

Mario Pricken

Die Aura des Wertvollen

Produkte entstehen in Unternehmen, Werte im Kopf. 80 Strategien

Publicis, 2014, 252 Seiten, 100 zweifarbige Illustrationen, gebunden
ISBN 978-3-89578-438-5, 39,90 €

Der Inhalt

Mario Pricken hat mehr als 300 Produkte, Objekte und Ereignisse über deren gesamten Lebenszyklus hinweg sorgfältig analysiert, um in seinem neuen Buch erstmals jene Muster offenzulegen, die Dinge besonders wertvoll machen. Dabei hat er 80 Parameter identifiziert, die sich zum Beispiel in den Biografien wertvoller Autos, Uhren, Genussmittel, Designermöbel, Kunstwerke oder Dienstleistungen wiederfinden – etwa Elemente der Einzigartigkeit, der Verknappung, der Wirkung von Zeit oder inszenierter Übergaben. Zudem bietet das Buch einen umfassenden Fragenkatalog als Trigger für eigene Ideen, um Produkten jene Aura zu verleihen, die Begehren auslöst.

„Die Aura des Wertvollen“ ist gleichzeitig ein Innovationsbuch für kreative Vordenker aus Produktentwicklung, Marketing, Design, Events oder der Kunst sowie Lesestoff für diejenigen unter uns, die wertvolle Dinge schätzen und verstehen wollen, was diese Produkte zu etwas Besonderem macht. Es zielt auf Intuition und Verstand, ist zugleich inspirierend und unterhaltsam und bietet uns eine völlig neue Perspektive auf das Erschaffen, Vermarkten und den Erwerb besonders begehrter Produkte.

Dieser Reisebegleiter durch die Welt wertvoller Produkte und Objekte

- öffnet anhand von Beispielen aus Wirtschaft, Kunst und Religion sowie vielen Illustrationen den Blick für die grundlegenden Parameter, die unabhängig von Branchen, Produktgruppen, Zeiterscheinungen oder Kulturen Wert erzeugen und Produkte „glänzen“ lassen.
- lässt sich als Analysewerkzeug nutzen, um die „Wert-DNA“ von Produkten zu bestimmen.
- lädt mit vielen Denkstrategien dazu ein, neue Ideen zu entwickeln, um Produkte mit Wert aufzuladen.
- weist Profis mit dem 4D-Innovationsprozess einen Weg zur praktischen Anwendung der Werteparameter.

Der Autor

Mario Pricken zählt zu den international gefragtesten Experten, wenn es um die Themen Kreativität sowie Strategieentwicklung und Innovation geht. Denn Pricken hat Kreativität – wie es sich für einen echten Kreativen gehört – nicht „gelernt“, sondern neu gedacht, für seine Kunden wie auch in seinen international erfolgreichen Büchern. Sein in sieben Sprachen erschienener Bestseller „Kribbeln im Kopf“ wurde seit 2001 mit mehr als 130.000 verkauften Exemplaren zum international anerkannten Standardwerk. Mit „Visuelle Kreativität“ und „Clou“ folgten weitere Erfolgstitel.

Gemeinsam mit Europas größter Forschungseinrichtung, der Fraunhofer-Gesellschaft Deutschland, entwickelte Mario Pricken in den letzten Jahren neue Innovationsprozesse für Forscher und Ingenieure, zusätzlich unterrichtete er als Universitätslektor an der Universität für angewandte Kunst in Wien. Als Innovation Director arbeitet er mit internationalen Unternehmen, namhaften Agenturen und Designfirmen.

www.mariopricken.com

Der Verlag

Publicis Publishing, Nägelsbachstraße 33, 91052 Erlangen, www.publicis-books.de, publishing-distribution@publicis.de, Tel. +49 9131 9192 511