

Inhalt

Vorwort.....	XI
--------------	----

Rolf Oerter

Kreativität und Innovation	1
1. Kreativität	1
1.1 Domäne, Feld und Individuum.....	1
1.2 Persönlichkeitsmerkmale	3
1.3 Der kreative Prozess.....	5
1.4 Kreativitätstraining und Barrieren von Kreativität.....	9
1.5 Der sozio-kulturelle Ansatz.....	11
2. Innovation	13
2.1 Was ist Innovation?	13
2.2 Wirkung und Arten von Innovation.....	14
2.3 Merkmale und Einflussfaktoren von Innovation	15
2.4 Verbreitung und Akzeptanz von Innovation	17
2.5 Barrieren und Mythen	19
2.6 Prinzipien, die Innovation leiten sollen.....	23
3. Zum Nachdenken: Innovation wozu?	26

Klaus A. Schneewind

Familie und Innovation: Ansatzpunkte zur Stärkung der Familie als primärem Bildungssystem.....	29
1. Was ist „Familie“?	29
2. Aufgaben von Eltern.....	30
3. Was brauchen Kinder?.....	33
4. Was brauchen Eltern?	37
5. Gefährdungen des elterlichen Kerngeschäfts	39
5.1 Beziehungen von Eltern in ihrer Partner- und Elternrolle	40
5.2 Erziehungs- und Bildungspartnerschaften.....	41
5.3 Vereinbarkeit von Familie und Beruf.....	41
6. Fazit: Was ist zu tun?	42

Rolf Oerter

Es ist nie zu früh für den Aufbruch. Innovation in Kinderkrippen, Kindergärten und Grundschulen.....	47
1. Was wissen wir?	47
2. Was wollen wir?	49
3. Bildung und Erziehung von 1-12 gehören zusammen.....	49

VI Inhalt

4. Die ersten drei Jahre: Bindung, aber auch Geist	52
4.1 Sprechen.....	52
4.2 Kognitive Fähigkeiten	52
4.3 Gemeinsamer Gegenstandsbezug	53
4.4 Motorische Entwicklung.....	53
4.5 Soziale Kompetenz	54
5. Vorschule: die letzte Chance für Chancengleichheit?.....	55
5.1 Entwicklungsvoraussetzungen beim Kind.....	55
5.2 Ziele.....	56
5.3 Mittel und Wege	58
6. Grundschule: Vier Jahre sind zu wenig.....	61
6.1 Entwicklungsvoraussetzungen.....	61
6.2 Ziele.....	62
6.3 Wege.....	63
7. Allgemeine Prinzipien für Bildung und Erziehung von 1-12 Jahren	66
7.1 Bindung, Verbundenheit, Sicherheit.....	67
7.2 Konzentrierte Aktion mit den Eltern.....	69
7.3 Partizipation	70
7.4 Glück.....	72

Heinz Mandl und Jan Hense

Lernen und Lehren in der Sekundarstufe: Innovationsbedarf und Entwicklungsmöglichkeiten	75
1. Innovationsbedarf in der Sekundarstufe.....	75
2. Eine neue Lernkultur als Voraussetzung des nachhaltigen Kompetenzerwerbs	78
2.1 Konstruktion und Instruktion als Basis einer neuen Lernkultur	79
2.2 Umsetzungsformen problemorientierten Lernens	81
2.3 Die Rolle der Lernmotivation.....	82
3. Fallbeispiel „Tatfunk“: Ein problemorientiertes Unterrichtsprojekt in der Sekundarstufe	85
3.1 Ziele, Konzept und Ablauf des Projekts.....	85
3.2 Problemorientierung im Projekt Tatfunk	86
3.3 Evaluationsergebnisse zum Projekt Tatfunk.....	88
4. Schlüsselqualifikation Selbstlernkompetenz.....	89
5. Individuelle Förderung und instruktionale Unterstützung	91
6. Nutzung neuer Medien und Technologien	95
6.1 Die mediendidaktische Perspektive: Wie können neue Technologien Unterrichtsinnovationen unterstützen?	96
6.2 Die curriculare Perspektive: Welche medienbezogenen Inhalte sollen gelernt werden?	98
7. Ausblick.....	99

Lutz von Rosenstiel und Dieter Frey

Was fördert Innovation im Unternehmen?	107
1. Kreativität – Intervention – Innovation	107
2. Innovation und wirtschaftliche Entwicklung	108
3. Bedingungen von Innovation im Unternehmen	108
3.1 Die Ebene der Arbeit	109
3.2 Die Ebene des Mitarbeiters	110
3.3 Die Ebene der Gruppe	114
3.4 Die Ebene der Führung	117
3.5 Die Ebene der Organisation	118
4. Übertragung dieser Erkenntnisse über Innovation auf den Makrobereich von Politik, Wirtschaft, Verbänden und Gesellschaft	130
5. Fazit	132
6. Die normative Sicht: Segen oder Fluch?	132

Andreas Lenz, Dieter Frey und Lutz von Rosenstiel

Schöpferische Zerstörung und zerstörerische Schöpfung – wie Finanzinnovationen wesentlich zur internationalen Finanzkrise beitrugen	139
1. Einleitung	139
2. Finanzinnovationen	141
3. Gründe für die Finanzkrise und Rolle der Finanzinnovationen	142
3.1 Notenbanken	143
3.2 Geschäftsbanken	143
3.3 Zweckgesellschaften	144
3.4 Die Politik und die verschiedenen Regierungen weltweit	144
3.5 Der Internationale Währungsfonds	145
3.6 Hedgefonds und Private Equity	145
3.7 Regulierungsbehörden	145
3.8 Ratingagenturen	146
3.9 Rechnungslegungsgremien	146
3.10 Manager und Aufsichtsräte	147
3.11 Halbstaatliche Institute	147
3.12 Derivate Gestaltungsmöglichkeiten	148
3.13 Die einzelnen Anleger	151
4. Psychologische Einflussgrößen	151
4.1 Hohes Gewinnstreben und Gier	152
4.2 Denken in kurzfristigen Intervallen	152
4.3 Vergleichsprozesse und Herdentrieb	152
4.5 Groupthink	153
4.6 Subjektiv- und selektive Wahrnehmung	153
4.7 Verantwortungsdiffusion und Pluralistische Ignoranz	153

VIII Inhalt

4.8 Theorie der gelernten Sorglosigkeit und Erfolgsarroganz.....	154
4.9 Escalation of Commitment.....	154
4.10 Verdrängung von Gefühlen der Inkompetenz	154
5. Folgerungen.....	155
6. Fazit	160

Rudolf Fisch, Dieter Frey und Lutz von Rosenstiel

Innovationen in der öffentlichen Verwaltung Deutschlands sowie

Erfolgsfaktoren und Stolpersteine bei Veränderungen in Verwaltungen.....	163
1. Sind Verwaltungen innovationsfähig?	163
2. Quellen für Innovationen im öffentlichen Sektor.....	166
3. Direkt aus Verwaltungen kommende Innovationen.....	167
4. Die Umsetzung von Innovationen ist aufwendig.....	169
5. Stolpersteine bei Veränderungen in der Verwaltung: Bei Veränderungsprozessen gilt statt „maximizing“ und „optimizing“ „satisfying“ (vgl. Nobelpreisträger Robert Simon)	171
6. Ein grundlegendes Problem: Widerstände in Veränderungsprozessen	172
7. Stolpersteine im Veränderungsprozess	173
7.1 Das Problem der Unklarheit über Ziele, Strategie, Prozess und Sinn.	173
7.2 Das Problem langwieriger Prozesse und Entscheidungen.....	173
7.3 Das Problem der „Erblasten“	173
7.4 Das Problem von zu frühem Aktionismus.....	174
8. Erfolgsfaktoren in Veränderungsprozessen: Schritte zur Akzeptanz von Änderungen bzw. Innovationen.....	174
8.1 Ist-Zustand: Diagnose der Situation und Problemanalyse.....	175
8.2 Soll-Zustand: Vision und Ziele definieren.....	175
8.3 Gemeinsames Bewusstsein erzeugen.....	175
8.4 Konsens der betroffenen Parteien: Vorbildverhalten von Führung, Vertrauen schaffen.....	176
8.5 Kommunikation: Klarheit, Offenheit und Verständlichkeit.....	176
8.6 Partizipation der Beteiligten und Berücksichtigung von Fairnessprinzipien	177
8.7 Qualifikation: Vermittlung von Fähigkeiten und Fertigkeiten	178
8.8 Konsequente Umsetzung	178
9. Fazit	179

Die offene Gesellschaft. Was macht Gesellschaft lebenswert?	183
---	-----

Rolf Oerter

Menschenbild und neue Aufklärung	185
1. Evolutionäre Wurzeln menschlichen Verhaltens	185

2. Befunde zu universellen Zügen des Menschenbildes	187
3. Die neue Aufklärung	189

Klaus A. Schneewind

Die Zukunft der Familie in Deutschland – Innovation ist gefragt.....	193
1. Pluralisierung von Familienkulturen.....	193
2. Gestaltung der Familienzukunft in Deutschland.....	194

Heinz Mandl

Wissensmanagement: Kompetenter Umgang mit Wissen – die Grundlage für Innovation	197
1. Modelle des Wissensmanagements	198
2. Implementierung von Wissensmanagement	200
3. Communities als Wissensmanagement-Keimzelle	201

Lutz von Rosenstiel

Das Unternehmen als offene Gesellschaft - eine „konkrete Utopie“?	205
---	-----

Dieter Frey

Ohne Psychologie geht es nicht. Über die Notwendigkeit, unsere Zukunft durch psychologisches Know-how mit zu gestalten	211
---	-----

Autoren	215
---------------	-----