

Kreativität und Innovation im Unternehmen

Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen

Bearbeitet von
Prof. Dr. Alexander Brem, Stefanie Brem

1. Auflage 2014. Buch. X, 187 S. Gebunden
ISBN 978 3 7910 3230 6
Format (B x L): 17 x 24 cm

Wirtschaft > Betriebswirtschaft > Management, Consulting, Planung, Organisation,
Steuern

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

SCHÄFFER
POESCHEL

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
1 Innovation und Kreativität	1
1.1 Innovation	1
1.1.1 Begriffsbestimmung	1
1.1.2 Innovationsimpulse	6
1.2 Kreativität	8
1.2.1 Begriffsbestimmung	8
1.2.2 Funktionsweise	11
1.2.3 Der kreative Prozess	17
2 Wissenswertes zu Kreativitätstechniken	23
2.1 Funktionsweise	23
2.2 Systematisierung	27
2.3 Kombinationsmöglichkeiten	31
2.4 Tabellarischer Überblick	33
2.5 Darstellung in diesem Buch	38
3 Intuitiv-kreative Techniken	41
3.1 Brainstorming	41
3.1.1 Regeln	41
3.1.2 Ablauf	43
3.1.3 Bewertung	44
3.1.4 Variationen von Brainstorming	46
3.1.4.1 Buzz-Sitzung	46
3.1.4.2 Kopfstandmethode	48
3.1.4.3 Schwachstellen-Brainstorming	49
3.1.4.4 Situatives Brainstorming	50
3.1.4.5 Weitere Brainstorming-Methoden	55
3.2 Brainwriting	56
3.2.1 Kärtchentechnik	57
3.2.2 Methode 635	59
3.2.3 Brainwriting-Pool	62
3.2.4 Kollektives Notizbuch	63
3.2.5 Exkursionstechnik	64
3.2.6 SIL-Methode	66
3.2.7 Weitere Brainwriting-Techniken im Überblick	67
3.2.7.1 »Bildmappen-Brainwriting«	67
3.2.7.2 »Galeriemethode«	68
3.2.7.3 »PO-Methode«	68
3.2.7.4 »Trigger-Technik«	69
3.3 Techniken der intuitiven Konfrontation	70

3.3.1	Reizwortanalyse	70
3.3.2	Visuelle Synektik	74
3.3.3	Klassische Synektik	76
3.3.4	Semantische Intuition	81
3.3.5	TILMAG-Methode	83
3.3.6	Weitere Techniken der semantischen Intuition	86
3.4	Techniken der strukturierten Assoziation	88
3.4.1	»6-Hüte-Methode«	88
3.4.2	Walt-Disney-Methode	92
3.4.3	Superheldmethode	93
4	Systematisch-analytische Techniken	97
4.1	Morphologische Methoden	97
4.1.1	Morphologischer Kasten	98
4.1.2	Morphologische Matrix	101
4.1.3	Sequenzielle Morphologie	103
4.1.4	Attribute Listing	106
4.1.5	Hypothesenmatrix	108
4.2	Fragetechniken	109
4.2.1	Osborne-Checkliste	109
4.2.2	Delphi-Methode	111
4.2.3	Progressive Abstraktion	113
4.3	Visualisierungstechniken	115
4.3.1	Mind-Mapping	115
4.3.2	Problemlösungsbaum	117
4.3.3	Lotusblüten-Technik	118
4.3.4	KJ-Methode	119
5	Kreativitätsworkshops	121
5.1	Planung von Kreativitätsworkshops	121
5.1.1	Typischer Phasenverlauf	121
5.1.2	Ideale Kreativworkshop-Muster	125
5.1.3	Workshop-Regeln	128
5.1.4	Themenfestlegung durch Suchfeldanalysen	135
5.1.5	Moderation	139
5.1.5.1	Merkmale und Anforderungen	140
5.2	Durchführung von Kreativworkshops	144
5.2.1	Vorbereitende Maßnahmen	144
5.2.1.1	Fragestellung, Agenda und Einladung	144
5.2.1.2	Dauer und Teilnehmer	145
5.2.1.3	Räumlichkeiten und Umgebung	148
5.2.1.4	Aufwärmphase und Einstieg, insbesondere Vorabendevent	149
5.2.1.5	Vorabendevent	151
5.2.1.6	Ideenerfassung, -bewertung und -auswahl	153
5.2.2	Vorgehensweisen während des Workshops	158

5.2.2.1	Erwartungshaltung abfragen	158
5.2.2.2	Workshop-Stimmung steuern	158
5.2.2.3	Ideen ausarbeiten lassen	159
5.2.2.4	Ressourcen bereithalten	160
5.2.2.5	Ideenschutz	160
5.2.2.6	Moderationsaufgaben	162
5.2.3	Workshop-Nachbereitung	165
5.2.3.1	Feedback einholen	165
5.2.3.2	Dokumentation sicherstellen	165
5.2.3.3	Ideennachverfolgung sicherstellen	166
5.3	Typisches Handwerkszeug	167
5.3.1	Alphabetische Auflistung	167
5.3.2	Thematische Auflistung	168
6	Workshop-Beispiele	171
6.1	Kindergeburtstag	171
6.2	Kennenlertage für Auszubildende	172
6.3	Neues Versicherungsprodukt	174
6.4	Marketingkampagne für Kommunalwahl	176
6.5	Schreibgeräte im Jahr 2025	178
	Literaturverzeichnis	181
	Stichwortverzeichnis	185