

## INHALTSVERZEICHNIS

Was dieses Buch kann	8
<b>TEIL 1</b>	
<b>DREAMTEAM: RAHMENBEDINGUNGEN FÜR KREATIVE SPITZENLEISTUNGEN</b>	
1.01 DreamTeam macht Sie zum Ideenmanager	12
1.02 Der Weg vom Briefing zur Zielformulierung	16
1.03 Formieren Sie Ihr DreamTeam	20
1.04 Durchdringen Sie das Thema mit allen 5 Sinnen	21
1.05 Trennen Sie die Ideenfindung konsequent von der Ideenbewertung	22
1.06 Greifen Sie Ideen auf und entwickeln Sie sie weiter	23
1.07 Chancendenken statt Ideenkiller	24
1.08 Bleiben Sie dran, die besten Ideen kommen noch	26
1.09 Entwickeln Sie Sinn für Humor	27
1.10 Visualisieren Sie Ihre Ideen durch Scribbles	28
1.11 Ideenweiterentwicklung: Jetzt ist Kreativität gefragt!	29
1.12 Ideenbewertung und Auswahl: Die besten drei aus Hundert	30
1.13 Die Umsetzung: Vom Ideenansatz zur Top-Kampagne	31
<b>TEIL 2</b>	
<b>CLICKING-FRAGENKATALOG: TRIGGER FÜR GENIALE KOMMUNIKATIONSIDEEN</b>	
2.01 Grundlagen zum Clicking-Fragenkatalog	34
2.02 Ideenentwicklung mit dem Clicking-Fragenkatalog	38
2.03 Der Clicking-Fragenkatalog	40
2.04 Ohne Worte	46
2.05 Kombinieren und Verbinden	51
2.06 Vergleichende Gegenüberstellung	56
2.07 Wiederholung und Aufzählung	61
2.08 Übertreibung	64
2.09 Drehung um 180 Grad	68
2.10 Auslassung und Andeutung	72
2.11 Paradoxien und optische Täuschungen	77
2.12 Provokation und Schock	80
2.13 Wirkung der Zeit	87
2.14 Perspektivwechsel	91
2.15 Persiflage und Parodie	96
2.16 Symbole und Zeichen	100
2.17 Einladung zum Spiel	107
2.18 Geschichten ums Produkt	114
2.19 Absurd, surreal und bizarr	120
2.20 Nimm's wörtlich	126

2.21	Innenansichten freigeben	130
2.22	Wirkungen sichtbar machen	134
2.23	Produkt verändern	138
2.24	Alternative Anwendung	144
2.25	Doppeldeutig	149
2.26	Spiel mit dem Wort	154
2.27	Am Anfang war das Wort . . .	159
2.28	Reframing: Ein Schlüsselmodell kreativen Denkens	164
2.29	Metapher und Analogie	170
2.30	Den Rahmen sprengen	180
2.31	Alternative Werbeformen	188
2.32	Rauminszenierungen	198

### **TEIL 3**

#### **KOMMUNIKATIONSBOTSCHAFTEN MIT PUNCH: WITZ UND POINTIERUNG**

3.01	Die Struktur von Witz & Pointierung	204
3.02	Ein nützliches Modell zur Funktionsweise von Pointen: Bezugsrahmenherstellung und Bezugsrahmendurchbrechung	206
3.03	Entwickeln Sie Punch-Lines	210
3.04	Abwandlung und Nutzung von bestehenden Pointen	212
3.05	Schwarzer Humor macht Spaß, probieren Sie es!	215
3.06	Unfreiwilliger Humor oder Situationskomik	219
3.07	Blue Humor	222

### **TEIL 4**

#### **KLASSISCHE KREATIVITÄTSTECHNIKEN**

4.01	Morphologische Matrix	228
4.02	Osborn-Checkliste	236
4.03	Visuelle Synektik	244

### **TEIL 5**

#### **VISUALISIEREN: KINO IM KOPF**

5.01	Tools für professionelle Träumer	248
5.02	Fantasiebilder bewusst steuern	250
5.03	Fortsetzung im Buch «Visuelle Kreativität»	251

Buchteam	254
----------	-----