



## Training

### Die Kraft des Wortes

R.-M. Hahn / N. Stickel, 244 Seiten, 2001, Taschenbuch, ISBN 3-478-08693-0, mvv-Verlag, Landsberg, 17,90 DM  
Wer die Kommunikation als Grundlage guter Beziehungen versteht, sollte sie richtig beherrschen. Anhand vieler, auch unterhaltsamer Fallbeispiele zeigen die Autoren, welches Potential in der Kraft des Wortes liegt, welches die wichtigsten Merkmale erfolgreicher Kommunikation sind und wie sich Sprache effektiv beruflich und privat anwenden läßt. Sehr Interessant ist auch, daß sich ein Kapitel vertieft mit den geschlechterspezifischen Besonderheiten beschäftigt. bav-Fazit: Sehr empfehlenswertes, leicht lesbares Buch mit vielen praktischen Tips.

## Marketing

### Online-Marketingmix

Markus Stolpmann, 343 Seiten, 2. erw. Auflage 2001, gebunden, ISBN 3-934358-72-1, Galileo Press, Bonn, 69,90 DM

Eine Flut von Unternehmen präsentiert ihre Leistungen und Produkte im Internet. Für Homepagebetreiber stellen sich deshalb meist Fragen wie: Wie macht man seine Internet-Adresse bekannt und regt die Nutzer zum Besuch an? Wie verwandelt man namenlose Besucher in zahlende Kunden? Das Buch bietet wertvolle Hilfestellungen zu diesen Fragen. Es informiert über die Grundlagen und Instrumentarien des Online-Marketing, setzt sich mit Promotion-Maßnahmen auseinander (Werbung, Newsletter, Öffentlichkeitsarbeit etc.) und befaßt sich mit den Themen Verkaufsförderung und Mehrwert-Dienste. Außerdem wird die Maßnahmenplanung und Realisierung angesprochen. bav-Fazit: Ein sehr empfehlenswertes Online-Marketingbuch, weil umfassend, kompetent und praxisnah.



## Selbstmanagement

### Schlagfertig reagieren im Job

Reiner Neumann, 245 Seiten, 2001, ISBN 3-478-38680-2, Verlag Moderne Industrie, Landsberg, 49 DM

Eine gewisse Portion Schlagfertigkeit im beruflichen Alltag kann man heute durchaus als Erfolgsfaktor bezeichnen. Egal ob man sich gegen Kritik zur Wehr setzen muß, schwierige

Fragen beantworten soll oder sich in einer Gruppe durchsetzen will – entscheidend ist es, im richtigen Moment das richtige zu sagen. Daß man dies auch lernen kann, zeigt das Buch. Es vermittelt die wichtigsten Grundlagen, Techniken und Tricks, um sich in verschiedensten beruflichen Situationen – wie Mitarbeitergespräche, Präsentationen, Besprechungen oder Reklamationen etc. – zu behaupten.

## Strategie

### Kooperation im Handwerk als Antwort . . .

. . . auf neue Anbieter auf handwerksrelevanten Märkten; (Hrsg.) Seminar für Handwerkswesen, 222 Seiten, 2001, DIN A5, ISBN 3-9322752-71-6, Verlag Mecke Druck, Duderstadt, Tel. (0 55 27) 98 19-19, Fax -39, 51 DM

Die Veröffentlichung basiert auf einem Seminar für Unternehmensberater des Handwerks, veranstaltet vom Seminar für Handwerkswesen an der Uni Göttingen im Jahr 2000. Die sechs Beiträgen im Buch befassen sich mit den Voraussetzungen sowie den Chancen und Risiken von Kooperationen im Handwerk. außerdem werden Modelle und Praxisbeispiele erfolgreicher Kooperationen vorgestellt. Die Themen sind: Kooperation, Konkurrenz und Coopetition; Facility Management; Kooperationskonzepte „Bluetrust“ sowie von der DG für Handwerk & Kooperation; Erfahrungsberichte der Kooperationen „Bauzentrum Bremen“ und „Creative Partner“.



## Führung

### Keine Panik auf dem Chefsessel

Margret Hilger, 248 Seiten, 2001, ISBN 3-478-38570-9, Verlag Moderne Industrie, Landsberg, 49 DM

Wer Führungsverantwortung übernimmt, sollte sich so rasch, reibungslos und umfassend wie möglich auf die neuen Aufgaben vorbereiten. Das Buch bietet dazu das nötige Know-how. Es erläutert Themen wie Projektorganisation, Mitarbeiter- und Bewerbergespräche, Besprechungen leiten, Teamarbeit, flexible Kommunikation, Führungsstil etc. Viele Beispiele, Checklisten, Übersichten und Tips helfen dem Leser bei der praktischen Umsetzung. bav-Fazit: Empfehlenswerter Praxisleitfaden für die ersten Schritte als Führungskraft.

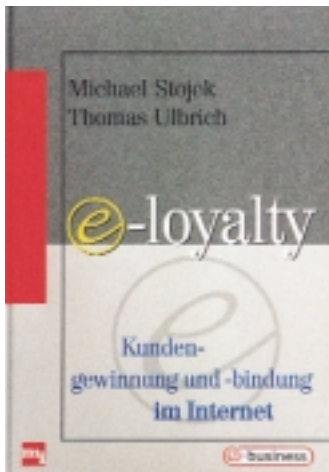
## Marketing

### @-loyalty: Kundengewinnung und . . .

. . . -bindung im Internet, M. Stojek / T. Ulbrich, 260 Seiten, 2001, gebunden, ISBN 3-478-24780-2, Verlag Moderne Industrie, Landsberg, 79 DM

Die Autoren zeigen, wie sich das Marketing im Internet mit dem klassischen Marketing verknüpfen läßt, um Kunden aktiv und zu vernünftigen Kosten-Nutzen-Verhältnissen zu gewinnen und zu binden. Themen des Buches sind u. a.: der

E-Kunde, Marktforschung im Web, Kundengewinnung und -bindung im und durch das Web, E-Law und E-Controlling. Abgerundet wird das ganze mit einem Ausblick auf die künftige Gerätetechnik sowie mit einem Glossar der wichtigsten Fachbegriffen.



## Internet-Marketing

### Zukunft Kunde.com

Edgar K. Geffroy, 260 Seiten, 2001, ISBN 3-478-24870-1, gebunden, Verlag Moderne Industrie, Landsberg, 59 DM  
Wie prägt das Internet die Kundenbeziehungen der Zukunft? Geffroy hat dazu Beiträge von 16 Autoren zusammengestellt, die sich mit der Antwort auf diese Frage befassen. Die erfahrenen Praktiker und Unternehmensberater schreiben über die Tendenzen und Chancen, über intelligente Interaktionsnetzwerke und dem Unternehmen als Community. Weitere Themen sind das e-Payment, die Vertrauensbildung als zentraler Erfolgsfaktor und die individuelle Ansprache des Kunden. bav-Fazit: Ein sehr empfehlenswertes Buch mit umfassendem Überblick zum Thema Kundenbeziehungen im E-Business.

## Verkauf

### Erfolg durch Körpersprache

*Customer in focus Video-ROM (Windows 95b/98/2000/NT4.0), Dauer: ca. 35 Minuten, ISBN 3-89749-099-4, Max Schimmel Verlag, Würzburg, Telefon (09 31) 27 91-4 20, Telefax -4 11, 49,80 DM*

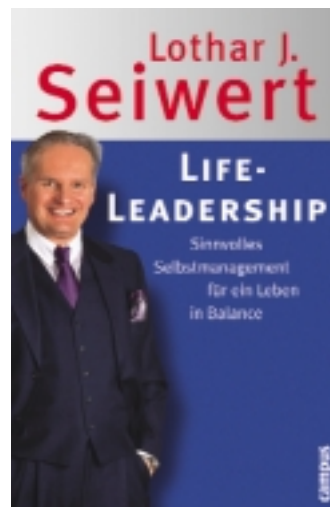
Ein wichtiger Faktor für den Aufbau einer Geschäftsbeziehung ist die nonverbale Kommunikation zwischen Kunde und Verkäufer. Durch Körpersignale werden Aussagen unterstützt, Sympathie vermittelt, und Verhandlungsergebnisse maßgebend beeinflusst. Jeder Verkäufer kommuniziert ständig mit seinen Kunden über diese nonverbalen Signale. Die Video-ROM zeigt, wie wichtig Körpersprache für den positiven Verlauf eines Verkaufsgesprächs ist und vermittelt die Grundlagen für den erfolgreichen Einsatz.

## Selbstmanagement

### Life-Leadership

Lothar Seiwert, 244 Seiten, 2001, ISBN 3-593-36707-6, Campus Verlag, Frankfurt, 49,80 DM

Unter Life-Leadership versteht der Autor, eine ausgewogene Balance unter den vier zentralen Lebensbereichen Arbeit/Leistung, Körper/Gesundheit, Familie/Soziales und Sinn/Kultur herzustellen. Insbesondere in Verbindung mit verantwortungsvollen Berufen und Aufgaben ist dies eine gewaltige Herausforderung. Denn wer sein Leben darauf ausrichtet, möglichst viel in möglichst kurzer Zeit zu bewältigen, gerät rasch in die Burn-out-Falle. Das Buch beschreibt das Konzept des Life-Leadership und hilft dem Leser herauszufinden, was ihm wirklich wichtig ist und wie er seine Prioritäten



konsequent umgesetzt. bav-Fazit: Sehr empfehlenswert, weil gut lesbar, lebensnah und mit vielen Praxistips.

## Führung

### Handbuch Mitarbeitergespräche

Jochem Kiebling-Sonntag, 278 Seiten, 2000, gebunden, ISBN 3-464-48983-3, Cornelsen Verlag, Berlin, 58 DM

Erfolgreiche Mitarbeitergespräche basieren vor allem auf einer guten Vorbereitung, der Beachtung grundlegender Kommunikationsregeln, dem Einsatz gezielter Gesprächstechniken und der Standardisierung wiederkehrender Kommunikationssituationen. Das Handbuch bietet dazu umfassende und praxisnahe Infos. Themen sind u.a.: Führen durch Gespräche, Stimme und Körpersprache, Aufbau von Mitarbeitergesprächen, Gesprächssteuerung, wichtige Gesprächstypen (Delegation, Zielvereinbarung, Beurteilung, Konflikt, Kritik etc.). Angesprochen werden auch das Führen von Teams und die

Führungskräftebeurteilung. bav-Fazit: Empfehlenswertes Buch mit Anspruch und Tiefgang.

## Marketing

### Kunden gewinnen und binden . . .

. . . mit Online-Communitys, Nina Pawlowitz, 232 Seiten, 2001, ISBN 3-593-36665-758, Campus Verlag, Frankfurt, 58 DM

Bei der Kundenbindung über Internet spielen Online-Communitys (Foren, Chats, Newsgroups) eine immer wichtigere Rolle. Doch was steckt hinter diesen virtuellen Gemeinschaften, welche Bedeutung haben sie für Marketing und wie läuft



der Betrieb einer Online-Community ab? Das Buch gibt praxisnahe Antworten und zeigt außerdem auf, was bei Aufbau und Betrieb zu beachten ist, wie sich Online-Communitys für Imagebildung, Kundenbindung und After-Sales-Service nutzen lassen und wie aus den Mitgliedern Kunden werden. Zudem gibt es Fallbeispiele von deutschsprachigen Communitys. bav-Fazit: Sehr empfehlenswerter Ratgeber mit vielen Tips zur Umsetzung der Inhalte in die Praxis.



## Selbstmanagement

### Gesundheitscheck für Führungskräfte

Gunter Frank, 264 Seiten, 2001, ISBN 3-593-36682-7, Campus Verlag, Frankfurt, 44 DM

Der Autor durchleuchtet zunächst kritisch fragwürdige Gesundheitstips und falsche Empfehlungen. Er zeigt, wie man Gesundheit und Wohlbefinden ohne Selbstkasteiung und ohne gefährliche Nebenwirkungen erhalten kann. Im Zentrum seines Konzepts stehen medizinische Evidenz, das eigene Körperempfinden und der gesunde Menschenverstand. Themen des Buches sind u. a. Ernährung, Bewegung, Streß sowie Möglichkeiten und Grenzen der Schulmedizin und der Naturheilkunde. Ein Selbsttest ermöglicht es dem Leser, seinen Gesundheitstyp herauszufinden.

## Training

### Zeitgewinn durch Selbstmanagement

Martin Scott, 250 Seiten, 2001, ISBN 3-593-36681-9, Campus Verlag, Frankfurt, 42 DM

Das Buch bietet einen interessanten, praxisnahen Einblick in den Bereich des Zeit- und Selbstmanagements. Themen sind u. a. Ablagesystem, Zeitplanbuch und Zeitfresser. Der Autor geht den Zeitproblemen



auf den Grund und regt zur Selbstanalyse an. Gezeigt wird dem Leser, wie er Ziele, Prioritäten und Planungen besser in den Griff bekommt. Zudem bekommt er viele Denkanstöße zu den Themen Zeit, Arbeit, Leben und Organisation. bav-Fazit: Sehr nützlicher, auch humorvoll geschriebener Ratgeber für alle Führungskräfte.

## Management

### Sachgerecht verhandeln

Prof. Günter Lehmann, 116 Seiten, 2000, ISBN 3-8169-1849-2, Expert Verlag, Renningen ([www.expertverlag.de](http://www.expertverlag.de)), 34 DM

Verhandeln bedeutet für den Autor, einen Interessenausgleich zu finden. Er bezieht deshalb sein Buch auf den gesamten beruflichen Alltag und nicht nur auf die klassische Verhandlungssituation. Geschildert werden u. a. die Grundsätze sowie die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung von Verhandlungen. Auf diese Weise kann der Leser die Grundzüge erfolgreichen Verhandeln lernen. Übersichten, Checklisten und Praxisbeispiele machen den Inhalt anschaulich und einprägsam.



Das Handbuch geht der Frage nach, wie erfolgreiche Kundenbindungsstrategien in namhaften Unternehmen umgesetzt wurden. Die Autoren führten dazu Interviews mit Clienting-Experten in den oberen Führungsetagen ausgewählter Unternehmen. Als Ergebnis einer systematischen Auswertung und Analyse dieser Gespräche bietet das Handbuch einen repräsentativen Querschnitt der heute erfolgreichen Kundenbindungsmodelle. Es beschreibt handlungsorientierte Methoden und Instrumente, die sich auf Basis konkreter Praxisbeispiele immer auch in den Gesamtzusammenhang einordnen lassen.

## Führung

### Kritik als Chance für . . .

. . . *Vorgesetzte und Mitarbeiter*, Dr. Klaus Rischar, 149 Seiten, 2000, ISBN 3-8169-1805-0, Expert Verlag, Renningen ([www.expertverlag.de](http://www.expertverlag.de)), 38 DM

Einerseits fürchten sich viele Vorgesetzte davor, ihre Mitarbeiter zu kritisieren, weil sie mit deren massiven Widerstand rechnen. Andererseits wehren sich Mitarbeiter gegen jegliche Kritik, weil sie diese als persönlichen Angriff empfinden. Der Autor legt dar, daß berechtigte Kritik die Mitarbeiter in der persönlichen und fachlichen Entwicklung fördert und deshalb eine wesentliche Pflicht aller Führungskräfte darstellt.

## Marketing

### Handbuch Kundenbindung

J. Brandt / U. Schneider, 320 Seiten, 2001, gebunden, ISBN 3-464-48978-7, Cornelsen Verlag, Berlin, 68 DM

## Marketing

### Modernes Kundenmanagement

Dr. Heinz K. Stahl, 228 Seiten, 2., neu bearb. Auflage 2000, ISBN 3-8169-1900-6, Expert Verlag, Renningen ([www.expertverlag.de](http://www.expertverlag.de)), 64 DM

Der Autor versteht sein Weiterbildungsbuch zum einen als Brücke zwischen Wissenschaft und Unternehmenspraxis. Außerdem möchte er die für die Praxis wichtigsten Begriffe, wie Kundenorientierung, -abwanderung, -treue, -vertrauen etc., klarstellen und den Leser anregen, sich im eigenen Unternehmen mit einzelnen Ideen auseinanderzusetzen und Erfahrungen zu sammeln. Mittels Fallbeispielen, Kommentaren und Hinweisen werden dem Leser Einsichten in die Zusammenhänge aller wichtigen kundenbezogenen Konzepte vermittelt.