

Inhalt

1.	Vorwort	7
2.	Begriffsbestimmung	9
3.	Parameter der Kreativität	12
3.1	Person	14
3.1.1	Einstellungen	14
3.1.2	Motivationen	16
3.1.3	Fähigkeiten	19
3.1.4	Persönlichkeitsmerkmale	24
3.2	Prozeß	26
3.2.1	Problem-Wahrnehmung	30
3.2.2	Problem-Formulierung	32
3.2.3	Ideen-Findung	34
3.2.3.1	Prinzipien	35
3.2.3.2	Methoden	37
3.2.4	Ideen-Bewertung (Evaluation)	55
3.2.5	Ideen-Realisierung	56
3.3	Produkt	56
3.4	Umwelt	58
3.4.1	Physische Umwelt	58
3.4.2	Soziale Umwelt	59
3.4.2.1	Gruppe	59
3.4.2.2	Organisation	60
3.4.2.3	Kultur (Gesellschaft)	61
4.	Blockierungen	64
4.1	Kognitive Blockierungen	64
4.2	Emotionale Blockierungen	72
4.3	Kulturelle Blockierungen	74
5.	Kreativität und Gruppe	79
5.1	Die Gruppe als Informationspool	80
5.2	Energiequelle	82
5.3	Charakteristika einer „idealtypischen“ Kreativitätsgruppe	83
5.3.1	Zielsetzung	83
5.3.2	Gruppengröße	84
5.3.3	Heterogenität	85
5.3.4	Hierarchie	86
5.3.5	Aktivität	89
5.3.6	Integration	90
5.3.7	Autonomie	91
5.3.8	Normen	91
5.3.9	Flexibilität	92
5.3.10	Stabilität	93
5.3.11	Kommunikation	93

5.3.12	Vertrauen	95
5.3.13	Klima	96
5.3.14	Kohäsion	96
6.	Training kreativer Denkmethode n in Gruppen	98
6.1	Leistungsvorteile der Gruppe	103
6.2	Verhaltensnormen für eine Kreativgruppe	117
6.3	Sensibilisierung der Wahrnehmung	128
6.4	Entwicklung von Problembewußtsein	141
6.5	Probleme formulieren	149
6.6	Methodische Variationen zur Ideen-Findung	156
6.7	Bewertung von Ideen	172
6.8	Verwirklichung von Ideen	180
6.9	Anwendung des kreativen Problemlösungsprozesses	186
6.10	Wie man „unbrauchbare“ Ideen in brauchbare verwandelt	200
7.	Literaturverzeichnis	206
8.	Personen- und Sachregister	211