

Buchbesprechungen

Autor(en): **Knapp, Klaus**

Objekttyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **75 (1997)**

Heft 10

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Internet-Ratgeber

Alexandra Fuzinski, Christian Meyer. Der Internet-Ratgeber für erfolgreiches Marketing. Metropolitan Verlag GmbH, Düsseldorf. 1997. 344 S., geb., DM 84.-, öS 613.30, Fr. 76.-, ISBN 3-89623-084-0.

Das Internet verändert sich ständig. Push-Marketing ist einer der aktuellen Schlüsselbegriffe. Die Autoren befassen sich ausführlich mit diesem Megatrend im Internet. Kleine, auf Service programmierte Agenten und Programme erobern das, was bisher das Internet war, und ermöglichen personalisiertes und unternehmensspezifisch aufgefächertes Marketing mit Rücksicht auf die Privatsphäre des Kunden. Nur der hält den Schlüssel zum Erfolg auf den Märkten der Zukunft in der Hand, der die kaufmännischen und ethischen Strukturen eines Unternehmens überblickt und sie intelligent miteinander vernetzen kann. «Dialogmarketing» ist die Grundlage der neuen Vertriebsformen, die effektive Verbindung von globalem Wirtschaftsdenken und sozialer Kompetenz.

Innovation gewinnt

Roland Müller. Innovation gewinnt. Kulturgeschichte und Erfolgsrezepte. Verlag Industrielle Organisation, Zürich. 1997. 256 S., brosch., DM 68.-, öS 496.-, Fr. 58.-, ISBN 3-280-02609-1.

James Watt wurde mit der Dampfmaschine zum erfolgreichen Unternehmer, Brunelleschi konstruierte die Kuppel des Doms von Florenz und der Arzt William Petty die ersten Katamarane. Solche Leistungen standen selten für sich allein. Manche revolutionierten die soziale Ordnung. Umfeld, Entwicklung, Vorgehen glichen sich nie. Der Autor beschreibt viele Zusammenhänge fundiert mit trefflichen Zitaten. Er zeigt aus verschiedenen Blickwinkeln, dass ohne periodische Innovationen die Menschheit gar nicht überlebt hätte. Der Leser erfährt, wie Innovationen «gemacht» wurden und wie man auch heute dazu kommt. Dieses kleine Handbuch für alle Fragen der Innovation und Kreativität bietet eine geballte Ladung historischen und aktuellen Wissens. Der Autor präsentiert eine Fülle von erstaunlichen Erkenntnissen, wertvollen Anregungen und präzisen Anlei-

tungen. Die chronologischen Literaturverzeichnisse am Schluss des Buches enthalten weit über 1000 Titel zu den Themen Erfindung, Genie, Kreativität und Innovation und decken 500 Jahre ab. Sie zeigen auf einfache Art sowohl die Sachals auch die Sprachgeschichte, aber auch die Bewusstseinsgeschichte Europas.

Discrete H Optimization

C. K. Chui, G. Chen. Discrete H Optimization. With Applications in Signal Processing and Control Systems. Springer Verlag GmbH, Heidelberg. 2nd ed. 1997. XIII, 261 pp. 38 figs., Springer Series in Information Sciences, Vol. 26, Softcover, DM 118.-, öS 861.40, Fr. 104.-, ISBN 3-540-61959-3.

Discrete H[∞] Optimization is concerned with the study of H[∞] optimization for digital signal processing and discrete-time control systems. The first three chapters present the basic theory and standard methods in digital filtering and systems from the frequency-domain approach, followed by a discussion of the general theory of approximation in hardy spaces. AAK theory is introduced, first for finite-rank operators and then more generally, before being extended to the multi-input/multi-output setting. This mathematically rigorous book is self-contained and suitable for self-study. The advanced mathematical results derived here are applicable to digital control systems and digital filtering.

Rhetorik für Manager

Jürgen Thomas. Rhetorik für Manager. Carl Hanser Verlag, München und Wien. 188 S., kart., DM 49.80, öS 364.-, Fr. 39.80.

Weder Fachwissen noch berufliche Position prädestinieren zum guten Redner. Andererseits leben wir in einer Demokratie des gesprochenen Wortes, was vor allem Manager dazu zwingt, ihre Erkenntnisse und Ansichten in wirksamer Form anderen mitzuteilen. Gelegenheit gibt es dazu genug: Von der Betriebsversamm-

lung bis zu Fortbildungsseminaren, von Geschäftssitzungen bis zu Tagungen der Spitzenverbände wird der Manager heute gefordert. Gute Gründe also, sich mit den Methoden auseinanderzusetzen, die einen zum erfolgreichen Redner machen. Thomas weiss, wovon er redet: War er doch im oberen Führungskreis eines Weltunternehmens selbst ein gefragter Redner. Dass er von Beruf her Jurist ist, lässt sein Buch in einem anderen Licht erscheinen als viele ähnliche Bücher: Hier berichtet kein «Dampfplauderer», sondern ein Betroffener, der sich sein Können selbst hat erarbeiten müssen. Das macht das Buch authentisch, die Rezepte glaubwürdig und wohl den Erfolg sicher. Das Buch ist straff gegliedert und lässt sich durchaus auf einer Reise im Zug oder Flugzeug in Etappen studieren. Es fängt mit der Stoffsammlung und deren Tücken an, geht dann ausführlich auf den Aufbau einer wirksamen Rede ein, verwendet viele Überlegungen für den eigentlichen Auftritt vor dem Publikum und verrät Tricks, mit welchen rhetorischen Stilmitteln und Kunstgriffen man einem Publikum positiv in Erinnerung bleibt. Thomas bringt zahlreiche gute Beispiele und Zitate, die auch dem Rezensenten noch unbekannt waren. Und er hat einen lockeren Schreibstil, der nicht ermüdet. Die Ausstattung des Buches ist zu loben: Grosse und leicht lesbare Schrift, ein Randglossar und viele Anmerkungen, die erfreulicherweise zusammengefasst erst am Schluss erscheinen und so den Lesefluss nicht stören. Gut angelegtes Geld für Manager mit Karriereambitionen, meinen wir.

Klaus Knapp