

*Die Pflege des Exportes gehört heute
zu den entscheidendsten und wichtigsten Fragen der deutschen Wirtschaftspolitik*

DEUTSCHE AUSSENWIRTSCHAFT

Betriebs- und volkswirtschaftliche Schriften aus Wissenschaft und Praxis

Herausgegeben von **Dipl.-Kfm. Dr. Erich Kosiol**
Professor der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Köln

Heft 1

Organisations- und Vertriebsfragen in der Ausfuhrwirtschaft

Einzel Darstellungen

aus dem Kreise der Exportwirtschaftlichen Arbeitsgemeinschaft an der Universität Köln

Herausgegeben von Prof. Dr. Erich Kosiol, Köln

In dieser Schrift kommen erfahrene Praktiker der Ausfuhrwirtschaft zu Wort, die sich zu wichtigen betriebswirtschaftlichen Fragen der Organisation und des Vertriebes äußern. Die verschiedenen Absatzwege, die Innenorganisation und Arbeitsgliederung der Vertriebsabteilungen, die Überwachung der Auslandsorganisation, die Exportkalkulation und Wettbewerbsverhältnisse, das Verhältnis zwischen Kaufmann und Ingenieur im technischen Auslandsgeschäft, die Praxis der Reisetätigkeit im Auslande, die Aufgaben des Auslandsvertreters, die Gemeinschaftsarbeit im Ausfuhrgeschäft, die Auswirkungen der weltwirtschaftlichen Verlagerungen auf den deutschen Außenhandel, die Eigenarten des Exportes von Produktionsmitteln und von Fertigwaren, die günstigen Aussichten auf dem südafrikanischen Markt, die Ausbildung und Förderung des Nachwuchses und ähnliche aktuelle Fragen werden aus der Praxis heraus erörtert.

RM 3.—

Heft 2

Die Werbung als Mittel der Exportförderung

Von Dipl.-Kfm. Dr. Kurt Klein

Durch Zähigkeit, Fleiß und Ausdauer lassen sich neue Exporterfolge erzielen, wenn nur die richtigen Methoden angewandt werden. Die Schrift zeigt, welche Methoden in der Werbung zu höchster Wirksamkeit führen. Der Werberat der deutschen Wirtschaft, die deutschen Auslandshandelskammern, zwischenstaatliche Gesellschaften und Verbände und viele andere Organisationen und Verbände schaffen in Zusammenarbeit mit dem Deutschtum im Ausland die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Werbung. Ausgehend von der Auslandsmarktforschung wird der Ablauf einer Werbeaktion eingehend geschildert. Beispiele aus verschiedenen Wirtschaftszweigen eröffnen Einblicke in die Absatz- und Werbemethoden. Daneben wird die deutsche Auslandwerbung mit derjenigen anderer Nationen verglichen. Die einzelnen Werbemittel finden eine kritische Würdigung hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit im Ausland. Die dem Buche beigegebenen Übersichten über die wichtigsten deutschen Exportzeitschriften, die Organisation der Außenhandelsförderung, die Messen und Märkte im Ausland und die Leseranalyse einer ausländischen Zeitung erhöhen die Brauchbarkeit für die Praxis.

RM 2.70

**Käufer: Betriebsführer und Betriebsleiter,
Volkswirtschaftler, Exportkaufleute, Außenhandelsstellen, Auslandsvertreter,
Außenhandelsschulen, Handels- und Wirtschaftskammern.**

Ⓜ

KONRAD TRILTSCH VERLAG WÜRZBURG-AUMÜHLE