

Marketing

Zukunftsmärkte

K. Vossen/F. Reinhardt, 226 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-89623-288-6, Metropolitan Verlag, Düsseldorf, 29,90 Euro
Mit seinen widersprüchlichen Handlungsprinzipien verlangt der Konsument von Anbietern und Absatzmittlern gleichermaßen Flexibilität, Spezialisie-



rung und eine gezielte Verbraucheransprache. Wie sich in den nächsten 10 Jahren die Verbraucher und die Märkte in Deutschland weiter verändern werden, skizziert das Buch. Es ist ein anschaulicher Führer durch die künftigen Konsumwelten – gestützt auf umfassende Verbraucher- und Expertenbefragungen. Angesprochen werden Themen wie Wohnen, Luxus, Wellness, Design, Erlebniskauf, digitaler Konsum etc. bav-Fazit: sehr empfehlenswerte Lektüre für Marketingstrategen.

Führung

Coaching: Miteinander Ziele erreichen

Maren Fischer-Epe, 239 Seiten, 2002, ISBN 3-499-61326-3, Rowohlt, Hamburg, 8,90 Euro
Was genau geschieht beim Coaching? Was kann man von einem professionellen Coach erwarten, wie kann man selbst Coaching-Kompetenz erwerben? Das Buch bietet interes-

sierten Führungskräften einen praxisorientierten Überblick in die psychologischen Grundlagen des Coachings sowie einen prall gefüllten Werkzeugkoffer für individuelle Beratung, angereichert mit vielen Praxisbeispielen. bav-Fazit: kompetenter, sehr empfehlenswerter Ratgeber.

Führung

Miteinander reden: Führungskräfte

Kommunikationspsychologie für Führungskräfte; F. Schulz von Thun, J. Ruppel, R. Strattmann; 190 Seiten, 3. Aufl. 2001, ISBN 3-499-60687-9, Rowohlt, Hamburg, 8,90 Euro
Weder fachliche Kompetenz noch die Position schützen Führungskräfte vor Mißverständnissen, Unklarheiten und verfehltem Gesprächsaufbau



im Kontakt mit ihren Mitarbeitern. Doch wie lassen sich der gute Umgang miteinander und eine fruchtbare Gesprächskultur aufbauen? Der kommunikationspsychologische Wegweiser bietet Führungskräften dazu kompetente Anleitungen, die anhand zahlreicher Fallbeispiele veranschaulicht werden. bav-Fazit: Pflichtlektüre für neue und erfahrene Führungskräfte, sofern sie die Bücher von Schulz von Thun noch nicht kennen.

Führung

Entdecken Sie Ihre Stärken jetzt!

M. Buckingham/D. Clifton, 271 Seiten, 2002, ISBN 3-593-36941-9, Campus Verlag, Frankfurt, 24,90 Euro



„Statt Schwachstellen zu identifizieren und durch teure Schulungen Schadensbegrenzung zu betreiben ist es sinnvoller, die individuellen Stärken zu erkennen und zu nutzen.“ – Entsprechend auf diesem Grundsatz haben die Autoren auf Basis zweier Langzeitstudien eine Methode entwickelt, mit der jeder seine Stärken identifizieren kann: den Strengths-Finder im Internet. Wer mit Hilfe der Zugangsnummer im Buch den interaktiven Fragebogen ausgefüllt hat, erhält als Auswertung seine individuelle „Top Five“ der Stärken. bav-Fazit: Arbeitsbuch mit interessantem Ansatz.

Selbstmanagement

So zähmen Sie Ihren inneren Schweinehund

Marco von Münchhausen, 230 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-593-36922-2, Campus Verlag, Frankfurt, 19,90 Euro
Den dringend benötigten Projektplan erstellen? Endlich wieder joggen gehen? Wer vor einer unangenehmen Aufgabe steht, kennt ihn nur zu gut: den inneren Schweinehund, der einen davon abhält, wichtige Entscheidungen



gen zu treffen oder etwas zu verändern. Der Autor stellt ein Programm vor, mit dem jeder seinen inneren Schweinehund zum Freund machen kann. bav-Fazit: unterhaltsam geschriebener, liebevoll illustrierter sowie mit hilfreichen Anregungen und Checklisten ausgestatteter Bestseller. Kleines Manko: etwas langatmig aufgrund zahlreicher Wiederholungen.

Marketing

Kundenorientiert kommunizieren

Cam-Mai Nguyen, 151 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-409-11942-6, Gabler Verlag, Wiesbaden, 29,90 Euro

Unternehmen, denen Kundennähe und -bindung wichtig sind, müssen auch wissen, wie man kundenorientiert kommuniziert. Das vermittelt zum einen praktische Hinweise für den allgemeinen Umgang mit dem Kunden und liefert konkrete Beispiele zur Kommunikation per Telefon, E-Mail oder Fax. Ergänzend gibt es Ratschläge für die Behandlung von mündlichen und schriftlichen Beschwerden. bav-Fazit: komprimierter Ratgeber mit konkreten Tips zu einem zentralen Thema.



Verkauf

Einwand-frei Verkaufen

U. Saxer/T. Frei, 225 Seiten, 2002, ISBN 3-8323-0925-X, Wirtschaftsverlag Carl Redline Wirtschaft bei Ueberreuter, Frankfurt, gebunden, 24,90 Euro

Viele Verkäufer haben große Mühe, Einwände des Kunden richtig und angemessen zu behandeln. Wie reagiert man z. B.

auf das oft geäußerte „Zu teuer!“ Das Buch stellt insgesamt 21 Methoden und Einstellungen vor, die dem Verkäufer zeigen, wie er nicht nur mit Einwänden umgehen, sondern sie im Vorfeld sogar vermeiden kann. Zahlreiche Beispieldialoge, Checklisten, Handlungsempfehlungen runden das Buch ab. bav-Fazit: praxisnahes Arbeitsbuch zu einem zentralen Thema im Verkauf.

Verkauf

Die Schlacht um jeden Preis

Gregor Eckert, 167 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-409-11851-9, Gabler Verlag, Wiesbaden, 34,90 Euro

Der Kunde ist kritischer, selbstbewußter und beim Feilschen um Rabatte und Preisnachlä-



Marketing

Immer gute Auftragslage!

Stephan Gebhardt-Seele, 239 Seiten, 2002, ISBN 3-409-11922-1, Gabler Verlag, Wiesbaden, 24,90 Euro



se unnachgiebiger geworden. Das Buch möchte Verkäufern wirksame Empfehlungen für die Preisgestaltung, Hinweise für das Verhalten am POS sowie effektive Strategien für den Umgang mit dem feilschenden Kunden aufzeigen. Ziel ist es, den Verkäufern zum Verkaufserfolg und den Unternehmen zu einer höheren Umsatzrendite zu verhelfen. bav-Fazit: kompetenter, übersichtlich strukturierter Ratgeber.

Mailings, Telefonmarketing und Werbung tragen kontinuierlich zur allgemeinen Kommunikationsüberflutung bei. Das Buch räumt mit den Denkblockaden im Marketing auf und zeigt, wie jeder Unternehmer und Verkäufer diese und andere Instrumente nicht nur kosteneffizient, sondern auch effektiv und erfolgreich zur Kundengewinnung und zur Auftragsbeschaffung einsetzen kann. bav-Fazit: informativer Ratgeber zum Thema Personen-Marketing, das der Autor als Alternative zu kostenintensiven Marketingbemühungen einstuft.

Werbebriefe

Sag es treffender

A. M. Textor, 538 Seiten, 43. Aufl. 2002, ISBN 3-499-61388-3, Rowohlt, Hamburg, 9,90 Euro

Wer regelmäßig mit Werbe- und Geschäftsbriefen zu tun hat, kommt an diesem Handbuch eigentlich nicht vorbei. Die 57 000 Verweise auf sinnverwandte Wörter und Ausdrücke helfen nicht nur dabei, den treffenden Begriff zu finden, sondern den Schriftwechsel auch abwechslungsreicher zu gestalten.

Marketing

Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden

Umberta Andrea Simonis, 192 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-7783-0535-2, Holzmann-Verlag, Bad Wörishofen, 19,90 Euro

Der „Handwerkerknigge“ beschäftigt sich in 80 typischen Themenblöcken mit der erfolgreichen Gestaltung der Beziehung Kunde/Handwerker. Die Inhalte sind stichwortig gegliedert von A wie „Abfall“, über K wie „Konfliktsituationen“ bis hin zu R wie „Rauchen“ und Z wie „Zweiter Klasse“. Die Praxisbeispiele und Musterdialoge schildern anschaulich die Situationen von Montage, Reparatur oder der Lieferung beim Kunden. Das Buch richtet sich



an die Monteure und die Chefs. bav-Fazit: sehr empfehlenswerter Ratgeber. Kleines Manko: die lexikalische Struktur erschwert das systematische Durcharbeiten. Effektiver wäre eine Zusammenstellung der Stichworte unter Themenblöcke gewesen (z. B. vor dem Kundenbesuch, Kundenkontakt, Durchführung der Arbeiten etc.).

Studien

Sensual Society + Megatrend Reife

Studien „Sensual Society“ (M. Horx, 94 S., 6/02) + „Megatrend Reife“ (Dr. A. Giger, 86 S., 6/02), Preis: je 100 Euro, im Doppelpack 150 Euro; Info + Bestell.: www.zukunftsinstitut.de

● „Sensual Society“ (Die neuen Märkte der Sinn- und Sinnlichkeitsgesellschaft) befaßt sich u. a. mit der Frage, was nach Wellness kommt. Im Hintergrund der Studie steht eine Wertewandeltheorie: Aus den eher hedonistisch geprägten „Ich-lingen“ entwickelt sich eine Kultur der „Soft-Individualisten“. Das kommende Mega-Thema lautet: Lebensqualität. Weitere Mega-Themen der Zu-

kunft sind Genuß, Lebenshilfe, Abenteuer, Entspannung und Empowerment. Menschen wollen mehr denn je verwöhnt, begeistert, belehrt, im Alltag unterstützt und „empowert“ werden.

● Die Studie „Megatrend Reife“ (Business-Chancen in der älteren Gesellschaft) befaßt sich mit Zukunftsbildern der älter werdenden Gesellschaft. Dazu gehören u. a. Antworten auf folgende Fragestellungen: Wie wichtig das Thema überhaupt? Wie und wo wirkt sich die demografische Entwicklung aus? Welche Branchen gewinnen? Wie erschließt man reife Märkte? Außerdem wird untersucht, wie weit das Lebensgefühl „Reife“ in den Zukunftsbildern der älter werdenden Gesellschaft bereits Fuß gefaßt hat.

Kreativität

Teflon, Post-it und Viagra

Martin Schneider, 220 Seiten, 2002, ISBN 3-527-29873-8, Wiley-VCH, Weinheim, 24,90 Euro

Polyethylen und die gelben Post-it-Notizzettel wurden zufällig entdeckt. Die Erfolge ergaben sich quasi nebenbei, bei der Grundlagenforschung oder auf der Suche nach etwas völlig anderem. Auch so mancher Flop im Labor führte zu für uns heute unverzichtbaren Produkten. So ist der Tesafilm letztlich ein verunglücktes Wundpflaster. Und die Teflonpfanne resultierte aus der Suche nach einem neuen Kältemittel für Kühlschränke. bav-Fazit: die Geschichten rund um Zufälle in

der Forschung bieten anregendes Lesevergnügen für Zwischendurch.

Management

Geschäftsprozesse organisieren

R. + U. Steffen, 173 Seiten, 2002, Preis 30,00 Euro (zzgl. Versandkosten), Gentner Verlag, Stuttgart, Telefon (07 11) 6 36 72-8 57, Telefax (07 11) 63 67 27 35

Gerade in schwierigen Zeiten bleibt immer weniger Spielraum für unsere Handwerksunternehmen. Ein bisher kaum ausgeschöpftes Potential, um den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern und den wirtschaftlichen Erfolg rasch zu verbessern, liegt in der Opti-



mierung der Organisation und in der verbesserten Kundenbindung. Die Autoren – selbst Inhaber eines erfolgreichen SHK-Handwerksbetriebes – zeigen auch, wie sich Fehlerkosten, die oft bis zu 20 % des Umsatzes ausmachen können, erkennen und beseitigen lassen. Hilfestellung bietet dabei ein einfaches, praxiserprobtes Qualitätsmanagement, das sich selbst in Kleinbetrieben einsetzen läßt.

Verkauf

Durchbruch zum Ja!

Günter Greff, 201 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-409-11690-7, Gabler Verlag, Wiesbaden, 29,90 Euro

Erst der Abschluß macht eine Verhandlung zum Erfolg. Das Buch bietet die 13, aus Sicht des Autors wirksamsten Strategien, die bei Business-Verhandlungen zum entscheidenden Durchbruch verhelfen sollen. Konkrete Formulierungsbeispiele und Checklisten bieten Gelegenheit zum Selbst-Training und ermöglichen eine Selbstkontrolle.

bav-Fazit: kompakter Ratgeber mit etwas wenig Theorie, dafür aber mit vielen Verhandlungsbeispielen und Formulierungsvorschläge.