



PRESSMEDDELANDE 20 oktober 2005
Pressmeddelande och bilder från prisutdelningen finns att hämta på www.svemarknad.se under pressmaterial.

Årets Marknadsföringsbok 2005 **Den där marknaden**



- Det talas alltid om den där marknaden, med vad är det egentligen? Hur ser den ut för olika aktörer och vad är det som formar den och vem skall sätta priset? Årets Marknadsföringsbok förklarar med hjälp av teorier, klara modeller och praktiska exempel hur marknaden kan se ut från flera olika perspektiv. Och om hur teorierna och ideerna formar verklighetens marknad. En intressant och aktuell bok om marknaden som är grundförutsättningen för våra marknadsföringsaktiviteter, säger Marianne Reuterskiöld, vd Sveriges Marknadsförbund. Förbundet har i år utsett "Den där marknaden" redigerad av Claes-Fredrik Helgesson, Hans Kjellberg och Anders Liljenberg till Årets Marknadsföringsbok 2005.

Redaktörerna för boken, Claes-Fredrik Helgesson, Hans Kjellberg och Anders Liljenberg, samtliga verksamma vid Handelshögskolan i Stockholm, tar idag, 20 oktober emot diplom och hedersutmärkelse på Sveriges Marknadsförbunds seminariedag Tendensdagen, på Cirkus i Stockholm.

- Vi möter marknader i någon form varje dag, ändå vet vi ytterst lite om hur teorier om marknaden samspelar med och formar verkligheten marknader, säger docent Claes-Fredrik Helgesson en av bokens redaktörer. Som vi ser det så har den ekonomiska och politiska debatten varit på tok för naiv i det här avseendet. Det övergripande syftet med boken är att öka förståelsen för vad som ligger bakom utvecklingen av olika marknader och hur deras aktörer formas.
- Marknaden är inte fullkomlig vare sig som idé eller praktik. Den kommer rimligen heller aldrig att bli det, allra minst genom någon naturlig eller gudomlig automatik. Vi tycker det är fruktbart att likna marknader vid trädgårdar. Marknader, liksom trädgårdar, kräver tillsyn och skötsel och formas i ett samspel mellan vad vi gör och de föreställningar vi har om hur de bör se ut.
- Det är otroligt roligt att "Den där marknaden" blivit vald till årets marknadsföringsbok. Vi har jobbat med materialet i flera år just eftersom vi tycker att vi har något viktigt att säga. Boken växte fram i en läsgrupp som samlade ett tiotal nydisputerade forskare. Vi läste aktuell forskning om marknader liksom studier om hur teorier på olika områden bidrar till att forma den verklighet de beskriver. Allteftersom omvandlades läsgruppen till en skrivgrupp där vi började diskutera och arbeta med egna material. Det här sättet att arbeta har tagit tid, men jag tycker att det också avspeglas i det väl sammanhållna resultatet.

Juryns motivering:

Utifrån utgångspunkten att marknaden är ett resultat, en skapelse visar författarna ytterst förtjänstfullt i boken "Den där marknaden" hur olika skepnader samspelar – det görs såväl teoretiskt som med praktiska exempel.

Sveriges Marknadsförbunds hedersomnämningen 2005 gick till följande böcker;

The Me We Generation av Mats Lindgren, Bernhard Lüthi, Tomas Fürth
samt **"Snabbväxarnas drivkrafter"** av Thomas Ahrens.

Årets Marknadsföringsbok 2005 från Studentlitteratur och över 200 andra titlar inom marknadsföring, management m.m. kan köpas på Sveriges Marknadsförbunds nätbokhandel, www.svemarknad.se.

För mer information vänligen kontakta:

Marianne Reuterskiöld, vd Sveriges Marknadsförbund, tel 08 - 789 89 68 marianne.reuterskiold@svemarknad.se
Docent och ekonomie doktor Claes-Fredrik Helgesson, Tel: 08-736 9544, 070-564 10 26, claes-fredrik.helgesson@hhs.se
Docent och ekonomie doktor Hans Kjellberg, Tel: 08-736 9523, 070-863 33 56, hans.kjellberg@hhs.se
Docent och ekonomie doktor Anders Liljenberg, Tel: 08-736 9546, 070-226 65 33, anders.liljenberg@hhs.se
Tanja Sundhall, mediakontakt 08-692 65 16 eller 0762 -55 48 62, tanja.sundhall@munzalenius.se