

Vorwort

Kreativität ist von herausragender Bedeutung für die Lösung aktueller sozialer, ökonomischer und ökologischer Herausforderungen. Beispiele sind das wachsende soziale Ungleichgewicht, steigende Konkurrenz aus aufstrebenden Volkswirtschaften sowie der durch Treibhausgase verursachte Klimawandel. Individuen, Organisationen, Regierungen und die Gesellschaft sind folglich stetig gefordert, den Status Quo in Frage zu stellen und neuartige Produkte und Vorgehensweisen zu entwickeln.

Am Anfang jeder neuartigen Lösung steht ein Prozess – der kreative Prozess. Wer Kreativität verstehen, begünstigen und fördern will, muss zunächst diesen kreativen Prozess verstehen. In einem Vorwort zu einem vor wenigen Jahren erschienenen Buch schreibt Peter Senge: „A longtime mentor of mine once said that the greatest of all human inventions is the creative process, how we bring forth new realities. Understanding the creative process is the foundation of genuine mastery in all fields.“

In organisationalen Kontexten ist es häufig jedoch nicht so, dass ein Prozess einfach „kreativ“ ist. In der Regel ist er eingebettet in einen komplexeren Kontext; in Organisationen entfaltet Kreativität sich im Zusammenspiel mit administrativen und anderen „klassischen“ Aufgaben. Darüber hinaus sind nicht nur Individuen und Gruppen an diesem Prozess beteiligt, sondern auch Technologien. Das Ergebnis sind komplexe, sozio-technische Abläufe, deren Management eine Reihe organisatorischer, sozialer und technischer Herausforderungen mit sich bringt. Im vorliegenden Buch werden diese Abläufe als kreativitätsintensive Prozesse bezeichnet.

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Realität und von Faktoren wie Zeit, Kosten und Produktivität sind insbesondere Unternehmen mit der Frage konfrontiert, wie sich kreativitätsintensive Prozesse managen lassen, ohne dass die Kreativität verloren geht.

Von wem lässt sich dies besser lernen, als von denjenigen, die dies seit Jahrzehnten erfolgreich tun? In den vergangenen Jahren haben die Herausgeber dieses Buches eng mit der Fernseh- und Filmindustrie zusammengearbeitet, um zu verstehen, welche Herausforderungen sich beim Management kreativitätsintensiver Prozesse ergeben, welche Lösungen für diese Herausforderungen zur Verfügung stehen und wie kreativitätsintensive Prozesse in der Zukunft gestaltet und gemanagt werden können. Wichtige Ergebnisse dieser Zusammenarbeit werden in diesem

Buch vorgestellt. In Teil I wird dazu zunächst in zwei Beiträgen das Konzept des kreativitätsintensiven Prozesses erörtert. Teil II stellt Methoden zur Analyse, Verbesserung und Unterstützung kreativitätsintensiver Prozesse vor. Gegenstand von Teil III sind Softwaretools, um kreativitätsintensive Prozesse zu unterstützen. Dabei wird insbesondere auf die Rolle von Unternehmenssoftware, die Informationssuche und automatisierte Lösungen zur Prozessunterstützung eingegangen. Die Teile IV und V widmen sich schließlich konkreten Anwendungen in der Fernsehindustrie sowie in zwei anderen Bereichen (Forschung und Online-Branche). Insbesondere die Anwendung in anderen Bereichen geschieht vor dem Hintergrund unserer Intention, von der Film- und Fernsehindustrie zu *lernen*, so dass auch Organisationen anderer Domänen von so gewonnen Erkenntnissen profitieren können.

An dieser Stelle möchten wir allen Autoren herzlich für ihr Engagement bei der Erstellung der Beiträge und deren Integration in den Gesamtkontext danken. Weiterhin gilt unser Dank Herrn Dominic Breuker und Herrn Matthias Voigt, die uns mit Akribie und persönlichem Einsatz bei der Ausarbeitung und Zusammenstellung dieses Buches unterstützt haben. Herrn Rauscher von Springer-Verlag danken wir für die unkomplizierte Zusammenarbeit.

Wir hoffen, mit diesem Werk eine breite Leserschaft anzusprechen und einen Beitrag dazu zu leisten, dass Organisationen ihre kreativitätsintensiven Prozesse „besser“ managen können und dass so Kreativität weniger häufig verhindert und immer öfter gefördert wird.

Münster, Köln, Vaduz, im April 2011

Jörg Becker
Werner Schwaderlapp
Stefan Seidel

Management kreativitätsintensiver Prozesse
Theorien, Methoden, Software und deren Anwendung in
der Fernsehindustrie

Becker, J.; Schwaderlapp, W.; Seidel, S. (Hrsg.)

2012, X, 238 S. 73 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-21677-0