Marketing

- 02-2-414** *Marketing-Lexikon* : über 3000 grundlegende und aktuelle Begriffe für Studium und Beruf / von Werner Pepels. - Orig.-Ausg., 2., völlig überarb. Aufl. - München : Deutscher Taschenbuch-Verlag ; Beck, 2002. - XLV, 922 S. : graph. Darst. ; 19 cm. - (dtv ; 5884 : Beck-Wirtschaftsberater im dtv). - Früher u.d.T.: Pepels, Werner: Lexikon des Marketing. - ISBN 3-423-05884-6 (dtv) - ISBN 3-406-42637-9 (Beck) : EUR 22.00
[7132]

Die 1996 erschienene 1. Aufl. u.d.T. **Lexikon des Marketing** wurde im Rahmen einer Komplexrezension in *IFB 99-1/4-357(5)* besprochen. Zwischenzeitlich war das Buch vergriffen. Die neue Auflage stellt eine komplette Überarbeitung dar. Die Zahl der Artikel erhöhte sich von ca. 2500 auf über 3000 bei gleichzeitiger Abnahme der Seitenzahl von 1192 auf 923. Der Verfasser hat den Inhalt stark gestrafft. Ausführliche Artikel der 1. Aufl. – z. B. *Außenhandelsfinanzierung*, *Kaufvertrag* oder *Marketingforschung* (jetzt *Marktforschung*) – wurden rigoros gekürzt. Während in der früheren Auflage das Vermitteln von Zusammenhängen im Vordergrund stand, überwiegen nun Begriffsdefinitionen bzw. Einzelinformationen. Der Lemmabestand wurde total „renoviert“. Die Artikel selbst bleiben jedoch – unter weitgehender Ausklammerung der Diskussionen theoretischer Fragen – an der Praxis orientiert. Die Texte sind verständlich formuliert, doch ist das Verständnis durch die häufig verwendeten Fachbegriffe (mit Verweisungen auf andere Artikel) und die Kürze der Texte teilweise erschwert. Für Laien oder Anfänger auf dem Gebiet des Marketing erscheint das Lexikon daher nur bedingt geeignet. Insgesamt bietet es aber eine umfangreiche und aktuelle Sammlung von Begriffen aus Marketing und Werbung.

Lorenz Fichtel

QUELLE

Informationsmittel (IFB) : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft
<http://www.bsz-bw.de/ifb>