

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 97 (1990)

Heft: 12

Rubrik: SVT-Forum

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: 08.02.2026

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

FORUM FORUM FORUM FORUM
FORUM FORUM FORUM FORUM FORUM
FORUM FORUM **FORUM** FORUM FORUM
FORUM FORUM FORUM FORUM FORUM
FORUM FORUM FORUM FORUM FORUM

SVT

Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

SVT-Weiterbildungskurse 1990/91

Kurs Nr. 3 Computereinsatz im Aussendienst

Bereits zum dritten Mal fand dieser erfolgreiche Kurs statt. Computer gehören heute als Arbeitswerkzeug in allen Unternehmensbereichen zur Standardausrüstung. Nicht zuletzt darum konnte Kursleiter Walter Hermann wiederum 15 Teilnehmer (Maximumzahl) begrüßen. Einerseits ging es darum, den Kursteilnehmern eine Einführung in PC (Personal Computer) und Lap-Tops (tragbare Systeme) zu geben. Andererseits und als Ergänzung zum letzjährigen Kurs wurde neben dem Softwaresystem Sales-Star auch das Umfeld des eingesetzten Computers genauer betrachtet. So gesehen wird der Computer im Aussendienst zum eigentlichen Verkaufsinformationssystem, VIS.

Walter Hermann und Mitorganisator Cornel Kaufmann von der Protecdata AG gliederten die Tagung in acht Teilbereiche, die im folgenden näher beschrieben sind.

1. Eingliederung des Themas in das Marketingkonzept



Das Ziel des VIS im Bereich «Kommunikationspolitik» ist die Optimierung der klassischen Aufgaben des betrieblichen Aussendienstes. Dies sind:

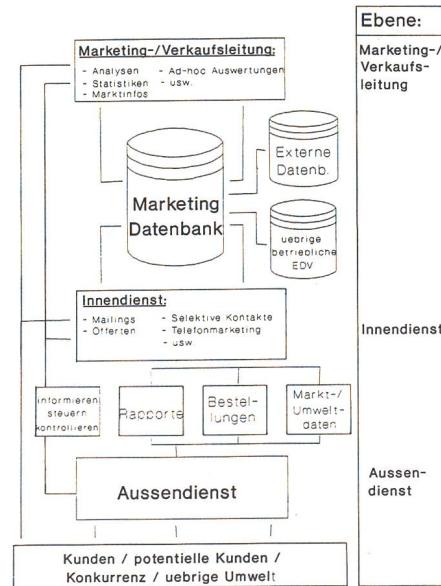
- das Suchen von potentiellen Kunden («search»)
- das Besuchen dieser Kaufinteressenten («contact»)
- die Pflege der Beziehung zwischen Lieferant und Kunde («maintain and establish buyer-seller-relations»)
- die Sammlung von Informationen («collect informations»)

2. Die Ausgangslage (Ist-Situation)

Folgende Faktoren müssen bei dieser Analyse in Betracht gezogen werden:

- Die Kostenentwicklung
- Die Face-to-Face-Zeit
- Das anfallende Datenmaterial
- Der Informationsbedarf/die Reaktionszeit des Aussendientes

3. Das gesamtbetriebliche MIS



4. Die Hardwaremöglichkeiten

Die Hardwaremöglichkeiten für ein Verkaufsinformationssystem (VIS) im Aus- sendienst sind heute weit gefächert. Vom leichten Handheld Computer bis 2,5 kg über Lap-Tops werden auch transporta-

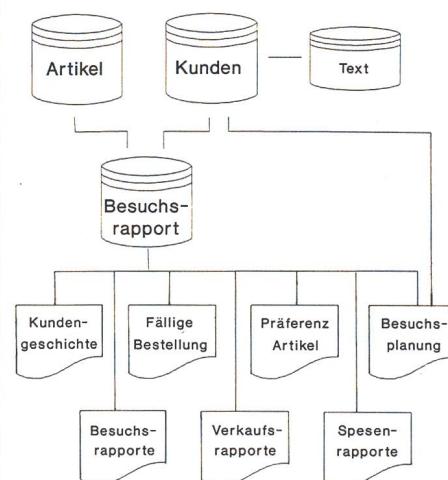
ble Computer bis 15 kg Gewicht angeboten. Je nach den Anforderungen müssen die Kapazität, das Betriebssystem, der Bildschirm und nicht zuletzt der Preis in Betracht gezogen werden. Diese liegen von Fr. 200.- bis Fr. 10'000.-.

5. Die Grundanforderungen

Die Software für den Aussendienst muss folgende Punkte erfüllen:

1. Der Aufbau der Software muss übersichtlich und logisch sein.
2. Die Bedienung muss benutzerfreundlich sein.
3. Die Software muss ein integriertes, kontextbezogenes Handbuch enthalten.
4. Begriffe müssen klar abgegrenzt werden.
5. Die Software muss auf die betriebsspezifischen Eigenschaften angepasst werden.
6. Die Eingabedaten müssen parameterisierbar sein.

6. Das Softwarekonzept



7. Die Einführung

Für die erfolgreiche Implementierung eines VIS im Aussendienst sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

1. Auf das bestehende Kompetenzgefüge muss Rücksicht genommen werden.

2. Im Projektteam für die Konzeption eines VIS im Aussendienst müssen alle betroffenen Ebenen/ Abteilungen einbezogen werden.
3. Der Aussendienst muss motiviert werden.
4. Der Aussendienst und alle betroffenen Personen müssen geschult werden.
5. Vor der Einführung ist ein Testeinsatz in einem Verkaufsgebiet durchzuführen.
6. In der Einführungsphase müssen die Daten vermehrt auf ihre Validität geprüft werden.

Ausgereifte Programmierung

Walter Hermann, Fachlehrer und Computerspezialist der STF, hatte den Kurs zusammen mit Cornel Kaufmann vorbereitet und auf die Bedürfnisse der Textiler zugeschnitten. Das gezeigte Programm lässt auch für den verwöhnten Benutzer keine Wünsche offen. Computerprogramme sind immer so gut, wie sie benutzerfreundlich bzw. einfach zu handhaben sind. Sales-Star ist benutzerfreundlich. Menügesteuert, mit einem beschreibenden Funktionstastensystem, ist falsches Eingeben und manipulieren praktisch unmöglich. Schritt für Schritt kann sich der Anwender ins Programm einarbeiten.

Das Programm ist auf die Bedürfnisse des Verkäufers und Aussendienstmitarbeiters zugeschnitten. Der Blick auf das Hauptmenü zeigt dies deutlich:

Hauptmenü

- a) Kundenbesuch
- b) Letzte Kundenbezüge
- c) Letzte Kundenbesuche
- d) Besuchsplan
- e) Fällige Bestellungen
- f) Spesen/Kilometer

- g) Besuchsrapport
- h) Ausgabe Verkäufe
- i) Kundenstamm
- k) Artikelstamm
- l) Monatsumsatz Vertreter
- m) Monatsumsatz Vertreter
- n) Textverarbeitung
- o) Serienbriefe
- p) Etikettenausdruck
- q) Parameter
- r) Datensicherung

Besuchsplan

Kundenkontakte sind das A und O des erfolgreichen Verkaufs, ein reibungsloser Informationsfluss ist hier von besonderer Wichtigkeit. Aus der Kundenstamm-Datei übernimmt der Besuchsplan alle wichtigen Informationen. Die Organisation des Kundenstamms ist so ausgebaut, dass selbst grosse Datens Mengen keine Probleme verursachen.

Wissensvorsprung

Der Computer gibt nicht mehr zurück als seine gespeicherten Daten. Sind alle Daten erfasst, können diese problemlos von einem Block in den anderen übernommen werden. Was heißt das? Zum Beispiel können die einmal gespeicherten Stammdaten wie die Adresse des Kunden für alle anderen Sektoren übernommen werden, das ewige Eintippen entfällt. Mit der gleichen Adressliste können auch Serienbriefe, Besuchspläne usw. erstellt werden. Der Datentransfer ist gesichert und problemlos zu handhaben.

Der Einsatz von Computern im Bürobereich ist heute schon weit verbreitet. Die Schweiz gehört zu den Ländern mit der grössten Dichte an Personal Computern (PC). Durch den Einsatz von Sales Star erhält der Aussendienst eine nicht zu unter-

schätzende Effizienzsteigerung, Voraussetzung sind geeignete, tragbare Geräte. Konsequent angewendet hat der Anwender mit Sales-Star immer die aktuelle Situation bereit, so zum Beispiel Lager- oder Preislisten. Die Vorteile sind enorm. Von einem Stammcomputer (Host) können die Daten in die entsprechenden Personalcomputer oder Laptops (tragbare Geräte) eingespeist werden. Dabei kann der Datenfluss genau gesteuert werden, es ist nicht nötig, und manchmal auch nicht erwünscht, alle verfügbaren Daten zu transferieren. Der Empfänger kann mit einem Passwort nur soviel Information übertragen, für die er berechtigt ist. Unfug ist bei richtiger Absicherung nicht möglich.

JR

Neue SVT-Mitglieder

Herzlich willkommen heißen wir folgende Neumitglieder in der SVT:

Dagmar Binninger
Buenstrasse 56
8600 Dübendorf

Hans-Beat Elsaesser
c/o Elsaesser Maschinenhandels AG, Eystrasse 64
Postfach 508
4322 Kirchberg

Hans-Peter Falthansl
Oberthal 18
A-4223 Katsdorf

Peter A. Gunz
Stiegackerstrasse 4
8362 Balterswil

Andreas Hellwig
Buenstrasse 56
8600 Dübendorf

Peter Poppe
v.O. Camponovo
6832 Pedrinate

Dorothee Sprüngli
alte Landstrasse 27
8803 Rüschlikon

Armin Tobler
Untere Weidstrasse 12
6343 Rotkreuz

Markus Waldesbühl
Pilatusstrasse 2
8915 Hausen a.A.

Ausdruck Kundenstamm

PROTECDATA-Demo KUNDENSTAMM erfassen/mutieren Datum: 02. 06. 89

Kurzbezeich.	:	MEIERZUERI	Eintritt	:	27.03.89										
Kunden-Nr.	:	4	Mögl. Umsatz Fr.	:	0										
Anrede	:	Firma	Mögl. Umsatz St.	:	0										
Name/Vorname	:	Hans Meier AG	Konditionen	:	1										
Beruf/Branche	:	Schreinerei	Kundenrabatt	:	0%										
Strasse	:	Aargauerstrasse 44													
PLZ/Ort	:	8005 Zürich													
Betreut durch	:	C. Kaufmann													
Telefon-Nr.	:	01/632'44'44													
Besuchsfrequenz	:	50 Tage													
Besuchszeit	:	11.00 Uhr													
Bestellfrequenz	:	60 Tage													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: left; padding: 2px;">Konditionen:</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">Nr.</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">Bezeichnung</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">1</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">30 Tage 2% Skonto</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">2</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">10 Tage rein netto</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">3</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">60 Tage rein netto</td> </tr> </table>						Konditionen:		Nr.	Bezeichnung	1	30 Tage 2% Skonto	2	10 Tage rein netto	3	60 Tage rein netto
Konditionen:															
Nr.	Bezeichnung														
1	30 Tage 2% Skonto														
2	10 Tage rein netto														
3	60 Tage rein netto														

F1
Hilfe

F6
Auswahl

F9
Menue

F10
Ende

Wir freuen uns, diese neuen Mitglieder in der SVT begrüßen zu dürfen.

Kurs Nr. 5 **Hochleistungsspinnen** **und Automatisierung –** **Perspektiven** **für die 90er Jahre**

Kursorganisation
SVT, Martin Bösch, 8808 Pfäffikon

Kursleitung:
Werner Klein, Rieter Spinning Systems

Kursort:
Maschinenfabrik Rieter AG, Winterthur

Kurstag:
Freitag, 18. Januar 1991
9.00 – 16.30 Uhr

Programm:

- Technologische und physikalische Grenzen
- Qualitätsanforderungen bei der Weiterverarbeitung (Stricken / Weben)
- Realisierte Automatisationskonzepte (Robofil u.a.)
- Modell Mill – Philosophie

Kursgeld:
Mitglieder SVT / SVF / IFWS Fr. 100.-
Nichtmitglieder Fr. 120.-

Verpflegung inbegriffen

Zielpublikum:
Technisches und kaufmännisches Kader aus den Bereichen Garnezeugung, Garnhandel, Strickerei und Weberei

Anmeldeschluss:
4. Januar 1991

Kurs Nr. 6 **Edelhaare** **in der Textilindustrie**

Kursorganisation
SVT, Urs A. Arcon, 8400 Winterthur

Kursleitung:
Helmut Heckel, 4106 Therwil
Direktor der Firma J. F. Müller & Co. AG

Kursort:
Schweizerische Textil-, Bekleidungs- und Modefachschule Wasserwerkstrasse 119, 8037 Zürich

Kurstag:
Montag, 4. Februar 1991
9.00 – ca. 16.00 Uhr

Programm:

- Edelhaare: Cashmere, Alpaka, Angova, Mohair, Camelhair
- Herkunft
- Gewinnung
- Verarbeitung
- Handelstechnik
- Modetrends
- Preisentwicklung

Kursgeld:
Mitglieder SVT / SVF / IFWS Fr. 100.-
Nichtmitglieder Fr. 120.-

Verpflegung inbegriffen

Zielpublikum:
Kaufleute im Ein- und Verkauf, Designer, Fachpersonal und Lehrbeauftragte

Anmeldeschluss:
30. Dezember 1990

Textile Plakat-Auktion

Papier hat gegenüber der Computerinformation einen gewaltigen Vorteil: Dokumente bleiben mehr oder weniger erhalten. Dies gilt auch für Plakate vergangener Zeiten.

Der Zürcher Auktionator Guido Tön versteigerte am 13. 10. 1990 eine ganze Reihe Plakate von 1910 bis in die Gegenwart. Die erste Hälfte der Auktion war allgemeinen Themen wie Produkterwerbung oder dem Tourismus gewidmet.



Plakat aus dem Jahr 1912 von Mangold Burkhard, «4 Jahreszeiten», Grösse: 107 x 76 cm. Bild: Tön

Textile Plakate

Nach der Pause kamen über 170 Exponate aus der Modewelt zur Auktion. Die älteren Leser erinnern sich sicher an Sujets wie den Hund mit dem Stock von Fein-Kaller, oder an das Schäfchen von Truns. Eine ganze Serie der verkauften Stücke wurden von so berühmten Namen wie Alois Carigiet oder Hans Erni gezeichnet. Die Preise bewegten sich von Fr. 80.- bis mehrere Tausend Franken.

Für den textilen Besucher besonderes interessant war eine grosse Zahl von Plakaten des weltweit bekannten Modehauses Grieder, Zürich. Die teuerste der bis ins Jahr 1910 zurückgehenden Affichen erreichte einen Preis von Fr. 5500.-

JR