**1. Wat is brainstormen?**

Voor de meeste mensen betekent brainstormen: even rond de tafel zitten en ideeën uitwisselen. Maar brainstormen is meer dan dat. Oorspronkelijk sloeg de term op een methode om in een groep – maar ook alleen – ideeën te ontwikkelen. De uitvinder van die methode was de Amerikaanse reclametycoon Alex Osborn. In de jaren 30′ van vorige eeuw voerde hij de methode voor het eerst in bij BBDO, het New Yorkse reclamebureau waarvan hij de leiding had.

Dus: brainstormen is niet zomaar wat discussiëren en ideeën uitwisselen, maar een methodiek om vlotter meer betere en creatievere ideeën te ontwikkelen.

**2. De 2 pijlers van brainstormen**

Als directeur van een creatief topbureau zocht Osborn naar nieuwe methodes en inzichten om het creatieve niveau van zijn troepen te verhogen. Hij ging te rade bij de creatiefste wetenschappers en artiesten uit zijn tijd. Hij bestudeerde filosofen en overlegmethodes uit andere culturen en tijden. En hij analyseerde de briljantste copywriters uit zijn bureau. Eén van hen, Alan Ward, verwoordde zijn methode om ideeën te bedenken als volgt:

“Ik heb geen vaste manier om mijn remmen los te laten als ik creatief moet denken. Maar ik heb wel één manier gevonden om in de juiste mood te geraken, en dat is mijn deur sluiten en alles trachten te vergeten behalve de taak die voor me ligt. Dan trek ik mijn schrijfmachine naar me toe, sla mijn benen er rond en begin te schrijven. Elke regel die bij me opkomt, schrijf ik neer – hoe zot, saai of ik weet niet hoe het ook klinkt. Ik schrijf zo snel ik kan. Dan, na een lange tijd, beginnen enkele radertjes die nog niet aan het werken waren te zoemen en iets opvallends begint zichzelf uit te typen op het gele blad voor mij – als een telegrafisch bericht. Dat is de harde manier en ongeveer de enige die ik ken.” (Osborn, 1953)

Osborns onderzoek leidde tot twee cruciale inzichten over het creatieve proces:

Om een goed idee te bedenken, bedenk je er best veel. Hoe meer hoe beter.

En de beste manier om meer ideeën te genereren? Stel je oordeel tijdelijk uit. Focus je voor een bepaalde periode alleen maar op het creëren van nieuwe ideeën, niet op het beoordelen ervan.

**3. Brainstormen, een proces in twee fasen**

Deze inzichten leiden Osborn ertoe om het creatieve denkproces op te splitsten in twee fasen:

-de 1ste fase noemde hij de ‘ideegeneratiefase’;

-de 2de, de ‘idee-evaluatiefase’.

In de ideegeneratiefase is het doel zoveel mogelijk ideeën te bedenken. Oordelen en kritiek geven is niet toegestaan. In de idee-evaluatiefase mag je opnieuw oordelen, hetgeen nodig is om de beste ideeën te kiezen, die te vergelijken, voor- en nadelen af te wegen, en de ideeën uit te werken.

**4. De vier spelregels bij brainstormen (ideegeneratiefase)**

Osborn breidde zijn spelregels voor de ideegeneratiefase uit tot 4 spelregels:

1. Stel je oordeel uit. Geef geen kritiek. Niet op de ideeën van anderen, maar ook niet op je eigen ideeën. Alle ideeën worden aanvaard en genoteerd.
2. Streef naar kwantiteit. En variatie. Bedenk dus zoveel mogelijk ideeën. Dat verhoogt de kans op een topidee. Geef niet te snel op.
3. Freewheel. Wilde ideeën zijn toegestaan en spring gerust van de hak op de tak. Verloopt het wat chaotisch? Prima zo.
4. Hitchhike. Blijf niet in je eigen hoofd hangen. Lift mee op andermans ideeën.

**5. Brainstormen ideakillers**

De belangrijkste spelregel tijdens de ideegeneratiefase is ‘uitstel van oordeel’. Een spelregel die ook voorkomt bij improvisatietheater (theatersport) en vaak wordt toegepast bij creatieve schrijfoefeningen. De volgende uitspraken zijn tijdens de ideegeneratiefase dan ook ten stelligste verboden. Druk ze af op een poster en hang ze op aan een muur.

“Ja, maar…”

“Bestaat al.’

“Daar hebben we het geld niet voor.”

“Al geprobeerd.”

“Hoe weet je dat het zal werken?”

“De baas zal het maar niets vinden.”

“Sinds wanneer ben jij de expert?”

“Ik vind het toch geen WOW-idee.”

“Het is nog niet goed uitgewerkt.”

“Dat behoort niet tot onze core business.”

“Wat als onze concurrenten er mee gaan lopen?”

“Echt nieuw en origineel is dat toch niet.”

“Da’s toch geen wow-idee.”

“Past niet in onze strategie.”

Bron: <http://www.brainssstorm.com/brainstormen-handleiding/>