

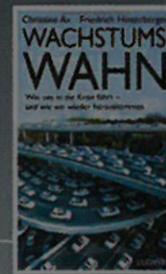
Lesezeichen

Bücher mit Mehrwert

WIRTSCHAFTSBESTSELLER

1. (2) **ANDREAS SALCHER**, Erkenne dich selbst und erschrick nicht. *Ecwin*, 19,95 Euro
2. (6) **SIMON SINGH**, Homers letzter Satz. Die Simpsons und die Mathematik. *Hanser*, 22,10 Euro
3. (5) **RICHARD DAVID PRECHT**, Wer bin ich – und wenn ja, wie viele? Illustrierte Geschenkausgabe. *Goldmann*, 25,70 Euro
4. (1) **RUDOLF TASCHNER**, Die Zahl, die aus der Kälte kam. Wenn Mathematik zum Abenteuer wird. *Hanser*, 20,50 Euro
5. (3) **HOLM FRIEBE**, Die Stein-Strategie. Von der Kunst, nicht zu handeln. *Hanser*, 15,40 Euro
6. (4) **MALCOLM GLADWELL**, David und Goliath. Die Kunst, Übermächtige zu bezwingen. *Campus*, 20,60 Euro
7. (7) **MICHAEL J. SANDEL**, Gerechtigkeit. Wie wir das Richtige tun. *Ullstein*, 22,70 Euro
8. (8) **ROBERT GREENE**, Perfekt! Der überlegene Weg zum Erfolg. *Hanser*, 25,60 Euro
9. (9) **GERALD GROSS**, Making News. Hinter den Kulissen der TV-Nachrichten. *Kremayr & Scheriau*, 22 Euro
10. (10) **ALAN WEISMAN**, Countdown. Hat die Erde eine Zukunft? *Piper*, 25,70 Euro

Quellen für Bestenliste: Wien: Morawa, Manz, Management Book Service, Facultas Universitätsbuchhandlung; Linz: Thalia, Bücherecke Auhof; Innsbruck: Wagnersche Universitätsbuchhandlung, Salzburg: Rupertus. Die Werte in Klammern beziehen sich auf das Ranking des Vormonats.



FÜR SIE GELESEN

Es ist eine der bislang umfassendsten Streitschriften aus der Ecke der Wachstumsskeptiker geworden – und eine der persönlichsten. Denn Christine Ax und Friedrich Hinterberger vom Wiener SERI-Institut widmen sich nicht nur der Zeit zwischen Wirtschaftswunder und den kaum mehr vorhandenen Wachstumsraten von heute. Sondern sie verknüpfen ihr Plädoyer für mehr Lebensqualität durch weniger Konsum und Arbeit mit vielen Beispielen aus ihrem eigenen Alltag. Kenner der Materie mögen das verzichtbar finden, Neulinge erhalten dadurch aber wertvolle Denkanstöße, die ihnen den Abschied vom Fetisch endlosen Wachstums leichter machen dürften.

Christine Ax, Friedrich Hinterberger
WACHSTUMSWAHN

368 Seiten, Ludwig, 18,50 Euro
trend-Wertung: ●●●●●

Buchtipp von Sabine Herlitschka

Vorstand Infineon Austria

„Das Buch ‚The Advantage‘ ist mir vor einem Jahr in Washington aufgefallen. Jetzt liegt die deutsche Erstausgabe vor. Auf den Punkt gebracht, meint der Autor, er habe in seiner langjährigen Praxis kaum eine Organisation erlebt, in der fehlende intellektuelle Kapazität an der Spitze ein Manko darstellt, aber viele Fälle, wo brillante Köpfe die Organisation ins Desaster führen. Wie ist das möglich? Jede erfolgreiche Organisation muss über zwei Qualitäten verfügen: Sie muss smart und vital sein. Smarte Organisationen sind gut in den klassischen Disziplinen, vitale erkennt man an offenen Diskussionen, fehlenden Machtkämpfen, hoher Arbeitsmoral und Produktivität. Ein Großteil der Managementtheorie konzentriert sich auf die „smarte“ Seite. Aber gleicht das nicht jemandem, der einen verlorenen Haustorschlüssel unter der Straßenlaterne sucht? Nicht, weil er ihn dort verloren hätte, aber weil es im Licht leichter ist zu suchen. Dieses Buch versucht in die Ecken zu schauen, wo der Schlüssel tatsächlich liegt. Einfach, wohltuend pragmatisch und doch nicht trivial.“



Patrick M. Lencioni
„Der Vorteil“,
225 Seiten, Wiley, 25,70 Euro



EMPFEHLUNGEN

Für Wolfgang Frick gibt es drei wichtige Gründe, warum Marketing scheitern kann: mangelnde Kenntnis des Markenkerns, Marketing-Ausgaben, die nicht als Investition, sondern nur als Kosten gesehen werden und eine nicht langfristig angelegte Markenführung. Mit seinem Buch, das viele praktische Beispiele enthält, will er seine Branchenkollegen dabei unterstützen, ihre Marke wieder fit zu kriegen.

Wolfgang Frick
KUNSTFEHLER IM MARKETING

240 Seiten, Bucher, 25,20 Euro
trend-Wertung: ●●●●●



Nörgler, Zyniker oder Angeber – sie alle können uns den Joballtag gehörig verderben. Wer mit einer Nervensäge zu kämpfen hat, findet Rat bei den beiden Autorinnen. Sie charakterisieren die unterschiedlichen Typen und erklären, mit welchen Strategien sie sich am besten zähmen lassen, je nachdem, mit wem man es zu tun hat: dem Chef, dem Kollegen, dem Kunden. Angereichert ist das Buch mit psychologischen Grundlagen.

Gabriele Cerwinka, Gabriele Schranz
NERVENSÄGEN

216 Seiten, Linde, 19,90 Euro
trend-Wertung: ●●●●●