

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Motivation.....	1
1.2	Stand und Entwicklungstendenzen der Kreativitätsforschung.....	3
1.2.1	Stand der Forschung.....	3
1.2.2	Handlungsbedarf und Entwicklungstendenzen.....	5
1.3	Zielsetzung und wissenschaftlicher Beitrag.....	7
1.4	Empirie und Aufbau.....	8
2	Kreativität	13
2.1	Definitionen von Kreativität.....	13
2.2	Kreativitätsausmaß.....	17
2.3	Kreativität und Intelligenz.....	19
2.4	Kreativität und Weisheit.....	20
2.5	Bedeutung der verschiedenen Bewusstseinssebenen für Kreativität.....	21
2.6	Inkubation.....	23
2.7	Kreatives Denken.....	27
2.7.1	Modelle des kreativen Denkens.....	27
2.7.1.1	Denkmodell von Koestler: Bisoziationsprozesse.....	27
2.7.1.2	Denkmodell von de Bono: Das Zusammenspiel von vertikalem und lateralem Denken.....	28
2.7.1.3	Denkmodell von Getzels/Jackson/Hudson: Das Zusammenspiel von konvergentem und divergentem Denken.....	32
2.7.2	Implikationen der Denkmodelle für das kreative Denken.....	34
2.7.3	Kreativität aus systemischer Perspektive.....	37
3	Gezielter Umgang mit Kreativität	39
3.1	Kreativitätshemmende Faktoren.....	39
3.2	Ausgewählte Modelle des kreativen Problemlösens.....	44
3.2.1	Der kreative Prozess nach Wallas.....	45
3.2.2	Das Systemmodell individueller Kreativität nach Csikszentmihalyi.....	47
3.2.3	Kreativität in Organisationen nach Ford/Gioia.....	49
3.3	Notwendigkeit eines systemischen Kreativitätsmanagementmodells.....	51
3.3.1	Kreativität in einer sich dynamisch ändernden Umwelt.....	52
3.3.2	Zwischen Chaos und Struktur.....	54
3.3.3	Zwischen inkrementellen und radikalen Innovationen.....	56
3.4	Anforderungen an ein systemisches Kreativitätsmanagementmodell.....	58

3.5	Thematische Einordnung und Abgrenzungen	61
3.5.1	Kreativitätsmanagement und Ideenmanagement	61
3.5.2	Kreativitätsmanagement und Wissensmanagement	62
3.5.3	Kreativitätsmanagement und Innovationsmanagement	62
4	Das Planetenmodell der kollaborativen Kreativität	65
4.1	Aufbau und Funktionsweise des Planetenmodells	67
4.2	Das Problemlösungsraumschiff „Creare“	72
4.2.1	Individuelles kreatives Leistungsvermögen	73
4.2.1.1	Kontext (Domäne)	75
4.2.1.2	Denk- und Verhaltensmuster	76
4.2.1.3	Motivation	79
4.2.1.4	Aufmerksamkeit	80
4.2.1.5	Wissen	83
4.2.1.6	Fertigkeiten	85
4.2.1.7	Emotionale Verfassung	86
4.2.1.8	Arbeitsumfeld des Individuums	86
4.2.2	Kollaboratives kreatives Leistungsvermögen	88
4.2.2.1	Individuelles kreatives Leistungsvermögen	90
4.2.2.2	Zusammensetzung	90
4.2.2.3	Ziele	92
4.2.2.4	Kompetenzen	92
4.2.2.4.1	Aktionsbereiche	97
4.2.2.4.2	Kompetenzausstattung	98
4.2.2.5	Produktivität	99
4.2.2.6	Kommunikation	100
4.2.2.7	Arbeitsumfeld für die Zusammenarbeit	101
4.2.3	Spezifische Formen kollaborativer Kreativität	103
4.2.3.1	Organisationale Kreativität	103
4.2.3.2	Offene Kreativität	104
4.3	Die Sonne als „Kreative Leistung“	105
4.3.1	Einordnung der kreativen Leistung im Planetenmodell der kollaborativen Kreativität	106
4.3.2	Ausprägungen der kreativen Leistung	108
4.3.3	Indikatoren der kreativen Leistung	110
4.3.3.1	Originalität	110
4.3.3.2	Adäquanz	111
4.3.3.3	Ästhetik	111

4.4	Planet „Stakeholder Management“	112
4.4.1	Einordnung des Planeten „Stakeholder Management“ im Planetenmodell der kollaborativen Kreativität	114
4.4.2	Prozess des Stakeholder Managements	114
4.5	Planet „Problemfindung“	117
4.5.1	Einordnung des Planeten „Problemfindung“ im Planetenmodell der kollaborativen Kreativität	118
4.5.2	Prozess der Problemfindung.....	119
4.5.2.1	Mond „Problemwahrnehmung“	119
4.5.2.2	Mond „Problemkonstruktion“	120
4.5.2.3	Mond „Problemanalyse“	121
4.5.2.4	Mond „Problemklassifikation“	121
4.5.2.4.1	Unterteilung nach Komplexitätsgrad.....	122
4.5.2.4.2	Unterteilung nach Ursprung	125
4.5.2.4.3	Unterteilung nach Strukturiertheit	126
4.5.2.4.4	Unterteilung nach Inhalt	127
4.5.2.4.5	Problemmatrix	128
4.6	Planet „Zielbildung“	130
4.6.1	Einordnung des Planeten Zielbildung im Planetenmodell der kollaborativen Kreativität.....	130
4.6.2	Prozess der Zielbildung	131
4.6.2.1	Mond „Zielwahrnehmung“	131
4.6.2.2	Mond „Zielkonstruktion“	132
4.6.2.3	Mond „Zieladäquanz“	136
4.6.2.4	Mond „Zielklassifikation“	137
4.7	Planet „Alternativengenerierung“	140
4.7.1	Einordnung des Planeten Alternativengenerierung im Planetenmodell der kollaborativen Kreativität	140
4.7.2	Prozess der Alternativengenerierung.....	141
4.7.2.1	Mond „Sekundäranalyse“	141
4.7.2.2	Mond „Ideengenerierung“	142
4.7.2.3	Mond „Ideenclusterung“	143
4.7.2.4	Mond „Ideenrelevanz“	144
4.8	Kosmischer Ring „Kreativitätsklima“	146
4.8.1	Einordnung des kosmischen Rings „Kreativitätsklima“ im Planetenmodell der kollaborativen Kreativität	148

4.8.2	Kreativitätsbestimmende Arbeitsumfeldfaktoren.....	150
4.8.2.1	KEYS: Assessing the Climate for Creativity.....	151
4.8.2.2	SOQ: Situational Outlook Questionnaire.....	152
4.8.2.3	TKI: Teamklima Inventar.....	153
4.9	Das Logbuch des Raumschiffs „Creare“.....	154
5	Kreatives Problemlösen am Beispiel Industrial Design.....	157
5.1	Auswahl des Untersuchungsfelds.....	157
5.2	Charakterisierung von Industrial Design.....	158
5.2.1	Aufgabenbereich.....	161
5.2.2	Funktionalitäten.....	163
5.3	Industrial Design in Österreich: Eine geographische Zuordnung.....	165
5.4	Hintergrund der empirischen Untersuchung.....	166
5.5	Methodik der empirischen Untersuchung.....	166
5.6	Hypothesen.....	169
5.7	Bestandsaufnahme betriebswirtschaftlicher Eckdaten.....	172
5.7.1	Unternehmensalter.....	172
5.7.2	Gesamtmitarbeiterzahl.....	173
5.7.3	Umsatz.....	174
5.8	Explorative Bestandsaufnahme kreativitäts- und innovationsspezifischer Parameter.....	177
5.8.1	Kreativitätsklima: Kreativitätsförderliche Arbeitsumfeldgestaltung.....	177
5.8.1.1	Raumgestaltung.....	178
5.8.1.2	Arbeitsplatzgestaltung.....	179
5.8.1.3	Fehlerkultur.....	181
5.8.2	Arbeitsstil und -organisation als Indikatoren für die vorherrschenden Denkstile.....	182
5.8.3	Kompetenzen.....	186
5.8.4	Ideen- und Informationsquellen.....	187
5.8.4.1	Unternehmensinterne Ideen- und Informationsquellen.....	187
5.8.4.2	Unternehmensexterne Stakeholder als Ideen- und Informationsquellen.....	188
5.8.4.3	Bedeutung von Sekundärdaten.....	192
5.8.5	Problemlösungstechniken im kreativen Problemlösungsprozess.....	193
5.8.5.1	Strukturierungstechniken.....	193
5.8.5.2	Kreativitätstechniken im engeren Sinn.....	194
5.8.5.3	Szenarienbasierte Kreativitätstechniken.....	195
5.8.5.4	Meta- und Moderationstechniken.....	197
5.8.6	Weiterbildungsmaßnahmen.....	198

5.9	Erwartungshaltung der Industrie an die Industrial-Design-Branche.....	199
5.9.1	In Anspruch genommene Leistungen.....	200
5.9.2	Gewünschte Eigenschaften von Industrial-Design-Unternehmen.....	201
6	Resümee	203
	Literaturverzeichnis	207