

# Inhaltsverzeichnis

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

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

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

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

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