

Werner Ulrich

Kreativitätsförderung in der Unternehmung

Ansatzpunkte eines Gesamtkonzepts

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inventar-Nr. :	75.400
Abstell-Nr. :	A.3.21347
Sachgebiete:	7.8
	00276160

Verlag Paul Haupt Bern und Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

(a) Zielsetzung und Anliegen der Arbeit	13
(b) Grundgedanke und Aufbau der Arbeit	14
1 Kreativität als intrapersonaler kognitiver Prozess	17
Zielsetzung des 1. Kapitels	17
11 Zur Entstehung der Kreativitätsforschung	18
12 Kreativität: Persönlichkeit, Problem, Prozess, Produkt	19
121 Das Produkt der Kreativität	19
122 Welche Probleme erfordern Kreativität?	21
123 Die Analyse der kreativen Persönlichkeit	24
124 Der kreative Prozess	28
125 Arbeitsdefinition der Kreativität	29
13 Das Phasenschema des kreativen Prozesses	30
131 Die Vorbereitungsphase	31
132 Die Inkubationsphase	33
133 Die Inspirations- und Inventionsphase	34
134 Die Gestaltungsphase	34
Literaturhinweise zur Vertiefung des 1. Kapitels	35
2 Ansätze zur Förderung der individuellen Kreativität	37
Zielsetzung des 2. Kapitels	37
21 Prinzipielle Ansatzpunkte der Mitarbeiterförderung	38
211 Die Situationsgebundenheit der kreativen Leistung	38
211.1 Persönlichkeits- und Umweltvariable als Determinanten der individuellen betrieblichen Leistungssituation	38
211.2 Das soziale „Feld“ als Determinante der Leistungssituation	39
212 Ein einfaches Modell der individuellen betrieblichen Leistungssituation – prinzipielle und praktische Ansatzpunkte der Kreativitätsförderung	40

212.1	Das Modell	40
212.2	Der „Massnahmen-Mix“	44
213	Zur Frage der Zielgruppe der zu fördernden Mitarbeiter	45
22	<i>Beim Individuum ansetzende Förderungsmaßnahmen</i>	47
221	Schulung und Ausbildung	47
221.1	Begriffe	47
221.2	Schulung und Ausbildung als Instrument der Kreativitätsförderung	48
221.3	Vermittlung von fachlichem Wissen	49
221.4	Methodikinstruktion	51
221.5	Normative Persönlichkeitsausbildung	86
222	Aufgabenorientierte Motivation	88
222.1	Motive, Motivation und Kreativität	89
222.2	Leistungsmotivation aus der Aufgabe	96
23	<i>Beim sozialen Feld ansetzende Förderungsmaßnahmen</i>	111
231	Äussere Motivation und soziale Integration	111
231.1	Motivation aus der Beziehung zum Vorgesetzten	111
231.2	Motivation aus der Beziehung zu Mitarbeitern	111
232	Führung	114
232.1	Zum Begriff und Wesen der Führung	114
232.2	Führung und Kreativität	116
	Literaturhinweise zur Vertiefung des 2. Kapitels	124
3	Kreativität als interpersonalen Prozess	125
	Zielsetzung des 3. Kapitels	125
31	<i>Gruppendynamik und Gruppenkreativität</i>	126
311	Der Begriff der Gruppendynamik	126
312	Die Begriffe Gruppe, kleine Gruppe, Team	127
312.1	Die soziale Gruppe	127
312.2	Die kleine Gruppe	128
312.3	Das Team	128
313	Der Leistungsvorteil der Gruppe – zur Kritik der Gruppensituation für das kreative Denken	129
314	Positive gruppendynamische Effekte auf die Kreativität der Gruppenteilnehmer	131
314.1	Kognitive Effekte der Gruppensituation	131
314.2	Motivationale Effekte	132
314.3	Methodische Vorteile der Gruppensituation	133

32	<i>Das Team als organisatorische Problemlösungseinheit</i>	134
321	Organisatorische Vorteile der Teamarbeit	134
321.1	Kommunikative Vorteile	134
321.2	Das Team als Verantwortungseinheit	134
322	Problemlösungsteams in einer team- und aufgabenorientierten Organisationsstruktur	135
	Literaturhinweise zur Vertiefung des 3. Kapitels	135
4	Ansätze zur Förderung der Gruppenkreativität	137
	Zielsetzung des 4. Kapitels	137
41	<i>Beim sozialen Feld ansetzende Förderungsmaßnahmen</i>	138
411	Hindernisse der Gruppenkreativität in der Praxis	138
412	Gruppendynamische Methoden des kreativen Denkens	140
412.1	Brainstorming	140
412.2	Inverses Brainstorming	143
412.3	Die Little-Technik	143
412.4	Synektik	144
412.5	Weitere Gruppentechniken: Methoden des Brainwriting	150
412.6	Vergleichende Gegenüberstellung heuristischer Verfahren	151
413	Gruppenpädagogisches Training für Gruppenleiter	151
414	Gruppendynamisches Verhaltenstraining	153
414.1	Ziele des gruppendynamischen Verhaltenstrainings	153
414.2	Formen des Gruppentrainings	154
415	Gruppenintegration, Gruppenführung und Gruppenmotivation	160
415.1	Zusammenhänge	160
415.2	Die soziale Integration des einzelnen in die Gruppe	161
415.3	Die Führung und Motivation der Gruppe	163
42	<i>Bei der formellen Rahmenordnung ansetzende Förderungsmaßnahmen</i>	166
421	Das Konzept einer team- und aufgabenorientierten Organisationsstruktur	167
421.1	Grundgedanken	167
421.2	Gestaltungsmöglichkeiten einer team- und aufgabenorientierten Organisationsstruktur	168
422	Organizational Development (Organisationsentwicklung)	173
	Literaturhinweise zur Vertiefung des 4. Kapitels	177

Zusammenfassende Thesen	179
Literaturverzeichnis	183
Anmerkungen	197