



## EXISTENZGRÜNDUNG – BUSINESSPLAN & CHANCEN

Von Jürgen Arnold

Das Buch beschreibt in den Existenzgründerthemen die Bedeutung des Businessplans als Dokument und Wegbegleiter einer Idee hin zu einem neuen Unternehmen. Der Leser erfährt nicht nur, wie ein Unternehmenskonzept gegliedert ist, was hineingehört und was wegbleiben kann, sondern auch, wie er dieses noch aufwerten kann.

■ 315 Seiten, UVIS Verlag, Burgrieden, ISBN 978-3-938684-08-5, Preis: 34,00 Euro.



## STAMM 2009 – LEITFADEN DURCH PRESSE UND WERBUNG

Über 27.000 Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und Fernsehsender mit detaillierten Angaben zu den Medien und Redaktionen erfasst diese aktuelle Ausgabe. Es finden sich außer den Adressen der Medien und Verlage auch die Kontaktdaten der Ansprechpartner in Verlagen, Anzeigenabteilungen und Redaktionen.

■ Über 2.000 Seiten, 62. Auflage, Stamm Verlag, Essen 2009, ISBN 978-3-87773-045-4, Preis: 145 Euro.

## MACHT SCHLAGZEILEN!

Von Christian Maria Fischer

Werbung und PR lebt von guten Ideen. Denn je origineller die Kampagne, je einzigartiger die Nachricht, desto größer das Echo in den Medien. In diesem Buch sind 1000 PR-Ideen gesammelt, mit denen Firmen Schlagzeilen gemacht haben, wodurch Kunden neugierig wurden. Es ist nach 15 Themenfeldern und 145 Kategorien geordnet und dient als Nachschlagewerk.

■ 430 Seiten, Gabal Verlag, Offenbach 2009, ISBN 978-3-89749-919-5, Preis: 24,90 Euro.



## 30 MINUTEN...

- ... zur Bewältigung der Informationsflut von John Caunt (ISBN 978-3-89749-041-2): Lesen Sie, wie Sie den täglichen Papierstapel bewältigen, Wichtiges von Unwichtigem trennen, Informationen so ablegen, dass Sie sie jederzeit problemlos wiederfinden und langfristig den Informationsstrom spürbar eindämmen;

- ... für Ihre Selbstmotivation von Rolf Meier (ISBN 978-3-89749-658-3): Lesen Sie, wie Sie zum Beispiel mit Disziplin und Begeisterung einfach mehr aus einer Sache herausholen und wie Sie höchstmotiviert größere Erfolge schaffen;

- ... für effektives Suchmaschinenmarketing von Cornelia und Sibylle Klem (ISBN 978-3-89749-817-4): Lesen Sie, wie Sie Kunden gezielt ansprechen, wenn sie aktiv suchen und welche Methoden des Suchmaschinenmarketings es gibt.

■ Jeder Band 80 Seiten, Gabal Verlag, Offenbach, Preis: 6,50 Euro.

## HANDBUCH LÄNDERRISIKEN 2009: AUSLANDSMÄRKTE AUF EINEN BLICK

Wie stark leiden die einzelnen Staaten weltweit unter der Krise? Wie reagieren Unternehmen auf Vermögensverluste, Nachfrageschwäche und Preisverfall? Wie entwickeln sich Geschäftsumfeld und Risiken? Welche Märkte gehen gestärkt an den Neustart der Weltwirtschaft? Was ist bei Auslandsgeschäften zu beachten? Wertvolle Orientierungshilfen im internationalen Handel liefert dieses Handbuch.

■ 560 Seiten, F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, Frankfurt 2009, ISBN 978-3-89981-722-5, Preis: 98 Euro.



## PRAXISLEITFADEN PRODUKTSICHERHEITSRECHT

Von Volker Krey und Arun Kapoor

CE-Kennzeichnung, Geräte- und Produktsicherheitsgesetz, Gefahrenanalyse, Benutzerinformation, Konformitätsnachweis und Produkthaftung – zu diesen Themen bietet das Buch einen Leitfaden und gibt Informationen, um ein unter Sicherheitsgesichtspunkten rechtskonformes Produkt in Verkehr zu bringen.

■ 338 Seiten, Hanser Verlag, München, ISBN 978-3-446-22831-3, Preis: 49,90 Euro.



## WERBUNG IN DEUTSCHLAND 2009

Wo liegen die Ursachen der Werbeschwäche? Wie sind die Perspektiven des deutschen Werbemarkts nach Jahrzehnten überwiegend des Aufschwungs? Die aktuelle Situation dieses Themas vermittelt die Jahresstudie des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft. Hier werden die Ausgaben für Werbung, deren Anteil am Bruttoinlandsprodukt, die Netto-Werbeinnahmen der Medien und deren Marktanteile sowie die Position des deutschen Werbemarkts in Europa und der Welt dargestellt.

■ 550 Seiten, Verlag edition ZAW, Berlin 2009, ISBN 978-3-931937-45-4, Preis: 16 Euro.

## WIRKUNGSANALYSE GROSSER INNERSTÄDTISCHER EINKAUFSCENTER

Von Junker, Kühn, Nitz, Pump-Uhlmann

Einkaufszentren förderlich oder schädlich für Innenstädte? Auf die Ausgestaltung kommt es an. Die Difu-Studie untersucht im Rahmen einer breit angelegten Wirkungsanalyse vor allem die Folgen großer Einkaufszentren für den innerstädtischen Einzelhandel. Die Studie enthält Empfehlungen zum angemessenen Umgang mit Center-Ansiedlungen.

■ 240 Seiten, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin 2008, ISBN 978-3-88118-461-8, Preis: 35 Euro.

## MARKETING-ATTACKE

Von Stefan Gottschling (Hrsg.)

Das Buch gibt über 200 Expertentipps, unter anderem zu den folgenden Marketing-Themen: Verkäufe messbar steigern, Anzeigen, Briefe, Kataloge und Pressearbeit optimieren, Angebote erfolgreicher formulieren. Außerdem liefert es Informationen zu E-Mail-Marketing, Usability, Weblogs und Suchmaschinen, Rundfunk-Marketing, Konsumentenpsychologie, Database, Messen und Meetings.

■ 2. Auflage, SGV Verlag, Augsburg 2009, ISBN 978-3-9811027-4-1, Preis: 26,90 Euro.



## ENTE ODER ADLER

Von Ardeschyr Hagmaier

Der Unterschied zwischen einer Ente und einem Adler ist die Perspektive, aus der heraus sie die Welt, die Probleme und die Chancen betrachten. Die Ente blickt selten über ihren Teichrand hinaus, der Adler zieht majestätische Kreise und genießt seine Freiheit. In 52 Geschichten und Bildern zeigt der Autor, wie es gelingen kann, für den Adler in uns die richtige Thermik zu finden, um uns weit über alles emporzuheben und vom Problemsucher zum Lösungsfinder zu werden.

■ 192 Seiten, Gabal-Verlag, Offenbach 2008, ISBN 978-3-89749-591-3, Preis: 24,90 Euro.

