

Buchprogramm 2010

- Finanzen und Bilanzierung
- Unternehmensführung und Personal
- Marketing



Neuerscheinung
September 2010

Prof. Dr. Rüdiger Kabst / Dr. Wolfgang Thost /
Rodrigo Isidor

Interim Management

Auf dem Weg zur Selbstverständlichkeit

Praxisreihe Unternehmensführung & Personal



ISBN 978-3-942543-02-6
Preis € 39,- (Subskriptionspreis bis
zum 20.08.2010 € 31,90)
Ca. 250 S., kartoniert
Erscheint im September 2010

Prof. Dr. Rüdiger Kabst / Dr. Wolfgang Thost / Rodrigo Isidor

Interim Management

Auf dem Weg zur Selbstverständlichkeit

Inhalt:

- ▶ Das Erfolgstooll Management auf Zeit ist das innovativste Werkzeug der Unternehmensführung um externe Kompetenz schnell und bedarfsgerecht ins Unternehmen zu holen. Dennoch wird es in Deutschland zurzeit noch stiefmütterlich behandelt. Potenzial zur Gewinn- und Unternehmenswertsteigerung bleibt somit größtenteils ungenutzt.
- ▶ Von der Prüfung des Einsatzes eines Interim Managers bis hin zur Erfolgsmessung haben die Autoren die brennendsten Fragen des Interim Managements wissenschaftlich analysiert, aus der Praxis kommentiert und durch ausgewählte Fallstudien illustriert.

Zielgruppe:

- Geschäftsführer, geschäftsführende Gesellschafter
- Vorstände
- Personalleiter

Autoren:

Prof. Dr. Rüdiger Kabst, Justus-Liebig-Universität, Gießen.
Dr. Wolfgang Thost, Managing Partner bei der Atreus Interim Management GmbH, München.
Dipl. Kfm. Rodrigo Isidor, Justus-Liebig-Universität, Gießen.

Finanzen und Bilanzierung



ISBN 978-3-7754-0239-2
Preis € 19,90
80 S., kartoniert
Erschienen im Oktober 2009

Günter Althaus

Die Eigenkapital-Lüge

Eine Tradition beenden – sieben mal besser finanzieren

Inhalt:

- ▶ Mit neuen Rezepten lernen Mittelständler in diesem Kurz-Coaching sieben überraschende Mittel, mit denen sie Banken und Finanzpartner erfolgreich gegenüber treten können.
- ▶ Fallstudien und Übungen vermitteln Wissen, mit dem sich Liquiditäts- und Finanzschwierigkeiten in der Praxis vermeiden lassen.

Zielgruppe:

- Geschäftsführer und Finanzverantwortliche in mittelständischen Unternehmen
- Firmenkundenberater in Kreditinstituten

Autor:

Günter Althaus, Geschäftsführer der DZB Bank GmbH.



Neuerscheinung
im Oktober 2010

ISBN: 978-3-942543-00-2
Preis € 99,- (Subskriptionspreis bis
zum 26.09.2010 € 89,-)

Ca. 300 S., kartoniert
Erscheint im Oktober 2010

Dr. Thomas Ecker / Dr. Klaus-Jürgen Preuß / Prof. Dr. Ralph Tunder

Handbuch Market Access

Marktzulassung ohne Nebenwirkungen

Inhalt:

- ▶ Der Marktzugang für die Pharmahersteller wird durch ein Gewirr von Regulierungsmechanismen und Preisfestsetzungen kontinuierlich verändert. Die bewährten Vertriebsstrukturen und Mechanismen der letzten Jahrzehnte reichen nicht mehr aus.
- ▶ Das Handbuch Market Access stellt die strategischen Implikationen, die methodischen Grundlagen, die operativen Werkzeuge und Bausteine, die Informations- und Datenbasisvoraussetzungen sowie die organisatorische Einbindung in die nationalen und internationalen Strukturen dar.

Zielgruppe:

- Geschäftsführer und Business-Units-Leiter, Abteilungsleiter Market Access, Marketing und Produktmanager sowie Vertriebsmanager von Pharmaunternehmen und Unternehmen der Med-Tec-Branche
- Versorgungsverbände, Klinikketten, Apothekenketten und eHealth-Unternehmen

Herausgeber:

Dr. Thomas Ecker, Gesundheitsökonom und geschäftsführender Gesellschafter, EPC HealthCare GmbH, Hamburg.

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Arzt und geschäftsführender Gesellschafter, EPC HealthCare GmbH, Hamburg.

Prof. Dr. Ralph Tunder, Lehrstuhl für Produkt-Management, European Business School (EBS), Oestrich-Winkel.



ISBN 978-3-7754-0234-7
Preis € 99,-
235 S., gebunden
Erschienen im Dezember 2008

Thomas Ecker / Klaus-Jürgen Preuß / Reinhold Roski

Handbuch Direktverträge

Nachhaltige Vertragsstrategien im Gesundheitswesen

Inhalt:

- ▶ Informiert umfassend über politische, medizinische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen im Umgang mit Direktverträgen.
- ▶ Die Herausgeber analysieren die medizinischen, politischen, ökonomischen und kommunikativen Prozesse bei der Entwicklung und Umsetzung der innovativen Vertragsformen und -strategien.
- ▶ Die Experten arbeiten Determinanten und Erfolgsfaktoren von Rabattverträgen heraus und untermauern sie mit praktischen Fallstudien.

Zielgruppe:

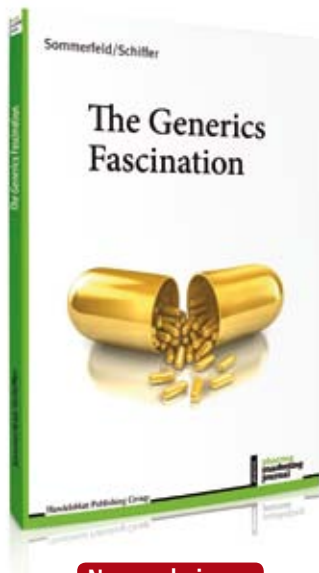
- Alle Akteure im Gesundheitswesen:
Krankenkassen, Ärzte, Patienten und Versicherte

Herausgeber:

Dr. Thomas Ecker, Gesundheitsökonom und geschäftsführender Gesellschafter, EPC HealthCare GmbH, Hamburg.

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Arzt und geschäftsführender Gesellschafter, EPC HealthCare GmbH, Hamburg.

Prof. Dr. Reinhold Roski, Professor für Wirtschaftskommunikation an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin.



Neuerscheinung
im September 2010

ISBN 978-3-942543-01-9
Preis € 79,- (Subskriptionspreis bis
zum 12.09.2010 € 69,-)
Ca. 200 S., kartoniert
Sprache: englisch
Erscheint im September 2010

Dr. Thimo L. Sommerfeld / Dr. Nicolas Schiffer

The Generics Fascination

Inhalt:

- ▶ Tiefgehende Analyse der Generikabranche, die selbst Brancheninsidern neue Erkenntnisse liefert.
- ▶ Neben der historischen Betrachtung wagen die Autoren einen strukturierten Ausblick auf die Zukunft der Branche.
- ▶ Autoren haben den Essaystil gewählt, um die natürliche Lebendigkeit der Generikawelt beizubehalten und sicherzustellen, dass das Buch auch nach dem nächsten Merger oder der nächsten Gesundheitsreform nicht an Aktualität verliert.

Zielgruppe:

- Führungskräfte in der Generikabranche und der forschenden Pharmaindustrie
- Zulassungs- und andere Regulierungsbehörden
- Gesundheitspolitiker
- Öffentlichkeitsabteilungen von Unternehmen des Gesundheitswesens
- Unternehmens- und Transaktionsberater

Autoren:

Dr. Thimo L. Sommerfeld, Managing Director, Abolon.
Dr. Nicolas Schiffer, Projektmanager, Abolon.



ISBN 978-3-7754-0242-2
Preis € 59,90 (Vorzugspreis € 49,90
für Abonnenten der absatzwirtschaft)
200 S., kartoniert
Erschienen im Dezember 2009

Christoph Berdi / Kai Howaldt

Brand Excellence - State of the Art in der Markenführung

Inhalt:

In der Studie wurden anlässlich des 10. Marken-Awards die Case Studies der fast 30 Gewinner, wie z.B. Hugo Boss, Henkel, Nivea, zusammengefasst, untersucht, evaluiert und die fundamentalen Erfolgsfaktoren der Markenführung herausgearbeitet.

Zielgruppe:

- Produktmanager, Mitarbeiter in Agenturen

Herausgeber:

Christoph Berdi, Chefredakteur der Fachzeitschrift absatzwirtschaft
Kai Howaldt, Partner der Roland Berger Strategy Consultants GmbH



ISBN 978-3-7754-0235-4
Preis € 179,-
92 S., kartoniert
Sprache: englisch
Erschienen im Februar 2009

Frank Reichert / Michael Springmann

Winning with Service Excellence

How Companies cope with rising demands in services

Inhalt:

In der Studie „Winning with Service Excellence“ analysieren die Autoren die kritischen Erfolgsfaktoren einer Servicestrategie und filtern die Kriterien heraus, die das Servicegeschäft positiv beeinflussen.

Zielgruppe:

- Top-Management und Entscheider aus Marketing und Vertrieb in marketing- und werbungstreibenden Unternehmen
- Experten in Werbeagenturen, Marktforschungsinstituten und Medien

Autoren:

Frank Reichert, Vice President der Business Unit After Sales Services
Michael Springmann, Consultant in der Unit After Sales Services
Beide Barkawi Management Consultants GmbH & Co. KG



ISBN 978-3-7754-0240-8
Preis € 375,-
60 S., kartoniert
Erschienen im September 2009

Prof. Dr. Christoph Kaserer / Prof. Dr. Hagen Lindstädt

Vergütung deutscher Aufsichtsratsorgane

Analyse der Unternehmen des deutschen Prime Standards von 2005 bis 2008

Inhalt:

- ▶ Studie stellt mit durchschnittlich 330 analysierten Unternehmen für die Jahre 2005 – 2008 eine der umfangreichsten Studien zum Thema Aufsichtsratsvergütung dar.
- ▶ Im Fokus der Analyse stehen die beiden grundsätzlichen Gestaltungsdimensionen der Aufsichtsratsvergütung: Struktur und Höhe der gewährten Bezüge.
- ▶ Kann als Entscheidungsgrundlage zur Gestaltung moderner Vergütungssysteme für Aufsichtsräte und institutionelle Anleger genutzt werden.

Zielgruppe:

- Mitglieder von Aufsichtsräten, Beiräten, Verwaltungsräten und vergleichbarer Gremien in AGs, GmbHs und anderen Rechtsformen sowie deren Dienstleister und Berater.

Neuaufgabe 2010
erscheint im Oktober



ISBN 978-3-7754-0241-5
Preis € 375,-
60 S., kartoniert
Erschienen im September 2009

Prof. Dr. Christoph Kaserer / Prof. Dr. Hagen Lindstädt

Vergütung deutscher Vorstandsorgane

Analyse der Unternehmen des deutschen Prime Standards von 2005 bis 2008

Inhalt:

- ▶ Studie stellt mit durchschnittlich 330 analysierten Unternehmen für die Jahre 2005 bis 2008 eine der bisher umfangreichsten Studien zum Thema Vorstandsvergütung in Deutschland dar.
- ▶ Durch die Berücksichtigung der Bezüge von ca. 1.000 Vorständen pro Jahr stellt sie eine breite Informations- und Vergleichsbasis für Vorstände und Aufsichtsräte bzw. institutionelle Anleger dar.
- ▶ Eine Berücksichtigung finden u.a. fixe Bestandteile, jährliche Barvergütungen sowie aktienkursnotierte Vergütungsformen.

Zielgruppe:

- Mitglieder von Aufsichtsräten, Beiräten, Verwaltungsräten und vergleichbaren Gremien in AGs, GmbHs und anderen Rechtsformen sowie deren Dienstleister und Berater.

Neuaufgabe 2010
erscheint im Oktober

Ihre Bestellung per Fax an: (0800) / 000 2959
 oder per Telefon: (0800) / 000 1637 oder E-Mail: kundenservice@fachverlag.de

Expl.	Bücher	ISBN	Preis in €*
	Die Eigenkapitallüge – Kurzcoaching für den Mittelstand	978-3-7754-0239-2	19,90
	Handbuch Direktverträge – Nachhaltige Vertragsstrategien im Gesundheitswesen	978-3-7754-0234-7	99,00
	Handbuch Market Access – Marktzulassung ohne Nebenwirkungen	978-3-942543-00-2	99,00
	Interim Management – Auf dem Weg zur Selbstverständlichkeit	978-3-942543-02-6	39,00
	The Generics Fascination	978-3-942543-01-9	79,00

Expl.	Studien	ISBN	Preis in €*
	Brand Excellence	978-3-7754-0242-2	59,90
	Winning with Service Excellence	978-3-7754-0235-4	179,00
	Vergütung deutscher Aufsichtsratsorgane	978-3-7754-0240-8	375,00
	Vergütung deutscher Vorstandsorgane	978-3-7754-0241-5	375,00

* Alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versand

Z-000015

Bestellung per Fax: (0800) 000 2959

Auftraggeber:

Name Vorname

Firma

Straße Nr. / Postfach

Postleitzahl / Ort

E-Mail

Bestelldatum Unterschrift

Kontaktdaten:

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
 Kasernenstraße 67
 D-40213 Düsseldorf
 Internet: www.fachverlag.de/buchhandel
 Shop: www.fachverlag-shop.de
 E-Mail: kundenservice@fachverlag.de

Inland:

Telefon: (0800)000 1637
 Telefax: (0800)000 2959

Ausland:

Telefon: +49 (211) 887-3670
 Telefax: +49 (211) 887-3671

Außendienst:

Baden-Württemberg, Bayern, Hessen,
 Rheinland-Pfalz, Saarland, Neue Bundes-
 länder (0 und 9), Halle, Cottbus

Alexandra von Bomhard
 Telefon: (0711) 614 2902
 Telefax: (0711) 614 2904
 E-Mail: avbomhard.adfv@t-online.de

Sie haben Fragen zu Werbemitteln für
 den Buchhandel?

Ihre Ansprechpartnerin:

Sabrina Keisers
 Telefon: (0211) 887-1424
 E-Mail: s.keisers@fachverlag.de