

Buchrezensionen



Günter Hofbauer, Sabine Bergmann
Professionelles Controlling in Marketing und Vertrieb
Publicis Publishing, Erlangen 2013, 366 Seiten, € 49,90, ISBN: 978-3-89578-417-0

Kernthese

Ein integrierter Ansatz für die Steuerung von Marketing und Vertrieb hilft, den Unternehmenserfolg zu steigern.

Nutzen für die Praxis

Ein umfassendes Verständnis für die Zusammenhänge eines gemeinsamen Controllings von Marketing und Vertrieb und dessen Erfolgsdeterminanten.

Abstract

Die Autoren verfolgen einen integrierten Ansatz für ein gemeinsames Controlling von Marketing und Vertrieb. Zum einen werden die Aufgaben und Methoden des Controllings umfassend und praxisorientiert dargestellt und zum anderen die Ziele und Zusammenhänge zu Marketing und Vertrieb aufgezeigt. Zahlreiche Werkzeuge, Kennzahlen und Checklisten ergänzen das Werk. *Isabel Kiely*



ISF Christoph Burmann, Verena König, Jörg Meurer (Hrsg.)
Identitätsbasierte Luxusmarkenführung
Springer Gabler, Wiesbaden 2012, 340 Seiten, € 49,95, ISBN 978-3-8349-4059-9

Kernthese

Bei der Führung von Luxusmarken werden noch nicht alle Erfolgspotenziale ausgeschöpft.

Nutzen für die Praxis

Wie Luxusmarkenführung anhand des Konzepts der identitätsbasierten Markenführung effizient und umfassend ausgeschöpft werden kann.

Abstract

Auf Basis aktueller Herausforderungen im Luxusmarkt liefert das Buch Einblicke in die erfolgreiche Luxusmarkenführung anhand zahlreicher Praxisbeispiele. Die Autoren stellen die Grundlagen und Strategien der identitätsbasierten Luxusmarkenführung sowohl aus wissenschaftlicher Perspektive als auch aus Praxissicht vor. Der letzte Teil des Buchs befasst sich mit dem Controlling des Luxusmarkenmanagements. *Isabel Kiely*



ISF Christopher M. Schmidt (Hrsg.)
Optimierte Zielgruppenansprache
Springer VS, 221 Seiten, Wiesbaden 2013, € 39,95, ISBN 978-3-531-19492-9

Kernthese

Die Kommunikationsgestaltung in der Wirtschaft ist in Bezug auf die Zielgruppenansprache in den verschiedenen Medien optimierungsfähig.

Nutzen für die Praxis

Anregungen zur Systematisierung und Optimierung der Kommunikationsgestaltung im internationalen Wirtschaftsalltag.

Abstract

Die Autoren untersuchen, wie zielgruppenspezifische Kommunikation optimiert werden kann. In Analysen von Geschäftsberichten, Pressemitteilungen sowie in Studien aus den Bereichen CSR-Kommunikation, Tourismus-Marketing, Location-Based Services, Guerilla-Marketing und Sportsponsoring arbeiten sie die aktuellen Gestaltungsbedingungen innerhalb verschiedener Medien und anhand kulturvergleichender Beispiele heraus. *Isabel Kiely*