KREATIVITÄT IN DER FOTOGRAFIE
WIE MAN AUF KNOPFDRUCK SYSTEMATISCH NEUE IDEEN GENERIERT
### Kapitel 1
**BASICS**

| 1.1 | Kreativsein in kreativen Berufen: ist Arbeit und sollte trotzdem Freude machen | 16 |
| 1.2 | Sich gut auskennen bedeutet nicht, auf ausgetretenen Pfaden zu gehen | 17 |
| 1.3 | Entdeckerqualität Neugier | 18 |
| 1.4 | Aufmerksamkeit | 19 |
| 1.5 | Inspirierendes Umfeld schaffen | 21 |
| 1.6 | Experimentierfreude | 23 |
| 1.7 | Alle Sinne aktivieren | 25 |
| 1.8 | Kopfkino | 27 |

### Kapitel 2
**KREATIVPROZESS**

| 2.1 | Systematisch kreativ werden | 30 |
| 2.2 | Kreativprozess | 31 |
| 2.3 | Briefing oder erster Impuls | 32 |
| 2.4 | Informationsphase | 33 |
| 2.5 | Inkubation | 36 |
| 2.6 | Ideation | 36 |
| 2.7 | Bewertung | 46 |
| 2.8 | Ausarbeitung | 49 |
| 2.9 | Realisation | 50 |
| 2.10 | Präsentation | 50 |
# Kapitel 3
**IDEENKILLER**

| 3.1 | Kreativkiller – was man tun muss, um jede Idee im Keim zu ersticken | 54 |
| 3.2 | Die Schere im Kopf | 55 |
| 3.3 | Zeitdruck | 56 |
| 3.4 | Komfortzone | 56 |
| 3.5 | Killerphrasen | 58 |

# Kapitel 4
**KREATIVMETHODEN**

| 4.1 | Kreativmethoden | 63 |
| 4.2 | Brainstorming – aber richtig! | 63 |
| 4.3 | Brainwriting | 67 |
| 4.4 | Mindmap | 73 |
| 4.5 | Morphologische Matrix | 77 |
| 4.6 | Parameter-Kreuz | 85 |
| 4.7 | Visuelle Synektik | 89 |

# Kapitel 5
**KREATIVTECHNIKEN**

| 5.1 | Kreativtechniken | 95 |
| 5.2 | Kombinieren | 97 |
| 5.3 | Umkehren | 103 |
| 5.4 | Eliminieren | 109 |
| 5.5 | Ersetzen | 115 |
| 5.6 | Alternative Nutzung | 121 |
| 5.7 | Tabu und Provokation | 127 |
| 5.8 | Anpassen | 133 |
| 5.9 | Modifizieren | 139 |
Kapitel 6
BILDPARAMETER ........................................ 159

6.1 Bildparameter: Anregung zum Experimentieren .................. 161
6.2 Formalgestalterisch ........................................ 161
6.3 Zwischen Auge und Motiv ..................................... 164
6.4 Der richtige Zeitpunkt für Bildideen ............................... 167
6.5 Nichtfotografische Bildergänzungen ................................. 168
6.6 2D, 3D, 4D ...................................................... 170
6.7 Interpretation .................................................. 171
6.8 Abbildungsziel: Intention ......................................... 171
6.9 Serienheld versus Einzelmeister – mehr als ein Einzelbild ....... 172
6.10 Bewegtbilder und Storytelling .................................... 173
6.11 Bild-im-Bild ..................................................... 173
6.12 Wer macht das Bild – Standpunkt und Perspektive ............... 173
6.13 Bildpräsentation ............................................... 173

Kapitel 7
GENRES ..................................................... 177

7.1 Genres ......................................................... 179
7.2 People ......................................................... 181
7.3 Fashion ......................................................... 189
7.4 Akt ............................................................ 197
7.5 Hochzeit ....................................................... 205
7.6 Food .......................................................... 211
7.7 Travel ......................................................... 219
7.8 Natur .......................................................... 227
7.9 Sport .......................................................... 237
## Inhalt

**Kapitel 8**

INTERVIEWS & STATEMENTS .................................................. 247

8.1 Interviews & Statements .................................................. 249

**ANHANG A** ................................................................. 269

A.1 Und jetzt? ................................................................. 270
A.2 Literatur & Co ............................................................. 271
A.3 Danke ................................................................. 274

**INDEX** ................................................................. 276
KAPITEL 1 Basics

1.1 Kreativsein in kreativen Berufen: ist Arbeit und sollte trotzdem Freude machen .................................................. 16
1.2 Sich gut auskennen bedeutet nicht, auf ausgetretenen Pfaden zu gehen ................................................................. 17
1.3 Entdeckerqualität Neugier ................................................................. 18
1.5 Inspirierendes Umfeld schaffen ................................................................. 21
1.4 Aufmerksamkeit .................................................................. 19
1.6 Experimentierfreude .................................................................. 23
1.7 Alle Sinne aktivieren ................................................................. 25
1.8 Kopfkino .................................................................. 27
1.1 KREATIVSEIN IN KREATIVEN BERUFEN: IST ARBEIT UND SOLLTE TROTZDEM FREUDE MACHEN

Kreative Berufe sind Berufe voller Passion – man wird bestimmt nicht Autor, weil die Altersvorsorge so lukrativ, oder Bildhauer, weil das gesellschaftliche Ansehen so hoch ist. Die meisten Kreativen haben einen inneren Drang, sich auf eine bestimmte Weise auszudrücken, sich mitzuteilen, eine Art Beitrag zu leisten, mit Mensch, Umwelt, Material und auch Technik umzugehen, diese durch ihre Arbeit in Beziehungen zu setzen und damit neue Sichtweisen zutage zu fördern.

Wer in einem kreativen Beruf arbeitet, kennt die guten und schlechten Zeiten. In den guten macht es so richtig Spaß, die Ideen sprudeln und lassen sich gleich umsetzen, es gibt reichlich Kunden, die Ihre Arbeit lieben, Tun und Sein verschmelzen, die Sonne macht, was Ihnen am besten gefällt, das Leben ist schön.

In den schlechten sind vielleicht keine Aufträge in Sicht oder solche von schwierigen und/oder scheinbar langweiligen Kunden mit keinen oder sich widersprechenden Aufgabenstellungen. Mit unklaren Anforderungen, neblösen Vorstellungen und unbekanntem Budget. Oder Sie sind unzufrieden mit sich selbst, weil Sie machen, was Sie immer machen, und irgendwann anfangen, sich damit selbst zu langweilen.

Kreative Berufe sind voller Freiheit – neben festen Terminen, die einem wirtschaftliche Existenz sichern, gibt es immer Zeit für freie Arbeiten, Experimente, Reisen, Eindrücke sammeln – bei welchem Versicherungssachbearbeiter mag es diese Möglichkeit geben und vor allem: Was genau würde er oder sie da tun?

Das Beste an kreativen Berufen ist: Es gibt keinen inneren Schweinehund.

Das Übelste an kreativen Berufen ist: Aber es gibt seine kleine, fiese Schwester namens Kreativblockade.

Mit der Kreativität ist es wie mit der Intelligenz: Jeder glaubt, genug davon zu haben.
1.2 SICH GUT AUSKENNEN BEDEUTET NICHT, AUF AUSGETRETFENEN PFADEN ZU GEHEN

Sie sind ein erfahrener Fotograf, kennen die Tücken des Geschäfts und der Technik. Ihr Studio ist hochwertig und umfassend ausgestattet, Sie beherrschen das Equipment, die Models und den Kunden. Sehr schön. Aber was haben Sie zuletzt verändert? Wann haben Sie zuletzt etwas Neues ausprobiert, an Ihrem Setting verändert, sind damit aus dem Studio heraus- beziehungsweise ins Studio hineingegangen, haben statt Frauen Männer oder Tiere in gleicher Pose fotografiert und anstelle eines appetitlich inszenierten Käsebrötchens eine öde Pausenstulle?

Natürlich ist es okay, wenn Sie Ihre sicher teure Ausstattung auf ein bestimmtes Genre optimiert haben. Der erste Schritt für etwas Überraschendes wäre die Anwendung Ihres Spezialwissens und Ihrer technischen Ausstattung auf ein auf den ersten Blick vollkommen anderes Feld. Aber vielleicht ist es gar nicht so anders, vielleicht verhalten sich andere Objekte genau so wie das, was Sie immer fotografieren? Bewegt es sich auch schnell, langsam oder gar nicht? Wie viel Zeit und Aufwand steckt in der Vorbereitung – muss das so sein? Wie groß sind die Objekte üblicherweise? Reiseziele können auch auf der anderen Straßenseite liegen. Wenn Sie für tollen Umgang mit Licht bekannt sind: Infrarot, Ultraviolett und Röntgenstrahlen sind physikalisch gesehen das Gleiche …

Schauen Sie sich um: Wo und wie können Sie Ihr Know-how und Equipment noch einsetzen, wofür würden Sie es eher nicht benutzen und warum nicht?

Do-it-yourself

Welches Objekt verhält sich ähnlich wie das, das Sie üblicherweise fotografieren?
Was können Sie mit den üblichen Objekten noch alles veranstalten?
Warum haben Sie immer einen ähnlichen Abstand zum Objekt?
Wofür eignet sich Ihr Equipment auch noch?
Warum erwarten Sie, dass sich Ihr Objekt immer gleich verhält?
Wie und womit können Sie Ihr Objekt zu einer Verhaltensänderung provozieren?

Kreativität kann man nicht verbrauchen. Je mehr man sie nutzt, desto mehr hat man.

Maya Angelou
Schriftstellerin, Bürgerrechtlerin
1.3 ENTDECKERQUALITÄT

NEUGIER


Wo liegen Ihre beruflichen Interessen und Begabungen und wo Ihre anderen Interessen und Begabungen? Wann haben Sie sich zuletzt mit etwas völlig Fremdem befasst oder sich ein komplett neues Wissensgebiet angeeignet, aus freien Stücken, einfach, weil Sie es wollten?


Nur wer neugierig bleibt, findet Neues.

Perlen liegen nicht am Ufer.
Man muss nach ihnen tauchen.

chinesisches Sprichwort
1.4 AUFEVERKSAMKEIT

Wer regelmäßig aktiv nach Inspirationen Ausschau hält, bewegt sich automatisch aufmerksamer in seinem Umfeld: Man nimmt Dinge wahr, die sonst unbemerkt blieben. Das mag häufig einigermaßen unspektakulär sein, birgt aber auch Potenzial für interessante Geschichten. Denn oft sind es eben nur Kleinigkeiten, die das Alltägliche zum Außergewöhnlichen machen, und genau die gilt es zu entdecken oder zu inszenieren.


Do-it-yourself

Ändern Sie Kleinigkeit an einer Ihrer täglichen Routinen: woanders einkaufen, ein anderes Verkehrsmittel benutzen, einen anderen Weg fahren, die andere Zahnpasta nehmen.

Ändern Sie Rituale.

Stellen Sie das Sofa um – wohin schauen Sie jetzt, was sehen Sie jetzt anders?

Haben Sie sich schon mal gefragt, ob die Muster von Raufasertapeten genauso einzigartig sind wie Schneeflocken?

Nach welchen Kriterien lassen sich Menschen voneinander unterscheiden?

Was sieht man trotzdem nicht?

Ich malte die Dinge wie ich sie denke, nicht wie ich sie sehe.

Pablo Picasso
Maler
Der aktuelle Inhalt der Objektkiste
1.5 INSPIRIERENDES UMFELD SCHAFEN

Alle Studios, die ich kenne, sind immer derart picobello aufgeräumt, als würde der Chefarzt zur OP erwartet. Der Boden ist gefegt und gefeuelt, die Wände kahl und gekehlt. Utensilien sind sauber in gleichförmigen Boxen und Schränken verstaut – da ist nichts, was ablenkt. »Schade«, denke ich dann, und: »Beeindruckend, wie viel Vorstellungskraft so ein Fotograf haben muss.« Nicht, dass das hier falsch verstanden wird: Ich mag Ordnung (und Sauberkeit).


Wichtig: nicht in die Foto-Ecke gehen, sondern zu den Nischenthemen – Quilts, Modelleisenbahnen, Zweiter Weltkrieg, Kleingärten, Wandern, Basteln mit Moosgummi …


Entspannend und inspirierend zugleich ist auch: sich auf eine Bank setzen und Leute beobachten. In Bahnhöfen, Fußgängerzonen, Parks und Sportstadien, auf Märkten, Parkplätzen und Jarmärkten. Identifizieren Sie Haupt- und Nebendarsteller, fabeln Sie fiktive Dialoge zwischen ihnen, erfinden Sie eine unglaubliche Geschichte, die sie in diese Situation an diesem Ort gebracht haben. Wo kommen die Leute her, wo wollen sie hin, warum wollen sie dort hin?

In Kapitel 4, »Kreativmethoden«, erfahren Sie wie man sich mit Bildern, Beg riffen und Objekten inspiriert.


Wer immer im gleichen Raum sitzt, bekommt immer die gleichen Impulse. Wer nicht rausgehen mag oder kann, muss sich die Impulse ins Haus holen.

Do-it-yourself

Was befindet sich jetzt in diesem Moment auf dem Ihnen nächstgelegenen Tisch?
Was könnte das mit dem nächsten oder letzten Projekt zu tun haben? Konstruieren Sie eine Verbindung.
Gehen Sie in einen wirklich großen Supermarkt. Auch im Urlaub oder auf Reisen.
Erstellen Sie temporär eine Sammlung, vielleicht auch nur als Abbildung und auch das nur virtuell. Sortieren Sie sie nach einem Kriterium, dann nach einem zweiten und nach einem absurden dritten, zum Beispiel Musikinstrumente nach der Möglichkeit, während des Spiels selbst eine Mahlzeit einnehmen zu können, dafür gefüt tert werden zu müssen oder eben nicht essen zu können.
Fragen Sie Freunde oder deren Bekannte, ob Sie sie bei ihrem Hobby begleiten dürfen – erst mal ohne, dann mit Kamera.
Was ist extrem langweilig und warum?
1.6 EXPERIMENTIERFREUDE


Statt also auf dem ausgelatschten Weg zu gehen, können Sie auch rollen, mal Gas geben, auf den Händen laufen, auf einem Bein entlanghüpfen, krabbeln, mit dem Bulldozer fahren, einen Weg parallel dazu erschließen oder ihn nur kreuzen.

Es gilt, die Routinen des Arbeitsalltags zu verlassen und mehr herumzuprobieren. Dabei beschränkt sich die Experimentierfreude hier ausdrücklich nicht nur auf die Fototechnik. Denn obwohl es so naheliegend klingt, Belichtungsreihen zu erstellen, mit High-Speed-Kameras zu arbeiten oder mit anderen speziellen Aufnahmetechniken zu experimentieren, man kann auch mit allen anderen Bereichen fotografischer Arbeit experimentieren.

Immer nur ein Parameter wird Stück für Stück verändert und anschließend auf das Ergebnis geschaut.


Komfortzone

Daneben geht es um die persönliche Komfortzone: Das ist der Bereich, in dem man sich wohl und sicher fühlt, beruflich wie privat. Mit jedem Verlassen der Komfortzone, mit jedem deutlichen Überschreiten der Wohlfühlgrenze vergrößert man den Bereich, in dem man sich auskennt, sich bewegen mag, agieren kann.

Wenn man allerdings nicht gelegentlich aus ihr ausbricht, mindestens aber an ihre Grenzen geht und sie kurzzeitig überschreitet, wird sie immer kleiner und mit ihr der kreative Radius Ihrer Arbeit.

Für alles, was sich aus technischen oder finanziellen Gründen nicht realisieren lässt, gibt’s immer noch das Kopfkino.

Und: Umwege erhöhen die Ortskenntnis!

Do-it-yourself

In welche Parameter oder Einheiten können Sie Ihre Arbeit an einem Foto typischerweise zerlegen?

Erfinden Sie neue Parameter: Nasenlänge, Essbarkeitsgeschwindigkeit, Objektfarbe, ökologischer Fußabdruck.

Fotografieren Sie Porträts nur noch in 6er-Serien mit den Gemütszuständen Freude, Überraschung, Trauer, Ekel, Angst und Ärger.

Was sind Ihre typischen Motive und warum?

In welchen fotografischen Genres fühlen Sie sich sicher und zu Hause?

In welchen nicht? Warum?

Mit welchen fotografischen Techniken haben Sie Schwierigkeiten? Gehen Sie das Problem an.
1.7 ALLE SINNE AKTIVIEREN

Klar, Fotografen sind ausgeprägt visuelle Menschen. Sie porträtierten Musiker und begleiten sie auf Tourneen, sie versuchen, das Aroma köstlicher Speisen und Getränke einzufangen, sie halten Kraft und Schnelligkeit von Athleten fest, die Oberflächenbeschaffenheit eines exotischen Gefieders und die Angst in den Augen eines Bürgerkriegsopfers.


Nahezu jede Situation spricht auch Sinnesebenen an, die nicht offensichtlich oder schon durch das Genre vorgegeben sind. Und die gilt es ebenfalls zu entdecken, wahrzunehmen und zu visualisieren.

Denn auch Musik hat zum Beispiel Gerüche: nikotinschwangere Jazzkeller, Transportkisten mit Bierwürze, Schweiß, alte Lederjacken, das Parfum der Groupies, Nebelmaschinen – Sie brauchen nur mal die Ohren eine Weile zu zuhalten und auf Ihre Nase zu hören.


Selbst beim Sport gibt es mehr als Schweiß und das ihn vergeblich zu überdecken versuchende Deo: Der Duft des Magnesia-Pulvers eines Kunstturners verströmt eine zuversichtliche Trockenheit. Und in jeder Übungshalle gibt es sportarttypische Geräusche: Degenklingen, die aneinander scheppern, Prellgeräusche von Bällen, die Landung von Turnern nach großen Sprüngen, Startschüsse, Kampfschreie …

Synästhesie

Synästheten sind Menschen, die zum Beispiel Zahlen als Farben sehen, in Musikstücken Aromen erkennen und in Geschmacksrichtungen Formen. Von ihnen kann man sich eine Menge abgucken.

Do-it-yourself

| Welchen Klang haben Ihre üblichen Foto-Objekte? |
| Die haben keinen? Machen Sie etwas mit ihnen und hören Sie genau hin! |
| Machen Sie sich auf die Suche nach Geräuschen, Gerüchen und Aromen. |
| Wo finden Sie sie? |
| Wie kann man die visualisieren? |
| Wie schmeckt ein Lederhandschuh? |
| Welche Farbe hat eine Symphonie? |
| Wie klingt Hühnersuppe? |
| Welche Form hat Zimtaroma? |
| Assoziieren Sie völlig frei zwischen Aussehen, Klängen, Gerüchen, Haptik und Aromen. |
| Spielen und experimentieren Sie mit Ihren Objekten so lange herum, bis diese weitere Sinneseindrücke von sich geben. |

Du denkst nur mit den Augen, da kann man leicht getäuscht werden.

Hausmeister Han
Karate Kid
1.8 KOPFKINO

Mein Lieblingskino an jedem Ort der Welt: das Kopfkino.

Hier entstehen verrückte, lustige, schockierende, vielversprechende, schräge, aber auch langweilige, peinliche, dumme, aber immer spontane Bilder.


Das Kopfkino ist unsere kostenlose Bildwerkstatt und visueller Prototypenbau. Am Anfang braucht man ein bisschen Übung, aber später schaltet es sich stets von allein an. Ob man will oder nicht.


Auch gut:
Das Kopfkino hat immer geöffnet und der Eintritt ist frei.

Do-it-yourself easy

Stellen Sie sich einen leeren, quadratischen, weiß gestrichenen Raum vor.
Wie sieht der in Grau und dann in Grün aus?
Die vier Wände werden nacheinander wieder weiß.
Hängen Sie dort mal ein Bild auf. Hinter Ihnen, Sie müssen sich umdrehen, um es zu sehen.
Ist es ein klassischer Schinken mit barockem Goldrahmen oder ein rahmenloses Foto?
Wie groß ist das Bild?
Machen Sie es etwas größer und dann wieder kleiner.
Dann lassen Sie es winzig werden und als Punkt auf der Wand verschwinden.
Zum Schluss macht jemand das Licht aus.

Do-it-yourself

Stellen Sie sich einen Studenten vor.
Nun lassen Sie ihn langsam schrumpfen, aber die Kleidung bleibt gleich groß.
Stopp!
Ein Stück zurück, er soll so 1,80 m groß sein.
Was, wenn er eine Frau wäre, aber in der gleichen Kleidung?
Okay, er beziehungsweise sie trägt jetzt ein blaues Kleid.
Mit weißen Punkten.
Nein, es ist ein weißes Kleid mit blauen Punkten.
Oder Streifen?
Doch Punkte, aber die sind größer.
Setzen Sie die Studentin auf eine Wolke.
Hej, es ist doch Abend, dimmen Sie das atmosphärische Licht und knipsen Sie den Mond an.
Index

Numerisch
180°-Technik Siehe Umkehren
2D 170
3D 170
4D 170
6-3-5 67

A
Abbildungsziel
ändern 171
Abstand
inhaltlicher 172
räumlicher 172
zeitlicher 172
Aggregatzustand 133
Aktfotografie 197
Akt-Mindmap 199
Albumen 174
Alles ist erlaubt 55
Alternative Anwendung 121
Alternative Lösungswege 55
Analog 174
Angst 127
Änordnung 161
Anpassen 133
Objekt 133
Umfeld 133
Antizyklische Aufnahmezeit 170
Anwendung
alternative 121
Arbeitsalltag
ändern 23
Archetypen 121
Archiv-Aufnahme 167
Aroma 25
Ästhetik 127
Asynchrone Aufnahmezeit 170
auf den Kopf stellen 115
Aufgabe
analysieren 43
lösen 33
Aufmerksamkeit 19
Aufnahmezeit
antizyklische 170
asynchrone 170
Auge
und Motiv 164
Ausarbeitsphase 49
Ausgangsposition 173
Auslassen 109
Ausstellung 173
Auswahlmethode 47
Scoring-Modell 48

B
Baguette 153
Baustelle 19
Betrachtungsweise
umkehren 174
Bild
unkreatives 161
Bildergänzung
nichtfotografische 168
Bild-im-Bild 173
Booster
kreative 82
Brainstorming 46, 63
Spielregeln 63
Zeitrahmen 63
Brainwriting 46
Spielregeln 67
Brainwriting-Pool
Spielregeln 70
Briefing 32
Bullshit 39

C
Cinemagraph 173
Creative Confidence 56
Cyanotypie 174

D
Daguerröntypie 174
Daumenkino 173
Details 153
weniger 153
Digital 174
Dimension 174
Distanz 164
divergentes Denken 55
Dokumentation
pointierte 205

E
Eigeninitiative 32
Ekel 127
Element
grafisches 168
Eliminieren 109
Endposition 173
Entfernung 164
Entwicklungsprozess 172
Ersetzen 109, 115
Erweiterung
in 3. Dimension 170
Erzählerische Weiche 173
Eskalation 147
Evolutionenprozess 172
Experiment
soziales 171
Experimentieren 167
Experimentierfreude 23
extreme Umkehrung 103
Exzess 147

F
Fabel 153
Fäkalien 127
Farbe 168
Farbinvertierung 167
Fashionfotografie 189
Fashion-Mindmap 190
Figur
und Grund 163
Food-Fotografie 211
Food-Mindmap 211, 216
Form 168
sichtbar machen 163
Formalgestaltenderischer Parameter 161
Formation 162
Fotografenkollege 171
Frisur 189

G
Gegenteil 103
Gelatine Silber 174
Index

Genre
  Akt 197
  Fashion 189
  Food 211
  Hochzeitsfotografie 205
  Landschaft 227
  Natur 227
  People 181
  Reisen 219
  Sport 237
  verlassen 179
Genre-Mix 212
Geräusch 25, 174
Geruch 25, 174
Geschmack 25
Grafisches Element 168
Größe 161
Gruppengröße
  Ideation 37
Gum-Bichromat-Prozess 174

H
Haar 189
Haptik 25
Harmonie 127
Hass 127
Hauptdarsteller 21
Haut 197
Hintergrund 172
Hochzeitsfotografie 205
Horroreffekt 127

I
Ideenbewertung 39
Ideenfindung 31
Ideen-Pingpong 64
Ideenpool 71
Immersion 174
Impuls 32
Index 127
Informationsphase 31, 33
Inhaltlicher Abstand 172
Inkubation 36
Inkubationsphase 31
Inkubationszeit 167
Insider 173
Inspirationenkiste 167
Inszenierung 205
Interpretation 171

J
Jahreszeit 170
Jede Idee zählt 55

K
Kantine 127
Karies 97
Katalogtechnik Siehe Visuelle Synektik
Katastrophenschutz 167
Killerphrase 64
Killerphrasen 58
Kleidung 189
Klonen 172
Kombinieren 46, 97, 181
Kombinationen 23, 56, 179
Konstruktorischer Parameter 161
Kontrast 115
  konzeptioneller 127
kontrovers 127
Kontur 163
konvergentes Denken 55
Konzeptioneller Kontrast 127
Kopfkino 25, 27
Kopfstandmethode Siehe Umkehren
Körper
  Präsentation 174
Körperflüssigkeiten 127
Körpergeruch 153
Krankheit 127
Kreative Booster 82
Kreative Zuversicht 56
Kreativität
  organisieren 30
Kreativitätshilfe
  Killerphrasen 58
  Zeitdruck 56
Kreativitätsmethode
  Definition 46
Kreativitätstechnik
  Definition 46
Kreativkiller 54
  Komfortzone 56
Kreativmethoden Siehe Synektik
Kreativprozess 30, 31
Kreativtechnik 95
  Schnellendurchlauf 181
Kritik 54
Kulisse 164

L
Landschaftsfotografie 227
Lexikontechnik Siehe Visuelle Synektik
Licht 198
Linie 168
Loch 164

M
Make-up 189
Maßeinheiten 238
Material
  Präsentation 174
Matrix
  morphologische Siehe Morphologische Matrix
Mindmap 73
  Akt 199
  Fashion 190
  Food 211, 216
  Natur 228
  People 182
  Reisen 224, 225
  Sport 239
  Synektik 182
  und Synektik 75
Mindmapping 63, 73
  Spielregeln 73
Model 189, 197
  Modifizieren 139
  moralethische Desorientierung 127
Morphologische Matrix 46, 63, 77
  Spielregeln 77
Mosaik 173
  Multiplikation 97
Musik 25

N
Nacktheit 198
Nähe 161
Naturfotografie 227
Natur-Mindmap 228
Nebendarsteller 21
Notiz 33

O
Oberfläche
Präsentation 174
Objekt 164
anpassen 133
Orchester 162
Outsider 173

P
Paar 197
Paar-Bild 78
Paarweise 162
Panoptikum 97
Panorama 164
Präsentation 174
Parameter
formalgestalterischer 161
kompositorischer 161
neue 23
Parameter-Kreuz 85
Spielregeln 85
Pareidolie 198
People-Fotografie 181
People-Mindmap 182
Perspektive 173, 198
Perspektivwechsel 46, 153, 181
Politik 127
Pool 70
Porträt 181
Potenzial erkennen 54
Präsentation 50, 173
Problem
lösen 33
Provokation 127
Provozieren 172
Puzzle 139

Q
quetschen 139

R
Rasse 127
Räumlicher Abstand 172
Realisation 50
Recherche 33
Zeitraum 33
Reduce to the max 110
Reflektierend 164
Reihenfolge 161
Reise nach Jerusalem 162
Reisefotografie 219
Reise-Mindmap 224, 225
Reizworttechnik Siehe Visuelle Synektik
Religion 127
Ritual
ändern 19
Rollen tauschen 103
Routine
ändern 19

S
Scham 127
Schere im Kopf 55
schockieren 127
Schwäche 49
Schweizer-Taschenmesser-Prinzip 97
Scoring-Modell 48
Sequenz 172
Serie 172
Sexualität 127
Single Minded Proposition 43
Sinne 25
skalieren 139
Solist
als Gruppe 161
Soziales Experiment 171
Speisezubereitung 25
Spiegelneuronen 127
Spielregel
Ideen 39
Spielregeln
6-3-5 67
Brainstorming 63
Brainwriting 67
Brainwriting-Pool 70
Mindmapping 73
morphologische Matrix 77
Parameter-Kreuz 85
visuelle Synektik 89
Spinnen 64
Sportfotografie 237
Sport-Mindmap 239
Stadion 162
Standort 172
Standpunkt 173
starke Emotionen 127
Steak 153
Stellschrauben 49
Stereotypen 127
Stille Post 171
Stillstand 238
Stop-Motion 172
Striptease-Prinzip 109
Symbole 127
Synästhesie 25
Synektik
Mindmap 182
und Mindmap 75
visuelle 89
visuelle Siehe Visuelle Synektik

T
Tabu 127
Tageszeit 170
Technik
classische 174
kombinieren 174
Teiltransparent 164
Tiefe 164
Tod 127
To-do-Liste
Informationsquellen 33
Trauer 127
Typografie 168

U
Überinszenierung 115
Überraschung 127
Übertreiben 147
Überuntreiben 147
Umdrehen 181
Umfeld 191
anpassen 133
umgekehrte Ersetzen-Technik 121
Umkehren 103, 197
Umkehrmethode 46
Unkreatives Bild 161
Untertreiben 147
Unvertrautheit 220
V
Verachtung 127
verformen 139
Verstecken 173
visuelle Ablenkmanöver 109
Visuelle Synektik 89
Spielregeln 89

W
Wahrnehmungsmuster 103
Weiche
 erzählerische 173
Wut 127

Z
Zeit 170
Zeit und Bewegung 227
Zeitdruck 56
Zeitlicher Abstand 172
Zeitpunkt
 richtiger 167
Zerlegen 133, 139
zerstören 139
Zombie 127
Zoomfahrt 172
Zufallstechnik Siehe Visuelle Synektik
Zusammenarbeit 179

Zusammensetzen 139
Zuversicht
 kreative 56
Zwicky-Box Siehe Morphologische Matrix
Zyklus 172