

Inhaltsverzeichnis

Teil I Theorie kreativitätsintensiver Prozesse

1 Management kreativitätsintensiver Geschäftsprozesse	3
Stefan Seidel	
2 Validierung und Erweiterung der Theorie des Managements kreativitätsintensiver Prozesse – eine Studie in der deutschen Fernsehindustrie	17
Marc Oliver Schwehm und Matthias Voigt	

Teil II Methoden zur Unterstützung kreativitätsintensiver Prozesse

3 Modellierung kreativitätsintensiver Prozesse – Methodische Unterstützung der Analyse und Dokumentation	39
Milan Karow und Dagmar Reul	
4 Das Ψ-Konzept: Ganzheitlicher Ansatz einer Potenzialberatung zur Steigerung der Innovationsfähigkeit von Medienunternehmen	71
Jacques Colman	

Teil III Software zur Unterstützung kreativitätsintensiver Prozesse

5 Mission Possible – Über die Einführung von Unternehmenssoftware in der Film – und TV-Branche	87
Joachim Knaf und Christian Hünemörder	
6 Informationen suchen, Inspiration finden – Semantische Suche im Kontext kreativer Prozesse	99
Carsten Hibbeler, Lars Koch, und Philipp Westrich	

7 Unterstutzung Kreativer Geschäftsprozesse durch Workflow Management und Groupware: Evaluation einer integrierten Software-Lösung	111
Michael Beysiegel, Oleksiy Vasylyev, und Dominic Breuker	
Teil IV Anwendungen in der Fernsehindustrie	
8 Dynamik und Wandel in der Medienindustrie – Ansätze zum Management kreativer Geschäftskonzepte in der digitalen Welt	133
Dominik Große Holtforth	
9 Ein Markt ist in Bewegung – Gedanken zur Ausbildung kreativer Producer in einer sich rasant verändernden Medienwelt	153
Axel Beyer	
10 Managementpraktiken für erfolgreiches Projektmanagement in kreativen Industrien – entwickelt am Beispiel der deutschen TV-Industrie	161
Katrin Bergener und Matthias Voigt	
11 Von der Idee zur Fernsehshow am Beispiel der Kocharena	185
Sabah Wahbe	
12 Schreiben ohne Ende – Bedingungen, Methoden und Konsequenzen gemeinsamer Autorenschaft in arbeitsteiligen Kreativittsprozessen	195
Julius Grtzke	
Teil V Anwendungen in anderen Bereichen	
13 Kreativität in IT-Forschungsprojekten – Charakterisierung und resultierende Handlungsanweisungen für das Projektmanagement	207
Jan vom Brocke und Sonia Lippe	
14 Kreativittsintensive Prozesse der Online-Branche	223
Timo Naumann	