



Hands on! Kreativität

Ein Workshop über das Suchen, Finden und Umsetzen von Ideen

„Hands on!“

lautet das Motto des Workshops. Das bedeutet: Unterschiedliche Kreativitätsmethoden werden vorgestellt und umgehend anhand einer realen Aufgabe angewandt. Sinnvoll ist es daher, wenn die Teilnehmer bereits ein konkretes Vorhaben in den Workshop einbringen und dafür realisierbare Ergebnisse erarbeitet. Der Vorteil: Die Kreativitäts-Methoden werden gleich auf ihre Eignung getestet und können in den alltäglichen Workflow der Teilnehmer integriert werden.

Lässt sich Kreativität lernen?

Ja! Kreativität ist ein Muskel, der trainiert werden will. Bestimmte Techniken schaffen in unserem Gehirn und in unserer sinnlichen Wahrnehmung günstige Voraussetzungen dafür, eingefahrene Denkmuster zu unterlaufen und bisher unbekannte Gedanken-Verbindungen herzustellen. Unser Gehirn ist automatisch auf Sparmodus eingestellt und verhindert erst mal das Verlassen erlernter Strukturen, denn das kostet zusätzliche Energie. Der Workshop ist ein Energieschub für die grauen Zellen!

Je nach Aufgabenstellung und Entwicklungsphase eignen sich unterschiedliche Methoden, um ein gutes Ergebnis zu erzielen: Manche sind ideal, um den Kopf für neue Gedanken und Ideen zu öffnen, um auch ungewöhnlichen Einfällen Raum zu geben; andere erfrischen mit überraschenden Impulsen; wieder andere dienen vorrangig der Strukturierung unterschiedlicher Einfälle oder zur stringenten Durch-Konzipierung einer Dachidee, z.B. für verschiedene Kampagnenphasen, Marketingtools oder Kommunikationskanäle.

Der Ablauf

Idealerweise bringen die Teilnehmer eine oder mehrere für sie relevante Aufgaben mit in den Workshop ein. Alternativ kann auch mit vorgegebenen Praxis-Cases exemplarisch gearbeitet werden.

In den einzelnen Phasen werden unterschiedliche Kreativitäts-Methoden vorgestellt und angewandt.

1. Das Briefing / die Aufgabenstellung

Wie sollte eine Aufgabenstellung formuliert und aufgebaut sein, um kreatives Arbeiten zu begünstigen? Wie definiere ich Zielvorgaben so, dass sie zum Erfolg führen?

2. Den USP herauschälen und formulieren

Befragung des Produktes / der Dienstleistung: Was macht es besonders? Wie lässt es sich wahrnehmen? Positionierung und Mission Statement.

3. Ideen entwickeln

Wie vermittele ich die zentralen Botschaften? Welche Kommunikationsangebote passen zu meinem Produkt?

4. Einen Claim entwickeln

Wann ist ein Claim gut? Welche Kriterien sollte ein funktionierender Claim erfüllen?

5. Ideen bewerten

Wann ist eine Idee gut? Wann funktioniert sie, wann nicht?

6. Die Kampagnen-Architektur

Wo und wie treffe ich meine Zielgruppen? Welche Tools und Kanäle werden wie bespielt?



Hands on! Kreativität

Ein Workshop über das Suchen, Finden und Umsetzen von Ideen

Formate des Workshops

- ☛ Der Workshop umfasst 2 Tage – entweder im Block oder verteilt auf zwei einzelne Tag im Abstand von z.B. einer Woche.
- ☛ Er wird als Inhouse-Workshop für Unternehmen angeboten, die einzelne Mitarbeiter oder ganze Teams zum Thema „Kreatives Arbeiten“ schulen möchten.
- ☛ Auf Wunsch kann der Workshop auch außerhalb des Unternehmens statt finden. Gerne schlagen wir dazu geeignete Locations vor, ebenso wie ein kreativ inspirierendes Rahmenprogramm.

Ziele und Zielgruppen

Der Workshop bietet eine Auszeit von gewohnten Arbeits- und Gedankenabläufen. Neue Methoden blasen frischen Wind in die Gehirnwindungen und geben Anregungen, gewohnte Vorgehensweisen zu optimieren. Wichtige Rahmenbedingungen für professionelles Ideen-Management werden vermittelt und strukturieren den Prozess von der Ideen-Findung bis zur konkreten Planung. Wer im Daily Business vor kreative Anforderungen gestellt ist oder als Schnittstelle zu Kreativ-Abteilungen/-Agenturen fungiert, kann die vorgestellten Tools in die eigenen Arbeitsabläufe integrieren. Und damit die fruchtbare Entwicklung und zielführende Realisierung von Ideen begünstigen.

Die Trainerin



Petra Pokorny hat in internationalen Agenturen-Networks als Kreativdirektorin Teams geführt und große Marken aus unterschiedlichen Branchen wie Healthcare, Medien, Mode und Tourismus betreut.

Seit 2011 leitet Petra Pokorny die Agentur **ADwave deluxe**. Daneben unterrichtet sie als Dozentin an der HBK (Hamburger Berufsfachschule für Kosmetik) und gibt regelmäßig Workshops.

Sie studierte an der Universität Hamburg Geschichte, Sozialwissenschaften und Pädagogik und ist ausgebildete Gymnasiallehrerin. Nach mehreren Jahren in der Erwachsenenbildung entschied sie sich für den Quereinstieg in die Werbebranche als Texterin und Konzeptionerin.

Mehr Infos finden Sie auf meiner Homepage:

www.adave-deluxe.de

und in meinem XING-Profil