



# Fokus-Brainstormings

**Fokus-Brainstormings sind Kreativtechniken, die dazu anhalten, sich auf das jeweilige Thema zu fokussieren. Sie sind besonders für introvertierte Menschen oder Menschen, die gerne still arbeiten, geeignet.**

## Verrückte Acht

Ein Blatt Papier wird drei Mal mittig gefaltet, so entstehen acht Felder. Jede Person hat nun vier Minuten Zeit, um in jedem Feld eine Idee zu skizzieren, die das Problem löst.

## Zielgruppen-Meditation

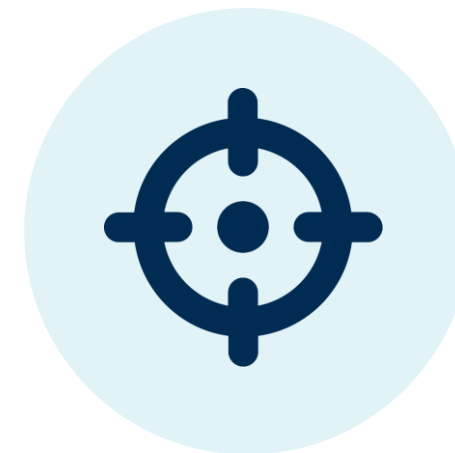
Alle Teilnehmenden schließen die Augen. Eine Person erzählt Details aus dem Alltag der Zielgruppe (vgl. Methode „Persona“). Es werden Geräusche aus dem Alltag der Zielgruppe abgespielt; man versucht sich fünf Minuten lang in die Zielgruppe hineinzusetzen. Anschließend schreibt jede/r Teilnehmende zehn Ideen zur Problemlösung auf Post-Its.

## Rotation

Jede Person schreibt eine Idee auf ein Post-It. Anschließend werden die Post-Its im Uhrzeigersinn weitergegeben und jede Person entwickelt die Idee einer anderen Person mit einem Detail weiter, ebenfalls auf ein Post-It. Es wird beliebig oft rotiert.

## Sternfisch

Alle Teilnehmenden liegen im Kreis auf dem Boden, die Köpfe in die Mitte des Kreises ausgerichtet. Reihum wird eine Idee laut ausgesprochen, auf ein Post-It geschrieben und in die Freifläche in der Mitte der liegenden Köpfe geworfen, so lange, bis es keine neuen Ideen mehr gibt.



### Ziel

Kreativität wecken

### Material

Wand, Post-Its, Stifte, Papier

### Teilnehmende

3 – 20

### Dauer

10 – 60 Minuten

### Anhang

Bild zur Methode



# Fokus-Brainstormings

**Fokus-Brainstormings sind Kreativtechniken, die dazu anhalten, sich auf das jeweilige Thema zu fokussieren. Sie sind besonders für introvertierte Menschen und Menschen, die gerne still arbeiten, geeignet.**

## Verrückte Acht

Auf einem digitalen Whiteboard werden acht Felder vorbereitet. Jede Person hat nun vier Minuten Zeit, um in jedem Feld eine Idee zu skizzieren, die ein konkretes Problem löst.

## Zielgruppen-Meditation

Alle Teilnehmenden schließen die Augen. Eine Person erzählt Details aus dem Alltag der Zielgruppe (vgl. Methode „Persona“). Es werden Geräusche aus dem Alltag der Zielgruppe abgespielt (der Ton kann über den Bildschirm geteilt werden); man versucht sich fünf Minuten lang in die Zielgruppe hineinzusetzen. Anschließend schreibt jede/r Teilnehmende zehn Ideen zur Problemlösung auf digitale Post-Its.

## Rotation

Jede Person schreibt eine Idee auf ein digitales Post-It (mit Namens-Kürzel). Die Post-Its werden in einem großen Kreis angelegt. Anschließend gehen die Teilnehmenden (virtuell) ein Post-It im Uhrzeigersinn weiter und entwickeln die jeweilige Idee einer anderen Person mit einem Detail weiter, ebenfalls auf einem Post-It notiert. Es wird beliebig oft rotiert.

## Sternfisch

Alle Teilnehmenden sind in einem Kreis auf einem digitalen Whiteboard angeordnet. Eine Person startet und spricht eine Idee laut aus, schreibt sie auf ein Post-It in der Mitte des Kreises. Reihum geht es so weiter, bis es keine neuen Ideen mehr gibt.



### Ziel

Kreativität wecken

### Teilnehmende

3 – 20

### Material

Digitale Post-Its,  
Geräusch-Aufnahmen

### Dauer

10 – 60 Minuten

### Digitale Tools

Videokonferenzen &  
Videotelefonie, Digitale  
Whiteboards  
([siehe Online-  
Werkzeugkasten](#))