



Ε/Σ Δελτίο Ειδήσεων

NSDAP/AO : PO Box 6414

Lincoln NE 68506 USA

www.nsdapao.org

#1146

02.03.2025 (136)

Η εκπαίδευση μιας κακής ιδιοφυΐας

από τον Gerhard Lauck

Μέρος 12

Προαγωγή σε Αντιπρόεδρο

Επιζήσαμε από την εκπαίδευσή μας. Είχαμε σταδιακά αποκτήσει την ικανότητα, γινόμασταν ικανοί, και στη συνέχεια πολύ ικανοί. Η δουλειά έγινε πηγή χαράς! Κάθε νέα ευθύνη ήταν μια συναρπαστική πρόκληση!

Προαχθήκαμε και οι δύο σε *Αντιπρόεδρο* περίπου στα μέσα του δεύτερου έτους μας.

Ο άλλος πρώην εκπαιδευόμενος, τώρα αντιπρόεδρος όπως εγώ, πρότεινε σύντομα ένα προϊόν που δεν πληρούσε τα συνήθη κριτήρια επιλογής μας. Απορρίφθηκε.

Αργότερα, το επανέφερε. Αυτή τη φορά, τον υποστήριξα. Το σκεπτικό μου:

Αν αυτό το προϊόν - αντίθετα με τις προσδοκίες - τα πάει καλά, τότε ανοίγει μια ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΝΕΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ πιθανών νέων προϊόντων. Αν όχι, είναι απλώς ένα ακόμη νέο προϊόν που απέτυχε. Δεν είναι το τέλος του κόσμου.

Αυτό το προϊόν έγινε τεράστια επιτυχία. Άνοιξε το δρόμο για πολλά νέα προϊόντα. Αυτή η κατηγορία προϊόντων διαδραμάτισε επίσης καθοριστικό ρόλο στη μετέπειτα είσοδό μας στις εισαγωγές/εξαγωγές.

Η επιμονή του απέδωσε και πάλι! Μην ξεχνάτε, αυτός ήταν ο ίδιος άνθρωπος που βρήκε τη δουλειά του αρχικά χάρη στην επιμονή του.

Μου είπε κάποτε: *Ο μέσος επιτυχημένος άνθρωπος αποτυγχάνει ΕΠΤΑ ΦΟΡΕΣ πριν πετύχει!*

Ύφεση!

Η ύφεση χτύπησε λίγο καιρό μετά την προαγωγή μας.

Η εταιρεία δεν προσλάμβανε πλέον υπαλλήλους. Έκανε απολύσεις.

Ζητώντας συστάσεις, υπέβαλα δύο ονόματα για το τεμάχιο: αυτό ενός από τους προϊσταμένους ... και *το δικό μου*.

Ο συμπολεμιστής μου και εγώ σκεφτήκαμε ότι *ένας από εμάς* θα έπαιρνε το τσεκούρι. Νόμιζα ότι θα ήμουν εγώ, επειδή ο άλλος συνάδελφος ήξερε περισσότερα για τους υπολογιστές και είχε πτυχίο.

Μια μέρα ήρθε στο γραφείο μου και μου ψιθύρισε: *Έριξα μια κλεφτή ματιά στα στοιχεία της μισθοδοσίας στον υπολογιστή. Η επόμενη επιταγή μου είναι μερικές χιλιάδες δολάρια παραπάνω από το συνηθισμένο. Προφανώς αποζημίωση απόλυσης. Χάρηκα που δούλεψα μαζί σας.*

Δώσαμε τα χέρια και του ευχήθηκα τα καλύτερα.

Τον λυπήθηκα. Αλλά ένιωσα επίσης ανακούφιση που δεν ήμουν εγώ.

Παρεμπιπτόντως, ένας από τους απότομους προϊσταμένους απολύθηκε επίσης.

Ευτυχώς, προερχόταν από πλούσια οικογένεια. Κάθε πρωί, ο πατέρας του πετούσε με ελικόπτερο από το εξοχικό του στην κορυφή ενός από τους ουρανοξύστες στο κέντρο της πόλης. Έτσι πήγαινε στη δουλειά του.

Πέρασε από το γραφείο μας αρκετούς μήνες αργότερα και ανέφερε ότι ξεκινούσε έναν κατάλογο για προϊόντα υψηλού κόστους. Περιέγραψε μερικά από αυτά και τις τιμές τους. Σίγουρα δεν ήταν μέσα στον προϋπολογισμό μου!

Περιμένοντας την ετυμηγορία

Μήνες αργότερα, όλοι περιμέναμε με αγωνία την ολοκλήρωση της πρωτογενούς κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης (P&L). Αναμενόταν να επιστραφεί σύντομα από τον λογιστή.

Η ύφεση είχε καταβάλει το τίμημά της. Οι πωλήσεις μειώθηκαν. Όλοι φοβόντουσαν τα χειρότερα.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος μου είπε ότι περίμενε να δει μια *σημαντική ζημία* στο μεγαλύτερο και συνήθως πιο κερδοφόρο τμήμα μας!

Του απάντησα ότι περίμενα *κέρδος* στο ίδιο περίπου ποσό με τη *ζημία* που περίμενε. Στην ουσία, συμφωνήσαμε για το ποσό, αλλά διαφωνήσαμε για το *πρόσημο* συν ή πλην.

Ήταν εμφανώς έκπληκτος και ρώτησε γιατί το σκέφτηκα αυτό. Ο διάλογος κύλησε περίπου ως εξής:

Αυτός: Ποιο είναι το σκεπτικό σου;

Εγώ: Έχουμε μειώσει σημαντικά τα έξοδα πώλησης μέσω της δημογραφικής ανάλυσης.

Αυτός: Αλλά δεν ήταν ΤΟΣΟ πολύ.

Εγώ: Ναι, ήταν.

Αυτός: Δεν σε πιστεύω.

Δεν υπήρχε λόγος να το συζητήσουμε περαιτέρω. Ο απολογισμός έπρεπε να γίνει σύντομα. Θα διευθετούσε το θέμα.

Όταν έφτασε, το αρπάξαμε αμέσως.

Είχα δίκιο. Είχαμε πράγματι καταλήξει σε ένα καλό οικονομικό αποτέλεσμα παρά την ύφεση.

Η φήμη και η επιρροή μου ανέβηκαν άλλο ένα επίπεδο.

Αυτό είναι ένα από τα πράγματα που μου αρέσουν στο μάρκετινγκ και τη "δημογραφική ανάλυση". Το κέρδος - είτε μέσω αυξημένων πωλήσεων είτε μέσω μειωμένων δαπανών - είναι ιδιαίτερα ορατό. Έτσι, παίρνω πάντα τα εύσημα γι' αυτό. Και ένα μεγάλο μπόνους! (Ναι, αυτό είναι το άλλο πράγμα που μου αρέσει!)

Το ίδιο ισχύει και για την ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Από την άλλη πλευρά, πάντα λυπάμαι για το προσωπικό της εκπλήρωσης. Αν στείλουν 1.000 παραγγελίες χωρίς πρόβλημα, κανείς δεν το καταλαβαίνει. Αλλά αν χαλάσουν έστω και μία παραγγελία, όλοι τους κράζουν.

Σε κάθε περίπτωση, ήταν πλέον σαφές γιατί είχα επιβιώσει από τη Μεγάλη Εκκαθάριση.

Κύκλος ζωής ενός τμήματος

Τα στάδια του κύκλου ζωής των τμημάτων μας συχνά ακολουθούσαν αυτό το μοτίβο:

Αρχικά, ανακαλύπτεται μια νέα και ανεκμετάλλευτη αγορά, ερευνάται και στη συνέχεια "επιτίθεται".

Δεύτερον, η έκρηξη των πωλήσεων. (Ο διευθύνων σύμβουλος κάποτε αντανάκλούσε: Διευθύνων Σύμβουλος: Κάποια χρόνια, δεν δουλεύω σκληρά, αλλά εξακολουθώ να βγάζω πολλά χρήματα. Απλά ρίχνω τα χρήματά μου στον τοίχο και κολλάνε σαν λάσπη. Άλλες χρονιές δουλεύω σαν τρελός και βγάζω ελάχιστα χρήματα).

Τρίτον, οι ανταγωνιστές εισέρχονται στην αγορά. Ο μήνας του μέλιτος τελειώνει.

Τέταρτον, η κερδοφορία αρχίζει να μειώνεται σταδιακά.

Ακολουθεί ένα παράδειγμα:

Είχαμε σχεδόν μονοπώλιο στην αγορά ενός τμήματος για πολλά χρόνια.

Γιατί;

Πρώτον, αναγνωρίσαμε μια ευκαιρία και κάναμε τα πάντα για να ικανοποιήσουμε τις μοναδικές ανάγκες της αγοράς.

Δεύτερον, πολλοί από τους πελάτες ήταν τόσο δύσκολο να συνεργαστούν μαζί τους που κανείς άλλος δεν θα τους ανέχονταν. Ειδικά τα πρώτα χρόνια, που ήταν πριν από την εποχή μου.

Τελικά, η ανάγκη τους για τα προϊόντα μας αυξήθηκε. Εξακολουθούσαν να είναι αρκετά απαιτητικοί, αλλά όχι τόσο παράλογοι.

Στη συνέχεια η αγορά αυτή άρχισε να αλλάζει. Η ανάγκη για τα προϊόντα μας αυξήθηκε δραματικά. Φυσικά, όλοι οι άνθρωποι μας ήταν πολύ αισιόδοξοι σε μια συνάντηση του προσωπικού συγκεκριμένα.

Αφού καταλάγιασε ο πανηγυρισμός, έβαλα τα δικά μου λόγια: *Αυτή η επέκταση της αγοράς είναι η μεγαλύτερη απειλή που έχουμε αντιμετωπίσει ποτέ σε αυτή την αγορά!*

Σιωπή. Έκπληξη. Απορία.

Εξήγησα: *Αυτή η επέκταση θα φέρει μια πλημμύρα νέων ανταγωνιστών. Θα υποτιμήσουν το κόστος της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε αυτή την αγορά. Θα υποτιμήσουν τις τιμές μας. Τότε θα χάσουμε πωλήσεις και θα αναγκαστούμε να μειώσουμε τις τιμές μας, μειώνοντας έτσι τα περιθώρια κέρδους μας... Και πάλι θα χάσουμε μερίδιο αγοράς, ακόμη και αν παραμείνουμε το νούμερο 1.*

Ο Διευθύνων Σύμβουλος σκέφτηκε για λίγα λεπτά και στη συνέχεια συμφώνησε.

Δυστυχώς, η πρόβλεψή μου επαληθεύτηκε.

Ο μήνας του μέλιτος είχε τελειώσει.

Νοοτροπία του κατασκευαστή

Αυτό το τμήμα είχε πλέον ένα σοβαρό πρόβλημα. Ξέραμε ότι οι τιμές μας έπρεπε να μειωθούν. Αλλά δεν ξέραμε πώς να το κάνουμε αυτό!

Είχαμε ακόμα τη νοοτροπία του κατασκευαστή. Οι καρδιές και οι ψυχές μας επαναστατούσαν ενάντια στην ιδέα και μόνο της παραβίασης των ιερών εντολών της αυστηρής λογιστικής κόστους. Βλασφημία!

Τότε μια μέρα έπεσα πάνω στη λύση σε ένα άρθρο στο *The Boardroom Report*: Η τιμολόγηση βασίζεται στην έννοια της "συνεισφοράς στα κέρδη και τα γενικά έξοδα". Ήταν κάτι καινούργιο για όλους μας, παρά τη συνδυασμένη εμπειρία μας ως στελέχη σχεδόν ενός αιώνα!

Αυτή η ιδέα μας έσωσε το τομάρι.

Αντικατασκοπεία

Ένα χρόνο περίπου αργότερα, συνειδητοποιήσαμε ότι ο μεγαλύτερος ανταγωνιστής μας στην αγορά αυτή μάθαινε με κάποιο τρόπο τις τιμές του νέου μας καταλόγου *πριν από* την επίσημη μεγάλη αποστολή. Πιθανώς από έναν από τους πολλούς λογαριασμούς χονδρικής μας.

Τι πρέπει να κάνουμε;

Σκέφτηκα ένα πονηρό σχέδιο.

Θα εκτυπώναμε *δύο* καταλόγους. Ο καθένας με *διαφορετικές* τιμές.

Στέλναμε έναν κατάλογο με τις "λάθος" τιμές στους διανομείς λίγο νωρίτερα. Στη συνέχεια, περιμέναμε μερικές εβδομάδες, ώστε ο ανταγωνιστής να έχει χρόνο να ρίξει μια ματιά, να προσαρμόσει τις τιμές του ανάλογα και να βάλει τον δικό του κατάλογο στο κρεβάτι. Στη συνέχεια ταχυδρομούσαμε τον δεύτερο κατάλογο με τις "σωστές" τιμές.

Αυτό το τέχνασμα λειτούργησε τέλεια!

Αρχίζουμε να εισάγουμε

Τελικά η αγορά αυτή διακλαδίστηκε σε δύο διαφορετικές κατευθύνσεις. Δημιουργήσαμε ξεχωριστούς καταλόγους για κάθε επιμέρους αγορά. Οι σειρές προϊόντων μας για τις δύο διαφορετικές υπο-αγορές δεν ήταν πανομοιότυπες, αλλά επικαλύπτονταν. Οι πωλήσεις ανά εποχή ήταν διαφορετικές και παρακολουθούνταν ξεχωριστά. Προφανώς, επηρεάστηκαν οι προβλέψεις πωλήσεων και οι αγορές.

Η νέα υπο-αγορά μας ανάγκασε να πουλάμε ασιατικά προϊόντα. Σύντομα δίναμε μεγάλες παραγγελίες σε εισαγωγείς.

Πολλά από αυτά τα προϊόντα, ιδίως τα *κορυφαία*, πωλούνταν και από τον ανταγωνισμό. Έτσι, ακόμη και μια μικρή διαφορά τιμής είχε μεγάλο αντίκτυπο στις πωλήσεις.

Πρότεινα να αρχίσουμε να *εισάγουμε μόνοι μας τα κορυφαία προϊόντα*. Είχαμε άφθονο κεφάλαιο κίνησης και αρκετό ιστορικό πωλήσεων για να αναλάβουμε και να εκτιμήσουμε ρεαλιστικά τον κίνδυνο.

Η εταιρεία μας δεν είχε κάνει ποτέ εισαγωγές/εξαγωγές στο παρελθόν. Είχα όμως τουλάχιστον μια μικρή εμπειρία σε αυτόν τον τομέα από την εταιρεία του πατέρα μου. Έτσι, μου ανατέθηκε να ξεκινήσω και να διευθύνω την επιχείρηση εισαγωγών. (Ο χρόνος μου στο εξωτερικό ήταν επίσης ένα πλεονέκτημα. Καθώς

και η υποτιθέμενη ικανότητά μου να "τα πηγαίνω καλά με τους ξένους").

Το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα ήταν πλέον ΤΕΡΑΣΤΙΟ!

Μπορούσαμε συχνά να προσφέρουμε σαφώς ανώτερα προϊόντα - σε χαμηλότερες τιμές από τον ανταγωνισμό - χωρίς να θυσιάζουμε ένα αξιοπρεπές περιθώριο κέρδους! Τα μεμονωμένα προϊόντα με τις υψηλότερες πωλήσεις συχνά σημείωναν πενταψήφιες πωλήσεις μόνο τον πρώτο χρόνο. Τα κέρδη έκαναν θραύση!

Στην αρχή δεν είχαμε καν φαξ. Τηλεφωνούσα στον Τόμας στην εμπορική εταιρεία στην Ταϊβάν από το σπίτι μου αργά το βράδυ, όταν εκεί ήταν ήδη πρωί. Γρήγορα δημιουργήσαμε μια καλή σχέση. (Γελούσε ακόμη και με τα χαζά μου αστεία! Από την άλλη, ίσως δεν καταλάβαινε αρκετά καλά τα αγγλικά μου για να καταλάβει πόσο χαζά ήταν. Ή ίσως ήταν απλώς ευγενικός).

Αρκετοί αντιπρόσωποι πωλήσεων μηχανημάτων γραφείου επισκέφθηκαν το γραφείο μας για να μας παρουσιάσουν τα φαξ τους. Ένας αντιπρόσωπος ξεχώρισε όταν είπε: *Θα ήθελα πραγματικά να σας πουλήσω το δικό μου μηχάνημα. Αλλά για να σας πω την αλήθεια, υπάρχει ένα άλλο μοντέλο που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες ΣΑΣ.*

Η ειλικρίνειά του με εντυπωσίασε. Έβαλα σκοπό να το πω στον Διευθύνοντα Σύμβουλο, να κρατήσω την επαγγελματική του κάρτα και να θυμηθώ να του δώσω την πρώτη ευκαιρία την επόμενη φορά. Ναι, σκόπευα να αγοράσω το προϊόν του, ακόμη και αν η τιμή του ήταν ελαφρώς υψηλότερη.

Σε κάθε περίπτωση, σύντομα αγοράσαμε το πρώτο μας φαξ. Κόστισε πάνω από 2.000 δολάρια.

Κάθε φορά που ο Thomas ταξίδευε στην Αμερική για να επισκεφθεί πελάτες, επισκεπτόταν το γραφείο μας. Μάθαμε ότι ο πατέρας του είχε ιδρύσει έναν οικογενειακό επιχειρηματικό όμιλο με εννιαψήφιο αριθμό ετήσιων πωλήσεων σε δολάρια ΗΠΑ. Ο Τόμας διηύθυνε την εμπορική εταιρεία του ομίλου αυτού με πωλήσεις άνω του οκταψήφιου αριθμού.

Την επόμενη χρονιά, ο Thomas υποστήριξε έναν Ταϊβανέζο συμμαθητή του, ο οποίος άνοιγε μια εταιρεία εισαγωγών/εξαγωγών στις ΗΠΑ. Μου ζήτησε να πετάξω εκεί, να τον συναντήσω, να ρίξω μια ματιά στην επιχείρηση και να του δώσω τις συμβουλές μου. Το έκανα.

Ο Thomas πίστευε ότι όλες οι εταιρείες εισαγωγών/εξαγωγών απαιτούσαν πολύ μεγάλο περιθώριο κέρδους. Ήταν φυσικά συνηθισμένος στα πολύ μικρότερα περιθώρια κέρδους μιας εμπορικής εταιρείας. Του εξήγησα ότι τα διάφορα επίπεδα διανομής απαιτούν διαφορετικά περιθώρια κέρδους. Είχαμε άφθονο χρόνο για να μιλήσουμε για μια μεγάλη ποικιλία θεμάτων και το απολαύσαμε.

Αργότερα ο Thomas προσφέρθηκε να πληρώσει το ξενοδοχείο και το φαγητό μου, αν ερχόμουν ποτέ στην Ταϊβάν. Ο Διευθύνων Σύμβουλος είπε ότι ήταν

πρόθυμος να με αφήσει να πάρω μια εβδομάδα άδεια, αλλά θα έπρεπε να πληρώσω τα αεροπορικά εισιτήρια. Αποφάσισα να μην πάω, επειδή ήθελα να κρατήσω όλο το χρόνο των διακοπών μου για να επισκεφθώ τους δικούς μου. Αλλά αργότερα μετάνιωσα για αυτό το λάθος.

Παραμιπτόντως, εκτός από την εισαγωγή ολόκληρων φορτίων εμπορευματοκιβωτίων από την Ταϊβάν, εισαγάγαμε επίσης μικρότερες ποσότητες από άλλες ασιατικές χώρες.

Εμπορικές εκθέσεις

Τον πρώτο ή τον πρώτο χρόνο, πήγαινα στις περισσότερες τοπικές εμπορικές εκθέσεις "με το ρολόι". Αλλά πήγαινα και σε μερικές με τον ελεύθερο χρόνο μου τα Σαββατοκύριακα. Σε μια εμπορική έκθεση που ανήκε στην τελευταία κατηγορία, ανακάλυψα ένα νέο προϊόν που προσθέσαμε στη σειρά μας. Έγινε ένας από τους μεγαλύτερους πωλητές μας σε ένα τμήμα για τα επόμενα χρόνια, φέρνοντας πενταψήφιο αριθμό πωλήσεων μόνο τον πρώτο χρόνο.

Μετά από αυτό, ο ιδιοκτήτης είπε ότι μπορούσα να πάω σε *όποια* εμπορική έκθεση ήθελα στην ευρύτερη μητροπολιτική περιοχή. Αν ήθελα, θα μπορούσα να πάω σε μια *έκθεση γυναικείων εσωρούχων*. (Δεν το έκανα... Αλλά μια φορά έτυχε να παρατηρήσω ένα τραπέζι που παρουσίαζε προϊόντα σαδομαζοχισμού παραγемισμένα με μαλακό, *πλενόμενο* ύφασμα που έμοιαζε με γούνα).

Πήγα σε πολλές εμπορικές εκθέσεις για *συναφείς* βιομηχανίες. Με λίγη φαντασία, μερικές φορές κατάφερνα να βρω τρόπο να κάνω κάποια από τα προϊόντα να ταιριάζουν και στις δικές μας ανάγκες. Άλλες φορές απλά μου έδωσαν μια ιδέα. Κάτι σαν "brain storming".

Περιστασιακά, στεκόμουν στην *απέναντι* πλευρά του τραπεζιού.

Μερικές φορές διοργανώναμε ακόμη και βραδινό κοκτέιλ για τους πελάτες ενός τμήματος. Προσλάβαμε ένα πρώην στέλεχος της συγκεκριμένης αγοράς ως "σύμβουλο". Στην πραγματικότητα, ήταν απλώς ένας πρεσβευτής καλής θέλησης που έσφιγγε τα χέρια και χτυπούσε τις πλάτες. Εν τω μεταξύ, περπατούσα στην αίθουσα, άκουγα τις συζητήσεις, έκανα μερικές ερωτήσεις και είχα τα μάτια και τα αυτιά μου ανοιχτά.

Επιστρέφοντας στο γραφείο την επόμενη μέρα, ο σύμβουλος μας έλεγε ότι όλα ήταν υπέροχα, ότι όλοι αγαπούσαν εμάς και τα προϊόντα μας και ότι άλλο πίστευε ότι θέλαμε να ακούσουμε. Αφού έφυγε, παρουσίασα τη δική μου έκθεση.

Μια χρονιά, πέρασα σχεδόν κάθε Σαββατοκύριακο ως εκθέτης προωθώντας τα προϊόντα της εταιρείας του πατέρα μου σε εκθέσεις όπλων σε όλη την περιοχή. Η έρευνα αγοράς και οι πωλήσεις σε αντιπροσώπους ήταν οι πρωταρχικοί στόχοι. Το

βραχυπρόθεσμο κέρδος ήταν πολύ μέτριο για να αξίζει την προσπάθεια... αν και οριακά καλύτερο από ένα παιδικό περίπτερο με λεμονάδες.

Μερικές φορές χρησιμοποιούσα ψευδώνυμα όταν εργαζόμουν σε έργα για διαφορετικές εταιρείες. Αυτό μερικές φορές οδηγούσε σε διασκεδαστικές καταστάσεις.

Έμαθα να εκτιμώ καλύτερα τη σημασία δύο πραγμάτων:

Πρώτον, η προτίμηση της μεθόδου αγοράς.

Στους πελάτες μας στην έκθεση όπλων άρεσε να αγοράζουν *πρόσωπο με πρόσωπο* σε μια έκθεση. Σπάνια ανταποκρίνονταν σε προσφορές μέσω ταχυδρομείου. Οι πελάτες λιανικής και χονδρικής πώλησης έλεγαν: *Ναι, έλαβα την αλληλογραφία σας. Αλλά σκέφτηκα ότι θα σας έβλεπα στην επόμενη έκθεση και θα το αγοράζα τότε.*

Δεύτερον, προβολή λιανικής πώλησης. Την πρώτη φορά που πούλησα σε μια μικρή έκθεση όπλων, ήταν ένα πείραμα που πήγε απροσδόκητα καλά. Έτσι έσπευσα στη δεύτερη, πολύ μεγαλύτερη έκθεση. Βλέποντας τα προϊόντα μας στο τραπέζι, ένας άντρας ρώτησε: *Είναι αυτά προς πώληση;*

Έβαλα γρήγορα περισσότερα προϊόντα στο τραπέζι και τα στοιβάξαμε σε έναν μεγάλο σωρό.

Όταν δεν είδα τα προϊόντα μας στο τραπέζι ενός από τους αντιπροσώπους μας, περπάτησα γύρω από το τραπέζι του για δεύτερη φορά, αλλά εξακολουθούσα να μην μπορώ να τα εντοπίσω. Έτσι τον ρώτησα. Περπάτησε και μου τα έδειξε, μισοθαμμένα και χαμένα για το μάτι... Μετά από αυτό, έκανα 100 πινακίδες προβολής με μεταξοτυπία και τις μοίρασα δωρεάν σε κάθε έμπορο.

Αργότερα, έφτιαξα και μεγάλα *περίπτερα* και τα έδωσα σε εμπόρους. Τα πρώτα πρωτότυπα ήταν *απαίσια*. Αλλά η τελική έκδοση ήταν πτυσσόμενη, ελαφριά, εύκολη στη μεταφορά (στην τσάντα που παρείχα) και γρήγορη στο στήσιμο στο χώρο. *Οι πωλήσεις αυξήθηκαν!* Οι έμποροι μας ήταν ενθουσιασμένοι!

Παρεμπιπτόντως, ο σάκος είχε δύο σήματα: "U.S. Army" και "Made in China". Το μεταλλικό κλιπ ήταν πολύ πιο αδύναμο από τις *πραγματικές* τσάντες του αμερικανικού στρατού που θυμούνται από την παιδική μου ηλικία.

Τα βοηθήματα πωλήσεων και τα περίπτερα προβολής είναι κοινή γνώση για τους λιανοπωλητές σημείων πώλησης. Αλλά δεν αποτελούσαν *κοινή πρακτική* για τον μέσο έμπορο δευτερευόντων/χομπίστα εδώ.


NS KAMPFRUF
KAMPFSCHRIFT DER NATIONALSOZIALISTISCHEN DEUTSCHEN
ARBEITERPARTEI AUSLANDS- UND AUFBAUGANGSGLEITUNG

Der Kampf geht weiter !

Seitung Jahre nach der Kapitulation der Wehrmacht am 8. Mai 1945 ist die nationalsozialistische Bewegung stärker als je zuvor in der Welt. Und zwar nicht nur in Deutschland, sondern auf globaler Ebene!

Millionen von Menschen, Verurteilung, Verfolgung und Verdrängung haben nicht ausgereicht, das Kind der gestohlenen Idee unserer helden Putsch Adolf Hitler zu zerstören.

Alle Nationalsozialisten sind weniger gefährliche Völker- und Rassenkrieger als Schüler im Kampf um die Erhaltung unserer weißen Völker.

Die Bewegung ist zwar stärker geworden, aber die Gefahr des biologischen Völkermord ist heute noch viel größer als in der Vergangenheit.

Der körperliche Körper ist dem dabei, das Volkstum – gegen alle weißen Völker (?) – zu geben. Seine Mittel sind Erbschaft, Überlieferung und Kastenvererbung.

Ob "legal" oder "illegal", ob im Wahlkampf oder im Hauskampf, ob auf Propagandaplakat, handlich oder auf einem Schießfeld anderer Art, jeder Nationalsozialist hat sein Pflicht!

Hail Hitler!
Gottfried Lorch


TROTZ VERBOT NICHT TOT!


Ε/Σ Δελτίο Ειδήσεων
www.nsdapao.org
#1005 19.04.2022 (133)
NSDAP/AO: PO Box 6414 - Lincoln NE 68506 - USA

**Εμπρόσθια αναφορά
Συνέντευξη με τη Molly**

Τρίτο μέρος

NSK: Τα τρέχοντα έργα σας είναι προφανώς φιλοσοφικά και σχετίζονται με την τέχνη.

Περπατάτε τις απόψεις σας σχετικά με τον αντίκτυπο αυτών των θεμάτων στην πολιτική.

Molly: Ναι, και ο Στρατός της Ανθρωπότητας (www.pansophicmovement.com/truth.htm). Έργο φέρει στις 21 σελίδες τώρα, και έχει πολλά ακόμα να κάνει. Η μελέτη του II Παγκοσμίου Πολέμου είναι ένα απίστευτο ναρκωτικό πληροφοριών. Αναζητά πληροφορίες για ένα πρόγραμμα και βρήκαμε άλλα δύο πρόγραμμα που ήλπινα να ερευνήσω. Αυτά είναι λίγο σαν να είναι αργυρόμυρμηγκες που ζυγίζουν το θαμμένο παρόν. Ένα παρόν που θα προσηγορεύσει να μην έρθει στο φως.




the NEW ORDER
Number 179/181 Founded 1975 April 26, 2019/21

The Fight Goes On !

Seventy years after the capitulation of the Wehrmacht on May 8, 1945, the postwar National Socialist movement is stronger than ever not only in Germany, but throughout Europe.

Decades of mass murder, expulsion, persecution, and defamation have not sufficed to destroy the seed of the brilliant idea of our much loved Führer Adolf Hitler.

All National Socialists and other racially-aware contemporary and racial kinemen fight side by side for the preservation of our White folk.

The movement has indeed become stronger, but the danger of biological folk death is also much greater today than in the past.

The desperate enemy is in the process of committing genocide against all White folk. His means are non-White immigration, culture distortion, and neo-slavery.

Whether "legal" or "illegal", whether in election battle or street battle, whether armed with propaganda material or on a battlefield of a different kind, every National Socialist must do his duty!

Hail Hitler!
Gottfried Lorch


TROTZ VERBOT NICHT TOT!

**Το NSDAP/AO είναι το μεγαλύτερο στον κόσμο
Προμηθευτής εθνικοσοσιαλιστικής προπαγάνδας!**

**Έντυπα και διαδικτυακά περιοδικά σε πολλές γλώσσες
Εκατοντάδες βιβλία σε πολλές γλώσσες
Εκατοντάδες ιστοσελίδες σε πολλές γλώσσες**

**SS Defender
against Bolshevism**
by Reichsführer SS Heinrich Himmler



Translated from the SS Original

Julius Streicher, Der Stürmer Picture Book

**The Poisonous
Mushroom**



Translated from the Third Reich Original
Der Giftpilze

Reinhold Heinemann

**Hitler
in Italy**



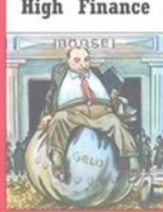
English / German / Deutsch / English

**SS Viewpoint – Vol. 9
Wife and Family**



Theodor Fritsch

**The Sins of
High Finance**



Luftwaffe War Art
Die Luftwaffe im Bild



English - German / Deutsch - English

BOOKS - Translated from the Third Reich Originals!
www.third-reich-books.com



NSDAP/AO

Fight Back!



nsdapao.org

**Contact us to
find out how
YOU can help!**