Unité allemande

ZSCHIESCHE Arnd, ERRICHELLO Oliver, Erfolgsgeheimnis Ost. Survival-Strategien der besten Marken – Und was Manager daraus lernen können / CALEFICE Stefan, 20 Jahre Begrüßungsgeld. 100 Mark auf Zeitreise – Was ist daraus geworden ?

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4067>

DOI : 10.4000/rea.4067

ISBN : 978-2-8218-0886-7

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 1 mars 2010

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

« Unité allemande », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 95 | mars 2010, mis en ligne le 08 mars 2010, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4067> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rea.4067>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© CIRAC

Unité allemande

ZSCHIESCHE Arnd, ERRICHIELLO Oliver, **Erfolgsgeheimnis Ost. Survival-Strategien der besten Marken – Und was Manager daraus lernen können** / CALEFICE Stefan, **20 Jahre Begrüßungsgeld. 100 Mark auf Zeitreise – Was ist daraus geworden ?**

RÉFÉRENCE

ZSCHIESCHE Arnd, ERRICHIELLO Oliver, **Erfolgsgeheimnis Ost. Survival-Strategien der besten Marken – Und was Manager daraus lernen können**, Gabler, Wiesbaden, 2009, 201 p.

CALEFICE Stefan, **20 Jahre Begrüßungsgeld. 100 Mark auf Zeitreise – Was ist daraus geworden?**, Gabler, Wiesbaden, 2009, 230 p.

- 1 Pourquoi ne pas considérer l'Unité allemande sous un autre angle ? Volonté de réussir, connaissance de leurs forces, adaptation au marché : voici les clés du succès de marques est-allemandes comme le soda Vita Cola ou la pâte à tartiner Nudossi qui, non contentes de prospérer dans les nouveaux Länder, s'imposent désormais à l'ouest. Une recette marketing de portée universelle, censée insuffler du courage aux managers en temps de crise. L'ouvrage de CALEFICE propose quant à lui un voyage temporel depuis la réunification à travers l'économie, la politique et les finances. Ceci en vue de retracer la destinée hypothétique des 100 Marks de bienvenue (*Begrüßungsgeld*) alloués aux 16,4 millions de citoyens de la RDA à la fin de l'année 1989. (sh)