



Kreatives Management

*Beiträge zum Ideen- und
Innovationsmanagement*

Wer ist die IDEE SUISSE®?

Die IDEE SUISSE® – Schweizerische Gesellschaft für Ideen- und Innovationsmanagement (Société Suisse pour la Création et l'Application d'Idees, Associazione Svizzera per la Creazione e l'Applicazione delle Idee, Swiss Society of Idea and Innovation Management) wurde am 29. Januar 1981 als unabhängiger und politisch neutraler Verein mit Sitz in Zürich gegründet.

Das Ziel der IDEE SUISSE® ist, Grundlagen des Ideen- und Innovationsmanagements gemeinsam mit praxisverbundenen und wissenschaftlichen Institutionen sowie mit Fachleuten aus Wirtschaft und Verwaltung zu erarbeiten.

Die IDEE SUISSE® tritt für eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein, versteht sich als ein Sammelbecken kreativer und innovativer Kräfte und ermöglicht die Umsetzung und die Realisierung innovativer Ideen durch aktuelle Formen der Aus- und Weiterbildung im Führungsbereich, insbesondere in Klein- und Mittelunternehmen (KMU).

IDEE SUISSE® = Mensch, Kreativität, Innovation, Zukunft.

IDEE SUISSE® = Das Netz für Innovationen.

Adresse: IDEE SUISSE®, Technopark, Technopark-Strasse 1, CH-8005 Zürich;

Tel.: ++41 (0)44 445 15 45 / Fax: ++41 (0)44 445 15 44

E-mail: info@idee-suisse.ch/Internet: www.idee-suisse.ch

- Band 1: Johansson, Björn
Kreativität und Marketing. Die Anwendung von Kreativitätstechniken im Marketingbereich. Zweite, überarbeitete und gekürzte Auflage. 1997. XVII + 269 S. ISBN 978-3-906755-36-6 br.
- Band 2: Thom, Norbert
Betriebliches Vorschlagswesen – Ein Instrument der Betriebsführung und des Verbesserungsmanagements. Sechste, überarbeitete und ergänzte Auflage. 2003. 228 S. ISBN 978-3-906761-66-4 br.
- Band 3: Hauser Eduard
Unternehmenskultur. Analyse und Sichtbarmachung an einem praktischen Beispiel. 1985. 184 S. ISBN 978-3-261-03500-4 br.
- Band 4: Deppe, Joachim
Qualitätszirkel – Ideenmanagement durch Gruppenarbeit. Darstellung eines neuen Konzepts in der deutschsprachigen Literatur. 1986. 138 S. ISBN 978-3-261-03612-4 br.
- Band 5: Appelt, Horst G. und Klingenburg, Erich F.W.
Erfolgreicher mit Kleingruppenarbeit. Leitfaden für Unternehmer und Führungskräfte. 1988. 206 S. ISBN 978-3-261-03833-3 br.
- Band 6: Hauser, Eduard
Innovation als Lernprozess in der Unternehmung. 1990. 198 S. ISBN 978-3-261-04169-2 br.
- Band 7: von Seemann, Nikolaus
Planung des persönlichen Vertriebs im Pharmamarketing. Mit einem Vorwort von Professor Dr. Armin Seiler. 1995. 192 S. ISBN 978-3-906753-12-6 br.
- Band 8: Etienne, Michèle
Grenzen und Chancen des Vorgesetztenmodells im Betrieblichen Vorschlagswesen. Eine Fallstudie. 1997. 155 S. ISBN 978-3-906757-40-7 br.
- Band 9: Kropf, Beat
Schweizer Führungskräfte in interkulturellen Führungssituationen. Wahrnehmung und Erfolgsrelevanz unterschiedlicher Managementformen. 1998. XVII + 225 S. ISBN 978-3-906759-72-2 br.
- Band 10: Di Renzo, Stefano
Diagnose und Beeinflussung des Innovationsklimas. Entwicklung eines Diagnoseinstrumentariums und Fallstudien. 2000. XXV + 438 S. ISBN 978-3-906764-82-5 br.
- Band 11: Matsuo, Makoto
The Role of Internal Competition in Knowledge Creation. An Empirical Study in Japanese Firms. 208 S. ISBN 978-3-03910-595-3 pb.
- Band 12: Thom, Norbert & Piening, Anja
Vom Vorschlagswesen zum Ideen- und Verbesserungsmanagement. Kontinuierliche Weiterentwicklung eines Managementkonzeptes. 2009. XXII + 237 S. ISBN 978-3-0343-0321-7 br.

- Band 13 Böhme, Olaf J. & Hauser, Eduard (Hrsg.)
Innovationsmanagement. Erkennen und Überwinden von Innovationsbarrieren. 2011. 269 S.
ISBN 978-3-0343-0066-7 br.
- Band 14 Dirlewanger, Arno
Innovation der Innovation. Vom Innovations-Management zum Science & Fiction-Management. 2016. 249 S.
ISBN 978-3-0343-2053-5 br.