

# ERGEBNISBERICHT

## TEST ZUR ERFASSUNG KREATIVER FÄHIGKEITEN IM BERUFLICHEN KONTEXT



Person: [Vorname Nachname]

Datum: [wird automatisch ergänzt]

## ALLGEMEINE HINWEISE ZU IHREM BERICHT

Jede Person hat im Hinblick auf Kreativität einzigartige Stärken und potenzielle Entwicklungsfelder. Mit der Evaluierung Ihrer kreativen Fähigkeiten mittels des Assessments «Individuelle Kreativität» erfahren Sie, welche kreativen Fähigkeiten Sie im Vergleich zur bestehenden Norm bereits gut abdecken und bei welchen Sie potenziell zulegen können.

Worauf sollten Sie beim Lesen achten? Vergleichen Sie, wo sich Ihre persönliche Kreativitätseinschätzung von der durchschnittlichen Selbstbewertung anderer unter-

scheidet und überlegen Sie dann, was die Gründe sein könnten. Achten Sie besonders darauf, wo Sie hohe oder niedrige Werte erzielt haben. Wir schlagen vor, zuerst einmal mit dem «big picture», dem Scoring Radar (siehe Abbildung auf Seite 4) zu beginnen. Schauen Sie sich dann im Detail die einzelnen Dimensionen mit ihren Fragen an. Auf dieser Basis können Sie Ihr mögliches Entwicklungspotential identifizieren, für sich selbst oder im Austausch mit anderen, Zielwerte formulieren und konkrete für Ihre Arbeitsumgebung relevante Entwicklungsmassnahmen festlegen.

### Bewertungsskala

Bei der Bewertung der Items wurde die folgende Rating Skala verwendet:

trifft gar nicht zu	1
trifft mehrheitlich nicht zu	2
trifft eher nicht zu	3
trifft eher zu	4
trifft mehrheitlich zu	5
trifft vollständig zu	6

## INFORMATIONEN ZUM MESSINSTRUMENT

### Was ist individuelle Kreativität?

Im Hinblick auf Kreativität ist die Ebene des Individuums in der Wissenschaft das meisterforschte Gebiet. Über die Jahre hat sich die Evidenz erhärtet, dass berufsbezogene individuelle Kreativität auf bestimmte Persönlichkeitsmerkmale, den individuellen Denkstil (Kognition), das Ausmass der intrinsischen Motivation, sowie auf die individuellen Kenntnisse hinsichtlich

entsprechender Arbeitsgebiete zurückzuführen ist. Diese Faktoren beeinflussen die kreativen Fähigkeiten im Berufsalltag.

In Tabelle 1 (siehe nächste Seite) sind diejenigen Merkmale festgehalten, welche eine kreative Persönlichkeit und einen kreativen Denkstil im Besonderen auszeichnen:

DIE KREATIVE PERSÖNLICHKEIT	DER KREATIVE DENKSTIL
<b>Zeichnet sich aus durch...</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>kontinuierliche Neugier</li> <li>Anziehung zu komplexen und abstrakten Dingen</li> <li>Fähigkeit unkonventionell zu denken</li> <li>Extraversion und Neurotizismus (Big Five)</li> <li>Selbstwirksamkeitsüberzeugung</li> </ul>	<b>Zeichnet sich aus durch...</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>starken Gedankenfluss</li> <li>divergentes Denken</li> <li>emotionale Kognition</li> <li>hohe Vorstellungskraft</li> </ul>

Tabelle 1: Die kreative Persönlichkeit / der kreative Denkstil (Gupta & Banerjee, 2016)

Neben den obenstehenden Kriterien wurden weitere kreativitätsfördernde Merkmale identifiziert. Darunter fallen beispielsweise: eine initiative Persönlichkeit, die Unabhängigkeit in der Urteilsfindung, Flexibilität, Offenheit gegenüber neuen Ideen, Beharrlichkeit, Selbstbewusstsein, Ambiguitätstoleranz sowie die Disposition, Risiken einzugehen und aus möglichen Fehlern zu lernen.

Diese Eigenschaften können nicht losgelöst betrachtet werden. Kreativität entsteht aus einem komplexen Wechselspiel aus individuellen Fähigkeiten und dem Kontext, in dem sie sich entfalten soll. Dies bedeutet, dass der kreative Output einer Person in Abhängigkeit ihrer Umweltbedingungen variiert.

### Die Dimensionen des Messinstruments

Im vorliegenden Messinstrument werden die oben beschriebenen Aspekte anhand der sechs Dimensionen Kognitionsbedürfnis, Kritisches Denken, Ambiguitätstoleranz, Kreative Ergebnisse, Kreative Gedanken und Kreative Interessen erfasst.

### Normbeschreibung

Die Vergleichsstichprobe (Normierungstichprobe) besteht aus N = 253 Personen

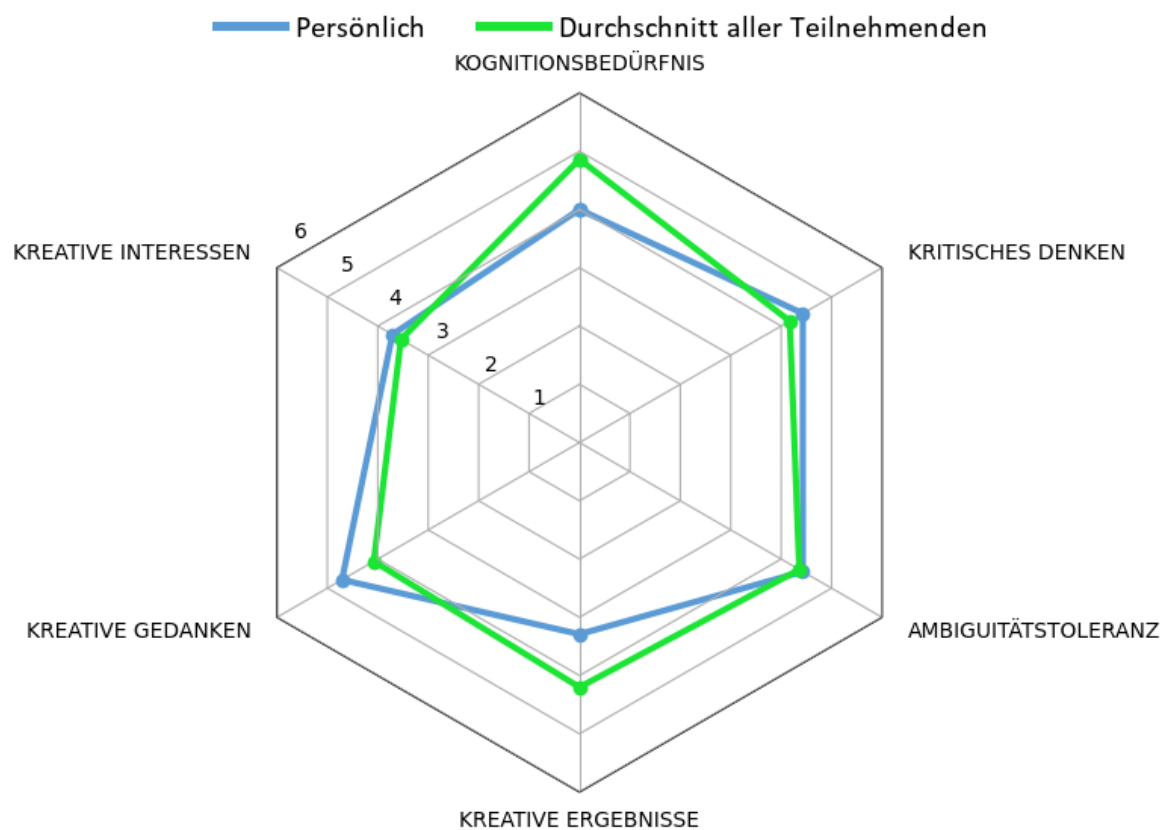
- Das Durchschnittsalter liegt bei ca. 37 Jahren (M = 37.2))
- Von diesen sind 51% weiblich und 47% männlich
- Eine Schweizer Bürgerschaft besitzen 68%

Anmerkung: N = Anzahl; M = Mittelwert

## Kreativitätsdimensionen

Kognitionsbedürfnis 	Kritisches Denken 	Ambiguitätstoleranz 
Kreative Ergebnisse 	Kreative Gedanken 	Kreative Interessen 

## RADAR: Individuelle kreative Fähigkeiten – [Vorname Nachname]



DIMENSIONEN "INDIVIDUELLE KREATIVITÄT"	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)		[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Kognitionsbedürfnis	4.86	(4.1 – 5.5)	4.0	0.86
Kritisches Denken	4.17	(3.5 – 4.8)	4.43	0.26
Ambiguitätstoleranz	4.36	(3.6 – 5.0)	4.43	0.07
Kreative Ergebnisse	4.2	(3.2 – 5.0)	3.29	0.92
Kreative Gedanken	4.08	(3.1 – 4.9)	4.71	0.63
Kreative Interessen	3.54	(2.5 – 4.3)	3.71	0.18

Tabelle 2: Normvergleich

Anmerkung: N =253

## DIMENSION «KOGNITIONSBEDÜRFNIS»



**Definition:** Menschen fühlen sich unterschiedlich stark zu anspruchsvollen Aufgaben hingezogen, die viel Denkaufwand erfordern. Dies hängt sicherlich mit der allgemeinen Denkfähigkeit jedes einzelnen zusammen, ist aber nicht eins zu eins vergleichbar. Das Kognitionsbedürfnis beschreibt vielmehr den inneren Impuls, die eigene Denkfähigkeit ausreizen zu wollen.

**Interpretation eines hohen Werts bei Kognitionsbedürfnis:** Menschen mit einem hohen Wert lieben die Herausforderung komplexer Probleme. Sie legen Wert auf Vielschichtigkeit, auf Details und schätzen gut durchdachte Lösungen. Wenn sie ein (kognitiv anspruchsvolles) Problem gelöst haben, empfinden sie dies als sehr positiv.

**Interpretation eines niedrigen Werts bei Kognitionsbedürfnis:** Menschen mit einem niedrigen Wert verspüren kein Interesse, die Komplexität eines Problems zu durchdringen, um darauf aufbauend solide abgestützte Lösungen zu entwickeln. In der Folge werden komplexe Probleme gemieden bis hin zu unzulässig vereinfacht.

*Bei Menschen mit mittleren Werten liegen die Aspekte, die bei hohen Werten beschrieben werden, in abgeschwächter Form vor. Als eindeutig über- oder unterdurchschnittlich gelten Werte, die sich im Vergleich zur Normstichprobe in den oberen bzw. unteren 15% befinden. Das sind Werte, die sich oberhalb bzw. unterhalb des angegebenen Durchschnittsbereichs befinden.*

### Aussagen

Komplexität fasziniert mich.

Ich mag keine komplexen Aufgaben.

Schwierige Fragen ziehen mich an.

Ich halte mich nicht für besonders intelligent.

Ich bin an neuen Lösungen interessiert.

Ich denke nicht gerne nach.

Ich mag die Herausforderung schwieriger Probleme.

DIMENSION	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)	[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Kognitionsbedürfnis	4.86 (4.1 – 5.5)	4.0	0.86

## DIMENSION «KRITISCHES DENKEN»



**Definition:** Menschen haben eine unterschiedlich starke Tendenz, Dinge zu hinterfragen. Dies wird als Kritisches Denken bezeichnet und umfasst sowohl den Willen als auch die Fähigkeit, verschiedene Perspektiven einzunehmen und sich mit variierenden Ansichten auseinanderzusetzen.

**Interpretation eines hohen Werts bei Kritisches Denken:** Menschen mit einem hohen Wert informieren sich gern umfassend, vergleichen verschiedene Fakten und hinterfragen aktuelle Normen und Regeln.

**Interpretation eines niedrigen Werts bei Kritisches Denken:** Menschen mit einem niedrigen Wert interessieren sich wenig für die Legitimation unterschiedlicher Meinungen oder der Erforschung breit abgestützter Fakten. Zudem fällt es ihnen schwerer als anderen, eigene Schwächen anzuerkennen respektive ihre Position selbstkritisch zu hinterfragen.

*Bei Menschen mit mittleren Werten liegen die Aspekte, die bei hohen Werten beschrieben werden, in abgeschwächter Form vor. Als eindeutig über- oder unterdurchschnittlich gelten Werte, die sich im Vergleich zur Normstichprobe in den oberen bzw. unteren 15% befinden. Das sind Werte, die sich oberhalb bzw. unterhalb des angegebenen Durchschnittsbereichs befinden.*

### Aussagen

Ich hinterfrage oft geltende Standards.

Normen befolge ich konsequent.

Autoritäten hinterfrage ich häufig.

Ich suche nach neuen Erklärungen.

Ich mag Routinen.

Ich habe das Bedürfnis neue Wege zu finden, wie ich Dinge tue.

Ich würde mich selbst als konventionell bezeichnen.

DIMENSION	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)	[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Kritisches Denken	4.17 (3.5 – 4.8)	4.43	0.26



## DIMENSION «AMBIGUITÄTSTOLERANZ»



**Definition:** Der Begriff Ambiguität stammt aus dem Lateinischen (ambiguitas = Doppelsinn) und bedeutet Mehrdeutigkeit. Mit dem Begriff Ambiguitätstoleranz wird die Fähigkeit bezeichnet, Mehrdeutigkeiten und Widersprüche zu ertragen und ihnen mit Besonnenheit begegnen zu können. Die Fähigkeit, eine diffuse und unsichere Situation auszuhalten und gleichwohl an deren Bewältigung arbeiten zu können, wird benötigt, um einen kreativen Prozess erfolgreich abschliessen zu können.

**Interpretation eines hohen Werts bei Ambiguitäts-toleranz:** Menschen mit einer hoch ausgeprägten Ambiguitätstoleranz begegnen widersprüchlichen Situationen und Informationen mit Gelassenheit, Offenheit und einer «Sowohl-als-auch» Denkweise.

**Interpretation eines niedrigen Werts bei Ambiguitäts-toleranz:** Menschen mit niedrig ausgeprägter Ambiguitätstoleranz empfinden in widersprüchlichen und unberechenbaren Situationen Stress und Unbehagen. Sie tendieren dazu, mit einfacher und oftmals unreflektierter Denkweise Ordnung und Struktur zu schaffen.

*Bei Menschen mit mittleren Werten liegen die Aspekte, die bei hohen Werten beschrieben werden, in abgeschwächter Form vor. Als eindeutig über- oder unterdurchschnittlich gelten Werte, die sich im Vergleich zur Normstichprobe in den oberen bzw. unteren 15% befinden. Das sind Werte, die sich oberhalb bzw. unterhalb des angegebenen Durchschnittsbereichs befinden.*

### Aussagen

Unvorhersehbare Situationen sprechen mich an.

Ich schätze Menschen, die mich dazu bringen über meine Sichtweisen nachzudenken.

Ich mag die Herausforderung unsicherer Situationen.

Paradoxe Situationen finde ich spannend.

Ich finde Menschen anregend, die es nicht kümmern, anders oder originell zu sein.

Ich gehe mit Unklarheiten gelassen um.

Ich begeben mich gerne in Situationen, ohne zu wissen, was passieren wird.

DIMENSION	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)	[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Ambiguitätstoleranz	4.36 (3.6 – 5.0)	4.43	0.07

## DIMENSION «KREATIVE ERGEBNISSE»



**Definition:** Während andere Dimensionen dieses Verfahrens auf Bedingungen abzielen, die Kreativität begünstigen, wird bei dieser Dimension realisiertes kreatives Verhalten direkt erfasst. Dies ermöglicht ebenfalls eine Vorhersage zukünftiger Kreativität. Personen, die schon jetzt kreative Resultate vorweisen können, zeigen, dass sie mit den Anforderungen eines kreativen Prozesses umzugehen wissen.

**Interpretation eines hohen Werts bei Kreative Ergebnisse:** Menschen mit einem hohen Wert haben im Beruf schon einige ihrer kreativen Ideen implementiert und sich den Ruf erarbeitet, als innovativ zu gelten.

**Interpretation eines niedrigen Werts bei Kreative Ergebnisse:** Menschen mit einem niedrigen Wert haben sich bisher nicht als Antreiber von Innovationen hervorgetan und gehen Tätigkeiten, die Kreativität erfordern, entweder aus dem Weg oder interessieren sich nicht dafür.

*Bei Menschen mit mittleren Werten liegen die Aspekte, die bei hohen Werten beschrieben werden, in abgeschwächter Form vor. Als eindeutig über- oder unterdurchschnittlich gelten Werte, die sich im Vergleich zur Normstichprobe in den oberen bzw. unteren 15% befinden. Das sind Werte, die sich oberhalb bzw. unterhalb des angegebenen Durchschnittsbereichs befinden.*

### Aussagen

Ich bin für meine originellen Ideen bekannt.

Ich habe schon oft grosse Anstrengungen unternommen, eine kreative Lösung zu finden.

Wenn ich eine Wahl habe, bevorzuge ich Aufgaben, bei denen ich kreativ sein kann.

Meine Ideen werden selten als besonders kreativ bezeichnet.

Ich bin bekannt dafür, kreativ zu sein.

Es fällt mir schwer, kreative Ergebnisse zu erzielen.

Meine Fähigkeit, kreative Ideen zu entwickeln, ist hoch im Vergleich zu anderen.

DIMENSION	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)	[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Kreative Ergebnisse	4.2 (3.2 – 5.0)	3.29	0.92



## DIMENSION «KREATIVE GEDANKEN»



**Definition:** Menschen unterscheiden sich darin, wie sehr sie sich bei einer Aufgabe an andere Bereiche erinnert fühlen, und inwieweit sie solche Gedanken auch zulassen. Davon abhängig, werden mehr oder weniger Anknüpfungspunkte entdeckt, von denen potenziell jeder einzelne einen neuen kreativen Prozess in Gang setzen könnte.

**Interpretation eines hohen Werts bei Kreative Gedanken:** Menschen mit einer hohen Ausprägung in der Dimension «Kreative Gedanken» haben eine gesteigerte Assoziationsfähigkeit und Freude daran, ihren Gedanken freien Lauf zu lassen.

**Interpretation eines niedrigen Werts bei Kreative Gedanken:** Menschen mit einer niedrigen Ausprägung in der Dimension «Kreative Gedanken» entwickeln im Vergleich zu anderen weniger eigene Ideen und verfolgen diese auch weniger konsequent weiter. Sie mögen es, wenn sie Dinge so tun können, wie sie es schon immer getan haben.

*Bei Menschen mit mittleren Werten liegen die Aspekte, die bei hohen Werten beschrieben werden, in abgeschwächter Form vor. Als eindeutig über- oder unterdurchschnittlich gelten Werte, die sich im Vergleich zur Normstichprobe in den oberen bzw. unteren 15% befinden. Das sind Werte, die sich oberhalb bzw. unterhalb des angegebenen Durchschnittsbereichs befinden.*

### Aussagen

Ich kann mich von meiner eigenen Kreativität mitreißen lassen.

Meine kreativen Gedanken kommen schwer zur Ruhe.

Ich kann so in meiner Kreativität aufgehen, dass ich andere Aufgaben vergesse, die ich erledigen sollte.

Ich habe mehr Ideen als ich weiterverfolgen kann.

Ich liebe meine Fähigkeit an unkonventionelle Möglichkeiten zu denken.

Ich fühle mich von kreativem Chaos angezogen.

Ich war noch nie ein kreativer Kopf.

DIMENSION	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)	[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Kreative Gedanken	4.08 (3.1 – 4.9)	4.71	0.63

## DIMENSION «KREATIVE INTERESSEN»



**Definition:** Kreative Menschen verspüren einen Drang, sich kreativ auszuleben und neigen daher zu künstlerischen Tätigkeiten. Ihre Arbeiten zeugen von einem gesteigerten Interesse an den kreativen kulturellen Leistungen der Vergangenheit und Gegenwart.

**Interpretation eines hohen Werts bei Kreative Interessen:** Menschen mit einer hohen Ausprägung in der Dimension «Kreative Interessen» üben kreative Tätigkeiten derart gern aus, dass sie sich auch in ihrer Freizeit für sie entscheiden. Wenn solchen Menschen im Beruf eine kreative Aufgabe zugeteilt wird, nehmen sie diese dankend an und sind motiviert, eine gute Leistung zu zeigen.

**Interpretation eines niedrigen Werts bei Kreative Interessen:** Menschen mit einer niedrigen Ausprägung fühlen sich von solchen Tätigkeiten wenig bis gar nicht angezogen. Zudem interessieren sie sich auch eher wenig für die kreativen Leistungen anderer Personen. Dadurch verpassen sie die Chance kreativer Inspirationen.

*Bei Menschen mit mittleren Werten liegen die Aspekte, die bei hohen Werten beschrieben werden, in abgeschwächter Form vor. Als eindeutig über- oder unterdurchschnittlich gelten Werte, die sich im Vergleich zur Normstichprobe in den oberen bzw. unteren 15% befinden. Das sind Werte, die sich oberhalb bzw. unterhalb des angegebenen Durchschnittsbereichs befinden.*

### Aussagen

Beim Einrichten meines Zuhauses sind viele eigene kreative Ideen eingeflossen.

In meiner Freizeit habe ich schon einige kreative Texte verfasst.

Ich habe mir schon viele originelle Geschenke überlegt.

Manchmal denke ich mir in meiner Freizeit Reime aus.

Gedichte lese ich gern.

In meiner Freizeit habe ich schon einige kreative Projekte realisiert.

In den vergangenen Meetings habe ich viele Vorschläge gemacht.

DIMENSION	NORM-MITTELWERT (Durchschnittsbereich: 15-85%)		[VORNAME NACHNAME]	DIFFERENZ
Kreative Interessen	3.54	(2.5 – 4.3)	3.71	0.18

## GRUNDLAGE DES CREATIVITY NAVIGATOR

Die Entwicklung des Creativity Navigator basiert auf einem von der Innosuisse (Schweizerische Agentur für Innovationsförderung) geförderten Forschungsprojekt. Am Projekt beteiligt waren sowohl die Hochschule Luzern (HSLU) als auch die Hochschule für Wirtschaft und Ingenieurwissenschaften des Kantons Waadt (HEIG-VD). Die Wirtschaftspartner beteiligten sich einerseits an der Entwicklung des Tests und andererseits an dessen empirischen Validierung.

Kontakt: [info@abenco.ch](mailto:info@abenco.ch)

**HSLU** Hochschule  
Luzern

**HEIG<sup>VD</sup>**  
HAUTE ÉCOLE  
D'INGÉNIERIE  
ET DE GESTION  
DU CANTON  
DE VAUD

**BENOIT**  
CONSULTING AG 

**FOOLS LAB**

Hinweis: Individual Creativity Navigator® ist eine eingetragene Marke und wird ausschliesslich von den Partnern Benoit Consulting AG, Fools Lab, HSLU (Hochschule Luzern) und HEIG-VD (Haute Ecole d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud) verwendet.