



## Marketing

### Druckwerke und Werbemittel . . .

. . . leicht gemacht; K. Bauer/ K. Giesriegl, 220 Seiten, 2002, ISBN 3-8323-0872-5, Ueberreuter Wirtschaft, Frankfurt, 19,90 €

Das Buch ist eine Einführung in die Welt der Druckbranche und erläutert alle Arbeitsgänge vom ersten Entwurf bis zum fertigen Druckprodukt. Dazu gehören u. a. Print, Satz, Repro und Papier. Der Ratgeber hilft den Werbeverantwortlichen zudem, Kosten und Qualität im Auge zu behalten. Fachausdrücke und technische Abläufe werden anschaulich erklärt. bav-Fazit: Wertvoller und kompetenter Ratgeber mit vielen Beispielen, Checklisten, Lese- und Surftips.

## Handbuch

### Kompakt-Lexikon Werbepraxis

Joachim Seeborn, 296 Seiten, 2. Aufl. 2001, ISBN 3-409-21416-X, Gabler Verlag, Wiesbaden, 19,50 €

Das kompakte Lexikon will den Werbeverantwortlichen in den Unternehmen helfen, die Sprache der Werbeagenturen und

Medien besser zu verstehen. Zudem liefert es Anregungen für die eigene Werbearbeit. 1500 zentrale Fachbegriffe, von der Konzeption einer Werbekampagne bis hin zur Erfolgskontrolle, werden anschaulich erklärt. Ergänzend gibt es im Anhang zahlreiche Verbandsadressen (inkl. Website).

## Mitarbeiter

### Emotionale Führung.

Daniel Goleman u. a., 340 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-430-13289-4, Econ Verlag, München, 25 €

Führungskräfte mit höherer Emotionaler Intelligenz sind erfolgreicher. Denn: Stimmt die Beziehung zwischen Chef und Mitarbeiter – so die Kernaussagen des Buches. Wirklich große Führungspersönlichkeiten schaffen ein Klima, in dem Ideen wachsen. Zudem fördern sie Teamgeist und Visionen, verstehen ihre Mitarbeiter und strahlen bei aller Verantwortung große Offenheit und Freude aus. Wie sich die emotionalen Ressourcen zum Nutzen aller einsetzen lassen, wird anhand von sechs Führungsstilen aufgezeigt: visionär, coachend, gefühlsorientiert, demokratisch, fordernd und befehlend. bav-Fazit: Pflichtlektüre für alle Führungskräfte.

## Management

### Eventmarketing

P. Bremshey / R. Domning, 191 Seiten, 2001, gebunden, ISBN 3-409-11899-3, Gabler Verlag, Wiesbaden, 34 €

Produkte werden vielfältiger und gleichzeitig austauschbarer. Die Zielgruppenansprache über den persönlichen Kontakt wird deshalb immer entscheidender. Ein Marketinginstrument zur direkten Kundenansprache mit geringen Streuverlusten sind Events. Das Buch

zeigt die Relevanz von Erlebniswelten für das Image, die Motivation von Mitarbeitern und Kunden und für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. bav-Fazit: Empfehlenswerter, mit Praxis- und Projekt-Beispielen gespickter Ratgeber.



## Kommunikation

### Small Talk

J. Hesse / H. C. Schrader, 160 Seiten, 2001, ISBN 3-8218-3813-2, Eichborn Verlag, Frankfurt, 12,90 €

Ob auf Konferenzen oder bei Verhandlungen und Verkaufsgesprächen – wem es gelingt, auf angenehm ungezwungene Weise Kontakte herzustellen, eine gute Atmosphäre zu schaffen und sich seinen Gesprächspartnern sympathisch und souverän zu präsentieren, der hat schon halb gewonnen. Wie man locker, leicht und zudem wirkungsvoll kommunizieren kann, ohne dabei ins Fettnäpfchen zu treten, zeigt das Buch anhand leicht nachvollziehbarer (Praxis-)Beispiele. bav-Fazit: Kurzweiliges, sehr empfehlenswertes Arbeitsbuch.

## Management

### Einfach Managen

Dieter Brandes, 170 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-8323-0862-8, Ueberreuter Wirtschaft, Frankfurt, 12,90 €

Einfachheit im Unternehmensmanagement wird in diesem Buch als der andere Weg, jenseits von Komplexität, Bürokratie und Mittelmäßigkeit, dargestellt. Kritisiert werden dabei (Schein)Lösungen wie Wissensmanagement, den Hang zur Perfektion und das Budgeting. Statt dessen empfiehlt der Autor, auf klare Ziele, Risikomanagement sowie auf Konzentration und Konsequenz zu setzen und auf Überflüssiges zu verzichten. Als Beispiele werden u. a. Unternehmen wie Aldi, Dell und Ikea genannt. bav-Fazit: Sehr empfehlenswert für alle Manager.

## Verkauf

### Rabatte und Zugaben . . .

. . . - wie aus *Rabattjägern treue Kunden werden*; Claudia Stemick, 60 Seiten, 2001, ISBN 3-87864-546-5, Verlagsanstalt Handwerk, Düsseldorf, Tel. (0211) 3 90 98-27, 11,80 €

Wie geht man als Verkäufer mit feilschenden Kunden um, ohne dabei zu verlieren? Das Buch bietet speziell auf kleine Betriebe abgestimmte Vorschläge und Beispiele, wie man durch verschiedene Rabattformen und Zugaben Kunden gewinnt und bindet. Dazu gehören Stammkundenrabatte, Kundenkarten, Bonus- und Happy-Hour-Programme, Angebotspakete etc. Auszüge aus Rabattgesetz und Zugabenordnung zeigen die Grenzen des Machbaren auf. bav-Fazit: Ratgeber mit vielen Praxistips.

## Management

### Das Bauchgefühl

Jacqueline Rieger, 208 Seiten, 2002, ISBN 3-8323-0859-8, Ueberreuter Wirtschaft, Frankfurt, 15,90 €

Wie bedeutend ist das „Bauchgefühl“ als Entscheidungsfaktor? Die Autorin stellt als Antwort zahlreiche Aspekte vor, die die Intuition und die sinnliche Wahrnehmung beeinflussen. Neben Themen wie akustische und optische Reize, Düfte und intuitives Verkaufen werden auch Grenzbereiche wie Astrologie, Biorhythmus, Mondphasen etc. angesprochen. Viele Übungen und Beispiele helfen dem Leser, das Geschriebene sowohl im beruflichen als auch privaten Umfeld „spür- und erfahrbar“ zu machen. bav-Fazit: Ein unbedingt lesenswertes Buch, das inspirierende Ein- und Ansichten bietet.

## Marketing

### Internetwerbung, die wirklich wirkt

Robert Coric u. a., 221 Seiten, 2002, gebunden, mit CD-ROM, ISBN 3-8323-0875-X, Ueberreuter Wirtschaft, Frankfurt, 24,90 €

Weniger als 0,5 % der Internet-User klicken auf die klassische Internetwerbung, die Banner. Gelungene Gags und kostenlose, gute Unterhaltung hingegen werden millionenfach von den Usern als E-Mail-Attachment an den Bekanntenkreis weitergeleitet. Wie dies in der Praxis umgesetzt aussieht, wird anhand der erfolgreichsten Internetwerbekampagnen Europas beispielhaft dargestellt. Im zweiten Teil des Buches werden Ideen für eine eigene Werbeaktion vorgestellt. bav-Fazit: Sehr anregende Lektüre.



## Training

### Clever manipulieren

Erich Brendl, 311 Seiten, 2001, gebunden, ISBN 3-409-11716-4, Gabler Verlag, Wiesbaden, 34 €

Das Buch ist ein Leitfaden für kompetentes, cleveres Verhalten in der Manipulations-Gesellschaft. Hintergrundinfos, Manipulationsmustern und viele Fallanalysen aus Politik, Wirtschaft und Privatleben helfen dem Leser, manipulative Attacken rechtzeitig zu erkennen und sich ihrer Wirkung zu entziehen. Außerdem erhält er fundierte Anregungen, wie er sich im Bedarfsfall verteidigen kann. bav-Fazit: Kompetentes, aber auch provokantes Buch zu einer ambivalenten, aber (leider) realen Thematik. Sehr lesenswert.

## Internet-Marketing

### Effiziente Marktforschung

M. Dannenber / S. Barthe, 330 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-89842-197-X, Galileo Press, Bonn, 34,90 €

Ohne fundierte Marktanalyse kein erfolgreiches Marketing. Die Autoren erläutern, welche neuen Möglichkeiten die Marktforschung speziell durch das Internet gewinnt und wie dadurch z. B. die Infobeschaffung kostengünstig und praktikabel werden kann. bav-Fazit: Anschaulich geschriebenes Buch mit vielen praktischen Umsetzungstips, Fallbeispielen und weiterführenden Web-Site-Angaben.

## Selbstmanagement

### Leben macht die Arbeit süß

Sabine Asgodom, 280 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-430-11012-2, Econ Verlag, München, 25 €

Die Menschen werden nach Ansicht der Autorin künftig nur dann Erfolg haben, wenn sie bewußte Wert-, Sinn- und Zielentscheidungen treffen und danach handeln. Sie gibt zahlreiche Tips, wie ein eigenes, ganz persönliches Work-Life-Konzept entwickelt werden kann, um innere Balance zu finden und ein erfolgreiches und erfülltes Berufs- und Privatleben zu führen. bav-Fazit: Leicht lesbares Buch mit vielen anschaulichen Beispielen und Übungen.

## Management

### Das Unternehmer Jahrbuch 2002

Thomas Maess u. a., 488 Seiten, 2002, gebunden, DIN A4, mit CD-ROM, ISBN 3-472-04830-1, Luchterhand Verlag, Neuwied, 66 €

Das Unternehmer-Jahrbuch ist ein seit 1994 jährlich erscheinender praktischer Ratgeber u. a. für Handwerksmeister und Berater. In elf Kapiteln Antworten werden alle wichtigen Themen der Unternehmens- und Betriebs-Führung angesprochen: Markt, Kunde, Inter-

net, Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Mitarbeiter, Verträge, Managementsysteme, Nachfolge etc. Das Buch ist sehr übersichtlich strukturiert, leicht lesbar und bietet eine Vielzahl von praxisingerechten Beispielen Checklisten und Planungs-Modellen.

## Internet-Marketing

---

### Web Content Management

*Oliver Zschau u.a., 432 Seiten, 2. erw. Aufl. 2001, gebunden, ISBN 3-89842-157-0, Galileo Press, Bonn, 34,90 €*  
Das Buch zeigt auf, welche Maßnahmen und Technologien in Unternehmen notwendig sind, um die Qualität des Web Contents zu verbessern und

dauerhaft Kosten und Zeit einzusparen. Die Autoren geben in den drei Hauptkapiteln Webpublishing, Website-Management und Web-Content-Management-Systeme einen umfassenden Überblick über alle relevanten Themen. bav-Fazit: Aktuelles, gut verständliches Standardwerk für Entscheider und Manager.

## Kundenansprache

---

### Handbuch E-Mail-Marketing

*Dirk Ploss, 258 Seiten, gebunden, ISBN 3-89842-191-0, 2002, Galileo Press, Bonn, 24,90 €*  
Mit E-Mail-Marketing läßt sich die kundenindividuelle Kommunikation (fast) ohne Streu-

verluste realisieren. Der klar strukturierte Ratgeber informiert zunächst über die rechtlichen, wirtschaftlichen und technischen Grundlagen. Anschließend werden verschiedenste Anwendungsmöglichkeiten (Kampagnen, Newsletter, Diskussionslisten, Info-Mailings etc.) sowie die praktische Umsetzung erläutert. Abschließend gibt es noch Praxisbeispiele. bav-Fazit: Rundum gelungenes und aktuelles Arbeitsbuch.

## Mitarbeiter

---

### Personalrecruiting

*Jürgen Winter, 406 Seiten, 2002, gebunden, mit CD-ROM, ISBN 3-448-04655-8, Haufe Verlag, Freiburg, 49 €*

[www.sbz-online.de](http://www.sbz-online.de)

Das Buch enthält alle wesentlichen Themen, die eine bewußte und zielsichere Personalentscheidung ermöglichen: Anforderungsprofil, Stellenbeschreibung, Bewerbervorauswahl, Vorstellungsgespräch, Personalbogen etc. Aufgrund seiner zentralen Bedeutung wird das Vorstellungsgespräch vertieft. Dazu gehören u.a. Infos zu Gesprächsführung und zu den Fragen, die gestellt werden sollten. Auf der CD sind über 3000 Fragen für Vorstellungsgespräche, Musterstellenbeschreibungen, Entscheidungshilfen etc. enthalten. bav-Fazit: Pflichtlektüre für Personalverantwortliche.