

Dem Kunden auf der Spur Marketing für Kleinbetriebe

Dieses Büchlein bietet eine Exkursion mitten hinein in die tägliche Marketingpraxis. Ausgehend von den Grundzügen geht der Autor auf alle wesentlichen Einzelbereiche ein – immer aus der Sicht von Klein- und Mittelbetrieben.

Ob es sich um Produktideen, Datenauswertung, Verpackungsfragen, Werbetexte, Korrespondenz oder Messen handelt, auf alle Detailfragen werden Antworten gegeben. Das zeigen zahlreiche Bei-



spiele, Anregungen und Checklisten, die immer wieder Vergleiche mit der eigenen Geschäftspolitik erlauben. Es kommt dem Autor vor allem darauf an, zum praktischen Marketingdenken hinzuzuführen. Ein durch und durch praxisorientiertes Buch und ein Leitfaden für jeden, der im harten Konkurrenzkampf bestehen und sich am Markt erfolgreich durchsetzen will.

Dr. Heinz Schwalbe: Marketing-Praxis für Klein- und Mittelbetriebe, 308 Seiten, Rudolf Haufe Verlag, Freiburg, 44,80 DM, Fax (07 61) 3 68 39 00, <http://www.haufe.de>

Wertvolle Informationsquelle Sanco – das Glasbuch

Frisch aus der Druckerpresse gibt es vom Isolierglashersteller Sanco ein Nachschla-



gewerk zum Thema Glas am Bau. Darin werden unterschiedliche Aspekte der Glasproduktion, der Isolierglasherstellung und der Verglasung beleuchtet. Das durchgängig mehrfarbige Werk richtet sich an alle Berufe, die Glas am Bau und im Bau planen sowie be- und verarbeiten. Für Studenten, Auszubildende und Fachschüler der verwandten Gewerke ist das Glasbuch ebenfalls ein wertvoller Informationsgeber. In der vorliegenden Ausgabe werden folgende Themen ausführlich behandelt:

- Der Baustoff Glas
- Wärmedämmung
- Schallschutz
- Sonnenschutz
- Sicherheit
- Brandschutz
- Dachverglasungen
- Structural Glazing

- Punktförmige Halterungen
- Sonderausführungen
- Radarreflexionsdämpfende Verglasungen
- Entspiegelte Gläser
- Anwendungstechnische Informationen

Nach Angaben der Sanco-Beratungszentrale wird das Glasbuch im 2-Jahrestakt aktualisiert.

Jürgen Halbmeyer und Gerald Liske: Das Glasbuch, Sanco Beratungszentrale, Nördlingen, 20 DM, Fax (0 90 81) 2 16 89

Firmenimage steigern

Das 1x1 der PR

Wie ein „Zauberwort“ kursiert der Begriff der Public Relations in aller Munde, ohne daß sich viele konkret etwas darunter vorstellen können. Setzen Unternehmen auf die Möglichkeiten der Public Relations, um Image und Verkaufserfolg zu steigern, so gibt ihnen der Erfolg meistens recht.



Was sich hinter PR – zu deutsch frei mit Öffentlichkeitsarbeit übersetzbar – nun wirklich verbirgt, wie sie sich von Marketing und Werbung abgrenzt und wie auch kleine und mittlere Unternehmen erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit leisten

können, zeigt die Haufe-Neuerscheinung Schritt für Schritt auf.

Claudia Cornelsen: Das 1x1 der PR, 242 Seiten, Rudolf Haufe Verlag, Freiburg, 48 DM, Fax (07 61) 3 68 39 00, <http://www.haufe.de>

Hand aufs Geld

Finanz-Check für Handwerker

Ob als Zulieferer der Großindustrie, als Handwerksbetrieb oder als mittelständische Fabrik – viele Kleinbetriebe haben eines gemeinsam: sie müssen sich permanent mit Auftraggebern, Banken und Finanzämtern auseinandersetzen. Damit man dabei in kaufmännischen Belangen die Übersicht behält, bietet sich die kleine Ratgeberreihe „Kleinbetrieb kompakt“ an. Der dort erschienene „Finanz-Check für Handwerker“ informiert über:

- Steuerersparnisse durch die richtige Rechtsform
- Steuertricks, um Mitarbeiter zu motivieren
- Betriebsausgaben, um alle wirklich zu nutzen
- die Sicherung der Außenstände vor der Insolvenzreform

oder auch

- ein wirksames Vorgehen gegen einfallsslose Berater.

Dieses Buch formuliert verständlich zahlreiche Tips und Fallbeispiele, die im Handwerksbereich weiterhelfen.

Harald Klein: Finanz-Check für Handwerker, 224 Seiten, Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter, Frankfurt, 24,80 DM, Fax (0 69) 58 09 05 10, office@wcu.ueberreuter.com, <http://www.ueberreuter.com>