

Management

Das revolutionäre Unternehmen

Gary Hamel, 383 Seiten, 2001, gebunden, ISBN 3-430-13907-4, Econ Verlag, München, 59,90 DM

Der führende US-Strategie Gary Hamel ist davon überzeugt, daß die Ära des Fortschritts zu Ende ist und vom Zeitalter der Revolution abgelöst wird. Er empfiehlt den Lesern deshalb: „Werdet zu hungrigen Revolutionären, oben und unten, permanent. Denkt und handelt nonlinear, vergeßt Hierarchien und träumt, habt Ideen und tut alles, sie umzusetzen. Brecht Regeln, denn nur wer Regeln bricht, gewinnt.“



Kundenbindung

Servicemanagement

Tom Peters, 231 Seiten, 2001, Taschenformat, ISBN 3-430-17463-5, gebunden, Econ Verlag, München, 29,90 DM

In immer enger werdenden Märkten wird professionellen Servicemanagement zunehmend zum wichtigsten Erfolgsfaktor. „Verwandeln Sie Ihren Betrieb in einen hoch qualifizierten und kundenorientierten Dienstleister. Seien Sie dabei ihrer Kundenbindung stets einen entscheidenden Schritt voraus.“ Wie sich der Autor die Umsetzung in die Praxis vorstellt, zeigt er anhand von 50 Tips.



Selbstmanagement

Die Kunst vernetzt zu denken

Frederic Vester, 315 Seiten, 6. Aufl. 2000, ISBN 3-421-05308-1, gebunden, DVA, Stuttgart, 44 DM

Angesichts einer immer komplexeren Welt wird die Unzulänglichkeit herkömmlicher Denkweisen bewußt. Und das ist gefährlich, denn jede Einzelmaßnahme – und sei sie auch noch so perfekt geplant – kann im komplexen Gefüge unter Umständen ins Chaos führen. Dies gilt auch für einen Mikrokosmos, wie z.B. für ein Unternehmen. Selbst die ungeheure Infor-



mationsflut, die uns zur Verfügung steht, bewahrt davor nicht unbedingt. Denn mehr Information bedeutet selten besseres Informiertsein. Der Bestseller-Autor faßt seine Erfahrungen im Umgang mit komplexen Problemen und Situationen in diesem Buch zusammen. Seine These: Die Kunst des vernetzten Denkens ist eine wesentliche Erweiterung. Unser Fazit: Das Buch unbedingt lesen.

Marketing

Erfolg im Internet

Martin Arnoldl, 280 Seiten, 2000, kartoniert, ISBN 3-8169-1825-5, Expert Verlag, Renningen, 64 DM

Das Buch zeigt die Möglichkeiten des Internets als kommerziell nutzbares Medium auf. Es informiert kompakt und praxisorientiert über den Zugang und die Nutzung des Internets, über die Konzeption und die Umsetzung ei-

nes eigenen Internetauftritts sowie den Aufbau einer eCommerce-Lösung. Anhand von zahlreichen Workshops läßt sich das erworbene Wissen praktisch umsetzen. Dabei werden meist Testversionen bekannter Softwareprodukte verwendet, die im Internet kostenlos erhältlich sind. Zielgruppe des nützlichen Ratgebers sind vor allem Unternehmen von einem bis ca. 200 Mitarbeitern.

Management

Das Prinzip Risiko

S. Davis/C. Meyer, 215 Seiten, 2001, gebunden, ISBN 3-430-12056-X, Econ Verlag, München, 59,90 DM

„Internet-Revolution und Globalisierung machen alles dramatischer und unsicherer. Das Zeitalter der Sicherheit ist für immer zu Ende – auf dem Markt, im Unternehmen, bei der Karriereplanung und im Privatleben. Das Prinzip Risiko wird unser Leben in Zukunft beherrschen“ – so lauten jedenfalls die Thesen der Autoren. Um künftig erfolgreich zu sein, müssen wir ihrer Ansicht nach in Business, Arbeit und Privatleben immer mehr zu brillanten Risikomanagern und Investoren in uns selbst werden.

Führung

Aufstand des Individuums

Reinhard K. Sprenger, 297 Seiten, 2000, ISBN 3-593-36560-X, gebunden, Campus Verlag, Frankfurt, 49,80 DM

Auf den ersten Blick hat sich die Personalführung verändert: Die Mitarbeiter werden heute „als das wertvollste Kapital“ bezeichnet. Doch der Autor entlarvt die moderne Rhetorik der Unternehmensführung vielfach als reine Lippenbekenntnisse. In den Köpfen geht es noch immer um Firmensoldatentum und Konformität statt um einzigartige Menschen. Der Bestseller-Autor warnt deshalb: Führungskräfte müssen radikal umdenken. Nur ein Unternehmen, das die menschliche Indi-



vidualität zur Geltung bringt, wird die Zukunft für sich entscheiden. Fazit: Pflichtlektüre für Führungskräfte und Mitarbeiter.

Handbuch

Dienstleistungsmarketing

H. Meffert / M. Bruhn, 619 Seiten, 3. überarb. Auflage 2000, gebunden, ISBN 3-409-33688-5, Gabler Verlag, Wiesbaden, 86 DM

Um Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu sichern und zu erhöhen, empfiehlt sich ein professionelles Dienstleistungsmarketing. Die Autoren beschreiben umfassend die Herausforderungen, Probleme und Strategien zu Vermarktung und Umsetzung. Der Leser bekommt ein interessantes und aktuelles Informationsangebot zu den Grundlagen, Konzepten



und Methoden (mit Fallstudien). Auch das Thema „Internationales Dienstleistungsmarketing“ wird angesprochen.

Werbung

Kommunikationsmarketing

Luigi C. De Micco, 223 Seiten, 2. Auflage 2000, ISBN 3-430-16746-9, gebunden, Econ Verlag, München, 39,90 DM

Die Gesetzmäßigkeiten von Kommunikation bilden einen entscheidenden Faktor in der Werbung. Der Autor verbindet diese Erkenntnis mit den Marketingaufgaben und formt daraus das „Kommunikationsmarketing“, wo es letztlich aber auch ums Verkaufen von Produkten und Dienstleistungen geht. Er analysiert und veranschaulicht dazu die Gesetzmäßigkeiten der Kommunikation im modernen Marketing und erläutert, welche Erfolgsregeln in der Praxis beachtet werden müssen.

Interessante Erkenntnisse bieten auch die Praxisbeispiele aus der Werbung, anhand denen die Gründe für das Scheitern der Marketingkonzepte erklärt wird.

Zeitplanung

Projektmanagement

Tom Peters, 231 Seiten, 2001, Taschenformat, ISBN 3-430-17459-7, gebunden, Econ Verlag, München, 29,90 DM

„Machen Sie aus jeder Aufgabe ein Erlebnis“ lautet das Credo des Buches. Projektarbeit gehört mehr und mehr zum Job-Alltag. Gekonntes und zielgerichtetes Projekt- und Zeitmanagement wird daher zunehmend zur Basis des persönlichen und des Unternehmenserfolgs. Der Autor vermittelt dazu 50 gut umsetzbare Tips.

Direktmarketing

Permission Marketing . . .

. . . macht Kunden süchtig, Torsten Schwarz, 304 Seiten, 2000, gebunden, ISBN 3-920834-83-6, Max Schimmel Verlag, Würzburg, 49 DM



Kunden werden immer anspruchsvoller. Auch ihre Bereitschaft, den Anbieter zu wechseln, wächst. Um so wichtiger ist es, vertrauensvolle (Stamm)Kundenbeziehungen aufzubauen. Das Buch setzt dabei auf neuartige und preiswerte Instrumente, die das Internet bietet. Insbesondere per eMail-Newsletter läßt sich eine dauerhafte und aktuelle Kommunikation herstellen, um die Kundenbindung wirkungsvoll zu erhöhen. Wie sich diese Strategie erfolgreich in die Praxis umsetzen läßt und worauf man dabei achten muß, zeigt das sehr empfehlenswerte Buch.

Selbstmanagement

So leben Sie „Die sieben Wege . . .

. . . zur Effektivität“, Stephen R. Covey, 364 Seiten, 2000, kartoniert, ISBN 3-593-36555-3, Campus Verlag, Frankfurt, 39,80 DM

Ein langfristig zufriedenes und erfolgreiches Leben zu führen wird in unserer komplexen, sich ständig wandelnden Welt immer schwieriger. Dies ist ein Buch von und über Menschen, denen es gelungen ist, mehr persönliche Zufriedenheit und Lebensqualität zu finden. Der Schlüssel zu ihrem Erfolg: Ein Leben nach universellen, zeitlos gültigen Prinzipien, die hier vorgestellt werden.

Handbuch

Marketing

Heribert Meffert, 1472 Seiten, 9., überarb. Auflage 2000, gebunden, ISBN 3-409-69017-4, Gabler Verlag, Wiesbaden, 79,80 DM

Die 9. Auflage des Marketing-Klassikers, der in jede gut sortierte Bibliothek gehört, wurde insbesondere um aktuelle Entwicklungen im Bereich der Neuen Medien und in der Markenpolitik ergänzt. Generell liefert das Buch einen hervorragenden Überblick über alle marketingrelevanten Themen und Instrumente. Es ist übersichtlich strukturiert und bietet raschen Zugriff auf die gesuchten Informationen. Das Buch eignet sich sowohl für die Aus- und Weiterbildung als auch für den Marketingpraktiker.

Führung

Mitarbeiter zielwirksam auswählen . . .

. . . und periodisch beurteilen, Hellwig Heinzel, 87 Seiten, 2. Auflage 2000, kartoniert, ISBN 3-8169-1756-9, Expert Verlag, Renningen, 36 DM

Scheiden Mitarbeiter bereits nach kurzer Zeit wieder aus dem Unternehmen aus, kann dies u. a. auf mangelhafte Personalauswahl oder schlechte Einarbeitung zurückzuführen sein. Das Buch möchte Denkanstöße zu diesen beiden



Themen geben, um so entscheidende Verbesserungen zu ermöglichen. Im zweiten Teil werden Tips beim Aufbau eines Mitarbeiter-Beurteilungssystems gegeben sowie bei der Durchführung von Beurteilungsgesprächen. Fazit: Praktische Hilfen insbesondere für kleine Betriebe.

Führung

Managementtraining . . .

. . . für den Führungsnachwuchs, Helmut L. Becker, 332 Seiten, 2000, kartoniert, ISBN 3-8169-1793-3, Expert Verlag, Renningen, 66 DM



Zielbewußte Führung fähiger Mitarbeiter ist ein zentraler Erfolgsfaktor im Unternehmen. Zeitgemäße und erfolgreiche Mitarbeiterführung heißt kooperatives, zielorientiertes Team-Ma-

nagement. Das Buch bietet eine gründliche Einführung und praktisches Handwerkszeug zum Thema Führung, angesprochen werden alle relevanten Bereiche wie z. B. Delegation, Motivation, Organisation, Kontrolle und Beurteilung. Fazit: Sehr empfehlenswert, gerade auch für Führungskräfte in Handwerksbetrieben.

Kommunikation

Mit List und Tücke argumentieren

Karl-Heinz Anton, 175 Seiten, 2. Aufl. 2001, gebunden, ISBN 3-409-28786-8, Gabler Verlag, Wiesbaden, 58 DM
Boshafte Rhetorik (Fachbegriff: Eristik) ist bissig, böswillig und skrupellos. Wahrheit und Ethik interessieren nicht. Der Autor stellt u. a. die 60 erfolgreichsten Techniken wie Maskierung,

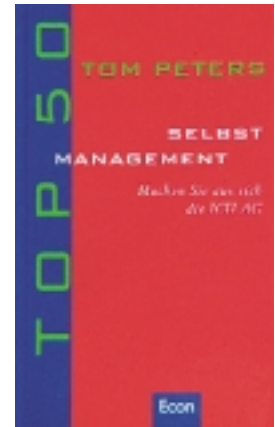
Schwachstellen- und Wortschwalltechnik sowie Unverständlichkeits- und Relativitätsstrategie vor. Er schildert dazu 80 klassische Gesprächssituationen in Unternehmen und analysiert sie. Fazit: Einerseits interessant für alle, die sich verteidigen wollen. Andererseits gefährlich, da sich Mißbrauch nicht ausschließen läßt.

Kommunikation

Selbstmanagement

Tom Peters, 223 Seiten, 2001, Taschenformat, ISBN 3-430-17462-7, gebunden, Econ Verlag, München, 29,90 DM

Gekonntes Selbstmanagement, kreative Selbstvermarktung und selbstverantwortliches Handeln in Beruf und im Alltag werden immer mehr zur Erfolgsbasis. Wie der Leser sein Berufs-



leben von Grund auf ändern kann, indem er die Marketinggesetze auf sich anwendet, beschreibt das Buch. Die 50 strategischen Tips sollen dem Leser helfen, daß er sich selbst und auch seiner Umgebung die eigenen, unverwechselbaren Vorteile bewußt macht.