

10.10.2007 - 07:30 Uhr

Media Service: Handelszeitungs-Wirtschaftsbuchpreis 2007

Zürich (ots) -

Die «Handelszeitung» vergibt in Zusammenarbeit mit getAbstract, dem führenden Anbieter von Buchzusammenfassungen, zum Auftakt der Frankfurter Buchmesse zum ersten Mal einen Preis für Wirtschaftsbücher, denen es gelungen ist, Wirtschaftsthemen auch für ein breiteres Publikum attraktiv und verständlich darzustellen.

Je drei Bücher aus der Schweiz, aus Deutschland und aus dem angelsächsischen Sprachraum werden ausgezeichnet. Die Auswahlkriterien waren Verständlichkeit, Anwendbarkeit, Neuigkeitswert und Stil.

Die Preisträger aus der Schweiz sind: «Einfach die Welt verändern im Job» von We Are What We Do (Pendo-Verlag); «Corporate Blogs» von Klaus Eck (Orell Füssli Verlag) und «Wie entscheiden Sie?» von Ulrich Zwygart (Haupt Verlag).

Aus Deutschland haben gewonnen: «Alles, ausser gewöhnlich» von Anja Förster und Peter Kreuz (Econ Verlag); «Ökonomie 2.0» von Norbert Häring und Olaf Storbeck (Schäffer-Poeschel Verlag) und «Bauchentscheidungen» von Gerd Gigerenzer (C. Bertelsmann Verlag)

Und bei den englischsprachigen Wirtschaftsbücher heissen die Preisträger: «The Black Swan» von Nassim Nicholas Taleb (Penguin Books), «The Halo Effect» von Phil Rosenzweig (Free Press/ Simon & Schuster) sowie «Green to Gold» von Daniel C. Esty und Andrew S. Winston (Yale University Press).

Kontakt:

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Martin Spieler, Chefredaktor Handelszeitung, Zürich.

Tel. 043 444 59 00, www.handelszeitung.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100546729> abgerufen werden.