

CREATIEF DENKEN IN DE PRAKTIJK VOOR
DE INNOVATORS VAN MORGEN

Creati

viteit

HOE?



ZO!

Lannoo
Campus

lnh

oud

Welkom! 9

Wie zijn wij? 13

De essentie van creativiteit 17

Vijf belangrijke misvattingen over creativiteit 17

Wat is creativiteit? 20

Professionele creativiteit 22

Relatie met innovatie 22

Het belang van creativiteit voor professionals 23

Creatief denken 23

Beter creatief leren denken 26

Creatieve mindset 29

5 aspecten van creatieve mindset 31

1. Nieuwsgierigheid 32

2. Positiviteit 33

3. Doelgerichtheid 33

4. Intuïtie 34

5. Vertrouwen 34

Mindset test 37



Creatief proces 49

| | |
|---|----|
| Spontane en gestructureerde ideeëncreatie | 51 |
| Proces in drie fasen | 52 |
| Cases | 56 |

1. VRAAG-fase 59

| | |
|---|----|
| A. Het juiste onderwerp | 59 |
| B. Oriëntatie: verkennen, exploreren, analyseren, begrijpen | 64 |
| C. De juiste vraag: scherpstellen | 78 |

2. IDEE-fase 87

| | |
|----------------|-----|
| A. Divergeren | 87 |
| B. Convergeren | 122 |

3. ACTIE-fase 163

| | |
|----------------------------|-----|
| A. Maak een duidelijk plan | 163 |
| B. Presenteer je plan | 179 |

Creatieve vaardigheden oefenen 198

Vraagfase 205

| | |
|-----------------------|-----|
| 1. Creatief waarnemen | 205 |
| 2. Oordeel uitstellen | 209 |
| 3. Empathie | 214 |

Ideefase 219

| | |
|------------------------|-----|
| 1. Flexibel associëren | 219 |
| 2. Divergeren | 223 |
| 3. Verbeelding | 226 |

Actiefase 229

| | |
|--------------------------------|-----|
| 1. Conceptueel denken | 229 |
| 2. Inspirerend communiceren | 232 |
| 3. Doen (is het nieuwe denken) | 236 |



Faciliteren in de praktijk 246

**Wanneer zet je
creativiteit in? 249**

**Wat zijn de
verschillende
rollen in een
creatief proces? 259**

1. Vraageigenaar 259
2. De facilitator 261
3. De deelnemers 265

**Hoe faciliteer
je een sessie? 267**

**Optimaliseer
je creatieve
processen 287**

- Constructief debat 287
- Hybride brainstorm 292
- Online brainstormen 293
- Omgaan met weerstand 296
- Faciliteerkoffer 300

Outro 310

- Call to action 311
- Inspiratiebronnen 313
- Overzicht technieken 314
- Dankwoord 319

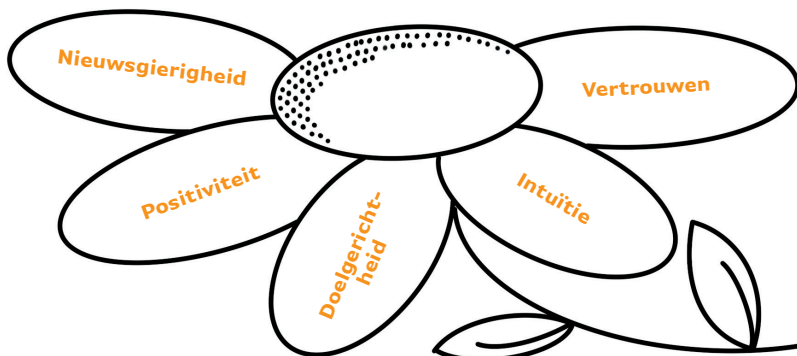


Creatieve mindset

Waaruit bestaat je creatieve mindset in de basis? En welke aspecten van je persoonlijkheid dragen tot die mindset bij?

5 ASPECTEN VAN EEN CREATIEVE MINDSET

Je mindset, de manier waarop je in het leven staat, is het resultaat van jouw (aangeboren) persoonlijkheidskenmerken en de ervaringen die je doorheen je leven hebt opgedaan. Een mindset evolueert langzaam, deze groeit in de loop van de tijd. Je mindset bepaalt mee je aanleg voor creativiteit. Sommige aspecten van je mindset zijn zeer behulpzaam bij het realiseren van je creatieve doelen, andere zullen je juist tegenwerken. We zetten hier de belangrijkste sterktes even op een rijtje, als blaadjes van een bloem.



1. Nieuwsgierigheid
2. Positiviteit
3. Doelgerichtheid
4. Intuïtie
5. Vertrouwen

Nieuwsgierigheid

In professionele creativiteit heb je een zekere mate van kennis en expertise nodig om nieuwe oplossingen te bedenken die ook nuttig zijn en werken. Aangezien de wereld rondom ons permanent in beweging is, zul je ook jouw kennis constant moeten updaten. Nieuwsgierigheid, openheid voor nieuwe ervaringen (openness), willen weten



hoe dingen werken en een onstilbare honger naar kennis helpen enorm bij het ontrafelen van een nieuwe situatie. Je ontdekt nieuwe kansen als je je verwondert over hoe zaken georganiseerd zijn, of welke keuzes worden gemaakt. Goede vragen stellen verruimt de wereld van mogelijkheden. 'Waarom?' is je beste metgezel in deze ontdekkingsstocht.

Een interessant leven zit vol met vragen, een saai leven vol met antwoorden

Paulo Coelho

Positiviteit

Positiviteit is bijzonder waardevol voor de creatieve denker. Rotsvast geloven in een goede afloop, zelfs al ken je de oplossing nog niet, is cruciaal. Je zult tijdens je zoektocht immers meer paden ontdekken die doodlopen, dan oplossingen die ook echt werken. De manier waarop je een situatie bekijkt, beïnvloedt de mogelijkheden die kunnen ontstaan. De realiteit is immers buigbaar. En positiviteit werkt aanstekelijk. Je enthousiasme nodigt anderen uit op avontuur te gaan en nieuwe wegen te bewandelen.



Elk nadeel heb zijn voordeel

Johan Cruyff

Doelgerichtheid

Mensen die er keer op keer in slagen creatieve oplossingen te bedenken, doen dit niet toevallig. Ze gaan systematisch te werk. Voor ze aan hun zoektocht beginnen, vragen ze zich af: wat is het exacte probleem of de opportuniteit? Heb ik de juiste kennis in huis? Wat is het soort oplossing dat ik zoek? Aan welke voorwaarden moet die oplossing voldoen? En welke stappen kan ik het best nemen om de kans op succes zo groot mogelijk te maken? Professionele creativiteit draait niet om toevalstreffers, maar om

het maximaliseren van de kans op succes binnen erg onzekere en onvoorspelbare omstandigheden. Als je van binnen weet welke koers je vaart, mag je creativiteit alle kanten uitwaaiëren. De rivier meandert – soms versmallend, soms verbredend – maar vloeit gestadig voort. Succes is de optelsom van talloze kleine en grote beslissingen. Je kunt op tal van manieren bijdragen aan wat jij waardevol vindt.



Begin with the end in mind

Stephen Covey

In de professionele context ga je meestal doelbewust op zoek naar nieuwe oplossingen voor een vraagstuk, of nieuwe manieren om iets aan te pakken. Je wordt geconfronteerd met een professioneel probleem. Je bent ontevreden over hoe bepaalde zaken nu lopen. Een onderwerp trekt je aandacht en je wilt er iets mee: Dat zou toch anders moeten kunnen? Of: Dat kan ik beter, denk je dan. Of je collega of je klant ziet een kans en daar moet jij iets bij verzinnen. Op die momenten is spontane ideeëncreatie niet voldoende. Je weet zo immers nooit of en wanneer een idee zich zal aanbieden. Je hebt een proces nodig: een betrouwbare structuur die je in staat stelt keer op keer tot vernieuwende ideeën te komen. Het is dan niet genoeg om eventjes wild *out of the box* te denken en zomaar wat ideeën op papier te zetten.

Proces in drie fasen

Creativiteit HOE? ZO! hanteert een eenvoudig proces in drie fasen, de vraag-, idee- en actiefase. Dit basismodel geeft je focus. Het stelt je in staat om je te concentreren op aspecten van het proces waar je het meest te halen hebt. Natuurlijk vervangt het model de werkelijkheid niet. Wel biedt het een houvast bij het succesvol vinden van kansrijke ideeën en hoe deze te ontwikkelen naar concrete actie. In de **vraagfase** gaan we op zoek naar het juiste probleem of de juiste kans. Bij de **ideefase** bedenken we mogelijke oplossingen voor de vraag. In de **actiefase** denken we na over wat we moeten doen om ons idee ook werkelijk te laten landen.

**Creativiteit is namelijk
een proces**

**Creativiteit is een
gestructureerd proces**

**Creativiteit is
gestructureerde chaos**

TECHNIEK

Vrije incubatie

Archimedes zou iets geroepen hebben als: 'Eureka! Ik heb het gevonden!' toen hij in bad stapte en een nieuw inzicht kreeg. Hij zag het water stijgen en snapte in een flits dat hij het volume van een willekeurig voorwerp kon meten door het onder te dompelen in water. Misschien heb je zelf al een Eureka-moment gehad, een idee dat totaal onverwacht op popte voor een uitdaging waar je op dat moment niet bewust mee bezig was? Dit soort AHA-momenten ontstaan door je mentaal en fysiek te verwijderen van de uitdaging. Je aandacht verplaatst zich dan naar andere zaken. Je hersenen zijn wel nog steeds met het probleem bezig. Ze laten de informatie sudderen en rijpen in het onderbewuste.

Bij de vrije-incubatietechniek laat je dit uitbroeden de vrije loop en forceer je niets. Je zoekt de 'actieve rust' op. Het enige wat je doet is bewust afstand nemen van de voorliggende uitdaging en je gedachten de vrije loop laten.

Het verstandig inlassen van een incubatietijd komt de kwaliteit van het creatief proces ten goede. Bij complexe uitdagingen is het doorgaans beter de bewuste inspanning herhaaldelijk te onderbreken met incubatieperiodes, in plaats van in één ruk de divergerende fase te doorlopen.

Hoe?

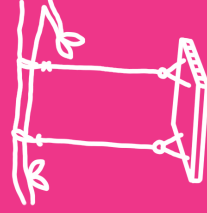
De vrije incubatie kun je het best toepassen na een eerste inspannende divergerende techniek. Op het moment dat het ideeën genereren lastig wordt en er wat frustratie optreedt, neem je afstand. Het ontevredenheidsgevoel geeft als signaal aan het denksysteem: deze uitdaging is belangrijk! Waardoor het de hersenen 'prepareert' om zich in de uitdaging vast te bijten.

Tijdens een creatieve sessie kun je een pauze inlassen om de vrije incubatie te stimuleren. Je kunt de sessie onderbreken voor een wandeling of er een nacht over laten gaan. Vergeet dan niet de deelnemers de opdracht mee te geven met enkele ideeën terug te komen na deze vrije incubatieperiode. Houd een notitieboekje en een balpen bij de hand, zodat je alle tussentijdse flitsen kunt opschrijven. Op die manier gaan geen ideeën verloren. De ervaring leert immers dat ideeën die binnen flitsen even snel weer naar buiten flitsen en verdwijnen.

Welke incubatiestrategie werkt bij jou het beste?



Wandelen, lopen, fietsen, seks
fysieke inspanning kan mentale ontspanning bevorderen



Verander van omgeving

ga van je bureau weg, zoek de drukte van een koffietentje of de rust in je tuin, merk hoe een nieuwe omgeving je prikkelt tot anders denken



Lummelen

in bad, onder de douche, luieren in tuinstoel, vele vormen van lummelen brengen inspiratie



Beweging

rijden op een autosnelweg, een treinreis, vliegtuigreis, blijkt voor velen zeer inspirerend



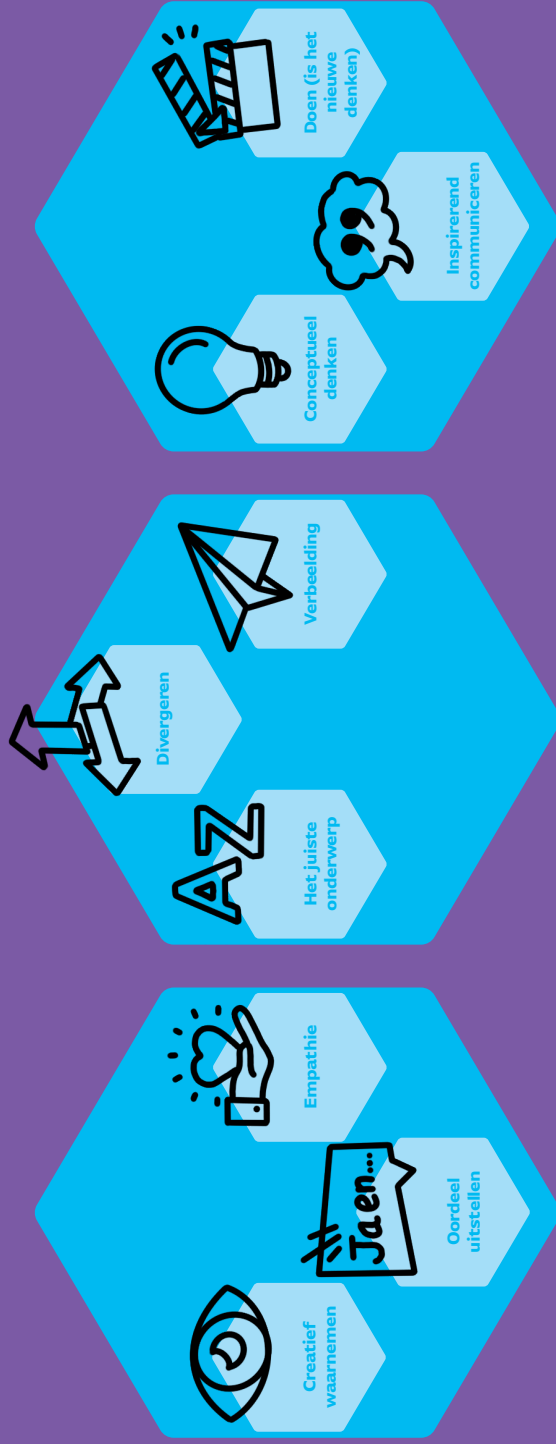
Wees saai

huishoudelijke taken (vaat doen, gras maaien, strijken) zijn repetitieve taken, je hersenen leveren weinig inspanning en blijven 'op de achtergrond' bezig met die belangrijke uitdaging



Slaap er een nachtje over

blijf, als je wakker wordt, even rustig liggen om de ideeën te 'ontvangen'.



1. Vraagfase

2. Ideeefase

3. Actiefase

Creatieve vaardig- heden oefenen

Het creatief proces in deel 2 geeft je de structuur en methodieken om met een groep tot optimale resultaten te komen. Maar het proces op zich is natuurlijk geen garantie op succes. Het proces haalt het beste bij de deelnemers naar boven, maar je werkt altijd met de mensen die er op dat moment zijn. Het aanwezige talent bepaalt natuurlijk ook de kwaliteit van je resultaten. De vaardigheden en vindingrijkheid van je groepsleden bepalen mede of er topideeën, topconcepten en topresultaten ontstaan.

Een voetbaltopcoach brengt de spelers in de match met strategie en tactiek tot het best mogelijke samenspel. Het zijn wél de spelers die het moeten waarmaken. Ze dienen talentvol, vindingrijk, behendig en daadkrachtig te zijn. Tijdens de trainingen oefenen ze hun vaardigheden en brengen ze hun niveau omhoog, vervolgens zijn ze samen in staat tot grootsere prestaties. Bij voetballers heb je twee aspecten die hun persoonlijke niveau bepalen: hun aangeboren talent en de mate waarin ze hun vaardigheden trainen. Met creatief denken is het net zo. De mindset uit deel 1 kun je vergelijken met de aanleg, het



**The art of
conver-
sation is
the art of
hearing
as well as
of being
heard.**

*William Hazlitt
(auteur & filosoof)*

Optimaliseer je creatieve processen

1. Stimuleer constructief debat

Bij meer ervaren teams, die de basisregels onder de knie hebben, kun je vervolgens een stapje verder gaan. Zeker als je uitgebreid tijd en aandacht besteedt aan de ontwikkelfase en actiefase kun je als groep oefenen in de vaardigheden van het 'constructief debat'. Convergentie brengt extra spanning en onveiligheid. Je oordeel uitstellen is een goed begin maar als je een écht creatief team wilt worden, moet je nog een trapje hoger stappen. De kunst bestaat er in om van mening te verschillen zonder dat dit conflict persoonlijk of wrang wordt. Dit noemen we 'taakgerelateerd conflict' en is essentieel voor mature creatieve teams.



Teamleden evalueren elkaars ideeën, durven van mening te verschillen, dagen elkaar uit en gaan zonder taboe in gesprek.

Call to action

Weet je nog? Doen is het nieuwe denken.
Hou jij van actie? Wij ook!

Daarom sluiten we *Creativiteit Hoe? Zo!* graag af met enkele vragen en aansporingen. Wij hopen natuurlijk vurig dat jij aan de bak gaat en dat je de aangereikte inzichten, tools en technieken in je leven, voor je studie en werkpraktijk toepast.

Waar ga je vandaag en morgen mee aan de slag?

Welke aspecten van de creatieve mindset en vaardigheden heb je al onder de knie en welke kunnen nog een duwtje gebruiken? Vandaag kan je erop oefenen. Wie nodig je uit om met jou mee te ontwikkelen?

Wat ga je inplannen zodat je binnen 10 dagen creatieve impact kunt vertonen?

Welke tools en technieken van het creatief proces kun je de komende week in je dagelijkse praktijk toepassen? Kijk om je heen en ontdek problemen of kansen waar nieuwe ideeën het verschil kunnen maken. Plan een creatieve sessie. Ga oefenen met het begeleiden van creatieve sessies. Mensen vinden creativiteit leuk, worden graag uitgenodigd en zijn blij met een goeie facilitator. Grijp deze kans en organiseer dit voor jezelf, vrienden, collega's, klanten, ... Leg het boek voor je open, draai het een kwartslag en begin eraan.

Op welke domeinen ga jij binnen 100 dagen het verschil maken?

Hoe ga je aspecten uit *Creativiteit Hoe? ZO!* aanwenden om je persoonlijke leven en professionele carrière een boost te geven? Met wie ga je je omringen? Op welke organisatorische of maatschappelijke domeinen vind jij dat er nieuwe ideeën nodig zijn en hoe ga jij daaraan bijdragen? Sluit je aan bij netwerken, organisaties, bedrijven die actief bijdragen aan de nodige maatschappelijke veranderingen en geef je creativiteit de vrije loop.

Wij zijn in ieder geval heel benieuwd.

**Join the club
of creatives.
See you further
on the road.**



Pieter



Sara



Igor

D/2022/45/46 – ISBN 978 94 014 8242 4 – NUR 765

Vormgeving omslag en binnenwerk: Adept vormgeving

Visuals: Sara Pieters

© Pieter Daelman, Sara Pieters, Igor Byttebier & Uitgeverij
Lannoo nv, Tielt, 2023.

Foto pag. 47: Vincent Bal.

Foto pag. 307: Anna Devís and Daniel Rueda.

Insta: @drcuerda and @anniset.

Dit boek verscheen eerder onder ISBN 9789020950175 in 21
drukken.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediativisie van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden en/of
openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm,
of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus
Vaartkom 41 bus 01.02
3000 Leuven
België

Postbus 23202
1100 DS Amsterdam
Nederland

www.lannoocampus.com