

17 Wege zur Kreativität – Ein Überblick

VON RAINER M. HOLM-HADULLA

Kreativität ist eine Eigenschaft des Lebendigen, eine alltägliche Aufgabe und eine dämonische Kraft. Experten aus Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik behandeln das Thema auf jeweils besondere Weise, die ihren persönlichen Zugang und die Besonderheiten des Gebiets, in dem sie selbst kreativ sind, sichtbar werden lassen. Die Beiträge zeigen die verschiedenen Facetten der kreativen Persönlichkeit, des kreativen Prozesses und des kreativen Produkts. Die Zusammenfassung verschiedener Perspektiven in einem Band ist mehr als die Summe ihrer Teile, sie ergibt sein Ganzes.

Zur Einstimmung betrachtet der für seine bahnbrechenden Arbeiten über programmierten Zelltod vielfach ausgezeichnete Mediziner und Immunologe *Peter H. Kramer* das Thema aus naturwissenschaftlicher Sicht. Der



Abb. 1. Picasso, Stilleben mit Kerze, Palette und Minotauruskopf [1]

explosionsartige Wissenszuwachs in den Naturwissenschaften habe nach dem 2. Weltkrieg alle Bereiche des modernen Lebens erfasst. Im Rahmen der „Big Science“ werden Entdeckungen zunehmend von Großgruppen oder von Forscherkonsortien gemacht. Dies ermöglicht, dass in Kürze der Bauplan des menschlichen Lebens vorliegen wird. Mit der individuellen Genanalyse lässt sich möglicherweise dann der genetisch vererbare Anteil der Kreativität genauer bestimmen. Im Vergleich mit der Kunst dauert der Erwerb der Grundlagen für Kreativität in den Naturwissenschaften länger, dennoch sind auch hier spielerische Freude, gedankliche Freiheit und Phantasie von Bedeutung. Kreativ ist der Wissenschaftler, wenn er Bestehendes herausfordert, neue verblüffende Hypothesen formuliert und sie ggf. experimentell beweist. Die individuelle Kreativität benötigt ein förderliches Arbeitsklima, um sich der Sache selbst lustvoll widmen zu können. Sorgenfreiheit, flache Hierarchien, spontane Kommunikation und sinnvolles Elitebewusstsein sind wichtige Rahmenbedingungen.

In der Suche nach tieferen Wurzeln naturwissenschaftlicher Kreativität geht Krammer von der Vorstellung aus, „den Schleier des Verborgenen der Natur zu lüften“. Trotz dieser Intention bleibt dem Wissenschaftler immer der letzte Blick verwehrt und dies ist der Blick über den Tod hinaus. Die verzweifelte Abwehr des Unabänderlichen, des Todes, kann Kreativität mobilisieren. Hiermit nähert sich Krammer psychodynamischen und existenzphilosophischen Konzeptionen der Kreativität, die im Beitrag von Holm-Hadulla geschildert werden. In dieser Hinsicht unterscheiden sich die tieferen Wurzeln der Kreativität des Naturwissenschaftlers nicht von denjenigen anderer Menschen. Kreative Forscher drücken „ihre“ Todesabwehr dadurch aus, dass sie *Forscher* geworden sind. Als Naturwissenschaftler, der sich mit dem programmierten Tod von Zellen auseinandersetzt, begründet dies Krammer durch eine Reflexion von Schuberts Quartett „Der Tod und das Mädchen“: Auch in den rational strukturierten Naturwissenschaften liegt im Spannungsfeld zwischen Erotik und Tod die Quelle unserer Kreativität verborgen. Der Beitrag legt die Ansicht nahe, dass Kreativität gefördert werden kann, wenn die Ausbildung genügend Freiraum zu echter Forschung lässt. Dies unterstreicht auch Gisbert Freiherr zu Putlitz in einem Geleitwort, wenn er betont, dass die Erhaltung von Ausbildung durch Forschung eines der vordringlichsten Ziele der Universitätspolitik ist.

In seinem grundlegenden Beitrag „Mozart – oder unser Unvermögen, das Genie zu begreifen“ setzt sich der Naturwissenschaftler und Nobelpreisträger *Manfred Eigen* mit den genetischen Bedingungen der Kreativität auseinander. In seinem immer noch höchst aktuellen Beitrag geht er davon aus, dass Genialität ein genetisches Erbe der Menschheit ist und ohne die Vielfalt genialer Leistungen unser Leben öd und leer wäre. Erstaunlich ist aus genetischer Sicht, dass herausragende Kreativität als solche nicht vererbbar ist.

Die Familie Bach im Bereich der Musik und die Familie Bohr im Bereich der Naturwissenschaften sind eher Ausnahmen, die die Regel bestätigen, dass Genies fast nie geniale Kinder zeugen. Im Genie wirken viele Faktoren zusammen, sowohl ererbte als auch erworbene. Das Zusammenwirken dieser Faktoren auf der Ebene der Organismen ist immer noch ein Buch mit sieben Siegeln. Die Schwierigkeit einer Unterscheidung ererbter und erworbener Begabungen liegt darin, dass unser Zugang zum Genotyp der Phänotyp ist. Dennoch hat die Molekularbiologie Fortschritte gemacht, die noch vor wenigen Jahren unvorstellbar waren. Dies ist auch in dem Beitrag von Peter Kramer beschrieben. Der Züchtung von Kreativität sind dennoch enge Grenzen gesetzt. Auch verbieten ethische Bedenken eine Vergewaltigung der menschlichen Natur. Langfristig würde jede Vereinheitlichung einer biologischen Spezies ihren Tod bedeuten. Individuelle Differenziertheit ist gerade ein typisches Merkmal des Kreativen. Eine Nachbildung der „Anatomie des Geistes“ ist ohnedies wegen der gestalthaften Natur der in den Erregungsmustern des Gehirns gespeicherten Programme nicht möglich.

Die Unmöglichkeit Genialität naturwissenschaftlich festzulegen erläutert Eigen an der Entwicklung der modernen Mathematik und der Musik. Besonders Mozart ist ihm ein Lehrmeister der zeigt, dass die für die Musikalität spezifischen Kennzeichen keineswegs ausreichend für musikalische Kreativität sind. Die Fähigkeit zur gestalthaften Erfassung der musikalischen Struktur, Einfallsreichtum und ein ständiges geistiges „Stirb und Werde“ sind Eigenschaften des schöpferischen Künstlers. Die in Harmonie von Können und Wollen begründete innere Wahrhaftigkeit bedingt das Kunstwerk. In den Naturwissenschaften kommen andere Eigenschaften hinzu. Neben Konzentrationsvermögen, Disziplin und Fleiß geht es um ein klares Augenmaß für das Wesentliche, richtige Einschätzung des Machbaren und Weitsicht in der Beurteilung der Konsequenzen. Auch eine kongeniale Atmosphäre in Forschungsgruppen ist von hoher Bedeutung. Als Fazit ergibt sich, dass Höchstbegabungen selten sind und eine genetische Komponente haben. Deswegen muss man Talente suchen, man kann sie nicht heranzüchten. Die Vielzahl der beteiligten genetischen Komponenten und ihre Expression auf der geistigen Ebene, auf der sie mit Erlerntem vermengt sind, machen es unmöglich, aus Tests allein eindeutige Voraussagen über die zu erwartende Leistungsfähigkeit herzuleiten. Weil Begabung sich nur in einem intellektuell stimulierenden Feld entwickeln kann, sollte sich in den Schulen und Universitäten der allgemeine Anspruch auf Bildung mit einem Anreiz zu elitärer Leistung paaren.

Die Oberbürgermeisterin der Stadt Heidelberg, *Beate Weber*, findet in „Politik und Kreativität“ ein Begriffspaar, in dem Anspruch und Wirklichkeit aufeinanderprallen. Der Alltag setzt der Kreativität allzu oft Grenzen durch Gesetze, Mehrheitsverhältnisse, Kompromisse und Beharrungsten-

denzen. Beate Weber sieht trotzdem in der Politik Chancen Neues zu erfinden, Bekanntes in einen neuen Zusammenhang zu stellen und von hergebrachten Denk- und Verhaltensschemata abzuweichen. Die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister in den Kommunen haben aufgrund ihrer Legitimation aus der Direktwahl, der langen Amtszeit und der Doppelfunktion als Vorsitzende des Gemeinderates und Leiter der Verwaltung einen beträchtlichen Gestaltungsspielraum. So arbeitet Heidelberg seit Jahren an einer Neuausrichtung der Verwaltung im Sinne der „Zivilgesellschaft“ besonders durch Angebote zur Mitsprache und Mitentscheidung sowie durch Einbeziehung des Sachverständigen der Menschen in die Planungsarbeit einer Behörde. Zukunftstaugliche Politik zeichnet sich durch möglichst frühzeitige Beteiligung möglichst vieler Menschen aus. Vertrauen auf die Selbstordnungskräfte innerhalb sozialer Systeme ist gefragt. So ist es in Heidelberg gelungen, Räume und Strukturen zu schaffen, die bei den unterschiedlichsten Themen zu neuen Kooperationen und Koalitionen geführt haben. Beispielhaft schildert Oberbürgermeisterin Weber das Verkehrsforum, die Lenkungsgruppe für kommunale Kriminalitätsprävention sowie die Kooperation im Rahmen des Heidelberger Frühlings. Heidelberg ist auf dem Weg zu einer Stadt, die sich nachhaltig verändert und die ihre Bevölkerung als Quelle und Motor der Veränderung betrachtet. Jede Stadt braucht eine „zivile Gesellschaft“, um die Demokratie auch für die Zukunft zu sichern. Wenn die Bürgerinnen und Bürger gemeinsam mit der Stadtverwaltung ihre Kreativität in Veränderungsprozesse einbringen, wird gesichert, dass Stadt und Staat Partner bzw. Partnerin des Bürgers sind, moderieren – nicht diktieren, vollziehen – nicht vollstrecken, Macht teilen – nicht ausüben. In der auch von Heidelberg unterzeichneten Charta von Aalborg wird festgehalten: „Wir sind zuversichtlich, dass wir über die Kraft, das Wissen und das kreative Potenzial verfügen, um eine zukunftsbeständige Lebensweise zu entwickeln und unsere Städte auf das Ziel der Zukunftsbeständigkeit hin zu gestalten“.

Manfred Lautenschläger, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender der MLP AG, beschreibt die unternehmerische Kreativität. Er versteht Kreativität als die Fähigkeit flexibel auf neuartige Herausforderungen zu reagieren, Chancen zu ergreifen, den Wandel als Chance zu verstehen, ihn zu nutzen und spontan neue Lösungsansätze vorzubringen. Kreativität ist der Teil des immateriellen Kapitals, der offen kaum in einer Bilanz erscheint und dennoch zu den wichtigsten Aktiva eines Unternehmens zählt. Lautenschläger schließt sich Schumpeter an, der die Formel vom Unternehmer als Erneuerer geprägt hat, der sich gegen die Kräfte der Beharrung wendet. Seine besondere Eigenschaft besteht darin, reale Bedürfnisse, aber auch unausgesprochene Wünsche aufzuspüren und eine Lösung anzubieten. Obwohl es dem Unternehmer schmeichle, sei der Vergleich mit dem Künstler nicht angebracht. Beide leben zwar von einer besonderen Art von Phantasie, doch unterscheiden sie

sich in Begabung und Herangehensweise an die Arbeit deutlich voneinander. Der wirtschaftlich orientierte Geist ist eher auf kombinatorische Phantasie, der Künstler eher auf intuitive Phantasie angewiesen. Eine der modernen Unternehmerlegenden Walt Disney hat vier Prinzipien erfolgreichen Unternehmertums formuliert: Neugier, Mut, Zuversicht und Beharrlichkeit. Alle Versuche einer Systematisierung unternehmerischer Kreativität können jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es sich immer um ein höchst persönliches und subjektives Phänomen handelt: Die individuellen Lebensumstände spielen eine ausschlaggebende Rolle. Ein gutes Unternehmensklima, das Raum gibt für Selbstverwirklichung, ist entscheidend für die Entfaltung individueller Kreativität. Auch müssen von der Gesellschaft kritisierte Eigenschaften wie Eigenwilligkeit, Ungeduld und Unzufriedenheit nicht schädlich sei, sie können zur spezifischen Stärke des Unternehmers zählen.

Die Krönung der unternehmerischen Kreativität ist die Innovation, d.h. die Umsetzung einer Erfindung in einen Markterfolg. Dafür ist die MLP AG ein hervorragendes Beispiel. Lautenschläger begründet, dass unternehmerische Kreativität erlernbar ist. Sie ist mehr eine Intelligenzleistung als Ausdruck künstlerischen Genies. Der kreative Prozess bedarf eines Klimas der Offenheit, des Vertrauens und der Neugier. Wichtig für Kreativität ist die Selbstbeschränkung. Die klassischen Tugenden wie Fleiß, Ordnung und Disziplin begünstigen schöpferisches Denken und Handeln. Es muss aber auch Spielräume geben, in denen schöpferische Zerstörung, Brainstorming und originelle Konfliktlösung teamorientiert möglich werden. Kreativität ist ein Lebensstil und eine fortwährende Aufgabe. Ein erfolgreiches und kreatives Wirtschaftsunternehmen befindet sich in einem beständigen Lernprozess, der sich in einem dialektischen Verhältnis mit der Umwelt entwickelt. Am Beispiel der MLP AG wird deutlich, dass unternehmerische Kreativität durch Selbstverantwortung freigesetzt wird. Sie dient nicht nur dem Unternehmer, sondern der gesamten Volkswirtschaft.

Möglichkeiten zur Förderung der Kreativität beschreibt der Unternehmensberater *Tilman Segler*. Die Folge von unternehmerischer Kreativität, aus der erfolgreiche Verbesserungen und Neuerungen, sogenannte Innovationen, erwachsen können, ist eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und eine erhöhte Wertschöpfung. Segler stellt die kulturelle Kreativität dem genetisch bedingten Veränderungsprozess, der die biologische Evolution bewirkt, gegenüber. Die Rolle der Gene in der biologischen Evolution wird in der kulturellen Evolution von Memen übernommen. Meme sind Informationseinheiten, die erlernt werden und den Fortbestand der Kultur sichern: Melodien, Gedanken, Sprachen, Gesetze u.v.a. Diese Meme werden von kreativen Menschen verändert. Sie werden jedoch nur zu einem Bestandteil der Kultur, wenn sie innerhalb der jeweiligen Domäne akzeptiert werden. Um kreativitätsfeindliche Bewertungsmonopole zu verändern, sei Konkur-

renz notwendig. Branchen, die dem globalen Wettbewerb ausgesetzt seien, bringen wesentlich mehr Innovationen und Verbesserungen hervor als Branchen mit geringer Konkurrenz. Die Veränderung des Wissensbestandes kommt durch selektive Reproduktion zustande. Im kollektiven Mempoool eines Unternehmens, in dem sich die Erfahrung mehrerer Generationen von Mitarbeitern speichert, nimmt der Problemlösungsgehalt ab, wenn sich die gegenwärtige Umwelt von der Vergangenheit zunehmend unterscheidet und wenn keine neuen Problemlösungen dazu kommen. Deswegen ist Kreativität eine notwendige Bedingung für den Fortgang des evolutionären unternehmerischen Prozesses.

Dies wird in der heutigen Zeit zunehmend erkannt und so sind die Bedingungen für Kreativität in der Wirtschaft noch nie so günstig gewesen wie heute. Start-up Unternehmen gewinnen, als neue Unternehmensform der New Economy, zunehmend Bedeutung, beispielsweise in der Gentechnik, bei Internetausrüstern und -dienstleistern. Die Unternehmen der New Economy geben sich eine innovatorische Organisationsstruktur und Unternehmenskultur. Selbstverwirklichung und Neugierde werden neu definiert: Konflikte, persönliche Kränkungen und der empfundene Mangel an Zufriedenheit mit der vorherrschenden Situation werden als kreativitätsfördernd angesehen. Unabhängig von der Situation lassen sich generelle organisatorische Gestaltungshinweise zur Förderung der Kreativität geben: Alle Maßnahmen sind darauf auszurichten, dass sich die Mitarbeiter für ihre Arbeit voll verantwortlich fühlen und sich ihrer Aufgabe gegenüber selbst verpflichten, also Commitment entwickeln. Anfallende Routinearbeit ist so rationell zu gestalten, dass Mitarbeitern Zeit für kreative Aufgaben bleibt. Diese soll soweit als möglich delegiert und dezentralisiert werden. Bei der Übertragung von Aufgaben ist darauf zu achten, dass die Mitarbeiter sich durch eine besondere Affinität zu dieser Aufgabe auszeichnen. Die Bildung von funktionsübergreifenden Teams begünstigt neue Lösungen. Die Mitarbeiter müssen regelmäßig mit den für ihre Arbeit relevanten Daten und Informationen versorgt werden, nach ihrer persönlichen Meinung über Vorschläge der Unternehmensleitung befragt werden und darauf Feedback erhalten. Sie müssen die Möglichkeit haben, die Arbeitssituation, in der sie sich befinden, zu ihrem eigenen und zum Vorteil des Unternehmens zu verbessern. Informelle Kommunikationsnetzwerke dürfen nicht unbedacht zerstört werden. Träger von Schlüssel-Know-how sind über Beteiligungen materiell und über Commitment emotional an das Unternehmen zu binden. Das Unternehmen muss über ein objektives Bewertungssystem verfügen, das kreative Ideen erkennt und fördert. Insgesamt geht es um die Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmen nach dem Motto: Was für das Unternehmen gut ist, ist auch für mich gut. Unternehmenskultur und Führungsstil sollten darauf ausgerichtet

sein, dass die Mitarbeiter zur Arbeit kommen, weil sie arbeiten wollen, und nicht, weil sie müssen.

Aus philosophischer und wirtschaftswissenschaftlicher Sicht kommt *Thomas Petersen* zu einer kritischen Einschätzung gegenüber wirtschaftlicher Kreativität. Er bemerkt, dass Kreativität in Unternehmen groß geschrieben, auf den Aktienmärkten honoriert und von Stellenbewerbern als wichtigste Eigenschaft verlangt wird. Diese ‚Alltagskreativität‘ der Wirtschaft misst er an der biblischen und christlichen Schöpfungstheologie. Hier ist die *Creatio*, das Erschaffen, etwas, das nur Gott vermag. So stellt er sich die Frage, was dies Geistig-Kreative mit der Wirtschaft zu tun hat, in der nicht das Geistige, sondern das Materielle das Herrschende ist. Er folgt mit dieser Frage der aristotelischen Tradition, nach der die Bekümmerung um knappe Güter, wie sie für die Wirtschaft leitend ist, nichts „Großes oder Edles an sich hat“. In der modernen Wirtschaft ist Kreativität gleichwohl ein wichtiges Merkmal. Adam Smith sieht im Streben nach besseren Lebensbedingungen, das unserem wirtschaftlichen Handeln zugrunde liegt, ein Moment, das der Wirtschaft zu einer dynamischen Entwicklung und zu einem „ständigen Fortschritt zum Besseren“ verhilft. Im Warentausch kommt es auf die Fähigkeit an, fremde Interessen nachzuvollziehen und vom Standpunkt anderer aus zu urteilen, um diese letztlich zu überzeugen, damit der gewünschte Kontrakt zustande kommt. Hannah Arendt hat diese Fähigkeit als eine politische Fähigkeit *sui generis* gedeutet.

In der Marktwirtschaft begegnet Kreativität in dreierlei Hinsicht: in der Erfindung von Maschinen und Werkzeugen; in der Findung neuer Produkte und Weisen der Bedürfnisbefriedigung; in der Erweckung neuer bisher unbekannter Bedürfnisse. Neue Produkte, neue Bedürfnisse, technische Erfindung und Umformung der Organisation sind auch die zentralen Elemente der „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ des Ökonomen Schumpeter. Nach Schumpeter vollzieht sich die Entwicklung der Wirtschaft in einem Prozess der „schöpferischen Zerstörung“. Im Gegensatz zu Marx, bei dem der Unternehmer nur personifiziertes Kapital ist, wird er bei Schumpeter zu einem handelnden Subjekt, das sich durch besonderen Mut, Entschlusskraft und Urteilsvermögen auszeichnet. Er muss in der politischen Gemeinschaft Zustimmung für sein Handeln gewinnen, wobei es auch auf Intuition ankommt. Zudem bewährt er sich gerade außerhalb von Routinesituationen. Sein Handeln ist innovativ und kreativ.

Petersen vertritt nun die These, dass Kreativität kein Kennzeichen der Wirtschaft schlechthin ist, sondern eng mit der kapitalistischen Marktwirtschaft verbunden ist. Allerdings werde in der gegenwärtigen Wirtschaft mit ihrer Flexibilisierung eine wirtschaftliche und soziale Instabilität erzeugt, die zum Verlust langfristiger Bindungen und beständiger Strukturen führt. Kreativität, Innovation und Wandel setzen aber solche Strukturen voraus.

Möglicherweise spielt in hochentwickelten Wirtschaftsformen die menschliche Kreativität des Einzelnen eine zunehmend geringere Rolle, weil sich die wirtschaftliche Dynamik von ihr entkoppelt hat. So ist zu fragen, ob die Kreativität, die Fähigkeit Neues zu erzeugen, nur eine vorübergehende Verbindung mit der Wirtschaft eingegangen ist.

Der Politikwissenschaftler *Frank R. Pfetsch* weist Wege zum kreativen Verhandeln im Wirtschaftsleben und in der Politik. Kreatives Verhandeln sucht nach neuen und originellen Lösungen von Konflikten. Verhandlungen sind zu den wichtigsten politischen Instrumenten der demokratischen Kultur geworden sind. Durch analytische und systematische Bearbeitung macht die Forschung das Verhandlungsfeld durchsichtiger und überschaubarer. Sie kommt dadurch nicht immer zu gänzlich neuen Einsichten, eröffnet aber neue Perspektiven. Auch Altbekanntes und früher Praktiziertes kann durch wissenschaftliche Reflexion zu neuen Einsichten führen und dadurch auf die Praxis zurückwirken.

Den kreativen Verhandlungsprozess kann man in drei Phasen unterteilen: Die Hervorbringung (Invention), die Durchsetzung (Innovation) und die Verbreitung (Diffusion). Durch kreatives Verhandeln kann der Ausgleich gegensätzlicher Interessen entweder mit einem gänzlich neuen Problemlösungsinstrument herbeigeführt werden oder durch eine Kontextänderung. In der Regel ist „Interesse nur vorhanden, wo Gegensatz ist“ (Hegel). Dieser Satz ist auch umzukehren: Erst das Entgegengesetzte generiert Interessen. Gegensätze können im zwischenmenschlich – privaten Bereich existieren oder im politisch – öffentlichen. Streit, Kampf, ja Krieg gibt es immer dann, wenn sich gegensätzliche Interessen in Bezug auf ein bestimmtes Gut überschneiden und die interessierten Parteien den Willen bekunden, ihre Interessen mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln durchzusetzen. Verhandeln ist eine Form des nicht gewalttätigen Ausgleichs von Interessen und zielt auf Ergebnisse, die von allen Seiten mitgetragen werden können: Demokratie und Verhandlungskultur gehen Hand in Hand.

Die Berücksichtigung von Machtstrukturen ist für erfolgreiches Verhandeln von großer Bedeutung. Ein gerechtes und faires Ergebnis wird dann erzielt, wenn zumindest der subjektiv empfundene Nutzen in Bezug auf das strittige Gut gleich oder ähnlich ist. Beispiele für symmetrische Machtbeziehungen sind die Abrüstungsverhandlungen zwischen der Sowjetunion und den Vereinigten Staaten in den 70er und 80er Jahren (SALT I und II). Die Beitrittsverhandlungen zwischen der europäischen Union und den kleineren beitragswilligen Ländern oder die Verhandlungen zwischen der Sowjetunion und der Bundesrepublik zu Beginn der 70er Jahre unter Willi Brandt sind Beispiele für Verhandlungen auf der Basis asymmetrischer Machtverteilung mit Gewinnen für beide Seiten.

Kreatives Verhandeln kann schon in der Beseitigung von Blockaden bestehen, die das Verfangensein in die eigene Positionen erhellt und dadurch neue Lösungen erkennen lässt. Im Grunde genommen zählen alle Errungenschaften, die im Verlauf der Jahrhunderte des Aufbaus parlamentarischer Praxis eingeführt worden sind, zu den kreativen Leistungen, um auf nicht gewaltsamem Weg zum Interessenausgleich zu kommen. Das so genannte Harvardkonzept führt vier Verhaltensmaximen im privaten wie im öffentlichen Bereich für erfolgreiches Handeln ein: Persönliche und sachliche Elemente werden von einander getrennt; erfolgreiche Verhandlungen konzentrieren sich auf Interessen und nicht auf Positionen im Sinne festgefahrener Ideologien oder Wertfixierungen; Optionen zum Vorteil aller werden entwickelt; Objektive Kriterien werden als Argumente in die Verhandlung eingeführt.

Als kreative Heuristik wird ein Verfahren bezeichnet, das gezielt neue und andere Einstellungen und Sichtweisen zu Tage fördert. Hierzu gehören das Denken in Analogien, wodurch neue Aspekte sichtbar werden, der Rollentausch, der die Interessen des Anderen wahrnehmen lässt und das Brainstorming, das das Entdecken neuer ungewöhnlicher Ideen möglich macht.

Um die kulturellen Hintergründe moderner Kreativitätskonzepte sichtbar zu machen, beschreibt und analysiert der Ägyptologe und Kulturwissenschaftler *Jan Assmann* ägyptische Schöpfungsvorstellungen. In Schöpfungsmythen verständigte sich der frühe Mensch über den Aufbau der Wirklichkeit und seinen Platz in ihr. Sie artikulieren daher das Welt- und Menschenbild früher Gesellschaften und spiegeln Konzepte menschlicher Kreativität. Im alten Ägypten wird die Tätigkeit des Schöpfers vor allem als eine Ausübung von Herrschaft aufgefasst. Es gibt aber auch viele Mythen, denen zu Folge die Welt von selbst entstand, ohne von einem oder mehreren Schöpfergöttern geschaffen worden zu sein. Nach der Lehre von Heliopolis entstand die Welt mit dem ersten Mal des Sonnenaufgangs, als der von selbst entstandene Sonnengott aus dem Urwasser auftauchte und seine Strahlen in eine noch raumlose Welt hinausschickte. Ihm geht ein lichtloses, endloses und formloses Chaos voraus. Durch die Trennung von Himmel und Erde entsteht ein Raum, in dem sich menschliche Kreativität entfaltet: Die Schöpfung ist niemals beendet, sondern geht immer weiter und ereignet sich jeden Morgen aufs Neue. Die Welt wird nicht als ein abgeschlossener und vollendeter Bau aufgefasst wie in der abendländischen und biblischen Tradition, sondern als ein Prozess beständiger Schöpfung. Sie hat sich gegen eine ständige Gravitation zum Chaos durchzusetzen. Die Menschen engagieren sich in Form von Riten an der Schöpfungsaufgabe. Entgegen dem modernen Verständnis der Kreativität als Innovation, die im Gegensatz zur Repetition steht, verbinden die Ägypter mit Riten ein bedeutungsvolles, Chaos abwendendes, Welt in Gang haltendes Handeln. Hierzu gehört die Entwicklung einer ritualisierten

Kultur und eines mächtigen Staates. Die kreativen Implikationen dieses Schöpfungskonzepts lassen sich nicht nur daran ablesen, dass die Ägypter den ersten großen Staat der Menschheitsgeschichte geschaffen haben, sondern ihn über alle Zusammenbrüche hinweg – selbst während der Zeiten der persischen, griechischen und römischen Fremdherrschaft – als eine politische, kulturelle und religiöse Institution aufrecht erhielten. Die großartigste und für die Vorstellungen menschlicher Kreativität folgenreichste Schöpfungsvorstellung ist nun die Idee der Schöpfung durch das Wort. In der Sprache, in einer durch das Wort erschaffenen Welt, erfährt sich der Mensch als Partner Gottes. Diese ägyptische Schöpfungsvorstellung ist uns auch durch den biblischen Schöpfungsbericht vertraut. Im Gegensatz zum Menschen der Bibel ist der Ägypter aber zu unablässiger Mitwirkung und Anteilnahme aufgefordert, er muss Sonne und Mond mit Hymnen huldigen, die Nilüberschwemmungen erbitten, Aussaat und Ernte mit Riten begleiten, die Tiere heilig halten, das ganze kosmische und natürliche Leben mit andächtiger Aufmerksamkeit beobachten und bewahren. Hier spricht sich das Bewusstsein eines Eingebundenseins menschlichen Wollens und Strebens in die elementaren Vorgänge der natürlichen und kosmischen Umwelt aus. Dieser Aspekt ägyptischer Schöpfungsmythologien sollte in modernen Kreativitätskonzepten bewahrt bleiben.

In die Ursprünge abendländischer und chinesischer Kreativität führt uns der Kunsthistoriker *Lothar Ledderose* ein. *Creavit* – er schuf – lautet das erste Verb im ersten Satz des meistgelesenen und wirkungsmächtigsten Buches in der Geschichte des Abendlandes. Die Schöpfung von Himmel und Erde durch Gott, wie sie in der Bibel beschrieben ist, bedeutet Kreativität schlechthin. Der abendländische Kreativitätsbegriff leitet sich hiervon ab: Erstens wird der Akt der Schöpfung von einem einzelnen vollbracht, zweitens findet die Schöpfung zu einem bestimmten Zeitpunkt statt und drittens handelt es sich um eine Schöpfung aus dem Nichts. Erst durch den Schöpfungsakt gewinnen Himmel und Erde Existenz. Sie verdanken sich einer *creatio ex nihilo*. Dieser kühne Entwurf der Schöpfung hat das westliche Denken – von Dichtern und Malern, von Naturwissenschaftlern und Politikern – über die Kreativität geprägt.

Anders in China; die *creatio ex nihilo* ist dem chinesischen Denken fremd. Kreativität wird eher als Verwandlung von etwas schon Bestehendem gedacht. Menschliche Kreativität wird in China oft in Analogie zur Kreativität der Natur beschrieben. Sie wird als ein Prozess verstanden, der sich über lange Zeiten hinziehen kann, an dem viele Individuen teilhaben, und der auch Massenhaftigkeit der Produktion einschließt. Ledderose konkretisiert seine Überlegungen anhand der chinesischen Schrift, die die typischste Leistung der chinesischen Kultur ist und der wenig Vergleichbares aus anderen Weltkulturen an die Seite zu stellen ist. Seit zweitausend Jahren öffnet die

Beherrschung der Schrift den Weg zu sozialem Rang und politischer Macht in China. So gut wie alle Mitglieder der gebildeten Schicht verwenden mehrere Jahre in ihrer Jugend in strenger Disziplin darauf, schreiben zu lernen und praktizieren dann die Schrift ununterbrochen während ihres ganzen Lebens. Das heute noch von über einer Milliarde Menschen tagtäglich benutzte Schriftsystem ist der Kern der chinesischen Kultur und setzt einen Maßstab für alles, was je in China geschaffen wurde. Es kann deshalb auch als ein Paradigma für Kreativität in China gelten. Die religiöse Offenbarung vollzieht sich im Medium der Schrift. Diese findet sich in der Natur vorgezeichnet. Der Entstehung der Schriftzeichen liegt ein biologisches Modell zugrunde. Die Natur schafft, indem sie von ihr bereits gemachte Formen weiter verwandelt und Menschen schaffen, indem sie in diesen Prozess eingreifen. Das Paradigma der Schrift lässt eine Dimension der Kreativität in China erkennen, die dem abendländischen Denken eher fremd ist: Die Dimension der Massenhaftigkeit. Originalität und Massenhaftigkeit sind in China zwei Seiten derselben Medaille. Der Kulturvergleich anhand der chinesischen Schrift gibt Auskunft über kreative Prozesse, die den Horizont des westlichen Betrachters erheblich erweitern.

Der Literaturhistoriker *Peter Huber* stellt die Bedingungen literarischen Schaffens und die Entwicklung von Genialitäts- und Kreativitätskonzepten in der Literatur dar. Da bis ins 20. Jahrhundert alle großen schöpferischen Leistungen in den Künsten unter dem Vorzeichen der Genialität rezipiert wurden, findet Kreativitätsdiskussion in der Literatur hauptsächlich unter der Parole des Genies statt. Die Frage nach Kreativität oder Genialität wurde in der Literatur jedoch erst möglich, als sie ihre enge Bindung an die Realität aufgegeben hatte und nicht mehr im Sinne des Nachahmungsprinzips an die Natur gebunden war. Die frühesten schriftlichen Aufzeichnungen hatten die Überlieferung von Fakten und Ereignissen zum Inhalt und waren somit der historischen Wahrheit verpflichtet. Oft waren die Schriftkundigen gleichzeitig Priester, die keine Urheberschaft an ihren Äußerungen beanspruchten, sondern sie von einer göttlichen Autorität diktiert ausgaben. Auch in der antiken Literaturtheorie waren die kreativen Freiheiten des Autors durch die Forderung der Realitätsnähe gering. Für Platon bedeutete Dichtung nur Darstellung von Seiendem oder Gewesenem, nicht aber Erschaffung von Neuem. Aristoteles erweitert die Funktion der Literatur, indem er mit dem Mimesiskonzept die Kunst zwar als Naturnachahmung erklärt, aber derart, dass nicht nur die Reproduktion des Faktischen, sondern auch die Produktion des von Natur aus Möglichen gestattet ist. Nach einer Darstellung der Kreativitätskonzepte in der französischen und englischen Literatur zeigt Huber, wie von Frankreich und England ausgehend die Geniedebatte in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts nach Deutschland übergreift. Erst in deren Folge konnten sich die Autoren als freie Schöpfer und ihre Werke als autonome

Kreationen verstehen. Goethe spricht während seiner Sturm- und Drang-Zeit vom „gottgleichen Genius“, um später, wie etwa im Tasso, die geniale Autonomie als Wirklichkeitsverlust zu demaskieren. In der Relativierung seiner Genievorstellung wird „Tätigkeit“ zu einem vollwertigen Ersatz für das Genie: Die Produktivität und eben nicht das Genie wird zum Kennzeichen für Kreativität. Dessen ungeachtet schreitet die Selbstinszenierung des Genies in der Romantik und in den Werken von Wagner und Nietzsche weiter fort: Dem Genie ist alles gestattet, selbst die Übertretung der naturgegebenen Grenzen und der Gesetze. Die Verknüpfung von Genie mit Wahnsinn gewinnt an Popularität, obwohl vieles darauf hinweist, dass übersteigerte, realitätsferne Genialität zum Zusammenbruch der Kreativität führt. Im 19. Jahrhundert wirkt der Geniekult auch in andere Bereiche hinein, etwa in den politischen, wie es sich in der Napoleonverehrung abzeichnet. Die Führer totalitärer politischer Systeme profitieren nun von der zunehmenden Popularisierung des Genialischen. So ist der Geniegedanke durch seine Politisierung und Pervertierung im 20. Jahrhundert obsolet geworden. In den 50er Jahren wird er in Nordamerika durch den Terminus „Kreativität“ ersetzt. Kreativität wird heute besonders in den Kognitionswissenschaften (Psychologie, Gehirnphysiologie, KI-Forschung) nicht länger als Charakteristikum künstlerischen Schaffens angesehen, sondern so definiert, dass sie für möglichst viele Bereiche menschlicher Tätigkeiten Geltung beanspruchen kann.

Ein weiterer Höhepunkt der Beiträge zur Kreativität ist der Essay von *Hanns-Josef Ortheil*. Er enthüllt die Entstehungsbedingungen literarischer Kreativität und beschreibt wie kreative Phantasiebildung zu Stande kommt. Er geht von der Originalität kindlicher Sprachbildung aus und zeigt, wie originelle Begriffe und Vorstellungen entstehen. Den psychologischen Ergebnissen der Kreativitätsforschung stellt er die Erkenntnisse des schöpferischen Schriftstellers an die Seite. Der kreative Einfall bereitet sich unbewusst im Schweigen vor, bedarf aber der Ausgestaltung in langer Rede. Heinrich von Kleist empfiehlt in seinem Aufsatz „Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden“, jenen, die etwas bestimmtes wissen wollen, mit nächsten Bekannten darüber zu sprechen. Er empfiehlt die Rede vor dem Spiegel eines Zuhörers schweifen zu lassen. Im sprachlichen Formulieren, Präzisieren, Klarstellen, Wiederholen gruppieren sich die Gedanken neu und der Sprecher vor dem Spiegel der Zuhörers „wird selbst zum Teil dieses Spiegels, der sein Reden auf ihn zurückwirft“. Dem Zuhörer kommen beim Reden des Sprechers Ahnungen der richtigen Antwort: „Der Spiegel emanzipiert sich, er wirft einen Blitz zurück, den Blitz des kreativen Funkens“. Ortheil verbindet diese Überlegungen mit Reflexionen über das Entstehen seines Romans „Faustinas Küsse“. Er beschreibt, wie er während der Erinnerung an einen Rom-Aufenthalt und der Lektüre von Goethes „Italienischer Reise“ von einem kreativen Impuls ergriffen wurde. Die Phantasiebilder sind

Anfang von bewegten Szenen vor seinem inneren Auge, die sein biographisches Feld aktualisiert. Das Phantasieren beginnt eine interessante Geschichte zu präparieren. Mitunter verabschiedet sich der kontrollierende Verstand und die gewonnenen Daten, Ideen und Phantasien werden im Unbewussten, in heimlichen Lösungsvarianten durchgespielt. Aus der Vielzahl dieser Varianten tritt in der Illuminationsphase das besonders Eindrucksvolle hervor. Dies wird in der Verifikationsphase überprüft, erweitert und in einem Gesamtlösungsplan ausgebaut. In diesem Punkte stimmen Künstler und Wissenschaftler überein: Sie alle berichten „vom Herauspräparieren eines Themas, von der Ideensammlung, der Materialbeschaffung, vom Schlummern im Unbewussten, vom erhellenden Blitz“ und seiner Bändigung und Organisation in der produktiven Realisierung. Am Beispiel seines Protagonisten Giovanni Berri lässt uns Ortheil an der kreativen Realisierung eines Romans teilnehmen. Wir werden Zuschauer des Entwurfs der Durchführung seines Romans und können lernen wie literarische Kreativität zustande kommt. Er zeigt uns, wie Kreativität auch „Spiel mit dem Selbst“ ist. Den kreativen Funken zu spüren, ist gar nicht so schwierig, eher ihn über mehrere hundert Seiten zu bewahren und zu gestalten. Dies gelingt nur, „wenn im Romanuntergrund ein anderes Spiel läuft: Das Spiel mit dem autobiographischen Selbst, das erlaubt, die Masken der Romanfiguren immer wieder zu tauschen und diesen Tausch als Spiegelung eigener Erfahrungen zu verstehen“.

Die Sozialphilosophin *Maria-Sybilla Lotter* untersucht den Gedanken der Selbsterschaffung von Personen, der in der Ethik authentischer Individualität und der heutigen Therapiekultur verbreitet ist. Ausgehend von einem Gedicht Philip Larkins beschreibt sie individuelle Selbstbezüglichkeit als Aufgabe, aber auch Probleme moderner Lebensweisen. Individuelle Selbstverwirklichung ist einerseits zur kreativen Lebensaufgabe geworden, in der Individualität als Selbstgeschaffenes zum Ausdruck kommt. Das Streben nach rein individueller Selbstverwirklichung kann jedoch andererseits zum Sinnverlust führen, weil dadurch die verpflichtende Kraft religiöser und politischer Ziele verloren geht. Diese Problematik wurzelt nach Lotter in einem zu wenig in Frage gestellten Ideenkomplex, der auf Gedanken der Aufklärungsphilosophie zurückgeht. Lotter führt den Gedanken normativer Selbstbegründung auf die Philosophie John Lockes zurück, der es zur Pflicht des Individuums erklärte, skeptisch gegenüber vorgegebenen Normen zu sein, und der Personalität und Verantwortung als individuelle Selbstbeziehung und Beziehung zu Gott verstand. Eine andere Wurzel des heutigen Selbsterschaffungsdenkens ist nach Lotter der Gedanke des individuellen Gesetzes bei Gottfried Wilhelm Leibniz. Während Lockes Personenbegriff keine sozialen Beziehungen einschließt, bedeutet Selbstverwirklichung bei Leibniz auch ein unbeschränktes Erleben aller anderen Wesen. Diese Verbindung von Individualität und Sozialität ist jedoch bei Leibniz nur aus der

Perspektive Gottes einsehbar. Sie wird in der Übertragung seiner Überlegungen auf die menschliche Perspektive im deutschen Humanismus mysteriös. Die heutigen Schwierigkeiten, Selbstverwirklichung und soziale Pflichten nicht als Alternativen zu denken, gehen daher nicht nur auf das Locke'sche, sondern auch das Leibniz'sche Erbe zurück. Freilich haben sich Humboldt und besonders Schleiermacher nicht ganz erfolglos bemüht, Selbstverwirklichung als sozialen Vorgang, nämlich als Darstellung der Menschheit im Einzelnen zu denken. Im Zusammenhang mit transzendentalphilosophischen Gedanken entsteht hieraus die Vorstellung normativer Selbstbegründung und Selbsterschaffung. Sie verbindet sich mit dem Geniekult des Sturm und Drang und dem Wandel der religiösen Einstellung, der sich darin ausdrückt, dass Gott nicht mehr als Schöpfer, sondern als Geschöpf des Menschen betrachtet wird. In der Lebensphilosophie des späten 19. Jahrhunderts wird dementsprechend Moral individualistisch begründet: Das künstlerische Genie, das nicht vorgegebenen Regeln unterliegt, sondern selbst neue Regeln schafft, wird zum moralischen Leitbild. Originalität und eine beständige Steigerung des inneren Lebens werden zur Maxime: Vermehre beständig die Intensität deines Lebens. Lotter bezweifelt, dass dies ausreicht, um soziale Verantwortung zu begründen. Verantwortungsbewusstsein entsteht vielmehr durch eine Kultivierung kritischen Hinterfragens: Nicht dadurch, dass Individuen ihre eigenen Kategorien und Werte erfinden, sondern dadurch, dass Kritik institutionalisiert wird, entsteht Verantwortungsbewusstsein. Dies ist eine kreative Aufgabe, in der der Einzelne seine Ansichten kommuniziert und im sozialen Austausch sich das *Selbst* verantwortlich *verwirklicht*.

Aus denkpsychologischer Perspektive behandelt *Joachim Funke* das Thema. Sein Streifzug durch die psychologische Kreativitätsforschung geht den Determinanten kreativen Denkens nach und beschäftigt sich mit Möglichkeiten, kreatives Denken zu fördern. Ausgangspunkt der Überlegungen von Funke ist das Statement von Simonton, dass Kreativität eine allgegenwärtige Erscheinung der menschlichen Natur sei. Allerdings ist sie wenig erforscht und die Messverfahren zur Erfassung des kreativen Prozesses haben sich als weitgehend untauglich erwiesen. Aus der Zusammenschau verschiedener Ansätze kann dennoch ein zuverlässiges Bild entstehen. Aus den Untersuchungen von Guilford ist das Konzept des divergenten Denkens entstanden, das die Faktoren Flexibilität, Flüssigkeit und Originalität in den Mittelpunkt rückt. In der Analyse des kreativen Denkprozesses widerspricht Funke aufgrund der psychologischen Forschung dem populären Vorurteil, wonach kreative Denkkakte Ergebnisse von Geistesblitzen seien: Kreative Lösungen sind in der Regel Ergebnisse langdauernder, oft sogar mehrjähriger Anstrengungen. In der Beschreibung von Determinanten kreativen Denkens unter-

scheidet Funke die klassischen Perspektiven der Kreativitätsforschung, nämlich die kreative Person, den kreativen Prozess und das kreative Produkt.

Die kreative Person zeichnet sich durch gute Intelligenz aus. Aus der Hochbegabtenforschung folgt jedoch, dass oberhalb eines Intelligenzquotienten von ca. 120 eine Erhöhung der Intelligenz keine Auswirkungen mehr auf kreative Leistungen hat. An Persönlichkeitseigenschaften zeichnet sich folgendes Profil ab: Unabhängigkeit, Nonkonformismus, unkonventionelles Verhalten, weitgespannte Interessen, Offenheit für neue Erfahrungen, Risikobereitschaft sowie kognitive und verhaltensmäßige Flexibilität. Aus diesem Eigenschaftsprofil ergeben sich Chancen und Risiken sowie Strategien kreative Personen gezielt zu fördern (vgl. Holm-Hadulla). Zur alten Debatte über den Zusammenhang von Kreativität und psychopathologischem Verhalten resümiert Funke, dass kreative Persönlichkeiten psychologische Schwachpunkte in einem adaptiven Sinn für ihre Arbeit nützlich machen können. Nicht die kreative Person allein ist maßgebend, sondern dem kreativen Umfeld kommt eine große Bedeutung zu. Die alleinige Konzentration auf einzelne Personen reicht nicht aus, um das Zustandekommen eines kreativen Produkts zu verstehen. Neben dem Einfluss des Umfeldes, der Domäne, in der sich die kreative Person betätigt, sind soziokulturelle Einflüsse relevant: Kulturelle Diversität wird als kreativitätsfördernder Faktor gesehen.

Das Produkt kreativen Denkens zeichnet sich durch Neuigkeit und Nützlichkeit im Sinne der Problemlösung aus. Neben diesen beiden Hauptkriterien werden Qualität, Bedeutung und Entstehungsgeschichte zur Bewertung eines kreativen Produkts genannt. Zur Frage, warum wir kreatives Denken brauchen, konstatiert Funke, dass dies für den Fortbestand unserer Welt unerlässlich ist, auch wenn es gerade kreative Erfindungen waren, die die Menschheit mit der Möglichkeit ihrer Selbstzerstörung konfrontiert haben. In einer Welt, in der das kriegerische Zerstörungspotenzial zur mehrfachen Vernichtung des Globus ausreicht und die Versorgung einer exponentiell wachsenden Menschheit mit Wasser und Nahrung nicht möglich ist, sei das kreative Potenzial der Menschheit ein Hoffnungsschimmer. Eine gezielte Förderung kreativen Denkens ist notwendig, weil Experten bei der Lösung komplexer Probleme betriebsblind werden können. Andererseits zeigt sich in manchen psychologischen Experimenten, dass Experten häufiger flexiblere, unkonventionellere und nonkonformistischere Lösungen wählen als Unerfahrene. Zur Entfaltung des kreativen Potenzials der Einzelnen sind eine gewisse Entscheidungsfreiheit, unerwartete Beförderungen, positives Innovationsklima und stimulierendes Milieu förderlich. Als hinderlich werden z.B. Druck von Kollegen, Supervision und erwartete Evaluation angesehen. Folgende Punkte sind bei der Förderung des kreativen Outputs zu beachten: Intrinsische Motivation, Nonkonformismus und Selbstdisziplin, Überzeugung von der eigenen Sache und Toleranz für Kritik, sorgfältige Auswahl von Ge-

genständen und Personen, auf die sich die kreative Aufmerksamkeit konzentriert, divergentes Denken unter Berücksichtigung der Tradition, Suche nach Mitstreitern und persönliche Verpflichtung auf die kreative Unternehmung.

Die Psychologin *Annette Kämmerer* zeigt, dass Kreativität keine abstrakte Größe ist, sondern in Raum und Zeit und im Verhältnis der Menschen zueinander entsteht. Allerdings kommen Frauen im Kreativitätsdiskurs kaum vor, denn dieser wird zugunsten einer allein männlichen Kreativität geführt. Dabei haben Studien zum Geschlechtsunterschied in der psychologischen Forschung eine lange Tradition: Frauen verstehen besser als Männer non-verbale Signale, sie lächeln mehr in der sozialen Interaktion und suchen häufiger Blickkontakt. Im Bereich der kognitiven Fähigkeiten gibt es kaum Unterschiede. Emotional sind Männer etwas aggressiver, besonders im Bereich der physischen Aggression. Frauen neigen eher zu sozialer Konformität und bevorzugen eher einen demokratischen Führungsstil im Gegensatz zu Männern, die eher einen autokratischen bevorzugen. Frauen schätzen sich im Durchschnitt als einfühlsamer, Männer als durchsetzungsfähiger ein. Die Geschlechtsstereotype stehen in Wechselwirkung mit Rollenanforderungen, die in unserer Gesellschaft an Frauen und Männer gestellt werden. Deswegen fehlen Frauen so häufig in der Kreativitätsdebatte: Es wird von statusbezogenen und rollentypischen Verhaltensweisen auf Wesensmerkmale geschlossen. Deswegen ist es zur Entfaltung weiblicher Kreativität wichtig, Rollenstereotype zu verlassen, die Kreativität verhindern können. So lange das Stereotyp des kreativen Mannes vorherrschend ist, sehen sich kreative Frauen dem Vorwurf der ‚Entfeminisierung‘ ausgesetzt.

Implizit sind in den Ausführungen von Frau Kämmerer Wege zur Förderung der Kreativität von Frauen vorgezeichnet: Die Rollenstereotype sind zu verflüssigen, damit Frauen ihre Originalität und Authentizität entwickeln können. Dann werden sie unbefangener einer Aufgabe autotelisch nachgehen können. Hierzu sind sozial geachtete Freiräume notwendig, die eine Frau nicht mühevoll ihren Eltern, Partnern, Kindern, KollegInnen abringen muss. Die Eröffnung von kreativen Freiräumen für Frauen und die Entwicklung ihrer Möglichkeiten könnte auch zu einer Zunahme von Kreativität in ihren ‚klassischen Domänen‘ – z.B. Mutterschaft, Sexualität – führen: „Es ist die Ahnung von der Kraft der Gestaltung, der ‚Schock der Erkenntnis‘, die Transzendierung des Bestehenden.“

Von dem Vorurteil, dass die Kreativität bei Juristen von untergeordneter Bedeutung sei, geht der Sozial-, Staats- und Verwaltungsrechtler *Görg Haverkate* aus. Populär ist die Auffassung, dass allein der Gesetzgeber Schöpfer des Rechts sei und der Jurist die Gesetze nur anwendet. Diese Auffassung vergisst, dass in jeder Rechtsanwendung ein Moment eigenverantwortlicher Rechtsschöpfung enthalten ist. In der Anwendung der Verfassung wird z.B.

deutlich, welchen weiten gestalterischen Spielraum der Rechtsanwender genießt. Aus seit Jahrzehnten unverändert geltenden Verfassungsbestimmungen werden mit einem Mal neue Konsequenzen entwickelt, von denen man nie etwas ahnte und die zu einer atemberaubenden Änderung der Perspektive führen. Viele Beispiele belegen die Reichweite des Kreativen in der Rechtsanwendung. Allerdings stellt sich dann die Frage nach dem Legitimitätsproblem: Jurisprudenz ist notwendigerweise schöpferisch, darf es aber nicht zugeben. Die Verschleierung der Kreativität des rechtsanwendenden Juristen ist jedoch wenig hilfreich. So ist die interessen geleitete Suche nach einem Gesichtspunkt, der ein bestimmtes Verlangen rechtlich begründen könnte, eine schöpferische Aufgabe. Da das Gesetz mehr Lücken als Regelungen enthält, wird in der Epoche des Richterrechts seine rechtsschöpferische Tätigkeit zunehmend anerkannt. Rechtsschöpfung geschieht in der täglichen Anwendung des Rechts, durch Gerichte, durch Verwaltungsträger, durch die Bürger und ihre juristischen Berater. Das Recht ist ein Medium, das sehr viel mehr Vernunft ermöglicht, als bereits verwirklicht ist. Die neue vernünftige und kreative Lösung setzt sich aber nicht von selbst durch, sondern sie muss erkämpft werden. Im Kampf mit anderen Vorstellungen muss sie sich als die bessere Lösung bewähren. Kreativ sein heißt, fähig sein auf den Anderen zuzugehen, Fragen zu hören, ungewohnte Lösungen zu denken und zu formen. Ein wesentliches Moment der Kreativität des Rechts besteht darin einen gesicherten Freiraum für die Kreativität der beteiligten Personen zu schaffen: das Recht muss den Menschen kreativ sein lassen, was viel rechtliche Innovation und Phantasie erfordert.

Der Medizinpsychologe *Rolf Verres* möchte Anregungen zu mutigen Innovationen für das Lehren und Lernen im Medizinstudium geben. Er ist der Überzeugung, dass der Sinn der Psychologie für angehende Ärzte sich nicht darin erfüllt, Faktenwissen auswendig zitieren zu können, sondern dass psychosoziales Wissen den professionellen Umgang mit kranken Menschen, die präventiven Bemühungen und die Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen verbessert. Mit seinem Team bemüht er sich seit Jahren, die für angehende Ärzte relevanten Themen der Psychologie als Beiträge zu einer besseren Beziehungskultur in der Medizin fruchtbar werden zu lassen. Das Erleben von Resonanz zwischen körperlicher und geistiger Lebenskraft zu fördern, aber auch das Ende des Lebens würdig zu gestalten, ist eine Tiefendimension der Heilkunde. Deshalb sollten in der ärztlichen Ausbildung neben dem notwendigen Wissenserwerb auch die Lebenskunst und die eigene Persönlichkeitsentwicklung als wichtige Aufgaben zukünftiger Heilkundiger thematisiert werden. So ist es wichtig in der Lehre zu zeigen, dass es in der wissenschaftlich fundierten Medizin neben der Leistungsorientierung in jedem Einzelfall auch subjektive Empfindungen gibt, die nicht als Störfaktor des wissenschaftlich fundierten Handelns empfunden werden, sondern eine besondere

Beachtung finden. Es geht darum, unter den Bedingungen von Verschulung und Entfremdung ein Lehrangebot zu etablieren, das eine starke Praxisrelevanz für psychologische Kompetenz in der späteren Berufstätigkeit hat und zugleich ein Angebot zur Persönlichkeitsentwicklung für Medizinstudenten ist. Abschließend wirft er die Frage auf, wer sich um die seelische Gesundheit bzw. die Lebensqualität der Lehrenden kümmert, sind diese doch primär durch eine besondere Affinität zur Kreativität ausgezeichnet.

Zum Abschluss beleuchtet der Arzt, Psychotherapeut und Berater *Rainer M. Holm-Hadulla* emotionale Grundlagen der Kreativität. Aus der Analyse psychodynamischer Konflikte und Ressourcen werden Strategien zur Förderung der Kreativität abgeleitet.

Die kreative Persönlichkeit zeichnet sich zunächst durch eine besondere Begabung aus. Diese ist aber nicht frei schwebend, sondern kann sich nur in einem fördernden soziokulturellen Umfeld entfalten. Der Einfluss der frühen Sozialisation ist bedeutsam: Kreative beschreiben immer wieder, wie wichtig ihnen elterliche Zuneigung, Begleitung und Förderung gewesen sind. Andererseits erhalten wir Berichte, in denen schwierige, mitunter sogar katastrophale Familienverhältnisse ein Ansporn zu besonderen wissenschaftlichen, künstlerischen, sozialen und politischen Leistungen gewesen sind. Als Ergebnis bleibt, dass produktive und kreative Menschen ihr Schicksal meist realistisch wahrnehmen und bejahen können. Sie finden Freiräume, in denen sie sich einer Aufgabe autotelisch, d.h. um ihrer selbst willen, widmen können. Hierbei sind Leidenschaft, Spielfähigkeit und Frustrationstoleranz psychodynamisch von besonderer Bedeutung: Bei herausragenden kreativen Persönlichkeiten wie Mozart, Goethe, Einstein und Picasso findet sich eine lebenslange Bereitschaft zur ‚autotelischen‘ Hingabe und eine besondere Fähigkeit, trotz Niederlagen und Enttäuschungen produktiv zu arbeiten.

Kreativität ist eine natürliche Eigenschaft von Lebewesen und findet sich nicht nur in hervorragenden Leistungen. Die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit, die Gestaltung einer Partnerschaft, die Erziehung von Kindern und erfülltes Altern sind kreative Aufgaben. Krisen treten gerade dann auf, wenn man sich der kreativen Entwicklung und dem lebenslangen Lernen verschließt.

Eine Begabung kann sich nur in einer erfolgversprechenden Domäne entfalten und muss mit dieser kongruent sein. Häufig wird übersehen, dass in den Domänen Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik sehr unterschiedliche Kreativitätsprofile erfolgversprechend sind. Deswegen muss gezieltes Coaching die individuellen Begabungsschwerpunkte des potenziell Kreativen erkennen und die in der gewählten Domäne erforderlichen Kreativitätsprofile berücksichtigen. Erfolgreiches Coaching erkennt diesen Zusammenhang und fördert domänenspezifisch Originalität, Flexibilität, Sensitivität, Finalismus, Enthusiasmus und Authentizität. Die gezielte Förderung

der ‚kreativen Kardinaltugenden‘ unter Berücksichtigung kreativer Höhen und Tiefen kann die Motivation, Commitment und Effektivität in der Phase der ‚produktiven Realisierung‘ erheblich steigern. Die Beseitigung emotionaler Hindernisse, die Begabte an der Realisierung ihrer Möglichkeiten hindern, führt häufig zu einer Entfaltung kreativer Ressourcen. In besonderen Phasen des kreativen Prozesses ist ein Coaching hilfreich, um ‚produktive Krisen‘ zu bewältigen und besondere Leistungen zu ermöglichen. Zum Beispiel kann eine im kreativen Prozess labilisierte Selbstachtung, die zum Ausweichen vor der Aufgabe führt, durch Coaching korrigiert werden. Auf der Grundlage einer selbstwertstabilisierenden und positiv verstärkenden Beziehung von Coach und Mitarbeiter werden Rituale entwickelt und geübt, die der Produktive häufig schon kennt aber in der kreativen Krise nicht mehr anwenden kann. Ein gut ausgebildeter, in der Domäne erfahrener und unabhängiger Coach fokussiert auf drei Bereiche: Erkennen und Fördern individueller Begabung, Realisieren domänenspezifischer Chancen und verantwortungsvolles Nutzen gesellschaftlicher Ressourcen.

Abbildungsnachweis

[1] © Succession Picasso / VG Bild-Kunst, Bonn 2000

