

Bücher von Zolliker Autoren

Klaus J. Stöhlker:

Denken, reden, handeln

P. R. «Euro-Kommunikation» nennt *Klaus J. Stöhlker* das Konzept, das er dem US-Marketing entgegenstellt. Es basiert auf bewährten, zielgruppenorientierten Instrumenten der Kommunikation und zeigt Wege aus der Falle des mengenorientierten, nur pekuniären Marketings. Der Autor über seinen Ansatz: «Wer die US-Konzerne besiegen will, muss ihre besten Marketingtechniken anwenden, denn es ist unvermeidlich, dass «numbers» zählen. Aber wer die Zahlen alleine zum Gott der Wirtschaft macht, geht nur auf einem Bein vorwärts. Europäische Firmen können dem – als Gegenwaffe – ihre eigene Corporate Culture entgegensetzen, ihre Unternehmenskultur, die explizit als europäische verstanden werden muss.» Stöhlker ergänzt seine Überlegungen mit solidem Werkzeug aus der Praxis. (Orell Füssli Verlag, Zürich 2005)