



Pressestimmen



Dr. Sonja Ulrike Klug:

Unternehmen von der schönsten Seite.

Corporate Books für PR und Marketing.

München: MI - Wirtschaftsbuch, 2010.

ISBN 978-3-86880-121-7

326 Seiten, durchgehend vierfarbig - 79,95 EUR

USP – Menschen im Marketing , 2/2010, S. 55:

„Alle gehen online: Dies ist ein Plädoyer für Unternehmenskommunikation in gedruckter Form! Literatur über ‚Corporate Publishing‘ gibt es bereits zahlreich, zu ‚Corporate Books‘ ist dies das erste Werk.“

Werbepaxis aktuell – Dezember 2010 (Bernd Röthlingshofer):

www.buchagentur-netzwerk.de

„Corporate Books sind Auftragswerke von Unternehmen, die durchaus Marketing und PR-Zwecken folgen dürfen. Aber es müssen auch Bücher sein, die den Leser fesseln und die Anforderungen des Buchmarktes erfüllen. ... Das Buch zu Corporate Books hat **Handbuchcharakter**. Es klärt über die Historie ebenso auf, wie über Kommunikationsziele, Themenwahl, Buchausstattung und Vertriebswege, widmet sich der Vermarktung und dem Management des Buchprojekts. Erfreulicherweise ist es dabei nicht ‚printlastig‘, sondern behandelt auch eBooks, Hörbücher, Podcasting und Werbewege via Website, Twitter, YouTube und Co.

Ganz nebenbei ist es auch ein schönes, reichlich mit Grafiken und Bildern versehenes Buch, das durchaus repräsentativen Geschenkcharakter hat.“



CP Monitor – Magazin für Corporate Communications, 4/2010, S. 63 und www.cp-monitor.de:

„Das 304 Seiten umfassende Buch zeigt anhand von über hundert gelungenen Unternehmensbüchern praxisnah und anschaulich, wie Firmen Corporate Books gewinnbringend in die Unternehmenskommunikation einbinden können. Es stellt unter anderem verschiedene Vermarktungswege vor und erklärt, wie Buchprojekte realisiert werden können. Auf der Website zum Buch ... gibt es zusätzliche Informationen zum kostenlosen Download.“

Strategie Journal, 4/2010, S. 18 (Thomas Rupp):

„Dr. Sonja Ulrike Klug ist eine der führenden Spezialistinnen in Sachen Corporate Books. ... Das Spektrum der Corporate Books reicht heute von Unternehmerbiografien über klassische Jubiläumspublikationen, wissenschaftliche Werke, Sach- und Fachbücher, Kinderbücher, Kochbücher, Product-Placement bis zu personalisierten Krimis und historischen Romanen. Das neue Buch von Dr. Klug stellt die ganze Bandbreite vor und bringt dabei zahlreiche Beispiele für gelungene Corporate Books aus vielen Branchen. Vorgestellt werden unter anderem Bücher von *Haniel, MAN, Steiff, Haribo, Deichmann, Trumpf, Schott, Henkel, Poggenpohl, Evonik Industries, Darboven und C&A*, aber auch von Dienstleistern wie *RWE, MLP, redi-group* sowie von Trainingsinstituten und Unternehmensberatungen wie *McKinsey* und der *Beratergruppe Strategie*. An etlichen der Bücher hat die Autorin als Publikationsmanagerin selbst mitgewirkt. ... Corporate Books, so zeigt die Autorin, nehmen als *Premiuminstrumente* einen hohen Stellenwert in der Kommunikation ein. Sie unterstützen Marketing und PR, stärken die Markenidentität, dienen als Speerspitze für Kampagnen, erhöhen langfristig den Bekanntheitsgrad, dienen der Kundenbindung und unterstreichen, insbesondere bei Dienstleistern, den Expertenstatus für ein Thema.“



Buchmonat, 7.2.2011 (Michael Mahlke)

[www.buchmonat.de/2011/02/07/unternehmen-von-der-schonsten-seite-von-sonja-ulrike-klug:](http://www.buchmonat.de/2011/02/07/unternehmen-von-der-schonsten-seite-von-sonja-ulrike-klug)

„Es ist ein kluges, großes und großartiges Buch.

Wie repräsentiere ich mein Unternehmen im Geschäftsbericht? Welche Corporate Books kommen an? Welche Botschaften habe ich und wie kommuniziere ich diese?

Wer auf diese Fragen erstklassige Antworten haben will, für den ist dieses Buch ein absolutes Muß!

Frau Klug zeigt hier eine tiefe, gute und klare gedankliche Logik. ...

Das Buch selbst ist schon ein Musterbeispiel dafür, wie das Produkt aussehen kann, welches man nach dem Lesen des Buches erwartet. Zudem ist es auch ein Buch für Fotografen, weil man sehr gut sehen kann, was an Fotografie gebraucht wird (zum Beispiel im Bereich der Geschichte durch Reproduktion, der vergleichenden Darstellung oder den erforderlichen aktuellen Fotos) und was nicht.

Es ist ein Buch, welches genau das lebt, was es darstellt. Es ist dadurch ein faszinierendes und wunderbares Produkt, welches Inspiration und Information zum Thema gibt, wie man die schönsten Seiten im Unternehmen zum Leben erwecken kann.

Rundherum gelungen mit einem hohen Informationswert und sehr gut für betriebliche Entscheider/Innen!“

www.buchagentur-netzwerk.de

PR-Report, 3/2011

<http://prreport.de/home/aktuell/article/3495-unternehmen-von-der-schoensten-seite/>

„Unternehmerbiografien und Jubiläumsbände sind längst nicht mehr die einzigen Corporate Books auf dem Markt. **Unternehmen von der schönsten Seite** selbst gibt einen Eindruck davon, dass sich Unternehmensbücher zu einem Premium-Instrument für Marketing und PR entwickelt haben. Darüber hinaus vermittelt es, wie Corporate Books erfolgreich konzipiert, umgesetzt und vermarktet werden können. Es hält für Agenturen und Unternehmen gleichermaßen Anregungen parat. (bb)“