

01.06.2005

**BUCHTIPP**

**Erst denken, dann reden und handeln**



**Klaus J. Stöhlker**  
**Denken Reden Handeln**

Orell Füssli Verlag,  
 Zürich 2005  
 192 Seiten, gebunden  
 ISBN 3-280-05119-3

Der Niedergang grosser europäischer Konzerne sowie Tausender von KMU, die dem globalen Wettbewerb nicht standhalten, hat viele Ursachen. Eine der entscheidendsten ist der Einsatz US-amerikanischer Formen des Marketings. Mit diesem «naiven Marketing», das auf einer einzigen Materialschlacht unter Einsatz enormer Mittel be-

ruht, können europäische Unternehmen nicht mithalten. Es führt zur Konzentration in der Wirtschaft, begünstigt einseitig das Investment Banking und hat ein dauerhaftes Verschwinden der KMU zur Folge.

Euro-Kommunikation nennt Stöhlker das Konzept, das er diesem US-Marketing entgegenstellt. Es basiert auf zielgruppenorientierten Instrumenten der Kommunikation. Es zeigt Wege aus der Falle des mengenorientierten und nur pekuniären Marketings. Stöhlker ergänzt seine Überlegungen und Analysen mit solidem Werkzeug für die Praxis. Er bietet PR-Instrumente, zugeschnitten auf verschiedene Medienarten, wie Internet, TV, Radio, Printmedien oder Hauszeitung und zeigt anhand zahlreicher Beispiele, wie eine ganzheitliche Kommunikation in der Praxis sinnvoll umgesetzt wird. (kbo)