

# Modelle Des Ideenmanagements Intuition Und Kreati

Getting the books **Modelle Des Ideenmanagements Intuition Und Kreati** now is not type of challenging means. You could not by yourself going subsequent to ebook collection or library or borrowing from your friends to admittance them. This is an agreed simple means to specifically get lead by on-line. This online message Modelle Des Ideenmanagements Intuition Und Kreati can be one of the options to accompany you in imitation of having additional time.

It will not waste your time. agree to me, the e-book will very reveal you other matter to read. Just invest tiny get older to open this on-line message **Modelle Des Ideenmanagements Intuition Und Kreati** as capably as evaluation them wherever you are now.

*Das Ideenmanagement als Geschäftsmodell* - Finn Reiche 2022-01-03

Das Ideenmanagement ist ein ganzheitlicher Ansatz für Firmen, die Ideen und Verbesserungsvorschläge ihrer Mitarbeitenden als Potenzial zu Innovation und Verbesserung zu nutzen. Hierbei sind Faktoren wie die richtige Ausgestaltung des Ideenmanagements als auf die Mitarbeitenden ausgerichtetes Ideenmanagement-System ebenso wichtig wie die Kundenzentrierung, um ein "lebendes System" mit ausreichend Ideen und Verbesserungsvorschlägen zu kreieren. Das Ideenmanagement wird dabei meist prozessual betrachtet. Im vorliegenden Beitrag wird es als zu anderen bestehenden Konzepten wie dem Kontinuierlichen Verbesserungsprozess oder dem Innovationsmanagement abgegrenzt, als Geschäftsmodell untersucht sowie die Erfolgsfaktoren herausgearbeitet. Es wird eine Nutzer- und Kundenzentrierung vorgeschlagen sowie Ergebnisse einer breiten Umfrage bezüglich der Erfolgsfaktoren präsentiert als auch eine Herangehensweise für die Etablierung des Ideenmanagements als Geschäftsmodell vorgeschlagen.

*Erfolgsfaktor Ideenmanagement* - 2003

Die grundlegend überarbeitete 4. Auflage dieses Praktikerwerkes behandelt alle wichtigen Fragen des modernen Ideenmanagements bzw.

Vorschlagswesens. Schwerpunkte sind u.a. die Themenbereiche Ideenmanagement und seine Einbettung in die Managementstrategien, Marketing, Knowledge Management sowie das Ideenmanagement aus der Sicht von Klein- und Mittelbetrieben.

*Intuition und Innovationen* - Thomas Hauser 2013-11-21

Bei Entscheidungen über die erstmalige wirtschaftliche Anwendung von Erfindungen, also vor dem Übergang aus der Inventionsphase in die Innovationsphase technischer Fortschritte, setzt das dafür verantwortliche Management sein gesamtes techno-ökonomisches Fachwissen ein. Aber das allein genügt offenbar nicht, denn erfolgreiche Unternehmer und Führungskräfte sagen immer wieder selbst, daß sie die Erfolgsaussichten von Erfindungen weitgehend intuitiv beurteilen und dabei - wie inzwischen erwiesen - das richtige Gespür für den ökonomischen Nutzen von technischen Neuerungen oder ganz einfach Glück gehabt haben. Daß solche im Einzelfall sicher richtigen Aussagen die rationale Forschung mit dem Ziel einer allgemeinen Theorie des Technischen Fortschritts nicht befriedigen können, versteht sich. Die Intuition bei Innovationsentscheidungen wird somit zwangsläufig selbst zum Objekt neugierigen Interesses der empirischen Forschung über die

Forschung (Research on Research and Development), an der das Industrieseminar der Universität Mannheim (ISM) und die Deutsche Aktionsgemeinschaft Bildung-Erfindung-Innovation gleichermaßen beteiligt sind. Mannheim und Bonn Gert von Kortzfleisch Direktor des ISM Präsident der DABE V Vorwort In Ländern mit einem hohen technischen Niveau ist die Innovationskraft der Unternehmen ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor. Neben kreativen und gut ausgebildeten Mitarbeitern erfordern erfolgreiche Innovationen ein fähiges Management. In 21 Unternehmen wurden 31 Führungskräfte befragt, die für Innovationen verantwortlich sind, wie sie Innovationsentscheidungen treffen. Die angesprochenen Manager sehen als zentrale Anwendungsbereiche ihrer Intuition vor allem grundlegende Entscheidungen, die eine Fülle von Unwägbarkeiten enthalten.

*Intrinsisch motivierte Mitarbeiter als Erfolgsfaktor für das Ideenmanagement: Eine empirische Untersuchung* - Martina Sümning 2015-11-17

Die Begriffe „Leistung“ und „Innovation“ stellen zwei wichtige Aspekte für Unternehmen dar. Zugleich stellen sie Führungskräfte vor eine bedeutende Aufgabe. Um wettbewerbsfähig und erfolgreich zu werden, bzw. zu bleiben, müssen Leistungen des Betriebes und des einzelnen Mitarbeiters, sowie Innovationen bezüglich der Produkte und Dienstleistungen, wie auch der Prozesse, sichergestellt sein und gefördert werden. Die durchgeführte empirische Untersuchung innerhalb dieses Buches soll klären, ob eine positive Korrelation zwischen einer hohen intrinsischen Motivation von Mitarbeitern (Leistung) und dem Erfolg des Ideenmanagements im Unternehmen (Innovation) besteht. Dieser Studie werden theoretische Grundlagen zum Ideenmanagement und zur Motivation, sowie Möglichkeiten zur Förderung dieser vorangestellt. Ebenso wird auf die genutzten statistischen Analysemethoden innerhalb der empirischen Untersuchung detailliert eingegangen. Dieses Buch kann in der Praxis als Leitfaden dienen, um die intrinsische Motivation von Mitarbeitern zu

steigern und das Ideenmanagement im Unternehmen zu verbessern. Zudem können Implikationen für die weitere Forschung entnommen werden.

**Entscheidungsfindung und Intuition. Intuitionsgestütztes Entscheiden in Zeiten steigender Komplexität (empirische Studie)** - Tobias Reuter 2007

Diplomarbeit aus dem Jahr 2003 im Fachbereich BWL -

Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,3, Universität Augsburg (Wiwi), Sprache: Deutsch, Abstract: Bei dieser Arbeit handelt es sich um eine quantitative empirische Untersuchung. Hierzu haben wir auf Basis bestehender Theorien aus den Bereichen der Intuitions- und Entscheidungsforschung, sowie den Bereich des komplexen Problemlösens ein Instrument entwickelt. Im Speziellen fließen hier die unterschiedlichen Stile intuitiv handelnder und nicht-intuitiv handelnder Menschen mit ein. Grundsätzlich werden in dieser Arbeit Intuition und Rationalität nicht auf einer Dimension angesiedelt, also nicht als gegensätzlich begriffen, sondern es wird davon ausgegangen, dass Intuition und Rationalität auch gemeinsam auftreten können, in vielen Fällen sogar Hand in Hand gehen. Die Arbeit beginnt mit einer theoretischen Untersuchung. Hierbei wird das Konstrukt der Intuition aus unterschiedlichen Perspektiven bzw. Fachbereichen betrachtet und auch die (historische) Ideengeschichte beschrieben. Es werden bisherige Ansätze zu diesem Thema in Philosophie, Esoterik und Religion beleuchtet, um einen Überblick zu gewinnen. Den Kern der theoretischen Untersuchung bilden Konzepte aus der Psychologie, z.B. die von Jung beschriebenen Eigenschaften verschiedener Persönlichkeiten. Ebenso einen wichtigen Teil stellen Erkenntnisse aus der kognitiven Psychologie dar. Hierbei liegt ein Schwerpunkt bei den bisher bekannten Heuristiken und kognitiven Verzerrungen. Zusätzlich wird Intuition aus neurowissenschaftlicher Perspektive (Hirnforschung, enterisches Nervensystem) betrachtet. Bei der empirischen Erhebung wurden Entscheidungsträger aus unterschiedlichen Unternehmen befragt.

## **Die Logik des Genialen** - 2013-03-09

"Es ist sonderbar, daß nur außerordentliche Menschen die Entdeckungen machen, die hemach so leicht und simpel scheinen. Dieses setzt voraus, daß die simpelsten, aber wahren Verhältnisse der Dinge zu bemerken, sehr tiefe Kenntnisse nötig sind." Georg Christoph Lichtenberg Dieses Zitat setzte bei mir dieses Buch in Gang. Ich weiß nicht, was es war, was mich bewegte - aber die Worte lieben mich nicht wieder los. Ich mußte mehr darüber in Erfahrung bringen durch Interviews, Bücher, Aufsätze und Gespräche. Daher erscheint der Titel dieses Buches auch nicht auf den ersten Blick mit Management verwandt zu sein -allerdings auf den zweiten Blick um so mehr. Da ist der Prozeß, der sich immer wieder und überall wiederholt: Loslassen - eine neue Idee - kreatives Umsetzen - Intuition - Vision einerseits und Intelligenz, Begabung und Training andererseits. Warum ist das so? Weil Leben insgesamt Management ist. Da sind verschiedene Zielsetzungen, von uns selbst oder der Umwelt vorgegeben, und es gibt hierfür verschiedene Strategien zum Erreichen dieser Ziele, die da sein könnten: überleben geistiger Vorsprung vor anderen Selbstbestätigung Spaß haben Selbstentfaltung und vieles mehr. Das untergeordnete Ziel ist hierbei immer größtmögliche Effizienz und Nähe zur Sache selbst. "Das Vordringen zum Kernpunkt", die Identifikation mit dem Problem und die "eleganteste Lösung" sollen auf dem kürzesten Weg erfolgen, intuitiv richtig Schritt vor Schritt setzend - gleichsam einer inneren Logik folgend.

## **Das Ideenmanagement als Geschäftsmodell** - Finn Robert Nestor Reiche 2020

### A Brilliant Idea Every 60 Seconds - Michael Kryton 2015-09-22

A Brilliant Idea Every 60 Seconds introduces a tested ideation and creative thinking methodology developed over the author's 36-year career as a creative communications professional and ideation expert. This methodology and the associated tools are being applied in personal lives and professional

careers, helping people connect to their individual ways of operating creatively. This how-to book on ideation focuses an individual's creative lens and makes the process of generating ideas highly tangible. It is not simply about techniques; it is also about understanding a context of personal, individual creativity that allows individuals to more fully understand and embrace the Brilliant ideation techniques. Most importantly it is about speed: generating ideas - right now! The book is comprised of three components: Examining individual creativity: understanding the nature of your individual creative process; exploring how you think and operate creatively; understanding how others think and operate creatively; and maximizing the way groups, teams, and think tanks work together creatively and reach their creative potential. The ideation toolkit: understanding the nine inherent values (idea triggers) and how they work to generate idea strings and actionable ideas and the matrix of these inherent values, which makes the creative process and ideation tangible. Case studies: examining over 30 case studies ranging from advertising campaigns and live events to problem-solving situations and innovative product development.

## **Toolbox Ideenmanagement** - Hartmut Neckel 2018-01-25

Die Erfahrung und das Know-how ihrer Mitarbeiter sind für alle Unternehmen unverzichtbar. Es lohnt sich also, Ideen und Verbesserungsvorschläge aufzugreifen und zu nutzen. Wie lassen sich Verbesserungspotenziale identifizieren, bewerten und in die Praxis umsetzen? Welches sind die Erfolgsfaktoren für ein wirksames Ideenmanagement? Wie wird es organisiert und gesteuert? Wie lassen sich Mitarbeiter motivieren, aktiv Verbesserungsmöglichkeiten zu suchen und mitzugestalten? Der Leitfaden beschreibt ein einfaches Vierphasen-Modell für den Weg von der Entstehung einer Idee bis zum abschließenden Feedback. Für jede Phase werden eine Vielzahl von Praxistipps, Beispielen und Werkzeugen zur Verfügung gestellt.

### **Modelle des Ideenmanagements** - Hartmut Neckel 2004

Integratives Ideenmanagement offeriert erprobte Methoden und Instrumente, mit denen bislang ungenutzte Leistungsreserven mobilisiert werden können, um die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu steigern. Statt ein neues Erfolgsmodell als Standard oder Ideal vorzuschlagen, stellt Hartmut Neckel eine solide aufbereitete Erfahrungsbasis bereit, die es jedem Unternehmen ermöglicht, sein eigenes Ideenmanagement so zu entwickeln und zu optimieren, daß es an die vorhandene Struktur und Kultur anschlußfähig ist. Dabei können Unternehmen durchaus von den Erfahrungen anderer profitieren und müssen nicht in allem das Rad neu erfinden. Mit der Vorstellung von kooperativen Konzepten für Benchmarking und einem Mit-und-voneinander-Lernen im Ideenmanagement eröffnen sich insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen zukunftsweisende Wege für eine stärkere Ausschöpfung des Ideen- und Kreativitätspotentials ihrer Mitarbeiter.

### *Kiss your Ideas!* - Renate Söffing 2011

Ideenmanagement ist das erprobte Management-Instrument für Unternehmen und Organisationen, denen nicht nur Einsparungen am Herzen liegen, sondern auch die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter. Damit der Wunsch nach Mitarbeiterideen kein Lippenbekenntnis bleibt und damit wirklich keine Ideen verloren gehen, empfiehlt es sich, ein professionelles Ideenmanagement einzuführen. Welche Voraussetzungen dafür geschaffen werden müssen, welche Varianten es gibt, welche Stolperfallen beachtet werden sollten und wie Mitarbeiter dabei unterstützt werden können, Probleme zu erkennen und Ideen zu entwickeln, darüber informiert dieses Buch. Renate Söffing ist Gewinnerin des GABAL-Jubiläums-Wettbewerbs innovativste Autorin. Biographische Informationen: Renate Söffing ist Dipl. Ideenmanagerin und Chefredakteurin der Zeitschrift Ideenmanagement des

Deutschen Instituts für Betriebswirtschaft in Frankfurt am Main. Sie leitet die Firma TEXT & TRAINING + mit den Schwerpunkten Coaching und Karriereberatung, Visualisierung, Kommunikation, Demografie-Beratung. 2009 gewann sie im Rahmen des 20-jährigen GABAL-Jubiläums den Wettbewerb als innovativste Autorin."

### Ideenmanagement / Betriebliches Vorschlagswesen - Nadine Hürth 2008

Mit Hilfe des Ideenmanagements (IM) ist es möglich, das kreative Wissen der Mitarbeiter zu fordern, um auf diese Weise u.a. die betriebsinternen Abläufe zu optimieren, Kosten einzusparen oder die Qualität zu steigern. Ein wesentliches Element, um die Mitarbeiter zur Einreichung neuer Ideen anzuregen, ist das Anreizsystem. Dieses unterliegt jedoch häufig, wie die zur Teilnahme am IM berechtigten Personen, strengen Restriktionen, was den Erfolg eines IM maßgeblich beeinflusst. Die Autorin Nadine Hürth möchte dazu anregen, Schwachstellen in IM-Systemen zu erkennen und zu optimieren. Dabei weist sie insbesondere auf die Gestaltungsmöglichkeiten im Anreiz-/ Prämien-System hin. Zunächst stellt sie eine entwicklungsgeschichtliche Betrachtung des Vorschlagswesens an und gibt einen Überblick über die vorkommenden Modelle. Weiterhin findet eine Betrachtung des IM unter Berücksichtigung der betriebswirtschaftlichen Ziele eines Unternehmens statt. Schließlich stellt sie die Grundlagen eines Anreiz-/ Prämien-Systems dar und zeigt Möglichkeiten zur Optimierung. Das Buch richtet sich an Entscheidungsträger im IM/BVW, an Wirtschaftswissenschaftler, Manager, Unternehmen sowie am Thema Interessierte

### **Die Ideenmaschine** - Nadja Schnetzler 2005-11-11

Lassen sich Ideen industriell fertigen? Wie Schuhe oder Schokolade? Oder braucht man für Ideen unbedingt die Geistesblitze genialer, kreativer Denker? Nein, behauptet Nadja Schnetzler. In ihrer Schweizer Firma BrainStore werden Ideen gefertigt wie in einer Fabrik: auf Bestellung und

vom Fließband. Wie das möglich ist? Ganz einfach: mit der BrainStore-Ideenmaschine, einem Innovationsmodell, das nach ingenieurwissenschaftlichen Prinzipien funktioniert. Die Autorin erläutert, wie sich mit Hilfe dieses Modells Ideen systematisch und effizient produzieren lassen. Anhand zahlreicher Fallstudien aus ganz Europa sowie vieler Anekdoten erfährt der Leser, wie er die Tools der Ideenfabrik auch im eigenen Unternehmen erfolgreich einsetzen kann. Das Buch zeigt: Gute Ideen kann jeder entwickeln - er muss nur die richtige Methode kennen und über das geeignete Team verfügen!

### **Ideenmanagement Zur Ausschöpfung Des Unternehmensinternen**

**Ideenpotentials** - Florian Schneebauer 2017-11-02

Masterarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL - Personal und Organisation, Note: 1, Campus02 Fachhochschule der Wirtschaft Graz (Innovationsmanagement), Sprache: Deutsch, Abstract: Die zunehmende Bedeutung von Innovation für den Unternehmenserfolg im Kontext eines dynamischen Marktumfeldes stellt den Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit dar. Ideenmanagement, im Sinne der systematischen Förderung von Ideen der Mitarbeiter, schafft die Rahmenbedingungen um das Unternehmen mit einem kontinuierlichen Strom neuer Ideen zu versorgen und in weiterer Folge die Innovationskraft zu steigern. Jedoch wird die Ideenquelle Mitarbeiter in den meisten Unternehmen noch nicht genutzt. Daher behandelt diese Arbeit die wesentlichen Aspekte des Ideenmanagements mit Fokus auf die Ideenquelle Mitarbeiter. Neben einer theoretischen Aufarbeitung werden detaillierte Einblicke in die Entwicklung des Ideenmanagementprozesses des Unternehmens Salomon Automation gegeben. Dabei wird deutlich, dass der Erfolg des Ideenmanagements nicht nur von den eingesetzten Methoden und der Motivation der Mitarbeiter abhängt, sondern die Beachtung der im jeweiligen Unternehmen vorherrschenden spezifischen Rahmenbedingungen den wesentlichen

Erfolgsfaktor des Ideenmanagements darstellt.

**Intuitive and systematic creativity techniques** - Axel P. Ried 1980

**Ideenmanagement als Aspekt des organisationalen Lernens** - Alexandra Schulz 2013-05-26

Studienarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich Psychologie - Arbeit, Betrieb, Organisation und Wirtschaft, Note: 1.0, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Veranstaltung: Seminar Lernen und Arbeiten, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Grundlage organisatorischer Lernprozesse ist die Fähigkeit einer Organisation, als eigenständiges Kognitions- und Handlungssystem, organisationsspezifisches Wissen zu erwerben, es in einer transparenten Wissensbasis zu verankern sowie kontinuierlich neu zu organisieren. Dabei wird der organisatorische Lernprozess zwar von Individuen getragen und aufrechterhalten, findet jedoch nicht allein auf individueller, sondern ebenso auf der Ebene der gesamten Organisation statt. Das Ziel einer lernenden Organisation besteht darin das Lern- und Wissenspotenzial der gesamten Organisation dahingehend zu steigern, Problemlösungs- und Handlungskompetenzen kontinuierlich weiter zu entwickeln und zu verbessern und somit die Leistungsfähigkeit einer Organisation zu optimieren.

**Handout Ideas Management** - 2017

**Simply Brilliant** - Bernhard Schroeder 2016-10-25

Discover the powerful techniques that unlocks your creativity and spark new ideas, which will ultimately lead you to continuous business success. Do you label yourself as “just a numbers person”? Do you pigeonhole your capabilities to merely that of an analyst or other “non-artist”? Stop feeding yourself these lies and learn how even you can tap into the creative genius driving Silicon Valley’s success stories and begin brainstorming innovation solutions to your

company's challenges. Using his CreativityWorks framework, creativity and innovation expert Bernhard Schroeder explains how to break out of your self-imposed mental box, reignite natural curiosity, and move step by step through a set of exercises that help individuals and teams. In *Simply Brilliant*, you will learn how to: Fuel creativity through tight deadlines; Create more ideas in brainstorming sessions; Radically improve products; Find inspired solutions using tools such as IdeaGen, SCAMPER, Tempero, and the Phoenix List; Let go of the "I'm not creative" mindset; And open the door to imagination and limitless opportunity! Even a "numbers person" like you can capture markets with your company's next innovative idea.

**Wie Organisationen gut entscheiden** - Othmar Sutrich 2016-05-03

Wie können Sie innerhalb von Unternehmen zu besseren Entscheidungen gelangen? Wie lässt sich die Urteilsfähigkeit der Organisation stärken? Wann ist automatisiertes Entscheiden richtig, wann gilt es dagegen, in bewusstes Entscheiden zu investieren? Welche Modelle und Werkzeuge unterstützen Sie hierbei? Wie sind Entscheiden und organisationales Lernen verbunden? Dieses Grundlagenwerk stellt Ihnen das innovative Konzept des vernetzten Entscheidens vor. Praktisch und anwendungsorientiert führen die Autoren in den konkreten Einsatz von Modellen und Werkzeugen ein. Entdecken Sie eine neue, ganzheitliche Perspektive auf das Thema Entscheiden! Inhalte: - Mit professioneller Achtsamkeit die Entscheidungsfähigkeit Ihres Unternehmens stärken - Eine neue, moderne Praxis des Führens und Entscheidens etablieren - Als Führungskraft urteilsfähiger, sicherer und zufriedener werden Das Buch ist in Kooperation mit folgenden Co-Autoren entstanden: Ulrike Sutrich, Dr. Cornelia Strobel, Susanne Delius, Helmut Schöpf MAS, Claudia M. Fürst, Dr. Volker Steinhoff, Dirk A. Kochan.

**Chefsache Intuition** - Peter Simon Fenkart 2018-02-19

Das Buch aus der Chefsache-Reihe stellt die Intuition als wichtiges Erfolgskriterium für Entscheidungen und Zieldefinitionen in Unternehmen

in den Blickpunkt. Intuition ist die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte umfassend zu durchdringen, kritische Faktoren zu erkennen und gedankliche Grenzen zu überwinden. Der Verstand lässt sich durch Glaubenssätze und Neigungen fehlleiten und unterdrückt damit die intuitiven Fähigkeiten. Der Autor zeigt, dass das Trainieren der Intuition die Entscheidungskompetenz stärkt, die Kreativität und Lösungskompetenz fördert, sowie die Fähigkeit ausbaut, mit Menschen umzugehen.

**Vision & Strategy** - Doris Rothauer 2018-03-05

Creative and social entrepreneurs are at the forefront of building a new economy and shaping our future by being highly visionary and following their path persistently. Visions are the driving force for social innovation. But, without a strategy on how to achieve our vision, the vision stays a vision and consequently will have zero impact. Therefore, visions need strategies. Vice versa, strategies need to be based on visions in order to be powerful. Business development without following a visionary strategy leaves the future to chance. In times where complexity and the pace of change is constantly rising this does not work anymore. This book helps to understand the connection between strategy and vision, strategy and creativity. It follows an approach to strategy as a meaningful, playful, experimental and therefore creative way to design a sustainable and impactful future. Included are a selection of effective tools and methods on how to develop a strategic thinking.

**Die Strategie der schöpferischen Distanz** - 2013-04-09

Viele Führungskräfte und Mitarbeiter fragen sich immer häufiger: Warum läuft bei uns so viel nach dem Motto ‚business as usual‘? Warum schneide ich die alten Zöpfe nicht einfach ab? Warum kommen mir und meinen ‚Leuten‘ keine richtig guten Ideen mehr? Die Herausforderung ‚Zukunft‘ will jedoch gemeistert sein. Der Mut zu Neuem, Kreativität und Neugierde bilden dabei das Innovationspotential, das neues Wissen und neue Problemlösungen schafft - im Dienste des Fortschritts für die Menschen und die Welt, in der wir

leben. Doch was geschieht mit dem wertvollsten Innovationspotential, das Unternehmen und anderen Organisationsformen in Form von Mitarbeiterideen zur Verfügung steht? Auf den Punkt gebracht: Dieses Potential liegt weitestgehend brach. Gleichzeitig können wir beobachten, daß viel Geld, Zeit und Mühe darauf verwendet werden, eine starke Mitarbeiteridentifikation mit den Organisationen herzustellen und zu erhalten. Ist es diese starke Identifikation, die verantwortlich für die Verstopfung der Ideenquellen bei den Mitarbeitern ist? Oder sind Ideenschwäche und Identifikationspolitik lediglich eine zufällige Kombination? Ich werde zeigen, daß hier kein Zufall vorliegt, sondern daß die Anstrengungen des Personalmanagements, die heute überall nach der Devise laufen: „Je mehr Identifikation - desto besser“, tatsächlich die kreative Entfaltung der Mitarbeiter nicht nur behindern, sondern sogar ganz verhindern können. Ebenso negativ für die Aktivierung der kreativen Energie ist allerdings auch eine zu geringe Identifikation. Der Idealzustand liegt hier - wie so oft - in der "goldenen" Mitte. Als Belege für die Richtigkeit dieser Aussagen dienen eigene Feldstudien und Fallbeispiele internationaler Top-Unternehmer und anderer weltbekannter Persönlichkeiten.

*Erhöhung der Mitarbeitermotivation zur Teilnahme an Ideenmanagement.*

*Die Kulturkreise Europa, Asien und Nordamerika - 2017-10-24*

Studienarbeit aus dem Jahr 2016 im Fachbereich BWL -

Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,3, Duale Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Studienarbeit untersucht, wie die Motivation von Mitarbeitern zur Teilnahme an einem Ideenmanagement-Programm in den Kulturkreisen Europa, Nordamerika und Asien am effektivsten erhöht werden kann. Um die Frage detailliert und fundiert zu beantworten, beruht die Untersuchung auf zehn bekannten Motivationstheorien (darunter Maslows Theorie der Bedürfnishierarchie und Herzbergs Zwei-Faktoren-Theorie) und dem

Kulturmodell Hofstedes. Am Ende konnten differenzierte Handlungsempfehlungen für die Erhöhung der Motivation im Zusammenhang mit Ideenmanagement für jedes Kulturcluster entwickelt und evaluiert werden. Die Ergebnisse zeigen, dass ein optimales Ideenmanagementprogramm sowohl auf intrinsischer als auch auf extrinsischer Motivation beruht und die größten Motivationsunterschiede ihren Ursprung in der „Individualismus gegen Kollektivismus“-Dimension Hofstedes haben.

**Thinking Tools for Creativity and Innovation** - Florian Rustler 2020-02-18

This manual offers a comprehensive and visually well-prepared overview of creative processes and thinking tools. As an innovation coach, Florian Rustler helps the creativity of individuals and groups and provides tools and structures with which ideas can be systematically developed. The content is based on over 50 years of scientific research on creativity and innovation and over 10 years of consulting and moderation experience of the author. All approaches have been tried and tested in real customer projects worldwide. The methods are always embedded in a larger framework that shows how they can be anchored in innovation processes such as design thinking and creative problem solving. The reader learns exactly when, how and why which procedure is used. The book, which is as handy as it is comprehensive, is suitable for beginners who want to broaden their personal horizons, as well as for creative professionals who are looking for a practical work manual.

*20 Strategies for Creative Problem Solving* - Simone Janson 2023-02-07

What the 3rd edition brings you: You support climate protection, receive compact information and checklists from experts (overview and press reviews in the book preview) as well as advice proven in practice, which leads step by step to success - also thanks to add-on. Because every profession, every company, every workplace offers a multitude of challenges every day, which have to be overcome in order to be successful. But often the solutions are

sought within the existing system and therefore creative solutions are not even found. The more flexible and open-minded people are able to react to sudden changes, the more creative the solutions will be. This book shows how to use one's own creativity and that of the whole team to find the best and most creative solutions to problems that arise. We give you the best possible help on the topics of career, finance, management, personnel work and life assistance. For this purpose, we gather in each book the best experts in their field as authors - detailed biographies in the book - , who give a comprehensive overview of the topic and additionally offer you success planner workbooks in printed form. Our guidebooks are aimed primarily at beginners. Readers who are looking for more in-depth information can get it for free as an add-on with individual content in German and English as desired. This concept is made possible by a particularly efficient, innovative digital process and Deep Learning, AI systems that use neural networks in translation. Moreover, we give at least 5 percent of our proceeds from book sales to social and sustainable projects. For example, we endow scholarships or support innovative ideas as well as climate protection initiatives and in some cases also receive government funding for this. With our translations from German into English we improve the quality of neural machine learning and thus contribute to international understanding. You can find out more on the website of our Berufebilder Yourweb Institute. Publisher Simone Janson is also a bestselling author as well as one of the 10 most important German bloggers according to the Blogger-Relevance-Index, furthermore she was a columnist and author of renowned media such as WELT, Wirtschaftswoche or ZEIT - more about her in Wikipedia.

*Intuition, Creativity, Innovation* - Henri Samier 2019-02-06

This book explores the scientific perspective on the concept of intuition, particularly in relation to vibration, music and emotion. Taking a multimedia approach, it contains practical exercises that will help the reader to achieve

greater intuition and develop their capacity for creativity and innovation. The exercises in this book come from over a hundred workshops worldwide in both business and higher education. They include, for example, the "Mind Map of Me", an introspective exercise designed to develop trust and confidence in the self and the reader's own intuition. The book opens the field of possibilities to the reader, offering encouragement and motivation to explore new approaches and techniques. With these tools, intuition can become a valuable ally in everyday life.

[How to catch the Big Idea](#) - Ralf Langwost 2005-01-28

Großartige Werbeideen sind kein Zufall, sondern das Ergebnis eines konsequent gemanagten Wertschöpfungsprozesses. Was Top-Kreative bei ihrer Arbeit gemeinsam haben, zeigt dieses Buch, belegt durch zahlreiche Zitate aus Interviews, die der Autor mit über 70 Top-Kreativen aus 15 Ländern geführt hat. Dabei geht es nicht mehr um die Frage "Wer ist kreativ?", sondern "Wer ist schneller, öfter und präziser kreativ?" Das Buch bietet allen am kreativen Prozess Beteiligten eine praxisnahe Struktur zur Erarbeitung der Kommunikationsidee mit insgesamt 12 Arbeitsphasen, vom ersten Gespräch mit dem Auftraggeber über das Briefing, die Informationssammlung, die strategische Formulierung des Benefits, die Ideenfindung, -beschreibung und -bewertung bis hin zur Produktion und zum Schutz der Idee. Es zeigt ihnen, wie sie ihren eigenen Denk- und Arbeitsprozess optimieren können - wirksam, nachvollziehbar und selbstbestimmt. "How to Catch the Big Idea" liefert kraftvoll-inspirierende Fragen für die Tagesarbeit, konkrete und nachvollziehbare Tipps für den Umgang mit Ideen. Von der kreativen Strategie-Entwicklung bis zu deren Umsetzung vermittelt dieses Buch praxisnah die Grundlagen für eine effektivere und kreativere Arbeitsstruktur. Wer von den weltweit besten der Branche lernen möchte, wird dieses Buch lieben.

*Corporate Think Tanks* - Sven Poguntke 2016-09-23



Unternehmensinterne Denkfabriken mit dem kreativen Spirit von Start-ups zur Entwicklung von Strategien und bahnbrechenden Innovationen stellen den Kern dieses Buches dar. Sogenannte Corporate Think Tanks sind Foren, Projektgruppen oder Unternehmensbereiche, in denen interdisziplinäre Teams zukunftsgerichtete Themen bearbeiten. Spannende Praxisbeispiele von Unternehmen wie Google, Procter & Gamble, Tchibo oder TUI illustrieren den Einsatz von Corporate Think Tanks in der Praxis; ein umfassender Toolkasten zeigt auf, wie die konkrete Durchführung im eigenen Unternehmen realisiert werden kann. Neben klassischen Methoden werden auch innovative Tools wie ThinkX, Design Thinking, Lego® Serious Play® oder der Business Model Canvas anschaulich erläutert.

*Design Thinking* - Marc Brost 2018

Was ist die zentrale Idee im Design-Thinking-Prozess? Im Design-Thinking-Seminar wird das Mindset für komplexe Problemlösungsprozesse vermittelt. In kleinen, multidisziplinären Teams werden Innovationen von morgen gestaltet. Traditionelle Denk- und Arbeitsmodelle werden überwunden, um komplexe Probleme kreativ und effizient zu lösen. Bei der Innovationsmethode handelt es sich um eine multiperspektivische Denk- und Arbeitsweise als Katalysator für die Wertschöpfungskette. Im Design-Thinking-Seminar bekommen Sie das methodologische Handwerkszeug von Experten, um selbst zielorientiert Lösungen zu entwickeln. Innovativ sein kann man lernen! Lernen Sie die sechs Phasen der Innovationsmethoden und des gesamten kreativen Prozesses kennen. Sechs Dozenten und Dozentinnen aus ganz unterschiedlichen Fachrichtungen der renommierten Potsdamer HPI Academy und Prof. Ulrich Weinberg von der HPI School of Design Thinking erklären verständlich und auf den Punkt, warum diese neue Denkweise in der Arbeitswelt überlebenswichtig ist. Das Einnehmen von unterschiedlichen Perspektiven ist der rote Faden im Design Thinking. Es basiert auf Fachwissen, was in unterschiedlichen Disziplinen aufgearbeitet

wird. Am Ende des Design-Thinking-Kurses entstehen ganzheitliche Lösungsszenarien für komplexe, vielschichtige Probleme. Und wieso spielt der Nutzer die wichtigste Rolle in diesem kreativen Innovationsprozess? - Die zentrale Idee des Design Thinking liegt in der nutzerzentrierten Produktentwicklung. Hierfür werden die konkreten Bedürfnisse des Produktnutzers erforscht. Auch seine Emotionen und Probleme fließen mit ein. Fast spielerisch erhalten Sie ein Verständnis für die Denk- und Arbeitsweisen im Design Thinking und erkennen durch anschauliche Beispiele, wie viel Potenzial und Spaß in der Zusammenarbeit multidisziplinärer Teams steckt. Einfache Tipps für Ihren Arbeitsalltag ermöglichen es Ihnen, neue Methoden und Techniken direkt anzuwenden und schnell innovative Ideen, Prozesse oder Produkte zu entwickeln. REFRAME - Die Psychologie der Innovation - Felix Hofmann 2023-09-05 Mutiger handeln, klüger entscheiden und andere zum Umdenken bewegen Innovationsexperte, YouTuber und mehrfacher Gründer Felix Hofmann erklärt in diesem Buch, warum Führungskräfte, die für Innovation verantwortlich sind, meist kurzfristig denken und zu vorsichtig handeln. Sie tun das nicht, weil sie feige oder rückständig sind, sondern weil es in der Natur des Menschen liegt, Risiken aus dem Weg zu gehen, Verluste vermeiden zu wollen und kurzfristige Erfolge anzustreben. Die Psychologie lehrt uns, dass Menschen einer Reihe von kognitiven Verzerrungen unterliegen, die dazu führen, oftmals irrational zu handeln. Das führt zu einer paradoxen Situation: Zwar befürworten die meisten Menschen einer Organisation und insbesondere die Führungsetage Innovation, stellen sich ihr jedoch häufig bewusst oder unbewusst in den Weg. Die Folge ist, dass mutiges und langfristiges Denken oftmals auf der Strecke bleibt, man sich lieber an der Konkurrenz orientiert, statt selbst visionär zu sein, und sich mit kleinen Verbesserungen zufriedengibt, statt große Innovationen umzusetzen. Doch wie lässt sich diese Irrationalität nutzen, um kreativer, mutiger und

langfristiger zu handeln? Der Schlüssel dafür heißt REFRAMING. Reframing bedeutet, die Perspektive zu verändern. Dadurch kannst du Kreativität fördern, Referenzpunkte verändern und beeinflussen, was als Gewinn oder Verlust wahrgenommen wird. Reframing heißt, Psychologie zu nutzen, um mehr Innovation möglich zu machen. neue Fragen zu entwickeln, um auf kreativere Lösungen zu kommen. Priming einzusetzen, damit Menschen größer denken. schrittweise Courage aufzubauen. Techniken, um Ängste zu überwinden. Methoden, um mehr Mut und Klarheit bei risikoreichen Projekten zu haben. exponentielle Entwicklungen besser vorherzusehen. strategische Wendepunkte rechtzeitig zu erkennen. die Kunst, eine Kultur des langfristigen Denkens zu schaffen. das richtige Aufsetzen von Innovationsprojekten, damit sie langfristig erfolgreich sein können. verzögerte Intuition einzusetzen, um bessere Entscheidungen zu treffen. Techniken, um Rückschläge in Motivation zu verwandeln. Innovation in deiner Organisation zur Norm zu machen. das zu framen, was als Erfolg zählt und damit mutiges und innovatives Handeln zu treiben. das Framen von Veränderung, sodass andere bereit sind, sie zu unterstützen. andere zu überzeugen, mutiger zu handeln und mehr Innovation zu fördern. Diese und viele weitere konkrete Ratschläge, Methoden und Tools aus den Verhaltenswissenschaften unterstützen die Geschäftsführung, das Innovationsmanagement und jeden, der in einer Organisation Innovation voranbringen will (z. B. Intrapreneure) dabei, mutiger, kreativer und langfristiger zu agieren.

Chefsache Intuition - Peter Simon Fenkart 2018-03-02

Das Buch aus der Chefsache-Reihe stellt die Intuition als wichtiges Erfolgskriterium für Entscheidungen und Zieldefinitionen in Unternehmen in den Blickpunkt. Intuition ist die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte umfassend zu durchdringen, kritische Faktoren zu erkennen und gedankliche Grenzen zu überwinden. Der Verstand lässt sich durch

Glaubenssätze und Neigungen fehlleiten und unterdrückt damit die intuitiven Fähigkeiten. Der Autor zeigt, dass das Trainieren der Intuition die Entscheidungskompetenz stärkt, die Kreativität und Lösungskompetenz fördert, sowie die Fähigkeit ausbaut, mit Menschen umzugehen.

Ideen erfolgreich managen - Nils Landmann 2019-12-11

Das Praxishandbuch Ideen-Management stellt die neuesten Erkenntnisse zum Management von Ideen aus wissenschaftlicher Sicht dar. Die Beiträge aus der Forschung werden durch Best Practices von Organisationen, die aktuell im Ideenmanagement besonders herausragen, ergänzt. Die Beiträge aus der Forschung vereinen erstmalig die führenden Wissenschaftler zum Ideenmanagement im deutschsprachigen Raum. Sie geben Praktikern, Wissenschaftlern und Studierenden einen einmaligen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zum Thema. Mit Beiträgen von- Prof. Dr. Alexander Brem: Ideen- und Innovations-Management- Prof. Dr. Dr h.c. mult. Norbert Thom: Ideen-Management – Abriss der Forschung- Prof. Dr. Svetlana Franken: Diversity im Ideen-Management- Prof. Dr. Thomas Mühlbradt: Herausforderungen des Ideen-Managements in neuen Arbeitswelten- Prof. Dr. Hans-Dieter Schat: Benchmarks und Kennzahlen im Ideen-Management Im Praxisteil liefern Best-Practices aus den unterschiedlichsten Branchen wie der Automobilwirtschaft, Chemie, Banken und Versicherungen, Behörden, Gesundheitswesen, Handwerk u.v.m. wertvolle Einblicke, wie ein Ideen-Management erfolgreich aufgesetzt, betrieben und aufrechterhalten werden kann.

Intuition bei Entscheidungsprozessen. Zu "Blink! Die Macht des Moments" von Malcom Gladwell - Melanie Stor 2010-01-08

Studienarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Führung und Personal - Sonstiges, Note: 1,7, Hochschule Bochum, Veranstaltung: Internationale Personalführung, Sprache: Deutsch, Abstract: In der heutigen Zeit lernen wir bereits in der Schule aber auch in den weiteren Lebensabschnitten während

des Studiums oder im Berufsalltag, dass wir rationale Entscheidungen betrachten und auf diese vertrauen müssen. Die Arbeit zeigt auf, dass trotz dieses Denkens die meisten Entscheidungen intuitiv auf einer geringen Anzahl von Informationen getroffen werden. Der empirische Teil untersucht inwieweit unsere Intuition vor rationalen Entscheidungen genutzt wird, insbesondere bei Beschäftigten mit Kundenkontakt.

*Jahrbuch der Kreativität 2014* - Arno Dirlewanger 2016-10-26

Pflichtlektüre für Innovations- und Ideenmanagement Das Jahrbuch der Kreativität erscheint bereits zum dritten Mal. Auf 228 Seiten präsentieren 19 renommierte Kreativitätsexperten aus dem Bereich Innovations- und Ideenmanagement neuestes Fachwissen über Kreativitätstechniken und deren Einsatzmöglichkeiten. Der Fokus des aktuellen Jahrbuches der Kreativität liegt auf den räumlichen Voraussetzungen für die Entfaltung von Kreativität sowie auf geeigneten und innovativen Ansätzen für mehr Kreativität in Unternehmen und Gesellschaft. Präsentiert werden unter anderem die Erkenntnisse aus einer aktuellen Studie zur Psychologie des kreativen Denkens und kreativer Prozesse, konkrete Anleitungen für die Konzeption und Moderation von Workshops zur Ideenfindung und -bewertung sowie praxisnahe Einblicke in die reiche Schatztruhe der Kreativitätstechniken. Zu den Autoren zählen unter anderem Prof. Dr. Horst Geschka, Gruender, der auf Trainings in Kreativitätstechniken und Ideenfindungs-Workshops spezialisierten Geschka & Partner Unternehmensberatung, Innovationsmanagement und Kreativitätsberater, Arno Dirlewanger, Prof. Dr. Carsten Deckert, Professor für Logistik und Supply Chain Management an der Cologne Business School (CBS) und ehemaliger Vorstand der Deutschen Aktionsgemeinschaft Bildung-Erfindung-Innovation (DABEL) e.V., Dr. Hans-Dieter Schat, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI sowie Monika Reuter, Ph.D., Mitglied des Board of Directors am SAGE

Institute for Family Development in Boca Raton und Fakultätsmitglied am Art Institute of Fort Lauderdale. Initiator und Herausgeber der Jahrbücher ist Kommunikationsberater und Kreativitätstrainer Juergen Preiss.

Zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Kreativität e. V.

([www.kreativ-sein.org](http://www.kreativ-sein.org)), die die Jahrbücher seit 2010 als Ideeller Träger unterstützt, will er mit den Sammelbänden dazu beitragen, die Bekanntheit und den Einsatz neuer und bewährter, strukturierter Denk- und Problemlösungstechniken zu steigern. Insgesamt 39 Autoren haben an der Beitragssammlung seit 2010 mitgewirkt. Erschienen ist das Jahrbuch der Kreativität bisher 2010, 2012 und 2014. Alle Ausgaben sind als eBook im PDF-Format zum Preis von jeweils 14,99 EUR online zu beziehen unter [www.jahrbuch-kreativitaet.de](http://www.jahrbuch-kreativitaet.de)

*Nutzung von Mitarbeiterpotenzialen durch integriertes Ideenmanagement am Beispiel XXX* - Laura Parlabene 2012-11-08

Studienarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich BWL - Personal und Organisation, Note: 1,0, Leibniz Akademie Hannover - Berufsakademie Hannover, Sprache: Deutsch, Abstract: „Man muss nicht nur mehr Ideen haben als andere, sondern auch die Fähigkeit besitzen, zu entscheiden, welche dieser Ideen gut sind“ Linus Pauling Vorsprung vor Wettbewerbern zu haben ist zweifellos von Vorteil. Im Wettbewerb gewinnt schließlich immer derjenige, der besser, innovativer ist. Damit dies gelingt, genügt es allerdings nicht nur Marktkenntnisse und Produkt-Know-how zu besitzen. Kreativität bietet die Chance sich langfristig erfolgreich auf dem Markt zu behaupten. Doch wie Pauling bereits im frühen 20. Jahrhundert erkannte, genügt es nicht nur Kreativität zu besitzen und folglich Ideen zu gewinnen, stattdessen steht vor allem die Ideenbewertung und letztlich die effektive Nutzung dieser im Vordergrund. In der Literatur und in der Praxis werden daher laufend unterschiedliche Quellen und Methoden der Ideengewinnung und -nutzung entwickelt, die enorme Erfolge versprechen. Die

Unternehmensstrategie des Ideenmanagements stellt einen solchen Ansatz dar. Das Konzept vereint die Instrumentarien des traditionellen Betrieblichen Vorschlagswesens mit den Philosophien des Kontinuierlichen Verbesserungsprozesses. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich eben mit dieser Strategie und veranschaulicht die praktische Umsetzung am Beispiel des Automobilzulieferers XXX. Im ersten, theoriebezogenen Teil der Arbeit soll der Leser ein generelles Verständnis zum Ideenmanagement erhalten. Dazu wird zunächst die Idee definiert, um anschließend die Grundprinzipien des Konzeptes und das Zielsystem zu verdeutlichen. Auch wird an dieser Stelle auf die Schwierigkeiten Bezug genommen, die mit dem Ideenmanagement zusammenhängen. Im zweiten Teil soll ein praktischer Bezug zum Thema hergestellt werden. Dazu wird zunächst die Stellung der Mitarbeiterorientierung bei XXX deutlich gemacht, um anschließend das Ideenmanagement bei XXX anhand des „Ideenpools“ zu konkretisieren. An nächster Stelle wird auf die Schwierigkeiten, die XXX in Verbindung mit dem Ideenmanagement erkannt hat, Bezug genommen. Zuletzt soll die Arbeit die Erfolge und Nutzenpotenziale, die durch die Implementierung des Ideenmanagements bei XXX realisiert wurden, zusammenfassen aber auch sollen Optimierungsmöglichkeiten der Strategie herausgearbeitet werden.

*Vom betrieblichen Vorschlagswesen zum integrativen Ideenmanagement - 1999-06-22*

Das betriebliche Vorschlagswesen ist ein traditionelles Instrument, um Mitarbeiterkreativität für den Unternehmenserfolg zu nutzen. Tobias Nickel untersucht verschiedene Vorschlagskonzepte und analysiert die psychologischen Rahmenbedingungen.

*Evidenced best practices in Entrepreneurship and Strategic Management - Christian Salzmann 2006-07-21*

Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Psychologie - Arbeit, Betrieb, Organisation und Wirtschaft, Note: 15 Punkte, Justus-Liebig-

Universität Gießen, 15 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Entrepreneurial Orientation (EO) geht auf Untersuchungen von Miller und Friesen zurück, welche insgesamt 11 Dimensionen ausmachten, allerdings die Dimensionen „Innovationsfähigkeit“, „Risikoinkaufnahme“ und „Proaktivität“ als die sogenannten „Entrepreneurial Dimensions“ betrachteten. Selbst jede Dimension einzeln betrachtet kann schon einen positiven Einfluss auf den Erfolg haben. Der Entrepreneur kann auch als Gründer neuer Unternehmen betrachtet werden. Allerdings kann auch ein „Entrepreneur-Team“ bestehen. Es ist bewiesen, dass viele Unternehmen von „Entrepreneur-Teams“ gegründet wurden, und dass die Zusammensetzung des Teams einen positiven Einfluss auf die Performance von neuen Unternehmen hat. [...]

**Praxisnahe Gestaltungsformen des betrieblichen Ideenmanagements - Bernd Schüßler 2003-05**

Diplomarbeit aus dem Jahr 2003 im Fachbereich BWL - Personal und Organisation, Note: 1,0, Fachhochschule Giessen-Friedberg; Standort Giessen (Wirtschaft), Sprache: Deutsch, Abstract: Inhaltsangabe: Zusammenfassung: Diese Diplomarbeit gibt der Unternehmerin und dem Unternehmer konkrete Anregungen für den Aufbau bzw. die Optimierung des Ideenmanagements im eigenen Unternehmen. Dem Autor betrachtet und wertet Erfahrungen und Meinungen aus der aktuellen Praxis meist deutscher Unternehmen aus. Dabei wird bewusst auf einen umfassenden Überblick über die Meinungen der führenden Fachbuchautoren verzichtet. Wichtiger war, keine Romane zu schreiben und das Wesentliche und für die Gestaltung eines Ideenmanagements konkret nutzbare zu beschreiben ohne es unnötig aufzublähnen. Die Anschauungen externer Fachautoren fließen daher nur als Grundlage vieler Ausführungen mit in diese Diplomarbeit ein. Das Schwergewicht liegt aber klar auf der Schilderung vieler in der Unternehmenspraxis bereits erfolgreich umgesetzter Bausteine und Details

des Vorschlagswesens. Die angeführten Ausgestaltungen können und sollen das Ideenmanagement dabei nicht repräsentativ wiedergeben. Sie bleiben gewollt subjektiv und beispielhaft. So wurde in zahlreichen Kapiteln darauf Wert gelegt, verschiedenste Anregungen und Details aus der Praxis aufzuzeigen. Es sei angemerkt, dass diese sicherlich nicht komplett miteinander kombinierbar sind. Im Rahmen dieser Arbeit soll nicht versucht werden, ein möglichst ideales Ideenmanagement zu entwickeln. Dies gilt auch für die recht ausführliche Behandlung des Bereiches Notwendige und forderliche Eckpunkte für ein erfolgreiches Ideenmanagement. Dieses Vorgehen ergibt sich aus der Tatsache, dass die Praxiserfolge mit weitgehend verschiedenen konzeptionellen Bausteinen zeigen: es gibt für das Ideenmanagement kein immer wirkendes Erfolgsrezept. Vielmehr existieren in den Unternehmen oftmals grundlegend differierende Systeme mit verschiedensten Ausgestaltungsdetails. Tro

#### **Wie kommt Neues in die Welt?** - Hans Rudi Fischer 2013

Was stößt kreative Prozesse in Personen, in den Wissenschaften oder Gesellschaften an? Wie spielen Phantasie und Vernunft bei der Erzeugung des Neuen zusammen? Was treibt Entwicklungen, Innovationen und Denkrevolutionen an? Lässt sich Kreativität herstellen oder bedarf es eines "göttlichen Funkens", eines Geniestreiches oder Geistesblitzes? Was verbirgt sich hinter dem schillernden Begriff des Neuen und den Paradoxien der Kreativität? Die Beiträge dieses Bandes umkreisen den modus operandi des Neuen und fragen nach der Logik kreativer Prozesse. International renommierte Kreativitätsforscher aus Psychologie, Philosophie, Systemtheorie und Ökonomie reflektieren die Leitfrage dieses Buches, um dem Betriebsgeheimnis schöpferischer Prozesse auf die Spur zu kommen. Im Mittelpunkt steht der Dialog über ein besseres Verständnis der begrifflichen, psychologischen und sozialen Zusammenhänge von Originalität, Kreativität und Innovationsfähigkeit in Wissenschaft und Kunst. Ein facettenreiches

Werk, das den Tücken des Neuen mit alter Begriffsschärfe auf den Pelz rückt. Ein philosophisches Märchen für Erwachsene Birger Priddat Entscheiden, Erwarten, Nichtwissen. Über das Neue als das unerwartete Andere Elena Esposito Wie viel Altes braucht das Neue? Hans Rudi Fischer Positive Unvernunft als Quelle des Neuen. Unterwegs im Paradoxen Günther Ortman Neues, das uns zufällt. Über Regeln, Routinen, Irritationen, Serendipity und Abduktion Joachim Funke Neues durch Wechsel der Perspektive Jürgen Kriz Kreativität und Intuition aus systemischer Sicht Sachregister Personenregister Hinweise zu den Autorinnen und Autoren.

#### Die 360 - Anke Schaen 2014-11-25

Jahrzehntelang ging es darum, Informationen zu sammeln, auszuwerten und dann zu (be-) urteilen. Das hat sich grundlegend geändert. Die Alternative, sich Bedenkzeit zu nehmen, Hintergrundfakten zu recherchieren und die Entscheidung ein wenig später zu treffen, steht in der Praxis meist nicht zur Verfügung. Die Suche nach einer Lösung, die Zeiteffizienz und Ansprüche an fundierte Entscheidungen gleichermaßen gerecht wird, führt zu einer Fähigkeit, die lange unbeachtet geblieben ist: das Bauchgefühl, die Intuition. Ein häufig auftretendes Missverständnis sei an dieser Stelle gleich ausgeräumt: Es geht in diesem Buch an keiner Stelle darum, den Verstand zu verteufeln und die Intuition als alleiniges Entscheidungsinstrument darzustellen. Die auf unserem Verstand basierenden Entscheidungsmechanismen sind hinreichend bekannt und in ihrer praktischen Anwendung vertraut. In diesem Buch soll die Intuition als Sparringpartner Aufmerksamkeit finden, dieses Buch soll die Perspektive erweitern. Es verbindet zwei entscheidende Themen miteinander: zum Einen die Beteiligten beim Doppelpassspiel: Intuition und Vernunft und zum Anderen die Unternehmensführung. Die Integration der Ressource Intuition in Entscheidungsprozesse führt in allen Bereichen der Unternehmensführung

zu Veränderungen. Sie wird im Kunden- und Mitarbeiterkontakt sowie bei den Mitarbeitern untereinander spürbar. Das Buch richtet sich hauptsächlich an Menschen im beruflichen Kontext - an alle Entscheider. Es ist ein

Plädoyer gegen die Vernachlässigung der Intuition bei unternehmerischen Entscheidungsprozessen. Es ist ein Plädoyer für ein Teamspiel zwischen Vernunft und Intuition.