

## Management

### Think!

Hermann Simon, 235 Seiten, 2004, ISBN 3-593-37435-8, gebunden, Campus Verlag, Frankfurt, [www.campus.de](http://www.campus.de), 39,90 Euro

Managementdenker Hermann Simon plädiert für mehr strategischen Weitblick und für einen systematischen Überblick im Wirtschaftsleben. Es komme darauf an, ein Geschäft zu durchdenken, statt geschäftig zu sein. Simon beschreibt die Herausforderungen, die über die oft kurzfristig orientierte Perspektive des Berufsalltags hinausgehen. Strategische Unternehmensführung statt Kurzfrist-Denke lautet der Anspruch eines ungewöhnlichen Managementbuches, das keine Lösungen verspricht. Fazit: Das Buch regt zum Nachdenken und Hinterfragen an – sehr lesenswert.

## Erfolgsstrategie

### Das OSKAR-Prinzip

Roger Rankel, 176 Seiten, 2004, gebunden, ISBN 3-409-12529-9, Gabler Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 26,90 Euro

Welches sind die fünf wichtigsten Elemente für den persönlichen Erfolg? Nach Ansicht des Autors sind dies: Selbst-, Umfeld-, Verständigungs-, Umwelt- und Sachkompetenz. Mit den ersten vier Bausteinen befasst sich das Buch, das dem

Leser zeigen möchte, wie er dieses Wissen für sich nutzen und einsetzen kann, um daraus eine individuelle Erfolgsstrategie zu entwickeln. Fazit: Inspirierender Praxisratgeber mit Beispielen und Übungen.

## Kommunikation

### Clever manipulieren

Erich Brendl, 256 Seiten, 2., völlig überarb. Aufl. 2004, gebunden, ISBN 3-409-21716-9, Gabler Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 37,90 Euro

Werbung und Meinungsjournalismus versuchen uns laufend zu manipulieren und auch wir selbst tun es täglich. Wie gelingt es dennoch, Hinterlistigkeit zu durchschauen und selbst keine manipulative Marionette zu sein? Indem man sich manipulative Kompetenz aneignet, lautet die Antwort des Autors. Er zeigt, wie man



sich mental in einer Manipulationsgesellschaft fit machen und sich in ihr durchsetzen kann. Er gibt Anregungen für das „konstruktive und methodische Manipulieren“. Fazit: Originell, provokant und aufschlussreich – sehr lesenswert.

## Mitarbeiter

### Kompetent führen

Waldemar Pelz, 292 Seiten, 2004, geb., ISBN 3-409-12556-6, Gabler Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 39,90 Euro

Wie effektiv ist mein Führungsverhalten? Wie erhöhe ich meine Überzeugungskraft und Glaubwürdigkeit in der täglichen Kommunikation? Das Buch gibt Antworten und bietet praxisbewährte Werkzeuge für professionelles Führen im Geschäftsalltag; Themen sind u. a.: Sich selbst führen, einfühlsam motivieren, wirksam kommunizieren, überzeugend argumentieren, ansprechend präsentieren, mit Teamgeist moderieren, Führungsaufgaben optimieren. Fazit: Kompakte und anschauliche Einführung in aktuelle Führungsaufgaben.

## Neue Medien

### Urheber-, Medien- und Werberecht

Brunhilde Steckler, 208 Seiten, 2004, ISBN 3-589-23592-6, Cornelsen Verlag, Berlin, [www.cornelsen.de](http://www.cornelsen.de), 14,95 Euro

Wer die rechtlichen Aspekte beim Umgang mit neuen Medien nicht beachtet, kann ganz schnell mit teuren Abmahnungen konfrontiert werden. Der Ratgeber bietet eine anwendungsorientierte Darstellung des Urheber-, Medien- und Werberechts (im Internet). Mit Blick auf Fotos, Sounds, Grafiken etc. stehen die urheberrechtlichen Aspekte bei der Gestaltung eines Web-Auftrittes im Vordergrund. Im Bereich Medienrecht liegt der Schwerpunkt bei den Tele- und Mediendiensten im Internet. Das Werberecht wird mit Blick auf die Online-Werbung betrachtet. Fazit: Sehr empfehlenswerte Lektüre zu einem sensiblen Thema.

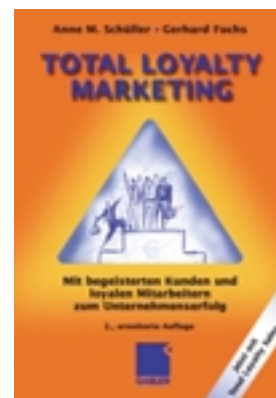
## Kundenorientierung

### Total Loyalty Marketing

A. Schüller/G. Fuchs, 299 Seiten, 2. Aufl. 2004, gebunden, ISBN 3-409-22201-4, Gabler

Verlag, Wiesbaden, [www.gabler.de](http://www.gabler.de), 38 Euro

Zufriedene und treue Kunden sind die besten Verkäufer. Um dies zu erreichen, braucht ein Unternehmen kompetente, loyale und begeisterte Mitarbeiter. Total Loyalty Marketing ist eine Strategie mit ganzheitlichem Ansatz, die latent vorhandenes Loyalitätspotenzial



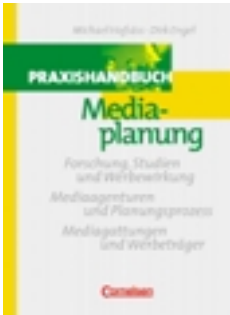
von Kunden und Mitarbeitern mit dem gesamten Marketing eines Unternehmens vernetzt. Neues Teamdenken, neue Führungs- und Kommunikations- und Motivationsansätze sind intern und im Kundenkontakt zu schaffen, um dauerhaft und messbar mehr Gewinn zu erwirtschaften. Fazit: Ein kompetentes, richtungswiesendes und verständlich geschriebenes Buch – unbedingt lesenswert.

## Werbewissen

### Praxishandbuch – Mediaplanung

M. Hofsäss/D. Engel, 406 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-589-23612-4, Cornelsen Verlag, Berlin, [www.cornelsen.de](http://www.cornelsen.de), 36 Euro

Welche Medien transportieren eine bestimmte Botschaft am besten? Das Praxishandbuch ist eine praxisnahe Darstellung des Mediaplanungsprozesses und seiner Instrumente. Thematisch geht es auf die Bereiche Forschung, Studien, Werbewirkung, den konkreten Pla-



nungsprozess sowie auf die Arbeitsweise in und mit Mediaagenturen ein. Zudem gibt es einen umfassenden und strukturierten Überblick über die Mediengattungen und Werbeträger, die auf rund 100 Seiten ausführlich vorgestellt werden. Fazit: Eine praxisnahe, umfassende Einführung für Berufsanfänger und ein griffiges Nachschlagewerk für Mediaplaner.

## Training

### Rhetorik

*Cornelia Dietrich, 128 Seiten, 2003, ISBN 3-589-21904-1, Cornelsen Verlag, Berlin, www.cornelsen.de, 6,95 Euro*  
Inhalte überzeugend und zugleich wirkungsvoll darzubieten ist eine Kunst, die der Redner mit Satzbau, Stimmführung und Körperhaltung beeinflussen kann. Wie eine eindrucksvolle, ästhetisch anspruchsvolle und moralisch integere Kommunikation gelingt, wird anhand von fünf Prozessschritten dargestellt: reflektieren, konzentrieren, informieren, überzeugen, lenken und durchsetzen. Fazit: Leicht lesbarer Rhetorik-Guide mit geballtem Wissen im Taschenformat – sehr empfehlenswert.

## Wettbewerb

### Erfolgsfaktor Wissensmanagement

*Dieter Herbst, 191 Seiten, 2001, ISBN 3-589-23552-7, Cornelsen Verlag, Berlin, www.cornelsen.de, 14,95 Euro*  
Wissensvorsprung wird zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor für Unternehmen jeglicher Größe. Doch wie geht



man mit dieser Erkenntnis um? Denn Wissen ist keine objektiv definierte Größe, sondern eine anwendungsbezogene Kombination aus Information und Erfahrung, deren Potenzial erst erschlossen werden muss. Der Autor stellt dar, wie man die Gestaltung bzw. das Management von Wissen praktisch umsetzen kann. Fazit: Ein informativer Ratgeber mit Beispielen und Expertentipps.

## Führung

### Bezahlt, um zu entscheiden

*Dagmar Säger, 264 Seiten, 2004, geb., ISBN 3-478-25490-6, Redline Wirtschaft, Frankfurt, www.redline-wirtschaft.de, 22,90 Euro*



Wer entscheiden muss, ist nicht immer beliebt bei seinen Mitarbeitern. Und man muss auch nicht beliebt sein, um ein guter Chef zu sein. Wer konsequent die Richtung vorgibt, wird dafür nicht (immer) geliebt, aber respektiert. Basierend auf diesen Thesen zeigt die Autorin, wie man einen mutigen und konsequenten Führungsstil entwickeln, die Verantwor-

tung einer Führungsposition annehmen und ihr gerecht werden kann. Beispiele aus der Praxis und Tipps sollen helfen, das Gelesene im eigenen Berufsalltag umzusetzen. Fazit: Ein Plädoyer für Führungsmut – sehr empfehlenswert.

## Selbstmanagement

### Genug gejammer!

*Sabine Asgodom, 119 Seiten, 2004, ISBN 3-430-11076-9, Econ Verlag, Berlin, [www.econ-verlag.de](http://www.econ-verlag.de), 12,95 Euro*

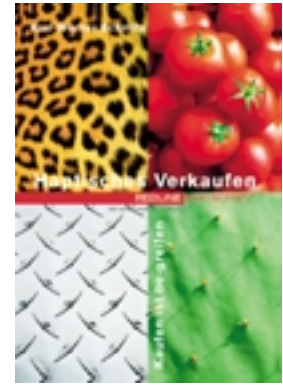
Die Autorin erzählt die (fiktive) Geschichte von Stefan, einem Unternehmer, dessen Leben in Unordnung geraten ist: seine Frau will sich von ihm scheiden lassen, seine Mitarbeiter sind unzufrieden und seine Kunden machen Stress.

Im Park trifft er eine fremde Dame, die ihm zuhört und ihm hilft, seine verschüttete Lebensfreude wiederzufinden. Ihr Credo lautet: Wahrhaftigkeit, Mut und Wertschätzung. Durch die Wandlung von Stefan verändert sich auch das Leben der ihm nahestehenden Personen. Sogar die fremde Dame gerät in diesen Strudel. Fazit: Eine gelungene, gehaltvolle und mutmachende (Kurz-)Geschichte, die nachdenklich macht.

## Verkaufstechnik

### Haptisches Verkaufen

*Karl-Werner Schmitz, 224 Seiten, 2004, gebunden, ISBN 3-478-25580-5, Redline Wirtschaft, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 24,90 Euro*



Weil Augen und Ohren in unserer Informationsgesellschaft völlig überlastet werden, bietet sich ein alternativer Verkaufsweg über das Fühlen und Begreifen an. Anhand praktischer Beispiele bietet der Autor Wissenswertes zum haptischen Verkaufen: von entsprechenden Verkaufshilfen und ihrer Wirkungsweise bis hin zu Tipps für die Umsetzung. These: Wer es schafft, dass der Kunde das Produkt anfasst und fühlt, hat es schon fast verkauft. Fazit: Ein kompetentes Buch zu einem unterschätzten Verkaufsthema – sehr empfehlenswert.

## Selbstmanagement

### Lebe Deine Stärken!

Jörg Löhr, 239 Seiten, 2004, gebunden, ISBN: 3-430-16172-X, Econ Verlag, Berlin, [www.econ-verlag.de](http://www.econ-verlag.de), 20 Euro  
Wer stark sein will, darf nicht an seinen Schwächen arbeiten, er muss sich auf seine Potenziale konzentrieren und persönliches Wachstum anstreben. Das Erfolgsrezept des Autors heißt: Die eigenen Talente ehrlich einschätzen, Hindernisse überwinden, persönliche Stärken entwickeln und einsetzen. Um die eigenen Talente zu entdecken, bietet das Buch eine Vielzahl von Fallbeispielen und Tests. Fazit: Kein revolutionär neuer Ansatz, aber ein inspirierendes, sehr gut aufgebautes und optisch ansprechendes Arbeitsbuch.

## Marketing

### Erfolgsfaktor Kundenzeitschrift

Heike Steinmetz, 208 Seiten, 2004, gebunden, ISBN 3-478-25650-X, Redline Wirtschaft, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 29,90 Euro  
34 % der Deutschen lesen sie mehrmals im Monat: Kundenzeitschriften. Richtig konzipiert und gezielt eingesetzt dienen sie der Image- und Verkaufsförderung, verstärken den Kundendialog und schaffen Vertrauen zum Unternehmen. Das Buch vermittelt das betriebswirtschaftliche und handwerkliche Know-how für eine professionelle Kundenzeit-



schrift: von der Konzeption, über die textliche und grafische Umsetzung, bis hin zur Herstellung und Erfolgskontrolle. Fazit: Umfassender, konkurrenzloser Ratgeber zu einem sehr wichtigen Kundenmedium.

## Veränderungsprozesse

### Change Management leicht gemacht

L. Christoph Lindinger/I. Goller, 208 Seiten, 2004, ISBN 3-8323-1055-X, Redline Wirtschaft, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 19,90 Euro  
Notwendige Veränderungen in Unternehmen werden oft überhastet in die Wege geleitet und nicht konsequent weiterverfolgt. Erfahrene Praktiker zeigen anhand vieler Fallbeispiele, wie man solche Prozesse aktiv gestalten und Veränderungen nachhaltig und erfolgreich in die betriebliche Realität umsetzen kann. Eine zentrale Rolle spielt dabei der „Prozessbegleiter“. Fazit: Anschaulicher und kompetenter Praxis-Ratgeber - sehr empfehlenswert.

## Management

### In harten Zeiten den Verkauf leiten

Jürgen u. Sven Koinecke, 280 Seiten, 2004, gebunden, ISBN 3-478-25700-X, Redline Wirtschaft, Frankfurt, [www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de), 32 Euro  
Angesichts des harten Verdrängungswettbewerbs bedarf es neuer bzw. konsequenter eingesetzter Vorgehensweisen im Verkauf. Wie das Kundenpotenzial gewinnträchtig ausgeschöpft wird, wie der Verkauf profit-orientiert geleitet wird, zeigt das Buch. Unterfüttert von Praxisbeispielen, Checklisten, Anleitungen etc. bietet es direkt in die Praxis umsetzbare Maßnahmen. Fazit: Vermittelt wird ein in sich geschlossenes Konzept der profit-orientierten Vertriebsführung.