

**Wat** Creatief Denken  
**Door** KreaNova  
**Waar** Zutphen  
**Kost** 375 euro

eindoordel

10  
9  
8  
7,5  
6  
5  
4  
3  
2  
1

Natuurlijk hebben deelnemers aan de cursus creatief denken geen troosteloos naambordje voor hun neus. De kunst is om de namen van medecursisten te onthouden met een associatie. En zo kan het dat aan deze training bekendheden als John de Manager, Harry Potter en Flipje uit Tiel deelnemen.

“Logica is overgewaardeerd in onze maatschappij,” vindt cursusleider Alexander Heijnen. “Mensen zitten vast in denkpatronen. Een prikkel naar de hersenen volgt een spoor dat steeds verder wordt uitgediept, waardoor de prikkel steeds weer dezelfde weg volgt. Hierdoor zijn we in staat om heel effectief te functioneren, maar het belemmert ons creatieve denken.”

Het blijkt voor de cursisten lastig buiten die denkpatronen te komen. Als hun wordt gevraagd naar voorbeelden van creatieve uitvindingen – denk aan de vierkante watermeloen – dan blijft het stil. Een enkeling komt met een voorbeeld, terwijl de rest nog wat glazig voor zich uit staart.

De ‘morfbox-techniek’ wordt uitgeprobeerd: nieuwe concepten beden-

ken door te variëren met de verschillende elementen van het onderwerp. Want creatief denken is niets anders dan bestaande elementen met elkaar combineren, schetst Heijnen. Kijk naar de uitvinding van de klapschaats. Een andere techniek om tot nieuwe ideeën te komen, is de bloemassociatie. Schrijf een woord in het hart van de bloem en schrijf de associaties die bij het woord opkomen in de blaadjes. Aan de hand van deze associaties kom je op nieuwe gedachten.

’s Middags is het oefenen, oefenen en nog eens oefenen, onder andere met een groepsessie creatief denken. Die begint met het losweken van alle gangbare ideeën, zodat je daarvan afbent. Daarna worden de verschillende technieken – morfbox, bloemassociatie – gebruikt om tot creatieve ideeën te komen. De cursisten komen los. De post-its met creatieve gedachten vliegen de cursusleider om de oren. Halverwege vraagt een cursist of er ook nog met praktijksituaties geoefend gaat worden. Want een nieuw idee bedenken om kinderen beter hun tanden te laten poetsen is leuk, maar

staat te ver af van de belevingswereld van de deelnemers.

Dus gaat men aan de slag met het verzinnen van een wervende slogan voor een grote gemeente en worden er manieren bedacht om het product bagger van een beter imago te voorzien. Met zijn tien bedenken de cursisten meer dan zestig slogans en de bagger maken ze wit, ze bouwen er huizen van en bedenken een baggerhypotheek.

De volgende stap is het ‘convergeren’ van de berg nieuwe plannen: hoe hou je de beste over? Daarna volgt de conceptfase: het uitwerken van deze plannen. Helaas is er zoals bij zoveel eendaagse cursussen te weinig tijd, waardoor aandacht voor de conceptfase – de meest praktische toepassing van creatief denken – in het gedrang komt. Welgeteld worden daar tien minuten aan besteed.

Ondanks deze teleurstelling klopt de cursus. Inhoud goed, locatie – een rustieke boerderij in Brummen – goed. Nu maar hopen dat deze dag de deelnemers ook in de praktijk aanzet tot creatievere gedachten. (KW)

## de cursisten

**John Maertens**  
(35), zelfstandig ondernemer,  
Utrecht



“Het creatieve proces komt pas op gang als je vastloopt. Dan ontstaan de beste ideeën. Maar daar was de dag eigenlijk te kort voor.”

**Els Slaghekke**  
(33), marketingmanager communicatiebureau Giftkikker,  
Utrecht



“Ik heb veel bruikbare tips gekregen om tot nieuwe ideeën te komen. Vooral het oefenen met de verschillende technieken vond ik interessant.”

**Irma van der Kuil-Leuwerink**  
(38), personeelsadviseur gemeente Utrecht



“Eindelijk weer een leuke cursus. Ik heb in korte tijd heel veel opgestoken. Er was een goede samenwerking binnen het team.”

**Harrie Nijenhuis**  
(40), directeur NCS international, Groenlo



“Het begin was voor mij bekend, in de middag werd het interessant. De techniek om na de creatieve sessie tot een eindoordel te komen zonder discussies, was leerzaam. Vooral de tip ‘stel je oordeel even uit’ was een eye-opener.”