

Die ersten sieben Erfolgsgeschichten klingen fantastisch. Wie bestie ich Marktanteile über die Jahre hinweg? Wie wird das Geschäft mit den Stars und Sternchen von einem weltweiten Oligopol beherrscht, dessen Arbeitsweise an eine mächtige Sechsfarigflotte erinnert? Auf Supermärkten und in hochbezahlten Mannschaften (und schließlich unerschöpflichen Treibstoffvorräten) durchpflügen diese fünfzig Namen Majors (Sony, Warner, BMW, IBM und Unilever) das Königreich des Uffens.

Text Harald Willenbrock

## Das Dagobert-Dilemma

Macht Geld glücklich? Warum verdienen wir nie so viel, wie wir eigentlich verdient hätten? Lässt sich ein gutes Leben kaufen? Und wie hoch ist der Preis?

Fragen wie diese stellen Menschen, seit es Münzen gibt, denn der Stoff aller Stoffe fasziniert uns wie kein anderer. Das seltsame ist nur: Sobald wir ihn in die Tasche stecken, verliert er seinen Glanz. Mehr Geld führt auf Dauer nicht zu mehr Glück. In Deutschland, Großbritannien und fast allen westlichen Industriestaaten haben die gewaltigen Einkommenszuwächse seit Ende des Zweiten Weltkriegs die Menschen nicht glücklicher gemacht.

»Ein unterhaltsamer, klug geschriebener Versuch, zum Nachdenken über Monetäres anzuregen«  
*Spiegel Online*

»Wir jagen dem Geld nach und wollen so das Glück fangen. Warum wir am „Dagobert-Dilemma“ scheitern, beschreibt Harald Willenbrock in einem anregenden Buch.«  
*Financial Times Deutschland*

»Lebendig, mit vielen Beispielen und anschaulich trägt der Autor seine Argumente vor... Willenbrock leistet durch die kritische Betrachtung einen wichtigen Beitrag zur Hinterfragung dessen, was wir im alltäglichen Preiskampf als gegeben hinnehmen und als ungeheuer wichtig akzeptieren: der Geld, der Preis, die Wirtschaft. Ein Buch für alle, die gerne mehr Geld hätten.«  
*Netzeitung*

»Das Dagobert-Dilemma«. Heyne Verlag, München 2006.  
18.95 Euro