

LIEBE „WIRTSCHAFTSINGENIEUR“-LESER!

Egomania?

Sind Sie Egomane?

Ist Ihre Organisation auf Egomania ausgerichtet?

Die Wurzeln dieses Wortes – „Egomania“ setzen sich zusammen aus Ego: Ichdarstellung = Selbstdarstellung und Mania: Leidenschaft, Intensität d. h. zusammengesetzt bedeutet es, sich vermarkten, in den Mittelpunkt stellen.

Mit dem Schwerpunktthema in dieser Ausgabe versuchen wir auf die Selbstdarstellung der Unternehmen und die Instrumente der Selbstvermarktung der Unternehmen einzugehen.

Schlagworte wie: Multimedia, Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, Kommunikation usw. sind für Unternehmen von absoluter Notwendigkeit, um auf die schnellen Mechanismen des Konkurrenzmarktes eingehen und bestehen zu können.

Die alte Formel „GROSS frisst KLEIN“ wird durch die Formel „SCHNELL frisst LANGSAM“ ersetzt. Unternehmen, die ihre Stärken gut nach außen hin kommunizieren können, sind die Zukunftsträger, die hierfür notwendigen Marktinstrumente wie Multimedia Flexibilität, Service, und Kommunikation werden in unserem Schwerpunktartikel von unseren Autoren genauer beleuchtet. Prof. Dr. Haberfellner setzt sich mit den Zukunftsmöglichkeiten von Druck- und Verlagshäusern auseinander, ein Interview mit dem Marketingchef von Lauda-Air zeigt, speziell für dieses Unternehmen, daß die Kommunikation nach außen unerlässlich ist, und eine Unternehmensberaterfirma

und eine Werbefirma beleuchten unser Thema von einer anderen Seite.

Die größte Gefahr für das nicht Überleben eines Unternehmens ist das Festhalten an Dingen, die sich in der Vergangenheit für die Unternehmen besonders erfolgreich erwiesen haben.

Die „Egomania“ eines Unternehmens soll sich daher auf verschiedenen Gebieten und zwar Flexibilität, Innovation, Trend- bzw. Szenenerkennung, sowie der optimalen Umsetzung der globalen Firmenphilosophie in Kommunikation ausdrücken. Die Individualisierung der Produkte bis hin zur Problemlösung für sehr spezielle Nachfragewünsche bedingt eine unter Umständen extreme Ausrichtung am Markt und eine sicher noch größere Vermarktung, um den Konsumenten zu erreichen und zu überzeugen.

Mit einigen führenden österreichischen Unternehmen, die Egomania im positiven Sinne betreiben, ist es uns, wie ich glaube, gelungen, interessante und vor allem praxisorientierte Informationen bzw. Interviews für Sie zu veröffentlichen.

Bemüht, immer topaktuelle und praxisnahe Themen zu unserem Schwerpunkt zu machen, kann ich Ihnen bereits für Heft 3 das Thema „Dienstleistungen“ ankündigen.

Ich wünsche Ihnen sonnige Ferien



Ursula Zmölzig
Chefin vom Dienst