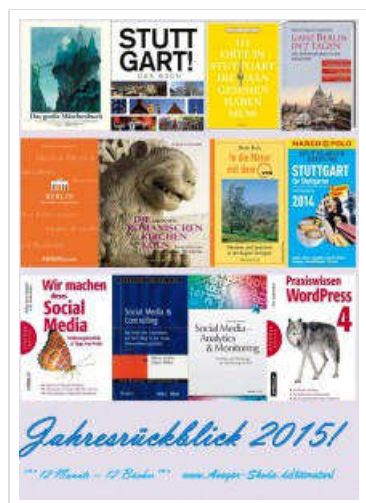


Ansgar Skoda

Blickpunkte, Berichte, Besprechungen

Jahresrückblick 2015 – jeden Monat ein Buch

Veröffentlicht am **30. Dezember 2015**



2015 war ein großartiges Lesejahr. Während ich die Jahre 2013, 2012 und 2011 musikalisch ausklingen ließ, wage ich mich für das Jahr 2015 an einen Lektüererückblick. Dabei erwähne ich für jeden Monat ein Buch, das ich 2015 gelesen habe. Darunter einige Reiseführer, da ich in Stuttgart eine für mich oft noch neue Stadt entdeckte und auch auf Doppeldeckerbussen in Berlin wieder neue Reiseeindrücke gewann. Geschmökert wurde also insbesondere in Bus und Bahn, mit denen ich oft unterwegs war. Zudem beschäftigte ich mich beruflich intensiv mit Social Media und las Bücher zu unterschiedlichen Schwerpunkten der unternehmerischen Arbeit mit sozialen Netzwerken. Doch hier nun mehr im Jahresrückblick über meine monatliche Leselust:

Januar: *Das große Märchenbuch*

Illustratorin Tatjana Hauptmann bebildert 100

der bekanntesten europäischen Märchen mit über 600 phantasievollen, ausdrucksstarken und kindgerechten Zeichnungen. Fein nuancierte ganzseitige bunte oder kleinere, in Lücken des Fließtextes eingefügte Schwarz-Weiß-Zeichnungen lassen eine detailreiche Märchenwelt lebendig werden. Fernab jeglichen Disney-Bombastes wohnt den Zeichnungen eine ganz eigene kostbare, verletzliche und sehr menschliche Niedlichkeit inne. Neben kanonisierte Volksmärchen der Brüder Grimm treten auch russische, irische, bulgarische, maltesische oder serbokroatische Volksmärchen und große Erzähler wie Charles Perrault, Ludwig Bechstein oder Hans Christian Andersen. Dieser Prachtband ist eine Schatzgrube für Groß und Klein.



Christian Strich (Hrsg.); Tatjana Hauptmann: Das große Märchenbuch

627 Seiten, gebunden

EUR: 25,00 [Jubiläumsausgabe, nicht mehr lieferbar]

Diogenes Verlag, 2012

ISBN 978-3-257-01156-2

[Weitere Infos](#)

Februar: *Stuttgart! Das Buch*



Einen umfangreich-schweigerischen essayistischen Überblick über die baden-württembergische Hauptstadt gibt der großformatige Band *Stuttgart! Das Buch*. Gerahmt von einer 24-stündigen Expedition vom Autor Heinrich Steinfest bietet der Band mit ansprechenden, großformatigen Fotos einen einleitenden



Rückblick auf die historische Stadtgeschichte (Harald Schukraft), einen Überblick über die lokale Musikszene mit aktuellen Größen wie Cro und einstigen Kultlocations wie die Röhre (Anja Wasserbäch), ausführliche Porträts der vergangenen Oberbürgermeister und des amtierenden OBs Fritz Kuhn von Bündnis 90/ Die Grünen (Thomas Borgmann). Architektonische Entwicklungen der in einer charakteristischen Tallage liegenden Großstadt beleuchtet Marc Hirschfell unter anderem in Ausführungen zur kunstvoll gestalteten Sachlichkeit der Weißenhofsiedlung. Stuttgarts Wirtschaft floriert insbesondere in den Sparten Maschinenbau und Mechanik, so Astrid Schlupp-Melchinger. Sie berichtet über lokal ansässige Automobil-Großkonzerne wie Porsche und Daimler-Benz. Außerdem beleuchtet sie anekdotenreich den Werdegang schillernder Persönlichkeiten wie Robert Bosch und Alfred Ritter, die später namhafte Unternehmen im Großraum Stuttgart gründeten. Neben einem ausführlichen Kapitel zur Geschichte des Profisports in Stuttgart (Jürgen Löhle) gibt Tim Schleider schließlich einen kulturellen Überblick über die lokale Museums-, Theater und Konzertlandschaft. Ein prächtiger Band insbesondere für Liebhaber der Stadt.

Thomas Borgmann, Marc Hirschfell, Jürgen Löhle, Tim Schleider, Astrid Schlupp-Melchinger, Harald Schukraft, Heinrich Steinfest, Anja Wasserbäch: Stuttgart! – Das Buch

348 Seiten, Hardcover mit Schutzumschlag

EUR: 39,95

Konrad Theiss Verlag, 2013

ISBN: 9783806223194

[Weitere Infos](#)

März: 111 Orte in Stuttgart, die man gesehen haben muss

Auch mit dem Gabriele Kalmbachs handlicherem *111 Orte in Stuttgart, die man gesehen haben muss* wandelte ich weiter durch Stuttgart und entdeckte das Schweinemuseum, das Inselbad, die sogenannte Auquaquelle an der U-Bahn-Haltestelle Mühlsteg, die Trockenmauern in den Weinbergen oder die Gewächshäuser in der Wilhelma. Während ich viele genannte Orte wie den VfB-Fanshop oder die Brauerei nicht besuchte, lernte ich das im Buch nicht erwähnte Mineralbad Leuze, die Mineraltherme Böblingen, das Hallenbad Heschl, Esslingen, Ludwigsburg und Marbach als sehens- und erlebenswerte Orte kennen.



Gabriele Kalmbach: 111 Orte in Stuttgart, die man gesehen haben muss

240 Seiten, Broschur

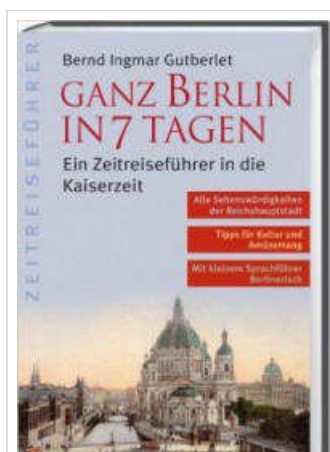
Hermann-Josef Emons Verlag, 2013

EUR: 14,95

ISBN: 9783954510047

[Weitere Infos](#)

April: Ganz Berlin in 7 Tagen



Der Historiker und Journalist Bernd Ingmar Gutberlet berichtet in einem handlichen „Zeitreiseführer“ über die Kaiserzeit in der Reichshauptstadt im Jahre 1910. Angereichert ist der Band mit historischen Karten, Anekdoten, Schwarz-Weiß-Fotos und Bildern und einem kleinen Sprachführer Berlinerisch. Der anschauliche Führer mit zwölf Spaziergängen für sieben Tage lässt sich auch gut in sieben Tagen lesen – danach hat man neue Seiten von Berlin entdeckt und garantiert Fernweh gen Hauptstadt.

Bernd Ingmar Gutberlet: Ganz Berlin in 7 Tagen. Ein Zeitreiseführer in die Kaiserzeit

144 Seiten, Taschenbuch, kartoniert, broschiert

Primus Verlag, 2013

EUR: 16,90



ISBN: 9783863120238

Weitere Infos

Mai: *Berlin – Eine Stadt in Biografien*

Anfang Mai war ich dann jedoch auch in der Bundeshauptstadt, um hier unter anderem die *re:publica*, die bundesweit größte Konferenz rund um das Web 2.0 zu besuchen. Grund genug, um ein weiteres Mal neue Facetten Berlins auch in Buchform zu entdecken. Dorothee Fleischmann porträtiert zwanzig prominente Bewohner Berlins und zeichnet dabei ihre Lebenswege in der Hauptstadt nach. Im handlichen Stadtführer erfährt man so mehr unter anderem über Alexander und Wilhelm von Humboldt, Max Liebermann, Käthe Kollwitz, Rosa Luxemburg, Alfred Döblin, Kurt Tucholsky und Hildegard Knef. Neben einer übersichtlichen Zeittafel über die Lebensdaten der Porträtierten bietet der Band auch eine kartographische Orientierung über sämtliche Denkmäler und ein gut sortiertes Orts- und Sachregister.

Dorothee Fleischmann: Berlin – Eine Stadt in Biographien (MERIAN-Porträts)

176 Seiten, Leineneinband

Travel House Media, 2012

EUR: 16,99

ISBN: 9783834211552

Weitere Infos



Juni: *Die großen romanischen Kirchen in Köln*



Der großformatige, opulente Prachtband *Die großen romanischen Kirchen in Köln* mit Fotos von Florian Monheim stimmt mich im Juni auf den Romanischen Sommer in Köln ein, ein Konzertereignis, das alljährlich mit der *Romanischen Nacht* seinen Höhepunkt in der Kirche Sankt Maria im Kapitol hat. Autor Jürgen Kaiser macht anhand umfangreicher Beschreibungen zu den romanischen Kirchen Sankt Andreas, Sankt Aposteln, Sankt Cäcilien, Sankt Georg, Sankt Gereon, Sankt Kunibert, Sankt Maria im Kapitol, Sankt Maria Lyskirchen, Groß Sankt Martin, Sankt Pantaleon, Sankt Severin und Sankt Ursula deutlich, dass Köln aufgrund des Bestehens derselben neben Dom und Historischem Rathaus eine überragende Bedeutung als mittelalterliche Metropole zukam. Im Laufe der Jahrhunderte und im 2. Weltkrieg wurden die zwölf Kirchen teilweise stark zerstört. 1985 feierte Köln im Jahr der romanischen Kirchen ihren vollendeten Wiederaufbau. Jürgen Kaiser geht auf architektonische Besonderheiten und ehemalige Funktionen der Kirchen sowie

Kirchenfenster und sehenswerte Details ein, die der vom Förderverein Romanische Kirchen e.V. herausgegebene Band nach jeweils einleitenden Grundrisszeichnungen eindrucksvoll zu bebildern weiß.

Jürgen Kaiser (Text) und Florian Monheim (Fotos): Die großen romanischen Kirchen in Köln

176 Seiten, Leineneinband mit Schutzumschlag

Greven Verlag Köln, 2013

EUR: 38,00

ISBN: 9783774306158

Weitere Infos

Juli: *In die Natur mit dem VVS*

Wieder unterwegs in Stuttgart nutze ich den handlichen Wanderführer *In die Natur mit dem VVS* von Dieter Buck, um im Großraum Stuttgart Naturwanderungen und Spaziergänge durch Weinberge und Wälder und über idyllische Streuobstwiesen zu machen. Alle Ausgangsorte und Zielpunkte sind



bequem mit dem öffentlichen Nahverkehr des VVS erreichbar. Steckbriefe zu jeder der 35 Wanderungen oder Spaziergänge geben Infos zur Wegbeschaffenheit, Länge und Dauer. Tipps sowie ansprechende Fotos runden den Wanderführer ab. Allerdings sind eingefügte Karten recht kleinformig und unpräzise. Leider konnte ich in meiner Zeit in Stuttgart nur einen kleinen Anteil der Strecken erwandern und nutzte hierbei oft selbstgewählte Alternativrouten.



Dieter Buck: *In die Natur mit dem VVS. Wandern und Spazieren in der Region Stuttgart*

160 Seiten, kartoniert
 Silberburg Verlag, 2014
 EUR: 14,90
 ISBN: 9783842512641
[Weitere Infos](#)

August: Stuttgart für Stuttgarter 2014

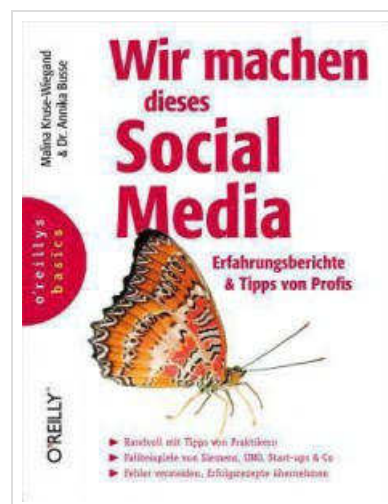


In Stuttgart erkunde ich die im Marco Polo-Stadtführer einzelnen Farben zugeordneten Stadtviertel Bad Cannstatt, Degerloch, Mitte, Nord, Ost, Süd, Vaihingen/Möhringen und West. Neben einer Eventübersicht im Bereich Kunst und Kultur, gibt der Stadtführer auch Insider-Tipps, wo sich für Stuttgarter daheim das shoppen oder einkehren lohnt. Übersichtskarten samt beigefügten Straßen- und Ortsregister und ein Verbund-Schiennetzplan runden den übersichtlichen Stadtführer ab.

Annik Aicher, Birgit Althof, Jens Bey, Christoph Binder, Valérie Hasenmayer, Karin Wiemer: *Stuttgart für Stuttgarter 2014*
 248 Seiten, Broschur
 Mair Dumont, 2014
 EUR: 12,95
 ISBN: 9783829709279
[Weitere Infos](#)

September: Wir machen dieses Social Media

Berichte von Praktikern aus dem Bereich Social Media las ich im Herbst mit dem Sammelband *Wir machen dieses Social Media* von Malina Kruse-Wiegand und Dr. Annika Busse. Social Media hat als Marketingdisziplin in den letzten Jahren eine enorme Professionalisierung erlebt, kann unternehmerisch jedoch nicht losgelöst von anderen Kommunikationsaktivitäten geplant werden. „Authentizität, Transparenz und Spontanität schließen Struktur und Planung nicht aus,“ so Robindro Ullah vom Personalmarketing bei der Deutschen Bahn im Band. Der lesenswerte, teils auf Kongressen wie der re:publica entstandene Band versammelt ausführliche Erfahrungsberichte und Tipps von Mitarbeitenden bei u.a. Microsoft, Greenpeace, Tchibo, Siemens, E-Plus, Edeka, Opel, Jack Wolfskin, Deutsche Bahn, Villeroy & Boch, UNDP und Tom Tailor.



Die Berichte sind inhaltlich so heterogen wie die unternehmerischen Strategien und Zielsetzungen. In einigen Unternehmen gibt es jährliche Zielvereinbarungen, teilweise kommunizieren die Social Media-Verantwortlichen international und in englischer Sprache. Oft sind simple Grußbotschaften die erfolgreichsten Facebook-Postings gemessen an der Anzahl der Likes. Der mit dem Schmetterling Monarchfalter auf dem Buchcover geschmückte Band gibt allgemeine Tipps für PR-Manager im Web 2.0, beschreibt technische und unternehmerische Hürden aus der Praxis sowie Unterschiede der sozialen Netzwerke und die Bestimmung einer Zielgruppe und quantitativer wie qualitativer Zielmesswerte.

Neben Tipps für den Ausbau einer digitalen Fan-Gemeinschaft, Abbildungen mit Übersichten über relevante Key

Performance Indicators (KPIs) gibt der Band zahlreiche Praxis-Beispiele. Beschrieben wird so beispielsweise, wie das Unternehmen Salesforce.com im Vorfeld einer Kampagne zum Aufbau eines Corporate Blogs Infoveranstaltungen und Schreibschulungen anbietet. Salesforce.com bindet die Führungskräfte in die Blogplanung mit ein, rührte die Werbetrommel kräftig, schaffte Anreize durch Präsente und richtete eigens eine Chatter-Gruppe und interne News-Alerts ein, berichtet Meike Leopold, Senior Manager Social Marketing and Engagement des Unternehmens. *Wir machen dieses Social Media* nennt kostenlose Social Media Listening Tools, gibt Praxistipps zum Erstellen von Twitterwalls, Umfragen oder einer Blogparade, Redaktionsplan-Vorlagen und wird durch ein ausführliches Index-Verzeichnis abgerundet. Leider ist *Wir machen dieses Social Media* nicht mehr ganz aktuell, so funktionieren mittlerweile einige im Buch abgedruckte URLs nicht mehr.

Dr. Annika Busse & Malina Kruse-Wiegand: Wir machen dieses Social Media. Erfahrungsberichte & Tipps von Profis
504 Seiten, broschiert
O'Reilly Verlag, 2013
EUR: 34,90
ISBN: 9783868999761
[Weitere Infos](#)

Oktober: Social Media & Controlling – Die Rolle des Controllers auf dem Weg in ein neues Unternehmenszeitalter



Die öffentliche digitale Kommunikation wird für Unternehmen immer relevanter, da sie durch das Internet zunehmend eine alleinige Deutungsmacht über ihre Produkte verlieren. Doch wie passt Controlling mit Social Media eigentlich zusammen, denkt man bei sozialen Netzwerken doch eher an Spontaneität, Offenheit, Transparenz und Authentizität?

Der Zusammenhang von Social Media und Controlling beschäftigt Martin Grothe und Jürgen Weber in Band 86 der Schriftenreihe *Advanced Controlling für Manager und Controller*. Controlling muss weiterentwickelt und ausgeweitet werden, wenn sie nicht mehr nur Daten- und Informationsverarbeitung in der Wirtschaft sondern auch öffentliche Kommunikation im Sinne des Unternehmens auswerten soll. Das Social Web lässt sich nämlich inhaltlich als Hinweisspektrum für Unternehmen nutzen, um unternehmerische Stärken und Schwächen besser antizipieren zu können, so die Autoren. Eine Konzernsicherheit oder Corporate

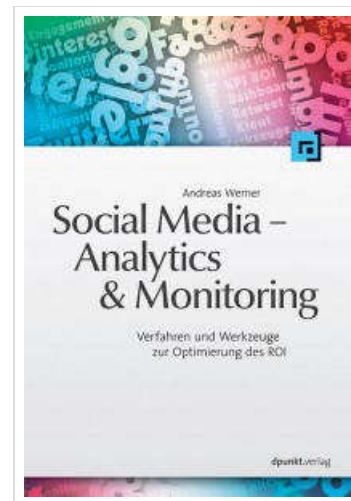
Security, die sich mit Sicherheitsthemen oder Gefahren und dem Schutz unternehmensrelevanter Werte auseinandersetzt, wird künftig vermehrt den Fokus auch auf Social Media lenken und hier unter anderem rechtliche Bestimmungen, wie den Datenschutz, berücksichtigen, heißt es.

Die Autoren erklären, dass sich aus Daten im Social Web Frühwarnindikatoren gewinnen lassen, um Reputationsschäden vorzubeugen. Festgestellt wird, dass geübte Organisationsparadigmen bei Social Media überwunden werden müssen, um flexibel und vor allem schnell reaktionsfähig sein zu können. Zahlreiche Schwarz-Weiß-Abbildungen zeigen Studienergebnisse, die etwa eine zunehmende Internet- und Social Media-Nutzung der Bevölkerung belegen. Leider sind einige Abbildungen unscharf und nicht ganz lesbar (etwa S.58-59). Viele Entwicklungsszenarien des Bandes sind arg theoretisch und eher floskelhaft. Aufgelockert wird der Band durch Interviews mit Experten aus Großunternehmen, die über Word-of-Mouth-Marketing, eigene Erfahrungen mit der Beziehungspflege zu guten Kunden und Multiplikatoren, über Social Media-Kampagnen und deren Resonanz sprechen. Neben Tabellen, die Fragekategorien und gebräuchliche Analysetools für Social Media-Kennzahlen und Reportings listen, runden den Band ein ausführliches Stichwortverzeichnis ab.

Prof. Dr. Martin Grothe & Prof. Dr. Jürgen Weber: Social Media & Controlling. Die Rolle des Controllers in ein neues Unternehmenszeitalter
80 Seiten, Softcover
Wiley-VCH Verlag, 2013
EUR: 24,90
ISBN: 9783527507436
[Weitere Infos](#)

November: *Social Media – Analytics & Monitoring. Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI*

Im Online-Marketing und im Customer Relationship Management von Unternehmen spielen die Analyse von Social Media und hierfür eingesetzte Softwareprodukte und –tools eine immer größere Rolle. Andreas Werner betrachtet in *Social Media – Analytics & Monitoring* Datenquellen und Messwerte und erläutert und bewertet selbige. Hierfür untersucht der Autor die Metriken von Netzwerken wie Facebook, Twitter, Google+, Pinterest und Blogs mit Hilfe zahlreiche Analysetools; so etwa quintly.com und PageLever für Facebook. Beschrieben wird unter anderem das sogenannte „Funnel-Konzept“ für den Erfolg von Social Media-Meldungen. Hierbei wird die organische, bezahlte und virale Reichweite unterschieden. Die Datenlage für die Messung von Metriken beurteilt der Autor für verschiedene Netzwerke als mager (S. 64).



Das Buch beschäftigt sich mit den Resultaten website-zentristischer Tools wie Google Analytics und der Tauglichkeit sogenannter Scores in Tools wie Klout, PeerIndex und Kred. Die Validität von Scores hinterfragt Andreas Werner, da die Berechnung eines solchen im Regelfall das Geheimnis des Anbieters bleibt (S. 107) und oft nicht alle Social Media Plattformen eines Nutzers ausgewertet werden (S. 108). Trotzdem dienen Scores Suchmaschinen oder Unternehmen als Relevanzmaß (S. 103).

Weiterhin behandelt der Band eine mögliche Bestimmung idealer Social Media-Posting-Zeitpunkte, Funktionen und Auswahl von Werkzeugen für das Monitoring und die Datenspeicherung und –aufbereitung. Schließlich beschäftigt sich das Sachbuch mit dem Bewerten quantitativer Daten durch das Bestimmen von Key Performance Indikatoren (KPIs) und das Antizipieren ihres Einflusses auf eine mögliche Kapitalrentabilität beziehungsweise ein Return on Investment (ROI).

Werners Veröffentlichung gliedert sich detailliert in Haupt- und Unterpunkte und liest sich meist wie eine wissenschaftliche Forschungsarbeit, die nicht für einen größeren Lesekreis bestimmt scheint. So entschuldigt sich der Autor etwa im Fließtext für eine nicht erkennbare Beschriftung einer Abbildung (S. 54). Den Lesefluss erschweren Tipp- oder Rechtschreibfehler (S. 17, S. 18, S. 41, S. 45, S. 46, S. 62, S. 69, S.71, S. 77, S. 80), nicht erklärte Akronyme (S. 21, S. 40, S. 43, S. 64) und komplizierte Satzstrukturen oder missverständliche Sinnzusammenhänge (S. 30, S. 33, S. 34, S. 46). Andreas Werner rät, neue Netzwerke und „den Buzz, also das, was über sie kommuniziert wird,“ zu monitoren (S. 19) und einschlägigen Kommunikatoren für das Social Web wie unter anderem Klaus Eck oder Mirko Lange (S. 28) und für Web Analytics unter anderem Justin Cutroni, Avinask Kaushik oder Daniel Waisberg (S. 102) zu folgen und verweist mehrfach auf weiterführende Links zu seinem eigenen Blog. Besonders eingehend beschäftigt sich der Autor mit der Analyse des in Deutschland vergleichsweise bisher noch weniger bekannten sozialen Netzwerk Pinterest, dessen Wording „an Frauenzeitschriften angelehnt“ (S. 23) sei, da es überwiegend von Frauen genutzt werde. Insgesamt bietet der sehr theoretisch gehaltene Band so vor allem einige nützliche Hinweise, etwa bezüglich meist kostenfreier Monitoring-Tools und dem Bewerten sich hier abzeichnender Ergebnisse.

Andreas Werner: Social Media – Analytics & Monitoring. Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI

228 Seiten, Broschur

dpunkt. Verlag, 2013

EUR: 34,90

ISBN: 9783864900235

[Weitere Infos](#)

Dezember: *WordPress 4 komplett. Das Kompendium für Websites und Blogs*



Die Open Source Software WordPress ist heute weltweit die meistgenutzte Blogsoftware und das beliebteste Redaktionssystem. Sie erschien 2014 mit der Version 4 und liegt seit dem 8. Dezember 2015 in der neuesten Version 4.4 vor. Tim Schürmanns praxisorientiertes Kompendium erläutert in 23 ausführlichen Thementeilchen die Installation und den Einstieg in das Content-Management-System (CMS) und die einhergehende Erstellung und



Administration eines eigenen Internetauftritts.

Zusätzlich behandelt das Kompendium das Entwickeln eigener Themes mittels Programmiersprachen wie HTML, PHP und CSS und das selbstständige Erweitern von WordPress etwa durch selbst programmierte Plugins. Schürmann beschreibt ausführlich die Steuerzentrale im Backend oder den Themenkomplex Suchmaschinenoptimierung (SEO). Neben Plugins oder Widgets können Nutzer beim Erstellen einer WordPress-Website auch das

eigene Theme selbst auswählen. Schürmann stellt bekanntere Standard-Themes wie Twenty Fourteen vor und rät den Lesern anhand einzelner, ausführlich beschriebener Schritte durch eigenes Ausprobieren die Bedienoberfläche und Funktionalitäten kennenzulernen. Er erklärt, dass sich Themes verändern lassen, jedoch entsprechende Theme-Einstellungen oft „über mehrere verschiedene Orte“ verstreut sind (S. 368). Er gibt auch mal den Tipp, Ersteller der Themes um Rat zu fragen, wenn bei neu installierten Themes Widgets möglicherweise nicht einwandfrei angezeigt werden (S. 337).

Es lohnt sich stets, die zahlreichen nützlichen Hinweise in der Praxis durch das eigene Arbeiten mit WordPress zu überprüfen. Hier stößt man möglicherweise auf ungeahnte Probleme und wünscht sich im Kompendium einen Themenbereich wie Frequently Asked Questions (FAQ) zur Klärung plötzlich auftauchender Fragen. Wie können Nutzer etwa die Visuell-Option beim Bearbeiten von Seiten oder Beiträgen wiederherstellen, wenn WordPress diese plötzlich nicht mehr anbietet? Wie können ehemalige WordPress-Seiten gelöscht werden, für die der Login und das Passwort nicht mehr vorliegen? Im Indexverzeichnis fehlen leider auch einige Begriffe wie etwa das „Favicon“, ein Symbol oder Logo, das in der Adresszeile eines Browsers links von der URL angezeigt wird. Trotzdem insgesamt hilfreich und sehr lesenswert.

Tim Schürmann: WordPress 4 komplett. Das Kompendium für Websites und Blogs

864 Seiten, Hardcover

O'Reilly Verlag, 2015

ISBN 9783955618544

Weitere Infos

Mehr Buchbesprechungen aus dem Jahr 2015.

Dieser Eintrag wurde veröffentlicht in **Buchkritik, Jahresrückblick, Rezension** und verschlagwortet mit **111 Orte in Stuttgart, Andreas Werner, Anja Wasserbäch, Annika Busse, Astrid Schlupp-Melchinger, Berlin –Eine Stadt in Biografien, Bernd Ingmar Gutberlet, Controlling, Das große Märchenbuch, Die großen romanischen Kirchen in Köln, die man gesehen haben muss, Dieter Buck, Diogenes Verlag, Dorothee Fleischmann, dpunkt.Verlag, Florian Monheim, Gabriele Kalmbach, Ganz Berlin in 7 Tagen, Greven Verlag Köln, Harald Schukraft, Heinrich Steinfest, Hermann-Josef Emons Verlag, In die Natur mit dem VVS, Jahresrückblick 2015, Jürgen Kaiser, Jürgen Löhle, Jürgen Weber, Konrad Theiss Verlag, Mairdumont, Malina Kruse-Wiegand, Marc Hirschfell, Martin Grothe, O'Reilly Verlag, Primus Verlag, Silberburg Verlag, Social Die Rolle des Controllers auf dem Weg in ein neues Unternehmenszeitalter, Social Media, Social Media Analytics, Social Media Monitoring, Stuttgart für Stuttgarter, Stuttgart! – Das Buch, Tatjana Hauptmann, Thomas Borgmann, Tim Schleider, Tim Schürmann, Travel House Media, Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI, Wiley-VCH Verlag, Wir machen dieses Social Media, Wordpress 4 komplett von Ansgar Skoda. [Permanenter Link zum Eintrag \[http://www.ansgar-skoda.de/jahresueckblick-2015-jeden-monat-ein-buch/\]](http://www.ansgar-skoda.de/jahresueckblick-2015-jeden-monat-ein-buch/) .**