativ verhält und "dem Belehrten keineswegs immer die Freiheit [gewährt], die Lösung [...] aus eigener Kraft zu finden" (Birnbach, Krohn: S. 7). Aufgrund dieses differenzierten Gesprächsverhältnisses bildeten sich erweiterte Theorien des sokratischen Gesprächs.

Im Folgenden fokussiert sich die Verfasserin auf den Ansatz nach Nelson und Heckmann, die das sokratische Gespräch allgemein grundlegend für eine Gruppe – über das Zwiegespräch hinaus – auslegen.

Weiterentwickeltes sokratisches Gespräch – nach Nelson & Heckmann

Das weiterentwickelte sokratische Gespräch, nach Leonard Nelson & Gustav Heckmann, ist ein gemeinsamer Reflexionsprozess sowie die gemeinsame Suche nach wahren (bzw. allgemeinen) Erkenntnissen durch begründetes Sprechen und findet bspw. im therapeutischen Kontext grundlegende Anwendung (vgl. Birnbacher, Krohn: S.8).

Diese Kommunikationsform stellt ein gleichberechtigtes (Gruppen-) Gespräch da, bei dem jeder zuträglich für die "Gedankenentwicklung jedes anderen" wirken kann (ebd.). Dabei geht es idealerweise darum, gemeinsame Erkenntnisse zu entwickeln und im Austausch zu teilen. Zur besseren Orientierung der Gruppe wird durch den sokratischen Gesprächsleiter eine Ausgangsfrage initiiert, wobei hier das Denken aller Gruppenmitglieder gefordert und eine Übereinkunft oder

Verbindlichkeit angestrebt wird (ebd. S.12). Das einzelne Individuum wird entlastet und die Verantwortung unter allen Gruppenteilnehmern geteilt. – Es ist daraus zu schließen, dass dadurch die intrinsische Motivation gefördert werden kann, um selbstverständlich, gleichberechtigt und interaktiv zu agieren. –

Barbara Neißer bestätigt durch ihre Erfahrung mit sokratischer Gesprächsführung in Oberstufenkursen, dass die Motivation der Gesprächspartner, durch die Möglichkeit sich selbst einzubringen, steigt (vgl. ebd. S.212f.). In dieser Systematik geht es darum, sich gegenseitig als Lernende und Lehrende anzuleiten, so dass jeder sich selbstständig mit einem Problem auseinandersetzen sowie dessen Lösungswege entwickeln kann, ohne dass durch Lehrende Lösungswege an die Hand gegeben werden. Die Lehrenden unterstützen die Lernenden lediglich als Hebamme bei ihren Bestrebungen, die Wahrheit aus eigener Sinneskraft im metaphorischen Sinne zur Welt zu bringen.

Regressive Abstraktion

Bei dem Prinzip der regressiven Abstraktion ist das persönlich Erfahrene Motivator sowie auch die konkrete Quelle des individuellen und situativen Wissens, dass durch den Austausch in der Gruppe geteilt, ergänzt und summiert werden kann (vgl. Birnbacher, Krohn: S.10). Dabei schließt man, nach Jakob Friedrich Fries, aus dem Spezifischen auf das Allgemeinere, einer nicht empirisch geltenden kollektiven Erkenntnis innerhalb des interagierenden Subsystems, wie bspw. innerhalb eines sokratischen Gesprächs (vgl. ebd. S.13). Dadurch kann die beschriebene Form von gemeinsamer Immersion und ein emergentes Ergebnis erzielt werden, bspw. im Kreativteam (siehe Kap. 3.2 kreative Immersion, Emergenz).



Coach - Aufgabe des sokratischen Leiters

Der sokratische Leiter ist in dieser Systematik mit einer Art Coach zu vergleichen, der die Kutsche – in diesem Fall das Gruppengespräch – lenkt. Dabei achtet er darauf, dass die Ausgangsfrage festgehalten wird, dass möglichst gleichzeitig vielfältige Lösungswege erprobt und diese auf ihre Konsistenz überprüft werden (vgl. Birnbacher, Krohn: S.710). Den Gegensatz zu einem sokratischen Lernhelfer stellt demnach bspw. die schulische Unterrichtsform dar, in der der Lehrer die Schüler über Lehrinhalte unterrichtet, diese referiert und dabei im Allgemeinen die Antwort gegenüber einer Frage bevorteilt. Dies ist aus dem allgemein gewachsenen Empfinden der Gesellschaft entstanden, die nur wenig Anerkennung für Fragen toleriert. Der sokratische Leiter bewertet subjektiv eingebrachte Erfahrungen und ordnet diese danach ein, ob sie die anderen Gruppenmitglieder im gemeinschaftlichen Denkprozess befördern (vgl. ebd.).

Daraus lässt sich schließen, dass dieser Aspekt, trotz aller Diplomatie und Zurückhaltung des sokratischen Leiters, stets eine gewisse Unausgeglichenheit unter der Gesamtheit der Gesprächsbeteiligten schaffen kann. Daraus lassen sich folgende Vorraussetzungen für bspw. eine Frage-Kommunikation in Gruppen ableiten:

- Die Kommunikationsregeln für das gemeinsame Gespräch gelten demokratisch für jeden (in einer sokratischen Gesprächsgruppe) gleich.
- Möchte man die Lernenden unterstützen, bedarf es neutraler Moderatoren und Redegelegenheiten für jeden der etwas beizutragen hat – dies kann eine Entwicklung einer argumentativen Kompetenz bewirken.
- Der Leiter sorgt für Klarheit und stellt ggf. Rückfragen zur Verdeutlichung einer Thematik.
- Gleichzeitig sollten sich die Teilnehmer bemühen, sich so klar wie möglich auszudrücken.
- Ggf. sollte der Leiter die Gruppe dabei unterstützen, einen Konsens zu finden.

Das Metagespräch als Gespräch über das Gespräch

- Die sachliche Selbsteinschätzung

Es besteht stets die Option zur situativen Reflexion des Prozessverlaufs auf einer Metaebene: Durch das sogenannte Metagespräch. Dies wird in der sokratischen Gesprächsführung bei Nelson und Heckmann als besonders erfolgreiches Gespräch über das Gespräch, bezüglich dessen Struktur und Verlauf, angeführt (vgl. Birnbacher, Krohn: S.94). Dies fördert den fairen Prozess, die Gleichberechtigung, das dynamische Wechselspiel von Verantwortung sowie den Austausch von Empfindungen, Erfahrung und Reflexion innerhalb der Gruppe in Bezug auf die akute Gesprächssituation. Diese Form der Analyse kann bei Bedarf situativ in die Kommunikation eingespielt werden und ist der zwischenmenschlichen Wertschätzung und der daraus resultierenden Basis für Offenheit und Bindung in der Gruppe zuträglich.

Persönliche Schlussfolgerung der Recherche

Der Verfasserin ist die Ausführung der sokratischen Gesprächssystematiken in diesem Unterkapitel wichtig, um sich von einer mäeutischen, dyadisch begrenzten und unausgeglichenen Dialogführung ausgehend weiterzuentwickeln und dabei das gemeinsame "Potenzial im Gegenüber" zu suchen sowie zu erkennen (Patrzek: S. 2). Sie interessiert es, dieser Entfaltungsmöglichkeit einen kommunikativen Rahmen zu gestalten, der zur selbstverantwortlichen Einflussnahme (bezüglich des sozialen Umfelds) und freien Selbstentwicklung eines eigenen Denk-Prozess im sozialen Subsystem (bspw. Kreativteam) beiträgt. Das Gegenüber bekommt dadurch Gelegenheit sich, innerhalb einer Gruppenkonstellation eines sokratischen Gesprächs, aus "sich selbst heraus weiterzuentwickeln" und kann anderen dementsprechend eine geöffnete Haltung entgegenbringen. Daraus folgt, dass jeder eine partiell und situativ führende Wirkung auf andere haben und von anderen empfangen kann.

 Aus den aufgeführten Recherchen ist demnach zusammenführend zu folgern, dass jeder ein Coach für den anderen sein kann und durch ein ausgeglichenes Wirkgefüge "Hilfe zur Selbsthilfe", innerhalb kreativer Teamprozesse mit gestalten wird. –

4.2 Überblick über Kreativmethoden die auf Fragen bauen

Fragen lösen zwischenmenschliche Unklarheiten und können als Ergänzung zu Kreativ-Methoden in einer Gruppe sozial und Kreativität steigernd wirken. Da das Angebot von Kreativmethodiken umfassend auszuführen und akribisch zu beschreiben wäre, gibt dieses Unterkapitel einen ausgewählten Eindruck von verschiedenen Kreativmethoden, die sich die Wirkung von Fragen zu Nutze machen. Dabei konzentriert sich diese Auswahl auf Praktiken, die in dem gewählten kreativwirtschaftlichen Kontext schöpferische Tätigkeiten unterstützen und darüber hinaus die folgenden Potenziale beinhalten bzw. vermuten lassen:

- · Team-Synchronisation aufgrund von Fragen als sozialer Katalysator
- Dialog fördernd, Wissen synchronisierend, Interaktion und klaren Austausch verbessernd

Die Begrifflichkeit Kreativmethode

Zur konkreten Verständnisklärung folgt zunächst eine Definition des Begriffs der Kreativmethode. Kreativität ist "eine Fähigkeit, die wie Autofahren geübt und gelernt werden kann", und ist dabei bspw. nicht abhängig von einer Gabe sondern bedeutet "sowohl eine Geisteshaltung als auch die Anwendung bestimmter Techniken" (vgl. De Bono: S.9 Aus: Freitag: S. 144). In Übereinkunft dessen definiert sich der Begriff der Kreativmethode in dieser Arbeit als eine prozesshafte Anwendung bzw. planerisches und ggf. iteratives Vorgehen an kreativ-schöpferische Tätigkeiten heranzutreten – hier im spezifischen Kontext der Kreativwirtschaft (vgl. Kap. 2). Darüberhinaus bieten Kreativmethoden neben der Strukturierung auch kognitive Orientierungsmöglichkeiten.

An dieser Stelle wird für eine tiefgreifendere, umfassendere und allgemeinere Auseinandersetzung mit dem enorm weitläufigen Gebiet der Kreativmethoden auf folgende Lektüren verwiesen, die ebenfalls nur als eine erste Auswahl aufgefasst werden können: Patrzek, A., Systemisches Fragen: Fragekompetenz für Führungskräfte. 2015; Gray, D., Brown, S., Macanufo, J., Gamestorming. 2011; Gerstbach, I., 77 Tool für Kreative. 2017; Dark Horse, Digital Innovation Playbook. 2017; Wilde, S., ZEIT & HPI Akademie, Design Thinking. 2017; Knapp, J., Zeratsky, J., Kowitz, B., Sprint. 2016. etc..

Schematischer Überblick & Auswahl von Kreativmethoden, die mit Fragen arbeiten

Als Ausgangspunkt der Sondierung des Suchfeldes dient folgende Frage: Welche Methoden agieren mit Fragen? Für eine dies konkretisierende Übersicht, sind die folgenden Ausführungen der verschiedenen Kreativmethoden bezüglich des geltend gemachten Wirkungspotenzials von Fragen in folgende Kategorien einzuordnen:

Kategorie 1: startet direkt mit Anfangsfrage, als Hauptimpuls der

Methode (Frage dient als Einfühlung, Einstieg oder

disruptiver Trigger)

Kategorie 2: Zielsetzung ist als Frage formuliert

Kategorie 3: Frage ist eine unterstützende (Hintergrund-)

Aufgabe (Frage fungiert als Unterstützung nach

anderem Hauptimpuls)

Kategorie 4: Frage wird erarbeitet (nach vorangegebenen

Impulsen)

Die folgenden Vergleichsparameter geben dabei den Grundbau der Methodiken wieder und verdeutlichen deren grobe inhaltlichen Eckpunkte:

· Worum geht es?

· Was bringt es?

· Vorgehen

Kategorie 1: "Emotionale Biografie"

Worum geht es?

Die Methodik der "emotionalen Biografie", die den Parametern einer Introspektion folgt, geht es um die eigenständige und retrospektive Zusammenstellung der wichtigsten emotionalen Momente im Leben des einzelnen Teilnehmers (vgl. Kohlmann: 2018). Die Wirkung von Fragen unterstützt an dieser Stelle den Hauptimpuls, die Frage nach den Ursprüngen des eigenen Soseins: Welche Ereignisse meines Lebens haben mein Sosein besonders geprägt?

Vorgehen & Was bringt es?

Diese Reflexion erfolgt in Stillarbeit und ggf. handschriftlich durch eine Hypomnema (Foucault: S. 500), eine "niedergelegte

Erinnerung", einem Tagebucheintrag ähnlich. Um eine Reflexion für die Teilnehmer zu befördern, besteht die Möglichkeit Impulsfragen durch eine anleitende Person zu offerieren (Beispiele siehe Kapitel 6. Fragesammlung). Der Reflexionsfokus liegt hier auf der Erkenntnis der frühkindlichen Prägung und dessen Einfluss auf Denk- und Verhaltenskonzepte des gegenwärtigen und zukünftigen Soseins. Daraus resultiert grundsätzlich der eigene Lebensplan, der unterbewusst wahrgenommen und befolgt wird (vgl. ebd.). Das Erfahrungsziel ist, neben der individuellen Introspektion, die Erkenntnis über die Möglichkeit zur Wahrnehmung der subjektiven Selbstbestimmung bezüglich benannter Lebenspläne. Die hier aufgeführten Beschreibungen entstammen aus dem Workshop "Die ganze Welt ist eine Bühne" vom 04.05.2018 geleitet von Christian Kohlmann (im SS18 des Master of Creative Direction der HS Pforzheim), (vgl. Kohlmann: 2018).

Kategorie 1: "Osborn-Checklist", "Scamper", "Scamperr" – nach Alex Osborn, Bob Eberle, Michael Michalko

Worum geht es?

Diese Methoden-Varianten (Osborn-Checklist, Scamper, Scramperr) können einen spielerisch-experimentellen Ideenentwicklungsprozess durch umfassendes Fragen-fragen unterstützen und durch das Betreten neuer kognitiver Assoziationswelten unverhoffte Ideenimpulse begünstigen (vgl. Lautenbacher: S.78). Diese drei Methoden-Varianten sind auf produktbezogene Weiterentwicklungen und Neuerungen ausgelegt, können jedoch auch auf konzeptionelle Ideenentwicklungsvorgänge übertragen werden. Dies verdeutlichen darüberhinaus auch bspw. die sog. "Inspiration Cards" und die "TRIZ" Methode, auf die hier verwiesen wird (vgl. Danke Horse GmbH: S.178ff.; ebd. S. 188ff.). Diese sind darauf fokussiert, eine Idee zur idealen Lösung zu schärfen (vgl. ebd.).

Was bringt es?

Dieses Vorgehen hebt die Teilnehmer aus ihren bekannten und gängigen Denkmustern heraus. Ausgehend von bspw. einer Design Challenge, die auch durch die Frage Null (vgl. 4.2 Frage Null) formuliert werden kann, ist diese Methode hilfreich, disruptiv "out of the box" zu denken und dabei ein konkretes Forschungs- bzw. Aufgabenfeld genauer zu erschließen.

Vorgehen

Die Kreativworkshop-Teilnehmer erhalten Checklisten mit Fragen, die dazu animieren, kontextuell abweichende sowie konkretisierende Denkanstöße zu geben und den so individuell manifestierten Denkradius zu erweitern. Diese Liste besteht aus verschiedenen Unterkategorien, die inhaltlich situativ an die Bedürfnisse der Aufgabe angepasst werden können: Zweckänderung, Adaption, Modifikation, Vergrößerung, Verkleinerung, Substitution, Umgruppierung, Umkehrung, Kombination, Weglassen (vgl. Kamiske: S.60). Beispiel Grundfragen (vgl. ebd.): Wie kann man es alternativ verwenden? Was ist ähnlich? Was passiert, wenn wir X hinzufügen? Was kann vergrößert werden? Was kann man weglassen? Durch was ist es ersetzbar? Was lässt sich vertauschen? Ist eine Verkehrung in das Gegenteil möglich? Was lässt sich kombinieren? Was kann weggelassen werden? Dazu kann die offerierte Checkliste einzeln sowie im Team bearbeitet. werden. Dabei kann die Quantität beantworteter Fragen zur Qualität des zu gestaltenden Produkts beitragen.

Kategorie 2 & 4: Design Thinking

Vorgehen & Worum geht es?

Die Design Thinking Methode ist ein Lösungsprozess, der ermöglicht, komplexe Probleme kreativ zu lösen. Zu dessen Beginn wird bspw. eine konkrete Frage (siehe Frage Null) oder Design Challenge formuliert, die den folgenden Lösungs- und Gestaltungsauftrag verdeutlicht (vgl. Wilde: S.17). Dieser Prozess fokussiert sich stark auf eine Nutzer-Einfühlung und besteht aus den 5 bzw. 6 iterativen Handlungsphasen, die ein interdisziplinäres Team gemeinsam durchläuft: Probleme verstehen; "Empathise", Nutzer beobachten; "Define", Zielsetzung definieren; "Ideate", Ideen generieren; "Prototype", Prototypen bauen; "Evaluate", Ideen testen und bewerten (vgl. Theobald, Di Giacomo: 2018). Anhand dieses Vorgehens lässt sich schließen, dass die Design Thinking Methode innerhalb der einzelnen Prozessschritte durch weitere Methoden ergänzt werden kann, was diesen situativ anpassungsfähig macht.

Was bringt es?

Diese Methoden ermöglichen ein agiles, exploratives und nicht zwangsläufig lineares, kreatives Vorgehen im interdisziplinären Team (vgl. ebd.). Dazu kann ein Problem- und Lösungsraum flexibel geschlossen und geöffnet werden. Hier wird auf kreative und interdisziplinäre Teamarbeit gesetzt, die innerhalb kurzer Zeit dazu befähigt, Konzepte, Strategien und Service- sowie Produktideen zu entwickeln (Dark Horse GmbH 2018). Der Design Thinking Prozess kann bspw. mit der Oraganisations-Methode "Scrum" kombiniert werden und Umsetzung finden.

Kategorie 1, 3, 4: Frage Null

Worum geht es?

Die sog. Frage Null ist in einem Kreativprozess als impulsgebende und das Ziel fokussierende Frage zu verstehen (vgl. Theobald, Di Giacomo: 2018). Sie begleitet den Kreativprozess ausgehend von einer Zieldefinition und bietet stetige Orientierung.

Was bringt es? & Vorgehen

Sie lässt sich in den zuvor beschriebenen Design Thinking Prozess etablieren (Kategorie 4) und führt dort den Inhalt einer gegebenen Design Challenge in eine konkretisierende und katalysierende Frage über, die akribisch genau die verschiedenen Gestaltungsparameter mit einbezieht (Wer, Was, Wann, Wo, Wie etc.). Beispielfrage: Welche Funktionen muss das Auto einer Mittelschichts-Kleinfamilie in 30 Jahren bieten, um ihren alltäglichen Anforderungen innerhalb einer Kleinstadt, wie bspw. Trier voll zu entsprechen? Die gleiche Intention – gebündeltes Wissen und Information in der Eingangsfrage zu vereinen – sowie ein ähnliches Vorgehen verfolgt die sog. "How-Mighty-We-Frage" Methode, auf die hier verwiesen wird (vgl. Dark Horse GmbH: S.150f.).

Kategorie 3: "Die fünf Warums" oder "5-Why-Technik"

Worum geht es? & Was bringt es?

Die Wirkung des Fragens tritt hier anhand der Wiederholung der Warum-Frage deutlich hervor und fördert eine tiefe Sondierung und plakative Veranschaulichung des zu analysierenden Problemgefüges (vgl. Gray, Brown: S. 149 ff.; vgl. Dark Horse GmbH: S. 40f.). Dies setzt ein Problembewusstsein im gegeben Kontext und ein nachhaltiges Lösungsbedürfnis voraus.

Vorgehen

Dabei wird das gegebene Problem gut kenntlich positioniert (bspw. Plakat). Die fünf Warum-Frage-Phasen ordnen sich diesem in Zeilen unter (je Teilnehmer eine Spalte). Die Teilnehmer dieser Methode beantworten eingangs die Frage "warum [die behandelte Sache] ein Problem" darstellt und begründen in den folgenden vier Warum-Phasen die jeweilig vorangegangene Aussage numerisch: "2. Diese Aussage trifft zu, weil...3. Diese Aussage trifft zu, weil... etc." (vgl. ebd.). Abschließend entsteht so ein übersichtliches Problemanalyse-Plakat aus verschiedenen Perspektiven, die durch eine Diskussion verglichen und gemeinsam ergründet werden können. Eine der Evaluate-Prinzipien des Design Thinking Ansatz der Dark Horse GmbH gründet sich aus der gleichen Intention: dem "Fragen mit Fragen beantworten". Somit werden konkrete Beobachtungsergebnisse eingeholt, die dazu dienen, daran zu lernen und die konzipierte Idee anhand dieses Tests zu evaluieren (vgl. Dark Horse GmbH: S.220). Diese animierenden explorativen Gegenfragen offenbaren, "welche Aspekte [einer] Lösungsidee noch nicht klar genug herausgearbeitet sind" (vgl.ebd.).

Kategorie 3: "Dreh's um!"

Worum geht es? & Was bringt es?

Da Perspektiven aktiv hergestellt werden können und demnach gestaltbar sind, kann ein disruptives Umdrehen und In-Frage-stellen von angenommenen Gegebenheiten ins Positive "verdreht" werden (vgl. Gray, Brown: S.179f.). Der Fragewirkung erzeugt hier im Idealfall, dass Herausforderungen als Chancen angesehen werden und somit eine zuversichtliche Gesamtstimmung bezüglich der gegebenen Aufgabe erzeugen.

Vorgehen

In dieser Methode geht es um die ideale Idee einer Zukunftsgestaltung, die durch die Teilnehmer persönlich skizziert wird (vgl. ebd.). Dabei erhält jeder Teilnehmer die Möglichkeit anhand eines Plakats, zunächst seine größten Ängste bezüglich der gegebenen Aufgabe ehrlich zu formulieren, um diese Befürchtungen anhand dessen umzudrehen. Anschließend werden diese Aspekte in der Gruppe diskutiert und in einem folgenden Schritt in Hoffnungen

umformuliert. Diese werden in einer anschließenden Gruppendiskussion erläutert und nach ihrer praktischen Umsetzbarkeit bewertet. Anhand dessen können konkrete Gestaltungsrichtungen eingeschlagen werden. Einer ähnlichen Mechanik folgt die sog. "Antiproblem" Methode, auf die hier verwiesen wird und bei der Inspiration durch die inhaltliche Problemumkehrung einer Frage erfolgen kann (vgl. Harvard Business Manger: 2017). Beispielfrage: Wie kannst du den Prozess größtmöglich verschlechtern?

Kategorie 3: "SWOT-Analyse"

Worum geht es? & Was bringt es?

Diese Methodik erfragt systematisch das Verhältnis zwischen Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren eines zu gestaltenden Konzepts und unterstützt demnach dabei planerisch Potenzialfelder zu erschließen und Schwierigkeiten vorzubeugen (vgl. Gray, Brown: S.221ff.).

Vorgehen

Die vier genannten Parameter werden in einer schematischen Ansicht, bestehend aus vier, durch ein Kreuz voneinander getrennten Feldern nachvollziehbar beantwortet und anschaulich vermerkt (Stärken & Chancen oben, Schwächen & Gefahren unten). Zur weiteren Bearbeitung können diese erarbeiteten Ergebnisse gemeinsam mit der Gruppe beantwortet und periodisiert werden, um ein Meinungsbild zu erhalten.

Kategorie 3: "Business Model Canvas"

Worum geht es? & Was bringt es?

Diese Methodik schafft einen Überblick über zu erkundende und zu berücksichtigende Aspekte bei der Entwicklung bspw. eines Geschäftsmodells (vgl. Gerstbach: S.63ff.). Die Wirkung von Fragen tritt hier als unterstützende bzw. begleitende Hintergrundaufgabe neben einem gegebenen Hauptimpuls (bspw. Entwicklungsauftrag) hervor und schärft die Ausgestaltung.

Vorgehen

Dazu werden generell die folgenden neun Segmente unterschieden, die es in der strategischen Konzeptgestaltung zu berücksichtigen gilt: Kundensegment, Werteangebot, (Interaktion-)Kanäle, Kundenbeziehung, Einnahmequellen, Schlüsselressourcen, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselpartnerschaften/Stakeholder, Kostenstruktur (vgl. ebd.). Zu diesen neun Segmenten können entsprechend einfühlende Fragen formuliert werden, die Aufschluss über die konkret zu gestaltenden Parameter bieten und meist visuell auf einem Übersichtsplan dargestellt werden. Beispielfrage: Wer sind die Stakeholder meines Geschäftsmodells? Zur spezifischeren Ermittlung der Stakeholder kann hier die bspw. die sog. "Stakeholder-Analyse" ergänzt werden, auf die zur tieferen Auseinandersetzung verwiesen wird (vgl. Gray, Brown: S.131ff.).

Kategorie 3: "Visual Synectic"

Worum geht es? & Was bringt es?

Die Frage nach den spontanen Assoziationen, in diesem Fall durch visuelle Reize, bildet hier die Inspirationsbasis und fungiert als Zugang zu unbewusst ablaufenden Denkprozessen, die im Kreativprozess Quelle für neue und disruptive Ansätze sein können (vgl. Gordon: 1961). Nach William Gordon gilt das folgende Grundprinzip: das Fremde vertraut und das Vertraute fremd zu machen (vgl. ebd.).

Vorgehen

Diese spontanen und willkürlich wirkenden Ergebnisse werden, anhand der übergeordneten Hintergrundaufgabe, auf konzeptionelle Verknüpfungsmöglichkeiten geprüft. Der Weg, um auf neue Ansätze zu kommen, leitet sich aus der Verfremdung der ursprünglichen Problemstellung durch Bildung von Analogien ab, die hier durch einen visuellen Reiz (bspw. ein Folge eingespielter Bilder) gegeben werden und die der folgende kreative Denkprozess strukturiert: Problemdefinition, spontane Lösung, Neuformulierung des Problems, direkte Analogiebildung (bspw. Natur), persönliche Analogie (individuelle Deutung & Indenti-fikation), symbolische Analogie, direkte Analogie zu symbolischer Analogie, Analogieanalyse, Force-Fit durch Analogieverbindung mit Ausgangsproblem, Entwicklung von Lösungsansatz (vgl. ebd.). (Siehe auch: Reizwortanalyse, als verkürzte Syntaktische Sitzung (vgl. Kamiske S.93f.)).

Kategorie 3: "6-Hüte-Denken"

Worum geht es? & Was bringt es?

In dieser Form der Gruppendisskusion ailt es, innerhalb eines kreativen Problemlösungsprozesses verschiedene, möglichst differenzierte Betrachtungswinkel einzunehmen, anhand derer der Gestaltungsgegenstand eine möglichst effiziente und qualitativere Ausformulierung finden kann (val. Kamiske: S.85f.). Dabei symbolisieren die unterschiedlichen "Hüte" die differenzierten und einzunehmenden Perspektiven, die an dieser Stelle bspw. durch eine zirkulierende Frage angeregt werden können (Beispielfrage: Wie würde ich reagieren, wenn ich extrem kritisch wäre?). Dies hilft dabei, gewohnte Denk- und Wahrnehmungsmuster zu durchbrechen (vgl. ebd.). Die sechs verschiedenen Perspektiven beziehen sich auf: Neutralität & Fakten; Optimismus und Bejahen; Bedenken & Zweifel; Gefühle & Intuition: Kreativität & neue Ideen: Distanz & Kontrolle (ebd.). Die gleiche Intention sowie ein partiell ähnliches Vorgehen verfolgen die sog. "Empathie-Karten" und "Empathy-Map" Methoden, auf die hier verwiesen wird (vgl. Gerstbach S.84ff.).

Vorgehen

Zu Beginn steht ein zu behandelndes gemeinsames Problem bzw. eine Frage im Raum, die es aus den genannten verschiedenen Perspektiven zu erforschen gilt. In einer Gruppenkonstellation kann je eine Hut-Perspektive von einem oder mehreren Teilnehmer eingenommen werden. Dabei ist es hilfreich für eine eindeutige Identifizierung, haptische Erkennungszeichen sowie eine Beschreibung der Perspektive zur Verfügung zu stellen. Nach einer Einfühlung in die jeweilige Perspektive können die gesammelten Argumente des erarbeiteten Standpunkts im Plenum ausgetauscht werden.

Kategorie 4: "Jobs to be done (JTBD)"

Worum geht es? & Was bringt es?

Hier liegt der Fokus auf der nutzerzentrierten Verbesserung von aktuellen Lösungen, durch eine konkrete Einfühlung und Beobachtung von Nutzerbedürfnissen (vgl. Gerstbach: S.95ff.). Die konkrete Frage nach dem, "was Kunden lösen wollen" katalysiert hier empathische Erkenntnisse zur verbesserten Lösungsgestaltung (ebd.).

Vorgehen

Zunächst muss dazu das zu sondierende Feld (Nutzerdefinition) analysiert und abgesteckt werden, darauf folgt die Frage nach den Lösungs-Bedürfnissen des Nutzers, die hier als Jobs bezeichnet und kategorisiert werden. Anhand daraus formulierter konkreter Job-Aussagen wird eine Periodisierung der gestalterisch zu entwickelnden Richtungen vorgenommen.

Schlussfolgerung der Kreativmethodiken-Recherche

Diese Übersicht abschließend ist zu beobachten, dass neben einem theoretisch erdachten Methodikkonzept jegliche Interaktionen von Individuen in der praktischen Umsetzung durch die jeweiligen situativen Gegebenheiten in der Anwendung beeinflusst ist. Daher lassen sich u.a. folgende Einflussfaktoren auf die praktische Methodenanwendung finden: Gruppenkonstellation und -zusammensetzung, zwischenmenschliche Verhältnisse bzw. Klima, subjektive Tagesform bzw. Fähigkeit zur Konzentration, rhetorisches Verständnis, indivi-duelles Interesse etc.. Es ist festzustellen, dass verschiedene Methodenaspekte in anderen Praktiken partielle Wiederholung finden. Dabei gibt es leichte, inhaltliche Abwandlungen, je nach Auslegung des jeweiligen Autors oder Anwendungsfokus. Aufgrund dieser Tatsache wird deutlich, dass hier die Möglichkeit zur situativen und dynamischen Neukombination von Teilaspekten verschiedener Kreativ-Methoden, die im Kontext des Fragens strukturiert sind, besteht.

Daraus lässt sich schließen, dass die unzähligen Kreativmethodiken als **Trägersubstanz** für die zu gestaltende Frage-Anwendung dienen können. Diese beziehen sich konkret auf den Forschungsgegenstand dieser Arbeit und weisen generell eine erweiterte Frageaffinität bezüglich einer kreativ-fachlichen Metaebene auf (vgl. 4.1, 1. Wirk-mechanismus von Fragen; siehe 5.1 fachlicher Fokus des Frageinhalts). Darüberhinaus haben explizit gestaltete bzw. stark wirkende Fragen eine eigenständige und global wirkende Strahlkraft, die kontextun-abhängig effektvoll und bspw. besonders in Bezug auf eine persön-liche Metaebene zu erkennen ist (vgl. 4.1, 2 Wirkmechanismus von Fragen; siehe 5.1 persönlicher Fokus des Frageinhalts). Beide – unter 4.1 beschriebenen Hypothesen der – Wirkmechanismen von Fragen sowie die Erkenntnisse aus der Kreativmethoden-Recherche werden im folgenden 5. Kapitel in einem Gestaltungsansatz synthetisiert.

5. Herleitung des Synthese-Gestaltungsansatz

In diesem Kapitel werden die bisherigen Erkenntnisse aus gestalterischer Designer-Expertise, wissenschaftlicher Perspektive und stets bemühter Ergebnisoffenheit der vorangegangenen Recherche zusammengefägt. Weiterhin wird eine Anwendungsmöglichkeit entworfen, die den eingangs angeführten Soll-Zustand (siehe Kapitel 1.4) zu befördern vermag.

Die Anwendungsstruktur, die im folgenden Kapitel erläutert wird, bezieht sich auf den definierten Anwendungs- und Untersuchungsraum (siehe Kapitel 2. Kreativwirtschaft) und gründet in den konkret (unter 5.1 Gestaltungsansatz einer Frage-Anwendung & exemplarische Vorgehensweise) aufgeführten Handlungsempfehlungen. Zur besseren Veranschaulichung sind den Syntheseausführungen in Kapitel 5.1 exemplarische Anwendungsbeispiele beigefügt. Zuvor erfolgt eine "konzeptionelle Wiederholung und Herleitung der geplanten Anwendungsparameter" (vgl. 5.; 5.1 "Herleitung & Veranschaulichung der Herausforderung"; "Realisierung") und es wird vor den Anwendungsbeispielen jeweils eine Beschreibung der relevantesten Aspekte aufgeführt (vgl. 5.1 "Gestaltungsansatz einer Frage-Anwendung & exemplarische Vorgehensweise"). Unterstützend zu den aufgeführten Anwendungskonzeptionen ist im Anhang eine umfangreiche Fragesammlung (siehe 6. Anhang) zu finden. In einem abschließenden Fazit (vgl. 5.2) wird diese Arbeit resümiert und aus einer persönlichen Perspektive im Hinblick auf die Zukunft eingeordnet.

Diese Reflexionsarbeit schließend zieht die Verfasserin, am Ende dieses Kapitels unter 5.2 ein Fazit und resümiert die vorliegende Arbeit, aus ihrem persönlichen Blickwinkel.

Gestaltungsansatz & -Ausgangspunkt - kurz gefasst

Im Folgenden wird zunächst der Ausgangspunkt des Gestaltungsansatzes als These veranschaulicht: – Gelegenheiten, die Interesse durch eine erlebte Erfahrung generieren, schaffen Aufmerksamkeit und Initiative zu aktiven Folgehandlungen. – Dieser These entsprechende Frage-Erfahrungen, die in den Alltag der Kreativwirtschaft implementiert werden, können ein intrinsisch motiviertes Erleben sowie situativ zielführend zum zwischenmenschlich klarem, nachhaltigen Interagieren befähigen und somit die Kreativität innerhalb eines zusammenwirkenden Kreativteams befördern.

Konzeptionelle Wiederholung und Herleitung der geplanten Anwendungsparameter – Kurz gefasst

Bevor die Anwendungskonzeption erläutert wird, folgt eine kurze Zusammenfassung zur Bekräftigung des eingangs aufgeführten Handlungsbedarfs bzw. Gestaltungsbeweggründe (siehe 1. Kapitel; spezifisch 1.4 Beschreibung der Rahmenbedingungen).

Ist-Zustand

Es kommt begrenzt zu einer zwischenmenschlichen Immersion im alltäglichen Kontext. Ein Kennenlernen der Anderen wird zur Herausforderung.

– Dadurch leben wir in einer narzisstisch egoistischen Ellenbogengesellschaft, da es an einer Kultur des Fragens fehlt, die zwischenmenschliche Klarheit, Bindung und Kreativität fördern könnte.

Soll-Zustand

Es bedarf der Kompetenz, einen echten "Dialog" zu führen, "wo jeder der Teilnehmer den oder die anderen in ihrem Dasein und Sosein wirklich meint und sich ihnen in der Intention zuwendet, (so) dass sich lebendige Gegenseitigkeit zwischen ihm und ihnen stifte" (vgl. Buber 1962). Dies kann nach Erkenntnissen dieser Arbeit durch eine Frage-Kompetenz erreicht werden.

Warum Fragen fragen? - Handlungsbedarf & -relevanz

"Interessant ist (…), dass es bislang keine (für den Alltag geeignete) Systematik von Fragen gibt." (vgl. Patrzek: S. 57). Scheinbar fehlt es an einer Zusammenführung von Theorie und anwendbaren Praxistechniken einer zeitgemäßen zwischenmenschlichen Kommunikationstechnik zur Ausbildung von Fragekompetenzen. Fragen besitzen einen enormen Wirkungs- und Anwendungsradius, der über die Grenzen klassischer Kreativmethoden hinausgeht und gerade im alltäglichen Miteinander einen begeisternden und verbindenden Einfluss geltend machen kann. Basierend darauf entstand die folgende Synthese als "flexibel-situative Frage-Anwendungsstruktur", die gemeinschaftliches Zusammenwirken und Kommunizieren jeglicher Art positiv fördern kann sowie zuträglich zu sozialer Orientierung und einer gemeinsamen Verständnisbasis wirkt. Dabei stellt der zwischenmenschliche Dialog, befördert und vertieft durch Fragen, eine wiederentdeckte Chance auf Klarheit dar.

Der Dialog als wiederentdeckte Chance auf Klarheit

- Beschreibung des Lösungsansatzes

Kernziel

Die Verfasserin möchte dazu anregen im Alltag mehr Fragen zu stellen, um klarer zu kommunizieren und dadurch besser (kreativ) im Team zu interagieren.

Wieso (vgl. auch Kapitel 1.4; Ist-Situation: Probleme)

Fragen schaffen die uns gegenwärtig fehlende zwischenmenschliche Klarheit und Bindung, um als Team das gesamte kreative Wirkpotenzial der Gruppe entfalten zu können und dadurch disruptive Herausforderungen kreativ zu lösen.

Frage Null

Wie muss eine Anwendung konzipiert und in den (Kreativ-) Alltag implementiert werden, um eine Kultur des Fragens (mit einem der Frage gegenüber offenen Mindset) zu generieren?

Forschungsgegenstand & Auftrag – Design Challenge

Gestalte eine relevante, wiederholbare und in den kreativwirtschaftlichen Alltag leicht zu implementierende Frage-Anwendung, die zwischenmenschliche Klarheit stiften kann, eine Fragekompetenz trainiert und eine Kultur des Fragens (mit Frage-Mindset) generiert.

"Leicht" meint hier

Der Gestaltungsparameter der Leichtigkeit bezieht sich hier auf die situative Flexibilität der Anwendung, die aus der Expertise (Selbstverständlichkeit) für die gewählten Anwendungskontexte (1. Fokus Kreativ-Teams, 2. Fokus alltägliches Leben von jedem Menschen) erwachsen können.

5.1 Synthese der Erkenntnisse & Kreation der Anwendung

An dieser Stelle werden die aus der bisherigen Recherche entstandenen und begründeten Annahmen in einer daraus konzipierten Frage-Anwendung aufgeführt. Dabei teilt sich die Konzeption in den zeitlich vorgelagerten Einstieg – im Sinne einer Abholung der Teilnehmer – sowie in das Frage-Fresh-Up, das wiederum eine flexible Basis für drei verschiedene Frage-Anwendungsvarianten bildet. Diese ermöglichen ein situatives Agieren und werden im Laufe dieses Kapitels durch exemplarische Beispiele veranschaulicht (vgl. 5.1 Gestaltungsansatz). Durch den folgenden Gestaltungsansatz kann eine, dem beschriebenen Untersuchungsraum entsprechende, flexible und situative Frage-Anwendungsstruktur wirkungsvolle Realisierung finden.

Expertise und praktische Erfahrungswerte durch persönlichen Austausch

Als praktische Erfahrungen zur Ergänzung der Recherche dienten u.a. tiefgründige Frage-Konversationen, Diskussionen und zum Teil Disputationen, im Rahmen der Feldstudien-Gespräche, Studienfahrten innerhalb des WS 2018/19 im Studiengang Master of Creative Direction HS Pforzheim sowie diverse persönliche Unterredungen mit Fach- und Privatpersonen (siehe 5.2 Fazit).

Zu Beginn der folgenden Beschreibung des konzipierten Gestaltungsansatzes werden konkrete Herausforderungen des Untersuchungsraums sowie deren Lösungsansätze beschrieben, die in die anschließende Umsetzung der Anwendungskonzeption in dieser Synthese einfließen.

Herleitung & Veranschaulichung von Herausforderung

- Wie gelingt Veränderung?

Aufgrund voran gegangenen Recherchen, Studium und praktischen Erfahrungen wird, in Übereinkunft mit systemtheoretischen Annahmen zunächst festgestellt: Der Impuls einer Veränderung hin zu einem neuen Mindset muss innerhalb eines autopoetischen Systems durch individuelle Erfahrung initiiert werden und ist demnach nur von innen heraus (aus autop. Systems) sowie aufgrund von intrinsischer Motivation zu leisten (vgl. Universität Trier 2006).

Nach dieser These und bezogen auf den geplanten Gestaltungsansatz der Frage-Anwendung, müssen die Kommuniktationsteilnehmer selbst aktiv werden und zum Kreieren eigener Gesprächsinhalte befähigt sowie angeregt werden. Dabei steigt die intrinsische Motivation erheblich durch die Möglichkeit, den eigenen Erfahrungsbereich und eigene Erkenntnisse in die Kommunikation einfließen zu lassen sowie nach diesen explizit gefragt zu werden (vgl. Birnbacher, Krohn: S.213).

Intrinsische Motivation katalysiert Veränderungsmotivation & Umdenken – Wirkmechanismus

Der katalysierende Aspekt der intrinsischen Motivation kann durch den folgenden Wirkmechanismus veranschaulicht werden:
Veränderung kann durch ein hohes Maß an persönlichem Interesse und Aufmerksamkeit – der inneren Veränderungsmotivation – befördert werden. Dazu muss ein "Ziel" klar und zum persönlichen Mehrzweck werden, welches das Neue bzw. die Veränderung impliziert und worüber Klarheit gewonnen werden soll.

Kapitel 5

Wenn (im Kontext der Anwendung) der Mehrwert einer Frage bzw. eines Frage-intensiven Dialogs erkannt wurde, kann eine persönliche Erfahrung einen unmittelbaren inneren Denkprozess von persönlicher Wichtigkeit katalysieren, dem durch diese angeregte Eigeninitiative nachgegangen wird (vgl. Keller: 1999). Diese Möglichkeit der Erfahrung bzw. Erkenntnis kann dann als erstrebenswerte Gelegenheit zur Klarheit – als ein Teil der Wahrheit – wahrgenommen und erlebbar werden. Es ist zu schließen, dass die Erkenntnis des persönlichen Mehrzwecks zur Veränderungsmotivation wird und die Implementierung eines neuen Mindsets eine Kultur des Fragens ermöglicht. Dies zeigt im Zusammenhang der zu entwickelnden Frage-Anwendung, dass durch das Stellen von Fragen, die sich auf individuelle Erfahrungen und den Alltagsverstand des jeweiligen Teilnehmers beziehen, intrinsische Motivation sowie ein Impuls zum disruptiven und kreativen Umdenken gestiftet werden kann, der die mit dieser Arbeit angestrebte Offenheit, Intimität, zwischenmenschliche Klarheit sowie Kreativität erzielt.

Die dabei angestrebte Erkenntnis bzw. Wahrheit – als situative sowie regulative Idee eines gemeinsamen Gruppenkonsens ohne transzendente Geltung nach Leonard Nelson (vgl. Birnbacher, Krohn: S.9) – ist dabei oft verborgen hinter einer gewissen Unklarheit, geprägt durch Vorurteile, Illusionen sowie äußere Konventionen: Um Klarheit zu finden und Wahrheit zu ergründen, bedarf es u.a. neben äußerer Hilfestellung, Bereitschaft und Mut – sich seines eigenen Verstandes zu bedienen sowie Antworten vor einem neutralen Hintergrund zu bewerten – auch innerer Durchsetzungskraft gegenüber eigenen Widerständen, wie "Denkfaulheit und Konformismus", um ins Handeln zu kommen (Birnbacher, Krohn: S.7).

 Die Wahrheit ist jedem gleichermaßen zugänglich, der "verständig und gutwillig ist" (Birnbacher, Krohn: S.7). –

Die Bereitschaft zur Offenheit & Ehrlichkeit durch Kontrollübergabe & Wertschätzung an den Befragten – Handlung & Haltung

Zur Bereitschaft von Offenheit und Ehrlichkeit ist ein Gemeinschaftsgefühl sowie die daraus entstehende innere Haltung förderlich. Es ist zu beobachten, dass die Gruppengröße in einer Situation des Ankommens oder neu Kennenlernens, der Chance auf Intimität sowie Offenheit, innerhalb selbiger Gruppe als Herausforderung gegenübersteht. Die Öffnung muss daher deutlich als Gelegenheit auf persönliche Erfahrung erlebbar gemacht und dadurch erstrebenswert werden. Dem dienlich ist eine Fragekommunikation, als ein Impuls von außen, der die Selbstständigkeit als individuellen Erfahrungs- und Entwicklungsraum der Gruppe offeriert.

Die Geste der Kontrollübergabe

Die angestrebte Frage-Anwendung führt eine Situation herbei, welche durch die Form der Frage, die Kontrolle an den Befragten übergibt, so dass dieser sich nicht bedrängt oder genötigt fühlt, persönlich defizitär antworten zu müssen. Vielmehr soll sich der Befragte, durch die Geste dieser Kontrollübergabe des Fragenden geneigt fühlen, eine geöffnete und bereitwillige innere Haltung gegenüber der sozialen Situation einzunehmen.

In dieser Situation genießt der Befragte alle Freiheiten, sich ehrlich zu öffnen sowie zu lügen oder eine Antwort – verbal oder nonverbal – abzulehnen. Dabei ist jedoch die Geste der Kontrollübergabe und des entgegengebrachten ernsthaften Interesses des Fragenden einer ehrlichen Reaktion des Befragten, aufgrund seiner sogenannten "Anschlussmotivation" bzw. "evolvierten Bedürfnis nach sozialen Beziehungen" (vgl. Brandstätte, Schüler, Puca: S.43; Maslow: S.381) zuträglich und ist folgendermaßen zu erklären: Die Öffnung des Subjekts ist abhängig von einer situativen Orientierung an der gegebenen sozialen Situation. Dabei bilden Resonanzerfahrungen bzw. deren Abwesenheit in Bezug auf das Subjekt erst eine Beziehungsfähigkeit aus (vgl. Brumlik: 2016). Es ist zu schließen, dass der, der gefühlte Ehrlichkeit entgegen gebracht bekommt, aus intrinsischen Sozialbedürfnissen heraus zu einer mitschwingenden, resonierenden und simultanen Reaktion neigt.

Die folgende Frage verdeutlicht diesen Effekt exemplarisch: "Was möchtest du mir noch über dich erzählen?" (Helmerdig: 2018). Durch eine solche Frage, wird dem Befragten Gestaltungs- und Interpretationsfreiraum signalisiert sowie gegeben, den er eigenverantwortlich gestalten kann.

Die Selbstausbildung durch Übung

Ebenso wie Dr. Harlich Stavemann kommt die Autorin zu dem Schluss, dass durch ein Fragen-fragen der kognitive und individuelle Weg hin zu einer eigenen Antwort (Lösung, Einsicht etc.) initiiert werden kann. Darüberhinaus gibt es allerdings keine theoretische und pauschale Gebrauchsanleitung, die eigene Entwicklung (bzw. Ausbildung von Selbstreflexions-Kompetenzen) voranzutreiben. Dazu bedarf es "eigener Anstrengungen und Übung" sowie einer geöffneten Bereitschaft, entstanden aus intrinsischer Motivation (vgl. Stavemann 2015: S.12).

"Was hier vermittelt werden soll, sind nicht irgendwelche Einsichten, sondern der Weg, wie man zu ihnen gelangt." (Stavemann 2015: S.12).

Realisierung – Wie kommt die Anwendung in die Welt?

Im Folgenden wird die Umsetzungskonzeption genauer beschrieben und ist als konkrete Handlungsempfehlung im Rahmen des entsprechenden Anwendungskontextes (innerhalb der Kreativwirtschaft) zu verstehen.

Anleitung zur Veränderung von innen heraus – Impuls durch Instanz

Wie eingangs herausgestellt, kann eine Fragekommunikation als konkreter Impuls bzw. Anlass dienen, um eine Veränderung der Denkweise von innen heraus zu gestalten. Darüberhinaus kann hier die Kenntnis über die Handlungsnotwendigkeit und die zu erzeugende Bereitschaft Dritter für diese Entwicklung mobilisierende Wirkung haben.

Nach dem Gestaltungsansatz dieser Arbeit könnte dies eine einfühlende Instanz leisten, die situativ relevant und feinfühlig Orientierung und Führung für Dritte offeriert und die Chance bzw. Aussicht auf gemeinsame Klarheit aufzeigt. Diese Instanz ist in der Lage, situativ angemessene Handlungsräume für Dritte zu gestalten, die durch neue sowie subjektiv relevante Erfahrungswerte, Impulse für Veränderung und ein Umdenken bieten. Auf Basis dessen kann eine neue Expertise bzw. positive Gewohnheiten und Routinen entstehen, die Veränderung – wie ein neues Mindset – nachhaltig manifestieren.

Um diese neue Expertise in den Alltag zu implementieren bedarf es, insbesondere in einer Kennenlern- oder Eingewöhnungsphase, einer kontinuierlichen Wiederholung der neu erfahrenen Inhalte und Tätigkeiten. Bezogen auf den Anwendungskontext kann eine Fragekompetenz bspw. durch die Tätigkeit des wiederholten gemeinsamen Dialogs praktiziert und trainiert werden, um den situativen Effekt zu erfahren und im übertragenen Sinne zu abstrahieren sowie interpretieren (vgl. Stavemann: S.12).

Der Initiator

- von innen heraus Orientierung & Führung gebende Instanz

Diese zuletzt beschriebenen Aufgaben verbindet die Instanz des Initiators, durch die folgenden Fähigkeiten in sich, die für ein situativ angemessenes Handeln notwendig sind: Die Fähigkeit zur empathischen Einfühlung, zum disruptiven, vernetzten sowie komplexen Denken und rhetorischen sowie impulsgebenden Mediation. Es folgt eine ausführliche Beschreibung dieser Kompetenzen, um den Nutzen ihrer Ausbildung im zu verdeutlichen.

Der Initiator ist durch praktische Expertise der Anwendung bereits geübt, diese umzusetzen und hat dementsprechend tiefergehende Kenntnis und ein sicheres Verständnis erlangt. Aufgrund dessen gibt der Initiator Impulse gemäß des jeweiligen Anwendungskontextes an die Teilnehmer weiter. Dabei kann er nur eine Impuls und Anlass gebende Funktion übernehmen, ohne dabei die Gruppendynamik eigenverantwortlich zu steuern oder gezielt zu lenken. Er ist nicht weisungsbefugt und folgt dem Prinzip: Führung durch Dienen, also Befähigung zur Selbstführung (siehe Kapitel 3.2). Er ermöglicht der

Gruppe ein behutsames Herantasten an die Veränderung oder das Neue. Diese Möglichkeit der Selbsterfahrung und -entwicklung fördert die intrinsische Motivation (siehe oben 5.1 Kapitel) und obliegt primär der Gruppe. Jeder Teilnehmer soll durch die Ausübung der Anwendung auch Gelegenheit bekommen, sich selbst in den Kompetenzen des Initiators zu trainieren.

Der Initiator bereitet, bezüglich der gegebenen Situation, die Frage-Anwendung entsprechend vor und gibt den Teilnehmern Überblick über die Rahmenbedingungen und Handhabung der Anwendung. Die durch den Initiator vorbereiteten Inhalte sind bezüglich der situativen Gegebenheiten zu kreieren und können durch die Fragesammlung Inspiration erhalten (siehe 6. Anhang Fragesammlung). Dazu nimmt der Initiator seine Umgebung empathisch wahr, plant entsprechend dynamische Zeitfenster ein und folgt dabei dem Prinzip: Zeit geben, um sich Zeit zu nehmen.

Fragen, die sich besonders für die in diesem Kapitel später aufgeführten Anwendungs-Varianten eignen sind partiell mit diesem °
 Symbol hervorgehoben. –

Der Designer als Initiator & Sekundant

- der Zukunftsgestalter als Change Manager & Berater

Aus der Profession einer Schnittstellendisziplin, nach dem Verständnis des (siehe Kapitel 1.2 Positionierung) beschriebenen "Design Turns" (Schäffner 2010: S.33), bringt die Designdisziplin zunehmend Gestalter hervor, die ihre Gestaltungsexpertise agil, empathisch, komplex und vernetzt denkend sowie nutzerzentriert und zukunftsorientiert in erweiterten Gestaltungsspektren sinnstiftend einsetzen.

Dabei ist die Profession des Designers, die Fähigkeit zur empathischen, spontanen Einfühlung sowie zur Mediation und Moderation vollkommen disparater Disziplinen, Individuen und deren Denkweisen, die entscheidende Schlüsselkompetenz und sein akutes Alleinstellungsmerkmal. – Eine Präzision zum Brückenbauen innerhalb eines interdisziplinären Kreativ-Teams, wie bspw. eines "Hybrid" oder "Design Thinking" Prozesses (vgl. Patnaik: 2009; Krohn: 2018). –

Dort wo situativ oberflächlich und in gelernten Denkmustern stagnierend gehandelt wird, ist der Designer Sekundant und kann die interdisziplinären Potenziale und Kräfte erkennen, dessen Schnittmengen transparent veranschaulichen und zueinander führen, um eine positive Resonanz zur Einheit fördern.

Solchen Konstellationen der Interdisziplinarität kommt bspw. innerhalb einer gegenwärtig disruptiven "VUCA-World" eine effektive Lösungskompetenz im Hinblick auf zukunftsgewandte Herausforderungen zu (siehe 3.1 Disruption), wie bspw. der gestalterische Umgang mit "Megatrends" oder "Wicked Problems" aufzeigt (vgl. Mack, Share: 2016; Gatterer: 2018; Tonkinwise: 2015).

Diesen akuten Anforderungen bedarf es einer impulsgebenden, spontanen, flexiblen und Orientierung bietenden Instanz, um ein effektives Zusammenwirken der interagierenden und grundlegend unterschiedlichen Disziplinen zu gewährleisten. Aufgrund dessen ist im Kontext der Kreativwirtschaft ein zuwachsender Wirkungsbedarf der genannten Designkompetenzen (siehe Kapitel 1.2 Positionierung) zu prognostizieren.

Gestalter eignen sich dementsprechend insbesondere als Initiatoren für die Vermittlung und Veranschaulichung neuer Impulse, nicht zuletzt aufgrund ihrer klassischen gestalterischen Umsetzungsexpertise. Anhand dessen erweitert die im Folgenden beschriebene Frage-Anwendung das praktische Handlungsfeld des sogenannten Zukunftsgestalters (siehe Kapitel 1.2 Positionierung) und befähigt diesen zu ihrer Realisierung. In dieser Erweiterung besteht auch ein Mehrzweck für den Studiengang Master of Creative Direction. Darüber hinaus könnte die Expertise des Designers als Frage-Initiator durch entsprechende Weiterbildungsmöglichkeiten, bezüglich des

folgend beschriebenen Frage-Anwendungskonzepts vertieft werden.

Welche Fragen fragen?

Wie lässt sich in diversen Situationen durch Fragen ein persönlicher Zugang zum befragten Individuum finden? Die Fragegestaltung sollte durch die fragenden Individuen grundsätzlich an den drei Dimensionen Form, Funktion sowie Kontext oder Situation orientiert sein (siehe Kapitel 4.1; vgl. Patrzek: S. 64). Dies impliziert ein

empathisches Fragen-stellen, bei dem sich der Fragende oder Impulsgeber seine zu stellenden Fragen zunächst introspektiv selbst stellt. Diese Prüfung schult ihn bezüglich seiner eigenen Wahrnehmung und Verantwortung gegenüber dem Außen und prüft im Sinne der drei Dimensionen, die Angemessenheit der Frage.

Die gestellten Fragen müssen persönliche Rele Befragten aufweisen und durch Folk Wahrheitsfindung an einem persön sein. Dementsprechend sollten diese einem Gruppengespräch ohne spezifische Inte Teilnehmer auskommen und stattdessen aus der gemen kognitiven Kraft der zusammenwirkenden Gruppe erwachsen bzw. mit Hilfe der reinen Vernunft apriorisch beantwortet werden können. Nach Wolfang Klafki dienen solche Gespräche – angelehnt an die sokratische Gesprächsführung – der Aufhellung sowie der kognitiven Aufklärung innerer Konflikterfahrungen, ausgehend von konkreten oder phänomenologischen Beispielen einzelner Teilnehmer (vgl. Birnbacher, Krohn: S.96). Jedes Individuum trägt subjektive Erfahrungen und Assoziationen in die Situation und wird durch Impulsfragen angeregt, die auf persönliche Belange abzielen. Das persönliche Erfahren ist, wie bei der regressiven Abstraktion, eine mögliche Quelle des situativen Gruppenwissens (Birnbacher, Krohn: S.10). Im Gruppenaustausch über das Erfahrene kann Motivation für die Suche nach einer gemeinsamen Wahrheit oder allgemeinere Gültigkeit geschöpft werden. Das ständige Lernen rückt durch eine empirische Unvorhersehbarkeit als Mehrzweck ins Zentrum der Interaktion

Eine umfangreiche Zusammenstellung von Fragen lässt sich unter 6. Anhang Fragesammlung finden. Hierbei handelt es sich um ein Angebot von Fragen, die nach intensiver Recherche ausgewählt wurden und an dieser Stelle keineswegs als vollständig und verbindlich, sondern vielmehr als fortlaufend zu erweitern zu betrachten sind.

Gestaltungsansatz der Frage-Anwendung & exemplarische Vorgehensweise – Umsetzung

In diesem Kapitelabsatz wird aus den vorangegangenen Recherchen die konkrete inhaltliche Konzeption sowie eine exemplarische Handhabung der Frage-Anwendung beschrieben. Der Begriff der Frage-Anwendung entstand im Rahmen des Arbeitsprozesses und meint als Arbeitstitel eine Art, sich zu verhalten sowie zu denken.

Bezüglich des Einflusses individueller Gegebenheiten orientiert sich die erdachte Anwendungskonzeption an einer inhaltlichen Gestaltungsvarianz. Die geplante Anwendung schöpft ihr Potenzial aus einer situativen Offenheit sowie schon in der Theorie und Planung angedachten Flexibilität, die im folgenden facettenreich konzepti-onelle Umsetzung findet.

Das Metagespräch über das Gespräch

- Möglichkeit zur Zwischenreflexion über den Prozess

Zunächst ist der Aspekt des Metagesprächs anzuführen, der ergänzend zu den folgenden Gestaltungsansätzen, stets die Option zur situativen Reflexion des Prozessverlaufs auf einer Metaebene offeriert. Der Aspekt des sog. Metagesprächs wird in der sokratischen Gesprächs-führung bei Nelson und Heckmann als besonders erfolgreiches Gespräch über das Gespräch, bezüglich dessen Struktur und Verlauf angeführt (vgl. Birnbacher, Krohn: S.94). Dies fördert einen fairen Prozess, die Gleichberechtigung, das dynamische Wechselspiel von Verantwortung sowie den Austausch von Empfindungen, Erfahrung und Reflexion innerhalb der Gruppe, bezüglich der akuten Gesprächssituation. Diese Form der reflexiven Analyse kann bei Bedarf situativ in die im Folgenden beschriebenen kreativen Interaktionen (siehe unten ab 5.1 Gestaltungsansatz), eingespielt werden. Dies wirkt einer zwischen-menschlichen Wertschätzung zuträglich und ist daraus resultierend Basis für Offenheit und Bindung in der Gruppe. Dieses Metagespräch kann durch den Initiator sowie durch jeden einzelnen Teilnehmer der Gruppe, unabhängig der momentan prakti-zierten Frage-Anwendungsstruktur, initiiert werden. In diesem Fall obliegt jedem die Verantwortung, bei diagnostizierten Bedarf

diese Form der Gruppen- und Prozessreflexion einzufordern. Auf die Möglichkeit für dieses Metagespräch wird zu Beginn der praktischen Anwendung durch den Initiator hingewiesen und die entsprechenden Rahmenbedingungen werden zuvor gemeinsam bestimmt (bspw. vereinbarte Dauer, Signal für Metagespräch etc.).

Einstieg & Abholung der Teilnehmer – praktisches Warm-Up

Grundsätzlich bedarf es einer gewissen Warm-Up h
Einstieg in die jeweilige Situation zu erzeugen und die
bspw. eines Workshops mit in die eigene Thematik zu neh
Bei der Durchführung der konzipierten Frage-Anwendung kann
zuvor beschriebenen Initiator die Vermittlung der Relevanz und Wirkung
von Fragen durch einen praktisch erfahrbaren Vertrauensvorschuss
generieren. Dieser bietet den Teilnehmern Anhaltspunkte bezüglich
der durch die Anwendung zukünftig erarbeiteten, potenziellen
Erfahrungswerte und Umgangsart untereinander.

Exemplarische Einstiegsvariante – 3 wichtige Momente im Leben

Das methodische Vorgehen des Einstiegs kann durch den Initiator frei gestaltet werden. Ein exemplarischer Einstieg könnte u.a. durch die verbale Mitteilung bspw. der drei wichtigsten oder prägendsten persönlichen Lebensmomente des Initiators erfolgen. Dabei liegt die Wahl des Erzählten im eigenen Ermessen des Initiators und ist entsprechend der situativen Gegebenheiten zu gestalten. Dieser unvoreingenommene Vertrauensvorschuss bzw. -zuspruch besteht in dem Aspekt des sich Öffnens vor der Gruppe, ohne dass eine konkrete Aufforderung oder Erwartung dessen durch die Gruppe zuvor geäußert worden wäre. Der Initiator teilt seine persönliche Reflexion sowie Verletzbarkeit mit der Gruppe, ohne dabei die Kontrolle über die mitgeteilten Inhalte zu verlieren und sich dadurch emotional zu gefährden (Initiator entscheidet selbst, was er erzählt). Das eigene Öffnen veranlasst die Gruppe sich an diesem Verhalten zu orientieren. Dieser Vertrauenszuspruch ist als Einladung bzw. Impuls zur Resonanz zu verstehen und signalisiert die Möglichkeit zu veränderter Wahrnehmung und Denkweise gegenüber gewohnten Sichtweisen:

Dies ist die Art, wie wir zukünftig miteinander umgehen können.
 Eine selbstbewusste Öffnung und klare Mitteilung ist für jeden eine optionale Möglichkeit.

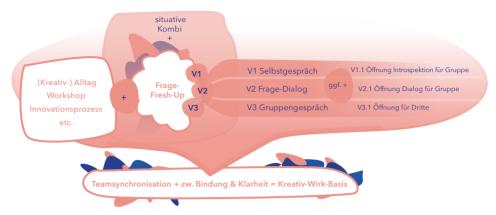
Durch diese Geste vermittelt der Initiator seine eigene Reflexionskompetenz und gewährt somit einen anreizenden Ausblick auf die Wirkung der folgenden Frage-Anwendungsinteraktion. Nach diesem situativ gestalteten Einstieg in die hierkreative Interaktion einer Gruppe, folgt die Beschreibung des zugrundeliegenden Basis-elements der drei Frage-Anwendungsvarianten.

Fragen-Fresh-Up Zwischensequenz – Das zugrundeliegende Basiselement der Frage-Anwendung

Das Fragen-Fresh-Up ermöglicht durch Wiederholung, die Konzentration, Motivation und Immersion der Gruppe zu jeder Zeit aufzufrischen und die Teamsynchronisation zu fördern. Diese regelmäßig wiederkehrende Zwischensequenz ist durch 3 Frage-Anwendungsvarianten (praktische Umsetzungsformen: siehe V1, V2, V3) für die jeweiligen Umstände im kreativen Alltag (Workshop, Methoden, Innovationsprozesse: Design oder Hybrid Thinking etc.) anpassungsfähig und zu ergänzen. Die 3 Anwendungsvarianten stellen generell die praktische Umsetzungsform der Zwischensequenz des Frage-Fresh-Ups dar. Das Fragen-Fresh-Up bildet demnach die flexible Basis, zu der sich situativ die drei verschiedenen Frage-Anwendungsvarianten kombinieren lassen (bspw. Frage-Fresh-Up als Selbstgespräch V1, Frage-Fresh-Up als Dialog V2 oder Frage-Fresh-Up als Gruppengespräch V3).

Ziel

Diese flexible Praxis zielt darauf ab, die zwischenmenschliche Bindung durch Immersion anzuregen, aufzufrischen und Aufschluss über folgende Frage zu bieten: Wie kann ich den anderen bzw. mich durch den anderen in der gegebenen Situation besser verstehen? Es gilt ein besseres Verständnis der Situation, der beteiligten Individuen sowie der Teamdynamik zu erhalten und anhand dessen positiver sowie klarer interagieren zu können.



Zwei Fokusse des Frageinhalts

Entsprechend der gewählten Beobachtungsfokusse der Wirkung von Fragen (1. im Allgemeinen und 2. im Kontext der Kreativwirtschaft) können zwei Ausrichtungen den Inhalt der Fragen kreieren. So kann eine reflexive Metaebene im Team gefördert und die gemeinsame Kreativ-Wirk-Basis parallel zum Kreativprozess aufgefrischt werden:

- 1. Fragen, die eine emotionale Metaebene und Bindung durch ein persönliches Kennenlernen des Gegenübers generieren (siehe Kap.
- 3.2 empathische Wahrnehmungsweise).
- = Wer ist mein Gegenüber? Wovon ist er geprägt? Was macht ihn über seine fachlichen Handlungen hinaus sonst noch aus? etc.
- **2.** Fragen, die auf eine fachliche Metaebene abzielen und dort den akuten Kreativprozess reflektieren.
- = Wie verläuft die Bearbeitung der Aufgabe gerade, unter den gegebenen Umständen? Worüber sollte/könnte reflektiert werden? etc. (Diese beiden Formen werden im folgenden Verlauf der Arbeit gekennzeichnet).

Praxisrelevanz

Die Praxisrelevanz eines solchen Vorgehen begründet sich durch eine stetig konnektive Arbeitsweise – wie sie gegenwärtig besonders in der Kreativwirtschaft vorherrscht – die zunehmend schneller, gleichzeitiger und dezentraler wird. Ein gemeinsames Zusammenkommen und Einfühlen wird deshalb immer wesentlicher und notwendiger, um die mentale Strapazierung durch die Gleichzeitigkeit jeglicher Abläufe zu minimieren, Unruhe zu vermeiden, die Konzentration auf die akute Situation zu fokussieren und um auf die Flexibilität der Gegebenheiten angemessen reagieren zu können.

Beispiel

Erfolgt ein Kreativworkshop bspw. mehrtägig und ermöglicht nur eine partielle Teilnahme vereinzelter Teammitglieder, können diese schnell in die Gruppendynamik durch eine wiederkehrende Fragesequenz eingebunden und abgeholt werden. Sie können also inhaltlichen, fachlichen sowie persönlichen Anschluss finden. Fehlt es der Gruppe (bspw. in einer kreativen Bearbeitungsetappe eines Innovationsprozesses) akut an einer gemeinsamen Verständnisbasis oder -bereitschaft (verstehen und zuhören wollen) gegenüber anderen Gruppenmitgliedern, kann eine negative Trotz- oder Boykotthaltung durch die Fragesequenz aufgelöst werden. Eine gemeinsam betretene empathische Metaebene schafft dementsprechend zwischenmenschliches Verständnis, generiert Toleranz sowie Akzeptanz und Nähe, die einem negativen Umgang untereinander entgegenwirkt (vgl. 3.2 Fragen katalysieren Empathie).

Verlauf

Der wirkungsvolle und stetig Aufmerksamkeit generierende Kern dieser Praxis liegt in dem Aspekt der Wiederholung einer Fragesituation in mehreren Runden: In einem frei zu bestimmenden Intervall (bspw. alle 45min, immer nach den Pausen oder jeden Tag 3mal) sowie ergänzend zu einem Kreativprozess (bspw. Design Thinking Workshop), wird die Fragesituation durch einen vereinbarten Impuls (durch Initiator oder bestimmt durch Gruppe) eingeleitet.

Das Frage-Fresh-Up wird als regelmäßige, flexible Zwischensequenz (von mind. 10-15min) durch die jeweilig verwendeten Frage-Anwendungsvariante (siehe nachfolgende Beschreibungen) in intimer Stillarbeit des Selbstgesprächs (V1), in einem Dialog zu zweit (V2) oder in einem Gruppengespräch (V3) sowie deren Öffnungserweiterungen (siehe V1.1, V2.1, V3.1) ergänzt. Die notwendige flexible Ambivalenz erwächst aus dieser situativen Kombination der praktischen Umsetzungsformen (V1, V2, V3) mit dem Frage-Fresh-Up. Passend zu einer verwendeten Methode oder einem angewandten Innovationsprozess können sich die Fragen nach den einzelnen Etappen des kreativen Vorgehens (bspw. Design Thinking: Empathise, Define, Ideate etc.) richten.

Fragen, die zu einem empathischen Perspektivwechsel anregen und die Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft des Befragten abfragen,

Kapitel 5

befördern eine empathische Metaebene. Um eine ausgeglichene und nicht defizitäre Frage-Atmosphäre für den Fragenden sowie Befragten zu gestalten, können die Fragen ggf. abwechselnd gestellt und beantwortet werden. Darüber hinaus wird in einem Gespräch einer Dyade (V2, V2.1) oder einer Gruppe (V3, V3.1) berücksichtigt, dass Fragen stets die Kontrolle an den Befragten übergeben und stets klar ist, dass dieser eine Antwort auch ablehnen kann.

Beispiel-Fragen persönliche Metaebene: Informationsfrage, hypothetische Frage,

reflektierende Frage etc.

(vgl. Brunner: S.107-115)

- Ihre gegenwärtige Geistesverfassung? (In: FAZ-Feuilleton)
- Ihr Motto? (ebd.)
- Was soll von Ihnen in Erinnerung bleiben? (In: Clarke-Epstein)
- Was können Erwachsene von Kindern lernen? (In: Nayhauß)
- Dein größter Erfolg? (In: Badische Zeitung)

Beispiel-Fragen fachliche Metaebene: Prozessfragen, sokratische & skalierende Fragen (vgl. Brunner: S. 76f.; Dark Horse S.139)

- Welches ist in ihren Augen das größte Problem?
- Wie wird es woanders in anderen Branchen gelöst?
- Was haben wir erwartet? Was davon ist eingetroffen?
- Was hat uns überrascht? Wieso hat uns das überrascht?
- Wo stehen wir ietzt?
- Woher kommen wir?
- Welche Richtungen stehen uns offen, sind möglich (für die Kreation)?
- Wohin möchten wir gehen?
- Welches ist die eine Sache, die ich tun kann, sodass alles andere einfacher oder sogar überflüssig wird? - Welches ist jetzt und hier meine eine Aufgabe? (Die Fokus Frage: vgl. Keller, Papasan: S.118)

Beispiel-Fragen persönliche Metaebene: hypothetische & zirkuläre Fragen

Zirkuläre Fragen eignen sich bspw. besonders für eine Kontrollübergabe, da diese ggf. vom Befragten auch selbst vervollständigt werden können, bevor dieser sie selbst beantwortet (siehe folgende Beispiele; Kapitel 4.1 Fragearten). So wird der Befragte nicht genötigt, defizitär zu antworten.

Zu vervollständigende zirkuläre Fragen:

- Ich frage mich manchmal ... (In: Forschung & Lehre, Aus: Brunner: S.107-115)
- Wenn ich du wäre, würde ich mich...,
- Wenn ich ein Freund von dir wäre, hätte ich immer...,
- Wenn wir uns schon länger kennen würden, hätten wir....,
- Deine Mutter sagt heute noch zu dir...,
- Mein erstes Geld verdient habe ich ...
 (In: FAZ Magazin, Aus: Brunner: S.107-115)
- Dein Vater kann sich gut an deine...,
- In deinem Leben hattest du bisher immer Glück mit
- Ich habe noch nie einen....
- Du mochtest noch nie die...,
- Kreativität entsteht...
 - (In: Forschung & Lehre, Aus: Brunner: S.107-115)

Mit einer unverhofften Millionen würde ich ... (ebd.)

- Wenn ich einen Rat brauche ... (ebd.)
- Am meisten ärgere ich mich ...(ebd.)
- Das nächste Buch, das ich lesen will ... (ebd.)
- Energie tanke ich... (ebd.)

Beispiele fachliche Metaebene: hypothetische, zirkuläre Fragen & Prozessfragen

Wenn ich deine Kollegen frage ...

Wenn wir unser Konkurrent wären, was würden wir nicht beneiden …? Wenn wir für unsere Konzeption kein finanzielles Limit hätten, was würden wir…?

Was hätten wir lieber früher bedacht und anders gemacht?

Merke - Erarbeitung der Fragen

- Die Fragen sollten entsprechend der geplanten Anzahl der Frage-Fresh-Up Intervalle sowie Inhalte in der gegebenen Fragesammlung recherchiert, inspiriert oder eigenständig erarbeitet werden.
- Dies erfolgt je nach Konzeption vorab bzw. innerhalb der praktischen Anwendung und entweder durch den Initiator oder die dezentral organisierte Gruppe.

Dazu kann die Fragesammlung angemessen dosiert, als Inspiration dienen, sollte jedoch die Eigeninitiative nicht einschränken.

Drei Varianten der Frage-Anwendung

- Ein Werkzeugkasten des Fragens

Wie bereits beschrieben, bildet das Frage-Fresh-Up die Basis für die drei verschiedenen Frage-Anwendungsvarianten, die als Varianten zur praktischen Umsetzung situativ zu wählen sind und im Folgenden konkret in ihrem Verlauf beschrieben sowie durch exemplarische Beispiele veranschaulicht werden. Dabei unterscheiden sich die Anwendungsvarianten durch folgende Aspekte:

- Anzahl der in die Befragung einbezogenen Teilnehmer (V1 einzeln, V2 zu zweit, V3 gesamte Gruppe)
- konzipierende, organisierende und anleitende Instanz (ggf. Initiator bzw. Gruppe)

Die drei Varianten der Frage-Anwendung sind darauf ausgelegt, einen inneren Reflexionsprozess sowie zwischenmenschliches Verständnis und daraus resultierende Bindung zu generieren. Übergeordneter Effekt dieses Werkzeugkastens des Fragens ist die unmittelbare Wirkung von Fragen, die die Befragten in die Gegenwart katapultiert. Diese drei Varianten weisen aufgrund ihrer offenen Konzeption eine hohe Flexibilität auf, welche den notwendigen Handlungsfreiraum zum situativen und individuellen Agieren bietet. Sie eignen sich aufgrund ihrer Bewusstsein öffnenden und Reflexion anregenden Wirkung insbesondere für den Einstieg von gruppendynamischen Interaktionen sowie für eine Vertiefung bereits bestehender Gruppenbeziehungen.

Ziel

Die Gruppenteilnehmer werden besonders in ihrem respektvollen Fairness-Empfinden gefordert, um ein immersives und situatives Gruppenbewusstsein zu entwickeln.

Durch die Varianten der Frage-Anwendung sollen eigene Grundprinzipien der Teilnehmer erfragt und durch Reflexion und ggf. Austausch im Gespräch geprüft werden. Ergebnis dieses Denkprozesses innerhalb der Gruppe ist es, durch das Erarbeiten allgemeinerer Prinzipien, auf einer gemeinsamen Verständnis- und Wirkbasis anzukommen.

Anwendungskontext - 2 Fokusse

Die kreierten Anwendungsvarianten sind so konzipiert, dass sie entsprechend der beiden Beobachtungsfokusse (1. Wirkung von Fragen im allgemeineren Kontext; 2. Wirkung von Fragen im Kontext der Kreativwirtschaft, Hauptfokus) zielführende Realisation finden. Der Anwendungsfokus der beschriebenen Frage-Anwendungsvarianten richtet sich dabei nach dem situativen Bedarf der jeweiligen Gruppenkonstellation sowie den umgebenden Gegebenheiten und ist dementsprechend von der organisierenden Gestaltungsinstanz zu erwählen. Zur besseren Veranschaulichung wird ein fortlaufender Beispielfall aus der Kreativwirtschaft im Anschluss an die Beschreibung der einzelnen Frage-Anwendungsvarianten angeführt.



Einführung des Beispielfalls

- Anwendungskontext Kreativ-Wirtschaft

Anhand des Beispielfalls der "IDEO Shopping Cart Challenge" und des angewandten Innovationsprozess des interdisziplinären Design Thinking wird die Zwischensequenz des Frage-Fresh-Ups in situativer Kombination mit den drei Frage-Anwendungsvarianten (V1, V2, V3) exemplarisch demonstriert (siehe Kapitel 4.2 Kreativitätsmethoden; vgl. Neri: 2009; Dark Horse: 2018).

In den beispielhaften Ausführungen wird, je nach Kombination des Frage-Fresh-Ups mit den Anwendungsvarianten, die Aktion der handelnden Instanzen (bspw. Initiator, Teilnehmer, dezentral organisierte Gruppe) veranschaulicht sowie diese mit Hilfe von Fragen unterstützt, um eine Gruppeninteraktion zu motivieren und synchronisieren. Das aufgeführte Beispiel zeigt eine mögliche Anwendungsabfolge und verdeutlicht die praktische Übertragbarkeit auf verschiedenste Innovationsprozesse und Organisationsmöglichkeiten (bspw. Scrum, Google Sprints etc.).

Die Inhalte der aufgeführten Fragen beziehen sich zum einen auf die fachliche* (Fokus Kreativprozess) und zum anderen auf die persönliche Metaebene* (Fokus Allgemein) der Interaktion des Teams (vgl. Frage-Fresh-Up).

Zum Beispielfall

Die "Shopping Cart Challenge" wurde 1999 von einem interdisziplinären IDEO Kreativteam durchgeführt und hatte die Design Challenge, ein sinnvolles Re-Design eines Einkaufswagens zu entwickeln (Neri: 2009).



1. Variante: Das Selbstgespräch – Ich frage mich...

Im Einklang mit der beschriebenen Methodik der "emotionalen Biografie" ist die übergeordnete Relevanz des vernetzenden Denkens bezüglich individueller Erfahrungen und deren Einfluss auf das eigene Sosein zu sehen (vgl. Kohlmann: 2018; siehe auch Kapitel 4.1 Fragearten). Aufgrund dessen folgt die Beschreibung der Anwendungskonzeption des Selbstgesprächs, entstanden aus der genauen Analyse und Fokussierung der katalysierenden Wirkung von Fragen in Bezug auf eine Introspektion durch Selbstempathie (siehe 3.2 Empathie).

Diese Anwendungsvariante stellt eine "Selbstbeobachtung" dar, die es den Teilnehmern ermöglicht, das eigene Erleben und Verhalten retrospektiv wahrzunehmen, zu analysieren und dadurch Kenntnis über das individuelle Sosein zu erlangen (vgl. Schischkoff: S.630). Sie bietet einen sanften Einstieg in das tiefgreifende Feld der Reflexion und ist u.a. eine Möglichkeit, eine Öffnung des subjektiven Ichs – in Form von Selbsterforschung – hin zum objektiven Wir, behutsam vorzubereiten. Diese Offenheit gegenüber sich selbst kann u.a. durch das Interesse am Neuen, als Chance auf Wahrheit und Klarheit intrinsisch motiviert werden (siehe 2. Kapitel: primäre Kreativität).

Ziel

Diese Anwendungsvariante zielt auf das subjektive und intime Fragen-fragen ab und fördert einen inneren Dialog sowie die Chance auf eine Hemmungen abbauende Kontaktaufnahme mit sich selbst sowie daraus ggf. resultierend später mit anderen. Der Fokus liegt hier auf der Kommunikation im Innern, mit sich selbst. Dies erlaubt den Teilnehmern, unabhängig und frei von dem Gedanken der Selbstpräsentation im Außen, einen Einstieg in das Spektrum der Selbstreflexion durch Fragen.



Aus diesem Grund eignet sich diese Anwendungsvariante besonders für Gruppenkonstellationen, die bisher noch nicht in besonderem Maße in zwischenmenschlichen Kontakt oder Einklang getreten sind. Darüber hinaus ist der Mehrwert für Gruppen, die ein eingespieltes Verhältnis untereinander pflegen, positiv zu prognostizieren, da diese durch die intime Reflexion (in der Atmosphäre der Gruppe) einen differenzierten Zugang zu (alltagsfernen) Themen erhalten. Den Teilnehmern wird Zeit und Gelegenheit für einen intuitiven und urteilsfreien Zugang zu ihren Antworten gegeben, die sie anschließend in Stillarbeit selbst reflektieren können.

Organisation & Verlauf

Je nach Gegebenheiten können Fragen individuell von den Teilnehmern erarbeitet oder durch den Initiator vorgegeben werden. Der Initiator organisiert das Vorgehen. Dabei kann an dieser Stelle folgendes Spektrum an Gestaltungsfreiraum wahrgenommen werden:

- Der Initiator gibt, entsprechend der Gegebenheiten, eine bestimmte Anzahl vorbereiteter Fragen in die Gruppe. Diese sind für alle gleich und orientieren sich in ihrer formellen Gestaltung an Parametern wie Dauer, inhaltlicher Kontext, Tiefgang etc. (Dieses Vorgehen ist in seiner Durchführung kurzweiliger, da hier von den Teilnehmern nur die kreative Eigeninitiative mit Fokus auf die Suche einer Antwort gefordert wird).
- Der Initiator bietet den Teilnehmern Inspiration zur Einfühlung bezüglich des Inhalts und der Atmosphäre der zu kreierenden Fragen. Daraufhin gestalten die Teilnehmer in einem gegebenen Zeitrahmen aus Eigeninitiative eine gewisse Anzahl von Fragen, die sie anschließend sich selbst beantworten (vgl. Kohlmann: 2018). Dieses Vorgehen ist in seiner Durchführungsdauer etwas länger einzukalkulieren, da es von den Teilnehmern eine kreative Eigenleistung, bezüglich der Fragekreation sowie der Suche nach einer Antwort fordert.

Um die Selbstreflexion zu katalysieren, sollte durch den Initiator darauf hingewiesen werden, dass Formulierungen in der Ich-Form sowie in der Art schließender oder geschlossener Fragen (siehe Kapitel 4.1 Fragearten) den Einstieg erleichtern. Diese Arten der Formulierung unterstützen den Teilnehmer individuell in seinem Bedürfnis nach Sicherheit, bezüglich der Kompetenz alleinig Experte

Kapitel 5

für diese Fragen zu sein und von außen keine Beurteilung befürchten zu müssen. Darüber hinaus sind geöffnete oder offene Fragen anschließend hilfreich, um dem Teilnehmer einen individuellen und eigenverantwortlichen Interpretationsfreiraum bezüglich der gegebenen Fragen zuzusprechen (siehe Kapitel 4.1 Fragearten).

Im Folgenden werden exemplarische Fragen aus der beigefügten Fragesammlung (vgl. 6. Anhang) sowie ein Beispielfall zur Orientierung aufgeführt:

Beispiele schließender oder geschlossener Fragen im Selbstgespräch

Was sind meine drei bedeutsamsten oder prägendsten Lebensmomente? (Beuerle 2018)

Wem vertraue ich hemmungslos? (ebd.)

Zu welcher Zeit, unter welchen Bedingungen sind Sie geboren? (Kohlmann 2018)

Mit welcher Tätigkeit bekommen Sie von anderen die meiste Anerkennung? (ebd.)

Beispiele geöffnete oder offene Fragen im Selbstgespräch

Worüber ärgerst du dich immer noch? (Beuerle 2018)
Was ist mein Alleinstellungsmerkmal (USP)? (ebd.)
Wie sehen die Stationen Ihres Lebens aus? (Kohlmann 2018)
Warum tun Sie das, was Sie gerade tun? ebd.)
Was ist dir noch ein Anliegen bzw. was möchtest du noch über dich erzählen? (Helmerdig 2018)

Nach der jeweiligen Kreations- bzw. Findungsphase der Fragen wird, entsprechend dem situativen Ermessen des Initiators, ausreichend Beantwortungszeit gegeben. Zur Unterstützung der Teilnehmer kann diese Anwendung durch eine "Hypomnema" im Sinne einer "niedergelegten Erinnerung" oder Verschriftlichung der Fragen sowie deren Antworten erfolgen (Foucault: S. 500). Alle Erzeugnisse aus dieser Frage-Anwendung des Selbstgesprächs sind in erster Linie für den Teilnehmer persönlich gedacht, können aber durch die Öffnung des Selbstgesprächs erweitert werden (siehe unten V1.1 Erweiterungsvariante).

Durch die Anwendungsvariante des Selbstgesprächs können die Teilnehmer Aufmerksamkeit generieren, durch die sie sich selbst in ihrer jeweiligen Situation individuell ansprechen sowie abholen können und dadurch im "Hier und Jetzt" ankommen.



V1. Beispielfall 1 – Frage-Warm-Up durch Selbstgespräch

Ankommen

Die Befragten bekommen Gelegenheit sich durch eigenständige "Stillarbeit" dem Thema durch kognitive Eigenleistung zu nähern, dadurch sukzessiv ihre Hemmungen nach Außen abzulegen und Neugierde gegenüber anderen Teilnehmern sowie dem bevorstehenden Workshop aufzubauen. Diese frühe Design Thinking Phase ist dem sog. "Empathise" (Problem verstehen) vorgelagert. Sie dient als Einstieg – hier dem Ankommen in der Situation in Form eines sog. Warm-Ups und kann anschließend zur gemeinschaftlichen Teamsynchronisation im Plenum erweitert werden (siehe Anwendungsvariante V1.1). Die Zwischensequenz des Frage-Fresh-Ups kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante des Selbstgesprächs (V1). Die Fragen werden durch die Gestaltungsinstanz des Initiators vorgegeben. Als Inspiration kann die Fragesammlung (vgl. 6. Anhang) dienen.

Handlungsanweisung

Jeder Gruppenteilnehmer hat nun ca. 15min Zeit sich die folgenden Fragen introspektiv zu stellen und zu beantworten. Die Fragen sind in diesem Fall durch den Initiator vorgegeben.

Exemplarische Fragen auf persönlicher & fachlicher Metaebene persönliche Metaebene*:

- 1 Was ist deine Superkraft? (nicht beruflich)
- 2 Was würden andere sagen, worin deine fachlichen Skills bestehen? zirkuläre Frage (= Fähigkeiten herausstellen durch zirkuläre Frage)

Fachliche Metaebene*:

3 Was müsste heute in diesem Workshop passieren, dass du sagst, der Tag hat sich gelohnt? Prozessfrage

- (= persönliche Erwartung abfragen durch hypothetische Prozessfrage)
- 4 Warum bist du hier? Was hat dich heute hergebracht? Wofür brauchst du konkret Inspiration? sokratische Frage
- 5 Wenn ich ein Einkaufswagen wäre, dann... zirkuläre Frage (= Ein Gedankenprozess wird durch eine zirkuläre Frage angeregt und bereitet den Einstieg zum Workshop-Thema mit Neugier vor.)



V1. Beispielfall 2 – Einfühlen durch Selbstgespräch

"Empathise"

Bei der ersten Design Thinking Etappe Empathise liegt der Fokus auf der empathischen Einfühlung in das Thema bzw. das Problem. Dieses Vorgehen folgt der beschriebenen 1. Variante der Frage-Anwendung, dem Selbstgespräch, und dient zur explorativen Erschließung des geplanten Gestaltungsradius. Dieses Vorgehen kann anschließend zur gemeinschaftlichen sozialen und inhaltlichen Teamsynchronisation im Plenum erweitert werden (siehe Anwendungsvariante V1.1). Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante des Selbstgesprächs (V1). Die Fragen werden innerhalb der praktischen Anwendung von den Teilnehmern erarbeitet.

Handlungsanweisung

Die Teilnehmer bekommen durch den Initiator die Design Challenge des Workshops offeriert:

Gestalte ein sinnvolles Re-Design für einen Einkaufswagen.
 Sie erhalten die Gelegenheit (ca. 15min) sich durch ein eigenes
 Re-Briefing, die Begrifflichkeiten der Challenge in Stillarbeit zu erarbeiten.

Exemplarisch erarbeitete fachliche Fragen der Teilnehmer:

Hierbei entstehen introspektiv maßgeblich Kontrollfragen, Informationsfragen, reflektierende Fragen, Rück- oder Gegenfragen (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten). Diese dienen zur explorativen Erschließung des Themengebiets.

 Was macht einen Einkaufswagen aus? Was ist alles unter einem Einkaufswagen zu verstehen? Könnte man die Begrifflichkeiten ersetzen? Was könnte mit der Funktion eines Einkaufswagens verwandt sein?

- Was bedeutet sinnvoll bezüglich der Gestaltung eines Einkaufswagens? Was wäre das Gegenteil von sinnvoll? Ist damit die Nutzerzentrierung gemeint?
- Was bedeutet Re-Design in diesem Zusammenhang?



1.1 Erweiterung: Öffnung des Selbstgesprächs

Anschließend kann nach Ermessen des Initiators und ggf. durch Einbeziehung der Gruppe in den Entscheidungsprozess die Möglichkeit erwogen werden, eine gemeinsame retrospektive Gesprächsrunde über die zuvor erarbeiteten Inhalte zu führen. Diese Erweiterung ist optional und als ein nicht bindendes Erweiterungssegment dieser Variante der Frage-Anwendung zu verstehen.

Die Entscheidung, welche Inhalte der Gruppe mitgeteilt werden und ob es überhaupt zu einer Mitteilung kommt, obliegt alleinig dem persönlichen Urteil der teilnehmenden Individuen. Dadurch wird innerhalb der Gruppe ein Zwang zur Selbstoffenbarung gegenüber anderen vermieden. Darüberhinaus weist der Initiator auf diesen Aspekt sowie auf die gegenseitig respektvolle und offene Gemütshaltung hin.

Durch diese Erweiterung, in Form einer Teilhabe und Öffnung des Selbstgesprächs kann zwischenmenschliche Bindung innerhalb des Gruppengefüges gefördert werden (vgl. 3.2 Empathie). Das zuvor bezüglich des Initiators beschriebene Prinzip des Vertrauenszuspruchs kann hier innerhalb der Gruppe ausprobiert und erfahren werden (siehe 5.1 Einstieg & Abholung). Durch diese Erfahrung können nachhaltig Aufmerksamkeit und Wertschätzung gegenüber den anderen generiert werden.



V1.1 Beispielfall – Öffnung des Selbstgesprächs

Diese Vorgehensweise hat das Potenzial individuelle sowie differenzierte Zugänge zum Thema sowie der sozialen Situation zu generieren und die Befragten für eine facettenreiche Wahrnehmung und Neugierde gegenüber den anderen Teammitgliedern zu öffnen. Die frühe Design Thinking Etappe des Empathise gewährt einen ersten Überblick über einen aktuellen Kenntnisstand der Teilnehmer sowie über das Team und deren persönliche Standpunkte. So können u.a. erste Research Ergebnisse generiert werden. Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante der Öffnung des Selbstgesprächs (V1.1).

Handlungsanweisung

Nach dem Ermessen des Initiators sowie der Teilnehmer kann, bei einer Gruppe von bis zu 30 Personen, jeder einzelne die erarbeiteten Inhalte vortragen. Es wird dem Initiator ggf. empfohlen, vereinzelt Personen vorzuschlagen, die sich freiwillig melden. Die Art der Mitteilung kann mündlich sowie schriftlich (bspw. Stichpunkte Wandposter) erfolgen.

Exemplarische Antworten bezüglich des Beispielfalls Variante 1 (val. oben V1).

Persönliche Metaebene:

- 1 "Meine Superkraft ist es, die besten Scheren-Schnitt-Portraits anzufertigen." (= persönliche, unkonventionelle, lockernde Öffnung)
- 2 "Ich bin ausgebildeter Bremseningenieur und andere sagen, ich habe eine enorme Expertise, komplexe Themen inhaltlich runter zu brechen und zugänglich zu machen."

Fachliche Metaebene:

- **3** "Ich lerne Fähigkeiten von mir kennen, die ich bei mir bisher nie vermutet hätte." (= persönliche Erwartung abfragen)
- **4** "Ich möchte lernen, wie man im Team effektiv zusammenarbeiten und kreativ sein kann, ohne sich misszuverstehen und vllt sogar anzuschreien."
- 5 "Dann hätte ich eine kaputte Rolle."

Exemplarische Öffnung des Selbstgesprächs

Je nach Ermessen der Gruppe und des Initiators kann hier im Rahmen der Empathise-Phase zur Stärkung der Gruppendynamik und Erweiterung des Wissens ein Nachhaken durch bspw. folgende Fragen im situativen Gesprächsaustausch angeregt und ergänzt werden. Hierbei haben folgende Frageformen unterstützende Wirkung, da sie explorativ den Kern einer Sache herauszubilden ersuchen: Rück-/Gegenfrage, zirkuläre Frage, Alternativfrage, Informationsfrage und sokratische Frage (vgl. 4.1 Fragearten).

persönliche Metaebene:

- 1 Wie kamst du zu deiner Superkraft? Wieso kannst du das so gut? Wie bist du darauf gekommen, das hier zu erzählen? etc.
- 2 Bist du derselben Meinung, was andere über deine Fähigkeiten sagen? Was hältst du für deine herausragendste Fähigkeit? Wieso ist das deine bemerkenswerteste Fähigkeit? Wann kommt diese am häufigsten zur Geltung? Wie ist diese Fähigkeit entstanden? Ist dir wichtig, dass du ausgerechnet diese Fähigkeit hast oder gibt es wichtigere für dich? Was hast du noch für fachliche Skills? etc.

Fachliche Metaebene:

- 3 Welche Fähigkeiten mutest du dir nicht zu? Was veranlasst dich dazu? Hast du dir schon das Gegenteil beweisen können? etc.
- 4 Welche Erfahrungen mit Teamarbeit hast du bisher gemacht? Nenne besonders gute und besonders schlechte Beispiele? Beschreibe jeweils deine Rolle dabei, wie hast du dich gefühlt und verhalten? etc.
- 5 Wie kann das Problem mit dem kaputten Rad als Supermarktbesitzer behoben werden? Gibt es andere Dinge, die dich an dem Einkaufswagen stören? Hast du einen Einkaufswagen mal nicht zum Einkaufen benutzt? Gab es einen außergewöhnlichen oder absurden Kontext, in dem dir ein Einkaufswagen begegnete? etc.



2. Variante: Der Frage-Dialog – Ich frage dich & du fragst mich...

Diese Anwendungsvariante basiert auf einer kommunikativen "Dyade", der unmittelbaren Interaktion zwischen zwei Gruppenmitgliedern, die hier inhaltlich durch Fragen gestaltet wird (vgl. Ledermann, Bodenmann: S.27ff.).

Anders als bei der sokratischen Gesprächsführung, der "Mäeutik" begegnen sich die beiden Gesprächspartner in einer gegenseitigausgeglichenen Frage-Kommunikation, in der jeder für den anderen eine impulsgebende sowie eine entgegennehmende Position einnehmen kann (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten, Schäfer: S. 193). Die Gesprächspartner erkennen das Potenzial im Gegenüber und stehen einander auf Augenhöhe gegenüber.

Verbale sowie nonverbale Antworten werden unmittelbar mit dem Gegenüber geteilt und versetzen den "Weg hin zu einer Antwort" zunehmend in die Mitte der zwischenmenschlichen Kommunikation der beiden Gesprächspartner. Dadurch kann zwischen ihnen eine erhöhte Nahbarkeit entstehen, die Klarheit über das gegenseitige Sosein sowie daraus entstehend Sicherheit bietet. – Ich konnte dich beim Reagieren beobachten und habe Vertrauen darin, dass ich deine Verhaltensweisen jetzt besser einschätzen kann.—

Diese Anwendungsvariante des Fragens eignet sich besonders als Einstieg oder Auftakt für gruppendynamische Arbeitsprozesse, da sie ein dyadisches und persönliches Kennenlernen der Gruppenmitglieder untereinander stiftet und dadurch die Gruppe als solche eint.

Organisation & Verlauf

Um der gesamten Gruppe Inspiration sowie einen gemeinsamen Ausgangspunkt zu bieten, sind die ersten beiden Fragen durch den Initiator vorgegeben und für jedes dyadische Team gleich. Die Fragestruktur orientiert sich hierbei an dem Prinzip des "Fragetrichters" und leitet das Gespräch mit geöffneten oder offenen Fragen ein, die entsprechend individuellen Interpretationsfreiraum bieten (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten).

Beispiele vorgegebener Fragen im Fragedialog (siehe 6. Anhang, Fragesammlung)

Was möchte ich in diesem Leben gerne schaffen (Löffel-Liste)? Welche Aspekte (Begriffe/Bilder) assoziierst du mit Zufriedenheit? Was würde ich tun, wenn ich keine Angst hätte? (vgl. Dalla Torre 2015)

Dieser Frageprozess kann im weiteren Vorlauf durch ein Nachhaken mit Hilfe von schließenden oder geschlossenen Fragen durch die Teilnehmer eigenverantwortlich vertieft werden.

Beispiele nachhakende Fragen im Fragedialog (siehe 6. Anhang, Fragesammlung; vgl. Dalla Torre 2015)
Welche Menschen inspirieren mich?
Aufgrund welcher Eigenschaft tun sie das?
Wann verschwindet für mich Zeit? In welchen Momenten und Situationen bin ich voll in meinem Element?
Was sind deine Wünsche und Ziele? Was kannst du konkret tun, um dich deinem Ziel zu nähern? Welche Schritte, Zwischenziele, Verhaltensweisen liegen auf dem Weg dorthin?

Je nach der, durch den Initiator geplanten Dauer der Anwendungsdurchführung wird eine vorgegebene Anzahl an Fragen (mind. eine Frage) im Team aus zwei Gruppenmitgliedern gemeinsam erdacht. Dabei sind den Teams keine Vorgabe bezüglich der Fragekonstruktion zu machen, da das Paar das situative Potenzial ihres Zusammenwirkens eigeninitiativ ergründen soll. Der Initiator bietet qqf. Inspiration (im Sinne von: Alles kann, nichts muss).

Die angedachte Dauer der Anwendungsvariante ist grundsätzlich flexibel und durch den Initiator zu bestimmen. In dem jeweiligen zeitlichen Rahmen bekommen die Paare Gelegenheit, die gegebenen Fragen zu besprechen und sich anschließend gegenseitig zu beantworten. Hierfür gelten die Rahmenbedingungen für das Gespräch in der Gruppe:

- Eine Beantwortung der Frage ist niemals Zwang, sondern stets als Möglichkeit oder Chance wahrzunehmen.
- Ein aufmerksames Zuhören ist dem Gegenüber entgegenzubringen.
 Dabei soll jeder der Beteiligten Gelegenheit bekommen, seine
 Mitteilungen verbalisieren zu können. Dies meint, dass das

- Gegenüber aussprechen darf, ohne unterbrochen zu werden. Anschließend kann auf das Gesagte eingegangen werden.
- Aufgrund eigener praktischer Erprobung im Umgang mit einer derartigen Frage-Anwendung ergab sich, dass die durch den persönlichen Austausch entstandene Bindung innerhalb der Dyade, sich nachwirkend auf den Rest der Gruppe überträgt (vgl. 5.2 Fazit: Feldstudien). Dabei wird die veränderte oder neueUmgangsweise der einzelnen Paare untereinander von den anderen Gruppenteilnehmern wahrgenommen und kann ihnen eine geöffnete Verhaltensweise bezüglich des gesamten gruppendynamischen Umgangs untereinander suggerieren. Kernerfahrung hierbei ist die individuell beobachtete Umgangsweise der Resonanzerfahrungen innerhalb der Dyade, die dadurch in die größere Gruppe übertragen werden kann (Brumlik 2016).



V2 Beispielfall – Erforschen durch Frage-Dialog

"Explore"

In der Design Thinking Etappe Empathise liegt der Fokus auf dem Gewinn von Erfahrungen und Informationen. Dazu wird die Gruppe in Paare geteilt. Dieses Vorgehen folgt der beschriebenen 2. Variante der Frage-Anwendung dem Frage-Dialog und bietet den Teilnehmern Gelegenheit, differenzierte Recherche zu betreiben und die Beobachtungsfähigkeit durch eine Dyade zu schärfen. Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante des Frage-Dialogs (V2). Es werden zwei Fragen durch die Gestaltungsinstanz des Initiators vorgegeben, woraufhin sich die Teilnehmer innerhalb der praktischen Anwendung weitere Forschungsfragen erarbeiten. Als Inspiration kann dem Initiator vorab die Fragesammlung und den Teilnehmern die gegebenen Fragen dienen (siehe 6. Anhang, Fragesammlung). Hierbei werden maßgeblich die folgenden Fragearten zur Informations- und Erfahrungsbeförderung eingesetzt: Skalierende Frage, Sokratische Frage, Rück-/Gegenfrage, Alternativfrage, Informationsfrage, Prozessfrage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Handlungsanweisung

Nach einer Einteilung der Dyaden werden die Teilnehmer durch den Initiator sowie ein kurzes Gruppenblitzlicht zur Entwicklung eigener Beobachtungsfragen inspiriert, die sie in der Dyade erweitern, abstimmen und mit in die Beobachtung nehmen:

Exemplarische, katalysierende Fragen des Initiators

Fachliche Metaebene:

(vgl. Brunner: S. 76; vgl. Dark Horse S.139).

- Welches ist in Ihren Augen das größte Problem? skalierende Frage
- Wie wird es woanders in anderen Branchen gelöst? sokratische Frage
- Was fällt besonders auf?
- Was haben wir beobachtet? Was k\u00f6nnen wir durch die Nutzer erfahren (Interviews)? Welche Fragen haben wir Ihnen gestellt? Wie waren Ihre Reaktionen, Ihr Verhalten, Ihre Emotionen? Wie interpretieren wir diese?
- Was haben wir erwartet? Was davon ist eingetroffen?
- Was hat uns überrascht? Wieso hat uns das überrascht?
- Was schließen wir daraus?
 etc.

Exemplarische Fragen aus dem Gruppen- und Dyadenbesprechung Fachliche Metaebene:

- Auf wen sind Einkaufswagen ausgelegt (Nutzergruppe definieren? Auf wen nicht (wer hat Probleme mit Einkaufswagen)? Wer kann uns weiterhelfen? Wer könnte uns etwas über seine Einkaufswagen-Erfahrungen erzählen?
- Welchen Stellenwert hat der Einkaufswagen für die Nutzer?
 Inwiefern erleichtert der Einkaufswagen das Leben der
 Nutzergruppe bzw. inwiefern erschwert er es? Gibt es
 Alternativprodukte die verwendet werden? Was ist besser oder schlechter an ihnen?
- Wo könnten wir hingehen, um Erfahrungen mit Einkaufswägen zu sammeln? Muss man dort nach Einkaufswägen suchen? Gibt es Schwierigkeiten bei der Suche oder Entleihe der Einkaufswägen? Wie ist die Verfügbarkeit von Einkaufswägen vor Ort?
- Wozu benutzt man einen Einkaufswagen? Wie wird der Einkaufswagen benutzt (User-Journey)? Was ist der häufigst beobachtete Nutzungsablauf eines Einkaufswagens?

Was ist der zweit und dritt häufigste Nutzungsablauf? Wie lange werden die Einkaufswägen im Schnitt benutzt? Was hat die Nutzung des Einkaufswagens erschwert? Was kann ein Einkaufswagen nicht leisten? Was hat die Nutzung des Einkaufswagens erleichtert?

- Wozu kann man Ihn noch benutzen?
- An welchen ungewöhnlichen Orten gibt es auch Einkaufswägen?
 Wozu werden sie dort benutzt?

etc.

Exemplarische Fragen aus der Gruppen- & Dyadenbesprechung

Da es sich hier um die Explore-Etappe des Design Thinking handelt, sollte dies auf die zwischenmenschliche Ebene übertragen werden, indem beispielhaft durch die folgenden Fragen parallel ein Kennenlernen des Gegenübers ermöglicht wird. Dazu teilt der Initiator einige exemplarische persönliche Fragen als Impuls an die Dyaden-Paare aus. Diese Fragen zielen, entsprechend ihrer Prozess begleitenden Funktion auf die Möglichkeit einer kompakten Beantwortung ab (geschlossene, schließende und öffnende Fragen) und können durch das Paar eigenverantwortlich ausgedehnt werden. Eine pointierte Mitteilung der daraus resultierenden Ergebnisse kann in der Öffnung des Dialogs (V2.1) angeregt werden und erfolgt durch den Partner, um sein Zuhören zu vertiefen.

persönliche Metaebene:

(vgl. Brunner: S.107-115)

- Wie fühlst du dich mit der Aufgabenstellung? Hast du etwas Ähnliches schonmal bearbeitet?
- Was inspiriert dich? Wo kannst du am inspiriertesten Arbeiten? In welcher Umgebung fühlst du dich wohl?
- Was war die letzte Sache, die dich begeistert hat?
- Wo möchtest du mal leben? (In: FAZ-Feuilleton)
- Was schätzen Sie bei Ihren Freunden am meisten? (In: FAZ-Feuilleton)
- Ihr Hauptcharakterzug? (In: FAZ-Feuilleton)
- Was ist für Sie das vollkommene irdische Glück? (In: FAZ-Feuilleton)
- Welchen Traum möchten Sie sich (noch) unbedingt erfüllen? (In: Nayhauß)
- Was ist dein nächstes Reiseziel?
- Was war bisher deine schönste Reise, die du unternommen hast?

- Was zeichnet Ihre berufliche T\u00e4tigkeit aus? Auf welchem Gebiet sind Sie hier Profi?
- Was wären Sie geworden, wenn Sie nicht im Bereich ... gelandet wären? (In: managerSeminar)
- Wie sieht Ihr Arbeitsplatz aus? (In: managerSeminar)



2.1 Erweiterung: Öffnung des Frage-Dialogs

Die so erfahrenen Inhalte können ebenfalls (wie bei der Anwendungsvariante des Selbstgesprächs) durch eine Öffnung des Frage-Dialogs erweitert und mit der gesamten Gruppe geteilt sowie erlebbar gemacht werden. Dieser Aspekt kann einer verbundenen Gruppendynamik zuträglich wirken, stellt jedoch keine grundlegende Notwendigkeit für die Entstehung einer gruppeninternen Bindung (aus den oben genannten Erfahrungen) dar.

Diese Dialog-Öffnung kann partiell erfolgen, indem vereinzelt die Partner einer Dyade die persönlichen Erfahrungsinhalte des Dialogpartners wiedergeben. Dieser Umstand fördert das vorgelagerte, aufmerksame, gegenseitige und immersive Zuhören innerhalb des Gesprächs – ein Sich-des-Partners-bewusst-sein und der übertragenen Verantwortung für diesen. – Ich möchte meinem Partner nichts in den Mund legen, dass er nicht auch selbst so geäußert hätte.—

Die Dialog-Öffnung bietet außerdem die Gelegenheit, eine alle Paare umfassende Öffnungsrunde durchzuführen, bei der jedes Gruppenmitglied zu Wort kommt. Für diese Auslegung der Anwendungsvariante müssen durch den Initiator insbesondere die Rahmenbedingungen Dauer und geistige Verfassung der Gruppenteilnehmer berücksichtigt werden.

Diese Erweiterung kann nach situativen Ermessen des Initiators (sowie durch dessen Rücksprache mit der Gruppe) in den Ablauf des gruppendynamischen Zusammenwirkens implementiert werden.



V2.1 Beispielfall – Austausch und Zielsetzung durch Öffnung des Frage-Dialogs

"Define"

In dieser Etappe werden die gesammelten Rechercheergebnisse zusammengetragen, im Plenum ausgetauscht und einzeln nach der 2.1 Variante der Frage-Anwendung der Öffnung des Frage-Dialogs ausgewertet. Auf Basis dessen wird gemeinsam eine Zielsetzung in Form einer Frage Null (vgl. Kapitel 4.2 Kreativitätsmethoden) formuliert. Diese kann durch Input der Gruppe sowie des Initiators geschärft werden. Dieses Vorgehen folgt der beschriebenen Anwendungsvariante und gibt den Teilnehmern die Gelegenheit, im dynamischen Austausch Rückfragen zu stellen. Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante der Öffnung des Frage-Dialogs (V2.1).

Handlungsanweisung

Die Rückfragen werden innerhalb des Gruppengesprächs von den Teilnehmern gebildet. Der Initiator hält sich im Hintergrund, kann aber ggf. zuvor erarbeitete Fragen aufgreifen und so Impuls für den Austausch der Gruppe geben. Als Inspiration kann auch hierfür die Fragesammlung dienen (siehe 6. Anhang Fragesammlung). Die erarbeiteten Ergebnisse werden gemeinsam und übersichtlich notiert (bspw. Flip-Chart) und häufig gelistete Punkte entsprechend markiert.

Persönliche Metaebene:

Vor der fachlichen Mitteilung der Ergebnisse kann eine pointierte Öffnung der Gesprächsinhalte der persönlichen Metaebene durch den Dialog-Partner erfolgen. Diese persönlichen Offenbarungen fördern das gegenseitige, immersive Zuhören innerhalb der Dyade sowie anschließend im Plenum und eignet sich daher besonders, um die Konzentration einer Großgruppe zu bündeln. Anschließend folgt der Austausch der fachlichen Ergebnisse durch paarweise Vorstellung.

Exemplarisches Ergebnis der Einkaufswagen-Recherche:

- Wagen werden oft geklaut
- kostet viel in der Anschaffung
- der Kindersitz ist sehr unbequem

- keine Halterung für Maxi-Cosis, das ist gefährlich
- Sichtschutz für Privatsphäre Privacy blind
- schwer zu lenken, sperrig
- Rollen gehen häufig kaputt
- kleine Dinge können durchfallen
- langes Anstehen an der Kasse
- Retro-Look
- Platz einnehmende Aufbewahrung

Exemplarische und fachliche Rückfragen der Gruppe

Durch diese exemplarischen und fachlichen Rückfragen, inspiriert durch Initiator sowie Gruppe, kann die Recherche im Gruppengespräch reflektiert werden. Der Initiator gibt eine Reihenfolge vor, innerhalb der die Ergebnisse präsentiert und Rückfragen geäußert werden. Fragearten, die den Prozess des Rückfragens fördern, werden im Folgenden aufgeführt: Kontrollfrage, Gegenfrage, Informationsfrage, Reflektionsfrage, skalierende Frage, zirkuläre Frage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

- Wo stehen wir jetzt? Was sind die Aspekte, die am meisten Wichtigkeit aufgrund ihrer häufigen Beobachtung haben? Was hilft uns, diese Aspekte in eine Einkaufswagengestaltung zu übersetzen? Was hindert uns, diese Aspekte in eine Einkaufswagengestaltung zu übersetzen? Geht das auch anders? Können wir auch das Gegenteil gestalten?
- Woher kommen wir? Was wissen wir, das wir vorher noch nicht wussten?
- Welche Richtungen stehen uns offen/ sind möglich? Worauf fokussieren wir unsere Gestaltung des Einkaufswagens? Was ist für uns das Wichtigste, um es in die Gestaltung einzubeziehen?
- Wohin möchten wir gehen?
 etc. (vgl. teils Brunner S. 77).

Fachliche Metaebene:

Nach einer Diskussion in der Dyade oder gemeinsam im Plenum kann exemplarisch die folgende Zielsetzung in Form der Frage Null formuliert werden (vgl. 4.2 Kreativmethoden):

Wie muss ein nutzerzentrierter Einkaufswagen gestaltet sein?

3. Variante: Das Gruppengespräch – Wir fragen uns...

Diese Anwendungsvariante des Fragens ist partiell angelehnt an die sokratische Gesprächsführung innerhalb einer Gruppe (vgl. Kap. 4.1 Fragearten).

Diese Anwendungsvariante der Gesprächsführung stellt eine kommunikative Herausforderung für die Teilnehmer da, verlangt und trainiert jedoch parallel ein hohes Maß an spontaner Selbstreflexion, Offenheit, Empathie und disruptiven komplexen Denken (vgl. Kap. 1., 3.1, 3.2). Das übergeordnete Ziel ist es, durch Fragen eine gemeinsame immersive Kommunikationskultur zu befördern, die ein kreatives emergentes Resultat erzeugt (vgl. 3.1 Disruption; 3.2 Empathie). Angelehnt an die Methode der "regressiven Abstraktion" von Jakob Friedrich Fries "soll das Allgemeine als im Einzelnen enthalten aufgewiesen und aus der Analyse des Einzelnen heraus entwickelt werden" (vgl. 4.1 Fragearten; vgl. Birnbacher, Krohn: S.9). Als Impuls wird eine Fragestellung zu einer konkreten Eigenerfahrung genutzt, "das Denken soll im Konkreten Fuß fassen" (Birnbacher, Krohn: S.10).

Da in diesem Gruppengespräch Fragen durch die Teilnehmer selbst in die Gesprächsrunde eingebracht werden, eignet sich auch hier eine partielle Orientierung an der systematischen Fragevorgehensweise des sog. "Fragetrichters" (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten).

Organisation & Verlauf

Hier können die Teilnehmer ein Gruppengespräch mit offenen oder geöffneten Fragen beginnen, dem "Sondieren" und Sammeln von zur Sprache kommenden und interessanten Inhalten (vgl. Brunner 2017: S. 27). Die Teilnehmer erhalten durch die offene Fragegestaltung einen weiten Ermessensspielraum, betreffend der Art wie und inwieweit sie die Frage beantworten möchten. Diese Geste der offerierten Selbstbestimmung suggeriert den befragten Teilnehmern Wertschätzung, welche die innere Bereitschaft und intrinsische Motivation für die gegenwärtige Aufgabe steigert (vgl. 2. Kap. primäre Kreativität). Offene Fragen beginnen dabei häufig mit einem W-Fragewort (W-Frage bspw.: wer, wie, wo, was, wann, weshalb, warum, wozu) (vgl. Zielke: S.23 ff.).

Beispiel – **geöffnete oder offene Fragen im Gruppengespräch** (siehe 6. Anhang Fragesammlung)

- Was ist für dich besonders wichtig?
- Wie warst du früher?
- Was bedeutet f
 ür dich erwachsen sein?
- Wie sollen wir unsere Teamarbeit strukturieren?
 etc. (vgl. Beuerle: 2018)

Der Fragetrichter kann durch schließende oder geschlossene Fragen (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten) das Gruppengespräch gezielter auf einen spezifischen Gesprächsinhalt verdichten. Für die Gruppe kann durch dynamische Fokussierung im Gespräch gemeinschaftlich ein konsonanter und interessanter Gesprächskern herausgebildet werden. Soll es zu einer solchen inhaltlichen Eingrenzung kommen, mit dem Ziel ein konkretes Resultat für alle zu erarbeiten, bedarf es einer gegenseitigen Disziplin bezüglich der aufgeführten Vorgehensweise.

Beispiel – **schließende oder geschlossene Fragen** im Gruppengespräch (siehe 6. Anhang Fragesammlung)

- Was weißt du schon über deine Zukunft?
- Wozu willst /solltest du bereit sein?
- Worüber ärgerst du dich ständig?
- Wodurch bist du früher besonders aufgefallen?
- Wann wirst du erwachsen sein?
- Welche Methode sollten wir zu Beginn unserer Teamarbeit nutzen?
 etc. (vgl. Beuerle 2018)

Bei dieser Variante obliegt jedoch die Entscheidung über Ziel, Struktur und Verlauf dieses Gruppengesprächs alleinig in der solidarischen Verantwortung jedes Gruppenmitglieds selbst. Der Weg hin zu einer Antwort durch zwischenmenschlichen Austausch ist hier das Kernbestreben.

- Jeder Teilnehmer hat das Recht, erdachte Fragen sowie Antworten anzubringen.
- Dies Anwendungsvariante beinhaltet eine dezentralisierte Rolle eines sokratischen Gesprächsleiters (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten), da die Gruppe selbstorganisierte und regulierende Funktionen übernimmt. Jeder Teilnehmer sollte sich dieser Herausforderung

der experimentellen Gesprächsführung bewusst sein, die Chance und Wagnis zugleich darstellt. Eine solch offene Konzeption wird bspw. im therapeutischen oder philosophischen Kontext nicht empfohlen (vgl. Birnbacher, Krohn: S.213). In diesen Fällen hält sich bspw. ein sokratischer Gesprächsleiter im Hintergrund, kann jedoch stets einen hinweisenden bis hin zu einen bestimmenden Einfluss durch seine einzigartige Position geltend machen.

Das hier beschriebene Konzept steht in klarer Abgrenzung zu einer mäeutischen Gesprächsstruktur nach therapeutischen Maßnahmen,

weil hier weder eine psychische Störung noch ein individuelles Problem von intimer bzw. emotionaler Verletzung die grundlegende Handlungsbasis bilden (vgl. Moosbach 2018).

Des Weiteren ist die Rollenverteilung nicht auf gesunden bzw. allwissenden Therapeuten (bspw. Sokrates) und erkrankten bzw. Erkenntnis suchenden Klienten (bspw. Theaitetos) zu reduzieren (vgl. Kapitel 4.1 Mäeutik). Die Gruppenteilnehmer begeben sich gemeinsam auf eine Waage – in eine dynamische Gesprächsstruktur – in der sie gleichberechtigt und eigenverantwortlich dafür Sorge tragen, die Waage zu halten oder zum Ausschlagen zu bringen. Diese einkalkulierte Entgleisungs-, Eskalations- oder Reibungsmöglichkeit hat das Potenzial anzutreiben, selbstinitiativ die eigene Lösungsfindung bzw. persönliche Wahrheit zu ergründen und durch disruptives Denken kognitive, kreative Quersprünge zu

katalysieren (vgl. 3.1 Disruption). Die Gegenwart dieser Möglichkeiten ist notwendig, um in einen echten Dialog mit sich und anderen zu treten sowie daraus resultierend das individuelle Kreativpotenzial und die eigenen Veranlagungen zu erkennen sowie auszubilden

(vgl. 1.4 lst-Zustand).

Darüberhinaus wird hier ebenso das Risiko mit einbezogen, dass die offerierte Freiheit zur Öffnung abgelehnt wird. Der Initiator trägt diese Verantwortung mit und kommuniziert in die Gruppe, dass ein Scheitern dieser Interaktion gewinnbringende Erfahrung mit disruptiven Inhalten fördern kann. Bezüglich dieses Anwendungskonzeptes bedarf es einer Gruppenkonstellation, die sich der Rahmenbedingungen in diesem Maße bewusst ist und dessen Einhaltung eigenverantwortlich und gleichermaßen übernehmen möchte. Dazu können die Rahmenbedingungen vor der Gesprächseröffnung gemeinschaftlich festgesetzt und bestätigt werden.

Rahmenbedingungen

- Jeder Teilnehmer des Gruppengesprächs kann die Funktion des Impulsgebers und Initiators für die anderen Gruppenmitglieder übernehmen.
- Die Gesprächsführung folgt einer hochgradig dynamischen Gesprächsstruktur in der jeder Teilnehmer in einem komplexen, immersiven Gruppenbewusstsein gemeinschafts- sowie eigenverantwortlich agiert.
- Die Kommunikationswerte des sich Zuhören- und Aussprechenlassens stellen die maßgebende Orientierungsbasis dar, welche innerhalb des Gesprächs herausgefordert und situativ angemessen überschritten werden kann.
- Dabei ist klar herauszustellen, dass nicht jeder eigeninitiativ Fragen stellen oder Antworten geben muss und diesen Zuspruch zu jedem Zeitpunkt innerhalb des Gesprächs geltend machen darf.
- Eine festgesetzte Dauer des Gruppengesprächs kann nach Ermessen der Gruppe vorab festgesetzt oder offengelassen werden.
- Ein solches Gruppengespräch kann auch in mehrere kürzere Gesprächsintervalle (bspw. 5 Fragen am Stück) unterteilt sowie bspw. innerhalb eines Innovationsprozesses von Beginn an wiederkehrend eingeplant werden.



V3. Beispielfall 1 – Persönlicher Austausch im Gruppengespräch

Als exemplarisches Beispiel wird dieser Gruppen-Austausch als Zwischensequenz vor der Ideate-Etappe des Design-Thinkings eingeführt, um diese gedanklich erfrischt einzuleiten. Dieses Gruppengespräch kann auch in mehrere kürzere Gesprächs-Etappen unterteilt werden.

Ein bspw. Design-Thinking Innovationsprozess lebt auch von Denk- bzw. Kreativpausen, in denen die Inspiration auf einem ganz anderen Level gestiftet wird, ohne ein konkretes fachliches Ziel, aber mit gewinnbringendem persönlichen Mehrzweck. Um das Gruppenpotenzial aufzufrischen und neue Synergien innerhalb der Gruppendynamik zu befruchten, kann ein Kreativprozess wie folgt ergänzt werden.

Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante des Gruppengesprächs (V3). Die Fragen werden innerhalb der praktischen Anwendung von den Teilnehmern kreiert. Als Inspiration kann hier die Fragesammlung dienen, sollte jedoch nur bei Bedarf zur Hand genommen werden.

Handlungsanweisung

In einer kurzen Stillarbeitsphase (vgl. V1) kreieren die Teilnehmer jeweils eine persönliche Frage, die sie im Anschluss ihrem direkten Nachbar weitergeben. Dann werden die Fragen im Plenum vorgetragen und zunächst durch den direkt Befragten beantwortet. Im Anschluss ist die Frage für das Plenum zur Beantwortung freigegeben. Als ggf. notwendigen Impuls zur Beantwortung dient die Reihenfolge im Uhrzeigersinn, eine Antwort ist jedoch keine Pflicht. Die Reihenfolge der Antwortenden reguliert sich durch die dezentral organisierte Gruppe selbst und kann auch frei variieren (vgl. V3). Für diese Anwendung muss durch die Gruppe eine entsprechende zeitliche Rahmung (bspw. Gruppengespräch am Stück oder mehrere Teilsequenzen) beschlossen werden. Da ein Austausch ermöglicht und angeregt werden soll, sind Rückfragen, Kommentare und andere Beiträge aus dem Plenum erwünscht. Dazu eignet sich eine konkrete Bezugnahme auf den Vorredner, bis eine Frage abschließend durch die Gruppe behandelt wurde. Auch das Ende bestimmt die Gruppe in gemeinsamer Übereinkunft.

Exemplarische, persönliche Fragen der Teilnehmer

An dieser Stelle eignen sich offene oder geöffnete Fragen genauso wie geschlossene oder schließende Fragen. Dem Ermessensspielraum der Teilnehmer ist hierbei keine Grenze gesetzt. Durch die Bezugnahme auf den Vorredner findet eine Konkretisierung der Themen, im Sinne des Fragetrichters (vgl. 4.1 Fragearten), statt. Fragearten, die diesen Prozess fördern, sind u.a. sokratische Fragen, Rück-/Gegenfragen, Alternativfragen, hypothetische Fragen, zirkuläre Fragen etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Persönliche Metaebene:

- Fordern Sie Ihre Gewohnheiten (häufig) heraus? (Geadt 2016)
- Wie verändert man eine Stadt? (ebd.)
- Werden wir durch Veränderung stärker oder durch Kontinuität? (ebd.)

- Welche Gewohnheiten hinterfragen Sie? (ebd.)
- Möchten Sie unsterblich sein? (Frisch: 1988)
- Warum schenken Sie gerne? (ebd.)
- Was empfinden Sie als Eigentum:
- a) was Sie gekauft haben?
- b) was Sie erben?
- c) was Sie gemacht haben? (Frisch: 1988)
- Mögen Sie Kinder allgemein? (ebd.)
- Was würden Sie einem Freund nicht verzeihen? (ebd.)
- Hassen Sie leichter ein Kollektiv oder eine bestimmte Person und hassen Sie lieber allein oder in einem Kollektiv? (ebd.)
- Was bereust du getan zu haben? (Beuerle: 2013)
- Was bedeutet für dich erwachsen sein?(ebd.)
- Was war das letzte, was dich zum Lachen gebracht hat? (ebd.)
- Wem vertraust du hemmungslos?(ebd.)
- Was ist dir peinlich? (NEON: 2013)



V3. Beispielfall 2 – Kreation durch ein Gruppengespräch

"Ideate"

In dieser Define-Etappe des Design Thinkings werden erste Ideen, anhand der zuvor formulierten Frage-Null und nach der 3. Variante der Frage-Anwendung des Gruppengesprächs entwickelt. Als Anhaltspunkt für die zu berücksichtigen Parameter dienen die erarbeiteten Ergebnisse aus den vorhergegangenen Etappen und dessen jeweilige Auslegung der Gruppe. Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante des Gruppengesprächs (V3). Die Fragen werden durch die Gestaltungsinstanz der dezentral organisierten Gruppe gegeben, das heißt sie werden innerhalb der praktischen Anwendung von den Teilnehmern erarbeitet bzw. geäußert. Als Inspiration kann die Fragesammlung dienen (siehe 6. Anhang Fragesammlung).

Handlungsanweisung

Bei dieser Variante übernimmt jeder Teilnehmer der Gruppe eine Führungsverantwortung bezüglich der inhaltlichen Ergebnisse sowie auch der administrativen Bearbeitung der gesamten Gruppe. Darüberhinaus soll durch gesammelte sowie eigene Erfahrungen

die Gestaltungsidee bzw. der Fragegegenstand hinterfragt und geschärft werden. – Diese Aspekte können ggf. durch den Initiator verdeutlicht werden. – Anschließend kommuniziert die Gruppe ihr strukturelles Vorgehen im Plenum und beginnt dementsprechend, die Kreationsphase des Kreativprozesses (bspw. im Plenum, in kleineren Gruppen, Dauer, Methoden etc.). Hierbei sollten die Rahmenbedingungen allen Teilnehmern bewusst sein und als einzuhalten gelten.

Exemplarisch, fachlich-strukturelle Fragen der Teilnehmer

Um Fragen zum strukturellen Vorgehen zu formulieren, eignen sich die folgenden schließenden oder geschlossenen Fragearten, da sie auf einen konkreten Informationsgehalt abzielen: Informationsfrage, skalierende Frage, Kontrollfrage, Prozessfrage, reflektierende Frage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Fragen der fachlichen Metaebene:

- Was sollten wir als erstes festlegen? Welche Schritte schließen sich in welcher Reihenfolge an? Wie sollen wir unsere Teamarbeit strukturieren? Welche Methode sollten wir zu Beginn unserer Teamarbeit nutzen? Was hat bisher in ähnlichen Kontexten funktioniert? Was sollten wir mit einplanen (bspw. Gruppengröße, Bearbeitungsdauer, Materialien Organisation etc.)? Wie wollen wir Entscheidungen treffen? Wie signalisieren wir das Bedürfnis nach einem Metaebenen-Gespräch?
- Was wollen wir erreichen? Bis wann wollen wir das erreichen?
- Was ist besonders wichtig zu beachten? Was sollten wir in unserer Bearbeitung vermeiden?
- Was möchten wir lieber nicht herausfinden? Wieso wollen wir das nicht herausfinden? Inwiefern könnten die Konsequenzen hilfreich sein?
- Sind alle mit dem Vorgehen einverstanden?
- Hat jemand eine Verständnisfrage?
 etc. (vgl. partiell Brunner: S. 81)

Exemplarisch, fachlich-inhaltliche Fragen der Teilnehmer

Um geeignete Fragen für eine inhaltliche Inspiration sowie

die Herausbildung wichtiger Parameter der Ideenkreation im Kreativprozess zu erhalten, unterstützen die folgenden schließend oder geschlossenen und dadurch konkretisierenden Fragearten: Informationsfrage, hypothetisch Frage, Prozessfrage, Alternativfrage, Kontrollfrage, reflektierende Frage, skalierende Frage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Fragen der fachlichen Metaebene:

- Welche zukunftsgewandten Megatrends könnten bzw. sollten in der Gestaltung berücksichtigt werden? Inwiefern könnten wir uns auf die Zukunft durch unsere Gestaltung vorbereiten?
- Was können wir am Produkt verändern (verkleinern, vergrößern, vereinfachen, verschönern, die Anwendung vereinfachen, stabilisieren, langlebiger, sicherer, verlässlicher, attraktiver machen)?
- Was wäre die schlechteste Gestaltung eines Einkaufswagens und wie sähe das Gegenteil davon aus?
- Was würde mich begeistern? Auf welche Ausgestaltung des Einkaufswagens haben wir Bock? Was wäre cool zu schaffen? Was müsste ein Einkaufswagen haben, damit du überall mit ihm hingehen würdest?
- Was würde geschehen, wenn...? (Hypothetische Frage)
- Wäre es großartig, wenn...?
- Was fehlt an einem Einkaufswagen? Was wäre praktisch und cool zu haben (ohne Münze, Getränkehalter, Jackenhalterung)?
- Was würde mir meinen Einkauf erleichtern? Welche Prozessschritte lassen sich vereinfachen oder sind überflüssig?
- Inwiefern könnte sich unsere Nutzergruppe ändern? Wie können wir darauf reagieren?
- Wie könnte der Einkaufswagen meiner Körperhaltung zuträglich sein?
- Wie könnte man die Leihoption eines Einkaufswagens vereinfachen?
- Wie können Einkaufswagen platzsparender werden?
- Wie können Einkaufswägen ökologischer werden? Welche alternativen Materialien könnten wir verwenden? Gibt es günstige Recyclingmaterialien oder Gebilde, die sich zu einem Einkaufswagen formen lassen?
- Wie könnte die Produktion eines Einkaufswagens günstiger werden?

 Wie könnte ein Einkaufswagen leichter zu lenken sein? Welches Eigengewicht braucht ein Einkaufswagen? Wie leicht könnte man einen Einkaufswagen machen?
 etc.



V3. Beispielfall 3 – "Prototype" entsteht durch die Kreation aus dem Gruppengespräch

Prototype

In dieser Prototype-Etappe des Design Thinkings werden erste Ideen entsprechend der vorangegangenen, gemeinsamen und strukturellen Planung sowie iterativer Prozessschleifen praktisch umgesetzt. Dieses Vorgehen folgt ebenfalls der 3. Variante der Frage-Anwendung des Gruppengesprächs und kombiniert sich mit dem Frage-Fresh-Up. Die Fragen werden innerhalb der praktischen Anwendung von den Teilnehmern kreiert. Als Inspiration kann hier die Fragesammlung dienen, sollte jedoch erst bei Bedarf zur Hand genommen werden, da die Fragen sich aus der Prüfung der Idee durch das Plenum ergeben sollen (damit die wichtigsten Painpoints deutlich hervortreten).

Handlungsanweisung

Die Kreationsphase wird im Plenum evaluiert, um das Feedback der gesamten Gruppe zu den generierten Inhalten und Ideen zu erhalten (je nach zuvor entschiedener struktureller Gestaltung des Arbeitsprozesses). Dieser Input wird ggf. zur Ideenkonzeption ergänzt. Im nächsten Schritt erfolgt die Umsetzung der Idee durch die selbstorganisierten Gruppenmitglieder. Dabei wird eigenverantwortlich der Umsetzungsprozess stetig hinterfragt, gemeinsam evaluiert und angepasst.

Exemplarische, fachliche Fragen der Teilnehmer

Für eine konkretere Planung des Prototyps unterstützen die folgenden schließend oder geschlossenen und dadurch konkretisierende Fragearten: Informationsfragen, hypothetisch Fragen, Prozessfragen, Alternativfragen, Kontrollfrage, reflektierende Fragen, skalierende Fragen etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Fachliche Metaebene:

- Können wir den Prototypen unseres Einkaufswagens so bauen wie geplant? Warum tun Sie das, was Sie tun, auf diese Weise? Könnten Sie es auch anders tun? Wie können Sie dies oder jenes machen?
- Eignen sich unsere angedachten Materialien für die Verarbeitung und Gestaltung eines Einkaufswagens?
- Wie wird es woanders, in anderen Branchen, gelöst? Was können wir uns davon abschauen, welches Prinzip, Material, Konzept etc. übernehmen? Aus welchen Materialien kann es gebaut werden, die einfach zu beschaffen sind, wenig Kosten, in unserer direkten Umgebung?
- Welches wäre die dümmste, komplizierteste Gestaltungsform (Veranschaulichung), die wir wählen könnten? Was ist demnach also das Naheliegendste? Was bietet sich an, weil es einfach zu erzielen ist?
- Wie könnte der Prozess vereinfacht werden? Wie könnte er komplizierter werden?
- Kann es in einem Tag gebaut werden? Wie können wir unsere Einkaufswagenidee in einem Tag veranschaulichen? Welche medialen oder materiellen Aspekte würden den symbolisierten Effekt der zu veranschaulichenden Idee verdeutlichen? Können wir etwas metaphorisch versinnbildlichen (Das ist wie...)?



3.1 Erweiterung: Öffnung des Gruppengesprächs

Eine Erweiterungsmöglichkeit des Gruppengesprächs besteht in der kontextuellen Öffnung der Gruppe für Dritte. Erlauben und erfordern die Gegebenheiten den **Austausch mit Gruppenexternen**, kann diese Erweiterung durch einen regen Wechsel der interagierenden Gesprächsteilnehmer ergänzt werden. Um von einem solchen Gesprächs-

verlauf zu profitieren, muss ein solcher Austausch für alle Gesprächsteilnehmer die gleichen Bedingungen bereit halten. Diesbezüglich werden in regelmäßigen Intervallen die Gesprächsteilnehmer dynamisch ausgetauscht bzw. abgewechselt (wie bspw. beim Staffellauf). In den, durch die Gruppe vorab abgestimmten Gesprächsbedingungen, wird ein Gesprächsintervall sowie die Teilnehmer und deren Anzahl festgelegt. Diese Erweiterung eignet sich besonders für eine offene Gesprächsführung und faire Redebeteiligung bezüglich größerer Gruppen (bspw. Kongress, Forum, öffentliche Debatten etc.).



V3.1 Beispielfall – Evaluation & Test der Kreation, entstanden aus dem Gruppengespräch

"Evaluate"

In dieser Test-Etappe des Design Thinkings werden die Prototypen anhand des Vorgehens der 3.1 Variante der Frage-Anwendung, des Öffnens des Gruppengesprächs ausgetestet und im Diskurs erprobt. Hierbei kombinieren sich Erfahrungen, Überlegungen und Beobachtungen der Gruppe mit Innen- und Außenansichten von externen Dritten. Hierbei gelten für alle Gesprächsteilnehmer die gleichen, oben aufgeführten Bedingungen. Das Frage-Fresh-Up kombiniert sich an dieser Stelle mit der Anwendungsvariante des geöffneten Gruppengesprächs (V3.1). Die Fragen entstehen aus dem Diskurs heraus, während der praktischen Anwendung durch die Teilnehmer. Als Inspiration dient primär der Diskurs und bei Bedarf eine durch die organisierende Gruppe ggf. offerierte Fragesammlung.

Handlungsanweisung

Hierbei tauscht die Gruppe sich, nach zuvor vereinbartem Ablauf im Plenum mit Externen aus. Dazu müssen vorab gemeinsam die Rahmenbedingungen für diesen dynamisch wechselnden Gesprächsverlauf in der Gruppe abgestimmt und allen Gesprächs-teilnehmern verständlich mitgeteilt werden. Diese Aspekte beziehen sich auf die Dauer eines Gesprächsintervalls, Teilnehmer sowie deren Anzahl und

die wichtigsten Fragen. Als konkreten Anhaltspunkt und zur Förderung der Gesprächsdynamik können vor dem Beginn des Evaluations-Austauschs Inspirationsfragen an alle Gesprächsteilnehmer durch die organisierende Instanz ausgeteilt werden (hier das Design Thinking Team).

Exemplarische Fragen vorab zur Organisation

Hier eignen sich die folgenden, die Organisation schärfenden und konkretisierenden Fragearten: Informationsfrage, hypothetisch Frage, Prozessfrage, Alternativfrage, Kontrollfrage, reflektierende Frage, skalierende Frage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Fachliche Metaebene:

- Wer sind unsere Stakeholder? Können wir eine Prioritätsliste der Stakeholder anfertigen?
- Wer sollte sich für unser kreiertes Produkt interessieren? Wer könnte zukünftig davon profitieren? Wen könnte unsere Idee begeistern, auch außerhalb der erwarteten Branche?
- Welche Externen können wir für eine Evaluation gewinnen?
 Wer sind die Experten, die unseren Einkaufswagen-Entwurf am besten bewerten können? Welches Feedback ist noch sinnvoll?
 Wen sollten wir einfach mal so fragen?
- Wie bekommen wir die Externen motiviert? Was haben sie für einen Benefit davon? Was würde Ihnen einen Anreiz bieten, uns zu unterstützen?
- Wie könnten wir den Prozess so attraktiv wie möglich für sie gestalten?
- Wo und wie wollen wir den Einkaufswagen-Prototyp präsentieren und erlebbar machen? Was wäre das Optimum? Inwiefern können wir das leisten? Gibt es eine einfachere und gleich wirkungsvolle Lösung?
- Welche Anhaltspunkte und Hinweise brauchen die Externen, um die Idee bewerten zu k\u00f6nnen? Was sollen sie selbst erkennen k\u00f6nnen? Was muss erw\u00e4hnt oder erkl\u00e4rt werden? etc.

Exemplarische, fachliche Fragen der Design Thinking Gruppe sowie Dritter im Austausch

Hier eignen sich die folgenden schließenden oder geschlossenen und die durch die Analyse konkretisierenden Fragearten: Informationsfrage, hypothetische Frage, Prozessfrage, Alternativfrage, Kontrollfrage, reflektierende Frage, skalierende Frage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

Fachliche Metaebene:

- Was gefällt Ihnen an dem Einkaufswagen-Entwurf? Was nicht?
 Was würden Sie genauso machen? Was würden Sie anders machen?
 Was fehlt ihnen noch? Aus Ihrer Sicht: welche drei Maßnahmen würden den Einkaufswagen-Prototyp verbessern?
- Was fällt Ihnen besonders auf?
- Halten Sie diesen Entwurf für sinnvoll? Halten Sie diesen
 Entwurf für nutzerzentriert? Halten Sie diesen Entwurf für universell
 umsetzungsfähig? Welchen Wert bzw. Mehrwert verspricht dieser
 Entwurf eines Einkaufswagens?
- Wie können wir diese Idee noch evaluieren bzw. testen?
 Wo können wir sie noch ausprobieren? Was sollten wir noch testen und herausfinden?
- Wann ist der richtige Zeitpunkt die Idee zu testen?
- Wer sollte noch an dem Test beteiligt sein?
- Welche Konsequenzen sind zu erwarten (kurz-, mittel-, langfristig), wenn dieser Entwurf eines Einkaufswagens global umgesetzt wird?
 Was verändert sich bei den Nutzern, im Einkaufsverhalten, bei der Aufbewahrung etc.?

etc. (vgl. partiell Brunner: S. 79).

Exemplarische, persönliche Fragen der Design Thinking Teilnehmer sowie Dritter

An dieser Stelle dienen Fragen, die auf eine persönliche Metaebene abzielen, einer Auflockerung des Einstiegs und einem abwechslungsreichen Diskurs, der die Aufmerksamkeit anregt (vgl. 5. Gestaltungsansatz kurz gefasst). Diese Fragen werden zu Beginn eines Sprecher-Wechsels an die neuen Sprecher gestellt, um diese entsprechend vorzustellen und einen Austausch neu einzuleiten. Demzufolge sollten die Fragen inhaltlich möglichst unverfänglich, interessant, unkonventionell sowie schließend oder geschlossen

formuliert werden und kompakt zu beantworten sein. Dazu eignen sich die folgenden Fragearten: hypothetische Frage, zirkuläre Frage, skalierende Frage, Alternativfrage, Informationsfrage etc. (vgl. 4.1 Fragearten).

persönliche Metaebene:

- Bilder oder Pflanzen im Büro? (NEON: 2013)
- Hast du ein echtes Hobby? (ebd.)
- Wofür bist du absolut nicht geeignet? (ebd.)
- Was vermisst du, wenn du auf Reisen bist? (ebd.)
- Warst du schonmal in Lebensgefahr? (ebd.)
- Was brauchst du immer (Was geht immer)?
 (Beuerle: 2013)
- Was hasst du? (ebd.)
- Worauf sind deine Eltern an dir stolz? (ebd.)
- Was ist dir das Wichtigste auf der Welt? (ebd.)
- Welche historische Person wärst du gerne für 24h? (ebd.)
- Was halten sie für ungesund in ihrem Leben? (ebd.)
- Was muss heute hier passieren, damit ich sage der Tag hat sich gelohnt? (ebd.)
- Wo wünschen Sie sich Veränderung? (In: Beilfuß)
- Was darf gern so bleiben, wie es ist? (ebd.)
- Woher beziehen Sie Ihre Energie? (ebd.)
- Was genau macht am Glück glücklich? (In: Dobelli:2007)
- Wissen Sie, was Sie wollen? (ebd.)
- Wo sehen Sie die größte Gefahr für Ihren Frohsinn? (ebd.)
- Wissen Sie, was Sie glücklich macht? (ebd.) etc.



Wie kann dieser Gestaltungsansatz zukünftig in die Praxis umgesetzt werden?

Aufgrund einer erweiterten zukünftigen Bearbeitung und medialen Ausgestaltung dieser Gestaltungsansätze können die Frage-Anwendungsvarianten in Verbindung mit der Fragesammlung in eine praktisch zu handhabende Form, – als eine Art **Werkzeugkasten** für gruppendynamische Prozesse gebracht werden (bspw. Anwendungsbuch, Anwendung als Kartenspiel, interaktive Vorträge, Workshops etc.).

Durch die Expertise als Schnittstellendesignerin und aufgrund der tiefen Auseinandersetzung in dieser Arbeit, plant die Autorin diese Werkzeuge innerhalb kreativer Prozesse zu offerieren und eine selbst anleitende bzw. unterstützende Funktion bezüglich der praktischen Handhabung dieser zu übernehmen (bspw. Workshop-Angebot und -leitung, externe Beratung etc.). Die Autorin folgt demnach ihrem persönlichen Bestreben, dazu anzuregen, mehr Fragen zu stellen sowie das Angebot eines tiefgreifenden Verständnisses des Wirkungspotenzials von Fragen anzubieten, um u.a. zur eigenständigen Selbstentwicklung, zwischenmenschlichen Klarheit und Teamsynchronisation zu befähigen.

Im Anschluss an diese konkreten Syntheseergebnisse in Form des beschriebenen Gestaltungsansatzes, folgt nun ein persönliches Fazit dieser Arbeit (vgl. Kapitel 5.2).

5.2 Fazit

Die Erforschung des in dieser Arbeit behandelten Themas wird an dieser Stelle resümiert, dabei werden die folgenden Aspekte näher beleuchtet: persönliche Erwartungen und Unerwartetes, persönlicher Mehrwert dieser Arbeit, allgemeiner sowie spezifischer Ausblick und Mehrzweck dieser Arbeit.

Abschließend beschreibt die Verfasserin dieser Arbeit ihr persönliches Resümee aus der ersten Person Singular, um die Äußerung ihrer subjektiven Meinung an dieser Stelle zu untermauern.

Meine Leidenschaft und Begeisterung für das Thema Fragen hat sich durch die vorliegende Arbeit potenziert! Meine Urmotivation, mir dieses Thema zu erschließen, rührte stets von der Faszination des unmittelbaren Wirkpotenzials von Fragen her, in dem ich eine Kreativ-Wirk-Basis vermutete. Dieses Fazit einleitend folgt zunächst eine Beschreibung meiner erwarteten und unerwarteten Erfahrungen.

Persönliche Erwartungen & Unerwartetes

- im Hinblick auf diese Arbeit

Eine wissenschaftliche Arbeit ist nicht gut oder schlecht, weil ein erwünschtes Ergebnis erreicht wurde oder nicht. – Dieser Erfahrungswert ist für mich, wie im Folgenden abstrakt hergeleitet, zu einer wesentlichen Bedeutung herangewachsen. – Ein Ergebnis ist eine erarbeitete Erkenntnis. Es wurde etwas herausgearbeitet bzw. -gefunden, dass sich zuvor für den Forschenden nicht mit selbiger Klarheit und Sicherheit feststellen ließ. Das Resultat einer solchen Tätigkeit ist stets der Erkenntnisreichtum. Auf Basis einer solchen resilienten Ergebnisoffenheit, entstand die vorliegende Arbeit mit den in der Synthese herausgearbeiteten Resultaten. Eine solche Einstellung bestätigt meinen Grundsatz: "Du musst die Dinge selbst erleben, um zu verstehen und zu wissen, wie sie sind und was sie für dich bedeuten." – Deborah Beuerle

Die durch diese wissenschaftliche Arbeit trainierte Ergebnisoffenheit offerierte mir Erfahrungen über das früh konkretisierende und praktische Vorgehen eines Kommunikationsdesigners (Ausbildung meines vorangegangenen Bachelor Studiums) hinaus und schulte

dadurch einen geöffneten sowie disruptiven Blick für Gesamtzusammenhänge. Meiner Meinung nach bedarf es einer solchen Perspektive, um im holistischen Sinne die Zukunft mitzugestalten. Demnach weiß ich nun gefestigter als zuvor, dass das Fragen-fragen eine universale Relevanz hat und nie als abgeschlossene Handlungs-Episode angesehen werden kann.

Dieser Aspekt des generellen gesellschaftlich anerkannten Bewusstseins der Wirkung und der Relevanz einer Kultur des Fragens, stellte zu Beginn meiner Bearbeitung nur eine theoretische Vermutung dar, die sich anhand der recherchierten Ist-Situation im gesellschaftlichen und kreativwirtschaftlichen Alltag nur begrenzt beobachten ließ.

Dies bezüglich war mir von Beginn an bewusst, dass gerade in Kreativprozessen vordergründig bereits besonders viele Fragen gestellt werden. Für die Kreativbranche war die Aussage, dass Fragen ein enormes Wirkpotenzial haben, demnach zunächst nichts Neues. Meine tiefergehenden Überlegungen stellten jedoch heraus, dass trotz dieses Konsens über die Wirkung und Relevanz von Fragen, zu wenig dieser die alltägliche Kommunikation im Allgemeinen sowie im kreativwirtschaftlichen Zusammenhang, prägen. Meiner Recherche nach fehlt es an einer Selbstverständlichkeit des Fragens, in jeglichen Bereichen.

Denn ein wichtiger Beobachtungswert besteht darin, dass wir Fragen nicht nur im rein fachlichen Kontext stellen, sondern darüberhinaus das Individuum auf einer persönlichen Metaebene zentrieren. Dieser ist nicht als Nutzer der Kommunikation zu verstehen, sondern als Teilhaber und Mitgestalter einer zwischenmenschlichen Realität, der in einen echten Austausch tritt und dadurch mehr Klarheit über sich und andere erhält.

Der Mehrzweck für einen Zukunftsgestalters entspringt dieser Erkenntnis, aus der Tatsache, dass insbesondere durch eine vertiefte Frage-Kompetenz ein noch konkreteres und intimeres Nutzerverständnis erreicht werden kann. Beobachtungen ergaben, dass aus dem unmittelbaren Effekt von Fragen u.a. Empathie und disruptives Denken resultieren können, die wiederum auf ihrem Weg hin zu Kreativität, ebenfalls zwischenmenschliche Klarheit, Bindung und eine überzeugende Expertise des Fragens katalysieren. Dadurch trat für mich klar hervor, dass ein kontinuierliches Fragen-fragen im gewählten Kontext gewinnbringend und deshalb notwendig erfahrbar zu machen und zu gestalten ist. Aus diesem Umstand entsprang mein erweitertes Forschungsinteresse, die Gestaltungsmöglichkeit einer praktischen Frage-Anwendung für zwischenmenschliche Kommunikationsprozesse im kreativwirtschaftlichen Zusammenhang tiefergehend zu erforschen.

Ich suchte daher nach Erkenntnis über die Entstehung von Bindung zwischen Menschen, ausgelöst durch ein Fragen-fragen, um anhand dessen klarer kommunizieren sowie kreativeres Handeln verstehen und den eingangs formulierten Wunsch – eine alltägliche Kultur des Fragens – realisieren zu können.

Persönlicher Mehrwert dieser Arbeit

Diese Erkenntnissuche führte mich zu einem konkreten und fundierten Verständnis bezüglich der Wirkung von Fragen und ergab folgendes:

- Fragen funktionieren immer. Das heißt, sie lösen einen kognitiven Reflexionsprozess aus, der die Befragten sowie den Fragenden immersiv in die akute Kommunikation und Situation katapultieren kann.
- Fragen katalysieren den Weg hin zu einer Antwort, als vorgelagerte Reflexion und können, unabhängig von ihrer verbal oder nonverbal gegebenen Antwort, eine geschärfte Wahrnehmung der sozialen Situation erzeugen.

Ich stellte heraus, dass dieses Potenzial zwischenmenschliche Klarheit, Verständnis und Bindung befördern kann und daher für mich als Chance gilt, sich postwendend in einen echten und tiefen Austausch mit sich und anderen aktiv zu begeben. Dies bietet uns die Gelegenheit "am Du zum ich" zu werden (Buber: 1979).

Innerhalb dieser Arbeit nutzte ich die Gelegenheit, die beschriebenen Erkenntnisse im Rahmen meiner Profession zu erforschen, anhand dessen praktische Handlungsempfehlungen zu synthetisieren und mein individuelles Potenzial anhand dieser fachlichen Untersuchung zu ergründen sowie auszubilden. Nicht zuletzt um mein persönliches Profil als Zukunfts- bzw. Schnittstellendesignerin für meine berufliche Zukunft zu konkretisieren. Anhand meiner Bearbeitungen bildete ich eine Fragekompetenz aus, die mich im Allgemeinen zu einer klareren Kommunikation sowie im Spezifischen zur effektiveren Kreativarbeit im Team befähigt.

Darüberhinaus konnte ich verschiedene Blickwinkel durch diverse Forschungsgespräche, mit Vertretern interdisziplinären Disziplinen mit relevanter Praxisexpertise (u.a. Designer, Kreativdirektor, Ingenieure, Innovations- bzw. Kreativberater, Therapeut, Philosoph, Künstler etc.) kennenlernen und ergründen. Diese festigten meine Überlegungen und konkretisierten das Forschungsfeld des Fragen-fragens. Im Zuge dessen sprach ich mit den unten aufgeführten Personen, die mir Anregung, Inspiration sowie Reibungsfläche boten und anhand derer ich meine persönlichen Überlegungen schärfen konnte (siehe Liste unten). Die Relevanz, Fragen zu fragen ist dabei durch meine Reflexion, durch Forschungsgespräche und meine Recherche stets bestätigt worden.

Allgemeiner sowie spezifischer Ausblick & Mehrzweck dieser Arbeit

Nach der Art und Weise, wie der synthetisierte Gestaltungsansatz konzipiert wurde, eignet sich dieser für den beschriebenen Kreativ-Kontext (Fokus Kreativwirtschaft) sowie für eine Anwendung im alltäglichen Miteinander (Fokus Allgemein), – bezüglich jeglicher Situation, in der Menschen in Kommunikation aufeinander treffen – denn Fragen katalysieren immer etwas. Daher strebe ich danach, die erarbeitete Expertise in die Praxis zu etablieren. Entsprechend ist diese Masterarbeit für mich als ein Zwischenergebnis zu sehen, dass zukünftig diverse Facetten der Umsetzung annehmen kann und wie folgt angedacht wird.

Ich möchte anhand der kreierten Syntheseergebnisse mein Wirkungspotenzial als zukunftsgewandte Schnittstellendesignerin entfalten und die gewonnenen Erkenntnisse nutzen, um auf Basis derer zum zwischenmenschlichen Gleichgewicht beizutragen, zur bewussten Reflexion sowie Kommunikationshygiene anregen und präventiv entgegen negativer Selbstkonzepte wirken.

Besondere Relevanz dürfte eine solche Anwendung finden, wenn man sie in Bereichen der Persönlichkeitsentwicklung einsetzt, wie bspw. in Personalabteilungen (Human Resource Abteilungen) oder bei der persönlichen (privaten) Selbstentfaltung. Dort gewinnen gegenwärtig solche (Nutzer-) Zentrierungen durch Entwicklungen, wie bspw. Individualisierungs-Megatrends (Identitätsmanagement, Lebensqualität, Self-Balancer etc.) an allgemeinem Zuspruch (vgl. Gatterer 2018).

Dementsprechend könnte die beschriebene Frage-Anwendung als Werkzeugkasten, zum geschickten Fragen stellen für gruppendynamische Prozesse jeglicher Art, offeriert werden. Eine strategische und mediale Umsetzung für die entstandenen Anwendungen zu gestalten, bildet dabei den nächsten Schritt. Begleitend dazu könnten die Ergebnisse dieser Arbeit durch folgende Umsetzungsmöglichkeiten Realisierung finden:

- generelle Implementierung der Expertise in eine zukünftige berufliche Tätigkeit als erweiterte Kompetenz
- Konzeption und Ausrichtung von Vorträgen und Workshops bezüglich der erforschten Ergebnisse und zur anleitenden Einweisung in die praktische Handhabung der Frage-Anwendung, als selbstständige und beratende Tätigkeit
- Veröffentlichung und Formulierung kompakter Abhandlungen (Artikel, Paper etc.) zu den erforschten Erkenntnissen
- erweiterte Vertiefung des behandelten Forschungsfeld durch die Formulierung einer Dissertation

Diese Ausführungen nun zu einem Abschluss führend gebe ich dem Leser die zwei folgenden und persönlichen Aspekte mit: Wie es bereits Claudia Maries treffend formulierte, habe ich durch die Erkenntnisse aus dieser Arbeit die "Hoffnungen und Visionen zur gesellschaftlichen und politischen Transformationskraft von Design [beizutragen], welche sich nicht weniger vornimmt als die Transformation von Welt und Gesellschaft" (vgl. Mareis: S. 33).

Was es braucht, ist ein "moderater Aktivismus und Optimismus im Hinblick auf die Potenziale des Entwerfens", eine intrinsische Motivation, die das Individuum stets befragt und ihm den Weg hin zu neuen eigenen Antworten offenbart, die ihm eine selbstinitiierte Potenzialentfaltung ermöglicht (Rittel: S.53).

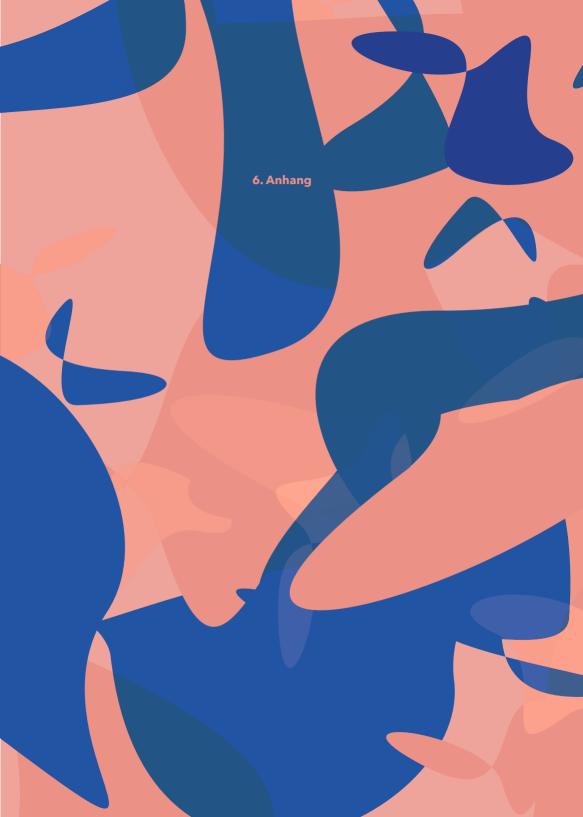
Hierbei gilt zumeist "mit zweien beginnt die Wahrheit."

- Firedrich Nietzsche (Nietzsche: 2017).

Gesprächspartner

An entsprechenden Stellen innerhalb dieser Arbeit wurden die Kommentare der Gesprächspartner, auf Wunsch derer entsprechend gekennzeichnet.

- Dr. Anja Osswald (Kreativdirektorin für Konzeption, Wissenschaftskommunikation & Formatentwicklung etc. TRIAD, Denkbank, Berlin)
- Prof. Christian Kohlmann (Bildhauer & Prof. HS Pforzheim Master of Creative Direction)
- Prof. Silke Helmedig (Fotodesignerin & Prof. HS Pforzheim Master of Creative Direction)
- Prof. Dr. Phil. Thomas Hensel (HS Pforzheim Master of Creative Direction, HEED)
- Ma. Annika Theobald (Abertausend: Innovationsberatung & -Provokateur, Lehrbeauftragte HS Pforzheim, Master of Creative Direction, HEED)
- Svenja Beckert-Appelby (MA in Design Futures London, Design Thinkerin Hasso-Plattner-Institut, Spreakerin, Gründerin New Order Design etc.)
- Sascha Eschmann (Dipl.-Medienwissenschaftler, Design Trinker, Redner, Impulsgeber und Berater für Innovationsprozesse)
- Dominik Hoffmann (Diplomkaufmann, M.A. Publizistik, Lehrauftrag Lean Startup, Gründer & Geschäftsführer Heimathafen Wiesbaden)
- Ma. Felix Gossar (MA SI Labs, Master of Creative Direction)
- Christoph Beuerle (ZF Dipl. Bremseningenieur)





6. Einleitung & Handhabung der Fragesammlung

Wie bereits mehrfach unter dem 5. Kapitel Synthese erwähnt wurde, ist hier im Anhang unter 6. bzw. 6.1 eine umfangreiche sowie stets zu erweiternde Fragesammlung aufgeführt, die zur Inspiration für die konzipierte Frage-Anwendung sowie als Anhaltspunkt für die Inhalte einer Kultur des Fragens bieten kann. Diese Fragen variieren bezüglich ihres angeregten fachlichen bzw. persönlichen Tiefgangs, der durch sie ausgelösten Reflexionsmöglichkeit und sind darum situativ zu arrangieren. In der folgenden Einleitung dieser Fragesammlung wird der Umgang sowie die Handhabung konkret beschrieben.

Fragen von Wichtigkeit

Warum sind die gelisteten Fragen von Wichtigkeit? Die Wichtigkeit erwuchs aus einer umfangreichen Recherche, der persönlichen Expertise sowie dem eigenen Ermessen und ist durch individuelle Erfahrung, aufgrund von Beantwortung der aufgeführten Fragen und den Diskurs über selbige zu ergründen. Die Fragen wurden nach dem unmittelbaren Effekt, Reflexion zu erzeugen und den ersten Schritt hin zu einer Antwort anzustoßen, ausgewählt. Diese bisherige Liste erhebt aufgrund der individuellen Auswahl keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern ist als fortlaufend zu ergänzen zu betrachten. Daher ist es für den Leser interessant herauszufinden, welches Maß an Wichtigkeit, diese ersuchten Fragen für ihn selbst bzw. sein Umfeld erreichen können.

Praktischer Umgang mit dieser Fragesammlung

Diese Liste kann als praktische Geste gesehen werden, die ein Ensemble von inspirierenden, zum Denken anregenden Fragen offeriert. Zunächst ist jeder Leser als Adressat anzusehen, da Fragen ein genereller Reflexionsimpuls innewohnt. Des Weiteren sollte sich der Fragende jede Frage, die an andere gerichtet werden soll, zuvor selbst stellen. Darüber hinaus ist dieser Fragenkatalog primär an die konzipierende Gestaltungsinstanz der beschriebenen Frage-Praxis gerichtet (vgl. Kapitel 5: Synthese, Frage-Fresh-Up in Kombination mit den 3 Frage-Anwendungsvarianten). Bezüglich der beschriebenen Varianten kann dies sowohl ein Initiator sowie eine dezentral organisierte Gruppe sein, der/ die die Fragen ggf. vorbereitet oder situativ im Kontext entwickeln lässt (vgl. folgende Ausführungen sowie Frage-Anwendungsvarianten V1, V2, V3).

Merke - Konkrete Handhabungsempfehlungen

Diese Fragen müssen ggf. vorab und entsprechend der geplanten Anzahl der Frage-Fresh-Up Intervalle sowie Inhalte in der gegebenen Fragesammlung recherchiert, inspiriert oder erarbeitet werden. Dies erfolgt je nach Konzeption durch den Initiator oder die dezentral organisierte Gruppe. Alternativ kann je nach Konzeption eine Erarbeitung der Fragen durch die Teilnehmer erst innerhalb der praktischen Anwendung erfolgen (vgl. 5.1 Gestaltungsansatz).

Handhabung Beispiele

- Wird der Fragenkatalog durch den Initiator genutzt, kann dieser zuvor bei der Konzeption der praktischen Anwendung entsprechende Fragen recherchieren und für die Praxisanwendung vorbereiten. In diesem Fall kann der Initiator nach jeweiliger Konzeption bspw. auch nur eine exemplarische Frage als Anhaltspunkt in die Gruppe geben, um die eigenständige Bearbeitung dieser anzuregen. Hier ist der Zugang zur Sammlung nur dem Initiator vorbehalten.
- Je nach Konzeption der praktischen Frage-Anwendung kann durch die planende Gruppe bzw. den Initiator eine Art zufällige Verlosung der Fragen (bspw. in Kartenform) vorbereitet werden. Dies eignet sich für Variante 1, das Selbstgespräch bzw. Variante 2, den Frage-Dialog.

en je nach Bearbeitungsstrukt oppenarbeitsphase

Fragen gene

er prakus

n Initiator bzw. der Gruppe end ant wurde). Dazu können auch nur e planende Instanz zur Verfügung

äch (vgl. V3 Anwendungsvariante) den, wird empfohlen, die Fragerchzuexerzieren, sondern hier n Inspiration zu suchen, um das ig wieder anzustoßen. In diesem offene Diskussionsrunden mit ergeben.

agen bezüglich der beschriebenen Praxis-Anwendung

Eine detailliertere Ausführung der Fragearten bietet das Kapitel 4.1. Begleitend zu den Frageblöcken der Fragesammlung stehen partiell kurze Beschreibungen und Analysen der Fragearten, bezüglich Art, Form, Wirkung, Anwendungskontext etc...

Die Fragen sind je nach Anwendungskontext zu formulieren und zu wählen und können wie folgt unterschieden werden:

- **1.** Fragen, die eine **persönliche Metaebene*** und ein Kennenlernen des Gegenübers generieren. (Fokus allgemeiner Kontext).
- 2. Fragen, die auf eine fachliche Metaebene* abzielen und den akuten Kreativprozess reflektieren. (Fokus Kreativwirtschafts-Kontext)
 Diese beiden Formen können eine Gruppe bspw. in einer Workshop-Situation dabei unterstützen, sich gegenseitig mit Hilfe von Fragen besser zu verstehen und zu motivieren. Eine entsprechende Markierung* in der folgenden Sammlung zeigt die Tendenz der aufgeführten Fragen an.

Zur Anwendung empfohlene Fragen°

Um den Quellenkontext übersichtlich beizubehalten, wurden die Fragen mit demselben Ursprung zusammengefasst. Zwecks ihrer Hervorhebung aufgrund der besonderen Eignung zur Verwendung innerhalb der konzipierten Synthese wurden partiell Fragen wie folgt kenntlich gemacht:

• = Die so markierten Fragen eignen sich exemplarisch für das beschriebene Frage-Fresh-Up in Kombination mit den 3 Frage-Anwendungsvarianten (den praktischen Umsetzungsformen).

Die vorliegende Fragesammlung kann in dieser vorläufigen medialen Form zur Verfügung gestellt werden sowie nach Zustimmung an Dritte weitergegeben werden.

6.1 Fragesammlung – Anhang

Selbstbefragung – Zu Beginn eine persönliche Empfehlung Bevor diese Fragen einer zweiten oder dritten Person gestellt werden, wird empfohlen, sich diese persönlich zu beantworten. Dies meint: – Jede Frage, die ich anderen stelle, habe ich zuvor mir selbst gestellt und kenne ihre Wirkung aus eigener Erfahrung. – Eine solche Antwort erfolgt am besten spontan, intuitiv und aus dem Bauch heraus. Prämisse ist es, nicht zu lang zu überlegen und den ersten Gedanken zu bewerten, sondern jeden Gedanken zunächst einmal zuzulassen. Zur besseren Analyse können die Ergebnisse notiert und in Form einer Hypomnema archiviert werden (Foucault: S. 500).

Anfang Fragesammlung ___

Ensemble an Fragen – Deborah Beuerle

Diese Fragen beziehen sich maßgeblich auf eine persönliche Metaebene* und sind im entsprechenden Anwendungskontext besonders wirkungsvoll.

Was ist deine Superkraft? (nicht beruflich)°

Was ist mein Alleinstellungsmerkmal (USP)? °

Was riechst du gerne?

Wem vertraust du hemmungslos?°

Wann und weshalb hast du das letzte Mal geweint?

- Kummertränen und Freudentränen?

as war das letzte, was dich zum Lachen gebracht hat?

s ist das Letzte gewesen, das dich glücklich gemacht hat?

möchte ich können, werden oder sein? °

n bestehen deine fachlichen Skills? (Fähigkeiten herausstellen)

m hast/möchtest du Kinder?

st deine erste Kindheitserinnerung?

st dein größtes Geheimnis?

Volvem hast du am meisten gelernt?

Was bereust du nicht, dass du getan hast?

Was bereust du, bisher noch nicht getan zu haben?

Was bereust du getan zu haben?

Was ist dein wertvollster Besitz?

Welchen Fehler bereust du nicht und möchtest du nicht missen?

Was ist der Glaubenssatz, der am stärksten in deinem

Handeln beeinflusst?

Was ist dein Credo (Motto), eine Erkenntnis, die du dir selbst immer wieder sagst?

Was verstehst du unter einem guten Freund?

Hältst du dich selbst für einen guten Freund?

Woraus hast du am meisten gelernt? °

Wie warst du früher?°

Was bedeutet für dich erwachsen zu sein?°

Wordber ärgerst du dich ständig?°

Norüber ärgerst du dich immer noch? °

Worüber freust du dich immer noch? °

Wie sieht dein Leben in einem Jahr aus? Wie in 5? Und wie in 20 Jahren? (Was kann, was soll, was nicht, was soll anders sein, was wäre schön etc.?

Was wärst du ..., wenn ...

Was wäre, wenn ...

Was ist die unangenehmste Aufgabe auf meiner Liste und gleichzeitig die Wichtigste, die mich weiterbringt und die ich deswegen als erstes machen sollte?

Was müsste heute passieren, dass du sagst der Tag hat sich gelohnt? (persönliche Erwartung abfragen)

- Warum bist du hier? Was hat die heute hergebracht? Wofür brauchst du konkret Inspiration?

Was zeichnet deine berufliche Tätigkeit aus?

Auf welchem Gebiet bist du hier Profi?

Was ist dein nächstes Reiseziel?

Was war bisher deine bemerkenswerteste Reise, die du unternommen hast?

Was hältst du für ungesund in deinem Leben?

Was ist dir das Wichtigste auf der Welt?

Worauf sind deine Eltern an dir stolz?

(Beuerle: 2013 – private Sammlung, nicht verlegt)

Auszug aus Gespräch mit Silke Helmerdig und Deborah Beuerle persönliche Metaebene*

Die folgende Frage, wenn sie zu einem angemessenen Zeitpunkt in eine Dyade oder ein Gruppengespräch etabliert wird, hat eine eindrucksvolle und einzigartige Wirkung auf den so Befragten. Die offene Fragestruktur übergibt dem Befragten die absolute Kontrolle über die mitgeteilten Gesprächsinhalte. Sie bietet gleichzeitig dem Bedürfnis nach positiver Wahrnehmung, offenes Interesse sowie Gelegenheit zur Präsenz und Selbstdarstellung an.

Der Befragte bekommt durch diese besondere **sokratische Frag**e **absolute Wertschätzung** entgegengebracht, bevor er überhaupt eine Antwort erdacht hat (vgl. 4.1 Fragearten).

Diese Frage eignet sich tendenziell, je nach Gesprächsatmosphäre, für ein bereits vertieftes Verhältnis zwischen den Gesprächsteilnehmern.

Was möchtest du (mir noch) über dich erzählen? °

(Helmerdig: 2018)

Berühmte Fragen - Die letzten Fragen

Persönliche & fachliche Metaebene*

Fragen, die sich mit dem Gebiet der Metaphysik beschäftigen sind zeitlich und global gesehen die berühmtesten Fragen (vgl. Stavemann: S.17). Es handelt sich hierbei um Fragen, die von ihrer Struktur her sehr offen oder geöffnet sind, den individuellen Interpretationssowie Deutungsraum erweitern und aufgrund dessen die Menschen seit jeher zum Nachdenken antreiben. Es sind Fragen, die eine grundsätzliche Wahrheit in Bezug auf die wesentlichen Diskrepanzen menschlichen Zusammenlebens und Handels zu ergründen versuchen (vgl. ebd.). Die Struktur der Fragen ist häufig auf eine sokratische Frageart zurückzuführen.

Was kann der Mensch wissen? Was ist der Sinn des Lebens? Warum existiert die Welt überhaupt? Warum ist die Welt so wie sie ist? Was macht den Menschen aus? Was macht den Menschen zum Menschen? Was ist ein lebenswertes Leben? Sein oder nicht sein? – Shakespeare Gibt es etwas "Geistiges"? Wie unterscheiden sich Geist und Körper? Was ist eine Seele und existiert sie und wenn ja für ewig? Besitzt der Mensch einen freien Willen? Gibt es Gott oder Götter? Was können wir über Gott/Götter wissen, wenn es sie gibt? Was ist gut? Was ist schlecht?

lst alles im stetigen Wandel oder gibt es Dinge, die trotz aller Veränderungen gleichbleibend konstant sind? Die Sammlung entstand aus dem Wissen der Autorin.

Kantische Grundfragen: - Emanuel Kant

Was kann ich wissen?
Was soll ich tun?
Was darf ich hoffen?
Was ist der Mensch?

(Stadler: 2018)

Drei Fragen – Jorge Bucay

persönliche Metaebene*

Wer bin ich?
Wohin gehe ich?
Und mit wem?

(Bucay: 2007)

Fragen zur "emotionalen Biographie" – Christian Kohlmann

persönliche Metaebene*

Bei den folgend aufgeführten Fragen der "emotionalen Biografie" nach Christian Kohlmann handelt es sich vorwiegend um Fragen, die einen sanften Einstieg speziell in eine Introspektion (vgl. Kapitel 5 Synthese Gestaltungsansatz) erleichtern können (vgl. Kohlmann 2018). Sie folgen hier meist der Struktur schließender oder geschlossener Fragen (siehe Kapitel 4.1 Fragearten) und zielen auf eine konkretere Antwort ab, die nur individuell und durch den jeweilig Befragten beantwortet werden kann. Ein Urteil von außen ist nicht so Wahrheit bringend wie die Selbstbeobachtung und hat deshalb wenig Geltung – das suggeriert dem Befragten Sicherheit.

Im Zusammenhang eines übergeordneten intrinsisch motivierten Ziels oder Mehrzwecks können diese Fragen den Befragten behutsam auf den Weg der Selbstreflexion führen, sowohl impulsgebend für eine retrospektive Selbsteinfühlung, als auch Orientierung und Sicherheit gebend in der eigenen "emotionalen Vergangenheit" sein.

Wie alt sind Sie?

Zu welcher Zeit, unter welchen Bedingungen sind Sie geboren?°

Wo und wie verbrachten Sie die ersten Jahre Ihres Lebens?

Wie sehen die Stationen Ihres Lebens aus?°

Schulwechsel, Ausbildung, berufliche Veränderungen?

Wie häufig sind Sie umgezogen?

Auf welche Schulen sind Sie gegangen?

Wie haben Sie früher gewohnt?

Wie sah Ihr Kinderzimmer aus?

Wie ging es weiter mit Kindergarten, Grundschule?

Wer waren Ihre Freunde?

Wer hat Ihnen das Fahrradfahren beigebracht?

Zu wem gingen Sie bei Kummer? °

Lieblingslehrer....?°

Welche Talente haben Sie?°

Welchen Beruf haben / hatten Sie?

Ihre beruflichen Meilensteine?

Brüche, fundamentale Wendungen oder Entscheidungen im

Lebenslauf? °

Warum tun Sie das, was Sie gerade tun? °

Was beschäftigt Sie am meisten in Ihrem beruflichen Umfeld?

Mit welcher Tätigkeit bekommen Sie bei Kollegen (von anderen) die meiste Anerkennung? °

(vgl. Kohlmann: 2018)

Klarheit - Live-Coach und Kalender, Planer für mehr Fokus

persönliche Metaebene*

Welche Qualitäten sind mir bei Freunden wichtig?

Worin sehe ich meine besonderen Fähigkeiten und Eigenschaften?

Wofür bekomme ich regelmäßig gutes Feedback?

In welchen Momenten und Situationen bin ich voll in meinem Element?°

Wann verschwindet für mich Zeit?

Welche Menschen inspirieren mich? °

- Aufgrund welcher Eigenschaft tun sie das? °

Was würde ich tun, wenn weder Geld noch Anerkennung für mich eine Rolle spielen würden?

Was möchte ich gerne schaffen in diesem Leben (Löffel-Liste)? ° Ich möchte in einer Welt leben, in der...

Über meine Situation:

Welche Aspekte (Begriffe/Bilder) assoziierst du mit Zufriedenheit?

- Welche Aspekte, die du notiert hast, findest du momentan in deinem Leben wieder? Welche nicht?
- Was könntest du tun, um das, was fehlt, in dein Leben zu bringen?

Welche Worte/Bilder beschreiben deine aktuelle Situation in den jeweiligen Lebensbereich (Familie & Freunde, Kreativität & Inspiration, Gedanken & Emotionen, Finanzen & Materielles, Körper & Gesundheit, Arbeit & Ausbildung)?

- Auf einer Skala von 1-10: Wie erfüllt bist du in jedem einzelnen Lebensbereich zur Zeit?
- Schau auf das Potenzial in jedem Lebensbereich: Falls du dich nicht ganz erfüllt fühlst,
 was sind die Ursachen dafür?
- Was wäre nötig / könntest du tun, um das vorhandene Potenzial freizusetzen?

Über meine Ziele:

Was würde ich gerne können bzw. lernen? °

Wodurch ist das Verhältnis zu den Menschen geprägt, mit denen (1) und für die (2) ich arbeite?

Schafft das, womit ich meine Zeit verbringe, einen wirklichen Wert für mich und andere? Inwiefern?

Welche Aktivitäten, die mich begeistern und aus denen ich Energie und Zufriedenheit schöpfe, vernachlässige ich momentan?

Was könnte ich tun, um mein Leben noch mehr in Einklang mit meinen Stärken und Fähigkeiten zu führen?

Was würde ich tun, wenn ich keine Angst hätte? °

Was sind meine Wünsche und Ziele? Was möchte ich erreichen? Wohin will ich mich entwickeln? °(Zuordnung zum jeweiligen Zeithorizont: im Leben, in 5 Jahren, in einem Jahr, in 6 Monaten)

- Wenn du deine Auflistung anschaust: Bei welchem der Ziele hast du spontan das Gefühl, dass es momentan den positivsten Einfluss auf dein Leben hätte? (Markiere es.)
- Warum willst du das markierte Ziel erreichen? Welche

- Eigenschaften, Gewohnheiten, äußere Umstände können dir helfen, es zu erreichen?
- Was könnte dich daran hindern, dein Ziel zu erreichen (z.B. Denk-/ Verhaltensweisen, Ressourcen, Umfeld...)? Welche Folgen, vor denen du zurückschreckst, bringt das Ziel mit sich?
- Wie könntest du die bremsenden Kräfte auflösen, welche Maßnahmen und Ideen fallen dir ein?
- Welche Veränderungen in meinem Verhalten / meinen Gewohnheiten / meiner Umgebung würden mir helfen, mein Ziel zu erreichen?
- Was davon sollte ich als erstes in Angriff nehmen? Was kannst du konkret tun, um dich deinem Ziel zu nähern? °
- Welche Schritte, Zwischenziele, Verhaltensweisen liegen auf dem Weg dorthin? ° (Zeitliche Einordnung in Liste)

(vgl. Dalla Torre: 2015)

Fragebogen - Max Frisch

persönliche Metaebene*

Nach Meinung und Kenntnis der Autorin gelingt es Max Frisch auf außergewöhnliche und einzigartige Weise, das alltäglich Relevante mit dem Metaphysischen in seinen Fragen zu verknüpfen und so die Triebe und Bedürfnisse des Menschen pointiert zu hinterfragen. Es wird eine grundlegende Reflexion gesellschaftlicher Verhaltensmuster angeregt, um so zu einer Wesentlichkeit zu gelangen, die diese Muster aufzubrechen vermag. Max Frisch bedient sich maßgeblich der sokratischen, zirkulären, hypothetischen sowie der Alternativ- und Gegenfrage. Zu den aufgeführten Fragen ist generell zu erwähnen, dass sie auf eine sehr intimen Metaebene abzielen. Für solche Arten von Fragen bedarf es neben einer angemessenen Einleitung und Rahmung auch entsprechend zeitliche Kapazität für eine offene Diskussion. "Zu antworten bleibt dem Lesenden überlassen, – was die Lektüre unwiderstehlich macht." – Buchdeckel

Fragebogen 1:

Wem wären Sie lieber nie begegnet? ° hypothetische Frage Möchten Sie das absolute Gedächtnis? ° Wen, der tot ist, möchten Sie wiedersehen? ° hypothetische Frage

Anhang 6

Hätten Sie lieber einer anderen Nation (Kultur) angehört und welcher?° Wie alt möchten Sie werden?°

Hassen Sie leichter ein Kollektiv oder eine bestimmte Person und hassen Sie lieber allein oder in einem Kollektiv? O Alternativfrage Überzeugt Sie ihre Selbstkritik?°

Was, meinen Sie, nimmt man Ihnen übel und was nehmen Sie sich selber übel? ° zirkuläre Frage

- Und wenn es nicht dieselbe Sache ist; wofür bitten Sie eher um Verzeihung? Rück-/Gegenfrage (Innen- vs. Außensicht)

Wenn Sie sich beiläufig vorstellen, Sie wären nicht geboren worden: beunruhigt Sie diese Vorstellung? ° hypothetische Frage Lieben Sie iemanden? °

- Und woraus schließen Sie das? ° Rück-/Gegenfrage Gesetzt den Fall, Sie haben nie einen Menschen umgebracht: wie erklären Sie es sich, daß es dazu nie gekommen ist? ° hypothetische Frage Was fehlt Ihnen zum Glück? ° sokratische Frage Wofür sind Sie dankbar? °

Möchten Sie lieber gestorben sein oder noch eine Zeit leben als ein gesundes Tier? Und als welches? Alternativfrage

Fragebogen 2:

Welche Probleme löst die gute Ehe? °

Fragebogen 3:

Haben Sie Ihre Lebensgefährtin (Ihren Lebensgefährten) gewählt? ° Möchten Sie Ihre Frau (Ihr Mann?) sein? ° zirkuläre Frage Was bewundern Sie an Frauen (Männern)? ° sokratische Frage

Fragebogen 4: (Hoffnung)

Wissen Sie in der Regel, was Sie hoffen? sokratische Frage Welche Hoffnung haben Sie aufgegeben? ° Kann Hass eine Hoffnung erzeugen? ° Hoffen Sie angesichts der Weltlage: Alternativfrage

- a) auf die Vernunft?
- b) auf ein Wunder?
- c) dass es weitergeht wie bisher?

Können Sie ohne Hoffnung denken? Können Sie einen Menschen lieben, der früher oder später, weil er Sie zu kennen meint, wenig Hoffnung auf sie setzt?

Was erfüllt Sie mit Hoffnung? ° Alternativfrage

- a) die Natur?
- b) die Kunst?
- c) die Wissenschaft
- d) die Geschichte der Menschheit?

Was erhoffen Sie sich von Reisen?°

Was bekräftigt Sie in Ihrer persönlichen Hoffnung? ° Alternativfrage

- a) Zuspruch?
- b) die Einsicht, welchen Fehler Sie gemacht haben?
- c) Alkohol?
- d) Ehrung?
- e) Glück im Spiel?
- f) ein Horoskop
- g) daß sich jemand in Sie verliebt?

Gesetzt den Fall, Sie leben in der Großen Hoffnung ("dass der Mensch dem Menschen ein Helfer ist") und haben Freunde, die sich aber dieser Hoffnung nicht anschließen können: verringert sich dadurch Ihre Freundschaft oder Ihre große Hoffnung? ° hypothetische Alternativfrage

 Wie verhalten Sie sich im umgekehrten Fall, d. h., wenn Sie die große Hoffnung eines Freundes nicht teilen: fühlen Sie sich jedes Mal, wenn er die Enttäuschung erlebt, klüger als der Enttäuschte? hypothetische Rück-/Gegenfrage

Muss eine Hoffnung, damit Sie in ihrem Sinn denken und handeln, nach Ihrem menschlichen Ermessen erfüllbar sein? ° sokratische Frage Hoffen Sie auf ein Jenseits? °

Wonach richten Sie Ihre täglichen Handlungen Entscheidungen, Pläne, Überlegungen usw., wenn nicht nach einer genauen oder vagen Hoffnung? ° sokratische Frage

Sind Sie schon einen Tag lang oder eine Stunde lang tatsächlich ohne Hoffnung gewesen, auch ohne die Hoffnung, daß alles einmal aufhört wenigstens für Sie?

Fragebogen 5: (Humor)

Wie unterscheiden sich Witz und Humor? °

Wenn Sie von einem Menschen sagen, er habe Humor: meinen Sie damit, dass er Sie zum Lachen bringt oder dass es Ihnen gelingt, ihn zum Lachen zu bringen? °

Wenn Sie spüren, daß Ihnen jemand mit Antipathie begegnet: was gelingt Ihnen dann eher, Witz oder Humor? ° Alternativfrage

Wenn Sie alles Lachen abziehen, das auf Kosten von Dritten geht:

finden Sie, dass Sie oft Humor haben?°

Haben Sie Humor, wenn Sie alleine sind? °

Was offenbart Affinität im Humor: Alternativfrage

- a) Gleichartigkeit des Intellekts?
- b) dass zwei oder mehrere Menschen übereinstimmen in Ihrer Fantasie?
- c) Verwandtschaft in der Scham?

Wenn Ihnen bewusst ist, dass Sie im Augenblick tatsächlich keinen Humor haben: erscheint Ihnen dann der Humor, den Sie zuweilen haben, als ein oberflächliches Verhalten? ° sokratische Frage Kommt es vor, dass Sie sich im Humor als ein anderer entpuppen, als Sie gerne sein möchten, d. h. dass Sie der eigene Humor erschreckt? sokratische Frage

Was ertragen Sie nur mit Humor?°

Verändert sich der Humor im Alter?

Wie meinen Sie im Humor zu sein: Alternativfrage

- a) versöhnlich?
- b) frei von Ehrgeiz?
- c) angstlos?
- d) unabhängig von Moral?
- e) sich selbst überlegen?
- f) kühner als sonst?
- g) frei von Selbstmitleid?
- h) aufrichtiger als sonst?
- i) lebensdankbar?

Fragebogen 6:

Wieviel Geld möchten Sie besitzen? °

Haben Sie schon gestohlen:

- a) Bargeld?
- b) Gegenstände?
- c) eine Idee?

Was tun Sie für Geld nicht?

Möchten Sie eine/n reiche Frau/Mann haben?

Fragebogen 7: (Freundschaft)

Halten Sie sich für einen guten Freund? °

Was empfinden Sie als Verrat: Alternativfrage

- a) wenn der andere es tut?
- b) wenn Sie es tun?

Wie viele Freunde haben Sie zur Zeit? ° Informationsfrage Halten Sie die Dauer einer Freundschaft für ein Wertmaß der Freundschaft? °

Was würden Sie einem Freund nicht verzeihen: °

- a) Doppelzüngigkeit?
- b) dass er Ihnen eine Frau ausspannt?
- c) dass er Ihrer Sicher ist?
- d) Ironie auch Ihnen gegenüber?
- e) dass er keine Kritik verträgt?
- f) dass er Personen, mit denen Sie sich verfeindet haben, durchaus schätzt und gerne mit ihnen verkehrt?
- g) dass Sie keinen Einfluss auf ihn haben?

Möchten Sie ohne Freunde auskommen können? °

Halten Sie sich einen Hund als Freund?°

Was fürchten Sie mehr: das Urteil von einem Freund oder das Urteil von Feinden? ° Alternativfrage

Gibt es Feinde, die Sie insgeheim zu Freunden machen möchten, um sie müheloser verehren zu können? °

Wie reden Sie über verlorene Freunde?

Gibt es Freundschaft ohne Affinität im Humor? ° sokratische Frage Was halten Sie (ferner) für unerlässlich, damit Sie eine Beziehung zwischen zwei Personen nicht bloß als Interessen-Gemeinschaft, sondern als Freundschaft empfinden? ° skalierende Frage

- a) Wohlgefallen am anderen Gesicht
- b) dass man sich unter vier Augen einmal gehen lassen kann, d.h. das Vertrauen, dass nicht alles ausgeplaudert wird
- c) politisches Einverständnis grosso modo
- d) dass einer den anderen in den Zustand der Hoffnung versetzen kann, nur schon dadurch, dass er da ist, dass er anruft. dass er schreibt
- e) Nachsicht
- f) Mut zum offenen Widerspruch, aber mit Fühlern dafür, wieviel Aufrichtigkeit der andere gerade noch verkraften kann, und also Geduld
- g) Ausfall von Prestige-Fragen
- h) dass man dem anderen ebenfalls Geheimnisse zubilligt, also nicht verletzt ist, wenn etwas rauskommt, wovon er nie gesprochen hat
- i) Verwandtschaft in der Scham

- j) wenn man sich zufällig trifft: Freude obschon man eigentlich keine Zeit hat, als erster Reflex beiderseits
- k) dass man für den anderen hoffen kann
- die Gewähr, daß der eine wie der andere, wenn eine üble Nachrede über den andern im Umlauf ist, zumindest Belege verlangt, bevor er zustimmt
- m) Treffpunkte in der Begeisterung
- n) Erinnerungen, die man gemeinsam hat und die wertloser wären, wenn man sie nicht gemeinsam hätte
- o) Dankbarkeit
- p) dass der eine den anderen gelegentlich im Unrecht sehen kann, aber deswegen nicht richterlich wird
- g) Ausfall jeder Art von Geiz
- r) dass man einander nicht festlegt auf Meinungen, die einmal zur Einigkeit führten, d. h. dass keiner von beiden sich ein neues Bewusstsein versagen muss aus Rücksicht?

Wie groß kann dabei (in der Freundschaft) der Altersunterschied sein? ° Sind Sie sich selber ein Freund? °

Fragebogen 8: (Kinder- & Elternbeziehung)

Mögen Sie Kinder allgemein?°

Wie stehen Sie zum Säugling?

Fühlen Sie Blutsverwandtschaft? °

Was beglückt Sie als Vater (Mutter) vor allem? °

Können Sie sich (agf.) ohne Kinder vorstellen? °

Ist es Ihnen schon gelungen, die eigenen Kinder kennenzulernen, d.h. sie nicht als Söhne oder Töchter zu sehen?°

Fragebogen 9: (Heimat)

Was bezeichnen Sie als Heimat?°

- a) ein Dorf?
- b) eine Stadt oder ein Quartier darin?
- c) einen Sprachraum?
- d) einen Erdteil?
- e) eine Wohnung?

Was lieben Sie an Ihrer Heimat besonders? °

- a) die Landschaft?
- b) dass Ihnen die Leute ähnlich sind in ihren Gewohnheiten, d.h. dass Sie sich den Leuten angepasst haben und daher mit

Einverständnis rechnen können? sokratische Frage

- c) das Brauchtum?
- d) dass Sie dort ohne Fremdsprache auskommen?
- e) Erinnerungen an die Kindheit?

Haben Sie schon eine Auswanderung erwogen?

Wieviel Heimat brauchen Sie? ° skalierende Frage

Gibt es Landstriche, Städte, Bräuche usw., die Sie auf den heimlichen Gedanken bringen, dass Sie sich für eine andere Heimat besser geeignet hätten?

Was macht Sie heimatlos: °

- a) Arbeitslosigkeit?
- b) Vertreibung aus politischen Gründen?
- c) Karriere in der Fremde?
- d) daß Sie in zunehmenden Grad anders denken als die Menschen, die den gleichen Bezirk als Heimat bezeichnen wie Sie und ihn beherrschen?
- e) ein Fahneneid, der missbraucht wird?

Können Sie sich eine dritte und vierte Heimat vorstellen oder bleibt es dann wieder bei der ersten? Alternativfrage

Können Sie sich überhaupt ohne Heimat denken? °

Fragebogen 10: (Eigentum)

Können Sie sich erinnern, seit welchem Lebensjahr es Ihnen selbstverständlich ist, dass Ihnen etwas gehört, beziehungsweise nicht gehört? $^{\circ}$

Wem gehört Ihres Erachtens nach beispielsweise die Luft? $\,^{\circ}$

Was empfinden Sie als Eigentum: °

- a) was Sie gekauft haben?
- b) was Sie erben?
- c) was Sie gemacht haben?

Empfinden Sie das Geld schon als Eigentum oder müssen Sie sich dafür irgendetwas kaufen, um sich als Eigentümer zu empfinden, und wie erklären Sie es sich, dass Sie sich umso deutlicher als Eigentümer empfinden, je mehr Sie meinen, dass man Sie um etwas beneidet? sokratische Frage

Wissen Sie, was Sie brauchen? °

Erleben Sie einen Hund als Eigentum? °

Wie stellen Sie sich Armut vor? °

Warum schenken Sie gerne? °

Wenn es nur noch das Eigentum gäbe an Dingen, die Sie verbrauchen, aber kein Eigentum, das Macht gibt über andere: möchten Sie unter solchen Umständen noch leben? °

Leiden Sie manchmal unter der Verantwortung des Eigentümers, die Sie nicht den anderen überlassen können, ohne Ihr Eigentum zu gefährden, oder ist es die Verantwortung, die Sie glücklich macht? sokratische Frage

Fragebogen 11: (Tod & Sterben)

Haben Sie Angst vor dem Tod und seit welchem Lebensjahr? $^\circ$ Rück-/Gegenfrage Was tun Sie dagegen (gegen die Angst)? $^\circ$

Haben Sie keine Angst vor dem Tod, aber Angst vor dem Sterben? ° Möchten Sie unsterblich sein? °

Wovor haben Sie mehr Angst: dass Sie auf dem Totenbett jemanden beschimpfen könnten, der es nicht verdient, oder dass Sie allen verzeihen, die es nicht verdienen? ° Alternativfrage

Möchten Sie wissen, wie Sterben ist?

Was stört Sie an Begräbnissen? °

Haben Sie Freunde unter den Toten? °

Möchten Sie lieber mit Bewusstsein sterben oder überrascht werden von einem fallenden Ziegel, von einem Herzschlag, von einer Explosion usw.? Alternativfrage

Wissen Sie, wo Sie begraben sein möchten? ° sokratische Frage

(vgl. Frisch: 1972)

Fragen an das Leben - Rolf Dobelli

Persönliche Metaebene*

Sind sie sicher, dass Sie wissen, was sie glücklich macht? $^{\circ}$ Sokratische Frage Wie oft kommt es vor, dass Sie am Ziel ankommen, und es stellt sich heraus, dass es das Ziel anderer ist? $^{\circ}$

Wofür haben Sie bisher gelebt? °

Wie hoch ist der Realisierungsgrad ihrer bisherigen Lebensstrategie? ° Sokratische & skalierende Frage

Viele Möglichkeiten im Leben! Würden Sie sie ernster nehmen, wenn es weniger gäbe? °

Können Sie loslassen, ohne an etwas Neuem festzuhalten? °

Anhang 6

Angenommen es gäbe Sie nicht. Was – außer Ihnen – würde der Welt fehlen? ° Hypothetische Frage

Glauben Sie an eine Korrelation zwischen Alter und Reife?°

Was geht schneller: Menschen in Ihr Leben zu lassen oder Menschen aus Ihrem Leben zu werfen? ° Alternativfrage

Wieviel menschliche Wärme empfangen Sie, wieviel senden Sie aus, und wie hat sich dieses Verhältnis im Laufe der Jahre entwickelt? Mögen Sie Leute mehr, als Sie selbst gemocht werden?

Wofür wird man Ihre Generation in hundert Jahren loben? Hypothetische & zirkulierende Frage

Sind Sie froh, dass Sie nicht alles wissen, was andere über Sie denken? Wer hat Ihnen Ihren wunden Punkt zugefügt? ° sokratische Frage Wie oft spielen Sie eine Rolle ohne Hoffnung auf Applaus? °

Wie wertvoll wäre Ihnen eine Expertenmeinung über Sie?

Gesetzt den Fall, Sie hätten Ihr Leben vor Ihrer Geburt testfahren können. Hätten Sie es gewählt? °

Was ist (für Sie) über jeden Zweifel erhaben? °

Wie oft nehmen Sie einen Standpunkt ein (selbst wenn Sie zweifeln), nur damit in Ihrem Kopf Ruhe herrscht?

Welche Illusionen leisten Sie sich, von denen Sie wissen, dass es Illusionen sind? °

Beeinflusst die Art, wie Sie sich kleiden, die Art wie sie denken? Werden Ihre Hoffnungen mit zunehmenden Alter kleiner oder größer? Müsste es in einer Welt ohne Hoffnung nicht auch weniger Enttäuschung geben? * Hypothetische Frage

Gibt es Situationen, in denen Sie hoffen, falsch verstanden zu werden? Gibt es Ängste die Sie haben sollten, aber nicht haben? $^{\circ}$

(vgl. Dobelli: S. 6-159.)

99 Fragen, die sich jeder mal gestellt haben sollte – NEON Magazin

Persönliche Metaebene*

Ähnlich wie zuvor unter Christian Kohlmann – Fragen zur "emotionale Biografie" aufgeführt, eignen sich diese **schließenden oder geschlossenen Fragen** (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten) zumeist in ihrer Struktur und inhaltlichen Konzeption, für den Einstieg in eine Introspektion sowie für die Einleitung eines selbstverantwortliches Gruppengespräch (vgl. Kapitel 5 Synthese Gestaltungsansatz: Öffnung des Dialogs, Gruppengespräch). Sie können eine **Öffnung** der **Fragestruktur** befördern und von einem konkreten Ausgangspunkt das inhaltliche Feld der Fragen für den Befragten frei gestaltbar machen. Eine Umkehrung des sog. "Fragetrichters" (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten: Fragetrichter).

Wonach bist du süchtig?

Was wäre die erste Sache die du tätest, wenn du unsichtbar wärst? Bilder oder Pflanzen im Büro?

Welchen Erziehungsspruch deiner Eltern willst du nie zu deinen Kindern sagen?

Meldest du dich auch einfach so bei deinen Eltern?

Was vermisst du, wenn du auf Reisen bist?

Was ist das Wort deiner Kindheit?

Beschäftigst du dich mehr mit deiner Zukunft oder deiner Vergangenheit?

Gibst du dir Mühe im Urlaub nicht als Tourist erkannt zu werden?

Wie gefällst du dir, wenn du betrunken bist (besser oder schlechter)?

Wovor musst du dich schützen?°

Was kannst du besser als alle anderen? °

Was ist dir peinlich? °

Wann hast du das letzte Mal etwas Gutes für andere getan? °

Wofür bist du absolut nicht geeignet? °

Warum, glaubst du, sind deine Freunde mit dir befreundet? °

Was stört dich an deinem Partner am meisten? °

Warum veröffentlichst du Dinge im Internet? °

Hast du ein echtes Hobby?

Wann hattest du das letzte Mal einen Tag ohne Internet?

Welche Dinge willst du besitzen, obwohl du sie dir leihen könntest?

Woran solltest du mal sparen?

Was ist dein Beitrag zur Verbesserung der Welt?

Welchen Menschen hasst du? °

Was fehlt dir im Leben? °

Welche Angst hält dich im Leben auf?

Hast du in deiner Jugend alle Dinge gemacht die du machen wolltest?

- Wenn nicht, was hindert dich daran, sie jetzt zu machen? °

Warum gehst du nicht fremd?

Dein Flugzeug stürzt ab. Wem schreibst du die letzte SMS? °

Kannst du dir einen Krieg vorstellen, dem du zustimmen würdest?°

Warst du schonmal in Lebensgefahr?°

Für wen würdest du dein Leben riskieren? °

Welche Macke würdest du dir gerne abgewöhnen? °

Welche Sorgen hat dein/e bester/e Freund/in?

Wen rufst du an, wenn es dir schlecht geht?

Bist du besser darin, dich zu entschuldigen oder darin zu verzeihen?

Für was würdest du auf die Straße gehen?

Kannst du dich wehren, wenn du körperlich angegriffen wirst?

Wie viele Menschen kämen auf deine Beerdigung?

Was ändert sich, wenn du stirbst?

(vgl. NEON Magazin: 11/2013)

50 Fragen – Nicolas Kraus

Persönliche Metaebene*

Wie bist du zu dem Menschen geworden, der du heute bist? °

Was macht dich als Mensch aus?

Was wolltest du als kleines Kind immer werden? °

Wer war deine erste große Liebe?

Was ist das Schlimmste / Lustigste / Schönste, was dir je passiert ist? °

Wann war der schönste Tag in deinem Leben? Was ist da genau passiert? °

Für was in deinem Leben empfindest du die größte Dankbarkeit?°

Was ist aus deiner Sicht dein größter Erfolg im bisherigen Leben?°

Was ist deine meist gehütete Erinnerung? °

Wann und warum hast du das letzte Mal geweint?

Welche Erfahrung hat dich am meisten beeinflusst?

Wenn du nur einen einzigen Satz an deine Kinder weitergeben

könntest, welcher wäre das?°

Anhang 6

Gibt es etwas, von dem du seit langer Zeit träumst, es zu tun? °
Welche drei Dinge glaubst du, hast du mit mir gemeinsam? °
Hast du schon mal etwas Verrücktes / Verbotenes gemacht?
Wenn du eine magische Fähigkeit haben könntest, welche wäre das? °
Wenn du dir eine Person auf der ganzen Welt aussuchen könntest, mit der du Zeit verbringen könntest, wen würdest du wählen?
Wer ist dein Kindheitsheld?
Wozu kannst du nicht nein sagen? °
Was ist dein größtes Ziel im Leben? °
Welche guten / schlechten Angewohnheiten hast du? °
Wenn du richtig sauer bist, was brauchst du dann um dich wieder zu beruhigen? °

(Kraus S.19.ff.)

Die folgenden Fragen beziehen sich tendenziell auf den fachlichen Anwendungskontext der beschriebenen Kreativwirtschaft und können insbesondere in kreativen Prozessen Implementierung finden sowie ihr Potenzial entfalten, die zwischenmenschliche Interaktion zu fördern (siehe 2. Kreativwirtschaft).

Rock your Ideas - Martin Gaedt

persönliche & fachliche Metaebene*

Die ausgelesenen Fragen von Martin Gaedt betonen das Kreativpotenzial, das insbesondere durch Fragen, die ein disruptives und empathisches Denken anregen, potenziert werden kann. Hierbei findet sich eine breite Auswahl der grundlegenden Fragestrukturen, offener sowie geschlossener Fragen. Diese konkrete Fragekonstellation bietet Inspiration für einen wechselwirkenden Fragedialog, der nicht immer linear einer Struktur, wie dem Fragetrichter (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten) folgen muss.

Wieviele Fragen stellen Sie pro Tag? – Welche Arten von Fragen stellen Sie? ° Was bewegt dich? ° Geht tatsächlich alles anders? °

Fordern Sie Ihre Gewohnheiten heraus? °

Wie gehen Sie mit Wandel um? – Erwartungsvoll freudig? Oder ängstlich ablehnend? °

Sind Sie skeptisch oder neugierig? ° Alternativfrage

Was stellen Sie (noch) in Frage? °

Welche Gewohnheiten hinterfragen Sie? °

Sind kreative Menschen unbeständig (Opportunisten)? °

Ist Wandel oder Stillstand normal? Alternativfrage

Werden wir durch Veränderung stärker oder durch Kontinuität?

Alternativfrage

Gibt es immer eine Lösung?

(Was wäre, wenn jeder europäische Schüler ein Jahr in einem anderen

Land Europas leben würde?)

Warum bleibt nichts, wie es ist?

Was wäre, wenn sich Studenten kein Fach sondern eine Mission auswählen würden? °

Können Künstler mehr Resonanz erzeugen, wenn das Publikum mitmacht?

Wie verändert man eine Stadt?

Wie entwickelt man Strukturen, Organisationen, Städte, Kulturen (positiv) weiter? °

Gibt es sichere Jobs?

Wie entsteht Mut? °

Kann Mut zukünftig versichert werden? °

- Wer bewertet das Risiko, nichts zu tun und was ist Risiko?

Fachliche &persönliche Metaebene*

Verändert Technologie Bildung oder Bildung Technologie?

Sind wir darauf vorbereitet, nie offline zu sein? °

Warum gibt es keinen Erfolg über Nacht?

Wie tragen Ideen zum Stillstand bei?

Gibt es Genies? Und wenn ja, wie viele?

Ist sharing economy ein Hype oder ein Quantensprung?

Macht Harmonie dumm?°

Gibt es Neues, oder war alles schonmal da?

Gibt es gute und schlechte Ideen?

Glauben Sie, dass jeder Mensch die Welt verändern kann?°

Wenn Sie schlechte Erinnerungen löschen könnten, würden Sie es tun?°

(Gaedt: S. 27ff.)

The One Thing - Gary Keller & Jay Papasan

persönliche & fachliche Metaebene*

Die folgende Frage hat das Potenzial in undurchsichtigen Gedankenprozessen, (kreativ) fachlicher sowie persönlicher Art maßgeblich zur Klarheit beizutragen. Die sog. Fokus-Frage befördert diesen Effekt abschließend. Dieses Fragenpaar eignet sich besonders für die Bewältigung von Denkblockaden im Kreativprozess, da sie durch ihre geschlossene Form die Konkretisierung des Problemkerns unterstützt.

Welches ist die eine Sache, die ich tun kann, sodass alles andere einfacher oder sogar überflüssig wird? ° Prozessfrage & sokratische Frage - Welches ist jetzt und hier meine eine Aufgabe? ° (Die Fokus Frage)

(Keller, Papasan: S. 118)

Der Mythos Disruption - Matthias Horx, Zukunftsinstitut

Persönliche & fachliche Metaebene*

Matthias Horx schrieb in diesem Artikel des Zukunftsinstituts u.a. über kritische Fragen bezüglich der Auswirkungen aktueller disruptiver und grundlegender Transformationsentwicklungen, die es wert sind, nochmals reflektiert zu werden.

Hat das iPhone wirklich die Handy-Branche "disruptiert" - oder eigentlich nur Nokia in die Knie gezwungen und die nächste Stufe der Mobilitäts-Devices eingeläutet?

Werden E-Books die Buchwelt tatsächlich "vollkommen umkrempeln"? Wird Amazon den Handel "radikal abschaffen", wie seit 20 Jahren immer wieder behauptet? °

Werden Google und Apple die Autobranche disruptieren? Wird Uber den Taxisektor komplett zerstören? Werden Internet-Kurse die traditionelle Bildung ablösen? ° Schafft Airbnb die Hotelbranche ab?

Werden Roboter die Pflegebranche auf den Kopf stellen - und uns alle früher oder später arbeitslos machen?

(Horx: 2018)

Digital Innovation Playbook - Dark Horse

fachliche Metaebene*

Was haben wir beobachtet? °
Was haben wir erwartet? °
Was hat uns überrascht? °
Was schließen wir daraus? °

(Dark Horse: S. 139)

Scrum Etappen Fragen - Daily Scrum

fachliche Metaebene*

Was habe ich seit dem letzten Daily Scrum (Teambesprechung) getan? Was behindert mich bei meiner Arbeit? ° Was werde ich bis zum nächsten Daily Scrum (Teambesprechung)

Was werde ich bis zum nächsten Daily Scrum (Teambesprechung) erledigt haben?

Retrospektive Fragen:

Wie können wir an unseren erarbeiteten Prozessen stetig und nachhaltig weiter lernen? $^{\circ}$

Was ist in unserem Scrum (Bearbeitungsetappe) besonders gut qelaufen? $^{\circ}$

Was ist weniger gut gelaufen und hat das Potenzial, verbessert zu werden? $^{\circ}$

(Wolf: 2018)

Follow-Up Workshop Fragen TU Berlin

fachliche Metaebene*

Wenn das Projekt am Tag X erfolgreich abgeschlossen ist:

Was wissen wir dann besser bzw. Was wir vorher noch nicht wussten? ° Was haben wir dann erreicht? °

Was haben wir nicht verändert? Was ist uns besonders wichtig?°

Was haben wir beibehalten?

Welche Kriterien müsste das Ergebnis erfüllen, damit das Projekt für uns ein Erfolg ist? $^{\circ}$

Woran könnten wir das im Alltag merken? °

Was würden wir als Misserfolg sehen?
Was wollen wir auf jeden Fall vermeiden?°

Die Alternative Strategie des Scheiterns: Wie könnten wir das Projekt erfolgreich zum Scheitern bringen? ° Welchen Beitrag könnten wir selbst dazu leisten? Welchen Beitrag könnten dazu die Entscheider leisten? Welchen Beitrag könnte der Projektleiter, Berater oder die

Gütesiegel zur Auswahl von Maßnahmen: Wer ist alles durch die geplante Maßnahme betroffen?° Wann und mit wem werde ich mein Ziel erreichen?°

Kann ich mit den Konsequenzen der Zielerreichung umgehen?°

 - Sind Sie sich über die positiven und auch negativen Konsequenzen klar? °
 Welche Vorteile bietet Ihnen das alte Verhalten bzw. der alte Zustand? °

Welche Vorteile bietet Ihnen das alte Verhalten bzw. der alte Zustand? "Wie können Sie sich diesen Vorteil für die Zukunft sichern? "Was glauben Sie, was Ihre Aufgabe dabei ist, was fällt in Ihren Bereich und Ihre Zuständigkeit?"

(Technische Universität Berlin: 2018)

Konsumenten leisten?

Auszüge und Verweise aus "Die Kunst des Fragens" – Anne Brunner fachliche Metaebene*

Diese Fragen eignen sich besonders, um ein effektives Zusammenwirken und eine enge Zusammenarbeit im beruflichen Alltag sowie im Speziellen für die Anwendung im Kontext der Kreativwirtschaft bspw. in Workshop-Situationen zu erzielen. Durch diese Fragen können inhaltlich Ansätze feingeschliffen werden sowie Probleme auf der Metaebene erfragt, erkannt, analysiert und durch einen empathischen Perspektivwechsel im Team gelöst werden.

Angenommen eines Nachts würde ein Wunder geschehen und Ihr Problem wäre gelöst. Was wäre anders? ° hypothetische Frage Warum nicht? hypothetische Frage & Kontrollfrage Wenn ich Ihr Team nach dem Arbeitsklima fragen würde: was würden einzelne Teammitglieder antworten? Zirkuläre hypothetische Frage

Anhang 6

Inhaltliche Fragen, die im Team Kreativität fördern, strukturieren und die Aufmerksamkeit fokussieren:

Wo stehen wir jetzt? °

Woher kommen wir? °

Welche Richtungen stehen uns offen, sind möglich?

Wohin möchten wir gehen? °

Was würde geschehen, wenn...? hypothetische Frage

Was wäre, wenn...? hypothetische Frage

Wäre es großartig, wenn...?

Warum tun sie das was sie tun, auf diese Weise? Könnten Sie es auch anders tun? $^{\circ}$

Wie können sie dies oder jenes machen?

Wie wird es woanders in anderen Branchen gelöst? °

Aus Ihrer Sicht: welche drei Maßnahmen würden die Lage verbessern?

Welches wäre die dümmste Maßnahme, die wir wählen könnten?°

Wenn Sie die Konkurrenz wären: Was würden Sie tun?

- Was können wir am Produkt verändern (verkleinern, vergrößern, vereinfachen, verschönern, die Anwendung vereinfachen, stabilisieren, langlebiger, sicherer, verlässlicher, attraktiver machen)?

Fragen, die dazu beitragen, die Innovation retrospektiv zu schärfen:

Welchen Wert bzw. Mehrwert verspricht die Idee? °

Wie können wir diese Idee evaluieren bzw. testen? Wo können wir sie ausprobieren? $^{\circ}$

Wann ist der richtige Zeitpunkt, die Idee zu testen?

Wer sollte an dem Test beteiligt sein? °

Welche Konsequenzen sind zu erwarten (kurz-, mittel-, langfristig)?

Welche Hinweise brauchen wir, um die Idee zu bewerten?

Das kreative Team braucht immer wieder Zugang zu seinen schöpferischen Quellen. Diese Fragen befruchten kreative Prozesse durch einen Austausch auf der **Metaebene**. Hier kommen verschiedene Fragearten, wie bspw. Prozessfragen, Kontrollfragen, Reflexionsfragen oder Hypothetische Fragen (vgl. Kapitel 4.1 Fragearten) zum Einsatz.

Was wollen wir erreichen?
Was wollen wir vermeiden?
Wie gehen wir am besten vor?

Anhang 6

Wie wollen wir Entscheidungen treffen? ° Was müssen wir wissen bevor wir etwas entscheiden? ° Was möchten wir lieber nicht herausfinden? Hat jemand eine Verständnisfrage? Kann uns jemand weiterhelfen?

Was macht unseren Workshop-Verlauf im Moment so mühsam?

Müssen wir es so machen?°

Wie empfinden Sie die gegenwärtige Situation?

Warum sehen wir die Dinge so?

Wenn Sie das Drehbuch schreiben könnten: wie würde es jetzt weitergehen? °

Was schlagen Sie als nächsten Tagesordnungspunkt vor? Prozessfrage

Welches ist in Ihren Augen das größte Problem? ° Prozessfrage

Was wollen Sie schaffen, kreieren?

Wie haben Sie es bisher gemacht? Reflexionsfrage

Wie effektiv/sinnvoll war diese Methode? skalierende Prozessfrage

Welche anderen Methoden gibt es?

Wie seid ihr auf die Idee gekommen?

Weitere Fragen:

Inwieweit sind wir für die Folgen unseres Handelns verantwortlich? $^{\circ}$ Sokratische Frage

Wie lassen sich individuelle Ziele mit denen des Unternehmens verbinden? ° Sokratische Frage

Wann untergräbt unsere Flexibilität unsere Integrität? ° Sokratische Frage

(vgl. Brunner: S. 44-81)

78 Schlüsselfragen, die jede Führungskraft stellen und beantworten sollte.

fachliche & persönliche Metaebene*

Was soll von Ihnen in Erinnerung bleiben? $\,^{\circ}$

Sind Sie sicher, dass Sie Fragen stellen wollen? ° Gut als erste Frage

In: Clarke-Epstein, C. 78 Schlüsselfragen, die jede Führungskraft stellen und beantworten sollte. Linde Verlag, Wien 2003.

FAZ-Feuilleton - In Salons von Marcel Proust ausgefüllt

persönliche Metaebene*

Ihre gegenwärtige Geistesverfassung? ° fachliche & persönliche Metaebene* Was ist für Sie das größte Unglück?

Wo möchten Sie leben? °

Was ist für Sie das vollkommene irdische Glück?

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten? °

Ihre Lieblingstugend?°

Ihre Lieblingsbeschäftigung?°

Wer oder was hätten Sie sein mögen? ° fachliche & persönliche Metaebene*

Ihr Hauptcharakterzug?°

Was schätzen Sie bei Ihren Freunden am meisten? °

Was möchten Sie sein? ° fachliche & persönliche Metaebene*

Ihre Lieblingsfarbe?°

Ihre Lieblingsblume? °

Ihr Lieblingsschriftsteller?°

Ihre Helden in der Wirklichkeit?°

Ihre Heldinnen in der Geschichte?°

Ihr Lieblingsname? °

Welche natürliche Gabe möchten Sie besitzen? °

Ihr Motto?°

Ihr größter Fehler? ° Sehr intim, vorsichtig behandeln.

Wie möchten Sie sterben? ° Sehr intim, vorsichtig behandeln.

In: FAZ-Feuilleton (faz.net) (Magazin) $-\,$ In Salons von Marcel Proust ausgefüllt

ManagerSeminar - Chracters

Persönlich & fachliche Metaebene*

Die hier aufgeführten Fragen eignen sich aufgrund ihrer inhaltlichen Struktur besonders für einen unbedarften Einstieg einer Kommunikation. Sie sind aufgrund ihrer stets Kontext gebenden Inhalte eher geöffnet und geben dem Befragten einen konkreteren Anhaltspunkt.

Ihre beruflichen Stationen?°

Was wären Sie geworden, wenn Sie nicht im Bereich \dots gelandet wären? $^\circ$ Mit welchem Auftrag wären Sie gerne mal konfrontiert?

Wie sieht Ihr Arbeitsplatz aus? °

Anhang 6

Welche Veranstaltung verpassen Sie niemals? ° Was Iernen Sie als Nächstes? ° Welche Eigenschaften hätte die Führungskraft, der Sie folgen würden? °

In: managerSeminar (Magazin) – Characters

7 Fragen an das Leben - D. v. Nayhauß

persönliche Metaebene*

Welche Liebe macht Sie glücklich? Sehr intim, vorsichtig behandeln. In welchem Moment fühlen Sie sich lebendig? °
Muss ich den Tod fürchten? Sehr intim, vorsichtig behandeln.
Was können Erwachsene von Kindern lernen? °
Welchen Traum möchten Sie sich (noch) unbedingt erfüllen? °

In: Nayhauß D. v. 7 Fragen an das Leben. Edition Braus, Wächter Verlag, Heidelberg 2005.

Ich über mich - FAZ

persönliche & fachliche Metaebene*

Diese Satzanfänge stellen eine interaktive Instanz dar, die besonders gut innerhalb einer Introspektion angewandt werden können, da diese Aussagen vom Befragten selbst vervollständigt und intuitiv ergänzt werden müssen. Sie regen individuelle und kognitive Gegebenheiten an, bringen sie in das Bewusstsein, wo diese analysiert und reflektiert werden können.

Mein erstes Geld verdient habe ich ... °
Die bislang teuerste Anschaffung meines Lebens...
Ich habe schon immer ... °
Ich habe noch nie ... °
Mein peinlichstes Erlebnis war ... °
Ich bringe andere auf die Palme...
Ich verreise nie ohne ... °
Mit 18 Jahren wollte ich ... °
In meinem Lebenslauf steht nicht ... °

In: FAZ (Magazin) – Ich über mich

Zu ende gedacht - Forschung und Lehre

persönliche Metaebene*

Es gilt selbige Wirkung, wie in der zuvor aufgelisteten Liste von zu vervollständigen Satzanfängen (vgl. Ich über mich – FAZ).

```
Ich frage mich manchmal ... °
Ich beginne meinen Tag ... °
Meine besten Einfälle habe ich ... °
Wenn ich einen Rat brauche ...
Am meisten ärgere ich mich ... °
Das nächste Buch, das ich lesen will ... °
Wenn ich das Fernsehen anschalte ... °
Energie tanke ich... °
Wenn ich mehr Zeit hätte ... °
Mit einer unverhofften Millionen würde ich ... °
Die Wahrheit zu finden ... °
Das Bewusstsein von der eigenen Veränderlichkeit... °
Kreativität entsteht... °
Freude an meinem Beruf... ° fachliche Metaebene*
Die Zeit meines Studiums ... °
Der Fortschritt von Wissenschaft und Technik....°
In: Forschung & Lehre (Magazin) - Zu Ende gedacht
```

Sagen Sie mal... - Badische Zeitung

Persönliche & fachliche Metaebene*

In dieser Auflistung ist wieder das Prinzip schließender und geschlossener Fragen vorherrschend, die einen gefahrlosen, positiv-oberflächlichen Gesprächseinstieg zwischen bspw. völlig Fremden in einem beruflichen Kontext ermöglicht. Hier geht es maßgeblich um eine erste Kontaktaufnahme, innerhalb welcher möglichst viele positive Erfahrungen bezüglich eines hohen Maßes an Informationsaustausch generiert wird.

Was kennzeichnet Ihre Arbeit? ° fachliche Metaebene* Was wollten Sie als Kind werden? ° Ihr Lieblingsplatz (in Ihrer Wohnstadt)? ° Ihr Lieblingslokal (in Ihrer Wohnstadt)? ° Ihr Lieblingsfach in der Schule? °
Worüber können Sie herzhaft lachen? °
Was machen Sie gerne in der Freizeit? °
Wann waren Sie zuletzt in der Kirche?
Wann waren Sie zuletzt im Kino?
Welches Buch hat Sie in jüngster Zeit am meisten beschäftigt?
Ihre Lieblingsseite im Internet?
Sie bekommen eine Zeitreise geschenkt – wohin reisen Sie?
Am Herd gelingt mir am besten ... °
Die Zeit vergesse ich, wenn ...

Einmal im Leben will ich unbedingt ... °
Haben Sie ein Vorbild? °

Was mögen Sie an sich selbst? ° Was bringt Sie auf die Palme? °

Ihr größter Erfolg? ° Intim, vorsichtig behandeln.

In: Badische Zeitung (Magazin) – Sagen Sie mal ...

Antworten von ... - Benediktinerkloster Münsterschwarzach

persönliche Metaebene*

Was würden Sie am liebsten abschaffen? $^{\circ}$

Wer ist Ihr größtes Vorbild?°

Wie heißt Ihr Lieblingslied?°

Sind Sie eher ein Stadt- oder ein Landmensch?°

Was macht Ihnen Mut? °

Wann hatten Sie Ihren größten Glücksmoment? °

Welches war das/die zentralen Ereignisse in Ihrem Leben (Liste: emotionale Biografie)? $^{\circ}$

In: Benediktinerkloster Münsterschwarzach – Antworten von ...

-- ---

Ein Himmel voller Fragen - C. Beilfuß

persönliche Metaebene*

Diese Fragen eignen sich ebenfalls für einen intimeren Frageeinstieg, bspw. zur Introspektion (vgl. Kapitel 5 Synthese: Gestaltungsansatz) aufgrund der Konstellation an schließenden und öffnenden Fragen. Woher beziehen Sie Ihre Energie? °

Wo verzeichnen Sie Ihre größten Energieverluste? °

- Welche Bemühungen setzen Sie dagegen? °

Woran merken Sie, dass sich Ihre Energiereserven erschöpfen? °

- Welchen Ausgleich bieten Sie sich dann an?

Worin sehen Sie im Moment die größten Risikofaktoren für Ihre Gesundheit? °

- Und wie gehen Sie damit um?

Wie definieren Sie persönlich Stress? °

- Wie behalten Sie dabei die gute Laune?

Was wirkt am besten, um stressige Tage zu überstehen? °

- Wie sieht danach Ihre Form von Entspannung aus?

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Lebensqualität? °

Was darf gerne so bleiben, wie es ist? °

Wo wünschen Sie sich Veränderung? °

Was halten Sie für ungesund in Ihrem Team? °

In: Beilfuß C. Ein Himmel voller Fragen. Carl-Auer Verlag, Heidelberg 2015.

Wer bin ich? 777 indiskrete Fragen - Rolf Dobelli

Persönliche Metaebene*

Was genau macht am Glück glücklich? °

Wissen Sie, was Sie glücklich macht?°

Genießen Sie Ihr Glück lieber allein oder in Gesellschaft?°

Wissen Sie, was Sie wollen?°

Ist die Absenz von Leiden schon Glück?°

Wo sehen Sie die größte Gefahr für Ihren Frohsinn?°

In: Dobelli, Rolf, Wer bin ich? 777 indiskrete Fragen. Diogenes Verlag, Zürich 2007.

(Aus: Brunner: S. 107-115)

Anhang 6

To be continued...
Diese Fragesammlung ist,
im Sinne eines ewigen Wachsens,
als stetig zu ergänzen zu betrachten.

• • • •

7. Quellenverzeichnisse

Literaturverzeichnis

Adams, Marilee, QT - Question Thinking: Die Kunst, die richtigen Fragen zu stellen, München 2017. Aicher, Otl, die welt als entwurf, Berlin 1991.

Appell, Otto, Platons Briefe, Leipzig 1918.

Backhaus, Anne, Spiegel Magazin (Magazin) – Interview mit Lidewij Edelkoort, Hamburg 2018. Badische Zeitung (Magazin) – Sagen Sie mal. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

Batson, C. D., The altruism question: Toward a social-psychological answer. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1991

Batson, Daniel, MIT Press Scholarship Online, These Things Called Empathy. Eight Related but Distinct Phenomena. 2009.

Bavelas, J. B., Black, A., Lemery, C. R., & Mullett, J., I show you how you feel. Motor mimicry as a communicative act. Journal of Personality and Social Psychology, 1986, S. 322-329.

Beilfuß C. Ein Himmel voller Fragen. Carl-Auer Verlag, Heidelberg 2015. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

Benediktinerkloster Münsterschwarzach – Antworten von. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

Berger, Warren, Die Kunst des klugen Fragens, Berlin 2017.

Beuerle, Deborah, Ensemble an Fragen – privat erdacht, handschriftlich verfasst, gesammelt und unveröffentlicht, Wiesbaden, seit 2013. [Dieser Verweis dient nur zur genaueren Verortung, der Herkunft, der aufgeführten Inhalte und stellt keine konkrete Literaturquelle da. Für weitere Informationen wird an die Autorin verwiesen.]

Beuerle, Deborah, Reflect yourself. Gedicht. – privat erdacht, handschriftlich verfasst, und unveröffentlicht, Wiesbaden 2015. [Dieser Verweis dient nur zur genaueren Verortung, der Herkunft, der aufgeführten Inhalte und stellt keine konkrete Literaturquelle da. Für weitere Informationen wird an die Autorin verwiesen.]

Birnbacher, Dieter, Krohn, Dieter, Das sokratische Gespräch, Stuttgart 2002.

Birkenbhil, Vera, Fragetechnik schnell trainiert: Das Trainingsprogramm für Ihre erfolgreiche Gesprächsführung, München 2005.

Birkenbhil, Vera, Kommunikationstraining, München 2018.

Blickhahn, C., Die sieben Gesprächsförderer. Miteinander reden lernen, Paderborn 2007.

Brandstätte, Veronika, Schüler, Julia, Puca, Rosa Maria, Motivation und Emotion, Allgemeine Psychologie für Bachelor, Berlin, Heidelberg 2013.

Breithaupt, Fritz, Die dunkle Seite der Empathie, Berlin 2017.

Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

Buber, Martin, Ich und Du, Vortrag von 1923. In: Das Dialogische Prinzip. Heidelberg 1979.

Anhang | Verzeichnisse

Buber, Martin, Das dialogische Prinzip, Gerlinden 1997 (Original 1962).

Bucay, Jorge, Drei Fragen. Wer bin ich? Wohin gehe ich? Und mit wem?. Barcelona 2007.

Cohen, Martin, 99 philosophische Rätsel, München 2007.

Csikszentmihalyi, Mihaly, Das Flow-Erlebnis. Jenseits von Angst und Langeweile im Tun aufgehen. Stuttgart 1992

Csikszentmihalyi, Mihaly, Society, culture, and person. A systems view of creativity. Heidelberg 2014.

Dalla Torre, Sandro, Klarheit Kalender. Planer für mehr Fokus, Köln 2015.

Dark Horse, Digital Innovation Playbook, Berlin 2017.

Darwall, S., Empathy, sympathy, care. Philosophical Studies, S.261-282, 1998.

Dewey, John, ziertet nach: Hermann, Ned: Kreativität und Kompetenz. Das einmalige Gehirn.

Einführung von Roland Spinola. Fulda 1991.

Dischner, Gisela, Wörterbuch des Müßiggängers, Bielefeld/ Basel 2009.

Dobelli, Rolf, Fragen an das Leben, Zürich 2014.

Eisenberg, N., & Strayer, J. (Eds.), Cambridge University Press, Empathy and its development. New York 1987.

Emerson, Ralph Waldo, Power. The Conduct of Life. 1860.

Erler, Michael, Der Sinn der Aporien in den Dialogen Platons. Übungsstücke zur Anleitung im philosophischen Denken. Untersuchungen zur antiken Literatur und Geschichte. Bd. 25, Berlin 2011.

Eslinger, P. J., Neurological and neuropsychological bases of empathy. European Neurology, S. 193-199. 1998.

FAZ-Feuilleton (faz.net) (Magazin) – In Salons von Marcel Proust ausgefüllt. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

FAZ (Magazin) - Ich über mich. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

Florida, Richard, The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York 2004.

Forschung & Lehre (Magazin) – Zu Ende gedacht. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017.

Foucault, Michel,

Frisch, Max, Fragebogen, Frankfurt am Main 1988 (1972).

Gadamer, Hans-Georg, Sokrates' Frömmigkeit des Nichtwissens. In: Gadamer: Gesammelte Werke, Band 7, Tübingen 1991.

Gaedt, Martin, Rock your Ideas, Hamburg 2016.

Gardner, Howard, So genial wie Einstein. Schlüssel zum kreativen Denken. Stuttgart 1996.

Glanville, Ranulph, Researching Design and Designing Research. In: Design Issues. 15/2 1999. In:

Mareis, Claudia, Theorien des Designs, Hamburg 2014, S. 12f.

Goleman, Daniel, Emotionale Intelligenz. München 1997.

Gordon, William, Synectics: The Development of Creative Capacity, New York 1961.

Götz, Thomas, Frenzel, Anne, Phänomenologie schulischer Langeweile. In: Zeitschrift für entwicklungspsychologische und pädagogische Psychologie, Nr. 4, Jg. 38 2006.

Gray D., Brown S., Macanufo J., Gamestorming. Ein Praxisbuch für Querdenker, Moderatoren und Innovatoren. Heidelberg 2011.

Gerstbach, Ingrid, 77 Tools für Design Thinker: Insider-Tipps aus der Design-Thinking-Praxis. Offenbach 2017.

Guntern, Gottlieb (Hrsg.), Der kreative Weg. Kreativität in Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft. Übersetzung aus dem Englischen von Gottlieb Guntern. Zürich 1991.

Hahn, Rolf-Michael, Stickel, Nicolai, Gut gefragt ist fast gewonnen: Erfolgreiche Fragetechniken für Beruf und Privatleben. Reinbek 2000.

Harris, Paul, Trusting What Your're told; How Children learn From Others, Cambridge 2012.

Hatfield, E., Cacioppo, J. T., Rapson, R. L., Emotional contagion. New York: Cambridge University Press 1994.

Hemel, U., Wert und Werte. Ein Leitfaden für Manager. Ein Leitfaden für die Praxis, München 2007. Hesse, Hermann, Das Glasperlenspiel, Frankfurt 2012.

Hoffman, M. L., The development of empathy. In: J. P. Rushton & R. M. Sorrentino (Eds.), Altruism and helping behavior: Social, personality, and developmental perspectives (pp. 41-63). Hillsdale, NJ: Erlbaum 1981.

Hoffman, M. L., Empathy and moral development. Implications for caring and justice. New York, Cambridge University Press 2000.

Dr. Holm-Hadulla, Rainer M. (Hrsg.), Kreativität. (Heidelberger Jahrbücher; Bd. 44/2000). Berlin/Heidelberg/New York 2001.

Hönsch, Ulrike, Der große Brockhaus, Das Lexikon in einem Band, Leipzig 2013.

Hume, D., A treatise of human nature, Oxford University Press, 1740/1896

Kamiske, Prof. Dr.-Ing. Gerd F. (Hsrg.), Kreativitätstechniken. Kreative Prozesse anstoßen Innovation fördern. Menschen 2007.

Keicher, I., Brühl, K.. Sie bewegt sich doch! Neue Chancen und Spielregeln für die Arbeitswelt von morgen, Zürich 2008.

Keller, S. (Hrsg.), Motivation zur Verhaltensänderung. Das Transtheoretische Modell in Forschung und Praxis, Freiburg 1999.

Keller, Gary, Papasan, Jay, The One Thing, Die überraschend einfache Wahrheit über außergewöhnlichen Erfolg. Austin 2013.

Klafki, Wolfgang, Heckmanns Beitrag zur Weiterentwicklung des sokratischen Gesprächs.

Überarbeitung. Fass. von: Gustav Heckmanns Bedeutung für die Weiterentwicklung des Sokratischen Gesprächs. In: Philosophisch-Politische Akademie (Hsrg.): Gustav Heckmann zum Gedächtnis.

Niestet: Zahnwetzer, 1996, S. 21-31.

Klein, Rebekka, Sozialität als Conditio humana. Eine interdisziplinäre Untersuchung zur Sozialanthropologie in der experimentellen Ökonomik, Sozialphilosophie und Theologie, Göttingen 2010.

Knapp, Jake, Zeratsky, John, Kowitz, Braden, Sprint. Wie man in nur fünf Tagen neue Ideen testet und Probleme löst. München 2016.

Köppen, Eva, Empathy by Design, Untersuchungen einer Empathie geleiteten Reorganisation der Arbeitsweise, Köln 2017.

Kraus, Nicolas, 50 Fragen für tolle Gespräche, 2017.

Lautenbacher, Tom H., Die Entwicklung von Geschäftsideen. Ein Leitfaden zur systematischen Erzeugung, Bewertung und Auswahl von Ideen für neue Geschäftsfelder im Rahmen des Internal Corporate Venturing, Saarbrücken 2011.

Ledermann, T., Bodenmann, G., Zeitschrift für Sozialpsychologie (Magazin), Moderator- und Mediatoreffekte bei dyadischen Daten, 2006.

Lipps, T., Einfühlung, inner Nachahmung, und Organempfindungen. Archiv für die gesamte Psychologie, 1, S.185-204, 1903.

Mack, Oliver, Khare, Anshuman [u. a.] (Hrsg.), Managing in a VUCA World. Heidelberg, New York 2016.

managerSeminar – Characters. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017. Mareis, Claudia, Theorien des Designs, Hamburg 2014.

Anhang | Verzeichnisse

Maslow, Abraham, Psychological Review Vol. 50, 4 (Magazin) A Theory of Human Motivation, 1943. Mead, G. H., University of Chicago Press, Mind, self, and society, Chicago 1934.

Miley, Jana, Emergency Design. Berlin: Nerve 2011.

Nayhauß, D. v., 7 Fragen an das Leben. Edition Braus, Wächter Verlag, Heidelberg 2005.

NEON Magazin, 99 Fragen, die sich jeder mal gestellt haben sollte, Ausgabe 11, Hamburg 2013.

Nietzsche, Friedrich, Die fröhliche Wissenschaft, Drittes Buch, Nr. 260. Hamburg 2017.

Patrzek, Andreas, Fragekompetenz für Führungskräfte, Bichl 2015.

Piaget, J., International Universities Press, The origins of intelligence in the child. New York 1953.

Preston, S. D., & de Waal, F. B. M., Empathy. Its ultimate and proximate bases. Behavioral and Brain Sciences. 2002. S. 1–72.

Prior, Manfred, MiniMax-Interventionen. 15 minimale Interventionen mit maximaler Wirkung, Heidelberg 2013.

Rapp, F., Wiehl, R., (Hsrg.), Whiteheads Metaphysik der Kreativität. Internationales Whitehead-Symposium Bad Homburg 1983. Freiburg im Preisgau/München 1986, S. 207-225.

Prof. Dr. Preiser, Siegfried, Kreativitätsforschung (=Erträge der Forschung, Bd. 61), Darmstadt 1986.

Rattner, Joseph, Der schwierige Mitmensch. Psychotherapeutische Erfahrungen zur Selbsterkenntnis, Menschenkenntnis und Charakterkunde. Frankfurt. 1973.

Reckwitz, Andreas, Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Berlin 2012.

Reckwitz, Andreas, Die Gesellschaft der Singularitäten, Berlin 2017.

Regenbogen, Arnim, Meyer, Uwe (Hrsg.), Wörterbuch der philosophischen Begriffe. illokutionärer Akt, Hamburg 2018.

Rittel, Horst W. J.: Zur Planungskrise. Systemanalyse der ersten und zweiten Generation. In: Reuter,

Wolf D.; Jonas, Wolfgang. (Hg.): Mittel, Horst. Thinking Design. Transdisziplinäre Konzepte für Planer und Entwerfer. Basel: 2013. Aus: Claudia Mareis, Theorien des Designs, Hamburg 2014, S. 33.

Ropohl, Günter, Allgemeine Systemtheorie – Einführung in transdisziplinäres Denken, Berlin 2012. Rosenberg, Marshall B., Gewaltfreie Kommunikation, 2016.

Rothstein, Dan, Santana, Luz, Make just one Change: Teach students to ask their own Questions, Cambridge 2012.

Ruby, P., & Decety, J., How would you feel versus how do you think she would feel? A neuroimaging study of perspective taking with social emotions. Journal of Cognitive Neuroscience, S.988-999, 2004

Schäfer, Christian (Hrsg.): Platon-Lexikon, Darmstadt 2007.

Schäffner, Wolfgang, The Design Turn. Eine wissenschaftliche Revolution im Geiste der Gestaltung. In: Mareis, Claudia; Joost, Geschenk; Kimpel, Nora (Hg.): Entwerfen, Wissen, Produzieren.

Designforschung im Anwendungskontext. Bielefeld: transkript 2010, S.33-46. In: Mareis, Claudia, Theorien des Designs, Hamburg 2014, S. 12f.

Schichkoff, Georgi (Hrsg.): Philosophisches Wörterbuch. Stuttgart 1991.

Schlicksupp, Helmut, Führung zu kreativer Leistung. So fördert man die schöpferischen Fähigkeiten seiner Mitarbeiter (Praxiswissen Wirtschaft: 20). Renningen-Malmsheim 1995.

Schmid, Helmut, Design is Attitude. Gestaltung ist Haltung, Basel 2006.

Schmidt, Isidor, Großes Lexikon A-Z, Zeitnah und übersichtlich, Chur 1996.

Schütz, O., Subjektive und objektive Originalität. Erkenntnis und Methodenkritische Anmerkungen zum Kreativitätsbegriff. Frankfurt am Main 1989.

Shaw Georg Bernard; Aus: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017, S. 106.

Smith, A., The theory of moral sentiments. London, Alex Murray, 1759/1853.

Sober, E., & Wilson, D. S., MA: Harvard University Press, Unto others: The evolution and psychology of

unselfish behavior. Cambridge 1998.

Dr. Stavemann, Harlich, Sokratische Gesprächsführung in Therapie und Beratung, Weinheim 2015. Stuff, Britta, Der Spiegel Wissen 4/2015 (Magazin), High vom Häkeln. Flowakademie, Hamburg 2015. Taylor, Calvin, Barron, Frank, Scientific Creativity. Its Recognition and Development. New York 1963. de Waal, Frans, Empathy in Primates and other Mammals, Chapter 6, S.87. In: Decety, Jean, The MIT Press Scholarship Online, Cambridge, London 2013.

Weigl, Egenhard, Instrumente der Neuzeit. Die Entdeckung der modernen Wirklichkeit, Stuttgart 1990

Wilde, Oscar, Das Bildnis des Dorian Gray. Philadelphia 2012.

Wilde Stephanie, ZEIT & HPI Akademie GmbH, Design Thinking. Der kreative Weg zu innovativen Lösungen, Hamburg 2017.

Wispé, L., Sympathy and empathy. In: D. L. Sills (Ed.), International encyclopedia of the social sciences (Vol. 15, pp. 441–447). New York 1968.

van Marrewijk, Marcel, Technology and Investment, (Magazin), Strategic Orientations. Multiple Ways for Implementing Sustainable Performance, 2010.

von Muttis, Bernhard, Disruptive Thinking. Das Denken, das der Zukunft gewachsen ist. Offenbach 2018.

Zahn-Waxler, C., Robinson, J. L., Emde, R. N., The development of empathy in twins. Developmental Psychology 1992, S.1038-1047.

Zielke, Wolfgang, Frag dich vorwärts. Eine gute Frage ist eine halbe Antwort, Landsberg 1985.

Abbildungsverzeichnis

- Abvildung 1: Unger, Anna-Lena. Mehr als die Summer meiner Teile Ich. Auftragsarbeit der Autorin, Wiesbaden 2018.
- Abbildung 2: Brunner, Anne. 3.2 Fragen lassen sich nach Art der Fragestellung unterscheiden. In: Brunner, Anne, Die Kunst des Fragens, München 2017. S.25.
- Abbildung 3: Patrzek, Andreas. Fragearten & -Dimensionen.
 In: Patrzek, Andreas, Fragekompetenz für Führungskräfte.
 Bichl 2015. S. 63.
- Abbildung 4: Patrzek, Andreas. Abb. 11 Der Fragewürfel.
 In: Patrzek, Andreas, Fragekompetenz für Führungskräfte.
 Bichl 2015. S. 62.
- Abbildung 5: Patrzek, Andreas. Fragearten nach Patrzek.
 In: Patrzek, Andreas, Fragekompetenz für Führungskräfte.
 Bichl 2015. S. 58f..

Internetverzeichnis

- Verzeichnis der verwendeten Internetquellen -

Brumlik, Micha (2016): Resonanz oder: Das Ende der kritischen Theorie. [online] https://www.blaetter.de/archiv/jahrgaenge/2016/mai/resonanz-oder-das-ende-der-kritischen-theorie. Abgerufen am 12.9.2018.

Dark Horse GmbH (2018): Innovation braucht Methode, [online] https://www.thedarkhorse.de/approach.html. Aufgerufen am 28.11.2018.

Dressel, Frank R. B. (2015): Das verbale Aikido, Vera Birkenbhil, Fragetechnik 1. [online]https://www.youtube.com/watch?v=jtrjCzQ5vQQ&t=701s&frags=pl%2Cwn. Abgerufen am: 25.08.2018.

FH Kiel, Dr. phil. Kruse, Patrick, Vortrag Konferenziii (2010): Immersion. Ein Begriff und seine Definition. [online] https://www.fh-kiel.de/fileadmin/data/multimedia/konferenzen/abstracts_konferenziii.pdf. Aufgerufen am 13.12.2018.

Fischer, Markus, Kultur Wandel (2017): Empathie fünf Formen, die Sie kennen sollten. [online] https://www.youtube.com/watch?v=owp3iWBOvIQ. Aufgerufen am 20.10.2018.

Gatterer, Harald (2018): Megatrends Übersicht. [online] https://www.zukunftsinstitut. de/dossier/megatrends/. Aufgerufen am 24.11.2018.

Gerth, Michael (2005): Kleine Einführung in die Systemtheorie nach Niklas Luhmann. [online] http://www.luhmann-online.de. Aufgerufen am 12.9.2018. Haller, Dr. phil. Rudolf (2005): THEAITETOS. De Scientia. [online] http://www.opera-platonis.de/Theaitetos.pdf. Aufgerufen am 7.9.2018. In: Schleiermacher, Friedrich E. D., Platons Werke, Zweiten Teiles erster Band. Berlin 1856.

Harvard Business Manger (Online Magazin 2013): Was die Wirtschaft umwälzt. [online] http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/a-729405.html. Aufgerufen am 18.12.2018.

Harvard Business Review (2013): The Explainer: Disruptive Innovation. Clay Christensen's landmark theory – in under two minutes. [online] https://www.youtube.com/watch?v=mbPiAzzGap0. Aufgerufen am 18.12.2018.

Harvard Business Manger (Online Magazin 2017): Problem auf den Kopf stellen. Anti-Problem. [online] http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/probleme-auf-den-kopf-stellen-a-1162006.html.Aufgerufen am 30.7.2018.

Horx, Matthias, Zukunftsinstitut (2018): Der Mythos Disruption, [online] https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/innovation-und-neugier/der-mythos-disruption/. Aufgerufen am 18.12.2018.

Institut für Kreativitätsforschung i.G. c/o Integralis e.V. (2018): Primäre und Sekundäre Kreativität. [online] https://www.cocre.eu/forschung/. Aufgerufen am 12 12 2018

Moosbach, Dirk, Wortbedeutung.Info (2018): Therapie. [online] https://www.wortbedeutung.info/Therapie/. Aufgerufen am 25.11.2018.

von Mutius, Bernhard, Handelsblatt (2017): Wollen wir Dinge wirklich anders machen?. [online] https://www.handelsblatt.com/unternehmen/beruf-und-buero/the_shift/disruptive-thinking-wollen-wir-dinge-wirklich-anders-machen/20460706. html?ticket=ST-501955-44v3cdVeDs7t3qBUMH0G-ap5. Aufgerufen am 18.12.2018.

Kjellberg, Hubert, NE GmbH | Brockhaus (2018): Nachschlagewerk, Empathie. [online] https://brockhaus.de/ecs/enzy/article/empathie. Abgerufen am: 14.9.2018.

Krohn, Dr. Timm, Hasso-Plattner-Institut Academy GmbH (2018): Was ist Design Thinking?. [online] https://hpi-academy.de/design-thinking/was-ist-design-thinking. html. Aufgerufen am 31.12.2018.

Neri, Alfonso (2009): ABC Nightline - IDEO Shopping Cart, [online] https://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2PCIcM. Aufgerufen am 28.11.2018.

Patnaik, Dev, Fast Company (2009): Forget Design Thinking and Try Hybrid Thinking. [online] https://www.fastcompany.com/1338960/forget-design-thinking-and-try-hybrid-thinking. Aufgerufen am 31.12.2018.

Rachow, A. (2015): Was passiert im Gehirn, wenn ein Mensch befragt wird?, [online] https://www.dasgehirn.info/aktuell/frage-an-das-gehirn/was-passiert-im-gehirn-wenn-ein-mensch-eine-frage-gestellt. Abgerufen am 01.11.2018.

Ramge, Thomas, Brandeins Magazin (2015): Die drei Zauberworte. Disruption, Plattform, Netzwerkeffekt. [online] https://www.brandeins.de/magazine/brand-einswirtschaftsmagazin/2015/handel/die-drei-zauberworte. Aufgerufen am 18.12.2018.

Reckwitz, Andreas, Fabian Kroll, Copyright: Goethe-Institut e. V. (2013): Kreativitätshysterie, Kreativität wird zu einer Leistungszwang, [online] https://www.goethe.de/de/kul/ges/20368887.html. Aufgerufen am: 30.10.2018.

Anhang | Verzeichnisse

Rosenberg, Marshall, Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens. (2009): In: Gens, Klaus-Dieter, Gens, Katarina (Havelaue 2016): Gewaltfreie Kommunikation nach Marshall Rosenberg. Einführung. [online] https://gewaltfrei.de/gk802/modell.php. Aufgerufen am 26.10.2018.

Schefter, Thomas, Frank, über das Leben. Zitate zum Thema Verantwortung. [online] https://www.aphorismen.de/zitat/64349. Aufgerufen am 27.11.2018.

Schulde, Christian, Wege in die Wir-Gesellschaft, URL: https://www.zukunftsinstitut. de/artikel/wir-gesellschaft/wege-in-die-wir-gesellschaft/. Abgerufen am 12.9.2018.

Stadler, Konrad, Perspektive Blau (2018): Die vier kantischen Fragen – Kompass im Führungsalltag, [online] http://www.perspektive-blau.de/artikel/1108a/1108a.htm. Aufgerufen am 07.11.2018.

Technische Universität Berlin, Zentraleinrichtung wissenschaftliche Weiterbildung und Kooperation, Ablaufplan für Follow-Up bzw. Problemlöse-Workshops, [online] https://www.zewk.tu-berlin.de/fileadmin/f12/Downloads/WB/publikationen/08_02_TU_Brosch_2.pdf. Aufgerufen am 28.11.2018.

Tonkinwise, Cameron (2015): Design for Transitions - from and to what?. [online] https://www.academia.edu. Aufgerufen am 24.11.2018.

Universität Trier (2005): Was ist Emergenz. [online] http://luhmann.uni-trier.de/index.php?title=Was_ist_Emergenz%3F. Aufgerufen am 10.09.2018.

Universität Trier (2006): Gesellschaftstheorien 1: Systemtheorie, Selbstkonstitution und Reproduktion. [online] http://luhmann.uni-trier.de/index. phptitle=Gesellschaftstheorien_1:_Systemtheorie#Selbstkonstitution_und_ Reproduktion. Aufgerufen am 16.11.2018.

Wolf, Henning (2018): Scrum, [online] https://www.it-agile.de/de/wissen/einstieg-und-ueberblick/scrum/. Aufgerufen am 28.11.2018.



Verzeichnis Verbaler & medialer Kommunikationsquellen

Bickert-Appleby, Svenja, New Order Design, Feldstudien-Gespräch mit der Verfasserin, geführt in Wiesbaden am 04.10.2018.

Dörner, Prof. Dr. Ralf, Hochschule RheinMain, Fachbereich Informatik, Tag der offenen Tür – Full House. Virtuelle Realität und ernsthafte Computerspiele. [Vortrag] gehalten in Wiesbaden am 26.05.2018.

Eschmann, Sascha, Zukunftslabor Wiesbaden, Feldstudien-Gespräch mit der Verfasserin, geführt in Wiesbaden am 18.10.2018.

Gossar, Felix, Si-Labs, Feldstudien-Gespräch mit der Verfasserin, geführt in Berlin am 08.11.2018.

Helmerdig, Silke, Hochschule Pforzheim, Feldstudien-Gespräch mit der Verfasserin, geführt in Pforzheim am 12.07.2018.

Henseler, Wolfgang, Sensory Minds GmbH, Hochschule Pforzheim Seminar Innovative Media System des MACD WS17 Teilnahme der Verfasserin, Mentale Transformation Merkkarten, gehalten 26.11.2017.

Hoffmann, Dominik, Heimathafen, Feldstudien-Gespräch mit der Verfasserin, geführt in Wiesbaden am 24.10.2018.

Kohlmann, Christian, Workshop: Die ganze Welt ist eine Bühne. Von der Führungskraft zur Führungspersönlichkeit, gehalten in Pforzheim am 04.05.2018. = angewandte Methodik: "emotionalen Biografie".

Opitz, Florian, SPEED: Auf der Suche nach der verlorenen Zeit. [Film, Dokumentation], Hamburg 2013.

Dr. Osswald, Anja, Denkbank, Triad, Feldstudien-Gespräch mit der Verfasserin, geführt in Berlin am 28.09.2018.

Dr. Prieß, Mirriam, "#75 Dr. Miriam Prieß, Ärztin, Autorin und Burnoutexpertin" In: Magnussen, Christoph, Trautmann, Michael (Hg.): On the way to new work, Der Podcast über neue Arbeit. [Podcast], Hamburg 2018.

Theobald, Annika, Marco, Di Giacomo, Abertausend GbR, Workshop: Train the Trainer – Design Thinking, gehalten im Juni 2018.

[Verweise der verbalen Kommunikation dienen zur genaueren Verortung, der Herkunft, der aufgeführten Inhalte und stellen keine konkrete Literaturquelle da. Für weitere Informationen wird an die Autorin verwiesen.]

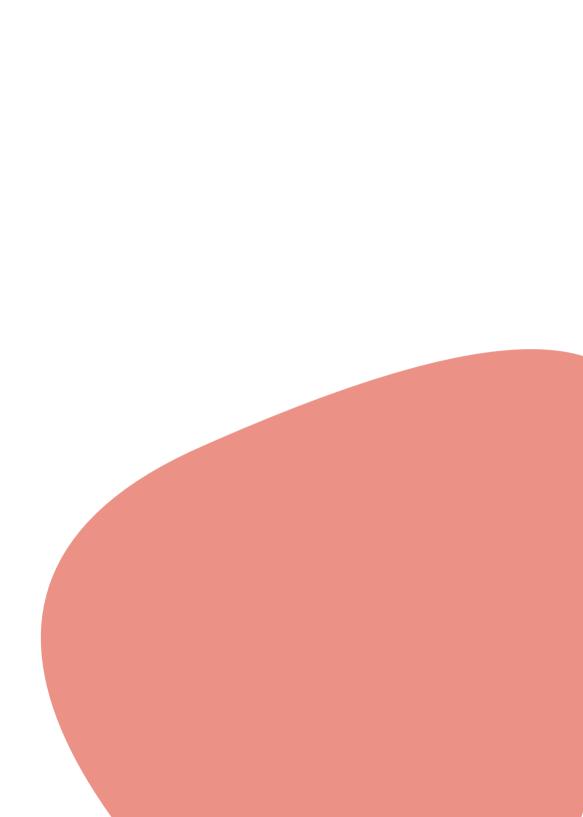
Abkürzungsverzeichnis

- Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen -

sogenannte/n sog. unter anderem u.a. vergleiche vgl. gegebenenfalls ggf. bspw. Beispielsweise Кар. Kapitel dt. Deutsch zw. zwischen mindestens mind. Sokratisch sok. ٧ Variante HS Hochschule

HBM Harvard Business Manager (Magazin) autop. Autopoetisch (vgl. Systemtheorie)

MACD Master of Creative Direction (Hoschule Pforzheim)



Eidesstaatliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass die vorliegende Masterarbeit mit dem Titel "Reflexion über das Gestaltungs- und Wirkungspotenzial von Fragen in der Kreativwirtschaft" von mir selbstständig und ohne unzulässige, fremde Hilfe angefertigt wurden ist. Alle genutzten Quellen und Hilfsmittel zur Verfassung der Arbeit sind an den entsprechenden Stellen innerhalb der Arbeit gekennzeichnet.

Die Arbeit wurde bisher nicht in gleicher oder ähnlicher Form sowie vollständig oder auszugsweise einer anderen Prüfungsbehörde oder der Öffentlichkeit vorgelegt.

S Dok

Deborah Beuerle, Pforzheim, den 21.01.2019





