

Wolfgang Hanfstein (Hrsg)



Roter Reiter

Testsieger 2012. Die besten Businessbücher

campus

Frankfurt. New York

Wolfgang Hanfstein (Hrsg)
Roter Reiter.
Testsieger 2012. Die besten Businessbücher

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliothek. Detaillierte bibliografischen
Daten sind im Internet unter <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN:
978-3-593-41906-0 (PDF)
978-3-593-41907-7 (EPUB)

Copyright © 2012 Roter Reiter. München
Umschlaggestaltung und Layout: Andreas Grzesitza

INHALT

■ VORWORT	4	■ MANAGEMENT	24
■ ERFOLGREICHE FÜHRUNG	5	Management - allgemein	24
Führung	5	Change Management	24
Führung - Coaching	6	Projektmanagement	25
Führung - Instrumente	6	Prozessmanagement	26
Führung - Motivation	7	Strategie	26
Führung - Schwierige Mitarbeiter	8	■ BUSINESSPRAXIS	28
Führung - Teams	8	Beschaffung/Einkauf	28
Neu als Führungskraft	9	Forschung/Innovation	28
■ SOUVERÄN IM JOB	10	Kundenbindung	29
Arbeitstechniken	10	Marketing	30
Business-Etikette	10	Personal	31
Gut schreiben	11	Pressearbeit	33
Karrierestrategien	11	Sekretariat	33
Kommunikation	12	Verkauf	34
Meetings	13	Vertrieb	34
Networking	14	■ UNTERNEHMENSFÜHRUNG	36
Präsentieren	14	Familienunternehmen	36
Rhetorik	15	Geschäftsführer und Unternehmer	37
Verhandeln	16	Gründer	39
Zeitmanagement	17	Nonprofit-Organisationen	39
■ PERSÖNLICHE WEITERENTWICKLUNG	18	Selbstständige und Freiberufler	40
Erfolgsstrategien	18	Krisenmanagement	40
Gesund und Fit	19	■ BEWERBUNG	41
Glücklich Leben	20	Bewerbung - allgemein	41
Persönliche Finanzen	21	Assessment-Center	42
Psychologie	21	Berufliche Neuorientierung	42
Selbstmanagement	22		
Stressmanagement / Entspannung	22		



Die besten Bücher für die berufliche und persönliche Entwicklung auf einen Blick

In einem sind sich alle Business-Experten einig: „Lest gute Bücher!“, empfehlen sie allen, die es wissen wollen. Kein Wunder. Steckt doch in Büchern oft die gebündelte Erfahrung aus jahrelanger praktischer Arbeit der schreibenden Expertinnen und Experten. Die Frage ist nur: Welches sind die Bücher, die uns wirklich weiterbringen? Eine Frage, die wir besonders gewissenhaft beantworten wollen.

„Wir“ – das ist die Redaktion des „Roten Reiters“, dem Buch-Magazin von www.Managementbuch.de. Hier besprechen wir das Beste für die Business-Praxis. Bücher, die unsere Leser beruflich und persönlich weiterbringen. In diesem E-Book „Roter Reiter. Testsieger 2012“ versammeln wir die besten Bücher in 48 Kategorien.

Eine verantwortungsvolle Aufgabe. Denn die Bücher, die jedes Jahr in den Bereichen berufliche und persönliche Entwicklung erscheinen, gehen in die Hunderte. Um unseren Kunden den bestmöglichen Überblick zu verschaffen, sichten wir deshalb die Bücher aller wichtigen Verlage, fischen die besten Bücher heraus und besprechen sie.

Und einmal im Jahr stellen wir die aktuellen Titel auf den Prüfstand und wählen aus den Besten der Besten die „Testsieger“. Zugrunde gelegt werden das zurückliegende Herbst- und das Frühjahrsprogramm der Verlage. Im vorliegenden Buch betrifft das also Bücher, die bis August 2012 erschienen sind.

Nicht immer sind die Neuerscheinungen besser als die Bücher, die es bereits zu den einzelnen Themen gab. In diesem Fall bleiben die „älteren“ Bücher als Testsieger an der Spitze. In fast allen Kategorien gibt es auch Bücher, die wegweisend in ihrem Bereich sind und waren. Als Grundlagenbücher haben Sie sich schon lange auf dem Markt bewährt. Wir nennen sie „Klassiker“. Eine Übersicht über die Klassiker finden Sie auf Managementbuch.de jeweils am Ende der Empfehlungslisten.

Wir haben bei unserer Auswahl größte Sorgfalt an den Tag gelegt. Natürlich kann es immer mal passieren, dass wir gute Bücher übersehen. Wir bitten bei den Autorinnen und Autoren um Nachsicht. Wir sind aber sicher, dass die Bücher, die wir Ihnen hier als „Testsieger“ vorstellen, die Lesezeit wirklich wert sind.

Für Kritik und Vorschläge sind wir offen. Schreiben Sie uns an info@managementbuch.de unter dem Betreff „Testsieger“ oder machen Sie Ihre Erfahrungen und Vorschläge auf unserer Facebookseite www.facebook.com/managementbuch öffentlich. Wir sind gespannt und freuen uns auf Ihr Feedback!

Immer auf der Suche nach den wirklich lesenswerten Büchern

Wolfgang Hanfstein

Chefredakteur Roter Reiter

Die Rezensenten

Wolfgang Hanfstein, Chefredakteur Roter Reiter und Mitbegründer der Nr. 1 Buchhandlung für Wirtschaft, Management und Selbstmanagement „www.Managementbuch.de.“ Mitautor von „Die 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten“, erschienen im Murmann Verlag.

Anne Kaltenbach, Redaktionsleiterin von Managementbuch.de und Roter Reiter. Fachredakteurin für die Bereiche Bewerbung und Persönliche Entwicklung

Evelyn Boos, Fachredakteurin für den Bereich Businesspraxis. Autorin von „Das große Buch der Kreativitätstechniken“ und Co-Autorin der Bücher „Happy Working Mama“, erschienen im Wiley VCH Verlag und „111 Gründe München zu lieben“.

Dr. Birgit Bosold, Finanzcoach und Dozentin. Fachredakteurin für den Bereich Persönliche Finanzen.



Führung

Für Chefs am Anschlag

Die durchschnittlichen Chefreaktionen auf wie auch immer geartetes Unvermögen von Mitarbeitern sind, trotz aller Führungsseminare und -ratgeber in der Regel: „Mit Verlaub, Sie sind ein Vollpfosten“. Gefolgt von der Wahnvorstellung, mit diesem Mitarbeiter das „personifizierte Böse“ vor sich zu haben. Viele Chefs züchten sich auch durch die Variante „den Gärprozess einleiten“ durch „Runterschlucken“ zuverlässig ein Magengeschwür oder andere Kalamitäten heran. Und eine vierte Gruppe winkt mit „Der will doch nur spielen“ ab und sorgt so dafür, dass das Unternehmen früher oder später im Chaos versinken wird. Klare „No-Gos“, mit denen Timo Hinrichsen und Boris Pullach in ihrem Buch „Als unser Kunde tot umfiel“ Chefs und Führungskräften die Augen öffnen.

Auf Augenhöhe mit dem Berufsalltag

Es gibt wenig Führungsliteratur, die so gnadenlos den Finger in die Wunde legt. Aber das machen die beiden Autoren nicht hämisch, sondern therapeutisch höchst wertvoll. Der Kniff des Buches liegt darin, Führungswissen nicht von der Theorie auf den Alltag herunterzubrechen. Hinrichsen und Pullach nehmen sich stattdessen Situationen zur Brust, die früher oder später jedem Chef unter den Nägeln brennen. Und liefern dann gute, theoretisch fundierte Ratschläge. Bottom-up statt Top-down.

Kuschelkurs oder Kasernenhofton

Es geht um den richtigen Weg zwischen Kuschelkurs und Kasernenhofton. Um die Möglichkeiten, Fehlverhalten so anzusprechen, dass Veränderung wahrscheinlich ist. Über die Gefahr, alles selbst zu machen. Und die Autoren

zeigen, wie man sich sogar auf Situationen vorbereiten kann, in denen man auf dem falschen Fuß erwischt wird.

25 der wichtigsten und häufigsten Führungsprobleme auf den Punkt gebracht (und gelöst)

Das Buch ist toll aufgebaut, Chefs (vom Abteilungsleiter bis zum Unternehmer) werden es verschlingen. Denn eingeleitet werden alle 25 kniffligen Führungsprobleme mit treffenden Szenen aus dem Büro- und Chefalltag. In einem kurzen Dialog werden die verschiedenen Aspekte des Problems besprochen - und zwar nicht akademisch, sondern so, wie man in der Kantine mit einem guten und fähigen Kollegen das Problem besprechen würde. Es folgt jeweils die oben schon zitierte No-Go-Liste (immer zum Totlachen - bis man merkt, dass es genau diese Verhaltensweisen sind, die man am häufigsten antrifft). Und natürlich gibt es zum Schluss jeweils das Kapitel „Lösungsfinder-Methode“, in der die beiden Autoren kurz und knackig vernünftige und durchführbare Lösungen bieten.

Der Sparringspartner in Buchform

Ein Buch aus einem Guss. Gut und schnell zu lesen mit sehr hohem Nutzwert. Wo werden sonst Themen angesprochen wie „In ihrem Team gibt es jemanden, den sie einfach nicht leiden können“?

Führungskräfte haben oft niemanden, mit dem sie sich austauschen können. „Als unser Kunde tot umfiel“ ist eine Art Sparringspartner in Buchform. Ein produktives Gespräch über die Dinge, die einem sonst schwer im Magen liegen. Wer also an seinen Mitarbeitern verzweifelt (oder an seinen eigenen Führungsfähigkeiten), wer immer denkt, dass alles doch ganz anders laufen müsste, den bringen die beiden Autoren auf gute, neue Gedanken. (wh)



Timo Hinrichsen, Boris Pullach;
„Als unser Kunde tot umfiel...“
Linde Verlag



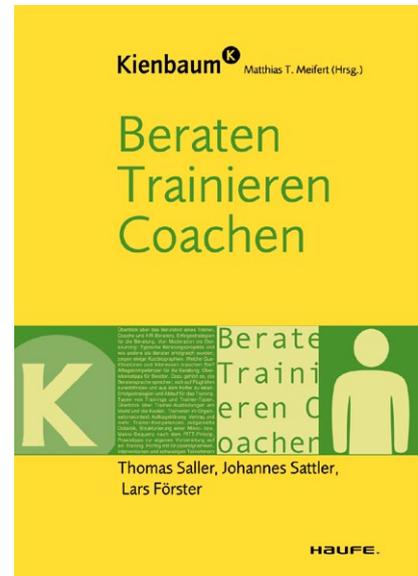
Führung - Coaching

Der Blick durchs Schlüsselloch und ein paar ungeschminkte Wahrheiten

Ihr Auftrag ist es, andere besser zu machen. Als Coach, als Berater, als Trainer. In dieser Funktion haben die Autoren auch schon den einen oder anderen (lesenswerten) Ratgeber für Führungskräfte geschrieben. In diesem Buch ist ihre Perspektive aber eine ganz andere. Denn sie haben gemerkt, dass viele ihre Klienten und Auftraggeber mindestens heimlich danach schielen, selbst die Seiten zu wechseln und als selbstständiger Coach, als HR-Berater oder als Trainer Karriere zu machen. Weil sie dabei so oft mit gänzlich falschen Vorstellungen konfrontiert wurden (biss-

chen beraten, viel freie Zeit), fallen sie mit der Tür ins Haus beziehungsweise mit der Beschreibung einer typischen Arbeitswoche. Wer dann noch bei der Stange ist, erfährt, um was es in diesen Jobs geht. Methoden, Konzepte, Fallen, Schwierigkeiten, Vorteile, Nachteile, alles übersichtlich und sachlich präsentiert. Natürlich ersetzt das Buch nicht die fundierte Ausbildung. Aber es gibt einen wirklich sehr guten Einblick in das, was auf die künftigen Trainer, Berater und Coaches zukommt - sofern sie es sich nicht doch noch einmal anders überlegen. (wh)

Johannes Sattler, Thomas Saller, Lars Förster; Beraten, Trainieren, Coachen. Haufe Lexware GmbH



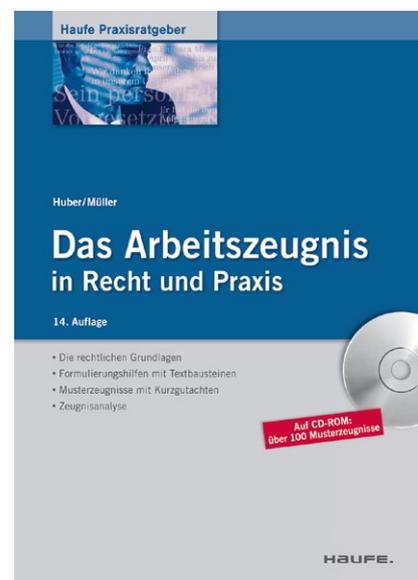
Führung - Instrumente

Nicht beachten, wenn Zeugnisse schreiben zu Ihren Lieblingsjobs gehört

Für alle, die einen einfachen Weg suchen, Zeugnisse für Mitarbeiter auszustellen, gibt es mit diesem Standardwerk die bestmögliche Hilfe. Sie erfahren, was in einem Zeugnis rein rechtlich stehen muss, wie Sie unterschiedliche Sachverhalte beschreiben können und welche Formulierungen für welche Noten stehen. Vor allem haben Sie hier über 100 Zeugnis-Vorlagen für alle erdenklichen Jobprofile zur Hand. Zusätzlich nützliche Textbausteine, eine Aufschlüsselung der „Noten“ und alles Wichtige für die Zeugnisanalyse. Alle Vorlagen gibt's

zusätzlich auf CD. Einlegen, anpassen, ausdrucken, fertig. Praktischer und schneller geht es nicht. (wh)

Günter Huber, Waltraud Müller; Das Arbeitszeugnis in Recht und Praxis. Haufe Lexware GmbH





Führung - Motivation

Zufriedene und glückliche Mitarbeiter zu haben ist Chefsache

Von der Lichtstärke über die Raumgröße bis zur Ausstattung der Toiletten ist an deutschen Arbeitsstätten alles bis ins kleinste Detail geregelt und vorgeschrieben. Egal, ob es sich um eine Bäckerei, eine Tankstelle oder ein Büro handelt. Wenn es aber um so wichtige Faktoren wie Zufriedenheit und Glück am Arbeitsplatz geht, regiert König Zufall. Dabei hat die Arbeitspsychologie viel zu diesem Thema zu sagen. Der britische Psychologe Peter Warr richtet sich mit seinem Buch „Richtig motiviert mehr leisten“ an Führungskräfte und HR-Profis und bringt die wichtigsten Erkenntnisse der Arbeitspsychologie für sie auf den Punkt.

Ein Unternehmen ist weder Irrenhaus noch Kuschelzoo

Es gibt unzählige Sachbücher und Ratgeber oder Selbsthilfeliteratur zum Thema Glück. Aber obwohl es die Arbeit ist, die das Leben der meisten Menschen nachhaltig prägt und bestimmt, wird genau dieser Bereich meist ausgeblendet. Dabei profitieren nicht nur die Angestellten von einem Klima, das persönliche Entfaltung ermöglicht und zur gegenseitigen Wertschätzung ermutigt. Auch die Performance des Unternehmens steigt. Wie ein solches Klima gezielt hergestellt werden kann, zeigt der Arbeitspsychologe Peter Warr in diesem Buch.

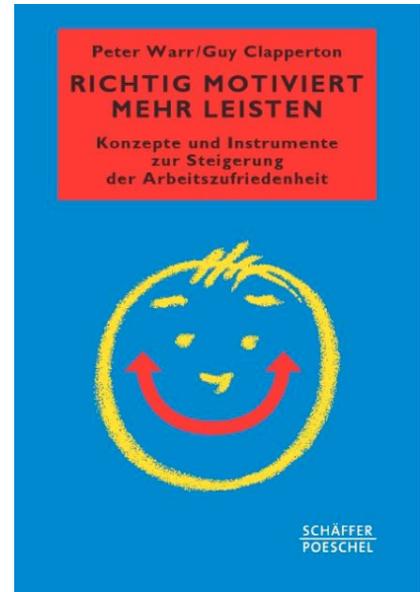
Die zwölf Schlüsselmerkmale für Zufriedenheit im Job

Es sind genau 12 Schlüsselmerkmale, die darüber entscheiden, ob Glück und Zufriedenheit erfahren werden können oder nicht. Jedes einzelne Merkmal ist wiederum von mehreren Faktoren abhängig, die Warr jeweils getrennt analysiert. Die zwölf Schlüsselmerkmale im Überblick:

- Persönlicher Einfluss (die Möglichkeit, Handlungsfähigkeit unter Beweis zu stellen)
- Einsatz eigener Fähigkeiten (die Möglichkeit, Stärken und Talente zu entfalten)
- Anforderungen und Ziele (nicht nur selbst gesteckte Ziele wirken motivierend!)
- Abwechslung (immer wieder das Gleiche tun zu müssen, führt zu Niedergeschlagenheit)
- Klare Aufgaben und Prinzipien (Ungewissheit wirkt beunruhigend, schürt Angst)
- Soziale Kontakte (Ängste und Depressionen sind oft auf den Mangel an sozialen Kontakten zurückzuführen)
- Geld (obwohl darüber oft hinweggegangen wird, ist finanzielle Unabhängigkeit ein wichtiger Faktor für ein zufriedenes Leben)
- Angemessenes physisches Umfeld (die allgemeinen Lebensbedingungen) Anerkennung und Wertschätzung (konkretes Lob für konkrete Leistungen)
- Unterstützende Vorgesetzte (ehrliches Interesse und individuelle Förderung)
- Gute Karrierechancen (die Möglichkeit, sich zu entwickeln) Fairness (einen Arbeitgeber zu haben, der Mitarbeiter und Kunden respektvoll behandelt)

Die Grundlage für eine hohen „Return on Happiness“

Der Psychologe Warr verspricht keine Wunder. Denn „Ihre gegenwärtige Lebenserfahrung ist das Ergebnis von abertausend Ereignissen und Entscheidungen, die sich im Laufe vieler Jahre kumuliert haben. All das kann man



nicht über Nacht verändern“. Aber er weiß auch, dass die längste Reise mit dem ersten Schritt beginnt. Und so entwickelt er im letzten Kapitel ein Sieben-Schritte-Programm, um ins Handeln zu kommen. Ein Programm, das Leser sowohl auf sich selbst, als auch auf ihre Mitarbeiter anwenden können.

„Richtig motiviert mehr Leisten“ bringt die Glücksforschung dahin, wo die Weichen für ein erfülltes Leben gestellt werden - an den Arbeitsplatz. Wissenschaftlich fundiert, leicht zu lesen, und mit vielen Hinweisen, dem Glück auch im eigenen Leben die Tür aufzumachen. (wh)

Peter Warr; Richtig motiviert mehr leisten. Schäffer-Poeschel Verlag



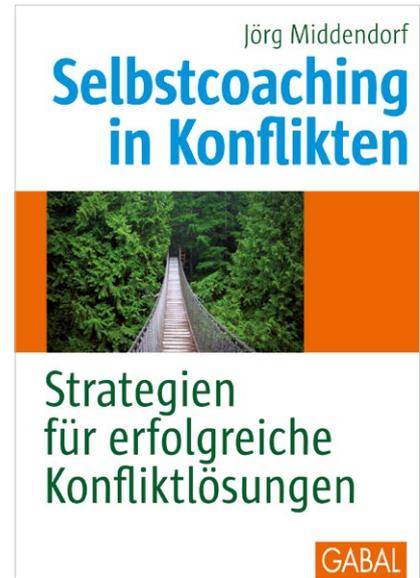
Führung - Schwierige Mitarbeiter

Bloß nicht sachlich bleiben

„Lassen Sie uns sachlich bleiben!“ Was als Aufruf zur Besonnenheit erscheint, ist viel mehr die Weigerung, Konflikte ernst zunehmen. Wer an produktiven Lösungen interessiert ist, findet in dieser Anleitung zum „Selbstcoaching in Konflikten“ einen besseren Weg. Nämlich die Emotionen, die sich nun mal weder ignorieren noch wegdiskutieren lassen, ernst zu nehmen. Der Coach Jörg Middendorf zeigt, wie man den Perspektivwechsel schafft und die Situation neu bewerten kann. „Was wollen andere erreichen?“ „Worum geht es mir eigentlich wirklich?“ Das Buch vermittelt nützliche Methoden in

kritischen Situationen, zeigt, wie man aggressive Zeitgenossen auf Distanz hält und wie man aus Verteidigungshaltungen wieder herauskommt. Sehr hilfreich. (wh)

Jörg Middendorf; Selbstcoaching in Konflikten. GABAL Verlag GmbH



Führung - Teams

Damit der Teamgeist keinem auf den Geist geht

Dass gute Teams hervorragende Arbeit leisten können, hat sich inzwischen herumgesprochen. Wie man es aber anstellt, „gute“ Teams am Start zu haben, bleibt ein Geheimnis. Kein Wunder, ist doch in den seltensten Fällen klar, ob es sich wirklich um Teams handelt - oder eben um Abteilungen oder Gruppen oder einfach um Menschen, die mehr oder weniger aus Zufall in einem Raum zusammenarbeiten. Deshalb fängt Rainer Niermeyer in seinem praktischen Handbuch zur Teamarbeit „Teams führen“ mit Aufräumarbeiten an. Und präsentiert dann den wirklichen Teamleitern schön übersichtlich die wichtigsten Methoden und Instrumente. Keine Rocket Science, aber solides Handwerk.

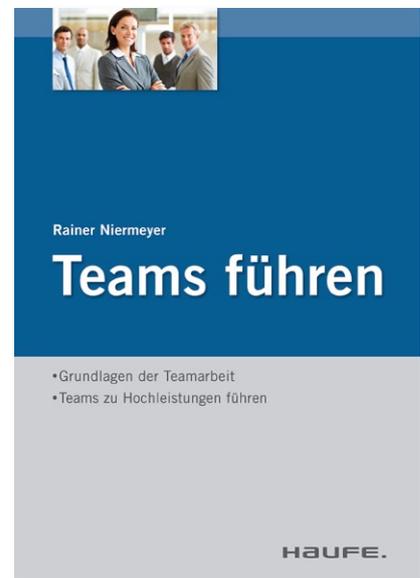
Wenn keiner weiß, wo es lang geht, kommt auch keiner an

Ich vermute mal, dass neun von zehn Beschäftigten, die in einem sogenann-

ten Team arbeiten, keine Ahnung von den Zielen haben, die das Team erreichen soll. Das liegt daran, dass der Teamleiter meist auch nicht weiß, was seine Aufgaben als Teamleiter sind. Folge sind demotivierte Menschen, die sich zumindest innerlich verabschieden. Dabei bietet doch gerade Teamarbeit vielfältige Möglichkeiten, die unterschiedlichsten Fähigkeiten und Talente der Einzelnen zur Entfaltung zu bringen. Zum Wohle der Ergebnisse, für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und damit des eigenen Arbeitsplatzes. Das Buch „Teams führen“ des Ex-Kienbaum-Mannes Rainer Niermeyer zeigt, wie Teamleiter diese Schätze heben können.

Wenn Meeting-Witze kursieren heißt das Alarmstufe knallrot

Eine große Stärke von „Teams führen“ ist es, dass sich Rainer Niermeyer viele der bekannten Begriffe mal zur Brust nimmt. So redet Niermeyer nicht etwa pauschal über „Meetings“ (einem der wesentlichen Kommunikationsinstru-



mente der Teamarbeit). Vielmehr zeigt er zuerst, wie viele unterschiedliche Arten von Meetings es gibt - mit je ganz unterschiedlichen Zwecken und Zielen. Geht es darum, alle auf einen gemeinsamen Wissensstand zu bringen? Oder sollen neue Ideen generiert werden? Ist es ein „Report-Meeting“,



in der ein Mitglied seine Ergebnisse präsentiert? Geht es um den regelmäßigen Informationsaustausch? Oder darum, Probleme zu lösen? Nur ein paar Fragen und schon zeigt sich, dass generelle Ratschläge à la „ein Meeting soll nicht länger als x Minuten dauern“ für die Tonne sind. Ob ein Meeting 30 Minuten dauert oder drei Tage, hängt allein davon ab, was am Ende dabei herauskommen soll. Ist das in Ihrem Unternehmen allen klar? (Einfacher Test: Sind Meeting-Witze im Umlauf?)

Ein hochverzinslicher Buchwert

Meetings richtig vorzubereiten, zu moderieren (muss nicht immer der Teamleiter sein) und nachzubereiten ist eines von elf sehr gut strukturierten Kapiteln. Die anderen zeigen in der gleichen Konsequenz die Kunst der Team-Zielvereinbarung, die noch höhere Kunst, Konflikte im Team konstruktiv zu lösen und machen vertraut mit allen wichtigen Phasen und Elementen der Teamarbeit (über die Teamzusammenstellung, die Teament-

wicklung und natürlich über die Rolle des Teamleiters).

Die zwei oder drei Stunden Lesezeit für „Teams führen“ werden sich für Teamleiter hochverzinst auszahlen - selbst wenn sie nur ein paar der Methoden in den Arbeitsalltag rüber retten. Auch, weil sie im Buch eine Menge Checklisten finden, mit denen sie sofort loslegen können. (wh)

Rainer Niermeyer; Teams Führen.
Haufe Lexware GmbH

Neu als Führungskraft

Das Buch für die ersten 100 Tage als Chef

Eines der Bücher, das viel Stress, Geld und Zeit sparen würde, wenn es Pflichtlektüre für alle Neu-Führungskräfte wäre. Allen ans Herz zu legen, die dabei sind, Verantwortung für Mitarbeiter zu übernehmen. Es ist eine große Aufgabe, in die man nicht einfach hineinstolpern sollte (dennoch bereiten nur wenige Unternehmen richtig auf diese Aufgabe vor). Die Autoren zeigen, was Führungskräfte erwartet und was von ihnen erwartet wird (und was nicht). Sie geben einen Schnellüberblick über die verschiedenen Führungsstile - um zu zeigen, welche Überlegungen sich andere schon zum Thema Führung gemacht haben

(man muss das Rad nicht neu erfinden - aber man muss wissen, dass es das Rad gibt). Und sie geben einen sehr guten Fahrplan vor, mit dem in den ersten 100 Tagen ein tragfähiges Fundament gebaut werden kann. Sehr gut, um sich sowohl in die künftigen Mitarbeiter als auch in die künftigen Chefs hineinzusetzen. Eine Fähigkeit, die für den weiteren Erfolg entscheidend ist! (wh)

Helmut Hofbauer, Alois Kauer;
Einstieg in die Führungsrolle.
Hanser Fachbuchverlag



Für alle, die es wissen wollen.

Führen oder ausführen?

E-Book
inside

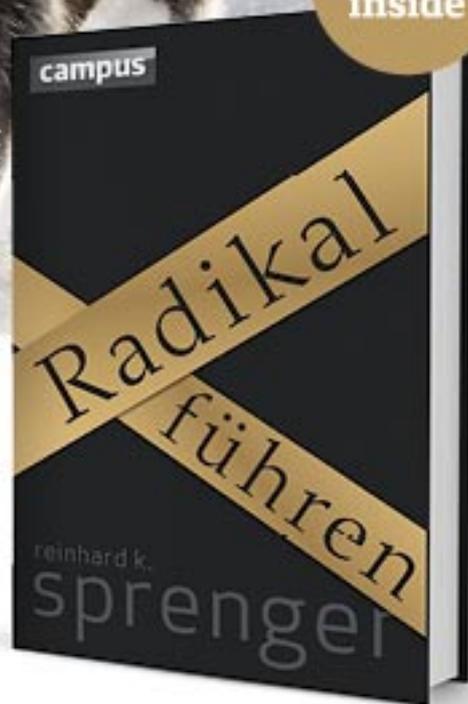
Die erste vollständige Beschreibung des Riesenkomplexes »Führung« aus der Sicht von Reinhard Sprenger – überraschend, provozierend und in höchstem Maße Augen öffnend. Versehen mit vielen konkreten Hinweisen für die tägliche Führungspraxis. Für alle, die wissen wollen, was Führung tatsächlich ist und wie sie wirklich funktioniert.



Laden Sie hier die Gratis
Sprenger-App für Ihr iPad!
Einfach QR-Code scannen!

2012, 292 Seiten, gebunden.
€ 24,99

 campus.de



campus
Frankfurt, New York





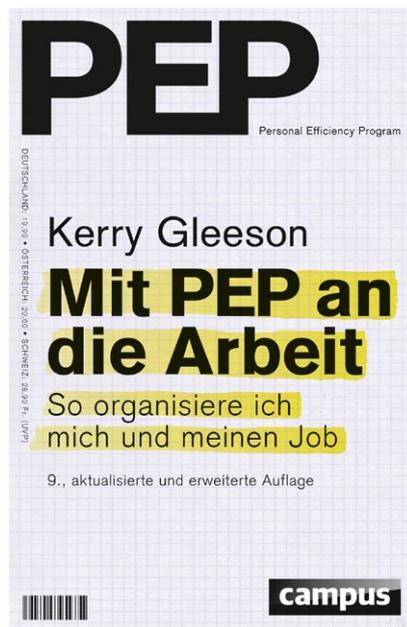
Arbeitstechniken

Der Klassiker der Selbstorganisation neu aufgelegt

„Haben Sie jemals den Tag mit einer Liste abzuarbeitender Aufgaben begonnen und am Ende des Tages keine einzige erledigt?“ Wer jetzt keinerlei Stechen in der Magengrube spürt, schätze sich glücklich und lasse dieses Buch einfach links liegen. Für alle anderen gilt: Das PEP-Programm (Personal Efficiency Program) ist eine der erfolgreichsten Anleitungen für Selbst- und Arbeitsorganisation im Job. Eine schiere Notwendigkeit, denn wo hat man je gelernt, effektiv und effizient zu arbeiten? Und leider reichen die paar Gassenhauer „Prioritäten setzen“ und „delegieren“ lange nicht aus, um alles auf die Kette zu kriegen. Dazu

braucht es Planungs-, Organisations- und Handlungswissen. Und das wird von Kerry Gleeson in diesem Buch so präsentiert, dass man gleich Lust bekommt, loszulegen. Gut, dass dieses Buch neu aufgelegt wurde! (wh)

Kerry Gleeson; Mit PEP an die Arbeit.
Campus Verlag GmbH



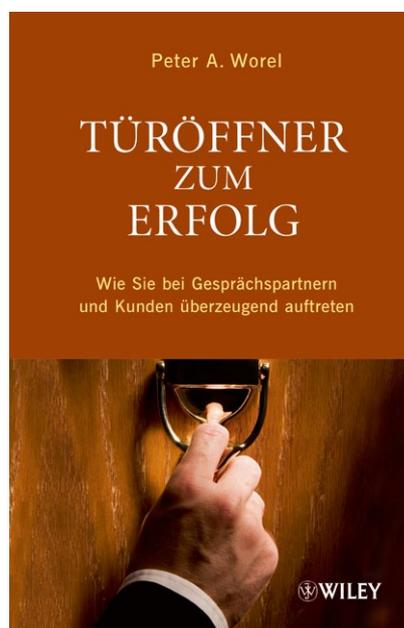
Business-Etikette

Überzeugend und souverän in allen Situationen

Ob bei Verkaufsgesprächen, Preisverhandlungen, Vorstellungsgesprächen, Präsentationen, Reden, Interviews, Diskussionen - in allen Business-Situationen brauchen sie „Türöffner“, um Ihre Gesprächspartner zu erreichen, zu überzeugen ... Dabei helfen Ihnen bestimmte Codes, die Sie situationsgerecht anwenden, z. B. den Dresscode, den Sprachcode, den Körpercode, den Etikettecode und den Stilcode. Peter A. Worel stellt Ihnen in leicht verständlicher Weise und anhand vieler konkreter Beispiele in Dialogform alle Codes vor und untermauert diese mit der Funktionsweise des menschlichen Gehirns beziehungsweise des Unter-

bewusstseins. Alle, die intelligente Kommunikation und überzeugendes Auftreten für (noch mehr) Erfolg im Leben perfektionieren wollen, profitieren von diesem sehr hilfreichen, klar gegliederten, aber nicht zu umfangreichen Buch. (eb)

Peter A. Worel; Türöffner zum Erfolg.
Wiley VCH Verlag GmbH





Gut schreiben

Das ganzheitliche Training für bessere Texte

Ein sehr gutes Programm, um bessere Texte zu schreiben, bietet die „Schreibfitness-Mappe“. Sie finden hier zahlreiche Übungen, mit denen es Ihnen gelingt, notwendige Informationen zu sammeln, zu strukturieren und in eine flüssige Form zu bringen. Frau Scheuermann weiß aus Ihrer Praxis als Schreibcoach, wo die Stolperfallen liegen: Sei es die Angst vor dem weißen Blatt Papier, das Problem, einen roten Faden zu finden oder eigene Texte konsequent und wirkungsvoll zu überarbeiten. Mit 10 Checklisten zum eigenen Schreibtyp, mit genauen Beschreibungen

15 typischer Problemfälle und mit 35 Übungen, die Ihnen helfen, in den Schreibfluss zu kommen und im Schreibfluss zu bleiben. Damit können Sie gezielt Ihre persönliche Schreibfitness trainieren. Ein sehr nützliches Buch für alle, die häufig im Job Texte schreiben müssen (ohne dafür ausgebildet worden zu sein), aber mit den Ergebnissen unzufrieden sind. In der Schreibfitness-Mappe finden Sie zahlreiche Anregungen, es künftig besser zu machen. (ak)

Ulrike Scheuermann; Die Schreibfitness-Mappe. Linde Verlag



Karrierestrategien

Nur wer sich nicht anpasst, kommt weiter

„Persönlichkeit kommt weiter“ ist das Credo des erfahrenen Karriereberaters und Psychologen Christoph Burger. Denn Mitarbeiter mit der Hand an der Hosennaht und biegbarem Rückgrat machen heute keinen Stich mehr. Allerdings meint „Persönlichkeit“ nicht „Querkopf“. Auch heute noch zählt, was der Chef sagt. Aber mindestens den kann man sich aussuchen. In „Karriere ohne Schleimspur“ skizziert Christoph Burger einen vielversprechenden, ego-zentrischen Weg nach oben.

Die Gesetzmäßigkeiten des beruflichen Erfolgs und Misserfolgs

Burger verbindet in seinem Buch das Wissen über die „Karrieremechaniken“ mit guten Methoden zur Persönlichkeitsentwicklung. Damit schlägt er einen neuen Ton an. Zudem kann er mit seiner Erfahrung als Outplacementberater und Berater in Transfer-

gesellschaften punkten. Burger kennt viele Lebensläufe, Einzelschicksale und Erfolgsgeschichten - und lernte so mit der Zeit auch die hinter Erfolg und Misserfolg steckenden Gesetzmäßigkeiten kennen.

Nehmen Sie sich ernst

Deren Wichtigste lautet, sich selbst ernst und wichtig zu nehmen. Und sich zu erkunden. Burger bietet dafür einige praktische Übungen und Tests an. Zum Beispiel die Übung, sich den 80. Geburtstag haargenau vorzustellen (in Indien oder im Schwarzwald, in einem kleinen Haus oder in einer Villa, alleine oder im großen Familienkreis? Wer Letzteres wünscht, muss zum Beispiel rechtzeitig für Nachwuchs sorgen). Damit will er auch einen Unterschied zu der oft propagierten Methode markieren, mit eisernem Willen und klaren Zielen zum Erfolg zu kommen. Das hat überhaupt keinen Sinn, so Burger, wenn Ziele und vermeintlicher Wille an dem vorbei gehen, was einen Menschen überhaupt ausmacht.



Ziele setzen ist erst der zweite Schritt

Umgekehrt wird aber ein Schuh draus. Wer seine Stärken, Schwächen und Vorlieben (er)kennt (was die Auseinandersetzung mit sich selbst voraussetzt), wird auch Chancen und Mög-



lichkeiten erkennen, die sich immer wieder ergeben. Und wird in der Lage sein, erstrebenswerte Ziele immer klarer zu sehen. Und das ist mithin die Grundlage dafür, sich im Job nicht verbiegen zu lassen, sondern den Platz zu finden, an dem die eigenen Talente auch zur Entfaltung kommen können.

Der Chef hat immer recht. Aber er muss ja nicht für immer der Chef sein

Das setzt aber noch lange nicht die Karrieremechaniken außer Kraft. Sie

werden nur anders interpretiert. Beispiel: „Der Chef hat immer recht“. Eine unumstößliche Regel. Aber auch eine Regel, die nicht dazu führen darf, zu buckeln. Burger rät, entweder Einsicht in die Situation zu entwickeln, in der auch der Chef steckt (auch der hat einen Chef) - oder sich einen anderen Job zu suchen. Und auch dafür hat er die passenden Methoden parat.

„Karriere ohne Schleimspur“ ist ein Karriereratgeber, der die Entwicklung bzw. Erkenntnis der eigenen Persönlichkeit ins Zentrum rückt. Und dann die

Methoden zeigt, die nicht unbedingt „nach oben“ führen, aber dafür dahin, wo man am besten hinpasst. (wh)

Christoph Burger; Karriere ohne Schleimspur. Linde Verlag

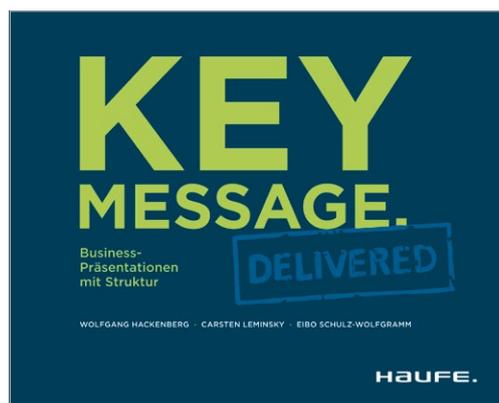
Kommunikation

„Erst grübeln, dann dübeln“

Sie kennen das wahrscheinlich: Die Zeit drängt, Sie schreiben ein Briefing per E-Mail aber was Sie von Ihren Kollegen oder Auftraggebern zurückbekommen, hat wenig mit dem zu tun, was Sie brauchen. Grund: Keiner hat gecheckt, um was es Ihnen geht. „Key-Message. Delivered“ ist deshalb weniger eine Anleitung für Präsentationen. Vielmehr ein toll aufgemachtes Lehrbuch für effektive Kommunikation. Wer also die Missverständnisse in seiner Abteilung

oder seinem Unternehmen reduzieren und die Effektivität erhöhen will, spendiere seinen Mitarbeitern (und sich selbst) dieses Buch. Effekt: klare, präzise Kommunikation auf allen Kanälen, weniger Stress, weniger Zeitaufwand, bessere Ergebnisse. (wh)

Wolfgang Hackenberg,
Carsten Leminsky, Eibo
Schulz-Wolfgramm;
Key Message. Delivered.
Haufe Lexware GmbH





Meetings

Open Space - je kleiner die Tagesordnung für ein Meeting, desto besser das Ergebnis

Falls Sie auch schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Gespräche in der Kaffeepause interessanter und produktiver waren, als ein ganztägiges Meeting, dürfte Open Space etwas für Sie sein. Denn hinter der „Meeting-Technik“ Open Space Technology steckt der Gedanke, all das aufs Tapet zu bringen, was sonst im Verborgenen bleibt. Und zwar nicht vom Chef oder vom Abteilungsleiter oder von externen Beratern, sondern von den Leuten, denen es unter den Nägeln brennt. Überraschend aber wahr ist, dass die Open Space Technology keiner Tagesordnung bedarf. Und dass sich der Abschlussbericht quasi von selbst schreibt und schon am Ende des Meetings an alle verteilt werden kann. Kann das sein? Klar, sagt der Erfinder der Open Space Technology Harrison Owen und beschreibt in seinem gleichnamigen Buch, wie einfach das geht.

Ein erfolgreiches Konzept macht Schule

Die erste Open Space Technology wurde 1996 in Deutschland abgehalten. Seither wurden in Unternehmen, in der Politik und in vielen Non-Profit-Organisationen viele Tausend Meetings auf der Basis der „Open Space Technology“ durchgeführt. Alle mit fulminantem Erfolg. Das Konzept ist so einzigartig wie einfach. Alle, die freiwillig, aus eigenem Antrieb am Meeting teilnehmen, sitzen zu Beginn im Kreis und werden vom Moderator aufgefordert, ihre Fragestellung oder ihren Lösungsansatz zum vorgegebenen Thema in der Runde zu präsentieren. Und zwar knapp, in ein paar Sätzen. Der Clou: Wer ein Thema vorstellt, erklärt sich zugleich verantwortlich für das Thema und bestimmt Ort und Zeit innerhalb des Meetingtages, an dem er mit anderen Interessenten genau dieses Thema bearbeitet.

Und er sorgt dafür, dass die Ergebnisse seines Workshops sofort schriftlich festgehalten werden.

Ideen ohne Leidenschaft sind wertlos

Harrison Owen, der Begründer der Open Space Technology, lehnt sich an uralte menschliche Kommunikationsformen an. Deshalb der „demokratische“ Kreis anstatt der Plenarbestuhlung. Owen selbst hat inzwischen Hunderte solcher Meetings begleitet und dabei Teilnehmerzahlen zwischen fünf und 2.000 (!) erlebt und zum produktiven Austausch geführt. Sehr zurückhaltend, denn die einzige Aufgabe des Moderators ist es, Raum und Zeit zur Verfügung zu stellen (und ein bisschen Klebeband, Papier, Stifte und Post-its mitzubringen). Was die Open Space Technology so erfolgreich macht, ist, dass sie die Meetingteilnehmer bei ihren Interessen abholt, sie ernst nimmt. Damit räumt Owen auch die Frage aus, was mit Teilnehmern passiert, die sich nicht trauen, in der großen Runde ihr Thema vorzustellen: Wer keine Leidenschaft verspürt, wird auch keine Lösung finden. Denn Ideen ohne Leidenschaft, so Owen, sind nichts wert.

Wer neue Lösungen sucht, sollte das verborgene Wissen seiner Leute ans Tageslicht befördern

Open Space Technology ist nicht in jedem Fall die richtige Form. Wenn es etwa darum geht, ein neues Abrechnungssystem oder Produkt einzuführen oder fixe Entscheidungen top-down zu kommunizieren, sind andere Formen überlegen. Sobald es sich aber um eine offene Fragestellung handelt, können Meetings im Open Space Format völlig neue Lösungsansätze an die Oberfläche bringen. „Wie kann sich ein Unternehmen auf neue Märkte einstellen? Wie können Arbeitsabläufe substanzial verbessert werden? Wie können Konflikte gelöst werden?“ Es sind die-



se Fragen, von denen die Schlagkräftigkeit von Unternehmen und Organisationen abhängt. Fragen, zu denen es keine vorgefertigten Antworten gibt. Allerdings gibt Harrison Owen zu bedenken, dass die Open Space Technology oft im Gegensatz zu herrschenden Unternehmensphilosophien steht. Denn die Anwendung der Open Space Technology bedeutet für den Zeitraum des Meetings jeglichen Verzicht auf Kontrolle. Wer sich auf die Energie seiner Mitarbeiter oder Mitglieder einlassen will, findet in diesem Buch „Open Space Technology“ von Harrison Owen eine „Schritt für Schritt“-Anleitung zur Anwendung der Open Space Technology. Von den benötigten Post-its und dem Klebeband bis zur richtigen Auswahl der Räume und zur Erst-Ansprache der Leute.

Unternehmen und Organisationen, die neue Antworten auf wichtige Fragen suchen, sind gut beraten, das oft brachliegende kreative Potenzial ihrer Mitarbeiter zu nutzen. Die Open Space Technology liefert dafür einen verblüffend einfachen und vielversprechenden, produktiven Rahmen. (wh)

Harrison Owen; Open Space Technology. Schäffer-Poeschel Verlag



Networking

Ein MUSS-Buch für Networker

Der erfolgreiche Unternehmer und „Networking-Papst“ Keith Ferrazzi schildert in seinem US-Bestseller „Geh nie alleine essen“ sein Lebensprinzip des Networking. „Wie lerne ich interessante Menschen kennen? Wie wecke ich das Interesse Anderer an mir? Wie mache ich aus Fremden Bekannte, besser noch Freunde? Wie halte und pflege ich meine Kontakte?“ Äußerst inspirierend wird das Buch durch viele überraschende Erkenntnisse. So ist eine Maxime Ferrazzis das großzügige „Geben“ ohne aufzurechnen. Oder Ferrazzis dringendes Abraten von oberflächlichem Smalltalk. Stattdessen bricht er eine Lanze für authentisches Kommunizieren und echtes Interesse

am Gegenüber. Sehr lesenswert auch die Portraits „großer Connectoren“, (z. B. des Dalai Lama, Eleanor Roosevelt, Bill Clinton).

Gut für alle, die bessere Networker werden wollen und solche, die bis heute nicht verstehen können, für was um Himmels Willen Networking gut sein soll (sie werden es erfahren). (wh)

Keith Ferrazzi, Thal Raz; Geh nie alleine essen! Börsenmedien AG



Präsentieren

Präsentieren und gewinnen

Das beste Buch für überzeugende Präsentationen. Der Profi, Moderator und Werber, einer der besten seines Fachs, überträgt die Prinzipien für gute Werbung auf die Entwicklung wirkungsvoller Präsentationen. Im Vordergrund steht die zielgruppenorientierte Aufbereitung, Strukturierung und Dramatisierung der Inhalte. „Neu Präsentieren“ von Gerriet Danz ist ein Arbeitsbuch voller Ideen. Es erhöht die Chance erheblich, die 30 Minuten, die meist für eine Präsentation zur Verfügung stehen, so zu gestalten, dass hinterher ein Auftrag herauspringt. Oder die Zustimmung für Ihr Vorhaben.

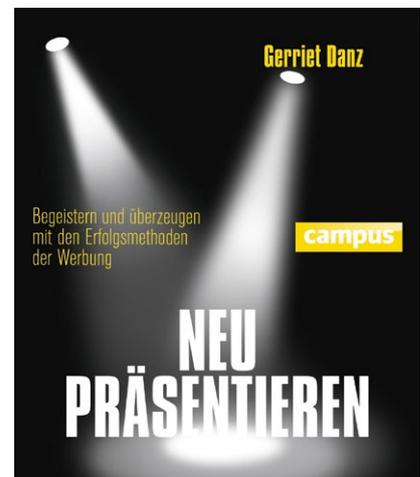
Es hagelt Ideen

Was „Neu präsentieren“ so einzigartig macht, ist die schiere Fülle an Ideen, die hervorragend strukturiert sind. Sie finden hier eine Liste der besten

Webseiten mit Gratisfotos (um die Präsentation zu emotionalisieren), Sie erfahren, wie Sie mit wenigen Strichen überzeugende Zeichnungen auf die Flipchart bringen. Sie erhalten Ideen, um Ihr Anliegen mit Videos und Demonstrationen anschaulich zu beweisen. Und Sie lernen vor allem schnell, wie Sie durch optimale Vorbereitung sattelfest und überzeugend werden.

Inhalt, Inhalt, Inhalt

Keine Schaumschlagerei, kein l'art pour l'art. Gerriet Danz weiß, dass es bei allen Effekten immer nur darum geht, Ihr Vorhaben so plastisch und verständlich wie möglich zu machen. Damit steht er ganz in der Tradition des Werbepapstes David Ogilvy, der zwanghaft kreative Ideen einst mit dem Satz abkanzelte „Einer Kuh das Euter abzuschneiden mag originell sein. Bloß gibt die Kuh dann keine Milch mehr.“ Das heißt anders herum,



das Thema von allen Seiten durchleuchten und dann, wenn das Ziel klar ist, effektiv zu dramatisieren. Aufgrund dieser Vorgehensweise ist es nicht verwunderlich, dass Gerriet Danz in „Neu präsentieren“ nur am Rande auf den Vortragenden selbst eingeht. Denn wer die Methoden des Profis anwendet, wird merken, dass



Themen wie Ausstrahlung, Körpersprache oder Lampenfieber völlig in den Hintergrund treten - wenn die Präsentation an sich perfekt funktioniert und wie am Schnürchen abläuft. Ein schöner Nebeneffekt für alle, die nicht als Showmaster auf die Welt gekommen sind.

Das Buch ist der Beweis

Ideen zu haben, ist das eine. Sie in einen sinnvollen Kontext zu bringen,

das andere. Dass Gerriet Danz das nicht nur theoretisch beherrscht, zeigt er auch mit seinem Buch. Denn auch „Neu präsentieren“ ist aufgebaut wie eine perfekte Präsentation. Glasklare Gliederung und Struktur, übersichtliche Kapitel, viele überraschende (und 100% passende) Fotos und Illustrationen, daneben wohldosiert eingepasste Übungen.

Ein hervorragendes Buch für alle, bei denen Präsentationen über Auftrag

oder Nichtauftrag, über Zustimmung zu einem Projekt oder Ablehnung, über Top oder Flop entscheiden. Zu viele gute Ideen und Projekte (in die oft viel Geld und Hirnschmalz investiert worden war) sind schon in den Orkus gerauscht, nur weil sie schlecht präsentiert wurden. Damit ist jetzt Schluss. (wh)

Gerriet Danz; Neu präsentieren.
Campus Verlag GmbH

Rhetorik

Der Sarg des Redners heißt Rednerpult

Ich habe schon viele Bücher zum Thema „Reden halten“ geprüft. Das Buch von Hans-Uwe Köhler ist anders. Weniger technisch, weniger Handwerkszeug, dafür viel mehr Spirit. Sein Buch richtet sich an Leute, die Reden halten wollen - nicht so sehr an Leute, die Reden halten müssen. An Leute, die ihr Publikum bewegen wollen oder sogar begeistern. Nur so ist seine Ausgangsfrage zu verstehen: „In welchem Zustand sollen meine Zuhörer sich befinden, wenn die Rede abgeschlossen ist?“ Wer diese Frage absurd findet, ist mit anderen Büchern besser bedient. Wer aber genau das will, wer

will, dass der Funke überspringt, der erfährt hier, warum das Rednerpult der Sarg des Redners ist. Der erfährt, wie man etwas so sagt, wie es bisher noch nie gesagt wurde.

Und der erfährt, warum es sinnvoll sein kann, mit vier Gabelstaplern auf die Bühne zu kommen. Für alle, die mit jeder Rede die Rede ihres Lebens halten wollen. (wh)

Hans-Uwe L. Köhler; Die perfekte Rede.
GABAL Verlag GmbH





Verhandeln

Den Kuchen nicht teilen, sondern größer machen

Verhandeln heißt, das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Damit grenzt der Verhandlungsexperte Friedhelm Wachs in seinem Buch „Faktor V, Die fünf Phasen des erfolgreichen Verhandeln“ das Verhandeln klar vom Verkaufen ab. Nicht Umsatz um jeden Preis, sondern größtmöglicher Nutzen und größtmöglicher Mehrwert ist das Ziel. Ein Buch, das dazu anleitet, den Verhandlungsspielraum zu erkennen und auszuweiten.

Mit Tricks gewinnt man keine Verhandlung

„Faktor V“ bietet einen sehr guten Mix aus Erfahrungswissen, analytischer Präzision und theoretischer Fundierung. Damit steht es in einer Reihe mit dem Klassiker „Das Harvard-Konzept“. Mit einigen wesentlichen Unterschieden: Die Beispiele sind aktueller, der Aufbau ist besser strukturiert. Wer allerdings einfache Tipps und Tricks erwartet, liegt falsch. Denn der Autor ist überzeugt, dass man Verhandlungen nicht mit Tricks gewinnt, sondern mit guter Vorbereitung und genauem Verständnis dessen, was in Verhandlungssituationen abläuft. Und genau dieses Verständnis vermittelt Friedhelm Wachs in „Faktor V“.

Die Verhandlung beginnt nicht am Verhandlungstisch

Das Buch ist entlang der entscheidenden Phasen aufgebaut, die in jeder Verhandlung durchlaufen werden. Genau fünf wichtige Phasen unterscheidet Wachs:

- Das Verhandlungsprofil: „Erfolgreich verhandeln bedeutet, auf der Sachebene zu gewinnen und die Beziehungsebene intakt zu halten.“ Ein Blick in die Zeitung reicht, um zu sehen, dass gegen dieses „Gebot“ tagtäglich

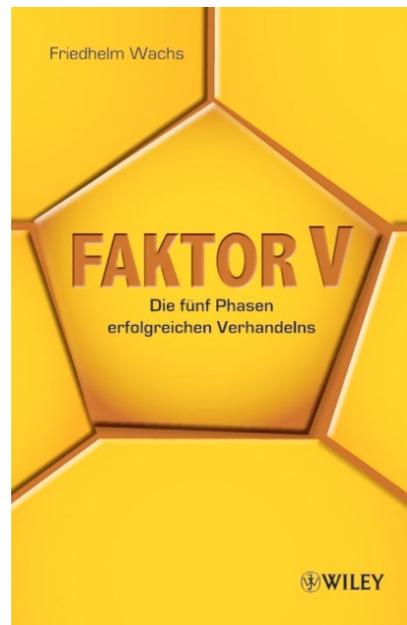
mit zum Teil niederschmetternden Folgen verstoßen wird. Dagegen hilft laut Wachs nur gnadenlose Recherche. Erst wenn Sie wissen, was Ihren Gegenüber antreibt, können Sie ihm wirklich entgegen kommen - und den Verhandlungsspielraum erkennen.

- Die Zieldefinition: Nur wer seine Ziele im Vorfeld klar definiert, kann sie hinterher auch erreichen. Klingt banal, wird aber interessant, wenn Wachs die vier Zieldimensionen aufzeigt (persönliche Ziele, Unternehmensziele, Umgebungsziele, Verhandlungsziele). Wichtig: immer eine Alternative in der Hinterhand haben - und bedenken, dass auch der Verhandlungspartner eine Alternative hat.

- Die Verhandlungsstrategie: Am Beispiel des Internet Explorers zeigt Wachs wie sich ein Unternehmen (Microsoft) gegen einen Mitbewerber (Netscape) mit einem schlechteren Produkt aber einer besseren Strategie durchsetzen kann. Hintergrund: Der „entscheidende Teil der Verhandlung findet jenseits des Verhandlungstisches statt.“ Indem zum Beispiel die „Umgebungsebene“ gestaltet wird. So schafft man es, den Kuchen größer zu machen, anstatt den Kuchen zu teilen.

- Die richtige Verhandlungstaktik: Sitzen alle Beteiligten erst einmal alle am Tisch, bleiben die „Psychospielchen“ natürlich nicht aus. Wachs präsentiert einprägsame Typologien, um schnell den Durchblick zu gewinnen. Und er zeigt die häufigsten Fallen auf, die sich Verhandler meist selbst stellen (zum Beispiel aus der Vergangenheit auf die Zukunft schließen, sich an Verluste klammern, statt sie abzuschreiben, nur sehen, was wir sehen wollen).

- Fixieren, bitte! Das beste Verhandlungsergebnis ist auf Sand gebaut, wenn die Ergebnisse nicht haargenau festgeklopft werden. Auch wenn der „Handschlag“ noch so romantisch sein



mag, Verträge regeln das, was in der Regel nicht eintreffen sollte, aber eintreffen kann. Wachs zeigt im Schnelldurchgang, an welche Themen Sie denken müssen.

Die Anatomie des Verhandeln

Wer die relevante Literatur zum Thema Verhandeln gut kennt, wird hier zwangsläufig auch Bekanntes entdecken. Besonders die in den Phasen vier und fünf behandelten Themen dürften mehr oder weniger geläufig sein, bilden aber ohne Zweifel wichtige Bestandteile von Verhandlungen. Wertvoll ist das Buch, weil es das komplexe Thema „Verhandeln“ in einzelne logisch nachvollziehbare Phasen „zerlegt“ und damit die Anatomie einer erfolgreichen Verhandlung offenlegt. Und vor allem, weil es glasklar zeigt, dass die Verhandlung zum Großteil längst entschieden ist, wenn sich die Verhandlungspartner an den Tisch setzen. das Buch für alle, die professionell verhandeln wollen - und sei es das Gehalt. (wh)

Friedhelm Wachs; Faktor V. Die fünf Phasen erfolgreichen Verhandeln.
Wiley VCH Verlag GmbH



Zeitmanagement

Die Ursache für Stress und Burn-out ist nicht zu viel Arbeit, sondern der falsche Job

Arbeiten bis zum Umfallen. Immer mehr und immer schneller. Und wer richtig gut ist im Job, dem wird einfach noch mehr Arbeit aufgebremst. Dieselbe Überlastung in der Freizeit. Mein Haus, mein Auto und so weiter. Abhilfe versprechen Seminare und Ratgeber zum Thema Selbst- und Zeitmanagement. Wie organisiere ich mich so, dass ich alles auf die Kette kriege? Mitten hinein in diese Debatte platzt Lothar Seiwert mit seinem neuen Buch „Ausgetickt“. Ausgerechnet der sogenannte „Zeitmanagement-Papst“ will von Zeitmanagement-Tools, von all den Tricks und Hilfen, nichts mehr wissen. Denn, so seine Überzeugung, es geht nicht darum, wie viel und wie lange wir arbeiten. Sondern darum, ob wir fremd- oder selbstbestimmt arbeiten.

Eine 60-Stunden-Woche kann stressfreier sein, als eine 38-Stunden-Woche

„Tut mir leid, ich habe mich getäuscht. Wir müssen alle Abschied vom Zeitmanagement nehmen, wenn wir wieder Zeit haben wollen.“ Wenn einer so radikal die Grundlage seiner Arbeit (und seines Einkommens!) über den Haufen schmeißt, muss er Gründe haben. Bei Lothar Seiwert heißen diese Gründe Erfahrung, Neugier und Mut. Die Leitfrage für seine Neuorientierung war einfach: Warum gibt es Menschen, die rund um die Uhr im Einsatz sind und dennoch einen völlig entspannten Eindruck vermitteln, während andere bei einem „9 to 5“-Job gestresst bis zum Burn-out sind. Und mehr noch, warum leiden sogar Arbeitslose unter Stress? Die Schlussfolgerung liegt auf der Hand. An der Menge der Arbeit kann es wohl nicht liegen. Bleibt also nur die Art der Arbeit.

Mit vollen Windeln ist gut stinken

„Der hat gut reden“. Seiwert kennt die Einwände gegen seine Thesen: Wer erst einmal genügend Geld hat und einen tollen Job, der hat natürlich keinen Stress. Aber schließlich kann nicht jeder sein Hobby zum Beruf machen. Umgekehrt wird ein Schuh draus, sagt Seiwert. Und sein Konter sitzt. Er bringt Beispiele aus der Alltagswelt, die jeder nur allzu gut kennt. Auf der einen Seite der Kellner mit den strahlenden Augen, auf der anderen Seite der Muffel. Hier der Postbote, der zu jedem Paket auch noch den Sonnenschein liefert, dort der gestresste Typ, der nur sein Päckchen „abwirft“. Gleiche Jobs, völlig unterschiedliche Interpretation. Es geht also nicht ums Geld, sondern um die richtige Passung. Wenn die nicht stimmt, helfen weder großzügige Pausenregelungen noch ein riesen Gehalt. Was „Passung“ bedeutet, zeigt Seiwert schön am Beispiel des ehemaligen schweizer Herzchirurgen, der seinen Job und sein Gehalt an den Nagel hängte, um seinen Lebenstraum zu verwirklichen, nämlich Lastwagenfahrer zu werden! Es war, wie er rückblickend sagt, seine zweite Geburt.

Wovor haben die Leute eigentlich Angst?

Das Buch „Ausgetickt. Lieber selbstbestimmt als fremdgesteuert“ ist keine geschlossene Theorie, sondern eine tastende Vorwärtsbewegung mit überraschenden Erkenntnissen. Dabei greift Lothar Seiwert auf drei Quellen zurück: auf persönliche Erfahrung, auf Wissen und auf Intuition. Er traut sich, neue Fragen zu stellen, und er traut sich auch, Antworten zu geben, die nicht zum politischen Mainstream passen. „Wovor haben die Leute eigentlich Angst?“, fragt er. Gemeint ist: Was hält die Leute davon ab, das zu tun, was sie eigentlich tun wollen? Angesichts der Tatsache, dass wir in einem



der reichsten Länder der Welt leben und das auf einem geschichtlich nie zuvor gekannten Wohlstandsniveau ist das eine wichtige Frage.

Lothar Seiwert macht sich in seinem neuen Buch „Ausgetickt“ auf den Weg vom Zeitmanagement-Papst zum Lebensphilosoph. Ein Buch voller Denkanregungen, gespickt mit unterhaltsamen Anekdoten und Geschichten, die immer konsequent auf die Grundfrage zusteuern: Wie gelingt es, ein selbstbestimmtes und souveränes Leben zu führen? (wh)

Lothar Seiwert; Ausgetickt.
Ariston Verlag



Erfolgsstrategien

Handbremse los und ab die Post

In einer Zeit, in der scheinbar alle Türen offenstehen, liegt die Bringschuld beim Einzelnen. Nicht die Gewerkschaft sorgt für das Plus auf dem Gehaltskonto, sondern der beherzte Gang zum Vorgesetzten. Und wer dennoch auf der Stelle tritt, bemühe weder die vermeintlich schlechten Chancen auf dem Arbeitsmarkt noch das bildungsferne Elternhaus, sondern löse stattdessen die inneren Blockaden. Eine Anleitung zum Durchstarten liefert jetzt Petra Bock in ihrem fulminanten Selbstcoaching-Buch „Mind-Fuck“.

Was hindert dich daran, deine Ziele zu erreichen

Das Buch fällt auf fruchtbaren Boden, denn Leben heute heißt nicht mehr einfach „irgendwie durchkommen“. Zufrieden darf sein, wer sich selbst verwirklicht. Und so geht es nicht mehr darum, seine Zeit in einer Bank abzusetzen oder sich als Bäckereifachverkäuferin durch den Tag zu lächeln. Die Messlatte liegt höher, es geht um den Schriftsteller oder den Tauchlehrer auf den Malediven. Warum auch nicht. „Was hindert dich daran, deine Ziele zu erreichen“, ist deshalb die Standardfrage der Coachs. Die Antwort steht fest: „Du selbst.“

Gefahren lauern überall

Petra Bock schöpft aus dem Vollen und verknüpft die für das neurolinguistische Programmieren (NLP) zentralen „Glaubenssätze“ mit der Transaktionsanalyse und dem „Inner Game“-Konzept Timothy Gallweys. Herausgekommen sind dabei die von Petra Bock so benannten „Mindfucks“, wie sie provokant die Techniken der Selbstsabotage nennt. Genau sieben solcher Techniken hat sie in langjähriger Arbeit als Coach identifiziert. Alle führen dazu, dass wir an der schlechten Gegenwart fest-

halten, anstatt in die bessere Zukunft aufzubrechen:

- Der Katastrophen-Mindfuck malt die Zukunft in düstersten Farben (wenn ich etwas verändere, verliere ich die Rente, habe kein Dach über dem Kopf und nichts zu essen).
- Der Selbstverleugnungs-Mindfuck stellt den Dienst an anderen (Ehepartner, Familie, Kinder, Kollegen) über die „Genehmigung“ zur Selbstverwirklichung.
- Der Druckmacher-Mindfuck bringt so viel Strom in die Sache, dass man sie besser gleich sein lässt.
- Der Bewertungs-Mindfuck sorgt dafür, sich selbst und andere entweder hoffnungslos über- oder unterzubewerten.
- Der Regel-Mindfuck ist im Alltag auch bekannt als „das haben wir schon immer so gemacht“.
- Der Misstrauens-Mindfuck hindert uns daran, gute und beglückende Erfahrungen mit anderen zu machen, weil wir ständig Angst haben, von ihnen über den Tisch gezogen zu werden.
- Der Übermotivations-Mindfuck deckt schwerwiegende Probleme zu, indem er uns zur Ablenkung wie besessen in Projekte, Aufgaben oder Sportarten stürzen lässt.

Das Drehbuch des Lebens lesen lernen

Man kann über die Anleitungen, die Petra Bock in ihrem Buch gibt, um diese „Mindfucks“ zu überwinden, streiten. Schließlich handelt es sich dabei auch um grundlegende Persönlichkeitsdispositionen, die, folgt man Gehirnforschern wie Gerhard Roth, nicht viel Spielraum für Veränderung



lassen. Dass es aber diese Techniken der Selbstsabotage gibt, daran ist kein Zweifel - ein kleiner Exkurs in die eigenen Verhaltensweisen wird als Beweis genügen. Und wenn es schon nicht gelingt, das eigene Drehbuch komplett umzuschreiben, so ist es doch äußerst sinnvoll, es wenigstens zu kennen.

„Mindfuck“ liefert eine gute Diagnose der Selbst-Sabotagetechniken. Damit hilft das Buch, neue Denk- und Handlungsfelder zu erobern. Gleichzeitig baut Petra Bock aber eine fatale Falle. Denn die Rückseite der Medaille „Du schaffst es“ ist mit „Selber schuld“ beschriftet - was mit Sicherheit für reichlich neuen „Mindfuck“ sorgt. Trotzdem ein absolut lesenswertes Buch zum Selbstcoaching! (wh)

Petra Bock; Mindfuck.
Droemer Knaur



Gesund und Fit

Unser genetischer Code heißt rumhängen und reinhauen. Mit Konsequenzen für das Ernährungs- und Fitnessprogramm

Vor 100.000 Jahren war der moderne Mensch im Großen und Ganzen genetisch vollständig entwickelt. Der Cromagnon-Mensch, der vor 40.000 die Welt bevölkerte, könnte „heute einen Anzug von Ralph Lauren kaufen und durch die Straßen von New York laufen, ohne aufzufallen.“ Kein Wunder also, dass unser Stoffwechsel verrückt spielt, wenn wir ihn plötzlich mit Dingen quälen, für die er keine Verwendung kennt. Ausgerechnet ein Wirtschaftswissenschaftler entwickelte jetzt eine Ernährungs- und Bewegungsform, die den Körper unterstützt, anstatt ihn ständig unter hohen Stress zu setzen. In „Die Steinzeitdiät“ hat Arthur de Vany, der in den USA längst Kultstatus genießt, seine Erkenntnisse aufgeschrieben.

Brot ist ein minderwertiges Nahrungsmittel, das auf einem gesunden Speiseplan keinen Platz hat

Es fing mit der Zuckererkrankung seiner Frau an. De Vany, der beruflich das Funktionieren komplexer Systeme erforschte, erschien es unlogisch, was die Ärzte seiner Frau empfahlen. Also machte er sich mit ihr auf die Suche nach Alternativen. Dazu erforschte er die Wirkung der unterschiedlichsten Nahrungsmittel auf den Blutzuckerspiegel. Die Erkenntnis: Sobald Kohlehydrate ins Spiel kommen, dreht der Körper regelrecht durch. Sehr schnell wanderten Nudeln, Kartoffeln, Bohnen und Brot auf den Index („Brot ist ein minderwertiges Nahrungsmittel, das auf einem gesunden Speiseplan keinen Platz hat.“). Und der Frau de Vany ging es besser und besser, die zugeführte Insulinmenge konnte auf ein Minimum beschränkt werden. Jetzt war der Wissenschaftler herausgefordert. Welche Rolle spielte das mensch-

liche Genom bei der Regulierung des Stoffwechsels?

Es kommt nicht darauf an, wie viel man isst, sondern was man isst

De Vany grub sich tief in die Geschichte der menschlichen Entwicklung ein und destillierte daraus eine moderne Form der „Ursprungsernährung“. Viel Eiweiß, Obst und Gemüse, dafür kaum Kohlehydrate. Er verspricht eine bessere Figur aber vor allem gesteigertes Wohlbefinden und Gesundheit bis ins hohe Alter. Deshalb ist seine „Steinzeit-Diät“ auch keine Angelegenheit, die man mal zwei Wochen durchzieht, um dann wieder „normal“ zu essen. Die „Steinzeit-Diät“ ist viel mehr das Angebot, den Körper mit den Nahrungsmitteln zu versorgen, die er auch gefahrlos verwerten kann. Deshalb geht es de Vany nicht ums Kalorienzählen, auch nicht darum, zu hungern. Esst, bis ihr satt seid, ist seine Devise, aber achtet darauf, was ihr esst. Und dazu gehören Fleisch und Eier in recht großen Mengen. Nichts für Hungerhaken also und auch nichts für Vegetarier.

Spaziergehen statt Joggen

Die Ernährung ist jedoch nur eine Seite des gesunden Lebens. Die andere heißt Bewegung. Und auch da schlägt de Vany ein neues Kapitel auf. Statt Dauerbelastung (Joggen, Marathon) empfiehlt er kurze Anstrengungen, begleitet durch ausgedehnte Spaziergänge. Auch hier der Rückgriff auf unseren genetischen Bauplan. Und der wurde geschrieben, als es für die Menschen überlebenswichtig war, möglichst wenig Energie zu verbrauchen und, wenn es etwas zu essen gab, die Depots aufzufüllen. Allerdings waren die Menschen hellwach, wenn Gefahr im Verzug war oder wenn fette Beute lockte. Dann legten sie Sprints hin, als ginge es ums Überleben. Und es ging ums Überleben. Daraus folgt für de



Vany: viel ruhen und ab und an völlig übertreiben (er zieht dann sein Auto die Auffahrt hoch).

Und jetzt ein kleines Steak

Ein Ernährungs- und Fitnessplan mit Köpfchen. Sehr fundiert und kreativ auf dem verfügbaren Wissen aufgesetzt. Natürlich macht es erst einmal ratlos, Brot, Nudeln, Kartoffeln und Mehl aus dem Alltag zu verbannen. Dass sich damit aber vorzüglich leben lässt, zeigt de Vany, indem er für einen typischen Monat seine Mahlzeiten dokumentiert (z.B. „Steak mit gegrillten Riesengarnelen in einer Knoblauch-Zitronensauce mit kurz gebratenem Spargel und Riesenkürbis).

Die „Steinzeit-Diät“ vermittelt leichtgängig fundamentale Einsichten in die Bedeutung der Ernährung und Bewegung. Und liefert nachdrückliche Impulse unhinterfragte oder folgenschwere Ess- und Bewegungsgewohnheiten zu verändern. (wh)

Arthur De Vany, Nassim Nicholas Taleb; Die Steinzeit-Diät. Börsenmedien AG



Glücklich Leben

Durch die Schule des Mitgefühls zu einer besseren Welt

Das Programm der renommierten Religionswissenschaftlerin Karen Armstrong ist ehrgeizig. Sie will zu einer religionsübergreifenden Ausbildung des Mitgefühls anstiften. Denn in der Fähigkeit, mit anderen zu fühlen, liege nicht nur der Kern aller großer Religionen, sondern auch die große Aufgabe, vor der wir heute stehen. Fast ist es, als verkünde sie in „Die Botschaft“ eine Religion ohne Gott. Aber Karen Armstrong bleibt Wissenschaftlerin, bleibt undogmatisch. Ihre Methode ist es, die „anderen“ verstehen zu lernen. Um darüber, sich selbst zu verstehen.

Karen Armstrong hatte einen Wunsch frei

Ausgangspunkt für das Buch war die mit 100.000 Dollar dotierte Auszeichnung der Non-Profit-Organisation TED, die Karen Armstrong 2007 erhalten hatte. Damit verbunden war die Anforderung, einen Wunsch zu äußern, dessen Erfüllung die Welt verbessern würde. Die Religionswissenschaftlerin zögerte nicht lange und bat TED, sie bei dem Vorhaben zu unterstützen, eine „Charta der Anteilnahme“ (www.CharterforCompassion.org) zu entwerfen. Die Charta wurde Wirklichkeit und am 12. November 2009 an sechzig Orten auf der ganzen Welt, unterstützt von den sechs großen religiösen Gemeinschaften, in Umlauf gebracht.

Wir sind nicht Gefangene unsere Emotionen

Ziel der Charta ist es, die Idee des „Mitgefühls“ in „praxisnahes Handeln umzusetzen“. Und dazu dient auch „Die Botschaft“. Hier wirft Karen Armstrong einen spannenden Blick auf die Welt der Religionen und auf die Entstehung des spirituellen Denkens. Kurz zusammengefasst betrachtet

sie Religion als den Versuch des Menschen, sich über seine vier im „Reptilienhirn“ angelegten Grundtriebe (Fressen, Kämpfen, Fliehen, Fortpflanzen) zu erheben. Wenn wir uns heute dennoch in einer Welt voller kriegerischer Auseinandersetzungen im Großen und mehr oder minder hasserfüllten Streitereien im Kleinen wiederfinden, so liege das daran, dass die vier Grundemotionen wider besseres Wissen immer wieder die Herrschaft übernehmen. Und wider besseres Wissen bedeutet, wider unserer im Neokortex entwickelten Fähigkeiten zur Abstraktion, zum Denken und zum Begreifen.

Wer, wenn nicht wir selbst, soll Verantwortung für unser Handeln übernehmen

Religion zeigt sich in diesem Licht als Überwindung des Animalischen, als Übung dazu, das Mitgefühl zu erlernen und auszubilden. Das macht Armstrong am Beispiel des klassischen Yogas deutlich. Sie bezeichnet die ursprüngliche Ansicht des Yogas als einen „systematischen Angriff auf das Ich“. Es ging um die Eroberung des Inneren und darum, „die unbewussten Triebe zu besiegen, die das menschliche Wesen zum Gefangenen jener Instinkte machten, die der Selbsterhaltung dienen.“ Während in den Neurowissenschaften darüber debattiert wird, ob der Mensch überhaupt einen freien Willen habe oder nur ausführendes Organ unbewusster neuronaler Prozesse sei, fordert Armstrong, „Verantwortung für unser Handeln zu übernehmen“.

Wie der Imperativ des Mitgefühls in unser Leben zu integrieren ist

„Die Botschaft“ ist kein Ratgeber. Und doch hat das Buch den Anspruch, praktisch zu werden. Deshalb hat Karen Armstrong das Buch in zwölf Kapitel unterteilt, die Schritt für Schritt das Verständnis der Welt, für sich selbst



und für die anderen vergrößern sollen. Sie klopft dazu die großen traditionellen Mythen darauf ab, „was sie uns über den Imperativ des Mitgefühls lehren - und was wir tun müssen, um sie in unser eigenes Leben zu integrieren.“

„Die Botschaft“ ist der Türöffner zu einem neuen Verständnis der Religionen. Und die Anleitung, einen Verhaltenskodex zu entwickeln und zu leben, der einer globalen Gesellschaft würdig ist. (wh)

Karen Armstrong; Die Botschaft.
Droemer Knauer



Persönliche Finanzen

Der aktuell beste Finanzratgeber

Dass Zertifikate für die meisten Anleger verzichtbar und dreifach A bewertete Anleihen nicht in jedem Fall sicher sind, hat sich spätestens seit der Finanzkrise herumgesprochen. Viel größere Schäden aber richten möglicherweise Anlagen an, die fast jeder deutsche Anleger hat und die auf den ersten Blick harmlos erscheinen. So sind Sparbücher und Festgeld, die beliebteste Geldanlage der Deutschen, zwar durch den Einlagenversicherungsfonds gesichert, aber dem Risiko ausgesetzt, dass Inflation und Steuer die Rendite vollständig auffressen und sogar an der Substanz knabbern. Langfristig müssen dann eventuell reale Kapitalverluste verbucht werden.

Auch die zweitliebste Anlage deutscher Sparer, die Lebens- und Rentenversicherungen, bergen Unsicherheiten, führen doch hohe Abschluss-

Verwaltungs- und Stornokosten zu mageren Renditen oder gar zu Verlusten. Die beiden Autoren, Verbraucherschützer Niels Nauhauser und Betriebswirt Werner Bareis, erläutern alle wichtigen Themen der privaten Finanzplanung kompetent und gut verständlich: Ist eine Eigentumswohnung tatsächlich rentabel? Wie seriös können Kursprognosen von Experten sein? Ist der Erfolg an der Börse eine Frage des Timings? Welche Versicherungen sind (un-)verzichtbar.

Ich empfehle das Buch, weil es die ideale Basislektüre für alle ist, die ihre Finanzplanung selbst steuern wollen. Und eins ist sicher: Besser als der beste gesetzliche Verbraucherschutz schützt eine solide finanzielle Allgemeinbildung vor Fehlentscheidungen und Vermögensschäden. (bb)

Werner Bareis, Niels Nauhauser;
Lexikon der Finanzirrtümer.
Ullstein Taschenbuchverlag



Psychologie

Dieses Buch wird in den höchsten Tönen gelobt von Mihaly Csikszentmihalyi, Martin Seligmann, Daniel Goleman - und jetzt auch von mir ;-)

Ein wichtiges Buch über den Zusammenhang von Wahrnehmung und Realität. Der Psychologin Barbara Fredrickson ist die Antwort auf eine Frage gelungen, an der sich die Wissenschaft bis dahin die Zähne ausgebissen hatte: „Wozu sind positive Gefühle gut?“ Ihre preisgekrönte Antwort: „1. Positive Emotionen öffnen unseren Geist, sodass wir empfänglicher und kreativer werden. 2. Durch eine positive Lebenseinstellung (...) können wir neue Fähigkeiten, neue Bande, neues Wissen und neue Mög-

lichkeiten unseres Seins entdecken, ausloten und aufbauen.“ Radikale Erkenntnisse, die zeigen, wie wichtig Vergnügen und Muße sind, wie wichtig es ist, „jene Augenblicke zu kultivieren, zu schützen und zu genießen, die uns Spaß machen.“ Barbara Fredrickson ruft einen Paradigmenwechsel aus. Einen, der uns vielleicht davon abhält, freudlos, diszipliniert und fleißig unser eigenes Grab zu schaufeln. Und der uns stattdessen in die Lage versetzt, ein erfülltes Leben zu leben. Und zwar hier und jetzt. (wh)

Barbara L. Fredrickson; Die Macht der guten Gefühle.
Campus Verlag GmbH





Selbstmanagement

Der Charakter lässt sich womöglich nicht verändern, das Verhalten schon

Ein hochinteressantes Buch, das es bis an die Spitze der New York Times-Bestsellerliste geschafft hat. Dreh- und Angelpunkt des Autorenteam um den renommierten Kerry Patterson ist die Verhaltensforschung. Wir können uns nicht immer gleich verhalten und dennoch andere Ergebnisse erwarten. Oder umgekehrt. Wenn wir uns anders verhalten, erhalten wir auch andere Ergebnisse. Eine nur scheinbare Banalität. Denn tatsächlich hängen viele Schwierigkeiten und Probleme an untauglichen aber eingeschliffenen Handlungsroutinen. Gute Nachricht:

Schädliche Verhaltensroutinen lassen sich relativ leicht auf den Kopf stellen. Erstaunliche Erkenntnis: Wir können auf unser Umfeld (Familie, Kollegen, Mitmenschen) erstaunlich positiven Einfluss ausüben, wenn wir es nur richtig anstellen. Spannende Fallgeschichten extremer und ungewöhnlicher Wirksamkeit. (wh)

Kerry Patterson, Joseph Grenny,
Ron McMillan, Al Switzler;
Die Kunst, alles zu verändern.
Linde Verlag



Stressmanagement / Entspannung

Ich kann doch keine Auszeit nehmen! Burnout aus arbeitsrechtlicher Sicht.

Wer sich im Skiurlaub die Knochen bricht, ist so lange krank, bis er wieder auf den Beinen ist. Eine Selbstverständlichkeit, die bei der Diagnose Burnout offensichtlich nicht greift. Denn sowohl Betroffene als auch Arbeitgeber pflegen einen eigenwilligen Umgang mit dieser Krankheit - der damit beginnt, die Krankheit nicht ernst zu nehmen. Iris Riffelt, auf Arbeitsrecht spezialisierte Anwältin und selbst „Burnout“-erfahren, zeigt in ihrem Buch „Zwischenstopp Burnout“ jetzt, was Betroffene aus der Sicht des Arbeitsrechts beachten müssen - und was sie erwarten dürfen.

Stress und Burnout sind zwei Paar Schuhe

Die Burnout-Fälle einiger Prominenter heben das Thema zwar immer wieder in die Klatschspalten und Talkshows

gebracht und so sicher dazu beigetragen, das Thema bekannt zu machen. Dennoch wird die Diagnose im Alltag immer noch belächelt. „Jeder hat mal Stress“, heißt es dann. Ergebnis ist, dass die Betroffenen sich selbst und ihre Krankheit nicht ernst nehmen. Und genau das ist schon eine der schwierigsten Phasen der Krankheit - sie nicht zu erkennen.

Die Krankheit ernst zu nehmen ist der erste Schritt zur Heilung

Iris Riffelt ist weder Psychologin noch Ärztin, sondern Arbeitsrechtlerin. Dass sie sich in dieses Thema reingekniet hat, liegt daran, dass sie selbst an Burnout erkrankt war. Ein Umstand, dem Betroffene jetzt ein kluges Buch zu verdanken haben. „Zwischenstopp Burnout“ besteht im Wesentlichen aus zwei Teilen. Im ersten beschreibt Iris Riffelt völlig unakademisch und erfahrungsgesättigt, was Burnout bedeutet und wie man Burnout erkennt. Denn im Gegensatz zu Krankheiten, die vom



Arzt diagnostiziert werden, beginnt der lange Weg der Heilung bei Burnout damit, „dass Betroffene die Erkrankung selbst ernst nehmen.“ Riffelt beruft sich dabei auf Herbert Freudenberger, der den Begriff „Burnout“ in



der 70er Jahren geprägt hat. Und auf Volker Schmieder, der Burnout als die Schnittmenge von „Stress, Depression und Erschöpfung“ definiert.

Und was sagt der Chef dazu?

Der Weg aus dem Burnout ist steinig. Aus ihrer eigenen Erfahrung und aus Gesprächen mit Betroffenen beschreibt Iris Riffelt die Voraussetzungen für die vollkommene Genesung. Fundamental sind dabei die Themen Ruhe, Selbstvertrauen, Achtsamkeit. Burnout-Kranke werden ihre Krankheit anhand dieser „Tipps“ nicht überwinden können. Aber sie erhalten einen Einblick in die Funktionsweise und die „Gegenmittel“. Bis zu diesem Punkt ist „Zwischenstopp Burnout“ ein hilfreiches Buch, aber keines, das sich von den bisher erhältlichen Büchern zum

Thema anhebt. Das passiert im zweiten Teil. Denn gerade weil die Diagnose „Burnout“ weder vom Umfeld noch von Arbeitgebern noch von den Betroffenen selbst immer ernst genommen wird, stellt sich schnell die Frage nach der arbeitsrechtlichen Seite. Und diese Lücke füllt Iris Riffelt vorzüglich.

Sechs Monate krank geht nicht

„Kann ich mir überhaupt eine Auszeit leisten? Wie sieht es mit dem Krankengeld aus? Wie lange bin ich versichert? Kann mir gekündigt werden, wenn ich mehrere Monate krank bin? Wie soll ich als Selbstständiger eine Auszeit finanziell überleben?“ All diese Fragen arbeitet die Fachanwältin Iris Riffelt Punkt für Punkt ab. Sie macht klar, dass wie bei anderen Krankheiten auch bei Burnout weder der Arbeitge-

ber noch der Patient entscheiden, wie lange die Krankheit dauert. Sondern dass die Krankheit der Maßstab ist, nach dem gehandelt wird. Und Riffelt zeigt, wie der Wiedereinstieg in den Job klappt. Ein wichtiges Buch, auch, weil es vor vorschnellen Entscheidungen warnt (vor überstürzten Kündigungen zum Beispiel, die das Ganze oft noch verschlimmern).

„Zwischenstopp Burnout“ ermutigt Betroffene, ihre Krankheit zuerst anzunehmen, um sich dann auf den Weg der Genesung zu machen. Vor allem aber zeigt die Autorin und Fachanwältin Iris Riffelt, dass und wie das Arbeitsrecht Burnout-Kranken den Rücken stärkt. (wh)

Iris Riffelt; Zwischenstopp Burnout.
Wiley VCH Verlag GmbH



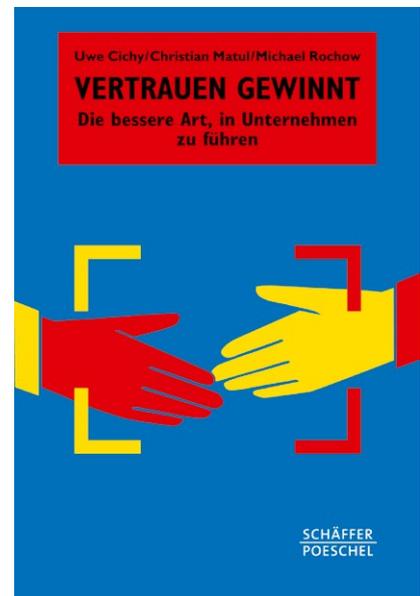
Management - allgemein

Vertraue auf Allah - aber binde dein Kamel an

Über kaum einen Begriff wurde in der Führungsliteratur mehr geschrieben, als über Vertrauen. Aber kaum jemand hat flüssig darüber geschrieben, was Vertrauen eigentlich ist. Mit dem Ausnahmebuch „Vertrauen gewinnt“ ist das jetzt anders. Denn die drei Autoren gehen auf unterhaltsame und erkenntnisreiche Spurensuche. Zeigen, was Vertrauen bedeutet, wo es herkommt und wie es hergestellt werden kann. Sie haben dazu tolle Quellen entdeckt, die von der Psychologie über die Soziologie bis zur Neurowissenschaft reichen. Und das Ganze ist zudem erstklassig aufgemacht, mit vielen Bildern

und Einschüben, liest sich fast wie eine Zeitschrift. Und das soll auch so sein. Denn es geht nicht darum, dieses Buch in einem Rutsch durchzulesen. Vielmehr ist es eine schön gemachte Einladung, sich dem Thema Vertrauen von allen Seiten zu nähern und sogar noch ganz praktische Handlungsleitlinien mit zu nehmen. So eng gehen Erkenntnis und Unterhaltung selten zusammen. (wh)

Uwe Cichy, Christian Matul, Michael Rochow; Vertrauen gewinnt.
Schäffer-Poeschel Verlag



Change Management

So bewerkstelligt man Wandel in Organisationen

Erfolge zu verwalten war früher schon schwierig. Heute ist es unmöglich. Deshalb geht es beim Change-Management heute weniger um Projekte und um die einmalige Neuordnung von Geschäftsprozessen. Vielmehr geht es darum, Unternehmen dauerhaft wandlungsfähig zu machen. Das erfordert von allen Managern, Top-Führungskräften und Chefs grundsätzliches Wissen über die Methoden, alles systematisch auf den Kopf zu stellen. Eine Fähigkeit, die in einer Welt überlebenswichtig ist, in der sich die Erfolgsbedingungen schneller ändern als je zuvor.

Den „Wind of Change“ nutzen, um in neue Gewässer vorzustoßen

Wie die Unternehmen die Segel setzen müssen, damit der „Wind of Change“ sie in eine erfolgreiche Zukunft trägt, haben die Herausgeber der „Zeitschrift

für Organisationsentwicklung“ um Heiko Röhl jetzt in einem lesenswerten Buch komprimiert zusammengestellt. Mithilfe hochrangiger Professoren und Berater, darunter auch Change-Urgestein Klaus Doppler, stellen sie die wichtigsten Methoden beziehungsweise „Werkzeuge“ vor, mit denen Change-Prozesse vorangebracht werden können. Wobei der Begriff Werkzeug nicht allzu eng gesehen werden sollte. Denn es geht dabei nicht um eine Trickkiste, die beliebig Lösungen ausspuckt. Sondern um Methoden und Anleitungen, die dabei helfen, bislang versteckte (Aus)-wege zu erkennen.

Verschiedene Wege zu verschiedenen Zielen

Die zehn sehr übersichtlich gegliederten Kapitel sind logisch aufeinander aufgebaut. Den Anfang macht der Überblick über die existierenden Werkzeuge, gefolgt von einer Anleitung, die richtigen Berater zu finden. Die folgenden Kapitel rücken dann



jeweils Methoden in den Mittelpunkt, mit denen die verschiedenen Ziele des Umwandlungsprozesses angegangen werden können:

- Die aktuelle Situation umfassend begreifen



- Mit der Szenariotechnik in die Zukunft denken
- Die Organisation in eine lernende Organisation transformieren
- Die Organisation gemeinsam nach vorne bringen
- Wandel begreifbar machen
- Veränderungen bewerten

Ein Buch zum Arbeiten

Das Buch „Werkzeuge des Wandels“ ist vorbildlich aufgebaut und strukturiert. Jedes Kapitel zeigt anhand einer einfachen Grafik schnell, für welche Einsatzgebiete sich die Methoden eignen. Die Autoren stellen neben den Chancen auch die Schwierigkeiten dar, die im Prozess entstehen können. Und sie fassen die wesentlichen Merkmale jeder Methode übersichtlich zusammen. Damit ist „Werkzeuge des Wan-

dels“ das ideale Arbeitsbuch für alle, die Change-Prozesse einführen und betreuen. (wh)

Heiko Roehl, Brigitte Winkler, Martin Eppler (Hrsg.);
Werkzeuge des Wandels.
Schäffer-Poeschel Verlag

Projektmanagement

Ein Buch, das man schon immer gern gehabt hätte

Ineffizientes Marketing? Ignorieren von Kundenwünschen? Fehlende Qualitätskontrolle? Nicht funktionierende Organisationsstrukturen? Insel-Dasein von Abteilungen und Systemen? Wie lässt sich für diese und ähnliche Aufgaben und Probleme zielgerichtet, schnell und mit optimalem Einsatz eine Lösung herbeiführen? In diesem exzellenten Kompendium findet der Leser wertvolle Hilfe. Es stellt die wichtigsten Tools und Techniken zur Verfügung, die für Beratungs-, Projekt-, Arbeits- und Workshopsituationen notwendig sind. Egal, welches Problem gelöst werden muss - der universale Problemlösungsprozess, auf dem dieses Buch basiert, besteht immer aus den vier Stufen Diagnose, Zielformulierung, Analyse und Entscheidungsfindung.

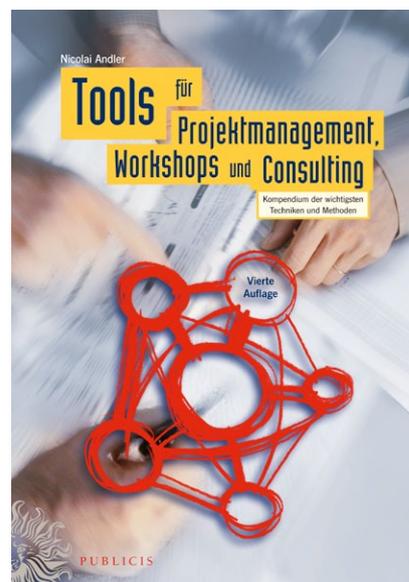
120 Tools warten auf ihren Einsatz

Für jede Stufe werden die geeigneten Tools aufgelistet. Allein für die Definition eines Problems oder einer Situation bietet der Autor 21 Tools an. Da dürfte für jeden das Passende dabei sein, ganz gleich ob Fischgräten-Ursachenanalyse, Black Box, Vogelperspektive oder Mind-Map. Der Leser erfährt auch gleich, wie benutzerfreundlich das jeweilige Tool ist und wie es mit der

Relation Aufwand/Nützlichkeit steht. Wirklich überzeugend ist die Art und Weise, wie Nicolai Andler detailliert jedes einzelne Tool erklärt und dabei folgende Fragen beantwortet: Warum und wann ist dieses Tool anwendbar? Wie funktioniert es? Wie gehe ich vor? Ergänzt werden diese Erläuterungen mit durch und durch praxisnahen Tipps und Anregungen. Selbstverständlich findet der Leser auch überall Querverweise zu verwandten Tools. Keine stundenlange Theorie, sondern direkte Anwendung heißt die Devise.

Sehr umfangreich, höchst übersichtlich

Das Buch glänzt dadurch, dass es sämtliche Tools und Techniken übersichtlich und logisch strukturiert und so dem Leser langes Suchen erspart. „Dieses Buch ist eins von denen, die man schon immer gern gehabt hätte, man aber nicht glaubte, dass sie jemals geschrieben würden.“ Im Geleitwort bringt es Professor Sommerlatte auf den Punkt. Faszinierend ist die Fülle von wertvollen und handfesten Informationen. Man merkt, dass der Autor Nicolai Andler aus seiner reichen Erfahrung als Berater schöpft und so einen ausgezeichneten Fundus für die tägliche Arbeit im Projektmanagement schaffen konnte. Dass das Buch bereits in der 4. Auflage vorliegt, zeigt, wie gut das Buch bei Managern und



Consultants ankommt und auch, dass es erfolgreich als Vorlesungsmaterial für verschiedene Studiengänge verwendet wird.

Ein ganz persönlicher Werkzeugkasten

Der Aufbau des Buches ist so, dass es nicht komplett durchgelesen werden muss. Man pickt sich einfach das heraus, worüber man etwas erfahren möchte. Wer nach einem bestimmten Tool sucht, findet dieses in der ausführlichen Kurzübersicht am Anfang des Buches. Weil einzelne Tools mehr als einen Einsatzbereich haben, zeigt



die folgende Übersicht die Anwendungsbereiche der Tools. Erfahrene Berater können mithilfe dieses Buches ihren persönlichen Werkzeugkasten an Tools und Techniken weiterentwickeln. Es lohnt sich, innovativ, offen und kreativ zu sein - dann entstehen neue interessante Anwendungsbereiche für die präsentierten Werkzeuge.

Das Buch ist ideal für Berater, die sich weitere Tools und Techniken aneignen möchten, für Manager, die die Arbeitsweise von Beratern nachvollziehen und mittels der Tools selbst Geschäftsprobleme lösen möchten. Ebenso für Studenten, Dozenten und Lehrbeauftragte. (eb)

Nicolai Andler; Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting. Publicis Kommunikationsag

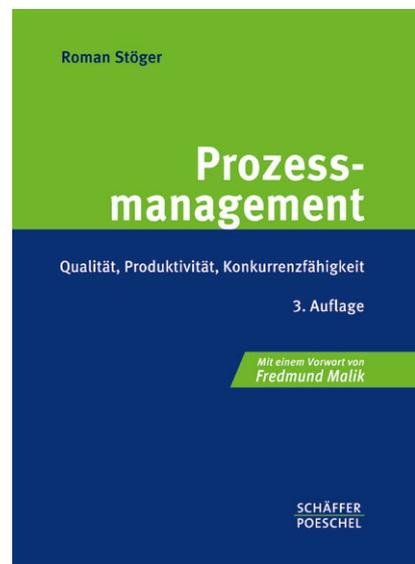
Prozessmanagement

Auch Prozessmanagement ist nichts als Handwerk

Wenn im Vorwort „Prozessmanagement als solides Handwerk“ beschrieben wird, weiß man: hier spricht Fredmund Malik. Kein Zufall, dass er das Vorwort zu diesem Buch geschrieben hat, denn Autor Roman Stöger ist Associate Partner und Leiter der Expert Group Strategie am Malik Management Zentrum St. Gallen. Das Thema passt, denn in der Tat sind durch die Optimierung von Geschäftsprozessen größere und nachhaltigere Erfolge zu erzielen, als durch strategische Umbauten und revolutionäre Ideen. Roman Stöger bietet hier mit vielen

Charts und Checklisten einen handwerklichen Zugang zum angewandten Prozessmanagement. Zeigt, wie Prozesse effektiv gestaltet und an den Unternehmenszielen ausgerichtet werden können. Das Buch ist auch ein pragmatisches Korrektiv, das die Visionäre im Unternehmen dazu zwingt, Farbe zu bekennen. (wh)

Roman Stöger; Prozessmanagement. Schäffer-Poeschel Verlag



Strategie

Das beste Strategiebuch weit und breit

Die englischsprachige Erstauflage dieses innovativen Strategiebuches wurde uns fast aus den Händen gerissen. Mit der deutschen Übersetzung ging es uns nicht anders! Kein Wunder, denn noch nie wurde Strategie so übersichtlich dargestellt, wie in „Business Model Generation“. Noch nie wurden wesentliche Geschäftsprozesse so einleuchtend in verständliche und logische Einheiten „zerlegt“. Die hervorragende und reich bebilderte Gestaltung des Buches ist Teil des Konzepts, Geschäfts-

modelle und Geschäftsprozesse so darzustellen, dass sie in jeder Abteilung, in jedem Unternehmen (egal wie groß es ist) als wirkliche Vorlage für die eigene Strategiearbeit dienen kann. Hilfreich und anregend, die neun wesentlichen Bausteine eines jeden Unternehmens mal aus einer überraschend anderen Warte zu betrachten.

Die neun wesentlichen Bausteine eines jeden Geschäftsmodells



Grundlage ist der „Canvas“ (Leinwand) eine Art Schablone, in die gegenwärtige Prozesse und künftige Szenarios



einfach eingetragen werden können. Eine Strukturvorgabe, die dabei hilft, bislang verborgene aber wesentliche Treiber in den Blick zu nehmen. Der „Canvas“ betrachtet neun Bausteine als wesentlich für alle Geschäftsmodelle. Es sind:

- Kundensegmente: Welches sind die gemeinsamen Merkmale / Verhaltensweisen der Kunden?
- Wertangebot: Welches Kundenproblem wird gelöst, welches Bedürfnis befriedigt?
- Kanäle: Wie kommt unsere Leistung zu den Kunden - vor dem Kauf, beim Kauf, nach dem Kauf?
- Kundenbeziehungen: Welche Art von Beziehungen erwarten die Kunden? Welche Arten von Beziehungen pflegen wir (Selbstbedienung, persönliche Betreuung, Online ...)?
- Einnahmequellen: Wofür sind die Kunden bereit zu bezahlen? Wie würden Sie gerne bezahlen? Was tragen sie zum Gesamtumsatz bei?

• Schlüsselressourcen: Welche Wirtschaftsgüter sind für das Funktionieren des Geschäftsmodells nötig (intellektuell, physisch, finanziell ...)?

• Schlüsselaktivitäten: Was muss das Unternehmen tun, damit es funktioniert?

• Schlüsselpartnerschaften: Wie sieht das Netzwerk aus, das für das Gelingen des Geschäftsmodells nötig ist?

• Kostenstruktur: Welches sind die wichtigsten Kosten?

Eine glasklare Analyse der Geschäftsprozesse

Die Darstellung der wesentlichen Geschäftstreiber in der Canvas-Schablone wird vielen schon einen großen Dienst tun. Sie bildet aber nur die Grundlage dieses überraschenden Strategiebuches. Denn im Hauptteil wird die analytische Schärfe des Modells genutzt, um typische Muster in erfolgreichen Geschäftsmodellen zu entdecken. Um zu zeigen, wie die einzelnen Bausteine verbessert werden

können. Und um zu erkennen, ob die gegenwärtige Strategie tatsächlich die einzig mögliche und richtige ist.

Die Steilvorlage für die eigene Strategiearbeit

Der sich immer mehr beschleunigende technologische und gesellschaftliche Wandel erfordert auch von Unternehmen erhöhte Flexibilität und Wachstumsamkeit. Was heute ein blühender Markt ist, kann morgen schon eine Einöde sein. Das verlangt von Unternehmern und Führungskräften die permanente Überprüfung und Neujustierung des Geschäftsmodells. Das aus einem internationalen, onlinebasierten Projekt entstandene Buch „Business Model Generation“ ist dafür ein hervorragendes Werkzeug. Und eines der derzeit besten Strategiebücher weit und breit. (wh)

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur; Business Model Generation. Campus Verlag GmbH

Die Krise meistern

Wer seiner Zielgruppe unverzichtbare Dienste leistet, braucht die Krise nicht zu fürchten. Und wer die Krise spürt, sollte sie als gute Gelegenheit für eine qualitative Neuausrichtung nutzen. Für diese anspruchsvolle Aufgabe können jetzt sogar kleinste Unternehmen auf die Beratergrößen Fredmund Malik, Kerstin Friedrich und Lothar Seiwert zurückgreifen. Denn diese drei haben mit dem „Großen 1x1 der Erfolgsstrategie“ eine Anleitung

geschrieben, mit der Sie sich und Ihr Unternehmen unverwechselbar positionieren können. Mithilfe der „Engpasskonzentrierten Strategie“ (wh)

Kerstin Friedrich, Fredmund Malik, Lothar J. Seiwert; Das große 1x1 der Erfolgsstrategie. GABAL Verlag GmbH





Beschaffung/Einkauf

Wie Sie als Einkäufer spieltheoretisches Wissen mit Gewinn anwenden

Mit der fast lückenlosen Vernetzung aller Marktteilnehmer haben sich auch die Einkaufsstrategien verändert. Allen voran etablieren sich immer mehr Auktionsstrategien. Gregor Berz hat es geschafft, die wichtigsten Verhandlungs- und Auktionsformen so darzustellen, dass Sie als Praktiker nur davon profitieren können. Wie bieten Sie am besten in einer holländischen Auktion? Wie vermeiden Sie den Fluch des Gewinners (schließlich wollen Sie noch länger mit Ihrem Lieferanten zusammenarbeiten)? Welche Auktion eignet

sich für welche Güter? Wann können Sie ein „Ultimatumspiel“ wagen? Und Sie erfahren am Beispiel eines Verkehrsstaus, dass nicht die „unsichtbare Hand“ Adam Smiths, sondern das Nash-Gleichgewicht den Markt bestimmt. So spannend kann Einkauf sein. (wh)

Gregor Berz; Spieltheoretische Verhandlungs- und Auktionsstrategien. Schäffer-Poeschel Verlag



Forschung/Innovation

Eine Idee in Buchform

Schon das Durchblättern des Buchs macht Spaß - ob der außergewöhnlichen Gestaltung - und weckt Neugier. Dem Autorenteam um Raimund Schmolze ist es mit seinem Buch „Unternehmen Idee“ gelungen, den Prozess der systematischen Entwicklung von Ideen intelligent, anschaulich und nachvollziehbar darzustellen. Grundlage für den dargestellten „kundenorientierten Innovationsansatz“ ist das Creation Center der Deutschen Telekom. Wer sich für kundenorientierte Ideenfindung und Produktentwicklung interessiert, stößt hier auf ein Dorado aus klugen Gedanken, verbun-

den mit den Erfahrungen aus dem echten Leben. Die besten Ideen entstehen eben nicht immer in der Badewanne, sondern eher in einem überschaubaren Team, in dem Kreativität, Heiterkeit, Querdenken erlaubt und gefordert sind. Unbedingt notwendig für die Ideenfindung: ein haptisches und digitales Materiallabor.

Das Buch für alle, die einen Mutmacher und einen Werkzeugkasten für die Konzeption und Durchführung ihrer Ideen brauchen, sehr empfehlenswert! (eb)

Raimund Schmolze; Unternehmen Idee. Campus Verlag GmbH





Kundenbindung

„Touchpoints“ als Grundlage für eine neue Managementstrategie

Das Organigramm auf den Kopf stellen. Nicht vom Verkaufen her denken, sondern vom Kaufen. Die Kunden gewinnen und begeistern, nicht überreden. Anne M. Schüller hat sich wie keine andere die konsequente Kundendenke auf die Fahnen geschrieben. Und dazu spielen ihr die Entwicklungen der letzten Jahre in die Karten. Denn was wir derzeit erleben, ist eine Umwälzung im Marketing, die ihresgleichen sucht. Ob man es nun Web 2.0 oder Web 3.0 nennt. Sicher ist, dass das „Social Web“ den Kunden ein machtvolles Instrument in die Hand gegeben hat (von der Hotelbewertung bis zu Kommentaren auf Facebook) und gleichzeitig völlig neue Anforderungen an Unternehmen stellt. Und zwar an große genauso wie an kleine. In ihrem Buch „Touchpoints“ stellt Anne M. Schüller den Unternehmen eine Managementstrategie zur Verfügung, um sich diese neue Welt systematisch zu erschließen.

Das mobile Netz verändert die Nutzung und die Anforderung an die Unternehmen

Der Durchbruch der Smartphones und Tablets hat das Internet in eine neue Dimension katapultiert. Ging es noch vor kurzer Zeit darum, am PC oder Laptop zu „surfen“, das heißt, sich Inhalte aller Art online zu besorgen, so haben die neuen Endgeräte und die neuen Social Web Angebote das Internet zum Mitmach-Internet gemacht. Hier ein Foto geschossen und schon gepostet, da einen Kommentar hinterlassen und dort mit Freunden aus aller Welt Freud und Leid geteilt. Vorbei die Zeiten, in denen Politiker und Unternehmen hinter verschlossenen Türen agieren konnten. Vorbei die Zeit, als Kommunikation eine Einbahnstraße war. Im ersten von drei Teilen ihres Buches „Touchpoints. Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute“, skizziert

Anne M. Schüller die gravierenden Veränderungen und deren Bedeutung für die Unternehmen.

Mit den Augen der Kunden sehen

Im zweiten Teil zeigt sie Unternehmen und Markenverantwortlichen, wie sie ihr Unternehmen systematisch auf neuen Kurs bringen. Es ist der Kern ihres Buches und ihres Ansatzes, die Touchpoints, also alle Punkte, an denen Kunden mit dem Unternehmen in Berührung kommen, vollständig zu identifizieren und deren Relevanz zu erkennen. Diese Berührungspunkte gibt es lange vor dem Kauf und (hoffentlich) lange danach. Durch konsequentes Touchpoint-Management kann zuverlässig bewertet werden, welche Kontaktpunkte überflüssig oder sogar kontraproduktiv sind und wo Kontaktpunkte fehlen oder unzureichend entwickelt sind. Kein Unterfangen, das sich nebenbei erledigen ließe. Deshalb stellt die Beraterin gleich einen umsetzbaren Managementprozess vor.

Auch auf die Touchpoints zwischen Mitarbeitern und Führungskräften kommt es an

Überraschend der dritte Teil des Buches. Denn hier dreht Anne M. Schüller das „Customer Touchpoint Management“ um und erweitert es dadurch zum „Collaborator Touchpoint Management“. Den Mitarbeiter als Kunden zu betrachten sieht Schüller zwar selbst als einen „alten Hut“ an - durch das „Collaborator Touch-Point-Management“ verspricht sie aber, diesen Prozess zu systematisieren. Besonders aufgrund der neuen Arbeitswelten, in denen Freelancer, Festangestellte, Teilzeitkräfte und Dienstleister bunt gemischt an Projekten arbeiten, sind neue Führungssystematiken notwendig. Das hier erstmals vorgestellte „Collaborator Touchpoint Management“ ermöglicht es, relativ



leicht alle „Berührungspunkte“ zwischen den jeweiligen „Collaborators“ festzustellen - um sie dann zu optimieren. Ein einfaches Instrumentarium, um die heutigen komplexen Führungsanforderungen zu systematisieren.

Ein innovatives Management-Werkzeug

Unternehmen entlang der externen und internen „Touchpoints“ zu organisieren vereinfacht das Management durch Konzentration aufs Wesentliche. Nicht umsonst werden Touchpoints auch als „Momente der Wahrheit“ bezeichnet. Denn im konkreten Aufeinandertreffen von Kunden und Unternehmen einerseits und Führungskräften und Mitarbeitern andererseits wird die Unternehmensrealität tagtäglich neu erschaffen. Wer diesen komplexen Prozess erfolgreich steuern will, findet in „Touchpoints“ ein innovatives Management-Werkzeug. (wh)

Anne M. Schüller; TouchPoints.
GABAL Verlag GmbH



Marketing

Social Media steht immer noch am Anfang. Und wird am Ende alles umgekrempelt haben

Das Buch für alle Marketingleute und Unternehmen, die gut im Netz unterwegs sind, Facebook und Twitter kennen und da auch schon mal Gewinnspielchen lancieren aber - holla die Waldfee - keine Lust haben zu verfolgen, was „Hinz und Kunz zu sagen haben“. Denn sie sind dabei, viel zu verpassen. Der Online-Guru Gary Vaynerchuk zeigt, was „Social Media“ wirklich bedeutet. Dass sich da eine Umwälzung anbahnt, die wir heute nur erahnen können. Ein sehr lesenswertes Buch, denn Vaynerchuk hat ein sehr gutes Gespür für die kommenden Entwicklungen. Anhand vieler Beispiele

zeigt er, wie durch „Social Media“ der Dialog mit den Kunden entwickelt werden kann. Und wie sich Unternehmen jeglicher Couleur auf die neue Welt vorbereiten müssen. (wh)

Gary Vaynerchuk; Die Thank you Economy. Börsenmedien AG



Planning ist die Kunst, planmäßig Geistesblitze hervorzubringen

Die Disziplin des Planning hat schon einige Jahre auf dem Buckel. Schon seit den 60er Jahren wissen Werber, dass es mehr braucht, als verrückte Ideen, um ein Produkt erfolgreich zu machen. Seither hat sich viel getan. Was als Werbeplanung begann, ist längst aus der Nische herausgewachsen und zur zentralen Disziplin der Markensteuerung geworden. Ein weites Feld, das jetzt vom Stuttgarter Kommunikationsprofessor Andreas Baetzgen im beachtenswerten Sammelband „Brand-Planning“ vermessen wird.

Brand Planning ist die Verbindung von Strategie und Kreativität

Brand Planning ist nichts weniger als der Versuch, systematisch zu unerwarteten Ergebnissen zu kommen. Als Verbindung von Strategie und Kreativität will das Brand Planning dazu beitragen, Marken einerseits unverwechselbar und überraschend zu kommunizieren und

andererseits gleichzeitig präzise zu positionieren. Denn nur so ist langfristiger Markenerfolg möglich.

Als Pampers in die Hose ging

Der Durchbruch für strategisch aufgesetzte Werbung begann 1961 mit einem Desaster. Pampers wollte sein revolutionäres Produkt „Einwegwindel“ an den Mann und an die Frau bringen und führte als Vorteil die größere Bequemlichkeit für die Eltern ins Feld. Die wollten aber nicht „mehr Bequemlichkeit“ sondern „das Beste für ihr Kind“. Es war die Geburtsstunde der „Consumer-Insights“. Pampers verlagerte daraufhin die Kommunikation erfolgreich von den Eltern auf das Baby - und behält diese Positionierung bis heute bei. Seither sind „Consumer-Insights“ aus der Markentechnik nicht mehr wegzudenken.

Der ganze Prozess des Brand Planning

Aber die Consumer Insights sind nur ein wichtiger Baustein des Brand Planning.



Dazu gehören auch die Positionierung, substantielle Briefings und die kompetente Umsetzung. Jedem dieser Bereiche widmet der Sammelband „Brand Planning“ ein einzelnes Kapitel. Der Ex-Werber und jetzige Professor Baetzgen konnte namhafte Ko-Autoren aus der Praxis gewinnen. Die stellen schon mal bisherige Gepflogenheiten infrage,



wenn sie etwa die „integrierte Kommunikation“ über Bord werfen (in Kapitel 7 „Das Ende der 360-Grad-Kommunikation“). Weniger innovativ ist dagegen die Idee, auch mal „jemandem vom Empfang“ ins kreative Brainstorming zu holen (Kapitel 4, „Briefings & Kreativität“), als hätten die Autoren noch nie vom „Hausfrauentest“ gehört. Dafür liefern die Autoren des 6. Kapitels „Digitale Medien“ wichtige Hinweise und Strategien zur Markenführung im digitalen Zeitalter.

Vogelperspektive und Detailblick in einem

In vielen Unternehmen, gar bei Markenartiklern, gilt das Internet immer noch als Spielwiese. Man probiert dieses, testet jenes und ist frustriert, wenn sich die Webgemeinde über diese Versuche lustig macht, anstatt die Läden zu stürmen und zu kaufen. Es ist gleichzeitig ein deutlicher Hinweis, dass heute Strategien gefragt sind, mit der Marken quer durch alle

Kanäle repräsentiert und erschaffen werden können. „Brand-Planning“ liefert dazu die Vogelperspektive und den Detailblick.

Alte Hasen lernen in diesem Buch, wie digitale Markenführung funktioniert. Und die jungen Wilden erfahren, dass alle Gags und Onlinespielchen nichts nutzen, wenn sie nicht aufs Markenkonto einzahlen. (wh)

Andreas Baetzgen (Hrsg.); Brand Planning. Schäffer-Poeschel Verlag

Personal

Das Handbuch für gezieltes Kompetenztraining

Mitarbeiter müssen immer mehr Entscheidungen innerhalb komplexer Umgebungen und dynamischer Märkte treffen. Das erfordert neben fundiertem Fachwissen auch gesteigerte Kompetenzen, also Fähigkeiten zur Selbstorganisation. Wie diese Kompetenzen trainiert werden können, zeigen Volker Heyse und John Erpenbeck in der zweiten Auflage ihres vorbildlich praxisorientierten Handbuches „Kompetenztraining“.

Der Kompetenzatlas schafft Überblick

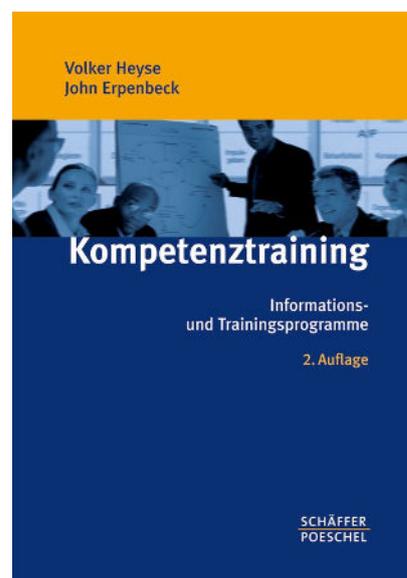
Herzstück des Handbuches und grundlegende Idee der Autoren ist der „Kompetenzatlas“. Auf 64 Feldern finden sich alle für das Funktionieren eines Unternehmens wichtigen Kompetenzen in den vier Schwerpunktbereichen „Personale Kompetenz“, „Aktivitäts- und Handlungskompetenz“, „Sozialkommunikative Kompetenz“ und die „Fach- und Methodenkompetenz“. Jeder der vier Bereiche ist wiederum in 16 Kategorien unterteilt. Ergebnis sind 64 konsequent auf die Arbeitsebene herunter gebrochene Trainingseinheiten wie „Entscheidungsfähigkeit“, „Ergebnisorientiertes Handeln“ oder „Loyalität“.

Schwachstellen erkennen, Lösungen erarbeiten

Jedes Segment ist handlungsanleitend geschrieben. Mitarbeiter können damit gezielt neue Kompetenzen erlernen. Entweder indem sie die infrage kommenden Module alleine durcharbeiten oder gemeinsam mit einem Coach oder angeleitet durch die Führungskraft. Jedes Modul schafft durch gut ausgewählte Zitate oder kurze Geschichten einen unverstellten Blick auf die Problemlage. Und durch ganz klare Fragen erkennen Mitarbeiter ihre Schwachstellen oder ihnen bis dahin verborgene Antreiber. Ein Maßnahmenkatalog lädt schließlich dazu ein, neues Verhalten und neue Kompetenzen einzuüben. Alle, die tiefer in die Materie einsteigen möchten, finden wertvolle Literaturhinweise am Ende der Kapitel.

Durch eigene Erfahrung lernt man am besten

Es ist die Überzeugung der Autoren, dass Kompetenzen nicht gelehrt oder übertragen werden können. Sie setzen auf Aneignung durch Handeln und durch das Sammeln von Erfahrungen. Dazu bieten sie mit ihren kurzen, praktikablen Trainingsmodulen eine sehr produktive und vor allem leicht umsetzbare Anleitung. Gut geeignet



für das punktgenaue Kompetenztraining von Mitarbeitern - und zur Selbstanwendung. (wh)

Volker Heyse, John Erpenbeck; Kompetenztraining. Schäffer-Poeschel Verlag



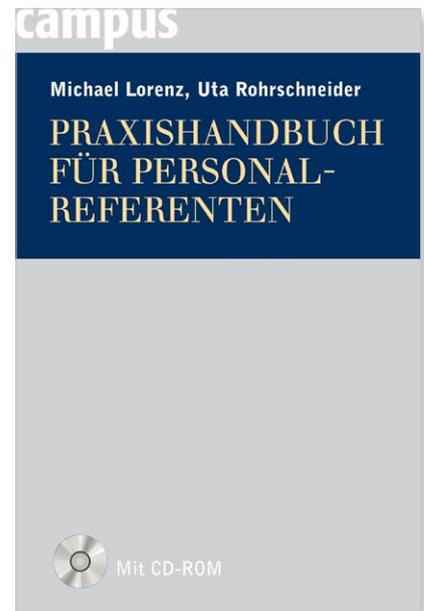
Personal

Das Praxishandbuch, mit dem Personalreferenten auch Ihre Position im Unternehmen stärken

„Personalreferenten sind bloße Verwalter, nie erreichbar und verursachen nur Kosten.“ Mit solchen Vorurteilen sind viele Personaler konfrontiert. Das wissen auch Michael Lorenz und Uta Rohrschneider. Deshalb steht in diesem wirklich praktischen Praxishandbuch für Personalreferenten die Positionierung und strategische Ausrichtung der eigenen Arbeit im Unternehmen ganz vorne. Ist dieses Thema geklärt, geht es darum, mit exzellenten Leistungen in allen Bereichen der Personalarbeit die strategische Position als Partner des Managements auszubauen. Ein

hervorragendes weil hilfreiches Handbuch. Mit Checklisten auf CD. (wh)

Michael Lorenz, Uta Rohrschneider; Praxishandbuch für Personalreferenten. Campus Verlag GmbH



Schneller Überblick zu arbeitsrechtlichen Fragen für Arbeitgeber

Es gibt viele Bücher zum Thema Arbeitsrecht. Nur wenige geben klare Hilfe und Orientierung und richten sich direkt an Arbeitgeber. Deshalb stellen wir dieses Buch auf unsere Empfehlungsliste. Stellen Sie es in Ihre Handbibliothek und informieren Sie sich schnell und präzise, bevor Sie etwas unternehmen, was Sie später teuer bezahlen müssen. Knapp 100 Themenbereiche werden abgehandelt: von unzulässigen Fragen im Bewerberauswahlgespräch über Arbeitsvertrag, Überstunden, Arbeitsunfähigkeit, Urlaubsansprüche, Mut-

terschutz, Mitarbeiterkontrollen, Auszubildende bis hin zu Abmahnung und Kündigung. (wh)

Ralph Jürgen Bährle; Arbeitsrecht für Arbeitgeber. Linde Verlag





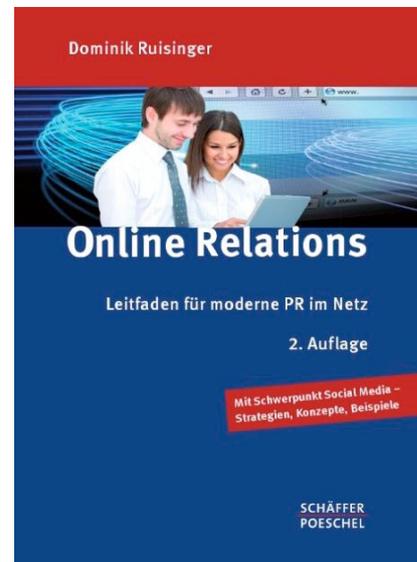
Pressearbeit

Fundierter Crashkurs für noch mehr PR-Erfolg

Noch nie war es so leicht, seine Botschaft zu kommunizieren. Internet macht's möglich. Das heißt aber nicht, dass es einfach wäre, die neuen Mittel richtig anzuwenden. Mit Dominik Ruisinger machen Sie einen kleinen Crash-Kurs in Sachen Online-Kommunikation. Er fängt bei der Optimierung der Website und den Essentials der besseren Auffindbarkeit an und sagt Ihnen detailliert, wie Sie die Presse optimal im und übers Netz bedienen. Zentral aber auch: die direkte Kommunikation mit den Kunden - über E-Mail, Blogs und mit den Mitteln des

Social-Networking. Für Verantwortliche in PR-Abteilungen geeignet, aber auch für Geschäftsführer kleinerer Unternehmen. (wh)

Dominik Ruisinger; Online Relations.
Schäffer-Poeschel Verlag



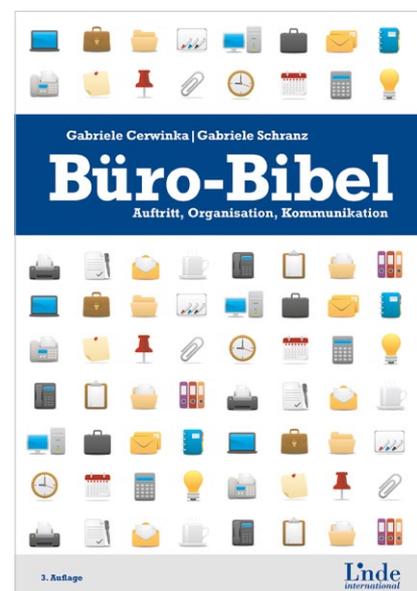
Sekretariat

Das Handbuch für das Office-Management

Ganz schön mutig, ein Buch „Büro-Bibel“ zu nennen. Aber die beiden Autorinnen sind vom Fach und haben alles Recht auf diesen Titel. Hier findet sich detailliert beschrieben, was für professionelles Büromanagement wichtig ist. Die richtigen, „offiziellen“ Vorlagen für Briefe, sinnvolle Checklisten (für das Vorbereiten von Meetings, für das Protokollieren von Sitzungen), Grundlagen überzeugender Kommu-

nikation, das Wichtigste zur Arbeitsplatzgestaltung. Und dazu eine Anleitung, auch die persönlichen Ziele im Job zu verwirklichen. (wh)

Gabriele Cerwinka, Gabriele Schranz;
Büro-Bibel. Linde Verlag





Verkauf

Die richtige Denke für Top-Verkäufer

„Hardselling-Experte“, „einer von Deutschlands Top-Beratern und Verkaufstrainern“, „ein Mann der Praxis, der in der Lage ist, sein Wissen und Können weiterzuvermitteln“ - das sind nur einige der Lobeshymnen auf den Autor, die haarscharf ins Schwarze treffen. Denn Martin Limbeck weiß tatsächlich, wovon er redet: nämlich über die innere und äußere Haltung als Schlüsselfaktoren für Erfolg - besonders im Verkauf. In seinem neuen Buch steht die „richtige Denke“ im Mittelpunkt, die Top-Verkäufer beherrschen müssen - neben Gesprächsfüh-

rungs-, Einwandbehandlungs- und Abschlusstechniken natürlich. Welche Eigenschaften und Einstellungen sind für Top-Verkäufer überlebens-, das heißt erfolgsnotwendig? Auch das verrät Limbeck in diesem Buch.

Hautnah, anschaulich, mit spannenden Beispielen unterlegt und dabei frech, ehrlich und witzig. Leser, die sich von Martin Limbeck mitreißen und überzeugen lassen, können zum Top-Verkäufer werden. Ein Ticket dafür ist dieses Buch. (eb)

Martin Limbeck; Nicht gekauft hat er schon. Redline Wirtschaft



Vertrieb

Ein sehr gutes Trainingsbuch für den Business to Business Vertrieb

Es geht um viel Geld. Und meist um komplizierte Produkte. Deshalb haben die Vertriebsmannschaften und Verkäufer im B2B-Geschäft eine besonders verantwortungsvolle Aufgabe. Sie sind letztlich für den Erfolg oder Misserfolg eines Produktes oder sogar ganzer Unternehmen verantwortlich. Weil es aber trotz seiner Bedeutung keine geregelte Ausbildung für den B2B-Vertrieb gibt, ist das Buch „Heiß auf Kaltakquise“ des Profis Tim Taxis so wichtig. Ich empfehle es allen Unternehmern, um den Vertrieb auf Vordermann zu bringen. Und allen Verkäufern, die ihr Provisionskonto auffüllen wollen.

Am Telefon führt kein Weg vorbei

Schwerpunkt des Buches ist die telefonische Kaltakquise. Denn B2B-Produkte haben meist eine begrenzte Zahl potentieller Kunden. Und mit denen gilt es, ins Gespräch zu kommen. Das geht nicht per E-Mail. Und das geht

nicht durch spontanes Auftauchen beim Kunden. Bleibt das Telefon. Also Hörer abnehmen, wählen und - den Klick-Surr-Effekt vermeiden.

Der tödliche Klick-Surr-Effekt

Sales-Profis kennen das. Man ruft an, und der Angerufene legt die Platte auf: „Nein, Danke, wir sind bereits versorgt“. Klick-Surr-Effekt nennt Tim Taxis das. Sie drücken auf Play (Klick), und der andere spult seine Platte ab (Surr). Das passiert, wenn man die falsche Methode anwendet. Und deshalb zeigt Tim Taxis in seinem Buch, was Verkäufer tun können, um diesen Effekt zu verhindern. Zum Beispiel durch konsequenten Perspektivwechsel. Durch das Einüben einer öffnenden Begrüßung. Oder durch die Verwendung positiver Sprachmuster.

Warum Sie Ihrem Anruf weder einen Brief noch eine E-Mail vorausschicken dürfen

In „Heiß auf Kaltakquise“ lässt Tim Taxis den Funken überspringen. Wer



auch nur ein bisschen motiviert für seinen Job ist, wird heiß darauf sein, die neuen Methoden gleich auszuprobieren. Denn Taxis gelingt es, die Strukturen und Gesetze des Verkaufsprozesses aufzuzeigen. Verkäufer werden mit ihren Erfahrungen bestätigt - und sie lernen, diese Erfahrungen neu



zu „lesen“. Dazu finden sie in diesem Buch viele praktische Tipps und Hinweise. Zum Beispiel, dass ein Anruf besser nicht durch eine E-Mail vorbereitet wird („Haben Sie meine E-Mail bekommen?“ ist einer der langweiligsten und am wenigsten versprechenden Gesprächseinstiege).

Die Nutzenargumentation auf dem Prüfstand

Die Qualität des Buches von Tim Taxis zeigt sich auch darin, dass er das gängige Wissen auf den Prüfstand stellt. Und zwar nicht als Provokation, sondern als intelligentes Hinterfragen.

Ergebnis ist unter anderem eine differenzierte und produktive Auseinandersetzung mit dem Thema „Nutzenargumentation“. Tim Taxis fächert es auf in „Argumentation aus Kundensicht“, unterscheidet Merkmal, Vorteil und Nutzen und zeigt, dass neben dem Business-Nutzen auch der persönliche Nutzen (z.B. Status, Angst, Sicherheit) des Einkäufers eine wesentliche Rolle spielt. Sehr gut geeignet für das Selbststudium und Training für alle B2B Verkäufer und Vertriebsabteilungen. (wh)

Tim Taxis; Heiß auf Kaltakquise.
Haufe Lexware GmbH



Familienunternehmen

Weil Familienunternehmen anders ticken

Familienunternehmen sind das „Herzstück der sozialen Marktwirtschaft“. Und sie sind eine Herzensangelegenheit für einen der renommiertesten Berater für Familienunternehmen. Peter May doziert in seinem Buch „Erfolgsmodell Familienunternehmen“ auch nicht von oben herab, sondern beleuchtet die Herausforderungen, vor denen Familienunternehmen stehen mit viel Wissen, Erfahrung und vor allem mit viel Einfühlungsvermögen. Denn mit Managementwissen von der Stange kommt man in Familienunternehmen nicht weit. Es gilt, die komplexen Wechselwirkungen zwischen idealistischen (und risikofreudigen) Gründern und sich immer schneller verändernden Märkten auszutarieren. Dazu bedarf es maßgeschneiderter Strategien. Peter May liefert sie in diesem Buch.

Langfristige Unternehmenssicherung statt kurzfristigem Gewinn

Familienunternehmen haben die gleichen Märkte und die gleichen Kunden wie Publikumsgesellschaften. Und doch unterscheiden sie sich gewaltig. Streichen die Manager von Publikumsgesellschaften im Zweifel sogar bei einer Pleite millionenschwere Abfindungen ein, so bedeutet Misserfolg für Familienunternehmen neben finanziellem Totalverlust auch den Verlust der Identität und des Lebenswerks. Deshalb gelten für Familienunternehmen für alle klassischen Bereiche der Unternehmensführung - von der Finanzierung bis zur Strategie - eigene Gesetze. Ziel ist nicht der kurzfristige Gewinn, sondern die langfristige Sicherung des Unternehmens.

Der blinde Fleck in der Managementlehre

Peter May liefert in seinem Buch keine Rezepte, keine Formeln. Ihm geht es darum, Themen überhaupt erst auf den Tisch zu bringen. Denn die klassische Managementlehre hat da einen verhängnisvollen blinden Fleck. Wie agiert man, wenn die Familie sich nicht einig ist und Blockaden drohen? May zeigt, dass Realteilung ein guter Weg sein kann, und illustriert das anhand erfolgreicher Familienunternehmen. Wie sollen sich Familienunternehmen in Bezug auf Akquisitionen verhalten? Und welche Antworten gibt es auf eine der schwierigsten Fragen, auf die der Nachfolgeregelung. Alles Fragen, die mehrere Antworten zulassen. May beschreibt die Vor- und Nachteile und vor allem die Konsequenzen für das Management von Familienunternehmen. Und er zeigt Wege, die unter Berücksichtigung der jeweils unterschiedlichen Erwartungen infrage kommen können.

Neue Perspektiven für wichtige Entscheidungen

„Erfolgsmodell Familienunternehmen“ ist eines der wenigen Managementbücher, in denen nicht die vermeintlichen Erfolgsrezepte von Ausnahmeunternehmen wie Google, Apple und Co zum x-ten Mal recycelt werden. Stattdessen tauchen hier Unternehmen wie Miele, ERCO und Fressnapf oder Jägermeister auf. Unternehmen also, die meist seit mehreren Generationen bestehen und es geschafft haben, durch strategisch kluge Entscheidungen am Ball zu bleiben. Peter May spricht in seinem Strategiebuch für Familienunternehmen alle wesentlichen Themen durch. Nie abstrakt theoretisch, sondern immer auf Augenhöhe mit den realen Heraus-



forderungen, denen sich Familienunternehmen gegenübersehen. Er kann dabei durch seine langjährige Berater-tätigkeit auf einen breiten Erfahrungsschatz zurückgreifen. Und schafft es so, Familienunternehmern neue Perspektiven für wichtige Entscheidungen aufzuzeigen. (wh)

Peter May; Erfolgsmodell Familienunternehmen. Murmann Verlag



Geschäftsführer und Unternehmer

Hoppla, ein Hersteller für Transportsicherungen zeigt, wo es lang geht

Keine Abteilungen, flexibles Arbeiten, flache Hierarchien. Nein, wir sind nicht bei einem Berliner Hotshop (wo es oft überraschend hierarchisch zugehen soll) sondern bei einem Spezialisten für „Ladegut-Sicherung“ aus dem südbadischen Engen. Dreimal hintereinander war das Unternehmen „Top-Arbeitgeber“ und heimste nebenbei für seine Produkte zahlreiche Auszeichnungen ein. Detlef Lohmann heißt der Chef des Unternehmens, der als erste Amtshandlung das Organigramm auf den Kopf und sich ganz hinten angestellt hat. Einer seiner Jobs ist es, die Post auszutragen (um mit den Mitarbeitern im Gespräch zu bleiben). Seine wichtigste Aufgabe aber ist es, seine Mitarbeiter in die Lage zu versetzen, selbstständig und eigenverantwortlich zu arbeiten. Er hat einen Kulturwandel in Gang gesetzt, der seinesgleichen sucht. Seine Erfahrungen und Methoden, seine Erfolge und Missgriffe (Lerneinheiten) beschreibt er jetzt erstmals in „... und mittags geh ich heim“. Komplett aus der Ich-Perspektive. Ärmel hochgekrempt, klare Worte, klare Sprache. Must-read für alle Unternehmer!

Weg mit den Abteilungen, her mit dem Erfolg

Innovative Arbeitsmethoden werden oft mit dem Verweis abgetan: „Ganz nett, aber bei uns geht das nicht.“ Detlef Lohmann tritt den Gegenbeweis an und zeigt, dass traditionelle Unternehmen keineswegs auf traditionelle Arbeitsformen festgenagelt sind. Lohmann hat zum Beispiel die Lager aufgelöst. Jetzt sieht jeder in der Produktion, wo die Engpässe liegen und wo „auf Halde“ produziert wird. Eine Maßnahme, die mit dazu beigetragen hat, dass Lohmanns Unternehmen die Lieferzeiten individueller Produktionen

von mehreren Wochen auf 24 Stunden reduzieren konnte. Ein weiterer Baustein zum Unternehmenserfolg war es, die Abteilungen abzuschaffen. Heute ist das ganze Unternehmen an den Arbeitsprozessen ausgerichtet. Ergebnis: schnellerer Informationsfluss, effektiveres Arbeiten.

Die Schuldfrage steht auf dem Index

Die größte und schwierigste Umwälzung aber war es, als Chef nicht mehr in die Bresche zu springen. Konsequenterweise verlagert Lohmann das Lösungsdenken dahin, wo die besten Lösungen überhaupt nur herkommen können - zu denen, die das Problem bemerken und bestens kennen. Denn nur sie können wissen, was wirklich Abhilfe schafft (und nur sie müssen mit der „Lösung“ leben). Damit hat der Unternehmer Lohmann ein Arbeitsklima geschaffen, in dem Eigenverantwortlichkeit groß geschrieben wird. So kleben zum Beispiel an allen Produktionsmaschinen gut sichtbare Zettel, auf denen die Fehler im Umgang mit der Maschine während der letzten Jahre (!) beschrieben sind. Ohne Namen, aber mit Datum und mit genauem Hergang. So wissen bei Schicht- und Personalwechseln alle, auf was sie besonders achten müssen. Auch ein Ergebnis einer produktiven Fehlerkultur. „Schuldige“ sucht man hier vergeblich.

Ein Buch voller überraschender Lösungen

„... und mittags geh ich heim“ ist weder Strategiebuch noch Managementlehre. Es sind vielmehr die aus persönlicher Perspektive geschriebenen Erfahrungen und Überlegungen des Unternehmers Detlef Lohmann. Und das macht das Buch so wertvoll. Denn Lohmann trifft genau die Befindlichkeit von Unternehmern, die alle tagtäglich vor den genau gleichen Fragen stehen: „Wie schaffe ich es, dass



die Mitarbeiter Verantwortung für ihr Handeln übernehmen?“ Wie verhindere ich lähmende Bürokratisierung in den Abläufen?“ „Wie kann ich mein Unternehmen produktiv(er) machen.“ Von der Pflicht zur Weiterbildung, vom Ignorieren unpassender Zertifizierungen, vom Umgang mit unternehmensbedrohlichen Situationen. Lohmann suchte und sucht auf unternehmerische Herausforderungen immer die beste Lösung. Nie die naheliegende oder vermeintlich bewährte. Auch für ihn persönlich zahlt sich das aus. Denn ab und zu geht er „mittags einfach heim.“ (wh)

Detlef Lohmann; ... und mittags geh ich heim. Linde Verlag



Geschäftsführer und Unternehmer

Wer nicht auffällt, fällt durch

Konkurrenz belebt das Geschäft. Und sorgt für mächtig Druck. Wer überleben will, muss hart an sich und seinem Unternehmen arbeiten. Dazu gibt es jetzt die außergewöhnlichste Anleitung, seit es Marketingbücher gibt. Denn Deutschlands Marketing Experte Nr. 1, Hermann Scherer, legt beim Bücherschreiben die Messlatte gleich an, wie bei seiner Empfehlung an alle Unternehmer, Verkäufer und Manager: „Jenseits vom Mittelmaß.“

350 Seiten Lesespaß und Gedankenblitze

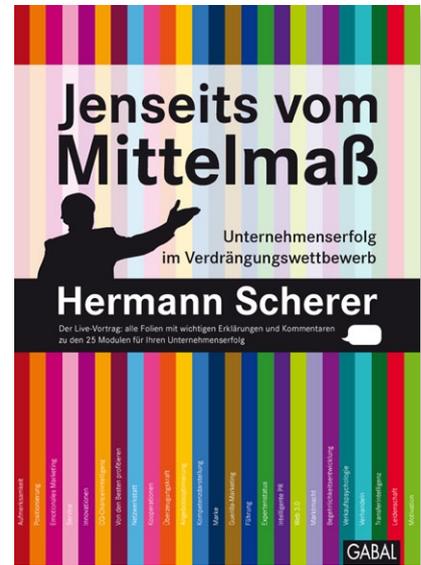
„Jenseits vom Mittelmaß“ ist kein normales Buch. Das Format mit 250 x 332 doppelt so groß wie das „Mittelmaß“. Hunderte von Fotos, vierfarbig gedruckt, übersichtlich gegliedert. Ein Buch zum Blättern und Lesen, ein Buch, das Seite für Seite mit interessanten Studien, Zitaten und Ideen überrascht. Aufbereitet wie ein Live-Seminar, provoziert Scherer mit interessanten Thesen, unterfüttert sie mit Ergebnissen aus der Forschung und liefert Ideen und Ratschläge, die im Job und im Unternehmen direkt ausprobiert und umgesetzt werden können.

25 Wege, es anders zu machen

Service, Netzwerken, Überzeugen, Verhandeln, Motivieren, so heißen fünf der insgesamt 25 Bereiche, anhand derer Hermann Scherer zeigt, wie sich Marktführer von der Konkurrenz absetzen. Indem sie Dinge anders machen. Indem sie sie besser machen. Oder schneller. Oder aufregender. Oder günstiger. Oder teurer. Sein Rat: „Picken Sie sich das heraus, was für Ihre Branche und Ihre Unternehmenssituation passt - und setzen Sie es konsequent um.“ Das macht im Übrigen auch der Berater und Redner Scherer, der das Buch des Autors Scherer geschickt nutzt, um zu zeigen, was er selbst erreicht hat, indem er befolgte, was er anderen rät.

Jenseits der klassischen Grenzen des Marketing

Besonders fruchtbar ist „Jenseits vom Mittelmaß“, weil Hermann Scherer die klassische Aufteilung sprengt, in der hier über die hohe Kunst der Markentechnik gesprochen wird und dort über das Metier der Direktwerbung. Denn Hermann Scherer geht es ganz allein darum, möglichst alle Reserven zu mobilisieren, um Ihr Unternehmen ein-



zigartig zu machen. Und dazu gehört die glasklare Positionierung genauso wie die pfiffige Methode, diese Positionierung auch bekannt zu machen. Eine 360-Grad Inspirationsquelle, die ihresgleichen sucht. (wh)

Hermann Scherer; Jenseits vom Mittelmaß. GABAL Verlag GmbH



Gründer

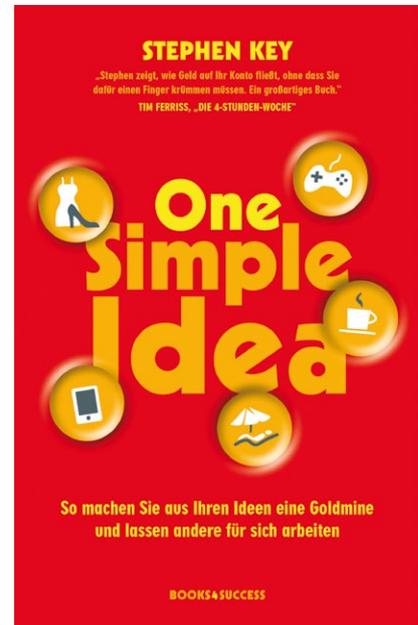
Ideen können goldwert sein, wenn man es richtig anstellt

Er hat es nicht nur Timothy Ferriss beigebracht sondern auch noch einem Haufen anderer Leute. Er - das ist Stephen Key. Und er ist Spezialist dafür, aus Ideen Geld zu machen. Und das ist die einfachste und lukrativste Art, Unternehmer zu sein. 1. Ausschau halten nach Dingen, die verbessert werden könnten oder die man gerne hätte. 2. Skizzieren. 3. Schützen lassen. Und 4. ein Unternehmen finden, das alles herstellt und vermarktet. Das Zauberwort heißt „Lizensierung“. Dafür braucht es keine Spezialisierung, keine Ausbildung, keine Fabrik, nicht einmal ein Büro. Sondern vor allem Köpfchen.

In diesem Buch steht also nichts über all die anderen wichtigen Sachen wie

„Businessplan schreiben“, „Gewerbe anmelden“ und „Fördergelder beantragen“. Der Witz: All dieses Sachen sind wichtig. Aber erst in zweiter Linie. Denn wenn die Idee nicht stimmt, wenn das Produkt nichts taugt und wenn es keine Leute gibt, die für die Dienstleistung oder das Produkt gerne den Geldbeutel aufmachen, dann nützt der schönste Businessplan nichts. Zuallererst gilt es, an der Idee zu feilen! Sehr guter Input für Leute, die ohne Investoren mit eher kleinem Geldbeutel groß ins Geschäft wollen. Typisch amerikanisch. Und hoffentlich bald typisch deutsch! (wh)

Stephen Key; One Simple Idea.
Börsenmedien AG



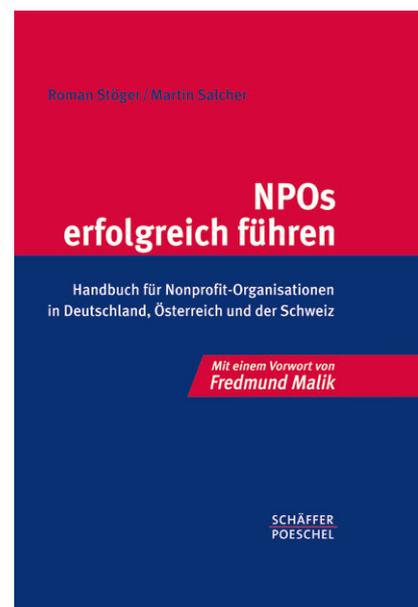
Nonprofit-Organisationen

Das St. Gallen-Managementbuch für NPOs

Auch NPOs können jetzt nach den Prinzipien des Malik Management-Zentrums St. Gallen geführt werden. Dafür sorgt dieses Handbuch, das mit Roman Stöger von einem Partner des Management-Zentrums geschrieben wurde. Es hilft dabei, den Zweck der NPO zu definieren, die Kunden und Stakeholder zu benennen und die NPO strategisch in die Zukunft zu führen.

Das Buch liefert alle wichtigen Werkzeuge, von der SWOT-Analyse bis zum Sitzungsmanagement. Hilfreich für Geschäftsführer und leitende Angestellte in Non-Profit-Organisationen. (wh)

Roman Stöger, Martin Salcher;
NPOs erfolgreich führen.
Schäffer-Poeschel Verlag





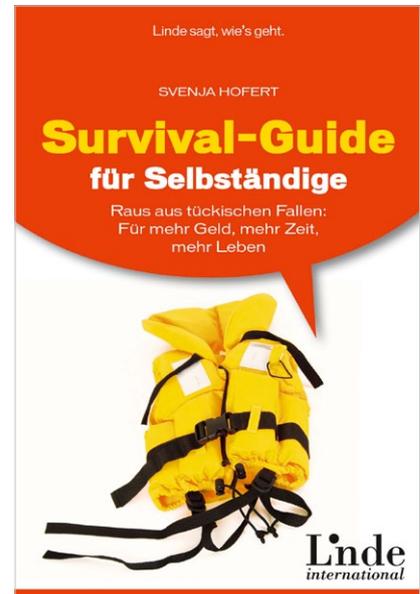
Selbstständige und Freiberufler

Für Selbstständige, die mit dem Rücken an der Wand stehen

Sie haben sich selbstständig gemacht und jetzt läuft es nicht? Der Weg zurück ist aber verbaut oder Sie haben einen anderen Grund, noch nicht zurück zu rudern? Svenja Hofert ist eine der gefragtesten Expertinnen zum Thema Existenzgründung. Sie weiß auch, wie schwer es werden kann, nachdem der erste Schritt getan ist. In diesem leicht und schnell zu lesenden Buch geht sie auf die meist gestellten Fragen und Problemlagen von neuen Selbstständigen ein. Von „Mist, ich habe keine Einnahmen“ bis „Ich habe überhaupt keinen Überblick mehr“. Wichtig auch die Kapitel, in denen die

Expertin Freelancern einschärft, sich nicht unter Wert zu verkaufen. Und Tipps parat hält, um das eigene Angebot aufzuwerten. Eine kleine aber wichtige und vor allem schnell rentable Investition. Schützt vor dem Durchdrehen, hilft beim Ruhig werden. (wh)

Svenja Hofert; Survival-Guide für Selbstständige. Linde Verlag



Krisenmanagement

Eine schnörkellose Führungs-Anleitung für Chefs auf stürmischer See

„Viele Organisationen können ihre Ziele nicht erreichen, weil niemand sie wirklich kennt.“ Wenn es den Mitarbeitern in Ihrer Abteilung oder in Ihrem Unternehmen genauso ergeht, ist es höchste Zeit für dieses kurze, einprägsame Buch. Denn gerade in schwierigen Zeiten müssen alle an einem Strang ziehen - und zwar in die gleiche Richtung.

Stephen Covey, der schon den legendären Bestseller „Die 7 Wege zur Effektivität“ geschrieben hat, zeigt Ihnen in diesem Buch den Umgang mit den vier großen Risikofaktoren: 1. Schwierigkeiten bei der Umsetzung der Strategie, 2.

Vertrauenskrisen, 3. Verlust der Fokussierung auf das Ziel, 4. weitverbreitete Ängste. Lernen Sie, mit einfachen Mitteln und glasklaren Vorgehensweisen Strategien umzusetzen, Vertrauen zu schaffen, mehr zu erreichen und Ängste zu reduzieren.

Ein wichtiges Buch für alle Unternehmer und Abteilungsleiter, die hart am Wind segeln und wissen, dass eine Wetterveränderung so schnell nicht zu erwarten ist. Viele einfache Checklisten und leicht umsetzbare Maßnahmen helfen, den Blick auf das Wesentliche zu lenken. (wh)

Stephen R. Covey, Bob Whitman; Führen unter neuen Bedingungen. GABAL Verlag GmbH





Bewerbung - allgemein

So bewerben sich Führungskräfte erfolgreich

Konsequent auf die Bedürfnisse wechselwilliger Führungskräfte konzentriert ist der Kienbaum-Ratgeber „Bewerben als Führungskraft“ - bis hin zu den Beispielen, die allesamt den Führungsebenen entnommen sind. Sehr wohltuend ist der sachliche und zielgerichtete Stil, mit dem die Autoren Sie durch den Bewerbungsprozess leiten. Ziel ist es, zu zeigen, wodurch Sie sich von anderen (konkurrierenden) Führungskräften unterscheiden. Dabei sind zum Beispiel die STAR-Technik (situation, task, action und result) und die MIM-Story (May I introduce myself) sehr nützlich. Beide Techniken dienen dazu, sich selbst und seine Leistungen innerhalb

kürzester Zeit attraktiv zu präsentieren. Ebenfalls hilfreich: die Anleitung zum Erstellen von Kompetenzfragen. Fragen, die es Ihnen leichtmachen, mit dem Unternehmen vorab in Kontakt zu treten und einen ersten guten Eindruck zu hinterlassen.

„Bewerben als Führungskraft“ ist vor allem für Führungskräfte geeignet. Ein Buch, das ihnen über den ganzen Bewerbungsprozess hinweg hilfreich zur Seite stehen wird - von der Profilerstellung bis zur erfolgreichen Einarbeitung. (ak)

Carolin Fischer, Zornitza Ivanova, Irina Wendler, Michaela Reimann; Bewerben als Führungskraft. Haufe Lexware GmbH



Gut vorbereitet ins Vorstellungsgespräch

Sehr anschaulich zeigt Elke Zuchowski, wie Sie sich intensiv auf Ihr nächstes Gespräch vorbereiten. Schon für die Vorab-Recherche über das Unternehmen erhalten Sie gute Hilfen, mit denen es Ihnen gelingt, die gefundenen Infos übersichtlich aufzubereiten und so für Ihren Zweck fruchtbar zu machen. Besonders hervorzuheben sind die zahlreichen guten Tipps. Wie z.B. Ihre Körpersprache mithilfe einer Kamera zu überprüfen oder sich Ihr Stärkenprofil zu verinnerlichen. (So haben Sie etwas, woran Sie sich festhalten können, wenn es im Gespräch mal nicht so gut läuft). Frau Zuchowski hat umfangreiche Erfahrung im Per-

sonalwesen. Sie weiß, was von Ihnen erwartet wird. Das zeigt sich nicht zuletzt an den drei von ihr zusammengestellten Last-Minute-Programmen (für Berufseinsteiger, Berufserfahrene und Führungskräfte). Ein sehr nützlich Buch, um mit einem sicheren Gefühl dem nächsten Vorstellungsgespräch entgegenzugehen. (ak)

Elke Zuchowski; Überzeugen Sie. Jetzt! Campus Verlag GmbH





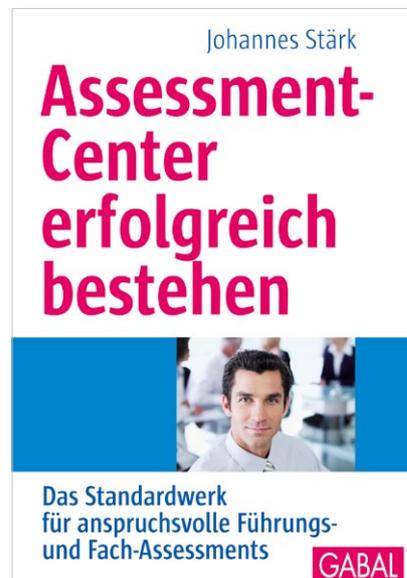
Assessment-Center

Fit fürs Assessment-Center

Ein hervorragendes Buch zum Thema Assessment-Center. Sehr ausführlich und detailliert erklärt Johannes Stärk, wie ein AC abläuft, womit Sie rechnen müssen und vor allem, wie Sie sich gezielt darauf vorbereiten. Wichtig ist, Ihre eigene Handlungskompetenz im Voraus zu erweitern, sodass Sie im AC die gestellten Aufgaben souverän lösen können. Ziel ist es deshalb, die abgefragten Fähigkeiten bis zum Assessment-Center erworben und verinnerlicht zu haben - und nicht nach vermuteter Erwünschtheit vorzuspielen (z.B.: Üben Sie gezielt Mitarbeitergespräche, wenn es Ihnen bislang an Erfahrung mangelt. Auf diese Weise

haben Sie im Ernstfall ein Verhaltensmuster parat, auf das Sie zurückgreifen können, um die Situation erfolgreich zu meistern). Daraus folgt dreierlei: Fangen Sie so früh wie möglich an, sich vorzubereiten, versteifen Sie sich nicht auf bestimmte Themenstellungen (sonst sind Sie verunsichert, sobald etwas anders kommt als erwartet), drittens seien Sie sie selbst. Was nicht zu wechseln ist mit unvorbereitet. Sehr nützlich ist die beigelegte CD-ROM: Hier finden Sie zahlreiche Übungen und (wo möglich) auch Lösungsvorschläge zu den einzelnen Aufgaben. (ak)

Johannes Stärk; Assessment-Center erfolgreich bestehen.
GABAL Verlag GmbH



Berufliche Neuorientierung

Nur wer sein Ziel kennt, kann es auch erreichen

Es ist ein großes Versprechen, das die Psychologin Angelika Gulder in den Buchtitel gepackt hat. Ist doch die Suche nach der eigenen Bestimmung weniger ein Job fürs Wochenende, als eine Lebensaufgabe, die sich im Laufe der Jahre immer wieder neu stellt. Angelika Gulder weiß das und stellt mit ihrem Buch eine Navigationshilfe zur Verfügung, die es jedem einzelnen ermöglicht, den Standort neu zu bewerten und Ziele neu zu bestimmen.

Die Zumutungen der Freiheit

Die Welt steht uns offen. Wir können in Deutschland arbeiten, können auswandern, können Karriere machen oder Kinder kriegen (manchmal auch beides), können kreativ arbeiten oder „nur“ arbeiten, um zu leben. Eine beneidenswerte Situation, vergli-

chen mit den Aussichten und Wahlmöglichkeiten voriger Generationen. Damit steigt auch die Verantwortung für das eigene Befinden. Es liegt an uns selbst, uns zu entwickeln und ein produktives, sonnvolles Leben zu leben. Anleitungen dazu gibt es freilich kaum.

Viel Strom, wenig Licht

Burn-out ist das Resultat falsch eingesetzter Energie. Wer jahrelang powert, ohne die Richtung zu kennen, wird sich garantiert am falschen Ende wieder finden. Deshalb ist es wichtig, sich so früh wie möglich mit den eigenen Motiven, mit den eigenen Wünschen und mit den eigenen Träumen auseinander zu setzen. Ein knallrotes Tuch für alle, die ihr Tun und Lassen unter das Oberkommando der linken Gehirnhälfte gestellt haben. Aber keine Alternative, wenn es darum geht, sich selbst auf die Spur zu kommen.



Eines der besten Bücher zum Thema

So groß das Thema auch ist, die diplomierte Psychologin Angelika Gulder schafft es mit ihrem Buch, den

■ BEWERBUNG



Lesern Zugang zur eigenen Berufung zu verschaffen. Mit eigens entwickelten Übungen und Methoden, zu deren Bearbeitung nur eines wichtig ist: Aufmerksamkeit gegenüber sich selbst. Am Ende zeigt sich, dass der Buchtitel nicht zu groß, sondern zu klein geraten ist. Es könnte auch hei-

ßen: „Finde das Leben, das dich glücklich macht.“ Wer immer einen Kompass sucht, der im Leben die Richtung weist - hier ist er. (wh)

Angelika Gulder; Finde den Job
der dich glücklich macht.
Campus Verlag GmbH



Managementbuch.de

Kroker Medien GmbH
Elsenheimerstraße 50
80687 München

Telefon (08382) 98 95 081

Fax (089) 5 47 27 84 - 20

E-Mail Info@Managementbuch.de

Internet <http://www.Managementbuch.de>

Magazin <http://www.Roter-Reiter.de>

Twitter <http://twitter.com/waslesen>

Facebook <http://facebook.com/managementbuch>