

Hansen, Ursula; Bode, Matthias, Marketing & Konsum. Theorie und Praxis von der Industrialisierung bis ins 21. Jahrhundert, *München: Vahlen Verlag* 1999, 542 S.

*76.00 Euro*

Dem RU wird oft vorgeworfen, dass er in allen Fragen meint mitreden zu können, aber fachlich dabei nicht genügend fundiert ist. Das Buch von Hansen und Bode liefert umfassende Information über die Geschichte der Warenwelt bis heute. Dabei ist es keineswegs ein trockenes Lehrbuch, sondern ein anschauliches mit vielen Bildern, Beispielen und Grafiken ausgestattetes Kompendium, das sich gut liest. Vor allem die ethischen Dimensionen im Marketing bis hin zu Vermarktungschancen und -strategien mit dem Motiv der "Verantwortung" werden ausführlich dargestellt. Das vergangene Jahrhundert wird als ein Zeitraum lebendig, in dem schließlich alles vermarktbar wird. Die vielen Beispiele lassen sich unterrichtlich gut verwenden. Eine CD mit Liedern zum Konsum und Kaufen bis in die neueste Zeit mit Kommentaren und den Texten der Songs runden den Band ab. Wer bei Konsum und Marketing mitreden will, kommt um dieses Buch nicht herum. Allerdings ist es zum privaten Kauf sehr teuer. Eine Anschaffung für die Schulbibliothek nicht nur kaufmännisch ausgerichteter Berufsschulen ist -fächerübergreifend -sehr zu empfehlen.

*Dietrich Horstmann*