

# **DENKWERKZEUGE**

## DER KREATIVITÄT UND INNOVATION

Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden

Florian Rustler | Midas Management Verlag





# Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation

Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden

Florian Rustler



Midas Management Verlag AG  
St. Gallen • Zürich

DENKWERKZEUGE

Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden

5. Auflage, aktualisiert und erweitert

© 2017 Midas Management Verlag AG

ISBN 978-3-907100-81-3

Florian Rustler

Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation –

Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden

Zürich: Midas Management Verlag AG

Lektorat: Gregory C. Zäch

Korrektorat: Kathrin Lichtenberg

Layout und Illustrationen: Isabela Plambeck

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in Seminarunterlagen und elektronischen Systemen.

Midas Management Verlag AG, Dunantstrasse 3, CH 8044 Zürich

Website: [www.midas.ch](http://www.midas.ch) / Mail: [kontakt@midas.ch](mailto:kontakt@midas.ch) / Social Media: [midasverlag](https://www.midasverlag.ch)

# ÜBERSICHT

Kapitel 1 <b>DIE GRUNDLAGEN</b>	<b>17</b>
Kapitel 2 <b>PROZESSMODELLE DER KREATIVITÄT</b>	<b>66</b>
Kapitel 3 <b>DIE DENKWERKZEUGE</b>	<b>82</b>
Kapitel 4 <b>ALLGEMEINE KONVERGIERENDE TOOLS</b>	<b>289</b>
Kapitel 5 <b>WEITERE REFERENZEN UND LITERATUR</b>	<b>302</b>



# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort zur 5. Auflage	11
Vorwort zur ersten Auflage	12
Wie benutze ich dieses Buch?	15
<b>1 DIE GRUNDLAGEN</b>	<b>17</b>
Definitionen Kreativität und Innovation	18
Das 4P-Modell der Kreativität	22
Kann man Kreativität fördern und unterstützen?	26
Die Ebenen der Innovation	30
Soziale Innovation	34
Verschiedene Arten der Innovation	36
Die dynamische Balance: divergierendes und konvergierendes Denken	40
Divergierendes Denken – Optionen entwickeln	44
Konvergierendes Denken – Optionen auswählen	48
Das Umfeld der Kreativität und Innovation	52
Kreativ- und Innovationsteams	58
12 Strategische Handlungsfelder der Innovation in Unternehmen	62
<b>2 PROZESSMODELLE DER KREATIVITÄT</b>	<b>66</b>
Creative Problem Solving	70
Design Thinking	74
Systematic Creative Thinking Process	78

<b>3 DIE DENKWERKZEUGE</b>	<b>82</b>
<b>Visionäres Denken</b>	<b>86</b>
Wunschdenken	88
Auswahlkriterien OMIPC	92
Zeitungsartikel aus der Zukunft	96
Storyboarding	100
Erfolgszonen	104
DRIVE	106
<b>Diagnostisches Denken</b>	<b>110</b>
6Ws	112
Status-Quo-Diagramm	116
Ressourcenanalyse	120
Beobachtungsleitfaden	124
Semantische Analyse	128
Customer-User-Stakeholder-Map	130
Storytelling	134
<b>Strategisches Denken</b>	<b>136</b>
Framework-Visualisierung	138
Personas	142
Standpunktformulierung	144
Fragenstarter	146
Netz der Abstraktion	150
SWOT-Analyse	154
Komponentenanalyse	158
Kraftfeldanalyse	162
<b>Denken in Ideen</b>	<b>164</b>
Techniken zur Ideenentwicklung – viele Wege führen zum Ziel	166
Brainstorming	168
Brainwriting	174
Verrückte-Ideen-Frage	178
Morphologischer Kasten	180
SCAMPER	182
Fluchtmethode	186
Erzwungene Verbindungen	188
Zwischenschrittmethode	192
Analogiebildung	196
Elementare Umformungen	200



Werkzeuge speziell zur Kundengewinnung	204
Four-Actions-Framework	208
Muster zur Geschäftsmodellentwicklung	212

## **Bewertendes Denken** **216**

Die Rolle der Intuition	218
Werkzeuge zum Ideen auswählen	220
COCD-Box	222
Auswahl von Bewertungskriterien	224
Bewertungsmatrix	228
2x2-Matrix	232
SRCRUM-Matrix	234
Paarweiser Vergleich	238
Werkzeuge zum Entwickeln von Lösungen	240
Prototyping	242
Proto-Case	244
Zen-Statements	246
Crazy 8	248
PPCO	250
NABC	254
Business Model Canvas	256

## **Kontextuelles Denken** **260**

Unterstützer und Hürden	262
Pre-Mortem	266
Stakeholder-Analyse	270
Assumption Testing Canvas	274

## **Taktisches Denken** **278**

Wie-Wie-Diagramm	280
Handlungsschritte entwickeln	282
Momentum-Matrix	286

## **4 ALLGEMEINE KONVERGIERENDE TOOLS** **289**

Teleskop-Methode	290
Cluster-Methode	294
Mind Mapping	298

## **5 WEITERE REFERENZEN UND LITERATUR** **302**