

Oliver Mauroner

Kreativitäts- und Innovationsmanagement

Von der kreativen Idee zur Innovation

Verlag W. Kohlhammer

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
»Be Creative!«: Kreativität als ökonomischer Imperativ	11
1 Einführung zu Kreativität im Unternehmenskontext	13
1.1 Kreativität als Anforderung und Ressource	13
1.2 Kreativität als Wettbewerbsfaktor	14
1.3 Kreativität als Prozess	15
1.4 Kreativität als Gegenstand von Management	16
1.5 Literatur zu Kapitel 1	17
2 Grundbegriffe der Kreativität	18
2.1 Kreativität – Begriffe, Definitionen, Formen und Dimensionen	18
2.2 Imagination, Idee, Invention, Innovation	22
2.3 Komponenten und Prinzipien der Kreativität	28
2.4 Kreative Spannungsfelder	32
2.5 Prozessmodell der Kreativität	41
2.6 Literatur zu Kapitel 2	51
3 Kreativität und Mensch	54
3.1 Kreative Persönlichkeit und persönliche Kreativität	55
3.2 Kreativität und Intelligenz	59
3.3 Widersprüchlichkeit der kreativen Persönlichkeit	61
3.4 Kreative Denkstile: Konvergentes und divergentes Denken ...	66
3.5 T-Shaped People	71
3.6 Kreativität im Fokus der Neurowissenschaften	75
3.7 Messbarkeit von Kreativität	79
3.8 Literatur zu Kapitel 3	86
4 Kreativität und Arbeit	89
4.1 Merkmale der Arbeit und deren Wirkung auf die Kreativität	90
4.2 Stressoren und Kreativität	95
4.3 Arbeitszufriedenheit, Flow und Kreativität	99
4.4 Prototyping und Kreativität	105
4.5 Literatur zu Kapitel 4	112

5	Kreativität und Raum	116
5.1	Physische und soziale Räume für Kreativität	117
5.2	Bedeutung von Räumen im kreativen Prozess	119
5.3	Gestaltung von Kreativräumen	124
5.4	Kreativität im virtuellen Raum	134
5.5	Gegensätze der Gestaltung kreativer Arbeitswelten	138
5.6	Implikationen für die Gestaltung kreativitätsfördernder Arbeitsplätze	140
5.7	Literatur zu Kapitel 5	142
6	Kreativität und Organisation	145
6.1	Kreativitäts- und innovationsfördernde Organisations- strukturen	147
6.2	Kreativitäts- und innovationsfördernde Organisationskultur	152
6.3	Kreativitäts- und innovationsfördernde Führung	157
6.4	Kreative Teams	161
6.5	Faktoren der organisationalen Kreativität	170
6.6	Literatur zu Kapitel 6	173
7	Kreativität und Innovation	176
7.1	Strategisches Kreativitäts- und Innovationsmanagement	177
7.2	Der Kreativitäts- und Innovationsprozess in Unternehmen ...	185
7.3	Kreativität in der Frühphase eines Innovationsprozesses	190
7.4	Offenheit von Kreativitäts- und Innovationsprozessen	196
7.5	Implikationen für das Kreativitäts- und Innovations- management	207
7.6	Literatur zu Kapitel 7	211
	»Go Beyond!«: Kreativität im Wandel	215
8	Kreativität und Design	217
8.1	Design als kreativer Werttreiber	218
8.2	Grundprinzipien von Design Thinking	220
8.3	Design Thinking-Prozess	224
8.4	Implikationen für die Nutzung von Design Thinking	231
8.5	Literatur zu Kapitel 8	232
9	Kreativität und künstliche Intelligenz	234
9.1	Künstliche Intelligenz, künstliche Kreativität und deren Grenzen	235
9.2	Anwendungen künstlicher Kreativität	240
9.3	Implikationen für den Einsatz von künstlicher Kreativität ...	246
9.4	Literatur zu Kapitel 9	249

10	Kreativität und Krise	251
10.1	Begriff, Eigenschaften und Wirkung von Krisen	252
10.2	Kreativität im Krisenprozess	255
10.3	Krisenfestigkeit und Kreativität	261
10.4	Implikationen für den kreativen Umgang mit Krisen	266
10.5	Literatur zu Kapitel 10	269