

## Selbstmanagement

### Wenn du es eilig hast, gehe langsam

Lothar J. Seiwert/Ann McGee-Cooper, 217 Seiten, 9., komplett überarb. Aufl. 2005, ISBN 3-593-37665-2, Campus Verlag, Frankfurt ([www.campus.de](http://www.campus.de)), 14,90 Euro

Die Antwort auf den Tempotrend unserer Zeit ist eine ausgewogene Zeit-Balance zwischen Speed und Downsizing, beruflichen Anforderungen und privaten Wünschen. Das Zeitmanagement der Zukunft bedeutet Life-Leadership: Selbstmanagement und aktive Lebensgestaltung – dies sind die Kernthesen des Autors. Wie sich dies im hektischen und



komplexen Alltag umsetzen lässt, erläutert Seiwert in drei Hauptkapiteln: 1. Auf der Suche nach der neuen Zeitkultur; 2. Vier Schritte zur persönlichen Zeitsouveränität und Effektivität; 3. Zeitmanagement als Schlüssel zur Work-Life-Balance. Fazit: Sehr gut strukturiertes und lesbares Arbeitsbuch zum Zeitmanagement - unbedingt empfehlenswert.

## Böck

### Staubschutztüren

Gerade auch Badsanierungen werden von Endverbrauchern hinausgezögert, weil die Bewohner Angst vor Staub und Schmutz haben. Als praktische Lösung für dieses Problem bie-



tet die Böck Kunststoffwaren OHG die flexible Staubschutztür Flesta an, die – laut Hersteller – auch als Wärme-Kälte-Sperre dient. Die flexible und dennoch stabile Tür aus Polyester wird mit einem beidseitigem Reißverschluss geöffnet und geschlossen. Beim Aufbau werden auf eine zimmerbreite Latte die vorgeschnittenen Vliesbahnen und die Staubschutztür geklebt. Die Fixierung erfolgt mittels Teleskopstützen, die stufenlos verstellbar sind und eine gummierte Auflage zum Schutz von empfindlichen Oberflächen haben.

Ausführliche Infos, einen Prospekt sowie eine bebilderte Online-Montageanleitung gibt es im Internet unter [www.boeck.de](http://www.boeck.de) (Menüpunkt „Staubschutztüren Flesta“) oder per Telefon (0 86 21) 64 66 14.

## Werbung

### Wie man mit schmalem Budget...

...erfolgreich wirbt; Michael Böhm, 216 Seiten, 2004, gebunden, ISBN 3-589-23603-5, Cornelsen Verlag Scriptor, Berlin ([www.cornelsen.de](http://www.cornelsen.de)), 24 Euro Das Buch möchte gerade kleinen und mittleren Unternehmen zeigen, wie man auch mit geringem Budget erfolgreich

werben kann. Teil I vermittelt einen knappen Überblick über die Entwicklung des Marketing. Teil II führt in die Strategie und Methoden des Low-Budget-Marketing ein. Angesprochen werden dabei die Themen Unternehmerpersönlichkeit, Marktbeobachtung, Werbemodule etc. Teil III des Buches widmet sich der Umsetzung in die Praxis mit Blick



auf besondere Unternehmenssituationen und unterschiedliche Branchen. Fazit: Leicht verständliche und übersichtliche Einführung ins Thema.

## Selbstmanagement

### Sei gut zu dir, wir brauchen dich

Horst Conen, 249 Seiten, 2005, gebunden, ISBN 3-593-37184-7, Campus Verlag,

Frankfurt ([www.campus.de](http://www.campus.de)), 19,90 Euro

Erfolg hängt ganz wesentlich auch vom richtigen Umgang mit sich selbst ab: vom klugen Einsatz der eigenen körperlichen und seelischen Ressourcen und von einer positiven Einstellung zu sich selbst. Wer kein Gespür dafür hat, was einem selber wirklich gut tut, läuft Gefahr, sich zu überfordern oder zu blockieren. Der Persönlichkeitscoach Horst Co-



nen hat psychologisch fundierte Strategien gegen die tägliche Selbstsabotage entwickelt. Er zeigt, wie man schädliche Denkmuster und Verhaltensweisen im Alltag erkennen und ändern kann. Fazit: Ein hilfreicher, sehr empfehlenswerter Bestseller mit leicht lesbaren Texten.

## Kommunikation

### Warum ich fühle, was du fühlst

Joachim Bauer, 192 Seiten, 2005, Gebunden, ISBN 3-455-09511-9, Hoffmann und Campe Verlag, Hamburg ([www.hoffmann-und-campe.de](http://www.hoffmann-und-campe.de)), 19,95 Euro

Weshalb sind manche uns auf Anhieb sympathisch und andere nicht? Warum stecken Lachen und Gähnen an? Warum können wir uns eine Vorstellung davon machen, was andere denken? Die Erklärung dieser Phänomene liegt in den Spiegelneuronen, die erst kürzlich entdeckt worden sind. Die



Fähigkeit des Menschen zu emotionalem Verständnis und Empathie beruht darauf, dass sozial verbindende Vorstellungen nicht nur ausgetauscht, sondern im Gehirn auch aktiviert und spürbar werden können. Wie die Spiegelneuronen diese Aufgaben leisten, erläutert das Buch. Fazit: Spannendes, leicht lesbares und

kompetentes Buch über eine sensationelle Entdeckung und deren Auswirkung auf unser Leben – unbedingt empfehlenswert.

## Training

### Authentische Körpersprache

Stefan Spies, 272 Seiten, 2. Aufl. 2004, gebunden, ISBN 3-455-09435-X, Hoffmann, und Campe Verlag, Hamburg ([www.hoffmann-und-campe.de](http://www.hoffmann-und-campe.de)), 22,90 Euro

Das Erkennen und Verstehen der verschiedenen nonverbalen Signale hilft mit, die Schlüssel-situationen des beruflichen Alltags (wie Meetings, Verkaufsgespräche, Verhandlungen etc.) erfolgreicher zu meistern und sensibler auf Mitar-

beiter und Kunden zu reagieren. Der Autor möchte das Bewusstsein des Lesers für das Auftreten anderer schärfen und



ihm zudem helfen, sein eigenes Körpergefühl für unterschiedliche berufliche Auftritte zu entfalten. Wichtig ist dem Autor, dass die Menschen authentisch und nicht dressiert

wirken bzw. sind. Fazit: Eines der besten Körpersprache-Bücher überhaupt; es ist leicht lesbar und enthält Beispiele, Übungen und Fotos - unbedingt empfehlenswert.

## Marketing

### Kundenorientiert telefonieren

Hans-Michael Klein, 192 Seiten, 2. Auflage 2004, ISBN 3-589-23551-9, Cornelsen Verlag Scriptor, Berlin ([www.cornelsen.de](http://www.cornelsen.de)), 14,95 Euro

Wie kann ein Unternehmen einen Telefonkontakt als seine „akustische Visitenkarte“ gestalten? Wie lässt sich das Telefon erfolgreich für Marketingzwecke einsetzen? In diesem Buch geht es nicht nur um das Vermitteln einzelner Tipps;

das Telefon wird ganzheitlich in Unternehmenskultur und Marketingkonzept eingebunden. Themen sind u.a.: Telefonkultur und -praxis, Psychologie und Telefon, Überzeugen am Telefon und Beschwerdemanagement. Fazit: Wertvolles Arbeitsbuch mit ganzheitlichem Ansatz und vielen Beispielen.

## Marketing

### Das Einzige, was stört, ist der Kunde

Edgar K. Geffroy, 296 Seiten, 16., aktual. u. erw. Aufl. 2005, gebunden, ISBN 3-636-03030-2, Redline-Wirtschaft, Frankfurt ([www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de)), 24,90 Euro

„Der Kundenservice in Deutschland lässt zu wünschen übrig“ – der Autor beruft sich dabei auf aktuelle Studien, die belegen würden, dass in der



Kundenorientierung wieder ein deutlicher Rückschritt vom Kunden weg stattgefunden habe. Viele Unternehmen hätten nach wie vor nicht erkannt, dass Service als Wettbewerbsfaktor oder als wichtiger Unterscheidungsfaktor die Grundlage für eine erfolgreiche Geschäftsstrategie darstellt. Auf der anderen Seite gebe es den Kunden, der immer noch nicht anspruchsvoll genug sei. Fazit: Streitbarer und lesenswerter Klassiker, dem es nach zwölf Jahren aber etwas an Charisma mangelt.



## Strategie

### Der unternehmensinterne Businessplan

Stephan A. Paxmann/Gerhard Fuchs, 390 Seiten, 2005, gebunden, ISBN 3-593-37680-6, Campus Verlag, Frankfurt ([www.campus.de](http://www.campus.de)), 49,90 Euro  
Der unternehmensinterne Businessplan ist eine erweiterte Machbarkeitsstudie und Entscheidungsgrundlage für die Erschließung neuer Geschäftsideen bei bestehenden Unternehmen. Das Buch liefert sowohl dem erfahrenen Praktiker wie auch dem Anfänger konkrete Hilfestellung zur erfolgreichen Gestaltung eines Businessplans. Es zeigt auf, was enthalten muss und wie man ihn strukturiert. Fazit: Umfassender, wertvoller Leitfaden zur Businessplanung mit praktischen Arbeitshilfen auf CD-ROM.

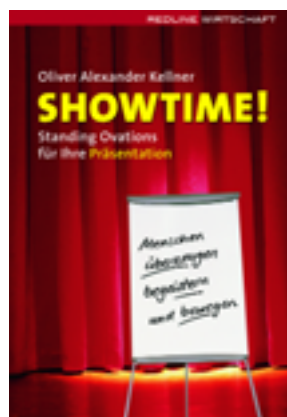
## Verkauf

### Showtime!

Oliver Alexander Kellner, 176 Seiten, 2005, gebunden, ISBN 3-636-01218-5, Redline-Wirtschaft, Frankfurt ([www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de)), 17,90 Euro

„Wer keine eindeutige Kernbotschaft hat, verzettelt sich meist in seiner Präsentation. Man kommt nicht auf den Punkt, überfrachtet die Präsentation, langweilt die Zuhörer und letztendlich bleibt von

unglaublich vielem fast nichts übrig“, meint der Autor. Es gelte das Publikum nicht nur zu überzeugen, sondern zu elektrisieren, um besonders lange im Gedächtnis zu bleiben. Der Autor zeigt nicht nur, welche relativ einfachen Werkzeuge Aufmerksamkeit erregen, sondern möchte auch die Kreativität des Lesers anregen. Fazit:



Ein „Entertainment-Seminarbuch“ nicht für jeden Geschmack – weil manchmal etwas zu platt – aber mit vielen inspirierenden Ideen.

## Selbstmanagement

### Die Kunst, sich selbst ein Bein zu stellen

Wilfried Reiter, 270 Seiten, 2004, gebunden, ISBN 3-455-09434-1, Hoffmann, und Campe Verlag, Hamburg ([www.hoffmann-und-campe.de](http://www.hoffmann-und-campe.de)), 19,90 Euro



Ob beim Selbstmanagement, bei der Kommunikation oder beim Teamwork – Erfolgsfallen lauern überall: Denk- und Verhaltensmuster, mit denen wir uns das Leben selbst schwer machen und uns um unseren Erfolg bringen. Oft bemerken wir dies nicht, weil die Selbstsabotage zum einen völlig unbewusst abläuft und zum anderen auf „erprobten“ Mustern basiert. Der Autor erläutert, wie man den 50 häufigsten Fallen entgehen kann. Fazit: Das empfehlenswerte Buch durchleuchtet viele Binsenweisheiten.

## Verkauf

### Einwand-frei verkaufen

Umberto Saxer/Thomas Frei, 240 Seiten, 2., aktual. u. erw. Aufl. 2005, ISBN 3-636-01162-6, Redline-Wirtschaft, Frankfurt ([www.redline-wirtschaft.de](http://www.redline-wirtschaft.de)), 24,90 Euro  
Einwände von Kunden gehören zum täglichen aber eher ungeliebten Brot eines Verkäufers. Das Buch zeigt zunächst die richtige Einstellung des Ver-



käufers zu Einwänden auf und hilft, den Einwand vom Vorwand zu unterscheiden. Dann werden 21 kybernetische Einwandbehandlungstechniken detailliert und mittels zahlreicher, praxisnaher Beispiele vorgestellt. Fazit: Ein anschauliches, informatives Arbeitsbuch für die Verkaufspraxis – sehr empfehlenswert.