

*Eliyahu M. Goldratt*  
**Das Ziel – Teil II**

*Die Fortsetzung des Weltbestsellers*

Aus dem Englischen von Petra Pyka

2008, 2. Aufl., geb., 264 Seiten

EUR 24,90/EUA 25,60/SFR 44,00

ISBN 978-3-593-38617-1

**Erscheinungstermin/Sperrfrist: 17. Januar 2008**

**In dem erfolgreichen und aufregenden Wirtschaftsroman *Das Ziel* muss Manager Alex Rogo in kürzester Zeit die Produktion seines Unternehmens optimieren. Nicht minder spannend ist *Das Ziel – Teil II*, in dem Alex in einem erneuten Wettlauf gegen die Zeit effektive Marketinglösungen findet.**

Alex Rogo ist Leiter der diversifizierten Unternehmen von UniCo. Der bevorstehende Abschied seines Chefs Granby ermuntert dessen Gegner, die Strategie der Diversifizierung anzugreifen – mit dem Ergebnis, dass Alex' Unternehmen abgestoßen werden sollen. Alex und seine Firmenleiter müssen alle Hebel in Bewegung setzen, um die Unternehmen und sich selbst nicht unter Wert zu verkaufen. Im Kampf um die richtige Strategie und um Arbeitsplätze sieht Alex seine Chance darin, den Wert der Unternehmen in kurzer Zeit deutlich zu steigern – ohne dabei Geld auszugeben. Alex sucht die Lösung in innovativem Marketing.

Es gelingt Alex und seinen Mitstreitern, die Absatzzahlen der Unternehmen durchschlagend zu steigern. Sie erreichen dies durch genau auf Kundenwünsche zugeschnittene Produkte in Verbindung mit entsprechenden Dienstleistungen. Die Methoden und Instrumente dürften Goldratt-Fans bereits bekannt sein, wie etwa die logische Problemanalyse mit Hilfe des »Logikbaums«. Mit diesen Mitteln gelingt es Alex Rogo übrigens auch, den konstruktiven Dialog mit seinen halbwüchsigen, rebellischen Kindern wieder in Gang zu bringen...

Wie alle Wirtschaftsromane von Eliyahu Goldratt bietet *Das Ziel II* eine unterhaltsame und spannende Vermittlung von Fachwissen. Schwerpunkt ist ein weiterführender Ansatz im Marketing: die Theorie der aktiven Marktsegmentierung, die eine effiziente Grundlage für betriebliche Revolutionen ist.

**Der Autor**

Dr. Eliyahu M. Goldratt ist Autor und Managementberater. Seine »Theory of Constraints« ist eine der innovativsten Managementmethoden der letzten Jahre, und seine Wirtschaftsromane sind internationale Bestseller. Im Campus Verlag erschienen *Das Ziel* (4. Aufl. April 2008), *Das Ergebnis* (2001) und *Die Kritische Kette* (2002).

**Kontakt**

Margit Knauer, 069-976516-21, knauer@campus.de

Kathrin Franz, 069-976516-25, franz@campus.de

Campus Verlag GmbH  
Presseabteilung  
Kurfürstenstraße 49  
60486 Frankfurt/Main  
Tel. 069 976516-20  
Fax 069 976516-78  
presse@campus.de  
www.campus.de