

Bücher + Medien

› Management ‹

Wie Sie Projekte zum Erfolg führen

J.-P. Schröder / S. Diekow, 240 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-589-23614-0, Cornelsen Verlag, Berlin, www.berufskompetenz.de, 24,95 Euro

Der Erfolg im Projektmanagement beruht vor allem auf einem Informations- und Beziehungsma-



nagement, einem guten Führungsstil, auf dem Fingerspitzengefühl im Umgang mit Menschen, der Motivation sowie auf einer effektiven Kommunikation. Die Autoren greifen all diese Themen auf und erläutern zudem die Vorgehensweisen, Verfahren und Praxismethoden des Projektmanagements. Das Buch wird so zu einer praxisnahen Einführung für alle, die neu im Projektbereich arbeiten bzw. dort arbeiten wollen. Fazit: kompetenter, ganzheitlicher Praxis-Ratgeber mit vielen Checklisten – sehr empfehlenswert.

› Management ‹

Die erfolgreiche Unternehmensnachfolge

Carl-Ludwig Prinz zu Hohenlohe, 280 Seiten, 2006, ISBN 3-636-01382-3, Redline Wirt-



schaft, Heidelberg, www.redline-wirtschaft.de, 17,90 Euro

Der Autor, er ist Berater für die Unternehmensnachfolge, beleuchtet ausführlich, worauf es ankommt, wenn man einen neuen Betrieb erwirbt oder einen eingeführten übernimmt. Im Buch lernen Firmenerben und -käufer, Existenzgründer und expandierende Selbstständige, ihr Unternehmen auf eine stabile Plattform zu stellen und beim Firmenantritt keine gravie-

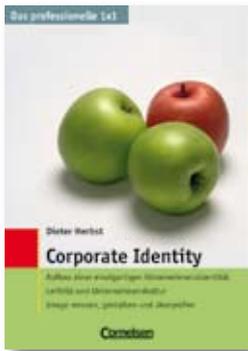
renden Fehler zu machen sowie die Weichen früh in Richtung Erfolg zu stellen. Der Autor analysiert zudem Aspekte, Chancen und Risiken zu den Bereichen Geschäftsidee, Entscheidung, Bewertung, Finanzierung, Umsatzziele, Kapitalbedarf, Gründungsform etc. Fazit: umfassender Ratgeber zu allen wichtigen Aspekten

› Kommunikation ‹

Corporate Identity

Dieter Herbst, 176 Seiten, 3. aktual. u. erw. Auflage, 2006, ISBN 3-589-23586-1, Cornelsen Verlag, Berlin, www.berufskompetenz.de, 14,95 Euro

Wie kann eine eindeutige und einzigartige Unternehmensidentität aufgebaut und nach innen und außen vermittelt werden? Was umfassen Unternehmens-



leitbild und Unternehmenskultur und worauf muss man dabei achten? Wie lässt sich das Image messen, gestalten und überprüfen? Der Autor erläutert die notwendigen kommunikationstheoretischen Grundlagen und zeigt für jede einzelne, zur Corporate Identity (CI) gehörende Facette praxisnah auf, wie man diese gestalten kann. Fazit: übersichtlich strukturierte Einführung ins Corporate Identity Management.

› Unternehmensplanung ‹ Gesagt, getan!

Alexandra Altmann, 256 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-636-01385-8, Redline Wirtschaft, Heidelberg, www.redline-wirtschaft.de, 24,90 Euro

Die Umsetzungskraft sei einer der wesentlichen Stellhebel für den Erfolg eines Unternehmens. Und doch wird dieser Stellhebel viel zu wenig systematisch genutzt, meint die Autorin. Sie zeigt auf, was hinter dem Schlagwort Umsetzungsintelligenz steht und wie Entscheider Visionen in Ergebnisse verwandeln. Sie stellt dazu einfache, konkrete Methoden und Modelle der Umsetzung vor. Die-



se wurden in der Trainings- und Beratungspraxis ihres Management-Instituts entwickelt. Fazit: ein unverzichtbares Buch für alle, die die Umsetzungskraft in ihrem Unternehmen steigern wollen.

› Betriebswirtschaft ‹ Grundlagen der Kostenrechnung

Sven Fischbach, 240 Seiten, 4. aktual. u. erw. Aufl. 2006, ISBN -3-636-03073-3, Redline Wirtschaft, Heidelberg, www.redline-wirtschaft.de, 24,90 Euro

Das Buch vermittelt Einsteigern schnell, fundiert und praxisrelevant, wie betriebliche Rechnungen aufgehen: Im Fokus stehen Kostenarten- und Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstück- und Kostenträgerzeitrechnung (Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung), Teil- und Plankostenrechnung. Prüfungsaufgaben, Lösungen und Fachwörterbuch runden dieses Grundlagenbuch ab. Fazit: einfacher und fundierter Einstieg ins Einmaleins der Kostenrechnung.

› Management ‹

Wie Sie gewinnbringend Kooperationen schmieden

Klaus Harzer, 237 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-589-23601-9, Cornelsen Verlag, Berlin, www.berufskompetenz.de, 24,95 Euro

Wollen mittelständische Unternehmen im Markt bestehen, müssen sie sich ständig anpassen und neue Strukturen entwickeln. Kooperationen können zum Unternehmenserfolg beitragen, weil sie den Handlungsspielraum wesentlich erweitern. Das Buch zeigt systematisch auf, welche organisatorischen und methodischen Vorgehensweisen umgesetzt werden müssen, damit das Kooperationsziel erreicht werden kann. Fazit: umfassender, wertvoller Praxisleitfaden mit aktuellem Kooperationswissen – sehr empfehlenswert.