

☆☆☆☆ herausragend    ☆☆☆ gut    ☆☆☆ zweckmäßig    ☆☆ mäßig    ☆ schlecht

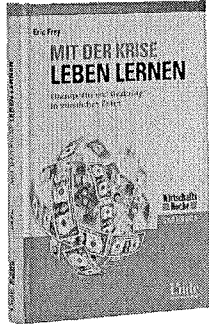
# Rezensionen

## Mit der Krise leben lernen

Eric Frey, 2009, 272 Seiten, gebunden  
24,90 Euro, Linde Verlag  
ISBN: 978-3-7093-0260-6  
WA-Bestell-Nr. 200918

☆☆☆☆

Noch immer hat die Wirtschaftskrise die Welt im Griff. Doch warum ist das eigentlich so? Wer ist dafür verantwortlich? Waren tatsächlich nur die Banker die „bösen Buben“. Der Journalist Eric Frey geht in in diesem Buch der Frage nach, wer wirklich verantwortlich ist. Dabei weist er auf Probleme hin, die innerhalb und außerhalb des Marktes liegen. Der Autor zeigt auch Szenarien auf – „Was wäre, wenn?“. Spannend für alle, die mehr über die Krise wissen wollen. *(may)*

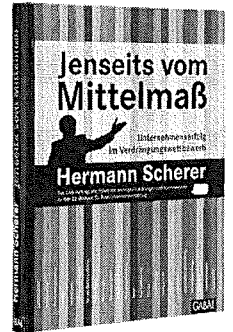


## Jenseits vom Mittelmaß

Hermann Scherer, 2009, 352 Seiten,  
4-farbig, 49,90 Euro, Gabal-Verlag  
ISBN 978-3-89749-910-2  
WA-Bestell-Nr. 200919

☆☆☆☆

Das Mittelmaß prägt heute viele Firmen: Sie bieten ein Produkt oder eine Dienstleistung, die viele andere Unternehmen auch bieten. So erhalten Kunden Durchschnittsprodukte zu Durchschnittspreisen. Diese Strategie – so Hermann Scherer – führt im Verdrängungswettbewerb ins Abseits. Leser finden in „Jenseits vom Mittelmaß“ Wege aus der „toten Mitte“. Marketingexperte Scherer entzündet ein Feuerwerk von Ideen rund um Produkte, Märkte und Verkaufsstrategien. *W. Tenber*



## Handbuch Werbetext

Jörn Winter, 3., erweiterte Auflage, 417 Seiten, mit farbigen  
Abbildungen, 78,00 Euro, Deutscher Fachverlag  
ISBN 978-3-86641-146-3  
WA-Bestell-Nr. 200920

☆☆☆☆

Das Buch spannt den Bogen von der strategisch-analytischen Arbeit des Texters bis hin zum späteren Kampf um das treffende Wort. 22 renommierte Experten berichten in diesem Handbuch von ihren Erfahrungen und geben einen Überblick über den Werbetext in all seinen unterschiedlichen Arten, Formen und Facetten. Damit ist das Buch nicht nur für Einsteiger geeignet, sondern liefert auch Werbe- und Marketing-Fachleuten eine Menge Stoff zum Nachdenken.



## Bilanzen lesen leicht gemacht

Hans-Jürgen Probst, 2. Auflage 2007, kartoniert,  
248 Seiten, 19,90 Euro, Redline-Wirtschaft  
ISBN: 978-3-636-01283-8  
WA-Bestell-Nr. 200921

☆☆☆☆

Bilanzen können viel über ein Unternehmen aussagen – oder auch gar nichts. Das liegt immer am Betrachter selbst. Wie werden Bilanzen erstellt? Was muss wie gelesen werden? Hans-Jürgen Probst hat das Thema systematisch und gut geordnet angefasst. Bilanzen lesen leicht gemacht gibt einen Einblick in die Bilanzen und greift auch das Thema der internationalen Rechnungslegung (IFRS) auf. Für Eilige gibt es sogar einen Schnellkurs. Spannend: Probst gibt auch einen Einblick in die Bilanzanalyse und Auswertung. *(may)*



## Bestell-Coupon

### Verlag Wirtschaft aktuell

Boschstraße 1  
48703 Stadtlohn

Fax 0 25 63 / 929-900

Name: \_\_\_\_\_  
 Straße: \_\_\_\_\_  
 PLZ/Ort: \_\_\_\_\_  
 Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_  
 Ich zahle bequem:     Gegen Nachnahme     Bankeinzug  
 Bankverbindung: \_\_\_\_\_  
 BLZ: \_\_\_\_\_ Kto.-Nr.: \_\_\_\_\_

Menge	Titel	Bestell-Nr.	Preis	Menge	Titel	Bestell-Nr.	Preis
	Neukunden mit System	200915	54,90 €		Jenseits vom Mittelmaß	200919	49,90 €
	Günter, der innere Schweinehund wird...	200916	25,90 €		Handbuch Werbetext	200920	78,00 €
	Facebook, YouTube, Xing und Co.	200917	24,90 €		Bilanzen lesen leicht gemacht	200921	19,90 €
	Mit der Krise leben lernen	200918	24,90 €	Zzgl. 3,- € Porto + 3,- € Verpackungskosten			

Bücher / CDs sind vom Umtausch ausgeschlossen.