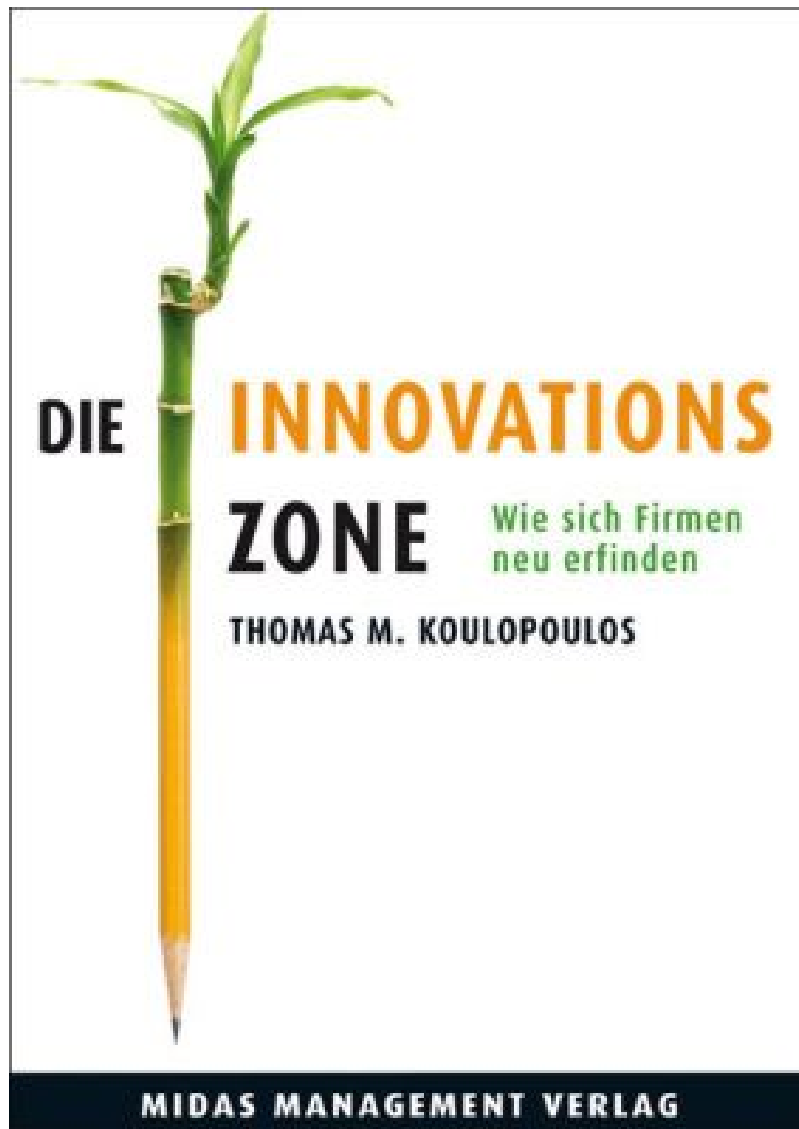


Die Innovations-Zone: Wie sich Firmen ständig neu erfinden

06.10.2010, 15:22 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Midas Verlag AG*

Presseagentur: *PPR – Preuß Public Relations*



Als Apple den iPod oder iTunes in die Welt setzte, wurden nicht bloss Produkte erfunden, sondern zugleich das Verhältnis der Menschen zu Musik und ihr Umgang damit für immer grundlegend verändert. eBay schuf nicht einfach einen Markt für Auktionen, sondern veränderte das Einkaufserlebnis und die Rolle des Gemeinschaftsgefühls. Dies sind Beispiele dafür, wie für viele Firmen das Konzept echter Innovationen zur treibenden Kraft ihres Erfolgs geworden ist.

Als langjähriger Berater und Branchen-insider gewährt Thomas Koulopoulos dem Leser in seinem Buch "Die Innovations-Zone" einen spannenden Blick hinter die Kulissen und präsentiert gleich Dutzende von Beispielen aus der Küche der weltweit innovativsten Firmen. Er zeigt dabei auf, dass hinter dem Glanz erfolgreicher Trends und Produkte weder Zufall noch Zauberei stecken, sondern harte konzeptionelle Arbeit und langfristige strategische Überlegungen. In einer klaren und eleganten Sprache stellt er die Methoden, Werkzeuge und Verhaltensweisen vor, die einer Firma helfen,

sowohl Marktwert als auch Kundennutzen markant zu erhöhen und sich langfristige Wettbewerbsvorteile zu sichern.

Ganz nebenbei räumt das Buch mit der traditionellen Vorstellung auf, wonach alles mit einer singulären Erfindung oder mit einem genialen Geistesblitz beginnt. Anhand eines von ihm entwickelten Modells, zahlreicher Fallstudien und erprobter Techniken zeigt Koulopoulos, dass Innovation nicht vom Himmel fällt, sondern für jede Führungskraft in Reichweite liegt, sofern sie bereit ist, eine Innovationszone zu schaffen, in der Ideen frühzeitig erkannt und systematisch ausgewertet werden.

Aus dem Vorwort des Autors: "Alle Organisationen haben einen bestimmten Lebenszyklus, und ohne bedeutende Veränderungen in der Führung und im Geschäftsmodell ist das Ergebnis mangelhafter Innovation im Geschäftsleben das gleiche wie in der Natur: Auslöschung."

Der Autor:

Thomas Koulopoulos ist Gründer und CEO der Delphi Group, einer Beratungsfirma, die sich auf Innovationsmanagement spezialisiert hat. Auf der Kundenliste stehen Firmen wie IBM, Pfizer, DuPont, HP, Toyota, Microsoft und andere. Zuvor war Tom K. leitender Direktor des weltbekannten Center of Business Innovation am Babson College und Leiter des Perot Systems Innovation Lab. Er hat bereits mehrere Bücher zum Thema Innovation publiziert und schreibt regelmässig für Forbes, BusinessWeek und CNN.

Das Buch:

272 Seiten, gebunden

Format: 14,5 x 21 cm

ISBN 978-3-907100-34-9, Euro 29.80 / CHF 44.00

Midas Management Verlag, St. Gallen und Zürich

Mehr Infos und Leseprobe unter: <http://bit.ly/Innovations-Zone>

Portrait

Die Midas Mediengruppe ist ein Informationsanbieter und -gestalter im Bereich Fachinformation Computer und Management. Sie hat ihren Sitz in Zürich und besteht aktuell aus den drei Verlagsbereichen Midas Computer, Midas Management und Midas Distribution. Als "all-in-one Verlag" will Midas seinen Kunden nicht bloß die nötigen Informationen in gedruckter und digitaler Form liefern, sondern darüber hinaus den individuellen Nutzen und die ständige Verfügbarkeit für die relevanten Zielgruppen maximieren.

News-ID: 473236 • Views: 242 (Stand: 30.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/473236/Die-Innovations-Zone-Wie-sich-Firmen-staendig-neu-erfinden.html>