

## Management

### Limbic Success

Hans-Georg Häusel, 253 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-448-05215-9, Haufe Verlag, Freiburg, [www.haufe.de](http://www.haufe.de), 24,95 Euro

Im Buch verknüpft der Autor seine Forschungsergebnisse und Managementberatungserfahrungen mit den neusten Erkenntnissen der Gehirnfor-



schung, der Psychologie, der Evolutionsbiologie und der Neurophilosophie. Es basiert auf der These, daß das limbische System das wahre Machtzentrum im menschlichen Kopf ist und einen wesentlich größeren Einfluß auf das Verhalten hat, als das Großhirn. Anhand vieler Beispiele wird gezeigt, wie sich diese unbewußte Steuerung auf Mitarbeiterführung, Kundengewinnung etc. auswirkt. bav-Fazit: Sehr interessanter Ansatz; deshalb unbedingt lesenwert.

## Kundenmanagement

### Wie mache ich's meinen Kunden klar?

Christine Demmer, 2002, 304 Seiten, Hardcover, ISBN 3-478-32470-X, Redline Wirtschaft, München, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 32 Euro



Nicht alle Mitteilungen an Ihre Kunden haben einen erfreulichen Anlaß. Die Vermittlung unangenehmer Informationen wie der Rückruf eines Produkts, die Ankündigung eines Lieferverzugs oder das Eingeständnis eines Leistungsmangels erfordern Fingerspitzengefühl und kommunikative Kompetenz, denn gerade beim Umgang mit Fehlern zeigt sich die Kundenorientierung ihres Unternehmens. Das Buch bietet für vielfältige Anlässe hilfreiche Unterstützung bei der richtigen Formulierung ernster Nachrichten. bav-Fazit: Kompetenter Leitfaden mit praktischen Anleitungen.

## Führung

### Vertrauen führt

Reinhard K. Sprenger, 192 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-593-37089-1, Campus Verlag, Frankfurt, [www.campus.de](http://www.campus.de), 24,90 Euro

Der Bestseller-Autor und Führungsexperte zeigt im Buch, daß es nichts Wichtigeres zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern gibt als das Vertrauen. Wer Vertrauen zum zentralen Führungsprinzip erklärt, muß jedoch u. a. bereit sein, Macht abzugeben und auf Kontrolle zu verzichten. Denn, so Sprenger, Vertrauen kon-

trolliert sicherer als jedes Kontrollsystem. Unternehmen, die Vertrauen als Führungsinstrument einsetzen, fördern die entscheidenden Wettbewerbsvorteile: Kostenminimierung, Schnelligkeit, Innovation. bav-Fazit: Pflichtlektüre für Unternehmer und Führungskräfte.

## Marketing

### Werbebriefe in Textbausteinen

Michael Brückner, 200 Seiten, 2., erw. Aufl. 2002, ISBN 3-8323-0918-7, Wirtschaftsverlag Ueberreuter, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 15,90 Euro

Werbebriefe sind ein verkaufstarkes und relativ preiswertes Werbeinstrument, insbesondere für kleinere Unternehmen. In der Praxis landen aber viele Briefe ungelesen im Papierkorb. Was einen erfolgreichen Werbebrief ausmacht und wie man diese Anforderungen in Eigenregie – ohne teure Werbeagentur – umsetzen kann, zeigt das Buch. Es bietet dazu eine Fülle von Textbausteinen und Musterbriefen für verschiedene Branchen zu unterschiedlichen Anlässen. Angesprochen werden ergänzend die Themen Nachfabaktion und E-Mailings. bav-Fazit: Kompetenter Ratgeber mit vielen Praxistips.

## Verkauf

### Bei Anruf Termin

Klaus-J. Fink, 131 Seiten, 2. Aufl. 2002, ISBN 3-409-21476-3, Gabler Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 22 Euro

Die telefonische Kaltakquise von Neukunden stellt eine Herausforderung dar. Das Buch zeigt, welche Vorbereitungen im Vorfeld eines Telefonkontakts getroffen werden müssen, wie sich das Gespräch aktiv beeinflussen läßt und wie der Verkäufer auf Einwände reagieren kann. Ziel ist es, einen qualifizierten Beratungs- bzw. Verkaufstermin beim Kunden zu bekommen. bav-Fazit: Bewährter Ratgeber mit zahlreichen Formulierungsbeispielen.



## Management

### Total Loyalty Marketing

A. M. Schüller / G. Fuchs, 263 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-409-12201-X, Gabler Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 34,90 Euro

Treue und zufriedene Kunden sind die besten Verkäufer. Begeisterte Kunden gewinnt ein Unternehmen aber nur, wenn die Kunden von kompetenten, loyalen Mitarbeitern betreut worden sind. Das Konzept des „Total Loyalty Marketing“ vernetzt als ganzheitlicher Ansatz die drei Loyalitätsachsen Marketing, Mitarbeiter und Kunden. Schritt für Schritt wird an zahlreichen Praxisbeispielen gezeigt, wie am Ende eine Win-Win-Win-Situation entsteht, die loyale Mitarbeiter, treue Kunden und steigende Gewinne umfaßt. bav-Fazit: Unbedingt lesenwert; die Idee des Buches ist stimmig und wurde inhaltlich anschaulich umgesetzt.

## Management

### Führen in stürmischen Zeiten

K. Green / O. Hanke, 2002, 256 Seiten, Hardcover, ISBN 3-478-37020-5, Redline Wirtschaft, München, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 29,90 Euro

Das Buch zeigt auf, wie in Unternehmen in kleineren und größeren Krisen die richtigen Führungsentscheidungen getroffen werden können. Angesprochen werden Themen wie z. B. Marktzusammenbruch, Umsatzeinbruch, Liquiditäts-

krise, schlechtes Betriebsklima, Führungs- und Generationswechsel. Anhand von Praxisbeispielen werden Anleitungen für konkrete, schwierige Führungssituationen sowie Handlungsalternativen beschrieben. bav-Fazit: Gute Orientierungshilfe in den aktuellen stürmischen Zeiten.

## Selbstmanagement

### Alles im Kopf!

Wilfried Possin, 208 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-478-73350-2, mvg Verlag, München, [www.mvg-verlag.de](http://www.mvg-verlag.de), 17,90 Euro

Dinge, die noch zu erledigen sind, sowie Namen und Gesichter mühelos im Gedächtnis behalten? Der Gedächtnis-Weltrekordler Wilfried Possin zeigt anschaulich und praktisch, wie man besser lernen und sein Erinnerungsvermögen im beruflichen und privaten Alltag nachhaltig fördern kann. Seine Tips, Beispiele und Übungsvorschläge sind aus der Seminarpraxis entstanden. bav-Fazit: Sehr empfehlenswerte Lektüre zur Verbesserung der Gedächtnisleistung.

## Selbstmanagement

### Protokollführung leicht gemacht

G. Cerwinka / G. Schranz, 208 Seiten, 2002, ISBN 3-8323-0908-X, Wirtschaftsverlag Ueberreuter, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 19,90 Euro  
Ein gutes Protokoll soll Kernthemen, wichtige Punkte,

komplexe Zusammenhänge und widersprüchliche Meinungen in eine übersichtliche, verständliche und klare Dokumentationsform zusammenfassen. Ergänzend zu den Anforderungen an ein professionelles Protokoll finden sich in diesem Buch zahlreiche praktische Tips zur Arbeitstechnik, zur aktuellen Protokollsprache und zur formalen Gestaltung. bav-Fazit: Umfassender Ratgeber der den Leser Schritt für Schritt anleitet.

## Marketing

### Praxishandbuch Kommunikationsmanagement

H. Schwab / N. Zowislo, 270 Seiten (m. CD-ROM), 2002, Hardcover, ISBN 3-593-37090-5, Campus Verlag, Frankfurt, [www.campus.de](http://www.campus.de), 78 Euro

Kommunikation ist für jedes Unternehmen ein zentraler Faktor, sowohl im Innen- als auch im Außenverhältnis. Das Handbuch versteht sich als systematischer Wegweiser zur effektiven Unternehmenskommunikation und geht dabei auf die verschiedenen Medien und



Methoden sowie die jeweilige Zielgruppe ein. Angesprochen werden Themen wie Zielgruppe Mitarbeiter, Unternehmensidentität, Printmedien, Fernsehen, Internet, Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Hilfreiche Checklisten finden sich auf der CD-ROM. bav-Fazit: Gute Grundlegendarstellung.

## Marketing

### Kundenzufriedenheit leicht gemacht

M. Carbon / H. Preyer, 184 Seiten, 2002, ISBN 3-8323-0927-6, Wirtschaftsverlag Ueberreuter, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 19,90 Euro  
Zufriedene Kunden kaufen mehr, interessieren sich für zusätzliche Produkte und Leistungen, sind z. T. auch bereit, etwas höhere Preise zu bezahlen. Zudem empfehlen sie das Unternehmen aktiv weiter. Wie Kundenzufriedenheit gemessen werden kann und wie man herausfindet, wo Verbesserungsmaßnahmen durchgeführt werden sollten, erklären die Initiatoren des European Customer Satisfaction Award. bav-Fazit: Ein gut strukturiertes, verständlich geschriebenes Buch, das z. B. auch erläutert, wie sich Kundenzufriedenheit generell definieren läßt.

## Pressearbeit

### Professionelle Online-PR

Nicola Sauvant, 238 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-593-36943-5, Campus Verlag, Frankfurt, [www.campus.de](http://www.campus.de), 39,90 Euro

Kein Unternehmen kann es sich heutzutage leisten, das Internet als Mittel der Unternehmenskommunikation zu vernachlässigen. Das Buch zeigt, wie erfolgreiche Online-PR eingerichtet wird und wie man mit den Risiken umgehen kann. Vorgestellt werden die Bereiche Pressearbeit, Investor Relations, interne Unternehmenskommunikation sowie

Krisen-PR. Ergänzend gibt es Fallbeispiele und Interviews mit erfahrenen Profis der Online-PR. bav-Fazit: Sehr empfehlenswertes, grundlegendes Handbuch.

## Studie

### Consumer Trends 2005

Thomas Huber, 160 Seiten, 10/2002, ISBN 3-934429-47-5, Info/Bestellung: [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de), 220 Euro  
Die Studie will zum Verständnis des Konsumenten beitragen, seine Wünsche und Anforderungen an Hersteller und Handel formulieren sowie Prognosen für die Zukunftsrelevanz der einzelnen Trends abgeben. Vorgestellt werden 17

Konsumententrends für das Zukunfts-Marketing; dazu gehören z. B.:

- Market of the Real: Die Sehnsucht nach dem Echten, Guten, Wahren
- Ageless Consuming: Smarte Produkte befreien sich von Altersbeschränkungen
- Mass Customization: Massenweise Maßanfertigungen für Individualisten
- Life Assistance: Die Professionalisierung der Alltagshilfen
- Wellness II: Vom Sich-verböhnen-lassen zur aktiven Suche nach Balance
- Homing: Das Heim: Zentrum der Welt im (Un)Sicherheitszeitalter
- Female Shift: Der Konsum wird weiblich
- High-Touch-Markets: Der Wunsch nach Produkten mit Bezug zur eigenen Person

## Selbstmanagement

### De Bonos neue Denkschule

Edward De Bono, 224 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-478-72990-4, mvg Verlag, München, [www.mvg-verlag.de](http://www.mvg-verlag.de), 17,90 Euro  
Der Autor stellt dar, daß viele intelligente Menschen nicht so gut denken, wie sie könnten: Statt möglichst gute Lösungen zu finden, konzentrieren sie sich darauf, ihren Standpunkt zu verteidigen. Das Buch will den Leser ermutigen, eingefahrene Denkpfade zu verlassen und statt dessen mehr und bessere Lösungen und Ideen zu finden sowie die eigene Wahrnehmung zu schärfen. bav-Fazit: Kompetenter Ratgeber, der viele Techniken und Methoden bietet.



## Marketing

### Der Messetrainer

Dirk Kreuter, 140 Seiten, 2002, ISBN 3-409-11999-X, Gabler Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 21,90 Euro  
Nach Ansicht des Autors werden Messen nach wie vor zu wenig genutzt, um neue Kunden und Aufträge zu gewinnen. Ursachen seien häufig ungenügende Vorbereitung und zu wenig geschultes Personal. Das

DER ENTSCHEIDERTREFF FÜR DIE SANITÄR- UND HEIZUNGSBRANCHE

neu! **shk**  
KONGRESS  
ZUKUNFT

TOP-Referenten u.a.:  
Wolfgang Göck  
Prof. Dr. Dr. F.J. Radermacher

17. JANUAR 2003 IN FRANKFURT

**Aktive Handwerker kennen keine Rezession!**

- Erneuerung Ihrer Leistungskraft
- Lösungen für Ihren Geschäftserfolg
- Erhöhung Ihrer Marktchancen

Eine Veranstaltung von:



Infos und Anmeldung bei:

HaZweiOh GmbH  
Telefon 0821/349 44 07  
Telefax 0821/349 44 75  
[www.shk-kongress-zukunft.de](http://www.shk-kongress-zukunft.de)



Buch will dem Leser zeigen, wie er realistische Messeziele festlegt, die Messe organisiert und plant, wie er professionell mit potentiellen Kunden kommuniziert und mit der Nacharbeit für nachhaltige Resultate sorgt. bav-Fazit: Praxisratgeber mit nützlichen Checklisten.

Techniken vor und erläutert die technischen Hilfsmittel von Flip-Chart über das interaktive Wideboard bis zur PC-Präsentation. Interessant sind auch die Tips zur Gestaltung von Folien und zum Verhalten in kritischen Situationen. bav-Fazit: Kompetentes Standardwerk mit hohem Infogehalt.

## Selbstmanagement

### Schlagfertigkeit

Matthias Nöllke, 230 Seiten, 2002, ISBN 3-448-05217-5, Haufe Verlag, Freiburg, [www.haufe.de](http://www.haufe.de), 19,95 Euro

Das Buch möchte dem Leser Schritt für Schritt helfen, seine Schlagfertigkeit zu trainieren. Dabei geht es nicht darum, einfach nur witzige oder freche Antworten zu finden. Vielmehr will es eine Schlagfertigkeit vermitteln, die dem Leser helfen soll, seine eigene Souveränität zu bewahren. Gezeigt werden u. a., wie man Wutanfällen begegnet, ungerechtfertigte Kritik erwidert, die Zuhörer zum Lachen bringt, Gesprächssituationen einschätzen kann und wie man sein Sprachvermögen schult. bav-Fazit: Interessantes Trainings- und Übungsbuch.

## Werbung

### Das Mailing

Heinrich Holland (Hrsg.), 210 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-409-12279-6, Gabler

Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 39,90 Euro

Das Mailing – die schriftliche, adressierte Werbung per Post – ist nach wie vor das wichtigste Instrument im Direktmarketing. Dieses Buch behandelt konkret und praxisnah alle wichtigen Fragen in Bezug auf Planung, Inhalt, Formulierung, Gestaltung, Druck, Versand etc. Acht Experten vermitteln hilfreiches Hintergrundwissen und geben nützliche Empfehlungen. bav-Fazit: Sehr empfehlenswerter, kompetenter und aktueller Ratgeber.



## Selbstmanagement

### Sicher präsentieren...

. . . – wirksamer vortragen; Emil Hierhold, 460 Seiten, 6., aktualisierte Auflage 2002, Hardcover, ISBN 3-8323-0928-4, Wirtschaftsverlag Ueberreuter, Frankfurt, [www.red-line-wirtschaft.de](http://www.red-line-wirtschaft.de), 46 Euro

Neben der Idee und den Fakten ist eine überzeugende und attraktive Verpackung der Inhalte für eine erfolgreiche Präsentation notwendig. Das Buch stellt visuelle und verbale

## Selbstmanagement

### Das Mind-Map-Buch

T. Buzan / B. Buzan, 320 Seiten, 5. überarb. Auflage 2002, Hardcover, ISBN 3-478-71731-0, mvv Verlag, München, [www.mvv-verlag.de](http://www.mvv-verlag.de), 24,90 Euro

Systematisch denken, komplexe Sachverhalte auf Anhieb verstehen und sie jederzeit parat haben sowie laufend gute Einfälle haben – dies läßt sich mit Mind-Mapping erreichen. Denn diese Technik nimmt sich zum Modell, wie das Gehirn selbst denkt. Tony Buzan, der „Vater“ dieser Technik, führt den Leser Schritt für Schritt zu kreativem Denken, besseren

Ideen, schnelleren und fundierteren Entscheidungen. bav-Fazit: Pflichtlektüre für Mind-Mapping-Interessierte.

Handbuch mit kompetenten und kompakten Erklärungen zu den wichtigsten Strategieinstrumenten.

## Training

### Notebook- und Beamers-Präsentationen

*Peter Kürsteiner, 240 Seiten, 2., aktual. Auflage 2002, Hardcover, ISBN 3-8323-0877-6, Wirtschaftsverlag Ueberreuter, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 39,90 Euro*

Immer mehr Präsentationen und Verkaufsgespräche werden mit Notebooks, PCs, und Video-Beamern unterstützt. Für den optimalen Einsatz – von der Vorbereitung der Präsentation über die Erstellung bis hin zum professionellen Vortrag – bietet dieses Buch praktische Anleitungen und Tips, Checklisten sowie Hinweise auf Stolpersteine. Die mitgelieferte CD-ROM enthält Beispielpäsentationen, Cliparts und Freeware. bav-Fazit: Empfehlenswerter, kompetenter Ratgeber.

## Schulung

### Train the Trainer

*Michael Birkenbihl, 512 Seiten, 17. Auflage 2002, Hardcover, ISBN 3-478-52287-0, Redline Wirtschaft, München, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 48 Euro*

Das Arbeitshandbuch hilft Ausbildern und Dozenten, die Seminarteilnehmer als Menschen mit ihren individuellen Bedürfnissen, Erwartungen, Hoffnungen und Ängsten zu verstehen und sich ihnen gegenüber psychologisch richtig zu verhalten. Dazu bietet es eine umfassende und aktionsbezogene Darstellung über Psychologie, Pädagogik und Praxis der Erwachsenenschulung. bav-Fazit: Neuauflage eines empfehlenswerten Klassikers.

## Studie

### Future Marketing

*Corinna Mühlhausen, 88 Seiten, 10/2002, ISBN 3-934429-78-5, Info/Bestellung: [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de), 80 Euro*

Einem Großteil der Konsumenten ist die Lust am Shoppen vergangen, nicht nur wegen des angeblichen Teuro. Auch langweilige Kaufumgebungen ohne individuelle Beratung und ohne persönliche Ansprache tragen dazu bei. Zum Verkaufen im Zeitalter des flüchtigen Konsumenten stellt die Studie zeitgemäße Marketing-Methoden vor, mit denen sich auch die notorischen Konsumverweigerer wieder erreichen lassen sollen. Inhalte sind u. a.: Der Konsument als Partner, als Mitglied, als Freund, als Stammkunde, als Eingeweihter, als Fan, als Selbstdarsteller, als Big Spender, als Smart Shopper, als Gewohnheitstier.

## Management

### Handbuch der Strategieinstrumente

*H. Simon / A. v.d. Gathen, 366 Seiten, 2002, Hardcover, ISBN 3-593-36993-1, Campus Verlag, Frankfurt, [www.campus.de](http://www.campus.de), 49,90 Euro*

Das Handbuch bietet eine Gesamtschau der wichtigsten Werkzeuge, die für die Strategie eines Unternehmens und von Geschäftseinheiten wichtig sind und die ein Manager deshalb kennen muß. Die einzelnen Instrumente, wie Benchmarking, Portfolio-Analyse, Balanced Scorecard etc., werden prägnant zusammengefaßt. bav-Fazit: Praktisches