Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 82 (1975)

Heft: 2

Buchbesprechung: Literatur

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Literatur

So wirbt man systematisch – Durch die richtige Werbekonzeption zum Werbeerfolg – Helmut Fried – SKV-Taschenbuch Nr. 41 – 114 Seiten, mit Tabellen und Skizzen, Fr. 6.– – Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, Zürich, 1974.

Unter der Vielzahl von Veröffentlichungen zum Thema Werbung gibt es nur wenige, die sich speziell mit der Werbekonzeption befassen, obschon es sich dabei um eine zentrale Aufgabe handelt. Die Werbekonzeption bestimmt, was die Werbung erreichen soll, wen sie erreichen soll, wie die Werbeaussagen zu formulieren und zu gestalten sind, wo und wann geworben werden soll, wieviel das kostet, wie der Werbeplan realisiert und seine Erfüllung kontrolliert wird.

Bei der Erarbeitung einer Werbekonzeption hat man sich mit den folgenden sieben Problemkreisen zu befassen:

— Bestimmung des Werbeziels
— Definition der werblichen Zielgruppen
— Formulierung der Werbebotschaft
— Werbeträgerauswahl und Werbeträgereinsatz
— Bestimmung des Werbebudgets
— Organisation der Werbeplanung
— Werbekontrolle.

Diese sieben Problemkreise werden in dem Taschenbuch eingehend behandelt, und der Verfasser zeigt, wie man durch die richtige Werbekonzeption zum erwünschten Werbeerfolg gelangen kann.

Betriebsorganisation für jedermann – Aufgabengliederung und Arbeitsabläufe rationell gestaltet – Heinz Zbinden – SKV-Taschenbuch Nr. 40 – 128 Seiten mit vielen Illustrationen, Fr. 6.– – Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, Zürich, 1974.

Klappt es in einem Betrieb und läuft die Arbeit rund, liegt es an der Organisation. Ist das Gegenteil der Fall, liegt es auch an der Organisation. Jedermann spricht von Organisation, nicht wenige jedoch verwechseln sie mit Disposition oder gar Improvisation. Obschon jede Unternehmung, soll sie richtig funktionieren, ein Minimum an Organisation benötigt, existiert dieses Fach in den meisten Ausbildungslehrgängen nicht, und das fehlende Organisationswissen lässt in vielen Betrieben die Improvisation wuchern.

Diese Wissenslücke zu schliessen, ist das Anliegen dieses Taschenbuches. Der Band stellt eine kurzgefasste, gut verständliche und praxisnah geschriebene Einführung in die Unternehmungs- und Betriebsorganisation dar und vermittelt das auf allen betrieblichen Rangstufen erforderliche organisatorische Basiswissen. Unter Weglassung entbehrlicher Theorien behandelt er Arbeitsteilung und Aufgabengliederung, Stellenbildung und Instanzenaufbau, Kommunikationswege und Arbeitsabläufe. Der Leser wird mit den elementaren Begriffen der Betriebsorganisation so vertraut gemacht, dass er sich bei seiner täglichen Aufgabenerfüllung organisationsgerecht verhalten kann und auch zu erkennen vermag, wo Organisationslücken ihm die Arbeit unnötig erschweren.

Schwierigkeiten im Verkauf überwinden – Bessere Verkaufsergebnisse durch richtiges Vorgehen – Harry H. Holzheu – SKV-Taschenbuch Nr. 45 – 128 Seiten, Fr. 6.– – Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, Zürich, 1974.

Als der Verfasser das Manuskript zu diesem Taschenbuch schrieb, ahnte er wohl kaum, wie rasch Titel und Inhalt aktuell werden sollten. Der wirtschaftliche Umschwung in den letzten Monaten stellt ganz unvermittelt manchen Verkäufer vor eine neue Situation und konfrontiert ihn mit der Frage, wie er seine Schwierigkeiten im Verkauf überwinden kann.

Wie bereits in seinem früheren Band wartet der Verfasser auch diesmal nicht mit fertigen Rezepten auf. Aus seiner eigenen Praxis als Verkaufsleiter und Verkaufstrainer weiss er nur zu gut, dass selten eine einzige Ursache schuld am mangelnden Verkaufserfolg ist. Meistens sind es mehrere Faktoren, die in immer wieder anderen Kombinationen auftreten und denen man nicht mit «Patentrezepten» beikommen kann.

Harry H. Holzheu geht davon aus, dass er Verkauf nicht eigentlich schwieriger, sondern vor allem anders geworden geworden ist. Wer als Verkäufer das nicht zu erkennen und sich nicht anzupassen vermag, für den wird das Verkaufen zwangsläufig schwieriger. Da der Verkäufer weder seine Kunden noch die Marktlage ändern kann, gibt es für ihr nur zwei Möglichkeiten: Resignieren und sich mit geringeren Umsätzen zufrieden geben oder sich der neuen Situation anpassen. Wie dieses Anpassen zu geschehen hat, erläutert der Verfasser in den folgenden Kapiteln:

— Erkenne dich selbst
— Besuche vereinbaren ist schwierig
— Der Kunde will nicht zuhören
— Wir sind zu teuer
— Der Kunde will Rabatt
— Geben Sie auch zu früh auf?
— Kunden-Reklamationen müssen ernst genommen werden
— Der Aussendienst-Mitarbeiter benötigt die Unterstützung der Firma.

Das Taschenbuch ist nicht nur ein ausgezeichneter Leitfaden für Neulinge im Verkauf, sondern es gibt auch erfahrenen Verkäufern viele nützliche Anregungen, und zwar vor allem deshalb, weil Holzheu immer wieder die kritische Ueberprüfung der eigenen Verkaufstechnik und deren Anpassung an die Bedürfnisse der Kunden und Einkäufer verlangt. Er zeigt, wie man die Ursachen der Schwierigkeiten erkennen und wie man sie überwinden kann. Dabei weicht er auch heissen Eisen wie Preisdiskussionen und Rabattwünschen nicht aus, sondern erläutert, wie solche Diskussionen analysiert werden müssen, um auf den wahren Kern vorzustossen und dem Kunden den Weg zum Entschluss und damit auch zum Kaufabschluss ebnen zu können.