

Auswahl Rezensionen zu Veröffentlichungen von Prof. Dr. Martin-Niels Däfler

Stand: 2012-01-01

Süddeutsche Zeitung Nr. 174 vom 31.07./01.08.1999, S. V1/1

BÜCHER IM BLICK

MARTIN-NIELS DÄFLER: *Wie attraktiv ist mein Unternehmen? Leitfaden zur Ermittlung der Unternehmensattraktivität.* FAZ-Buch-Verlag, Frankfurt a.M. 1999, 237 Seiten

Endlich ein Vordenker, der nicht die neuesten psychologischen Erfolgsformeln aus den USA oder Fernost herunterbetet, sondern die schnöde Realität als Bezugsrahmen seiner Analysen heranzieht. Däflers Selbstprüfung ermittelt eine Gesamtnote für die eigene Unternehmensattraktivität. Ins Blickfeld rücken deshalb zuallererst die „Wünsche, der an einem Betrieb interessierten Parteien“. Einem Unternehmen geht es nämlich nur so lange gut, wie es auch seiner Umwelt gut geht. Genauer gesagt den beteiligten Menschen. Däflers erster Ratschlag für die beteiligten Akteure lautet daher, pfleglich miteinander umzugehen: „Weg vom egoistischen Denken, hin zu einem altruistischen Handeln“. Der verbissene Manager, der nur an Kostensenkung und Produktivitätssteigerung denkt, ist passé. Vielmehr hat er seine Umwelt im Visier: Lieferanten, Staat, Öffentlichkeit, Kapitalgeber, Anteilseigner, Kunden und Mitarbeiter.

Ein jedes Unternehmen soll, so Däfler, danach trachten, allen zu gefallen. Die Kriterien dieser umfassenden Wohlfühlprüfung werden klar und kompakt vorgestellt. Am Schluß wird ein Attraktivitätszeugnis ausgestellt, wobei Kunden-, Mitarbeiter- und Anteilseignerattraktivität dreifach zählen, der Rest jedoch nur einfach. In Tabellenform sind alle Dimensionen für eine Bestandsaufnahme im zweiten Teil des Buches übersichtlich aufgelistet. Hinzu kommen noch Musterbögen für Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterbefragung.



Der gesamte Befund hängt natürlich sehr davon ab, „die Bewertung so objektiv und sachlich wie möglich durchzuführen“. Schummeln oder rosarote Brille helfen bei der Bestandsaufnahme nicht weiter.

Fazit: Ein überaus origineller Leitfaden einer unternehmerischen Eigenbewertung – realitätsnah, übersichtlich und erstaunlich umfassend. Die dahinterstehende Geisteshaltung, im Sinne eines gewinnbringenden Miteinanders die Attraktivität eines Unternehmens zu erhöhen, ist wohlthuend im alltäglichen Hauen und Stechen um Kostenminimierung und Outsourcing.

fliz

Manager Magazin, Heft Nr. 7, Juli 1999, S. 198

So geht's steil nach oben

Unternehmensberater – kein Beruf ist begehrter.
Heinz Metzen stellt die besten Bücher für die Karriere in der Consulting-Branche vor.

Es ist für Consultants nicht einfach, sich auf die Untiefen ihres heiklen Geschäfts vorzubereiten. Däfler und Rexhausen helfen dabei. Sie beleuchten beinahe alle Konfliktherde, die eine Beziehung zwischen Beratern und Beraten belasten können.

An erster Stelle rangiert die tägliche Gewissensfrage: „Bringe ich meinen Kunden tatsächlich einen Vorteil, und erfülle ich die Erwartungen?“ Leider können sich beide Kriterien durchaus widersprechen.

Hier hilft den Beratern nur eins: selbst von dem Wein zu trinken, den sie ihren Klienten einschenken. Kundenzufriedenheit lässt sich erfragen, und Kundennutzen kann argumentativ gestützt werden – entsprechende Tools bietet das Buch.

Auch für die Beraterklientel ist das Buch nützlich. Auf gut hundert Seiten bieten die Autoren die Basis für ein umfassendes Beratungsprozess-Controlling. Das könnte die Professionalität der Beraterbranche deutlich verbessern.

Thesen:

- Viele Firmen fühlen sich von Beratern über den Tisch gezogen.
- Schuld an diesem Bild haben weniger die schwarzen Schafe unter den Consultants als vielmehr die Konzeptlosen unter den Klienten.



MARTIN-NIELS DÄFLER/DANIEL REXHAUSEN:
„Gut beraten! Erfolgreiches Consulting für Berater und Kunden“;
Gabler, Wiesbaden 1999,
237 Seiten,
68 Mark.

- Versuch und Irrtum als Lernanreize können im Beratungsgeschäft teuer werden. Billiger ist ein einfaches Projektcontrolling.
- Beratungscontrolling beruht auf Informationen, Vereinbarungen und Kontrollen – hier hilft der Ratgeber mit konkreten Tips und verschiedenen Checklisten.

Uni Magazin, Heft Nr. 10, Oktober 2005, S. 35

MEDIEN

Schreibtipps

Die wichtigsten Regeln für einen guten Schreibstil sind als handliches Karteikartensystem erhältlich.

Egal, ob Biologie, Betriebswirtschaftslehre oder Bauingenieurwesen: In allen Fachrichtungen müssen Studierende Seminar-, Diplom- oder Magisterarbeiten verfassen und Inhalte klar gegliedert und verständlich formuliert zu Papier bringen. Eine Aufgabe, mit der sich viele schwer tun, denn weder an der Schule noch an der Uni wird das Handwerkszeug hierfür gelehrt. Der Wirtschaftsjournalist Dr. Martin-Niels Däfler versucht nun, Abhilfe zu schaffen. Er erstellte 44 Regeln für gutes Schreiben und druckte sie auf handliche Karteikarten. Die Vorderseiten der Karten zeigen witzige Illustrationen; auf der Rückseite

wird anschaulich und knapp erklärt, warum es zum Beispiel wichtig ist, auf zu lange Einschübe zu verzichten oder möglichst positive Formulierungen zu verwenden. Mit seinen Karteikarten beantwortet der Autor vier Fragen: Wie gehe ich beim Verfassen von Texten am besten vor? Wie formuliere ich verständliche Texte? Wie schreibe ich stilsicher? Wie gestalte ich meine Texte übersichtlich und leserfreundlich?

Die Karteikarten „Gutes Schreiben – Die 44 wichtigsten Regeln“ sind im PX-C Verlag erschienen, kosten 14,80 Euro und sind über den Buchhandel oder beim Verlag erhältlich.

Martin-Niels Däfler

Gutes Schreiben Die 44 wichtigsten Regeln



Weitere Informationen:
PX-C Verlag
Dr. Martin-Niels Däfler
Frühlingstraße 8
63869 Heigenbrücken
Tel. 0 60 20/97 33 33
E-Mail: mn@däfler.de
http://www.px-c.com