

## io new management

Gegründet 1932 als «Industrielle Organisation» (io)

ISSN 1660-5683

### Herausgeber

ETH-Zentrum für Unternehmenswissenschaften (BWL),  
Zürich, vertreten durch Prof. Dr. Paul Schönsleben und  
Prof. Dr. Hugo Tschirky, und Handelszeitung  
Fachverlag AG, Zürich

### Offizielles Fachorgan

ETH-Zentrum für Unternehmenswissenschaften (BWL)  
ETH Alumni Engineering & Management  
Schweizerische Managementgesellschaft (SMG)

### Redaktion

Beatrice Brenner, Chefredaktorin,  
Brigitte Müller (*mue*), Redaktorin,  
Dr. Kurt Speck, Autor  
Handelszeitung Fachverlag AG, Seestrasse 37  
CH-8027 Zürich  
Tel. +41 (0)44 288 35 00, Fax +41 (0)44 288 35 54  
redaktion-io@handelszeitung.ch  
www.ionewmanagement.ch

### Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Derek Abell, esmt Berlin; Prof. Dr. Christian  
Belz, Universität St. Gallen; Prof. Dr. Ralph Berndt,  
GSBA Zürich; Prof. Dr.-Ing. Walter Eversheim, RWTH  
Aachen; Prof. Dr. Reinhard Haberfellner, TU Graz; Prof.  
Dr. Georg von Krogh, ETH Zürich, Prof. Dr. Richard  
Kühn, Universität Bern; Prof. Dr. Conrad Meyer, Univer-  
sität Zürich; Prof. Dr. Gilbert J. B. Probst, Universität  
Genf; Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer, Universität des  
Saarlandes; Prof. Dr. Dieter Spath, Fraunhofer IAO  
Stuttgart; Prof. Dr. Bruno Staffelbach, Universität  
Zürich; Prof. Dr.-Ing. Hans Peter Wiendahl, Universität  
Hannover

**Verleger:** Ralph Büchi

**Verlagsleitung:** Daniel Truttmann

**Gestaltung/Grafiken:** Steven Leach

**Korrektur:** Eliane Romer

**Illustrationen:** Lorenz Meier

**Druck:** Zollikofer AG, St. Gallen

**Leitung Marketing/Abonnemente:** Patrizia Serra

Lesermarketing: Caroline Würthner,  
cwuerthner@handelszeitung.ch

### Bezugsbedingungen

10 Nummern pro Jahr, Abonnementspreis für 1 Jahr:  
Schweiz: Fr. 159,- (inkl. Versand und 2,4% MwSt.)  
Westeuropa: Euro 118,- (inkl. Versand)  
2 Jahre: Schweiz: Fr. 286,- (inkl. Versand und 2,4% MwSt.)  
Westeuropa: Euro 213,- (inkl. Versand)

### Testabo

Inland für 3 Ausgaben Fr. 20,-, Ausland für 3 Ausgaben  
Euro 15,-, Preisänderungen jederzeit vorbehalten

### E-Mail für Abonnementsbestellungen

abo-dienst-io@handelszeitung.ch

### Anzeigenverkauf

Claudia Köpfl  
Handelszeitung Fachverlag AG  
Seestrasse 344, Postfach  
CH-8027 Zürich  
Tel. +41 (0)44 288 35 23, Fax +41 (0)44 288 93 01  
ckoeepfli@handelszeitung.ch

### Verlags-/Anzeigenleitung Westschweiz

Elisabeth Demidoff  
Groupe Handelszeitung  
109 Rue Lyon, case postale 299  
CH-1211 Genève 13  
Tel. +41 (0)22 949 06 60, Fax +41 (0)22 949 06 64  
edemidoff@handelszeitung.ch

## 1 Konkurrenz schlagen

Die Unternehmensführung befindet sich im Wandel. Heute ist es das Ziel, die Konkurrenz und nicht das Budget zu schlagen. Hermann J. Stern von CFO Intelligence Force von Obermatt folgt dieser Aufforderung. Er entwickelt im Buch «Marktorientiertes Value Management» einen neuen Ansatz der Finance Intelligence. Es geht um die Auswertung von Daten und Informationen des Kapitalmarkts mit dem Ziel, diese zur finanziellen Führung nutzbar zu machen. Das Buch richtet sich an Verwaltungsräte, die Geschäftsleitung sowie andere Entscheidungsträger. Es hilft, die Leistung des eigenen Unternehmens vergleichbar zu machen und die Erwartungen der Investoren im Detail zu messen. Zudem werden die richtigen Werkzeuge genannt, um den Finanzplanungsprozess konsequent darauf auszurichten, die Konkurrenz zu schlagen und über eine langfristige Wertoptimierung eine höhere Bewertung des Unternehmens zu erreichen. Unterstützend für das Verständnis ist die Fallstudie, welche die theoretischen Fundamente

in jedem Kapitel illustriert. Alles in allem ein solides Nachschlagewerk. (*mue*)

## 2 Konflikte lösen

Treten in einer Firma Meinungsverschiedenheiten auf, kann oft nur noch ein neutraler, unparteiischer Dritter zwischen den Parteien vermitteln. Gegensätzliche Ansichten und Meinungen sollen ausgetauscht und Konfliktpunkte offengelegt werden. Grössere Unternehmen setzen meist Mediatoren ein. Was aber können kleinere Betriebe tun, die über keine professionelle Hilfe verfügen? Die Herausgeber von «Konfliktmanagement» beleuchten die Entstehung und den Umgang mit Konflikten und zeigen, wie sich diese im Rahmen von Mediationsverfahren lösen lassen. Das Autorenteam setzt sich aus Rechtsanwälten, Psychologen, Psychotherapeuten und einer Richterin zusammen, die allesamt Mediatoren sind. Zuerst geht es um Mediation selber, also den freiwilligen, vom Gericht unabhängigen Prozess zur Lösung von Konflikten. Die rechtlichen Rahmenbedingungen werden leider nur für Öster-

## Buchtipps ▶ MAI 2007 ◀

In dieser Rubrik stellen wir in jeder zweiten Ausgabe vier zusätzliche neue Bücher vor, die wir Ihnen empfehlen möchten.



### Management Das A und O des Handwerks

Fredmund Malik, Campus 2007

Was ist richtiges Management und wie wendet man es an?

Die aktualisierte Neuausgabe des Grundlagenwerks von Vordenker Fredmund Malik ist ein kompakter praxisorientierter Leitfaden, der Managern hilft, ihre Aufgaben professionell und optimal zu erfüllen. Malik definiert Management als eine anwendungsorientierte Disziplin, als Handwerk. Gute Handwerker müssen mit ihren Werkzeugen umgehen können. Malik zeigt: Management ist lernbar. Es gibt klare Regeln, wie gutes und richtiges Management funktioniert.



### Die 10 grössten Führungsfehler – und wie Sie sie vermeiden

Maren Lehky, Campus 2007

Woran liegt es, dass selbst engagierte Führungskräfte mit den besten Absichten immer wieder mit Stress, Unzufriedenheit und schlimmstenfalls sogar mit Misserfolgen zu kämpfen haben? Die Gründe dafür haben meist nichts mit mangelnder Fachkompetenz zu tun. Vielmehr sind es häufig ganz grundsätzliche Dinge, die nicht funktionieren. Lehky stellt die grössten Führungsfehler vor, erläutert ihre Folgen, erklärt, wie man sie vermeidet und zeigt, wie man es besser machen kann.



**1**  
**Hermann J. Stern:**  
*Marktorientiertes Value Management. Wettbewerbsvorteile durch das Finance Intelligence Radar erzielen.* 303 Seiten, Wiley VCH Verlag GmbH, 2007, ISBN 3-527-50258-0, 94 Fr.



**3**  
**M. Dannenberg und F.H. Wildschütz:**  
*Erfolgreiche Online-Werbung. Werbekampagnen planen, umsetzen, auswerten.* 120 Seiten, BusinessVillage, 2006, ISBN 3-938358-39-4, 35.90 Fr.



**2**  
**Team Businessmediation (Hrsg.):**  
*Konfliktmanagement. Das andere Mediationsbuch für die unternehmerische Praxis.* 256 Seiten, Linde international, 2006, ISBN 3-7093-0127-0, 50.30 Fr.

reich und Deutschland beleuchtet. Im praktischen Teil finden Manager Entscheidungshilfen und Fragebögen. Ein hilfreicher Ratgeber für die Praxis. (mue)

**3 Richtig werben**

Das Internet hat sich als Massenmedium etabliert. Immer mehr Menschen sind online, der Kauf per Mausclick selbstverständlich. Entsprechend gewinnt die Online-Werbung zunehmend an Bedeutung. Das Buch «Erfolgreiche Online-Werbung» bietet Unternehmen einen Leitfaden. Die Autoren behandeln alle Phasen der Online-Mediaplanung – von der Planung einer Kampagne über deren Durchführung bis hin zur Auswertung und Optimierung. Der Leser erhält auf 120 Seiten komprimiert die notwendigen Informationen, um sich im Werbedschungel des Webs durchschlagen zu können. Neben klassischen Inhalten wie Podcasts, Weblogs und Suchmaschinen-Werbung werden verschiedene Tools zur Erfolgskontrolle präsentiert. Für Werbeinteressierte stellt das Buch einen kompakten Berater dar. (mue)

**Ich bestelle folgende Bücher:**



**Überleben im Job**  
**Berufsalltag ohne Stress und Burn-out**  
 Klaus Merg, Torsten Knödler, Redline 2007

Jeder von uns kennt das Grauen am Montagmorgen – fünf lange Arbeitstage liegen vor einem, der Chef hat schlechte Laune, und dann auch noch dieses Projekt, das man zusätzlich aufs Auge gedrückt bekommen hat. Merg und Knödler zeigen, dass es geht: Überleben im Job ohne negative Gedanken, Magengeschwüre und Herzinfarkt. Auf unterhaltsame Art und Weise zeigen die Autoren, wie man Privatleben und persönliche Ziele mit der Arbeit in Einklang bringt. Ein inspirierender Ratgeber contra Stress und Burnout – und pro Ausgeglichenheit und Zufriedenheit.



**Der Rhetorik-Code**  
**Orientierungsgebend – ergebnissichernd**  
 Karsten Bredemeier, Orell Füssli 2007

Der Erfolgsautor Karsten Bredemeier entschlüsselt den Rhetorik-Code, der orientierungsgebend und ergebnissichernd sprachliche Performance auf der Basis neurolinguistischer Erkenntnisse absichert. Zugleich reflektiert der Autor die aktuellen soziopsychologischen Forschungsergebnisse. Die moderne Gehirnforschung unterstreicht die Bedeutung der Informationsverarbeitung beim Rezipienten: Die Verankerung der Fakten und Daten gelingt garantiert bei der Beachtung von Bredemeiers Regeln. Schluss mit verbalen Insolvenzanträgen!

- Marktorientiertes Value Management **94 Fr.**
- Konfliktmanagement **50.30 Fr.**
- Erfolgreiche Online-Werbung **35.90 Fr.**
- Management **69.40 Fr.**
- Die 10 grössten Führungsfehler – und wie Sie sie vermeiden **39.90 Fr.**
- Überleben im Job **32 Fr.**
- Der Rhetorik-Code **29.80 Fr.**

Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten.

Name \_\_\_\_\_

Strasse \_\_\_\_\_

Wohnort \_\_\_\_\_

Land \_\_\_\_\_

**x** Unterschrift \_\_\_\_\_

Bitte senden Sie mir die angekreuzten Bücher zu.



Bestellen Sie diese Bücher bei «io new management», Buchversand der Verlagsgruppe Handelszeitung, Postfach, CH-8027 Zürich, per E-Mail: [buecher@handelszeitung.ch](mailto:buecher@handelszeitung.ch), Fax: +41 (0)44 288 35 77 oder im Internet: [www.ionewmanagement.ch/bookshop](http://www.ionewmanagement.ch/bookshop)