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

Herausgeber: Swisscom

Band: 75 (1997)

Heft: 10

Buchbesprechung: Buchbesprechungen

Autor: Knapp, Klaus

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

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 Anleitungen. 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 Sach- als 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-S40-61959-3.

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 Betriebsversammlung 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», sondem 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