

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>5</b>
<b>»Be Creative!«: Kreativität als ökonomischer Imperativ</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Einführung zu Kreativität im Unternehmenskontext</b> .....	<b>13</b>
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
<b>2 Grundbegriffe der Kreativität</b> .....	<b>18</b>
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
<b>3 Kreativität und Mensch</b> .....	<b>54</b>
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
<b>4 Kreativität und Arbeit</b> .....	<b>89</b>
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

<b>5</b>	<b>Kreativität und Raum</b> .....	<b>116</b>
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
<b>6</b>	<b>Kreativität und Organisation</b> .....	<b>145</b>
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
<b>7</b>	<b>Kreativität und Innovation</b> .....	<b>176</b>
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
	<b>»Go Beyond!«: Kreativität im Wandel</b> .....	<b>215</b>
<b>8</b>	<b>Kreativität und Design</b> .....	<b>217</b>
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
<b>9</b>	<b>Kreativität und künstliche Intelligenz</b> .....	<b>234</b>
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

<b>10</b>	<b>Kreativität und Krise .....</b>	<b>251</b>
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