

Inhaltsverzeichnis

Die Herausgeberinnen	8
Claudia Rankers und Kerstin Rücker EINFÜHRUNG	11
Miriam Wohlfahrt VORWORT	13
Michael Oelmann VORWORT – ES KOMMT JETZT AUF ALLE AN, DIE ETWAS DRAUFHABEN	15
Prof. Dr. Yasmin Weiß DIE GROSSE KI-REVOLUTION AM ARBEITSMARKT – CHANCE ODER RISIKO FÜR FRAUEN?	17
Miki Yokohama INNOVATION IST VERANTWORTUNG – UND UNSERE BESTE CHANCE	22
Dr. Annika von Mutius und Dr. Larissa Leitner ALL THE GEAR, BUT NO IDEA – DER 7-PUNKTE-PLAN FÜR DEUTSCHE KI-SOUVERÄNITÄT	29
Claudia Rankers DIE INNOVATIONSKRAFT DER FINANZBRANCHE – PROFITIEREN SIE SCHON BEIM INVESTIEREN?	36
Kerstin Rücker VON DER IDEE ZUR WIRKUNG – ZUKUNFTSKOMPETENZEN ALS SCHLÜSSEL FÜR WIRKSAME INNOVATION	45
Dr. Kristin Kiri Trier DIE GRÖSSTE INNOVATION DER NACHHALTIGKEIT – UNSER DENKEN	53
Dr. Diana Taubert VON DER IDEE ZUR INNOVATION – WAS ES WIRKLICH BRAUCHT	61
Dr. Meriem Tazir und Dr. Maike Hora NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION – IMPULSE FÜR EINE ZUKUNFTSORIENTIERTE WERTSCHÖPFUNG	68
Dr. Kristina Wagner DIGITALE INNOVATION BIS IN DEN WELTRAUM – WIE SOFTWARE- UND KI-TECHNOLOGIEN DIE RAUMFAHRT IN ZUKUNFT PRÄGEN UND BEREITS HEUTE DIE ROBOTIK TRANSFORMIEREN	76

Prof. Dr. Andrea Tüttenberg	84
ES GEHT NICHT UM IDEEN. ES GEHT DARUM, IDEEN ZU VERWIRKLICHEN.	
Prof. Dr. Isabell Welp und Nadja Born	92
UNSICHTBARE INNOVATION – WARUM WIR FRAUEN SELTENER ALS INNOVATORINNEN WAHRNEHMEN	
Katrin J. Yuan	99
WIE INNOVATION ENTSTEHT UND WAS SICH IM ZEITALTER VON KI ÄNDERN WIRD	
Alexa Gorman	106
START-UPS – INNOVATIONSTREIBER DER WIRTSCHAFT IM 21. JAHRHUNDERT	
Dr. Ulrike Tagscherer	114
WENN BAUCHGEFÜHL INNOVATION VERHINDERT – WARUM FÜHRUNGSKRÄFTE UMLERNEN MÜSSEN	
Anna Sophie Herken	123
DIGITALE INNOVATION UND KI ALS MOTOR FÜR AFRIKA	
Svenja Lassen	130
INNOVATION BRAUCHT WEIBLICHE PERSPEKTIVEN	
Pia K. Pohlmann-Delbridge	139
RELEVANZ IM TECHNOLOGIEMARKT BEHALTEN DANK KONTINUIERLICHER INNOVATION	
Simona Deckers	145
INNOVATION – WER HEUTE HANDELT, FÜHRT MORGEN!	
Manuela Matz	153
INNOVATIONEN BRAUCHEN INFRASTRUKTUR	
Melanie Hackler	161
INNOVATION – „CREATED IN GERMANY“	
Astrid Kohlmeier	170
LEGAL DESIGN – INNOVATIONEN RUND UMS RECHT	
Natalie Kurz	179
DIE INNOVATION MENSCH	
Dr. Karolina Sauer-Sidor	188
INNOVATION IN DEN KLEINEN UND MITTLEREN UNTERNEHMEN	

Anke Brinkmann	196
ENERGIEBRANCHE IM UMBRUCH – INNOVATIVE LÖSUNGEN BRAUCHEN DIE RICHTIGEN KÖPFE	
Dr. Beatrix Förster	203
DIE ZUKUNFT DER GESUNDHEIT BEGINNT AUF UNSERER HAUT – BIOTECHNOLOGISCHE INNOVATION, WEIBLICHES UNTERNEHMERTUM UND DIE VERANTWORTUNG FÜR EINE GESÜNDERE WELT	
Dr. Anne Friebel	210
EIN PLÄDOYER FÜR MEHR MUT ZU WEIBLICHEM UNTERNEHMERTUM	
PD Dr. Claudia Jandeck	219
NETWORKING – „DIE AUGENCHIRURGINNEN E. V.“	
Dr. Karin von Bismarck	227
INNOVATION ALS PROZESS – WIE WEIBLICHE BEIRÄTE IHR UNTERNEHMEN NACH VORNE BRINGEN	
Sandra Babylon	236
BANKEN IM DIGITALEN DRSCHUNDEL – INNOVATION TRIFFT AUF REGULATORIK	
Daniela Grumbach	243
MOTIVATION ALS TREIBSTOFF FÜR INNOVATION – WARUM UNSER INNERER ANTRIEB ÜBER FORTSCHRITT ENTSCHIEDET	
Dr. Eva Elisa Schneider	252
MENTALE GESUNDHEIT – MUST-HAVE FÜR EINE MODERNE ARBEITSWELT	
Uli W. Fricke	259
VON DER VISION ZUR INVESTITION – WIE WIR INNOVATION FINANZIERBAR MACHEN	
Alexandra Altmann	268
INNOVATION DURCH IDEEN-IMPORT AUS AMERIKA – LESSONS LEARNED	
Ramona Swhajor	276
VON DER VERBINDUNG ZUR KREATION – DIE KRAFT DER COMMUNITY FÜR INNOVATION	
Katrin Turvey	284
MUTIGER VERKAUFEN – FÜNF HEBEL FÜR LANGFRISTIGEN VERTRIEBSERFOLG	

Sabine Mesletzky	292
JENSEITS DER KOMFORTZONE – WARUM INNOVATION DEN BLICK ÜBER DIE GRENZEN BRAUCHT	
Norma Demuro	299
KÖPFE VERNETZEN STATT WISSEN VERLIEREN – EINE INNOVATION FÜR ORGANISATIONEN	
Dr. Annabella Bassler und Lea Eberle	307
SICHTBARKEIT ALS LEADERSHIP CURRENCY – WIE EQUALVOICE MODERNE FÜHRUNG FÖRDERT	
Katharina Roehrig	315
MIT MUT, VISION UND MENSCHLICHER VERBUNDENHEIT ZUKUNFT GESTALTEN	
Nina Mühlens	323
DIGITALSCHOOLSTORY – WIE EINE LERNMETHODE EINE KONSUMIERENDE GESELLSCHAFT INNOVIERT	
Eva Klein	331
VOM LINEAREN ZUM MULTIDIMENSIONALEN COACHING – WIE PERSÖNLICHE TRANSFORMATION INNOVATION ERMÖGLICHT	
Beatrix Becker	340
INNOVATION IST VERÄNDERUNG – UND VERÄNDERUNG BEGINNT IM GESPRÄCH	
Dr. Sarah Müller	348
KUNDENZENTRIERTE INNOVATION – DAS PERFEKTE ZUSAMMENSPIEL AUS PRODUKTNEUHEITEN UND KUNDENWÜNSCHEN	
Sandra Becker	357
SCHNITTSTELLE ZWISCHEN KUNST UND INFORMATIK	
Ágnes Kovács	364
INNOVATION ALS CHANCE ZUR FÖRDERUNG DES ZUKÜNFTIGEN GESCHÄFTSERFOLGS IN CPG-MÄRKTEN	
Diana Bolle-Radszuhn und Anna Maria Krohn	373
MUTIG UND STARK – INNOVATION DURCH VERNETZUNG, VERTRAUEN, VERANTWORTUNG	
Daniela Mündler	382
CONSUMER DRIVEN IMPACT – DER UNTERSCHÄTZTE ZWILLING DER SPRUNGINNOVATION	

Alexandra Beran	389
DIE ZWEI „I“ — INTELLIGENZ UND INNOVATION ODER HOCHBEGABUNG, DIE UNERKANNT SUPERKRAFT	
Sara Kukovec	397
INNOVATION BEGINNT INNEN	
Tatsiana Akhrymenka	405
NACHHALTIGKEIT – TREIBER FÜR INNOVATIONEN IN UNTERNEHMEN UND GESAMTWIRTSCHAFT	
Kerstin Altgassen	412
ZUKUNFTSWIRTSCHAFT HEISST FÜR MICH INNOVATION UND INNOVATION HEISST FÜR MICH NACHHALTIGKEIT	
Unterstützer:innen	419
Kontakte	421
In der Reihe „Frauen schaffen Zukunft“ erschienen	422