

7 von 8 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich:

★★★★☆ **Wäre da nicht die Gestaltung**, 18. Juni 2008

Von [Fuchs Werner Dr](#) (Zug Schweiz) - [Alle meine Rezensionen ansehen](#)

[#1 REZENSENT](#) [REAL NAME](#)

Für Werber und solche die es werden wollen, für Marketing-Entscheider und für alle, die sich für Werbung und wie sie gemacht wird, interessieren. Solche Leser möchten Heiko Burrack und Ralf Nöcker mit ihrem Buch also ansprechen. Und wieso möchten sie dies? Weil sie laut Vorwort Klischee korrigieren, das Ansehen der Branche retten, Licht ins Dunkel bringen, Berufseinsteiger informieren, Marketingverantwortlichen das Verständnis erleichtern und die Neugier von Laien befriedigen wollen. Ganz schön viel, was sich die beiden vorgenommen haben. Aber es ist ihnen so gut geglückt, dass ich gerne fünf Sterne verteilt hätte. Wäre da nicht die Gestaltung. Denn die ist nett gesagt durchschnittlich. Und da es keine Dissertation über Kennzahlen von Zahnimplantaten bei Bergwerksarbeitern in Kasachstan ist, genügt Durchschnitt eben nicht. Im Umfeld Werbung erwarte ich ganz schlicht eine andere Gestaltung.

Die Autoren wählten zur Inhaltsvermittlung einen Mix aus prosaischer Eigenreportage, Erfahrungsberichten und Statements von Insidern, Grafiken, Tabellen, Tipp-Sammlungen, Weblinks und Literaturangaben. Alles schön aufeinander abgestimmt und in nachvollziehbaren Kategorien geordnet. Dass sie selber nie als Webetexter tätig waren ist eher Gewinn als Verlust. Denn die Sprache ist im positiven Sinn angenehm nüchtern. Der Leser erfährt welche Agenturtypen es heute gibt und wer zu ihren Zulieferern gehört, wer Werbung macht und was die einzelnen Berufsbilder umfassen, wie der Alltag in einer Agentur aussieht und welche Abläufe das Geschehen prägen, was es bei der Entwicklung einer Strategie und ihrer Umsetzung zu beachten gilt. Für Einstiegswillige ist das vierte Kapitel vorgesehen, in dem über Wege, Anfänge, Ausbildungen, Schulen und hilfreiche Tipps gesprochen wird. Nach einer kurzen Zusammenfassung unter dem Titel "Mythos und Wirklichkeit" folgt noch ein Anhang mit Zahlen und Fakten, Personenregister, Literatur sowie Weblinks.

Mein Fazit: Auf über 214 Seiten werden dem Leser Einblicke in die Werbewelt geboten, Fragen beantwortet, Mythen aufgelöst und Meinungen von Insidern vorgestellt. Nicht alles kann geklärt werden, und einige Widersprüche bleiben bestehen oder werden sogar zementiert. Aber würde die Gestaltung noch dem Thema entsprechen, könnte ich locker die Höchstnote verteilen.

 [Kommentar](#) | [Kommentar als Link](#) | War diese Rezension für Sie hilfreich?

JA  NEIN ([Rezension unzumutbar?](#))

1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich:

★★★★★ **Bringt einem eine ganz Branche näher**, 18. Juli 2008

Von [Andrea Herbst "Herbst"](#) (Frankfurt) - [Alle meine Rezensionen ansehen](#)

Das vorliegende Buch verschafft Berufseinsteigern einen echten Startvorteil. Berufsbilder, Arbeitsabläufe, Arbeitsumfeld - all das wird anschaulich aus der Insider-Perspektive dargestellt. Die Lektüre sei aber auch jenen empfohlen, die in ihrer täglichen Arbeit mit Agenturen zu tun haben und die andere Seite besser verstehen wollen. Wer also im weitesten Sinne mit Werbung zu tun hat, kommt um dieses Buch kaum herum.

 [Kommentar](#) | [Kommentar als Link](#) | War diese Rezension für Sie hilfreich?

JA

NEIN

[\(Rezension unzumutbar?\)](#)