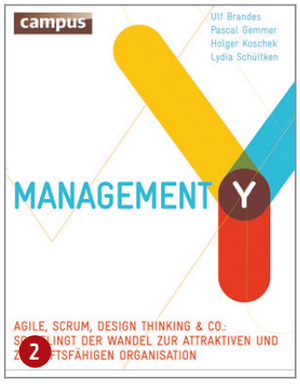
Die besten Karrierebücher 2014

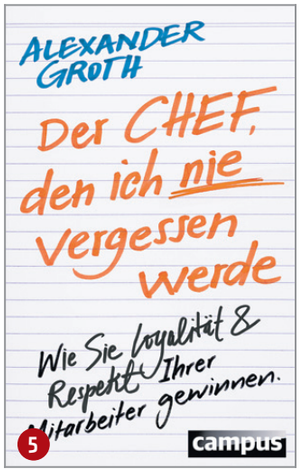
Hamburger Abendblatt,
13.12.2014
S. 59

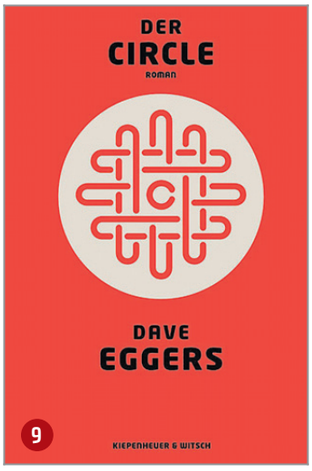
Dies sind die **zehn Top-Ratgeber des Jahres,** gekürt von den Beruf-&-Erfolg-Rezensenten. Von Führung bis Selbstmarketing ist alles dabei

:: Gute Karriereratgeber sind praxisnah und unterhaltsam, so wie diese zehn Bücher. Mark Hübner-Weinhold und Andreas Matz haben sie als *die* Erfolgsbücher 2014 ausgezeichnet. Lesefutter für die Weihnachtsferien – oder ein Geschenk für alle, die das neue Jahr ambitioniert beginnen wollen.



Fotos: Murmann, Campus, Gabal, VCH-Wiley, O'Reilly, Business Village, STB, Kiepenheuer & Witsch





1 Kein Bullshit. Was Manager heute wirklich können müssen von Markus Baumanns und Torsten Schumacher. Die beiden Hamburger Unternehmensberater machen in der Praxis dort weiter, wo Reinhard K. Sprengers „Radikal führen" aufgehört hat. Glasklar und unterhaltsam provokant decken sie Missstände im Management auf und liefern konkrete Beispiele dafür, was man verändern kann. Glasklare Empfehlung: unbedingt lesen! (Murmann Verlag, 208 Seiten, 29,99 Euro)

2 Management Y. Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation von Ulf Brandes et al. Die Generation Y verändert auch das Management. Wie genau, beschreibt dieses Buch bemerkenswert detailliert. Die Autoren zeigen vier Handlungsfelder auf und präsentieren 24 innovative Methoden. Für den Manager des 21. Jahrhunderts ist das Pflichtlektüre. (Campus Verlag, 240 Seiten, 34,99 Euro)

3 Das Touchpoint-Unternehmen: Mitarbeiterführung in unserer neuen Businesswelt von Anne M. Schüller. Die Autorin wandelt ihr erfolgreiches Kundenkontaktpunkt-Konzept in ein Mitarbeiterkontaktpunkt-Management um. Überzeugend, ausführlich und gut strukturiert entsteht ein praller Werkzeugkoffer für nachhaltige Personalführung im 21. Jahrhundert. (Gabal Verlag, 367 Seiten, 29,90 Euro)

4 Die 5 Dysfunktionen eines Teams von Patrick M. Lencioni. Nicht die Strategie, nicht überlegene Technologie oder eine üppige Finanzausstattung entscheiden über den Erfolg eines Unternehmens. Das bessere Team gewinnt. Auch wenn der Titel dieses Buches sperrig klingt, ist es doch wunderbar zu lesen. Es schafft Klarheit darüber, was echtes Teamwork ist, und vor allem, auf welchem Weg man diesen Idealzustand erreichen kann. (Wiley-VCH Verlag, 186 Seiten, 19,99 Euro)

5 Der Chef, den ich nie vergessen werde: Wie Sie Loyalität und Respekt Ihrer Mitarbeiter gewinnen von Alexander Groth. Karriereoptimierer können mit diesem Buch nichts anfangen. Wer aber gute Spuren in den Köpfen und Herzen seiner Mitarbeiter hinterlassen möchte, bekommt von Alexander Groth viele kluge Einsichten, wie man zur starken Führungspersönlichkeit reifen kann. (Campus, 223 Seiten, 24,99 Euro)

6 Ich kam, ich sah, ich wirke von Sven Sander. Wer Eindruck hinterlassen, andere überzeugen und für sich gewinnen will, muss richtig wirken. Denn wir wirken immer. Der Cuxhavener Charisma-Experte erklärt, wie wirkungsvolle Kommunikation funktioniert – ohne theoretischen Ballast, dafür aber unterhaltsam und mit vielen anwendbaren Tipps. (STB-Verlag, 274 Seiten, 19,95 Euro)

7 Feedback: Nur was erreicht, kann auch bewegen von Chris Wolf und Heinz Jiranek. Feedback ist modern, kann aber böse nach hinten losgehen. Dann bewirkt es das Gegenteil. Das passiert leider häufiger als gedacht. Die Ursachen deckt dieses Buch in aller Gründlichkeit auf. (BusinessVillage, 240 S., 24,80 €)

8 Das Handbuch für Startups. Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen von Steve Blank und Bob Dorf. Endlich gibt es dieses Standardwerk auch auf Deutsch. Es ist Pflichtlektüre für Gründer, aber auch für alle, die ihr Geschäftsmodell bedroht sehen und nach einer Antwortstrategie suchen. Ihnen hilft dieses Buch, sich Schritt für Schritt (neu) zu erfinden. (Verlag O'Reilly, 512 Seiten, 39,90 Euro)

9 Der Circle: Roman von Dave Eggers. Der Autor erzählt die gar nicht einmal so fiktive Geschichte einer jungen Frau, die vor lauter Aufstiegslust in einer Art totalitärem Unternehmen verlernt, „Nein" zu sagen, und sich der postmodernen Ausbeutung beugt. Nachvollziehbar zeigt Eggers, wie unreflektierte Technologiegläubigkeit in den Abgrund führt. (Verlag Kiepenheuer und Witsch, 560 Seiten.., 22,99 Euro)

10 Marke ohne Mythos von Arnd Zschiesche und Oliver Errichiello. Eine starke Marke kann nur aus dem Inneren eines Unternehmens heraus entstehen. Mit klaren Worten räumen die beiden Autoren mit Kreativgeschwafel und Agenturschwachsinn auf. Die Erkenntnis lautet: Mancher Werbe-Euro ist andernorts besser angelegt. (Gabal Verlag, 280 Seiten 29,90 Euro)