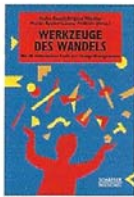


Neue Bücher



**Roehl/Winkler/
Eppler/Fröhlich
(Hrsg.).
Werkzeuge des
Wandels – Die
30 wirksamsten
Tools des Change-
Managements**

Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern
Recht GmbH, ca. 250 Seiten, gebunden,
39,95 Euro, ISBN: 978-3-7910-3124-8

Welche Tools der Organisationsentwicklung haben sich in der Praxis bewährt? Wann kommt welches Werkzeug am besten zum Einsatz? Basierend auf der Fachkompetenz und jahrzehntelangen Erfahrung der Autoren und Herausgeber der Zeitschrift Organisationsentwicklung (ZOE) für Unternehmensentwicklung und Change Management stellt das Buch die wichtigsten Werkzeuge zur professionellen Gestaltung des Wandels vor. Alle 30 vorgestellten Change-Tools sind erprobte Best Practices. Neben einer ausführlichen Darstellung der wichtigsten Schritte zur Umsetzung werden Möglichkeiten, Grenzen und erfahrungsgemäß auftretende Schwierigkeiten bei der Anwendung thematisiert.



**Carl-Dietrich Sander
Mit Kreditgebern
auf Augenhöhe
verhandeln –
Praxisleitfaden zur
Bankenkommuni-
kation für Unter-
nehmer und Berater**

NWB-Verlag, 368 Seiten, Broschur,
34,80 Euro, ISBN: 978-3-482-63691-2

Das Buch unterstützt Unternehmer und ihre Berater dabei, die eigene Position bei Verhandlungen mit den Banken realistisch einzuschätzen und konsequent zu verbessern. Der Themenbogen geht von der Sicherung der Finanzierung und der Steuerung der Liquidität über die Verbesserung des Ratings bis zur Gestaltung der eigenen Bankenkommunikation. Der Text endet in jedem Abschnitt mit einem Fazit in Form klarer Handlungsempfehlungen. Der Praxisleitfaden ermöglicht auch ein stichwortartiges Lesen. Viele Querverweise unterstützen den Leser, so dass der rote Faden gewahrt bleibt.



**Reinhold Achatz,
Michael Braun, Tom
Sommerlatte (Hrsg.)
Lexikon
Technologie- und
Innovations-
management**

Symposium, 1. Auflage 2012, 420 Seiten,
Softcover, 49,00 Euro (inklusive MwSt. und
Versandkosten), ISBN: 978-3-939707-80-6

Unternehmen sind nur dann erfolgreich, wenn sie technologische Neuerungen vorantreiben und Innovationen zum richtigen Zeitpunkt auf den Markt bringen. Oft arbeiten jedoch die verantwortlichen Mitarbeiter in unterschiedlichen Arbeitsbereichen; von der Forschung und Entwicklung über die Konstruktion, das Marketing bis hin zum Vertrieb. An diesen Schnittstellen entscheiden nur ein gemeinsames Verständnis und die Verwendung einer klaren Terminologie über den Erfolg. Um dieses Verständnis zu fördern, erläutert das Fachlexikon Technologie- und Innovationsmanagement die 485 wichtigsten Begriffe, Methoden und Konzepte in präzisen und griffigen Definitionen.