

„Immer gute Auftragslage!“ – frommer Wunsch oder machbare Realität? Gabler bringt zweite, aktualisierte Auflage des ungewöhnlichen Marketing-Ratgebers

Eines der verblüffendsten Bücher zum Thema Neukundengewinnung stammt wohl aus der Feder des Marketing-Experten Stephan Gebhardt-Seele. Anwender des darin vorgestellten „Personen-Marketing“ berichten von erstaunlichen Erfolgen. Aktuell ist das Buch in zweiter Auflage und mit umfangreichem Update im Gabler Verlag erschienen.

Von Henrik van Dycke



„Immer gute Auftragslage“ – galt auch für das gleichnamige Seminar, das immer gut besucht war, solange der Autor es anbot. Anschließend hatte er die darin behandelte Methode des „Personen-Marketing“ als Buch veröffentlicht, das 2002 erneut im Gabler Verlag herauskam und nun, wiederum aktualisiert und erweitert, in zweiter Auflage erschienen ist.

„Eigentlich erstaunlich, dass bei schlechter Konjunktur immer nur über Kostensenkung und Personalabbau geredet wird“, sagt Gebhardt-Seele. „Der Fokus müsste doch auf die Akquisition von neuen Kunden und damit auf die Verbesserung der Auftragslage gerichtet sein.“

Brennpunkt seines Buches mit dem selbsterklärenden Titel „Immer gute Auftragslage“ ist eine ebenso einfache wie verblüffende Vorgehensweise, die völlig ohne das unbeliebte telefonische „Kaltkontaktieren“ auskommt. „Ich habe die typische Telefonakquise auch nie leiden können“, so der Autor. „Also habe ich mir vorgenommen, die Sache einfach herumzudrehen, so dass Interessenten bei mir anrufen,

und ich musste nicht mehr Klinkenputzen.“

Gebhardt-Seele wirft in seinem Buch eine ganze Reihe typischer „Lehrsätze“ aus der Werbewelt über den Haufen. Seine Argumentationen sind logisch, leicht nachvollziehbar, und doch gerät der Leser immer wieder ins Schmunzeln über die unerwarteten Wendungen. Der Schreibstil ist amüsant, liest sich flüssig, die Inhalte sind praxisbezogen und informativ. Als Selbständiger (und damit vom Thema Betroffener) kann man das Buch kaum aus der Hand legen.

Der Autor Stephan Gebhardt-Seele ist Inhaber einer Marketingagentur in München und hat in den vergangenen zehn Jahren für mehr als 1000 Unternehmen gearbeitet, darunter Freiberufler, Beratungsfirmen, Werbeagenturen, Handels- und Industriebetriebe aller Branchen und Größen.

Vor dem Hintergrund der anschaulichen Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte, die im Buch beschrieben werden, spricht einiges dafür, dass Gebhardt-Seeles „Personen-Marketing“ bei sehr überschaubaren Kosten tatsächlich für eine „immer gute Auftragslage“ sorgen kann.

Stephan Gebhardt-Seele: „Immer gute Auftragslage“; 272 Seiten, broschiert, Gabler Verlag, 2. ergänzte Auflage 2005, € 29,90 ISBN: 3409219226

Erhältlich bei www.Amazon.de oder im Buchhandel