

# «Kreativität beginnt dort, wo der Perfektionismus Pause macht.»

Leone Ming hat in den vergangenen 25 Jahren mehrere Hundert Marken und Kampagnen für nationale und internationale Unternehmen entwickelt. Im Interview spricht er über den Mythos Kreativität und die Techniken, die hinter erfolgreichen Geistesblitzen stehen. Leone leitet einen Kreativitätskurs an der Erwachsenenbildung Stein Egerta, in dem er praxisnah zeigt, wie jeder Mensch kreatives Potenzial entfalten kann.



**Leone, du hast weit über 150 Markonkonzepte und 400 kreative Kampagnen entwickelt. Was ist dein Kreativ-Erfolgsrezept?**

Eine starke Idee, die überrascht, berührt und klar auf den Punkt kommt. Erfolgreiche Kampagnen verbinden Strategie mit Emotion, sind relevant für die Zielgruppe, brechen Gewohnheiten und schaffen Aufmerksamkeit über alle Kanäle hinweg. Vor allem Kreativität und Technik.

## «Kreativität auf Knopfdruck? Ja, das geht!»

**Kreativität und Technik – das klingt nach einem Widerspruch. Ist das nicht so, als würde man Chaos in Tabellenkalkulationen pressen?**

Nein, Chaos ist gar nicht so chaotisch, wie wir denken. Überall steckt Struktur drin – auch im Durcheinander. Wir Menschen brauchen Schablonen, weil sie Bedeutung geben. Ganz frei denken gibt es nicht. Aber wir können Schablonen verschieben, dehnen, erweitern. Und genau da entsteht Neues. Kurz gesagt: Technik braucht Kreativität, um über Standards hinauszugehen. Ohne kreative Impulse bleibt sie Routine und Stillstand.

**Klingt nett.**

**Aber wie macht man das konkret?**

Indem man schon beim Briefing aufpasst. Wenn ich einem Designer sage: «Mach mir bitte einen neuen Stuhl», kriege ich am Ende – genau – einen Stuhl. Sage ich aber: «Finde mir eine neue Möglichkeit, einen sozialen Stuhl zu produzieren. Ein Möbelstück, das Menschen zusammenbringt», dann öffnet sich plötzlich der Raum. Weg vom Stuhl, hin zu Community-Tools, LEGO-Prinzip als Verbindungselement oder integrierte Kommunikations-Panels. Das ist der Trick: Wörter, die Schubladen öffnen, nicht schliessen.

**Also doch eine Technik?**

Technik ist nur ein hübsches Etikett. Eigentlich geht es um Denkweisen. Ich benutze das Wort «Technik», weil es gelernt klingt. Aber im Kern ist es ein Trainingsprogramm fürs Hirn: Routinen knacken, andere Blickwinkel erzwingen.

**Und wie zwingt man das Hirn, anders zu denken?**

Man entreisst Objekte ihrem Kontext. Nehmen wir den Stuhl: das Möbelhaus verlassen und rein in den OP-Saal oder ins Weltall. Oder man bringt absurde Impulsgeber ins Spiel. Unser Denkhorizont ist normalerweise eng wie ein Tunnel. Wer diesen mit fremden Begriffen aufsprengt, stolpert über Ideen, nach denen er nie gesucht hätte.

**Klingt nach Spielwiese. Heisst das: alles ist erlaubt, keine Bewertung?**

Schön wär's. Leider sind wir durch Schule, Eltern und Arbeitswelt dressiert, ständig zu filtern. Sagt man in einem Meeting: «Macht, was ihr wollt», malt jemand ein Emoji aufs Flipchart – und das war's. Man muss klare Aufgaben geben, selbst im Chaos. Und: Die Bewertung kommt sowieso. Nur darf sie nicht zu früh kommen, sonst erstickt man jede Idee im Keim.

**Also doch Chaos?**

Kreativität ist kein Zufall, sondern ein Prozess. Von der Problemstellung bis zum ersten Konzept braucht es Struktur. Viele Kreative wehren sich dagegen und sehen sich lieber als Künstler. Kreativität funktioniert wie Backen: Es gibt Zutaten und eine Reihenfolge. Wer alles

gleichzeitig in die Schüssel wirft, bekommt Pampe. In der Praxis passiert oft das Gegenteil: Man nennt es Brainstorming, wirft alles gleichzeitig auf den Tisch – Briefing, Umsetzung, Ideen – und nach 60 Minuten ist die Zeit rum, aber das Ergebnis fehlt.

## «Kreativität ist keine Frage des Talents, sondern des Trainings!»

**Wie läuft der Prozess denn wirklich ab?**

1. Divergenz – Ideenrohlinge, wild, offen, fremde Stimmen einladen; 2. Konvergenz – aus dem Rohmaterial Chancen herausarbeiten, Kritik zulassen, Probleme erkennen und sofort Optionen dazu erfinden; 3. Verdichtung – auswählen, testen, weiterentwickeln.

**Und wo bleibt der Spass?**

In der ersten Phase – Ideen sammeln ist Party. In Phase zwei kommt der Kater: Chancendenken ist Arbeit, oft mühsam und schmerzhaft. Aber genau dort wird's kreativ. Wer nur bunte Zettel klebt, bleibt beim Kindergarten.

**Oft heisst es: «Kreative brauchen Freiheit.» Du sagst, das sei eine Illusion?**

Exakt. Völlige Freiheit lähmt. Grenzen sind Dünger für Ideen. Gib mir CHF 1000.– und «Mach was Schönes», und ich verzweifle. Sag: «Mach für CHF 1000.– eine Installation, die Menschen Lust auf Gemüse macht» – und schon sprudelt's.

**Wo geht die meiste Kreativität verloren?**

Zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer. Dort rauscht das Gros der Ideen ab, weil Kommunikation fehlt. Kunden wollen doch Sicherheit und genau da liegt das Problem. Wer auf Marktforschung setzt, bekommt meist nur Durchschnitt. Fragt man die Leute, was sie wollen, sagen sie es uns in ihrer Sprache. Zukunft kann man nicht abfragen. Man muss aktiv zuhören und vor allem muss man sie riskieren.

**Apropos Risiko:**

**Ist Scheitern Pflichtprogramm?**

Absolut. Viermal scheitern = viermal Erfahrung. Erfolg ist Statistik: Man probiert vieles, damit eines funktioniert. Ohne Mut zum Abwegigen bleibt man im Alten stecken.

**Du sprichst von Divergenz und Konvergenz. Ist das nicht ein weiteres Buzzword?**

Klar, klingt nach Uni-Vorlesung. Aber es beschreibt genau das kreative Pingpong: Erst alles auseinanderreissen (Divergenz), dann wieder zusammensetzen (Konvergenz). Wer beides meistert, landet nicht im Chaos, sondern im Neuen.

**Und was ist mit KI? Macht die uns bald überflüssig als Ideengeber?**

KI kann Daten sortieren, Muster erkennen und Ideenrohlinge im Akkord liefern. Aber: Sie kann nicht bewerten, nicht fühlen, nicht rebellieren. Kreativität ist mehr als Output – sie ist Haltung. KI ist wie ein gut sortiertes Gewürzregal. Aber Kochen müssen wir selbst.

## «Dumm denken ist erlaubt!»

**Klingt nach Arbeit.**

**Wo bleibt da der Flow?**

Flow ist kein Zufall, sondern eine Mischung aus Anstrengung und Können. Kreativität macht Spass – aber erst, wenn man sich durch den harten Teil gekämpft hat. Flow ist das Dessert. Ohne Hauptgang keine Nachspeise.

**Was können unsere Kursteilnehmenden von deinem Kreativitätskurs erwarten...**

**3 Abende.  
100 Ideen.  
1 neuer Blick aufs Denken.**