



Buchtipps

„Der Computer denkt, der Mensch lenkt“, heißt es angelehnt an Brecht-Zitat und Bibelvers zum Titel „Professionelle Intelligenz“. Der ehemalige IBM-Cheftechnologe Gunter Dueck widmet sich darin dem, „worauf es morgen ankommt“, erklärt der Untertitel. Immer mehr Wissen wandere in Systeme: „Wir haben Prozesse zu steuern und Probleme zu lösen.“ Menschen bleibe die Intelligenz des Handelns in Führung oder die Intelligenz der Sinnlichkeit für Marketing, Werbung und Verkauf. ←



Eichborn, Frankfurt 2011, 256 Seiten, 19,95 Euro, ISBN 978-3821865508

In der Praxis entwickelt sich der Vertrieb zum entscheidenden strategischen Akteur, der maßgeblich Einfluss auf Kundenwahrnehmung und Unternehmenserfolg ausübt. Im „Handbuch Vertriebsmanagement“ schildern die Herausgeber Christian Homburg und Jan Wieseke mit weiteren Autoren drängende Herausforderungen und skizzieren, wie Unternehmen aus der Chemie-, Energie- oder Pharmabranche diesen Herr werden können. ←

Gabler Verlag, Wiesbaden 2011, 587 Seiten, 129,95 Euro, ISBN 978-3834919779



Ausschreibung für Marken-Award 2012 läuft

Die absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing und der Deutsche Marketing-Verband (DMV) schreiben zum zwölften Mal den Marken-Award für exzellente Leistungen in der Markenführung aus. Der Marken-Award wird in den Kategorien „Beste Neue Marke“, „Bester Marken-Relaunch“ und „Beste Marken-Dehnung“ vergeben. Die entscheidenden markenstrategischen Weichenstellungen müssen innerhalb der vergangenen vier Jahre erfolgt sein. Bewerben können sich Unternehmen aus allen Branchen und Bereichen der Wirtschaft sowie nicht kommerzielle Organisationen. Die Bewerbungen können stellvertretend auch durch Agenturen und andere Marketing-Dienstleister eingereicht werden. Die Bewerbungsfrist endet am 11. November 2011, die Preisverleihung erfolgt in der „Night of the Brands“ am 13. März 2012 in Düsseldorf. ←



www.marken-award.de



Display-Werbung kann vorab geprüft werden

Sperriges Wort für einen wichtigen Service im Online-Marketing: Mit dem Werbemittelprüftool des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) können Marketingprofis in nur wenigen Schritten kontrollieren, ob ein von ihnen entwickeltes Online-Werbemittel den werbeformspezifischen Vorgaben gemäß OVK-Definition entspricht. Vermarkter, Mediaplaner, Kreativagenturen und Dienstleister im Bereich Grafik- und Webdesign profitieren durch das kostenfreie Tool, indem unnötige Abstimmungsschleifen zwischen den verschiedenen Marktakteuren und den werbungstreibenden Unternehmen überflüssig werden.

Der Prüfprozess testet Display-Werbemittel anhand technischer Spezifikationen. Initiiert wird er entweder über das Hochladen einer Datei als physischem Werbemittel oder über die Eingabe der sogenannten Redirect-URL zu einem Ad-Server. Nach erfolgreichem Test werden die Resultate im Browser angezeigt oder optional als PDF-Report zum Download angeboten. Überprüft werden die Online-Werbemittel auf verschiedene Eigenschaften, technische Parameter und die jeweilige Kompatibilität zu den OVK-Standards. ←

www.bvdw.org



Werbeblock: Fuel Save Ultimate Diesel Tech

Vielleicht kennen Sie diese Situation: Sie haben ein schickes Auto gemietet, müssen tanken und finden nicht den Knopf, der den Tankdeckel öffnet. So etwas sieht immer unangenehm aus, weil Tankstellen nicht unbedingt Orte sind, an denen die wartenden Autofahrer in der Schlange mit Geduld und Großherzigkeit auftreten.

In letzter Zeit aber, so scheint es, ist die Herausforderung beim Tanken noch einmal eine Spur gewachsen. E 10, ja oder nein? Bleifrei oder nicht? 95 Oktan oder mehr? Führerscheininhaber müssen ein hohes Maß an geistiger Frische mitbringen, um an der Zapfsäule erfolgreich zu sein. Selbst der Erwerb von scheinbar konventionellem Kraftstoff hat sich inzwischen zu einer ernst zu nehmenden Disziplin entwickelt. Wer im Herbst 2011 etwa Diesel tanken möchte, muss verstanden haben, was den „Fuel Save Diesel“ an einer Shell-Tankstelle unterscheidet vom „Agip DieselTECH“ oder dem

„Ultimate Diesel“ bei Aral. Ob diese kryptischen Bezeichnungen uns das Leben wirklich erleichtern, sei einmal dahingestellt.

In diesem Lichte jedenfalls bekommt die Marketingidee der Commerzbank eine völlig neue Bedeutung. Wer dort ein Konto eröffnet, bekommt eine großzügige Prämie einschließlich Tankgutschein. Ist das nun eine Belohnung, oder darf man auf den Tankgutschein auch freiwillig verzichten? ←

Prof. Dr. Christoph Moss unterrichtet Journalistik und Medienmanagement an der BiTS Iserlohn. Er ist Autor des Buchs „Vielen Dank für Ihre E-Mail“ und Inhaber der Beratungsfirma „mediamoss“. Für absatzwirtschaft nimmt er die Sprache der Werber unter die Lupe. Sie erreichen ihn unter info@christoph-moss.de.

