

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Schweizer Schule**

Band (Jahr): **71 (1984)**

Heft 5

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

wenig Angst entsteht. Wo Angst vorliegt, ist die zwischenmenschliche Interaktion so zu gestalten, dass man seine Angst ausdrücken, darüber reden darf.

In jedem kreativen Verhalten steckt ein Stück Risiko, weil es sich nicht um nachprüfbare, eindeutig mess- und bewertbare Prozesse handelt. Die Angst vor dem Risiko kann die Kreativität behindern. Daher gehört es zur Führungsaufgabe, zu kreativem Verhalten aufzumuntern. Wagenschein behauptet: «Man ist so klug, wie es einem zugemutet wird.» Dieser Satz ist auf die Problematik der Kreativität transferierbar: «Ein Mitarbeiter oder ein Team ist so kreativ, wie es ihm vom Vorgesetzten zugemutet wird.»

Ausblick

Wir haben einige Einsichten der Kreativitätspsychologie dargestellt und versucht, einige führungspsychologische Konsequenzen abzuleiten. Die Umsetzung dieser Erkenntnisse in das konkrete Führungsverhalten ist ein dauernder Auftrag jedes Vorgesetzten. Ob Kreativität ein Schlagwort bleibt oder zu einem wirksamen Prozess wird, hängt von der Einstellung und vom Führungsverhalten des Vorgesetzten ab. Dabei ist nicht zu vergessen, dass die Kreativität bis zu einem gewissen Grad lern- und damit lehrbar ist. Die Möglichkeit, auch am Arbeitsplatz kreativ sein zu dürfen, ist ein Teil der beruflichen Ich-Identität und damit der Berufszufriedenheit.

Weil Hochsprungmatten, die im Freien bleiben, immer wieder beschädigt werden,

haben wir die

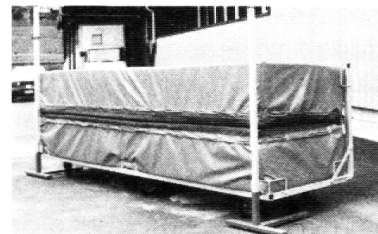
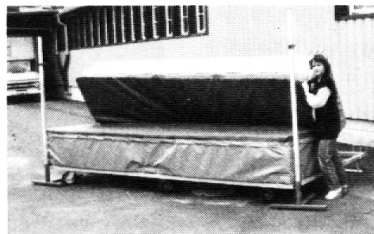
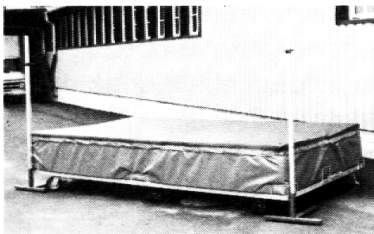
HOCO-MOBIL

Pat. angemeldet

**Welt-
neuheit!**

(durch Vandalen, Missbrauch, Gedankenlosigkeit, Witterung usw. = Schnitte, Brand, Zigarettenlöcher, Spikeslöcher usw.!)

entwickelt! Sie bedeutet die genialste Lösung dieses alten Problems! Zusammenklappen und wegfahren, an einen geschützten Ort! So einfach geht das! Sie ist



sehr praktisch, in Sekunden bereit! Holzrost usw. sind überflüssig. Sie können Hochsprung machen, wann und wo Sie nur wollen! Nachher einfach zusammenklappen und wegfahren! (An einen geschützten Ort, dem Zugriff von Vandalen entzogen.) Robustes Metallfahrwerk, solideste Klappkonstruktion, deshalb günstiger Unterhalt.

HOCO-Sprungmatten sind immer eine Nasenlänge voraus

denn auch unsere «normalen» Hochsprungmatten «Doublonne» und «Pop» sind **absolute Spitzenprodukte** und bieten für einen günstigen Preis weit mehr als üblich.

HOCO-Schaumstoffe, Ementalstr. 77, CH-3510 Konolfingen BE, Tel. 031 - 99 23 23