

# Immer am Ball

Im Oktober 1989 wollte *acquisa* vor allem die Verkäufer erfreuen, heute stehen die Befindlichkeiten des Kunden im Fokus. *Dann der beste Weg zum Kunden ist nicht mehr so klar wie in der vordigitalen Zeit.* 20 Jahre *acquisa* im Rückblick.

Text \_ Christoph Pause

Im Oktober des Jahres 1989, inmitten politisch stürmischer Zeiten, war es so weit: *acquisa* – Das Wirtschaftsmagazin für den Außendienst, erblickte das Licht der Welt. Und eröffnete den Lesern sofort, worum es gehen sollte: »Verkaufen macht Spaß« lautete die Überschrift des Editorials von Gründungs-Chefredakteur Rudolf F. Thomas. Hervorgegangen ist *acquisa* aus der Zeitschrift »Der Industrie- und Handelsvertreter«, die nach 37 Jahren den Namen wechselte. Den Grund für diesen Schritt erklärte der Chefredakteur so: »Der Verkäufer im Außendienst spielt eine entscheidende Rolle in der Umsetzung einer Marketingkonzeption. Er ist es, der sich direkt im Markt bewegt. [...] Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, muss er vorbereitet sein. Die Instrumente des Marketings dürfen für ihn keine Böhmisches Dörfer darstellen.«

Dem Außendienstmitarbeiter Marketing näherzubringen, um ihm das Verkaufen zu erleichtern – das war das Ziel von *acquisa* zu Beginn. Bestes Beispiel: Die Titelgeschichte vom Januar 1990, in der Außendienstlern und kleinen Unternehmen allgemein Sinn und Zweck von Werbung ausführlich erläutert wurde. Damals wie heute ging es vor allem um Nutzwert und Praxisnähe. Konkret um Tipps für mehr Verkaufserfolg. Eine Herausforderung.

## Praxisnahe Berichterstattung

Denn beim Blick in die erste Ausgabe von *acquisa* wird deutlich, dass der Herbst 1989 nicht nur politisch bewegt war. Auch Marketing und Vertrieb standen vor neuen Herausforderungen. Schlagworte waren »Mehr Kundennä-

he«, »Stiefkind Service« und »neue Instrumente in der Kundenansprache« – etwa der professionelle Einsatz des Telefons. Immerhin gab es schon in der ersten Ausgabe einen Artikel mit dem Titel »Aktives Telefonieren schafft Umsatz«. Kleine Bemerkung am Rande: Bereits 1990 stand in *acquisa* der Artikel »Telefonverkauf – Vorsicht bei Privatleuten.« Ein Rechtsanwalt erklärt darin ausführlich, dass Telefonwerbung bei Privatkunden immer eine Einwilligung des Angerufenen voraussetzt, jeder nicht erlaubte Anruf sei eine Wettbewerbsverletzung, die geahndet werden könne. Deshalb solle man dringend erst die Einwilligung einholen, lautet der schon damals weise Rat des Rechtsexperten. Hätten sich alle Unternehmen daran gehalten, der Wirtschaft wären wohl lange Jahre qualvoller öffentlicher



Diskussionen erspart geblieben. Und bald ging es auch um den Einsatz von Computern, von Software-Systemen und Telekommunikationstechnik für den größeren Vertriebs Erfolg. So hieß es im Januar 1990 »Chancen für Führungskräfte durch Computers«, und im März ging es um das »Fax – der Renner unter den Telekommunikationsmitteln. Those were the days.

Im Juni 1990 übernahm Martina Schimmel (später Schimmel-Schloö) das Ruder in der Redaktion, und auch der Untertitel änderte sich. *acquisa* hieß nun »Fachzeitschrift für erfolgreiches Verkaufen. Gleichzeitig änderte sich der Fokus der Berichterstattung: Weg vom reinen Außendienst, hin zu einer umfassenden Betrachtung des Vertriebs.

Damit rückten auch die Themen Computer, EDV und Software noch stärker in den Vordergrund, es gab nun Artikel und Serien, die mit »Die Trends in der PC-Branche« oder »Die EDV in der Praxis« überschrieben waren.

#### Der Zeit voraus

Egal, ob es um Direktmarketing, um computergestützten Vertrieb, um neue Marketinginstrumente oder um Argumente zur Kundenbindung ging – *acquisa* war stets dran an den Herausforderungen der Zeit. So hieß die [ ...

17. Jahrgang Nr. 10/89 DM 6,- I Z. 3905 E

# acquisa

Das Wirtschaftsmagazin für den Außendienst

**Provision  
kontra Fixum**

**Stiefkind  
Service**

acquisa-  
Umfrage:

**SIEGER SPÄTH**

Ob Telefonmarketing, Internet, E-Commerce oder Themen wie Öko-Marketing: *acquisa* hat die wichtigen Trends in Marketing und Vertrieb früh erkannt und intensiv begleitet, von Anfang an. Und so wird es bleiben.

