

Training

Der Selbst-Entwickler

Jens Corssen, 2002, 167 Seiten, gebunden, ISBN 3-89530-072-1, Beustverlag, München, www.beustverlag.de, 35 Euro
„Dauerhafter Erfolg basiert auf einer notwendigen Veränderung zunächst des eigenen Denkens und, als Folge davon, des selbstverantwortlichen



Handelns.“ – So lautet die zentrale Botschaft des Buches. Die Entscheidung zum „Selbst-Entwickler“ sieht der Autor nicht mit moralischen oder pädagogischen Beweggründen verknüpft. Ziel sei es, durch kluge und pragmatische Selbstführung den Umgang mit sich selbst, mit anderen Menschen und mit dem Auf und Ab des Lebens erfolgreich zu gestalten. Im Mittelpunkt stehen dabei die vier Instrumente des „Selbst-Entwicklers“: Selbst-Verantwortung, -Bewußtsein, -Vertrauen, -Überwindung. bav-Fazit: anregende Lektüre mit Diskussionspotential - sehr lesenswert.

Verkauf

Die heimlichen Spielregeln der Verhandlung

C. Püttjer / U. Schnierda, 180 Seiten, 2002, ISBN 3-593-37072-7, Campus Verlag, Frankfurt, www.campus.de, 17,90 Euro

Verhandlungsgeschick ist im Berufsalltag täglich gefordert. Oft müssen aus gegensätzlichen Positionen gemeinsame

Ziele, Wege oder Produkte werden. Neben dem Austausch von Argumenten und Einwänden auf der Sachebene, spielt auch die Psychologie eine tragende Rolle. Das Buch erläutert u. a. die Grundlagen von Verhandlungspsychologie, -taktiken und Überzeugungstechniken und zeigt auf, wie man Verhandlungsziele definiert und typische Fehler vermeidet. bav-Fazit: übersichtlich strukturierter, fundierter und praxisnaher Ratgeber.

Management

Ideenklau macht schlau

Friedhelm Schwarz, 192 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-478-37980-6, Verlag Moderne Industrie, München, www.redline-wirtschaft.de, 12,90 Euro
Wissen und Ideen sind wertvolle Wirtschaftsgüter. Wie aber filtert man in der Informationsflut die wirklich wichtigen und Erfolg versprechenden Wissensquellen heraus? Die Lösung des Buches heißt: „Wissenstransfer“ oder SIS („Stiehl Ideen schamlos“). Gezeigt wird, wie man sich Wissen, Ideen und Know-how von anderen beschaffen und für das eigene Unternehmen nutzen kann. bav-Fazit: interessantes Buch mit guten Tips, das aber z.T. einen zwispältigen Eindruck hinterläßt.

Marketing

Textgestaltung

Mike Barowski, 189 Seiten, 2., überarb. Aufl. 2003, ISBN 3-464-49069-6, Cornelsen Verlag, Berlin, www.cornelsen-berufskompetenz.de, 14,50 Euro
Erfolgreiche Werbetexte für Mailings, Anzeigen, Prospekten etc. sind neben der Kreativität vor allem das Ergebnis zielstrebigere und wirkungsbeußer Arbeit am Text. Das Buch vermittelt das notwen-



dige Hintergrundwissen über Aufbau und Dramaturgie eines Werbetextes sowie seine Einbindung in die allgemeine Kommunikationsstrategie. Neben der Theorie werden Wege zu guten Headlines, griffigen Claims und zum Schreiben eines Textes aufgezeigt. bav-Fazit: kompetenter Ratgeber mit vielen Praxisbeispielen.

Strategie

Erfolgreich durch Spezialisierung

Kerstin Friedrich, 176 Seiten, 2003, ISBN 3-478-85520-9, Verlag Moderne Industrie, München, www.redline-wirtschaft.de, 15,90 Euro
Im harten Konkurrenzkampf der Unternehmen erweist sich die Spezialisierung als Strategie mit hohem Erfolgspotential. Richtig und professionell angewandt kann sie zu großer Marktherrschaft verhelfen. Das Buch beschreibt u. a., wie sich ein Unternehmen „richtig“ spezialisiert und das jeweils pas-



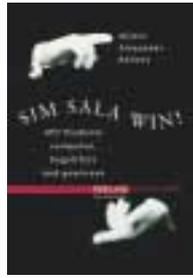
sende Spezialgebiet findet. Dargestellt werden die dazu notwendigen Mittel und Vorgehensweisen sowie die möglichen Gefahren und Risiken. bav-Fazit: brandaktuelles Thema mit vielen Fallbeispielen, Pflichtlektüre für Unternehmer.

Selbstmanagement

Mit PEP an die Arbeit

Hrsg.: Inst. f. Beratung u. Training, 282 Seiten, 2002, ISBN 3-593-37094-8, Campus Verlag, Frankfurt, www.campus.de, 15,90 Euro

Das „Persönliche Effektivitäts Programm“ (PEP) ist eine Anleitung zur Effektivitätssteigerung baut auf einfachen Prinzipien der Selbstorganisation auf. Das Buch erläutert, wie man sich in Zeiten von Streß und Informationsüberflutung eine effektive Arbeitsumgebung schaffen und im Alltag nachhaltig aufrecht erhalten kann. PEP zeigt, wie man Prioritäten setzt und mit Ablagesystemen Ordnung hält. Auch das Thema E-Mail-Ver-



waltung wird eingehend besprochen. bav-Fazit: sehr empfehlenswerter, hilfreicher Ratgeber.

Verkauf

Sim Sala Win!

Oliver A. Kellner, 220 Seiten, 2003, ISBN 3-8323-0955-1, Ueberreuter, Frankfurt, www.redline-wirtschaft.de, 22,90 Euro

Mit Zauberei begeistern, gewinnen und seine Ideen oder Produkte verkaufen: Anhand vieler „zauberhafter“ Ideen de-

monstriert der Autor, wie man seine Botschaft unkonventionell und unterhaltsam präsentiert und so dafür sorgt, daß sie in Erinnerung bleibt. Vorgestellt werden Werkzeuge der Kundengewinnung aus den Bereichen Verkauf, Präsentation, Telefonmarketing, Pressearbeit und Zeitmanagement – garniert mit leicht erlernbaren Zaubertricks. bav: mit Humor wird vieles einfacher; sehr empfehlenswertes Buch mit kreativen Ideen.

Management

Die kleinen Saboteure

M. Münchhausen / H. Scherer, 206 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-593-37202-9, Cam-



pus Verlag, Frankfurt, www.campus.de, 24,90 Euro

Zentrales Problem vieler Manager: im Arbeitsalltag wird lamentiert, verwaltet, budgetiert etc., aber nicht gehandelt. Der Bestsellerautor zeigt, welche Motive hinter den Blockaden der „inneren Schweinehunde“ stecken und welche Tricks und Taktiken sie einsetzen. Erläutert wird auch, mit welchen Führungstechniken sich das Handeln der kleinen Saboteu-

re in Richtung einer produktiven Unternehmenskultur und von leistungsfähigen Teams lenken läßt. bav-Fazit: spannende und sehr empfehlenswerte Lektüre für alle Chefs und Führungskräfte.

Marketing

Event-Marketing

Stephan Schäfer, 190 Seiten, 2002, ISBN 3-464-49079-3, Cornelsen Verlag, Berlin, www.cornelsen-berufskompetenz.de, 14,50 Euro
Wirkungsvolle Events müssen in einem an langfristigen Zielen ausgerichteten Kommunikationszusammenhang eingebettet sein, um nachhaltig zu wirken. Das Buch führt in die Kommunikationsstrategie des

Event-Marketing ein, behandelt die Konzeption und Umsetzung sowie die Dramaturgie und Inszenierung von Events. Beantwortet werden Fragen von der Agenturauswahl über die Kalkulation bis hin zur Zielgruppenansprache. bav-Fazit: kompetenter Praxisratgeber zum günstigen Preis.

Selbstmanagement

Stärken stärken

A. Christiani / F. M. Scheelen, 360 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-478-31310-4, Verlag Moderne Industrie, München, www.redline-wirtschaft.de, 15,90 Euro
Nachhaltig erfolgreich und glücklich ist nur, wer sein berufliches und privates Leben



konsequent auf seine Stärken aufbaut. Darauf basierend beschreiben die Autoren umfassend und detailliert die Talent-Intelligenz, also die Fähigkeit, eigene Begabungen zu erkennen und optimal zu nutzen. Auch Führungskräfte, die die Stärken ihrer Mitarbeiter erkennen und fördern, können erfolgreiche Team aufbauen. bav-Fazit: klar strukturiertes Arbeitsbuch mit vielen Praxisbeispiele und Checklisten – sehr empfehlenswert.

Marketing

Seminar-, Tagungs-, Kongressmanagement

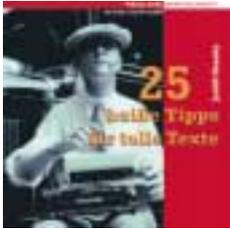
Klaus Beckmann (Hrsg.), 182 Seiten, 2003, ISBN 3-464-49086-6, Cornelsen Verlag, Berlin, www.cornelsen-berufskompetenz.de, 14,50 Euro

Das Buch wendet sich z.B. an Mitarbeiter, die für ihr Unternehmen ein Seminar organisieren, eine Tagung veranstalten oder einen Kongreß ausrichten sollen. Geboten wird eine umfassende Einführung in die professionelle Konzeption, Planung, Organisation, Finanzierung, Marketing, Durchführung und Nachbereitung solcher Veranstaltungen. bav-Fazit: guter Leitfaden fürs Projektmanagement von Tagungsveranstaltungen.

Werbung

25 heiße Tipps für tolle Texte

Judith Wensky, 175 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-478-86022-9, Verlag Moderne Industrie, München, www.redline-wirtschaft.de, 15,90 Euro
Warum werden einige Werbefbriefe bis zum Ende gelesen, andere sofort im Papierkorb entsorgt? Was weckt das Leserinteresse und welche Texte erzeugen Widerwillen? Die Auto-



rin vermittelt, wie man treffende Worte findet, lesefreundliche klare Sätze schreibt und wie ein ansprechend gestalteter Text aussieht. Weitere Kapitel widmen sich u. a. dem Mailing, der Pressearbeit und dem Internet. bav-Fazit: kurzgefaßte Einführung mit guten Tips.

Recherche

Suche im Internet für Industrie . . .

. . . und Wissenschaft; Christian Ellwein, 152 Seiten, 2002, ISBN 3-486-27039-7, Oldenbourg Verlag, München, www.oldenbourg-verlag.de, 39 Euro

Kernfrage des Buches ist: Wie kann man aus der Vielzahl von Seiten im Internet die wirklich

wertvollen Informationen ausfiltern? Gezeigt werden dazu Strategien und Techniken, die eine gezielte Suche im Internet nach möglichst hochwertigen und zuverlässigen Texten und Veröffentlichungen. Vorge stellt werden zudem spezifische Suchmaschinen für Industrie und Wissenschaft. Tips und Tricks bei der Internetsuche runden das Buch ab.

E-Marketing

Effektives Direktmarketing

Thomas Striegl, 211 Seiten, 2003, ISBN 3-89842-231-3, Galileo Press, Bonn, www.galileo-business.de, 24,90 Euro
Das Buch vermittelt praktische Lösungen, wie Unternehmen

neue Formen der Kundenkommunikation in ihren Marketingmix integrieren können. Schwerpunkt ist dabei das kostengünstige Direktmarketing mittels E-Mail, wobei der E-Mail-Newsletter nur ein Instrument unter mehreren ist. Anhand zahlreicher Fallbeispiele wird der Weg zum Kundendialog verdeutlicht. Ziel des Buches ist es, den Lesern zu helfen, einen konkreten Projektplan für ein umfassendes Direktmarketingkonzept zu erstellen. bav-Fazit: sehr interessantes, zukunftsorientiertes Thema.

