

# Das „gewisse Etwas“



GRAZIELLA MIMIC

Der hohe Sättigungsgrad der Märkte, die immer kürzer werden- den Lebenszyklen der Produkte und ihre Ähnlichkeit unterein- ander machen den Unternehmen das Leben schwer. Alleinstel- lungsmerkmale wie bessere Qualität, besondere Innovations- stärke oder intensiver gelebte Kundennähe stellen zwar Plus- punkte dar, sichern allein jedoch nicht das Herausragen aus der Masse.

Denn was nützt es, einen Vorsprung zu haben, wenn es keiner weiß? Kluge PR- und Marketingstrategien müssen her, die aus der Uniformierung führen. Ab Seite 80 können Sie lesen, wie gelunge- ne Marketingprogramme es verstehen, Unternehmen ein Gesicht

zu geben, und dank geschickter Inszenierung das „gewisse Etwas“ ins richtige Licht zu setzen.

Für immer mehr Firmen reicht dies allerdings nicht mehr. Für sie erweist sich der Zusammenschluss mit einem anderen Betrieb als die einzig mögliche Rettung vor dem Untergang. So sind Fusionen in der heutigen Wirtschaft an der Tagesordnung. Wie unter dem Vorwand, Synergiepotenziale zu erschließen, die Top-Managements fusionierender Unternehmen mitunter rücksichtslos handeln und wie schlecht zwei Hunde in nur einem Korb schlafen können, schildert FACTS ab Seite 44 und sagt zu- dem, welche Maßnahmen sich dazu eignen, das Merger-Syndrom in den Griff zu bekommen.

Nicht nur Unternehmen kämpfen ums Überleben. Dies tun auch Messen. So versucht die CeBIT in diesem Jahr mit neuen Ansätzen das „gewisse Etwas“ wiederzuerlangen. Daniel Müller, der neue Kollege in unserer Wirtschaftsredaktion, zeigt ab Seite 38, was sich die Organisatoren der einst größ- ten Messe für Informationstechnologie einfallen lassen, um wieder an den Glanz vergangener Tage anzuknüpfen.

Zudem verraten Klaus Leifeld und Frank Becker, ob die 8 Multifunktionssysteme, die sie in diesem Monat auf Herz und Nieren geprüft haben, das „gewisse Etwas“ besitzen.

Und weil FACTS auf jeden Fall darüber verfügt, wünschen wir Ihnen eine fesselnde Lektüre.

Herzlichst

*Graziella Mimic*

Graziella Mimic

PR- UND MARKETING-  
EXPERTE ELMAR MÜLLER:

Seit mehreren Jahr-  
zehnten widmet er sein  
berufliches Leben  
dem Ziel, Kunden zu  
begeistern. Sein außer-  
gewöhnliches Konzept  
machte aus FACTS „das  
etwas andere Magazin“.

