

**Rudolf Koch**

**Immobilienwerbung und Wettbewerbsrecht**

Dieser Ratgeber will Immobilienvertrieben, Bauträgern und Maklern helfen, ihre Anzeigen und Broschüren so zu gestalten, dass sie mit dem Wettbewerbsrecht konform gehen. Dazu werden rechtliche Bestimmungen und die aktuelle Rechtsprechung an Beispielen erläutert.

**Cash.-Fazit:** Nützlicher Leitfaden für alle professionell im Immobilienvertrieb Tätige. bk  
 ■ Grabener Verlag, 130 Seiten; 19,80 Euro, ISBN 3-925573-22-4

**Gary Small**

**Gegen das große Vergessen**

Kompakt und leicht verständlich liefert der Autor ein Anti-Aging-Programm für die grauen Zellen. Die Erfolgsfaktoren für das Plus an Gedächtnisleistung: Ein regelmäßiges mentales Fitness-Training, die richtige Ernährung und eine Umstellung der Lebensweise.

**Cash.-Fazit:** Lesenswerter Einblick in die Funktionsweise des Gehirns. Tests und Übungen kommen leider etwas zu kurz. dr

■ mvg Verlag, 272 Seiten; 20,50 Euro, ISBN 3-636-06109-7

**Hagen Prühs**

**Steuern sparen... für Kapitalanleger**

Das Buch gibt eine kurze und verständliche Darstellung dessen, was wie besteuert wird. Mit Hilfe der alphabetischen Auflistung von Steuertipps findet sich der Leser in der komplexen Materie schnell zurecht. Die Anlagen zur ESt-Erklärung stammen allerdings aus 2003.

**Cash.-Fazit:** Hilfreich für alle diejenigen, die ihre Steuererklärung selbst anfertigen. sp

■ VSRW-Verlag, 221 Seiten; 24,80 Euro, ISBN 3-923763-90-5

**Christoph Eibl**  
**Gold**

Der Autor, im institutionellen Edelmetallgeschäft tätig, erläutert die reiche Produktvielfalt rund um die Goldanlage, beschreibt die wichtigsten 20 geographischen Märkte und geht auf die derzeit bedeutendsten Handelsstrategien ein.

**Cash.-Fazit:** Ein umfassender Überblick über den globalen Goldmarkt, verständlich und sehr informativ. Lesenswert. ol

■ FinanzBuch Verlag, 199 Seiten; 29,90 Euro; ISBN 3-89879-115-7

**Reinfried Pohl**

**„Ich habe Finanzgeschichte geschrieben“**

Falscher Titel, falsches Foto. Reinfried Pohl, der profilierteste deutsche Finanzdienstleister, hat sicherlich weniger Finanz- als vielmehr Vertriebsgeschichte geschrieben.



Das Titelfoto hätte deshalb durchaus das einer strahlenden Nummer Eins sein sollen, nicht das mit dem ernsten Staatsmann-Blick. Pohl liefert auf die von Hugo Müller-Vogg gestellten sensiblen, allerdings nicht investigativen Fragen guten Einblick in seine Vita – eine bemerkenswerte Dokumentation darüber, was Zielstrebigkeit, Wertebewahrung und harte Arbeit ausmachen und bewirken können. Pohl ist weder Guru noch Anführer. Er ist Macher. Die Pohl-Messages im Buch stehen nicht fett oder kursiv, sondern zum Teil subtil in Nebensätzen. Selbstkritik kommt nicht auf. Inso-

fern ist die Pohl-Karawane längst seit Dekaden „stur“ unterwegs, Kritik ist lange verhallt. Pohl lehnt sich nicht wohlwollend (er ist 77!) mit staatstragenden Sätzen zurück, sondern attackiert die Wettbewerber. Er macht klar, dass sein Erfolg auf konsequenter Umsetzung der eigenen Pläne, konservativen Grundpositionen und Weglassens jeglichen Schicki-Mickis basiert.

**Cash.-Fazit:** Pohl lüftet keine Geheimnisse, liefert aber ein Kompendium, wie's geht, sich zu einem der bedeutendsten Unternehmer der Nachkriegszeit hochzuarbeiten. Eine wichtige Lektüre. dj

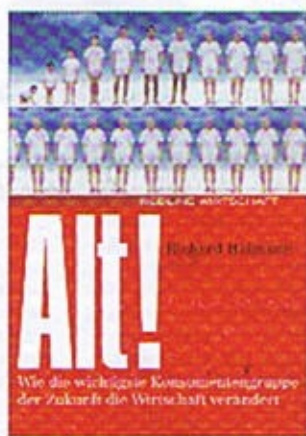
■ Hoffmann und Campe, 224 Seiten; 17,95 Euro, ISBN 3-455-09505-4

**Richard Haimann**

**Ait!**

Anhand vieler Beispiele aus der Praxis beschreibt Richard Haimann die Auswirkungen weltweit sinkender Geburtenraten auf die Wirtschaft und die Unternehmen. Das Ziel des Wirtschaftsjournalisten ist es, Unternehmen „demographiefester“ zu machen. Sie sollen die Risiken kennen, aber auch die Chancen nutzen, die der demographische Wandel offenbart. Denn noch richten sich Werbe-

und Marketingstrategien fast ausschließlich an die junge Generation. Laut Haimann



haben Unternehmen kaum eine Ahnung, worum es reifen Menschen geht. Dabei ist es doch ganz einfach: „Wer für die Jugend konstruiert, schließt das Alter aus. Wer für das Alter konstruiert, schließt die Jugend ein“.

**Cash.-Fazit:** Auch die Finanzbranche kann von diesem Buch profitieren. In puncto Vertriebschulung für die Zielgruppe 50 plus herrscht noch Nachholbedarf. nk

■ Redline Wirtschaft, 216 Seiten; 17,90 Euro, ISBN 3-636-01164-2

**Karl-Werner Schmitz**

**Haptisches Verkaufen**

An seinen Erfolg muss sich der Verkäufer herantasten –



das ist der Rat des Autors, der anhand vieler Beispiele erklärt, was unter haptischem Verkaufen zu verstehen ist. Hintergrund ist, dass die Akquisition von Neukunden mit der steigenden Informationsflut schwieriger wird. Im Verkaufsgespräch sollte der Kunde daher stets gezwungen sein, Dinge anzufassen, um sich später noch daran zu erinnern. Zu den weitgehend abstrakten Finanzdienstleistungsprodukten könnte dem Kunden zum Beispiel Anschauungsmaterial an die Hand gegeben werden. Die Materialien greifbarer machen und so das Kundenverständnis

fördern, mache haptisches Verkaufen unter anderem aus. Schmitz bezieht sich aber nicht nur auf die Gestaltung des Verkaufsgesprächs, sondern gibt mit Hilfe einiger Abbildungen zusätzlich Tipps für die Gestaltung von Büroräumen und Visitenkarten. Kurzzusammenfassungen der wichtigsten Fakten werden optisch hervorgehoben.

**Cash.-Fazit:** Das Buch liefert eine Menge konkreter Vorschläge zur Verwirklichung der Grundsätze haptischen Verkaufens. sp

■ Redline Wirtschaft, 216 Seiten; 24,90 Euro, ISBN 3-478-25580-5