

DAS ARBEITEN MIT KREATIVEN METHODEN

AUTOREN: Dr. Norbert Freitag und Ing. Heinz Kaniovsky; Wien 1990

INHALTSVERZEICHNIS Teil I

1.0	Vorwort des Herausgebers	5
2.0	Einleitung	6
3.0	Mit Methode zur kreativen Leistung	7
4.0	Was ist Kreativität?	8
4.1	Kreatives Produkt	8
4.2	Kreatives Individuum	9
4.3	Kreativer Prozeß	10
4.4	Kreativitätsfördernde Organisation	10
4.5	Kreativitätsförderndes Umfeld	10
4.6	Kreative Probleme	10
4.7	Kreative Leistung	11
5.0	Organisatorische Voraussetzungen für erfolgreiches Arbeiten mit kreativen Methoden	14
5.1	Zusammenarbeit - eine Voraussetzung für kreative Methodenarbeit	14
5.2	Planung der Arbeit mit kreativen Methoden	15
5.3	Organisation der Arbeiten mit kreativen Methoden	17
6.0	Welche Probleme können mit kreativen Methoden gelöst werden?	21
7.0	Mechanismen der kreativen Methoden	23
8.0	Tabellarische Kurzbeschreibung besonderer Merkmale von sieben kreativen Methoden	25
9.0	Beschreibung der kreativen Methoden	28
	<i>Jede Beschreibung ist folgendermaßen gegliedert:</i>	
	<i>1. Beschreibung der Methode</i>	
	<i>2. Regeln</i>	
	<i>3. Arbeitsablauf</i>	
9.1	Morphologie	28
9.2	Funktionsanalyse	30
9.3	Methode 635	34
9.4	Ideendelphi	36
9.5	Brainstorming	39
9.6	Synektik	42
9.7	Basic-Synektik (nach Rohrbach)	46
10.0	Zielgruppen für kreative Methoden	51
11.0	Bewertung von kreativen Ergebnissen	53
12.0	Unterstützung des Arbeitens mit kreativen Methoden in der Praxis	55
12.1	Interaktion fördert die Einzelkreativität	55
12.2	Zusammenhang von Erfahrung mit kreativen Methoden und Qualität der Ergebnisse	57
12.3	Einige Einflüsse auf das Arbeiten mit kreativen Methoden	58
12.3.1	Einfluß des Managements auf das Arbeiten mit KM	58
12.3.2	Auswahl der Gruppenmitglieder	58
12.3.3	Wahl der Methode	59
12.3.4	Einfluß des Sitzungsortes auf das Arbeiten mit KM	59
12.3.5	Vorinformation	59
12.3.6	Persönlicher Stil des Moderators	59
12.3.7	Sitzordnung	60
12.3.8	Aufschreibungen während der KM-Arbeit	60
12.3.9	Beeinflussung der Ideenentwicklung	60
12.3.10	Einflüsse auf den Sitzungsverlauf	61

DAS ARBEITEN MIT KREATIVEN METHODEN

AUTOREN: Dr. Norbert Freitag und Ing. Heinz Kaniovsky; Wien 1990

INHALTSVERZEICHNIS Teil II

12.3.11	Zeitgefühl	61
12.3.12	Protokoll	61
12.3.13	Information aller Gruppenmitglieder über das Ergebnis	61
12.3.14	Größe der Arbeitsgruppe	62
12.3.15	Einfluß von Geschlecht, Sitzanordnung und Motive der Sitzungsteilnehmer	62
12.3.16	Einfluß des Zeitpunktes auf die Ergebnisse des Arbeitens mit KM	62
12.3.17	Zeiteinsatz für Problemerarbeitung und Ideenproduktion	63
12.3.18	Förderung der Qualität kreativer Ideen	64
13.0	Hemmnisse gegen den Einsatz von kreativen Methoden im Unternehmen	66
13.1	Unkenntnis über KM	66
13.2	Hemmende Organisationsstrukturen	66
13.3	Nicht ausgeprägtes Kostenbewußtsein	67
13.4	Zu wenig Planung bei der Entwicklung von Unternehmenszielen	67
13.5	Hemmende Erfahrungen aus dem Arbeiten mit KM	68
13.6	"Gesprächskiller" - eine Strategie, Kreativität zu unterdrücken	68
14.0	Mit kreativen Methoden zur Innovation!	71