

Management

Führen, Leisten, Leben

Fredmund Malik, 400 Seiten, Neuauflage 2006, gebunden, ISBN 3-593-38231-8, Campus Verlag, Frankfurt (www.campus.de), 24,90 Euro

Der Autor bietet in seinem überarbeiteten und erweiterten Standardwerk einen Überblick über das heute notwendige Management-Rüstzeug. Er erläutert umfassend, was Führungskraft und Fachspezialist wissen und können müssen, wenn sie wirksam und erfolgreich sein wollen. Malik möchte mit seinem Buch ein Basismodell für gutes und richtiges Management, das aufzeigt, wie man mit komplexen Systemen umgehen muss, damit sie bestmöglich funktionieren. bav-Fazit: Wie sich Management erlernen lässt, zeigt dieser gut strukturierte Klassiker der Managementliteratur, den man gelesen haben sollte.



leistungsorientierter Vergütung etc. noch zeitgemäß? Der Autor, er ist einer der Vordenker des Beyond Budgeting-Modells, meint nein. Er zeigt in seinem Buch, wie eine Führung ohne Budget und Planvorgaben funktionieren kann. Es geht ihm dabei um einen neuen, produktiven Umgang mit Menschen, Leistung und Zielen. bav-Fazit: ein provozierendes, anregendes und praktisches Buch, das neue Perspektiven aufzeigt – sehr empfehlenswert.



Management

Der Unternehmer

Peter May, 187 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-593-38115-X, Campus Verlag, Frankfurt (www.campus.de), 24,90 Euro Gerade mittelständische Unternehmer müssen vielfältige Anforderungen erfüllen und in den verschiedensten Bereichen strategisch handeln. Mit einem neuen Konzept verbindet der Autor die Bereiche Unternehmen, Per-



sönlichkeit, Vermögen und Familie zu einer integrierten Unternehmer-Strategie und zeigt, wie man sie erfolgreich anwendet. Mit dem von ihm entwickelten INTES-Prinzip, der integrierten Eignerstrategie, beschreibt er die strategischen Grundsätze, auf denen die erfolgreiche Steuerung eines Inhaberunternehmens beruht. bav-Fazit: ein anschauliches und praxisnahes Buch – Pflichtlektüre für (Familien)Unternehmer.

Verkaufpsychologie

Die geheimen Spielregeln im Verkauf

Hans Eicher, 224 Seiten, gebunden, ISBN 3-593-37907-4, Campus Verlag, Frankfurt (www.campus.de), 39,90 Euro



„Verkaufen“ bedeutet „überzeugen können“ – insbesondere, wenn man es mit gut (vor)informierten, mündigen Kunden zu tun hat. Das Buch vermittelt die neuesten Erkenntnisse der Neuroökonomie und zeigt, wie sich die Verkaufspsychologie in der Praxis einsetzen lässt. Es verdeutlicht, dass Gefühle und Bedürfnisse die wirklichen Antriebsmechanismen für den Kauf sind, wie man die Persönlichkeit eines Kunden einschätzen lernt und individuell auf seine Emotionen und Motivationen eingeht. bav-Fazit: praxisnaher, empfehlenswerter Ratgeber, der dabei hilft zu erfahren, wie „der Kunde tickt“.

Selbstmanagement

Der Omega-Faulpelz

Jörg Peter Schröder, 145 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-89749-628-3, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 17,90 Euro



Der Autor zeigt mit Beispielen aus dem Business- und Lebensalltag, wie es arbeitsüberlasteten Menschen gelingt, durch weniger Tun zu mehr Lebenserfolg zu gelangen. Es geht nicht darum, Erfolg durch harte Arbeit zu haben, sondern – im Einklang mit uns selbst zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit den richtigen Menschen – das Richtige zu tun und so erfolgreich zu sein. Als Gegenpol zum stressgeplagten Alpha-Männchen stellt er den kreativ-intelligenten Omega-Faulpelz als Erfolgsmodell der Zukunft vor. bav-Fazit: als inspirierende Querdenk-Lektüre unbedingt zu empfehlen.

Kundencoaching

Strategischer Verkauf

Peter Josef Senner (Hrsg.), 136 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-89749-650-X, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 24,90 Euro

Wichtige Erfolgsfaktoren wie fundiertes Wissen über den Kunden, moderne Verkaufskommunikation, besondere Servicequalität, Funktionen der Kundenbindung, emotionale

Führung

Führen mit flexiblen Zielen

Niels Pfläging, 278 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-593-37918-X, Campus Verlag, Frankfurt (www.campus.de), 39,90 Euro

Ist das Management by Objectives, also das Führen mit Zielvereinbarungen, individuelle Mitarbeiterbewertungen,

Verkäuferintelligenz gehören für den Herausgeber des Buches zu den Erfolgsdisziplinen in Sachen Kundencoaching. Sieben Autoren arbeiten die wichtigen Eckpfeiler und Bestandteile dieser Kernkompetenzen für erfolgreiches strategisches Vorgehen im Verkauf heraus. bav-Fazit: ein lebendig geschriebenes, übersichtlich strukturiertes und mit vielen Praxisbeispielen bestücktes Buch.

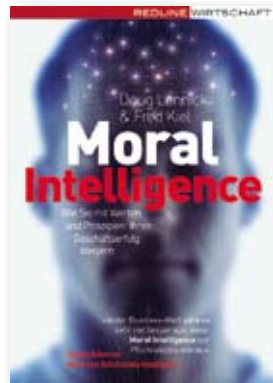


wie Marken- und Imagepflege zu betreiben. Auch Marktforschung lässt sich damit kostengünstig durchführen. Der Autor, er ist Blogging-Berater in den USA, liefert Hintergrundwissen über Grundlagen und Philosophie des Bloggens, stellt die Blog-Arten vor und zeigt, wie sich diese in einem Unternehmen einsetzen lassen. bav-Fazit: das empfehlenswerte Buch bietet sehr interessante Blog-Einblicke mit vielen Beispielen.

Management

Moral Intelligence

D. Lennick/F. Kiel, 320 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-636-01367-X, Redline Wirtschaft, Heidelberg (www.redline-wirtschaft.de), 24,90 Euro



Wer mit Stil und Rückgrat den Gipfel erklimmt, bleibt sich selbst treu - und dauerhaft oben. Zwei Top-Management-Coaches zeigen: Hohe ethische Standards führen zum persönlichen Erfolg und bringen langfristig die besten Firmenergebnisse hervor. Egozentrierte Karrieristen halten sich heute nicht mehr lange; wirklich große Führungspersönlichkeiten verfügen über moralische Intelligenz: Integrität, Mitarbeitern ein Vorbild sein, Verantwortung tragen, Vertrauen schenken, fair bleiben, mitfühlen. bav-Fazit: Ein spannendes Buch, das dem Leser hilft, seine eigene moralische Intelligenz zu entdecken - sehr empfehlenswert.

Arbeitstechniken

Projektmanagement für kleinere Projekte

Josef W. Seifert, 136 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-89749-655-0, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 15,90 Euro

Das Buch schildert eine innovative Technik für das Management kleinerer Projekte: eine spezielle Methode der Projektarbeit auf Grundlage der Moderationstechnik. Vorgestellt werden Techniken für eine non-direktive Leitung des Projektteams sowie für die effiziente Strukturierung von Sachaufgaben. Der Projekt-Moderator ist dabei verantwortlich für den Ablauf und

die Ergebnisse eines Projektes, jedoch nicht weisungsbefugt. Ihm werden vor allem Sozialkompetenz und integratives Methoden-Know-how abverlangt. bav-Fazit: ein kompetenter und sehr gut strukturierter Ratgeber.



Internet

Blog Marketing

Jeremy Wright, 304 Seiten, 2006, ISBN 3-636-01384-X, Redline Wirtschaft, Heidelberg (www.redline-wirtschaft.de), 29,90 Euro

Europäische Firmen beginnen erst, Weblogs als professionelles Vermarktungsinstrument einzusetzen. In den USA kurbelt man mit der kostengünstigen Multiplikationsstrategie längst seine Verkäufe an. Dort sind Blogs die Internet-Foren, um Innovationen, Dienstleistungen und Produkte zu verbreiten so-

