

Kreativitätsmethoden für visionäres Denken

Wenn eine Vision nicht mehr den aktuellen Anforderungen entspricht oder an Strahlkraft verloren hat, ist es sinnvoll, sie gemeinsam neu zu formulieren. Kreativitätsmethoden wie der «Kopfstand» oder «Reportagen aus der Zukunft» sind dabei wertvolle Werkzeuge: Sie fördern visionäres Denken, durchbrechen eingefahrene Denkmuster und eröffnen neue Perspektiven. So entsteht Raum für innovative Ideen und die Möglichkeit, zukunftsgerichtet ein motivierendes Zielbild für die Destination zu entwickeln.

Vorgehen: Wähle eine der hier vorgeschlagenen Kreativitätsmethode aus. Passe sie bei Bedarf so an, dass sie methodisch und inhaltlich zum Prozess der Visions- und Strategieentwicklung in deiner Destination passt. Am besten wendest du die Methode im Rahmen eines Workshops oder einer entsprechenden Arbeitssitzung an.

Nächste Schritte: Liegen die Ergebnisse vor, werden sie nochmals kritisch diskutiert und priorisiert. Die besten und zielführendsten Ideen sowie Ansätze fließen in die Erarbeitung von Vision und Strategie ein.

Tipp: Für eine detaillierte Workshopplanung findest du im Modul Partizipation das Tool «Workshop-Drehbuch».

Vorlagen zur Anwendung und Methodenerklärungen

- A. Kopfstand
- B. Reportage aus der Zukunft
- C. Moonshot Thinking

A. Kopfstand

Einführung

Bei der Kopfstand-Methode wird bewusst eine dem Ziel entgegengesetzte Perspektive eingenommen. Dies kehrt Probleme oder Fragestellungen um, um Denkblockaden zu lösen. Durch bewusst paradoxe Fragestellungen entstehen neue Perspektiven.

Beispiel: «Wie sorgen wir dafür, dass künftig möglichst wenig Gäste mit dem öffentlichen Verkehr oder nachhaltigen Verkehrsmitteln anreisen?»

Vorgehen

1. Ursprüngliche Fragestellung formulieren, z.B.:

- Wie können wir mehr Menschen für nachhaltige Mobilität begeistern?
- Wie können wir die Aufenthaltsdauer verlängern?
- Wie können wir den CO₂ Ausstoss der Destination verringern?

2. Umkehrung der Fragestellung z.B.:

- Wie können wir dafür sorgen, dass alle Gäste möglichst umweltschädlich anreisen?
- Was müssten wir tun, um nur noch Tagesgäste in der Region zu haben?
- Wie würden wir es schaffen, maximal CO₂ zu produzieren?

3. Ideen zur umgekehrten Fragestellung sammeln z.B.:

- Neue Parkhäuser bauen mitten im Dorf oder den öffentlichen Verkehr möglichst unbequem machen
- Übernachtungsmöglichkeiten möglichst unattraktiv gestalten und schwer buchbar machen
- Fokus auf fossile Energien, motorisierte Mobilität, fleischlastige Ernährung und energieintensive Infrastrukturen

4. Antworten in konstruktive Lösungsansätze umformulieren, z.B.:

- Parkhäuser in Velostellplätze umfunktionieren oder Komfort-Initiativen für den öffentlichen Verkehr starten
- Übernachtungsmöglichkeiten attraktiv gestalten und einfach buchbar machen
- Fokus auf erneuerbare Energien, nachhaltige Mobilität, regionale und saisonale Ernährung und energieeffiziente Infrastrukturen

Quelle: Michalko (2006), Thinkertoys; Parnes (1972)

B. Reportage aus der Zukunft

Einführung

Diese Methode nutzt kreative Gedankenreisen in Form einer konkreten Medienreportage, um Zukunftsszenarien greifbar zu machen. Zukunftsszenarien werden als Schlagzeilen formuliert, dadurch werden Ideen griffig und kommunizierbar.

Beispiel: Die Destination wird im Jahr 2050 als nachhaltigste Destination Europas ausgezeichnet. Eine Videoreportage erklärt im Dokumentationsformat, was dazu geführt hat, dass die Destination Null CO₂ Emissionen hat und 100% Kreislaufwirtschaft erreichen konnte.

Vorgehen

1. Thema der Reportage passend zur Fragestellung wählen, z.B.:

- Alltag in der Destination 2050
- Nachhaltiger Tourismus im Jahr 2100
- Destination wird als beste nachhaltige Region Europas ausgezeichnet

2. Zielpublikum der Reportage festlegen, z.B.:

- Politik
- Gäste
- Bevölkerung

3. Format der Reportage festlegen, z.B.:

- Nachrichtensendung
- Interview
- Dokumentation
- Werbung
- TikTok/Shorts
- Zeitungsartikel
- Postkarte

4. Elemente festlegen, z.B.:

- Szene
- Ort / Situation
- Inhalt
- Sprecher:in

5. Resultat erarbeiten, z.B.:

- Real erstellte Videoreportage, die gezeigt werden kann
- Reportage, die als Gedankenreise durchgespielt werden kann
- Zeitungsartikel mit Fotos
- Postkarte

Quellen: UNESCO Futures Literacy Labs; Dunne & Raby (2013)

C. Moonshot Thinking

Einführung

Das Moonshot-Thinking fördert radikales Umdenken und extreme Visionen. Der Endzustand, der entwickelt wird, soll nicht 10 % besser sein, sondern 10x besser. Die Methode ist geeignet, um grosse Visionen zu erarbeiten, anstatt kleine Verbesserungen vorzunehmen.

Beispiel: «Die gesamte Destination wird energieautark, nutzt ausschliesslich erneuerbare Energien, betreibt Kreislaufwirtschaft und vermarktet sich international als erste klimapositive Destination Europas» anstatt «Hotels reduzieren ihren Energieverbrauch durch LED-Beleuchtung».

Vorgehen

1. Das Prinzip «10x statt 10%» mit einem Beispiel erklären, z.B.:

- 10% Verbesserung: Eine Destination erweitert den Fahrplan ihres bestehenden Shuttle-Busses um ein paar zusätzliche Fahrten pro Tag, um den Autoverkehr leicht zu reduzieren.
- 10x Lösung (Moonshot-Denken): Die Destination entwickelt ein komplett neues, emissionsfreies Mobilitätskonzept: autonome Elektro-Shuttles, die Gäste bedarfsgerecht und kostenlos zwischen Unterkunft, Sehenswürdigkeiten und Bahnhof transportieren. Das System wird mit einer App gesteuert, ist vollständig mit dem öffentlichen Verkehr vernetzt und ersetzt den individuellen Autoverkehr fast vollständig.
- Warum ist das 10x?: Es geht nicht um eine kleine Verbesserung, sondern um eine radikale Neugestaltung. Die Lösung ist skalierbar, zukunftsgerichtet und nachhaltig. Sie verändert das Verhalten der Gäste und die Infrastruktur der Region grundlegend.

2. Das Ziel bzw. Problem wird definiert, z.B.:

- Energie
- Regionale Produkte
- Gästelerlebnis
- Digitalisierung
- Unterkünfte
- Tourismusakzeptanz

3. Teilnehmende notieren in Einzelarbeit ihre Moonshot-Ideen zum Thema, z.B.:

- Die gesamte Destination wird energieautark, nutzt ausschliesslich erneuerbare Energien, betreibt Kreislaufwirtschaft und vermarktet sich international als erste klimapositive Destination Europas.
- Alle Leistungsträger verwenden nur noch Lebensmittel aus der Region und entsprechend der Saison.

4. Die Ideen werden gesammelt und anschliessend nach Themen geclustert.

5. Ideen werden ausgewählt und Umsetzungsschritte skizziert.

Quelle: Google X (Moonshot Factory, 2017 [Home - Google X](#))