



## Buchtipps

**Reputation ist heute** oft eine härtere Münze als Liquidität. Jede Rufmordattacke kann zu einer bedrohlichen Situation führen. Im Buch „Rufmord im Internet“ zeigt Christian Scherg, Geschäftsführer der Revolvermänner GmbH, wie sich Unternehmen dagegen wehren können. Der Online-Strategieentwickler empfiehlt, auf rufschädigende Inhalte im Netz möglichst schnell zu reagieren, bei Botschaften aber darauf zu achten, dass nach außen kommunizierte Werte im Betrieb auch tatsächlich gelebt werden. ← **Ambition Verlag, Köln 2011, 200 Seiten, 29,99 Euro, ISBN 978-3942821018**



**Das neue Buch „Der Verhandlungsprofi“** bringt sofort anwendbare Werkzeuge und Techniken auf den Punkt, um im Geschäftsleben ein exzellenter Verhandler zu werden. Diese unterstreicht Autor Martin Dall auch durch Praxisbeispiele. Zudem lehrt er Leser, wie sie unfaire Verhandlungstricks erkennen und abwehren. Zu bestellen ist das Buch beim Linde Verlag oder online unter [www.wiwo-shop.de/88/pid/3422/Der\\_Verhandlungs-Profi.htm](http://www.wiwo-shop.de/88/pid/3422/Der_Verhandlungs-Profi.htm) ← **Linde Verlag, Wien 2011, 280 Seiten, 24,90 Euro, ISBN 978-3709303351**



## Kompass führt durch Versicherungsbranche

**Die Mehrheit der deutschen Versicherer** prognostiziert für die Assekuranzbranche bis zum Jahr 2014 ein Wachstum mit angezogener Handbremse. Exakt 58 Prozent beantworteten so die aktuelle Entscheiderbefragung für den „Branchenkompass 2011 Versicherungen“ von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem FAZ-Institut. Zwar erwarten viele Befragte, dass die Assekuranz von der insgesamt guten Konjunkturlage profitiert. Gegenwärtig fehlen der Branche jedoch starke Wachstumstreiber. Deshalb rechnen nur 17 Prozent der Versicherer damit, dass sich die Assekuranz bis 2014 besser entwickeln wird als die Gesamtwirtschaft. Als größte Herausforderung für das eigene Unternehmen wird am häufigsten die Vorbereitung auf gesetzliche Änderungen genannt (38 Prozent). Als neue Aufgabenstellung ist die schwierige Kapitalmarktsituation hinzugekommen. Jedem fünften Versicherer bereitet sie Sorge. ←

[www.steria-mummert.de](http://www.steria-mummert.de)



## Werbeforscher präsentieren großes Kino

**Mit einem Plus von 24 Prozent** gegenüber dem Vorjahr setzt das Kino seine Erfolgsgeschichte im ersten Halbjahr 2011 fort. Nach Angaben von Nielsen Media Research kann nur Online noch höhere Zuwachsraten bei den Brutto-Werbependings verzeichnen. Schon die Nielsen-Studie „Kino Box Office Insights 2010“ hatte kürzlich ermittelt, dass der Bruttowerbedruck in den deutschen Lichtspielhäusern im vergangenen Jahr erstmals seit drei Jahren wieder angestiegen war. Insbesondere große Blockbuster und 3-D-Filme zogen die Besucher vor die Kinoleinwand und beschäftigten die Kinofans noch weit darüber hinaus bei Online-Diskussionen in Social Media. Das hohe Nutzerengagement, die zukunftssträchtigen und populären Technikinnovationen und die Wiederentdeckung der Kinos durch Werbungtreibende prägten die aktuelle Kinolandschaft, so Nielsen. Zusätzliche Impulse für das laufende Jahr versprechen sich Branchenexperten von einem starken Kinobesuch im Vorweihnachtszeitraum: „Allein im November und Dezember starten sechs Filme, die das Zeug zum Millionen-Seller haben“, sagt Geschäftsführer Udo Schendel von „Werbe Weischer“. Darunter „Shrek“ und „Mission Impossible“. ←

[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)



## Werbeblock: Google, wir danken Sie!

**Es war 1965, tief im deutschen Fußballwesten.** Der Holländer Willi – genannt „Ente“ – Lippens spielte mit seinem Klub Rot-Weiß Essen gegen Herne. Als der Schiedsrichter zu ihm sagte „Ich verwarne Ihnen“, antwortete der Fußballer selbstbewusst: „Ich danke Sie.“

Nun, fast fünf Jahrzehnte später, gewinnt die Anekdote wieder an Aktualität. Denn seit sich Google aufgemacht hat, eine Konkurrenzkommune zu Facebook, Xing und LinkedIn zu etablieren, erhält die deutsche Sprache eine neue Google-Grammatik. „Google plus“ gibt Nutzern die Möglichkeit, Nachrichten von Freunden zu bewerten. Wer anderen mitteilen will, dass er einen Beitrag gut findet, kann auf ein Pluszeichen drücken und damit seine Sympathie zum Ausdruck bringen. „Google plus“ reagiert darauf in Sekundenschnelle, zählt alle Pluszeichen und übermittelt dem Absender eine schematisch formulierte Nachricht: „+3 von Sie und

2 weitere“. Würde ein Bewerber solche Sätze in seinem Anschreiben verwenden, hätte er schlechte Chancen, einen Job zu bekommen. Ob „Google plus“ es in Deutschland schafft, wird nicht allein von der Sprache abhängen. Willi Lippens ist dafür das beste Beispiel. Damals flog er wegen Schiedsrichterbeleidigung vom Platz – und hat auch damit seinen bis heute währenden Ruhm begründet. Wäre doch eine prima Idee für eine Kampagne: Google, wir danken Sie! ←

*Prof. Dr. Christoph Moss unterrichtet Journalistik und Medienmanagement an der BiTS Iserlohn. Er ist Autor des Buchs „Vielen Dank für Ihre E-Mail“ und Inhaber der Beratungsfirma „mediamos“. Für absatzwirtschaft nimmt er die Sprache der Werber unter die Lupe. Sie erreichen ihn unter [info@christoph-moss.de](mailto:info@christoph-moss.de).*

