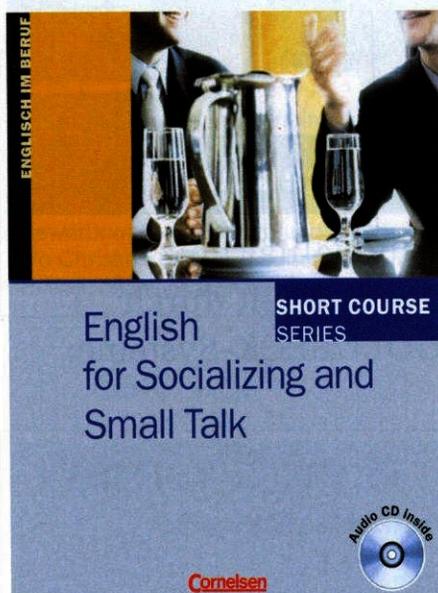


## Lockerer Plaudern auf Englisch

English for Socializing and Small Talk, Sylee Gore, David Gordon Smith, Cornelsen Verlag, Berlin 2006, 84 Seiten mit Audio CD, 18,50 Euro, ISBN 3-464-20156-2.

Wem beim lockeren Plaudern auf Englisch die Worte fehlen, der kann sich mit diesem Lehrwerk fit machen. In sechs Einheiten werden typische Gesprächssituationen trainiert, die wichtigsten Redemittel und Strategien vermittelt. Nützliche Tipps rund um die Themen Smalltalk und Kontaktpflege, Testaufgaben und ein Glossar mit nützlichen Redewendungen runden das Lehrwerk ab.



## Lehrbuch kostenlos Software kostenlos

Das OO sole miO-Projekt, Elmar Weigel, 172 Seiten, Im Internet unter [www.weigelloffice.de](http://www.weigelloffice.de)

Ein Lehrbuch der etwas anderen Art bietet Elmar Weigel. Auf der Website [www.weigelloffice.de](http://www.weigelloffice.de) kann unentgeltlich ein Buch heruntergeladen werden, das sich mit der OpenOffice-Software befasst. Diese kostenlose Software bietet mit Tabellenkalkulation, Textverarbeitung, Datenbankverwaltung, Präsentationserstellung und Datenaustausch wesentliche Elemente einer gängigen Bürosoftware.

## Tagungsband Rechtsinformatik

E-Staat und e-Wirtschaft aus rechtlicher Sicht, Tagungsband des 9. Internationalen Rechtsinformatik-Symposiums IRIS 2006, Erich Schweighofer et al., Richard Boorberg Verlag, 2006, 514 Seiten, 58 Euro, ISBN 3-415-03767-3.

Das Internationale Rechtsinformatik-Symposium hat bei seiner letzten Tagung Themengruppen unter anderem zu den Bereichen e-Government, e-Justiz und Wissensmanagement behandelt. Der Band dokumentiert die mehr als 90 Beiträge der Tagungsteilnehmer.

## Erfolgsfaktor Markenhistorie

Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation, Nicolai-Oliver Herbrand, Stefan Röhrig, Verlag Edition Neues Fachwissen GmbH, Stuttgart 2006, 615 Seiten, 59 Euro, ISBN 3-9811220-0-3

Das erste Grundlagenwerk zum Thema „Markenhistorie“ beschreibt praxisnah, welche Potenziale die Markenhistorie zum Beispiel durch Events, Archiv, klassische Werbung entfaltet. Wissenschaftler und Traditionsunternehmen wie Bosch, Mercedes-Benz oder Märklin geben einen Einblick in ihre Disziplinen und Aktivitäten zur Markenhistorie.

## Geschäftserfolg via World Wide Web

Wie Sie im Internet Kunden gewinnen, Gitte Härter, Cornelsen Verlag Scriptor, Berlin 2006, 235 Seiten, 24,95 Euro, ISBN 3-589-23674-4.

Viele Unternehmen nutzen das World Wide Web nach Ansicht von Gitte Härter noch nicht genug. Sie möchte deshalb Selbstständige und Unternehmen dabei unterstützen, das Internet aktiv für den persönlichen Geschäftserfolg einzusetzen, den eigenen Webauftritt ansprechend zu gestalten und somit Kunden über das WWW zu gewinnen und langfristig zu binden.



## Handbuch für Selbstständige

Erfolgreich ohne Chef, Gerhard Gieschen, Cornelsen Verlag, Berlin 2006, 360 Seiten, 29,90 Euro, ISBN 3-589-23684-1.

Fast 900 000 Menschen sind in Deutschland selbstständig oder freiberuflich tätig – Tendenz steigend. Sie sind dabei exzellente Fachleute, haben aber oft zu wenig Kenntnis über die erfolgreiche Führung ihres Unternehmens. Das praxisorientierte Handbuch gibt Tipps zu einer effektiveren Selbst- und Unternehmensorganisation und erläutert die wichtigsten Erfolgsregeln für Selbstständige.

