



IN DIESEM KAPITEL

Kreativität wahrnehmen

Kreativ ans Schreiben herangehen

Falsche Freunde des Kreativen meiden

Kapitel 1

Kreativ sein beim Schreiben

Kreativität ist eine gesuchte Eigenschaft. So viel offenbart bereits ein flüchtiger Blick in Stellenanzeigen. Wie viele Firmen suchen »kreative Köpfe«. Trotzdem (oder gerade wegen des inflationären Gebrauchs des Wörtchens »kreativ«) ist meist nicht klar, was gemeint ist. So verhält es sich auch in Bezug auf das Schreiben.

Was ist zu verstehen unter kreativem Schreiben? Ist es das Schreiben von Literatur? Schreiben in der Kreativbranche (welche auch immer das sein soll)? Geht es darum, etwas zu erfinden? Eine spannende Geschichte etwa, eine knallige Schlagzeile oder einen griffigen Werbeslogan? Was ist mit Texten, die weniger sensationell daherkommen, weil sie rein sachlich sind? Vertragen die sich überhaupt mit Kreativität? Wie kann Kreativität auch in solche Texte einfließen? Und schließlich: Wo muss man aufpassen, dass (vermeintliche) Kreativität oder kreativer Überschwang nicht der Seriosität in die Quere kommt?

In diesem Kapitel können Sie der Kreativität auf den Grund gehen. Was haben Sie davon? Sie können dann Ihre eigene Kreativität besser erkennen. Und was Sie einmal erkannt haben, das können Sie gezielt nutzen und fördern.

Gespür fürs Kreativsein

Im Wörterbuch ist »kreativ« definiert als »schöpferisch, Ideen habend und diese gestalterisch verwirklichend«. Diese Definition kann man ohne zu rütteln anwenden auf große Schöpferpersönlichkeiten: Da hat etwa eine J. K. Rowling die Idee eines kleinen Jungen, der nicht weiß, dass er ein Zauberer ist, und lässt daraus sieben Harry-Potter-Romane entstehen. Ein Lee Child hat die Idee, dass ein Ex-Militärpolizist als Einzelgänger durch die USA zieht und für Gerechtigkeit sorgt, und verwirklicht diese in einer langen Serie von Jack-Reacher-Romanen. Doch eine Schöpfung dieser Größe kann kaum der Anspruch sein,



32 TEIL I Kreativität

wenn Firmen ihre Arbeitsplätze mit kreativen Köpfen besetzen möchten. Was sie erwarten, dürften eher Personen sein,

- ✓ die eigenständig arbeiten (statt auf Vorgaben zu warten),
- ✓ die selbst denken (statt sich auf zuvor Gedachtes zu verlassen),
- ✓ die Aufgaben oder Probleme erkennen (statt im Trott darüber hinwegzugehen),
- ✓ die dafür praktikable Lösungen suchen (statt eine Nicht-Lösung zu akzeptieren),
- ✓ die dazu alle möglichen Ressourcen heranziehen (statt Ressourcen brachliegen zu lassen),
- ✓ die dabei Neues ausprobieren (statt stur Altes zu wiederholen)
- ✓ und damit gute Ergebnisse erzielen.

Auch das sind Züge von Kreativität, die mit aufs Schreiben übertragen werden können. Im folgenden Abschnitt kommen weitere Aspekte hinzu. Ziel ist ein möglichst facettenreiches Bild, das das Kreative im Großen wie im Kleinen erkennen lässt.

Sieben Fragen zum Kreativsein

Kreativität ist ein weites Feld, das schwer zu beackern ist. Leichter geht es, wenn man dazu die sieben W-Fragen nutzt. In klassischer Reihenfolge lauten diese: *Wer?*, *Was?*, *Wo?*, *Womit?*, *Warum?*, *Wie?*, *Wann?* Speziell in Bezug aufs kreative Schreiben kann man damit fragen und – wichtiger noch! – antworten wie folgt.

Wer ist kreativ?

Jeder Mensch hat das Potenzial, kreativ zu sein. So viel ist gegeben, bei dem einen mehr, bei der anderen weniger. Doch immer kommt noch eine zweite Komponente hinzu: wie man mit dem Potenzial umgeht. Kreativität will kultiviert werden. Wird sie nicht genutzt, bildet sie sich zurück. Wer hingegen regelmäßig kreativ tätig ist, wird immer kreativer. Wer regelmäßig schreibt, wird dadurch sicherer und wendiger beim Schreiben, mutiger im Umgang mit neuen Textanlässen sowie geschickter in der Umsetzung.

Was ist kreatives Schreiben?

Kreatives Schreiben ist erkundendes Schreiben,

- ✓ mit dem man etwas gutes Neues erschafft (statt Vorgefertigtes zu übernehmen),
- ✓ an das man selbst neugierig herangeht (statt bloß Gewusstes zu reproduzieren),
- ✓ bei dem man die Mühen des Entdeckens auf sich nimmt (statt am Bestehenden zu kleben),



- ✓ bei dem man Fantasie, Ideen, Weltwissen, Erfahrungen, Empathie und Rechercheergebnisse zusammenkommen lässt (statt sich mit dem einen oder anderen zu begnügen),
- ✓ bei dem man offen ist für verschiedene Lösungsansätze und Methoden (statt sich auf das bis dahin Angewandte zu beschränken),
- ✓ bei dem man durchhält, bis das angestrebte Werk errichtet ist (statt aufzugeben, wenn die Lust versiegt), und
- ✓ zu dem man mutig steht (statt es ängstlich zu verraten).



Gehen Sie neugierig und freigeistig ans Schreiben heran und schöpfen Sie dessen Potenzial voll aus. Das heißt: Sie brauchen nicht im Voraus alles zu wissen, was Sie schreiben wollen, sondern können schreibend Ihre Inhalte erkunden und entwickeln. Scheuen Sie sich nicht, dabei neue Wege einzuschlagen. Geben Sie nicht auf, wenn ein Weg beschwerlich ist oder ins Abseits führt. Dann können Sie immer noch umkehren und neu anfangen. Auch das bringt Sie weiter.

Wo ist Kreativität beim Schreiben gefragt?

Kreativität ist in Texten aller Art zu gebrauchen. Sie hat allerdings unterschiedliche Ausprägungen und tritt unterschiedlich in Erscheinung. Während sie in einem Roman oder Gedicht offensichtlich ist (siehe etwa Kapitel 16), bleibt sie in einer Mitteilung oder in einem Bericht eher bedeckt, kann aber dennoch vorhanden sein (siehe Kapitel 7).

Mit welchen Mitteln wird kreatives Schreiben betrieben?

Das wesentlichste Mittel ist eins, was man immer dabei hat: der Kopf. Und für die Ausführung braucht man dann – je nach Aufgabe – die üblichen Recherchemittel. Siehe dazu insbesondere die Kapitel 2 und 3.

Wie vollzieht sich kreatives Schreiben?

Kreatives Schreiben vollzieht sich zum größten Teil bewusst, zu einem geringen Teil unbewusst. Zunächst einmal muss man sich auf eine Aufgabe, ein Problem oder eine Idee einlassen: *Ja, ich schreibe diesen Artikel / diesen Bericht / dieses Buch.* Dann kommt ein hartes Stück Denk-, Recherche- und Sortierarbeit. Man hat das Projekt im Kopf, wälzt es hin und her, trägt relevantes Material zusammen, sortiert und ordnet es und bemüht sich um eine Struktur. Indem man sich so intensiv mit der Materie beschäftigt, schafft man gute Aussichten, mit einem Heureka-Moment belohnt zu werden. Da kommt plötzlich ein Einfall oder man sieht eine Verbindung, ohne dass man weiß, wie man gerade darauf kommt. Ein Geschenk des Unbewussten! Diese neue Einsicht gilt es dann einzupflegen, dies wiederum mit aller gebotenen Mühe und Sorgfalt. (Genauer beschrieben finden Sie die Arbeitsschritte im dritten Kapitel, »Kreativität lenken«.)



Ein Geheimnis des kreativen Schreibens ist: Dran bleiben! Es gibt nicht den einen Blitz aus heiterem Himmel, der ein Werk entstehen lässt. Vielmehr sind es ein hoher Einsatz, Hingabe und Mühe, die sich irgendwann in einem gelungenen Werk auszahlen.

Wann ist die richtige Zeit für kreatives Schreiben?

Jetzt. Je länger Sie warten, desto mehr Potenzial geht Ihnen verloren.

Warum sollte ich mich auf kreatives Schreiben einlassen?

Kreatives Schreiben bringt Ihnen eine ganze Reihe von Vorteilen: Sie erleben die Befriedigung, dass Sie das Werkzeug Schreiben endlich mit all seinen Funktionen nutzen können. (Vergleichen Sie es mit einem Smartphone, mit dem Sie vorher ausschließlich telefoniert haben.) Sie werden Freude haben an der vielseitigen Nutzung. Sie werden sich leichter tun mit dem Schreiben. Sie werden bessere Texte hervorbringen. Und wenn Sie noch mehr Vorteile sehen möchten, machen Sie einen Sprung ins letzte Kapitel. Dort finden Sie »Zehn Gründe, warum kreatives Schreiben glücklich macht«.

Kreativität in fiktionalen und non-fiktionalen Texten

In der Wahrnehmung von Kreativität verhalten sich fiktionale und non-fiktionale Texte nahezu umgekehrt: Fiktionale Texte werden fast ausschließlich der Kreativität zugeschlagen, die wiederum mit dem Erfinden von Geschichten gleichgesetzt wird. *Die schöpferische Person hat eine Geschichte im Kopf und bringt diese zu Papier.* Dass diese Texte immer auch ein handwerkliches Machwerk sind, wird gerne übersehen. Solche Vorstellungen sind noch späte Ausläufer einer romantischen Genievorstellung.

Non-fiktionale Texte werden mit Kreativität meist gar nicht in Verbindung gebracht. *Was soll kreativ sein an einem Bericht? Er soll sich bitte an die Regeln der Textsorte halten, so wie man sie in der Schule lernt, und damit basta.* Hier wird dann übersehen, dass auch ein Bericht von einem kreativen Herangehen profitiert.

Kreativität – das ist oben (hoffentlich!) deutlich geworden – ist ein komplexes Gebilde aus Haltung (hier vor allem Neugier, Offenheit und Mut), Wahrnehmung, Vorstellungskraft, Denken und Umsetzen. All das kommt beim Schreiben nicht nur fiktionalen Texten zugute, sondern auch faktenbasierten Texten. Nehmen Sie als Beispiel den Bericht:

- ✓ **Haltung:** wahrheitsgemäß, umfassend und verständlich informieren wollen
- ✓ **Wahrnehmung:** frischer Blick auf das, was ist (nicht auf das, was man zu wissen glaubt), auch auf Details und Hintergrundiges
- ✓ **Vorstellungskraft:** Vorstellung von den sachlichen Zusammenhängen, von der Bedeutung der Informationen, von der Position des Gegenübers, von dessen Voreinstellungen und Bedürfnissen

- ✓ **Denken:** Zusammenstellen des Inhalts und fortlaufendes kritisches Hinterfragen
- ✓ **Umsetzen:** Inhalt in mehreren Schritten im gegebenen Zeitrahmen in die für einen Bericht angemessene Form bringen

Dem Bericht, der auf diese Weise zustande kommt, wird diese Kreativität nicht unbedingt anzumerken sein. Er wird nicht als kreativer Bericht verbucht werden, sondern als *guter* Bericht. Und damit wäre das Ziel erreicht.



Ein Bericht bleibt ein Bericht, ein Sachtext also. Er beruht auf Fakten, und die müssen richtig und wahrheitsgetreu sein. Es dürfen keine frei erfundenen Angaben hinzugefügt werden. Das wäre falsch verstandene Kreativität.

Kreativität in unterschiedlichen Schreibstadien

Kreativität durchzieht das gesamte Schreiben, von der ersten Trüffelsuche bis zum letzten Schliff an den Formulierungen. Schauen Sie, worauf es bei den einzelnen Schritten ankommt und welche Techniken Sie nutzen können.

Ideensammlung

Wer schreibt, braucht Ideen. Deshalb ist es ratsam, mit einer großen Sammelaktion anzufangen. Dabei sollte alles in den Korb, was irgendwie relevant sein könnte. Welche Idee wie zu verwerten ist, das kann man später immer noch sehen. Beim Sammeln empfiehlt es sich, nicht nur die offensichtlichen Ideen aufzulesen, die alle anderen auch schon gesehen haben, sondern auch im Verborgenen zu schauen.



Denken Sie ans Trüffelschwein: Es erschnüffelt Trüffel – nicht irgendeinen Pilz, der in Massen aus dem Boden schießt.

Eine gute Methode, um auch an entlegenere Ideen heranzukommen, ist das **Brainstorming**. Machen Sie dazu den Kopf frei, nehmen Sie einen großen Bogen Papier und schreiben Sie in die Mitte den Begriff, zu dem Sie Ideen suchen – für einen Roman etwa den Namen der Hauptfigur, um die sich die Geschichte dreht, für einen Unfallbericht »Unfall am 30.05.20xx«. Kreisen Sie Ihren zentralen Begriff ein. Jetzt schreiben Sie um diesen Begriff herum in Stichworten alles auf, was Ihnen dazu einfällt. Zensieren Sie sich nicht selbst, verwerfen Sie nichts. Anfangs werden die Ideen in schneller Folge kommen, dann langsamer und spärlicher. Geben Sie aber trotzdem noch nicht auf. Gehen Sie in sich, sammeln Sie sich, denken Sie. Da geht noch was. Erst wenn Sie sich leergefegt fühlen, hören Sie auf. Legen Sie das Blatt beiseite und machen Sie etwas anderes.



Brainstorming heißt: das Hirn von frischem Wind durchpusten lassen, auf dass auch die letzte Idee herausgeblasen und aufgefangen wird.



Veranstalten Sie ein Brainstorming zum Thema »Tiere schützen«. Nutzen Sie nur Ihren Kopf, nicht Google.

Verknüpfungen

Verknüpfungen herstellen heißt: Vorhandenes miteinander in Verbindung zu setzen, um Neues entstehen zu lassen. Die Herausforderung dabei besteht darin, auch solche Elemente zu kombinieren, die auf den ersten Blick nichts miteinander zu tun haben beziehungsweise nicht zueinander passen. Gerade damit kann man Lesenden Aha-Erlebnisse bescheren, auch in nicht fiktionalen Texten.

Eine hilfreiche Technik, die das Verknüpfen befördert, ist das **Clustering**. »Cluster« bedeutet »Anhäufung«. Clustering können Sie sich entsprechend vorstellen als Brainstorming plus Anhäufung von Begriffen zu den einzelnen Stichworten.

- ✓ Sie fangen an wie beim Brainstorming. Schreiben Sie den zentralen Begriff in die Mitte, kreisen Sie ihn ein und notieren Sie in Stichworten, was Ihnen dazu einfällt.
 - ✓ Und jetzt kommt das Plus gegenüber dem Brainstorming: Sie überlegen, was Ihnen zu den einzelnen Stichworten einfällt, und bilden um die Stichworte herum Cluster von Assoziationen.
 - ✓ Die neuen Assoziationen wiederum können zu weiteren Stichworten und Clustern führen.

Ein Beispiel zum Clustering: Wenn Sie im Brainstorming zum Thema »Tiere schützen« unter anderem das Stichwort »Tierrechte« notiert haben, dann überlegen Sie beim Clustering, was Ihnen zu Tierrechten alles einfällt. Das könnten zum Beispiel die folgenden Begriffe sein: »Selbstzweck, Selbstbestimmung, körperliche Unversehrtheit, Mangel an Vernunft, Vorrang des Menschen«. Im nächsten Schritt könnten Sie einen dieser Begriffe herausgreifen

und dazu weitere Stichworte anhäufeln. So könnten Sie zum Stichwort »Selbstzweck« aufschreiben »Kant, kategorischer Imperativ, Würde der Tiere«.



Erlauben Sie sich in dieser Phase ruhig die Freiheit, vom Hölzchen aufs Stöckchen zu kommen. Vergessen Sie nur nicht, zum Hölzchen zurückzukehren.

Braun marmorierte Stinkwanzen

Die marmorierte Baumwanze, umgangssprachlich »Stinkwanze« genannt, ist ein landwirtschaftlicher Schädling, der ganze Ernten vernichten kann. Sie ist ein Horror, wenn sie in Scharen in ein Haus einfällt, denn sie versprüht ein übel und sehr penetrant riechendes Sekret, wenn ihr Gefahr auf den Leib rückt. So ist ihrer kaum Herr zu werden. Kein schönes Thema also! Aber dennoch ein Thema, über das man schön schreiben kann – wenn man es kreativ angeht.

In der Zeitschrift *The New Yorker* vom 12. März 2018 gibt es eine Reportage über Stinkwanzen von der Autorin Kathryn Schulz. »Home Invasion« ist der Titel (etwa »Invasion im Haus«). Schulz beantwortet alle relevanten Fragen zum Thema und sie leistet mehr: Sie wählt Bilder, Beschreibungen und Vergleiche, die den Inhalt weit über die Wanze hinaus dehnen und das Lesen zu einer hellen Freude machen.

Zwei Beispiele: Beim Überwintern im Haus fahren die Wanzen ihren Stoffwechsel herunter und fallen in eine Art Winterschlaf. In diesem Zustand wirken sie »ungeheueren plump und unglaublich dumpf« (meine Übersetzung). Dann schreibt Schulz weiter: »Doch wie wir alle wissen, hindern plump und dumpf niemanden daran, mächtig und furchtbar zu sein.« USA 2018 – an wen denkt man da?

Nächstes Beispiel: Rückt man den Wanzen mit den üblichen Methoden – draufhauen, zerdrücken, draufreten – zu Leibe, dann werden sie, »wie gute Christen, sogar im Tode triumphieren, in diesem Fall, indem sie einen bösartigen olfaktorischen Geist zurücklassen.«

Es liegt mit an solchen Verknüpfungen, dass Texte sich nachhaltig einprägen.

Formulierungen

Formulieren heißt: etwas in passender sprachlicher Form ausdrücken. Das Schlüsselwort dabei ist »passend«, denn es ist in drei Richtungen auszulegen. Der Ausdruck muss zum eigenen Sprachvermögen passen (oder man läuft Gefahr einer Bauchlandung), zur Sache *und* zum Gegenüber. Beim letzten Punkt können Sie selbst kurz innehalten und überlegen, was *Ihnen* als adressiertes Gegenüber wichtig ist: Was gefällt Ihnen? Wovon sind Sie genervt?

Eine gängige (und immer berechtigte) Erwartung in der Position des Gegenübers ist, dass man überhaupt wahr- und ernst genommen wird. Man möchte echte Antworten auf echte Fragen erhalten, nicht mit Phrasen und Floskeln abgespeist werden. Genau das ist auch



38 TEIL I Kreativität

beim Schreiben zu beherzigen: Jedes Wort sollte frisch gemünzt sein, nicht aus der Schablonen kommen und auch nicht aus der Floskelkiste.

Wie schafft man es, allzeit frisch zu formulieren? Es hilft, genau hinzusehen und zuzuhören und (sich selbst) viel zu fragen. Dazu ein Beispiel aus der Politik: Statt offensichtliche Misserfolge reflexhaft schönzureden oder wegzu erklären (und damit das Gegenüber in seiner Intelligenz zu beleidigen), kann man sie konkret benennen und erklären, was man daraus machen will. Ein Beispiel aus dem Privaten: Statt einem Freund generisch »alles Gute zum Geburtstag« zu wünschen, kann man sich fragen, was dem Freund besonders wichtig ist, und dann die Wünsche in diese Richtung spezifizieren. Wenn etwa der Freund mit seiner Familie dringend eine größere Wohnung braucht, kann man ihm einen Volltreffer bei der Wohnungssuche wünschen, eine Wohnung, bei der alles stimmt.

Die Formulierungen, die Sie am Ende wählen, müssen nicht außergewöhnlich sein. Die Kreativität besteht nicht darin, im Synonymwörterbuch möglichst ausgefallene Wörter zu suchen; sie besteht in einem frischen Blick in die Welt und in dem Ringen um möglichst konkrete und aussagekräftige Worte.



Als Technik unschlagbar: Genau hinsehen. Aufmerksam zuhören. Fragen stellen.



Wer Zweifel an den eigenen Formulierungen hat, schaut gerne mal im Internet nach Vorlagen. Doch Vorsicht! Die haben vor Ihnen schon viele andere entdeckt. Also können sie kaum noch frisch und unverbraucht irgendwo ankommen.

Schwarzer Rand, rotes Tuch

Für christliche Trauerkarten gibt es die Floskel »Dem Herrn hat es gefallen, Soundso zu sich zu rufen«. Und jetzt stellen Sie sich eine Familie vor, die durch einen Unfall ein Kind verloren hat. Was wird diese Familie denken, wenn sie im tiefsten Schmerz diesen Satz zu lesen bekommt? Was wäre das für ein hämischer Gott, der Gefallen daran hätte, kleine Kinder durch Unfälle sterben zu lassen? Die Familie wird eher vom Glauben abfallen als sich getrostet fühlen.

Kreativität und Seriosität

Kreativität wie oben beschrieben hat kein Problem mit Seriosität. Im Gegenteil: Es ist und wirkt seriös, wenn man sich redlich um ein gutes Ergebnis bemüht und dazu frisch, clever und bedacht an die Sache herangeht. Angekratzt wird die Seriosität dann, wenn zwar die Herangehensweise stimmt, aber ein unlauteres Ergebnis angestrebt wird oder wenn die Zielvorgabe verrutscht. Dazu werden – rein sicherheitshalber – zwei Warnmeldungen herausgegeben.



Kreative Buchführung

Kreative Buchführung kennt man vor allem aus der Wirtschaft, aber auch aus der Finanzpolitik. Sie bedeutet, dass Bilanzen oder Haushalte mit buchhalterischen Tricks (auf die man erst mal kommen muss!) geschönt, geglättet oder verwischt werden, sodass Unternehmen oder Staatshaushalte nach außen besser aussehen, als sie sind. Sinn und Zweck der Veranstaltung ist es, Investoren oder Wählerstimmen zu gewinnen oder bei der Stange zu halten.

Beim Schreiben gibt es ein analoges Vorgehen: Auch hier kann man mit kreativen Mitteln Inhalte verzerrn, vernebeln oder umdeuten und dadurch das Gegenüber zu eigennützigen Zwecken manipulieren. Dies geschieht etwa beim sogenannten Framing. Das bedeutet, dass eine Aussage in einen Rahmen (engl. »frame«) gestellt wird, der sie von vornherein in einem bestimmten Licht erscheinen lässt. So wird etwa aus geflüchteten Menschen eine »Flüchtlingswelle«, die gleich einer Naturkatastrophe das eigene Leben bedrohen kann.

Weitere Beispiele wären etwa der Bericht, der zeitliche Abläufe verdreht, die Begründung, die Zutaten erfindet, der Redebeitrag, der unterschwellig abwegige Kontexte einfließen lässt. Da mag die Verdrehung noch so clever gemacht sein, die freie Erfindung noch so geistreich, der Einbau des Kontexts noch so geschickt – echte Kreativität ist das nicht. Denn die strebt nach einer *guten* Lösung. Ist die Absicht Irreführung oder Betrug, dann sind Betrug und Irreführung am Werk – hinter der Maske von Kreativität.



Kreative Mittel heiligen nicht den Zweck.

Katzen, Hunde, Humbug

In seinem ersten Fernsehduell mit Kamala Harris im September 2024 behauptete Donald Trump, in Springfield, Ohio, würden aus Haiti eingewanderte Menschen die Katzen und Hunde der Einheimischen verspeisen. Der Moderator widerlegte die Behauptung, indem er sich auf den City Manager berief, dem entsprechende Vorfälle nicht bekannt waren. Trump blieb bei seiner Aussage.

Eine kreative Verknüpfung? Nein. Eine Lüge ist eine Lüge ist eine Lüge. Die oben beschriebene zielt darauf ab, Menschen gegeneinander aufzuhetzen und damit Stimmen zu gewinnen. Sie setzt auf das Motto »Irgendwas bleibt immer hängen«. Und das ist leider wahr.

Zwanghaftes Anderssein

»Sich von der Masse abheben«, das ist ein gängiger Tipp, vor allem für Bewerbungsschreiben, und gleichzeitig die Aufforderung, sich kreativ auszutoben. Dass der Tipp begierig aufgenommen wird, liegt im menschlichen Naturell begründet: Es gefällt uns, etwas

40 TEIL I Kreativität

Besonderes, ja sogar Einzigartiges zu sein. Und doch kann genau das beim Schreiben zur Krux werden.

Zur Krux wird das Anderssein in dem Moment, in dem es zum Ziel an sich wird und das eigentliche Ziel verstellt. Nehmen Sie als erstes Beispiel die Bewerbung: Ihr Ziel sollte es sein, die Personalverantwortlichen davon zu überzeugen, dass die eigene Mitarbeit dem Unternehmen zum Vorteil gereichen wird. Also gilt es, das Unternehmen mit dessen Identität, dessen aktueller Situation und dessen Bedürfnissen fest in den Blick zu nehmen und sich darauf einzustellen. Wird aber alle Kraft und Kreativität darauf verwendet, sich von allen anderen zu unterscheiden, stimmt die Peilung nicht mehr. Dann bleibt nämlich – bei aller möglichen Kreativität in der Bewerbung – für das Unternehmen die Frage: *Und was habe ich davon?*

Als zweites Beispiel kann ein Krimi dienen. Dessen Ziel sollte es sein, die Lesenden klug und spannend zu unterhalten. Also braucht man eine plausible Geschichte mit einem stabilen Spannungsbogen. Ist man aber überwiegend damit beschäftigt, sich von anderen Krimis abzuheben, kann es leicht passieren, dass die Geschichte holprig wird, der Spannungsbogen kracht und Ihnen die Lust am Schreiben vergeht und den Lesenden die Lust am Lesen.

Am besten verwerfen Sie den Gedanken, dass Sie unbedingt etwas Besonderes hervorbringen müssen. Vertrauen Sie stattdessen auf Ihre Kreativität. Das macht es leichter, kreativ zu schreiben.



Sie sind jetzt schon einzigartig – unabhängig vom Schreiben. Und Sie sind kreativ. Nutzen Sie das fürs Schreiben.