

## Brainstormsessie in een Group Decision Room

Creatief met spaghetti

Bron: Quest magazine (Toni Mudde)

*Creativiteit kun je afdwingen. Maar niet door samen om tafel te zitten en lukraak ideeën te spuien. Quest bezocht een hightech vergaderruimte en nodigde acht creatieve geesten uit voor een bijzondere brainstormsessie.*

*Hamvraag: 'Wat kun je allemaal doen met een pak spaghetti?'*

Onafgebroken geratel op toetsenborden. Af en toe wat gegniffel. Holle spaghettislierten als panfluit? Een gebreide trui van gekookte spaghetti? Maar al snel heerst er weer stilte in de Group Decision Room van de TU Delft. De acht deelnemers zitten geconcentreerd achter hun laptop. Het zijn stuk voor stuk mensen met 'creatieve' beroepen: twee architecten, een industrieel ontwerper, een creativiteitsmanager, een journalist (niet de auteur van dit artikel), een speelgoedontwerper en twee Nederlands kampioenen spaghettibruggenbouwen. De laatste twee zijn niet voor niets uitgenodigd. Want de vraag die vandaag centraal staat is: 'Wat kun je allemaal doen met (of maken van) een pak spaghetti?' Binnen anderhalf uur willen we een paar productideeën hebben waarmee we misschien zelfs geld zouden kunnen verdienen. 'Deze ruimte is speciaal ingericht om in korte tijd met een grote groep mensen ideeën te genereren, en daar de beste uit te kiezen', zegt Jaco Appelman, directeur van de Group Decision Room en onderzoeker bij de faculteit Techniek, Bestuur en Management. Hij wijst naar zijn scherm, waar een paar tellertjes het aantal gegenereerde ideeën bijhouden. Binnen tien minuten zijn we de tachtig al gepasseerd.

### **Brainstorm is breinbriesje**

Leuk zo'n hightech brainstormruimte, maar waarom zo ingewikkeld doen? Je kunt toch ook met z'n allen om de tafel gaan zitten en maar ideeën spuien? Zo doen ze dat op elk kantoor waar een vernieuwend idee nodig is. Maar de traditionele brainstorm werkt niet, zo weet de psycholoog Bernard Nijstad van de Universiteit van Amsterdam. Vijf jaar geleden schreef hij een proefschrift over de problemen die optreden als je in groepen ideeën gaat genereren. 'Als je met meerdere deelnemers bent, moet je steeds op je beurt wachten, en je concentreren op wat anderen zeggen. Dat zorgt ervoor dat er veel ideeën verdwijnen, domweg omdat je ze vergeet.' Bij zijn experimenten ontdekte Nijstad dat een groep van vier personen met slechts de helft van de ideeën komt die ze apart zouden bedenken. Ook de originaliteit en uitvoerbaarheid van de ideeën is beter bij de eenzame brainstormer. Verrassend: de eenling wint het van de groep. Moeten we voortaan dus maar al onze collega's negeren, en vooral eenzaam achter ons bureau gaan zitten peinzen en piekeren? Gelukkig niet, vertelt Nijstad. 'Uiteindelijk zijn groepen toch creatiever dan individuen. Maar voorwaarde is wel dat de groepsleden gebruik maken van de kennis en ideeën van elkaar, zonder elkaar te storen tijdens het creatieve denkproces.'

### **Samen in fantasiewereldje**

In de Group Decision Room van de TU Delft wordt niemand gestoord tijdens het denken. Zoals industrieel ontwerpster Froukje Sleeswijk Visser het na afloop zegt: 'Ik zat lekker in mijn eigen fantasiewereldje. Het enige wat ik deed, was het verzinnen van ideeën, en een beetje kijken naar die van de anderen. Voor de rest hoefde ik nergens op te letten.' Deelnemers kunnen hun gedachten direct intypen in het systeem, zonder dat ze eerst op hun beurt moeten wachten. Extra voordeel is de anonimiteit. Je kunt niet zien wie de ideeën intypt. Verlegen karakters zullen niet worden overstemd door dominante collega's. En het idee van de grote baas wordt net zo serieus genomen als dat van de stagiaire.

De deelnemers van de spaghettibrainstorm zijn lekker op dreef. In razendsnel tempo doemen ideeën op het scherm. Spaghetti als isolatiemateriaal, spaghetti als mikadospel, spaghetti als badkleding die zich vormt naar je lichaam als je nat wordt. Er rouleren vijftien 'kaartjes'. Een deelnemer krijgt er willekeurig één op zijn beeldscherm, voegt of commentaar toe of een nieuw idee, drukt op verzenden, en krijgt een nieuw kaartje voor zijn neus. Zo ontstaan 'gedachtentreintjes': het ene idee haakt in op het vorige. Op één van de kaartjes schrijft iemand: 'lampenkap'. Andere deelnemers reageren enthousiast. Want spaghetti'slierten kunnen natuurlijk een mooi schaduwspel opleveren. Een paar ideetjes later is de spaghetti'vitrage geboren.

### **Veranderen is noodzaak**

Het lijkt een leuk spelletje, zo'n spaghettibrainstorm. Maar het onderliggend principe, nieuwe oplossingen bedenken, is *serious business*. Sterker nog: we hebben onze welvaart goeddeels aan onze creatieve uitpattingen te danken. Zonder creativiteit geen wiel, geen jazz-muziek, geen houdbare melk, en geen iPod. Wie iets nieuws wil verzinnen, moet onvermijdelijk buiten de geijkte paden denken. 'En dat is lang niet altijd even makkelijk,' zegt Guy Hafkamp, oprichter van The Creativity Company en een van de deelnemers aan de spaghettibrainstorm. 'Het is belangrijk dat je alle ideeën de ruimte geeft, ook de slechte. Want die kunnen je zomaar op een ander idee brengen dat wel werkt.' Vaak komt hij binnen bij bedrijven waar de werknemers moeite hebben om vrijuit ideeën te verzinnen, zonder daar direct kritiek op te hebben. Ze denken bij een nieuw idee al snel: 'Te duur!', 'Bestaat al!' of 'Verkoopt niet!'. Verklaarbare reacties, want nieuwe ideeën passen per definitie niet binnen bestaande denkpatronen. Ons brein heeft tijd nodig om er aan te wennen. Hafkamp: 'Daarom trainen we mensen in het uitstellen van hun oordeel. De deelnemers moeten eerst divergent kunnen denken, waarbij de gedachten alle kanten opspringen. Als je in die fase al kritiek uitspreekt, klapt iedereen dicht, en blijft alles bij het oude.'

### **Ideeën zijn als virussen**

Maar heb je echt honderd rare ideeën nodig om uiteindelijk een goed idee over te houden? Ja, meent de Amerikaanse hoogleraar psychologie Dean Keith Simonton. In zijn boek *Origins of Genius* vergelijkt hij de creatieve processen met de evolutieleer van Charles Darwin. Zoals bij een brainstorm uit het ene idee een nieuwe geboren wordt (van lampenkap naar de spaghettivitrage), treden bij dieren kleine mutaties op. Een vogel wordt bijvoorbeeld geboren met een net iets dikkere snavel dan zijn ouders, of met grotere hersenen, of een afwijkende schutkleur. De omgeving (zoals soortgenoten, de natuur, vijanden) bepaalt of zo'n verandering gunstig uitpakt voor de soort. Zo ja, dan wordt die doorgegeven aan de volgende generaties. Bij ideeën gebeurt hetzelfde. Niet de bedenker van het idee maakt uit of het geniaal is, maar de critici, de vakgenoten, het publiek. Evolutie is gebaat bij een grote verscheidenheid. Want dan is de kans het grootst dat een van de individuen de beste eigenschappen heeft om in de omgeving te overleven. In de biologie zijn virussen daar een bekend voorbeeld van. Omdat zij snel muteren, ontstaat altijd wel weer een virus dat ontsnapt aan zijn omgeving die wij met medicijnen proberen te vergiftigen. Dat ook een brainstorm gebaat is bij veel verschillende ideeën, is al aangetoond in vele experimenten. Psycholoog Nijstad van de Universiteit van Amsterdam liet bijvoorbeeld jury's met onafhankelijke experts de resultaten van brainstormsessies beoordelen. Nijstad: 'Elke keer bleek dat de groep die de meeste ideeën bedenkt, ook de meeste goede ideeën heeft.'

### **Spaghetti is bouw pakket**

Voor creativiteit geldt dus: kwantiteit is kwaliteit. Maar je zal uiteindelijk toch uit een grote verzameling ideeën een aantal goede moeten uitkiezen. Daar heeft Jaco Appelman een mooi hulpmiddel voor in zijn Group Decision Room. Na een eerste ruwe schifting, geven de deelnemers aan elk van de eenentwintig overgebleven ideeën twee rapportcijfers. Een voor de originaliteit, de ander voor de haalbaarheid.

Een paar minuten later verschijnt een assenstelsel op het grote scherm voor in de zaal. De ideeën worden gerepresenteerd door een wolk punten, kruisjes en rondjes. ‘We zoeken natuurlijk naar ideeën die én heel origineel zijn, en praktisch uitvoerbaar,’ zegt Appelman, en wijst naar de rechterbovenhoek van het assenstelsel. Een aantal ideeën scoort wat dat betreft goed. Stel je bijvoorbeeld eens agressiedodende spaghetti voor. Je gooit gewoon honderd kilo spaghetti in een ruimte. Daarna mag je er heerlijk op stampen en het zo hard mogelijk tegen de muren smijten, in een orkaan van gekraak. Is dat verspilling? Wellicht zijn dan spaghettibouwpakketten aantrekkelijker. Door eetbare koppelstukjes bij de spaghetti te leveren, kunnen kinderen er de meest waanzinnige bouwwerken van maken. En ouders hoeven zich ook geen zorgen te maken over de rotzooi: na afloop verdwijnt alles in de pan. Zie het voor je: in de bijbehorende reclame stoppen vader en zoon hun Eiffeltoren van spaghetti in het kokende water. Briljant! Laten we snel patent aanvragen, een proefopstelling maken, een pastafabrikant van ons plan overtuigen, een productielijn opzetten... Zucht, het is duidelijk: we hebben ons idee nog lang met in de winkel liggen. Misschien had Thomas Edison, in 1879 uitvinder van de eerste bruikbare gloeilamp, toch gelijk toen hij zei: ‘Creativiteit is één procent inspiratie, en 99 procent transpiratie.’

Bron: [Quest Magazine](#) (Toni Mudde, juni 2006)

### **Group Decision Room inzetten?**

Meer informatie over het inzetten van een Group Decision Room:

[www.groupdecisionroom.nl](http://www.groupdecisionroom.nl)