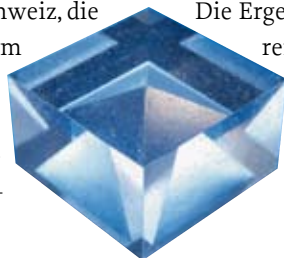


ASCO AWARD 2008

Preisverdächtige Partnerschaften mit Beratern

Die Gewinner des ASCO-Award 2008 heissen Open Connect AG und Ulrich F. Kunz & Partner AG. Die Vereinigung der Managerberater der Schweiz, die heuer das 50-Jahre-Jubiläum feiert, prämiiert zum dritten Mal die beste und nachhaltigste Unternehmenstransformation. Auslöser für die Zusammenarbeit war ein Schlüsselprojekt mit dem Kunden Luft-hansa Technik. Die Unter-



ASCO-Award: Kunde und Berater werden gemeinsam prämiert.

stützungsleistungen von Kunz & Partner waren für Open Connect der Beginn einer strategischen Neupositionierung. Die Ergebnisse sind sichtbar: Während 2005 13 Mitarbeiter einen Umsatz von 2,4 Millionen Franken erzielten, erwirtschafteten 2007 70 Mitarbeiter 7 Millionen Franken Umsatz. Die Ebit-Marge konnte von 3 auf 15 Prozent gesteigert werden.

► www.asco-award.ch

INTERNET

Schweiz punkto Markenschutz top

Markenschutz ist ein zentraler Aspekt in der Unternehmenswelt – gerade im Internet. Immer wieder wird vor Gericht über einen Domain-Namen verhandelt, denn die richtige Adresse im World Wide Web kann erfolgsentscheidend sein. Einer Studie von Netnames zufolge sind die Schweizer fleissig, was das Sichern von Domains angeht: 77

Prozent der SMI-Unternehmen haben ihren Namen in allen wichtigen Domänen registriert, darunter .com, .org, .net, .biz und .info. Alle SMI-Firmen sichern sich die Endung .com, 90 Prozent die landespezifische .ch. Jedes vierte Unternehmen schützt die Domains .org und .net. Nacholbedarf besteht bei der Domain .net, die sich nur 70 Prozent der Schweizer Firmen sicherten. Im europäischen Ranking ist auf Platz 2 Deutschland (77 Prozent), gefolgt von Dänemark (60 Prozent) und Frankreich (57 Prozent). Am schlechtesten schneiden Grossbritannien (42 Prozent) und Spanien (34 Prozent) ab.

► www.netnames.com



Schweizer Firmen sind fleissig, wenn es darum geht, Domains im Internet zu sichern.

GESELLSCHAFT

Status heute

Die GDI-Studie «Statusfaction – was wir morgen für unser Ansehen tun» untersucht das Statusdenken und kommt zum Schluss, dass Moral und Reichtum kein Widerspruch mehr sind. Das schlägt sich auf der Produktseite nieder, etwa in Form des exklusiven roten iPods, mit dessen Erwerb man die Aidsbekämpfung unterstützt. In Zukunft entstehen immer mehr solche Angebote, die einen Mix aus Luxus, Komfort, Wohltätigkeit und Nachhaltigkeit bieten. Dies birgt jedoch die Gefahr von Diskriminierung. Händler haben zum Beispiel bereits damit begonnen, Kunden ungleich zu behandeln. Mit Bonussystemen locken Fluggesellschaften oder Finanzdienstleister gute Kunden mit Privilegien und Exklusivität, die Masse wird ferngehalten. Eine nicht ganz ungefährliche Strategie, denn gezieltes Ausschliessen widerspricht dem heutigen Verständnis von Fairness und sozialer Nachhaltigkeit. Wird Gleichbehandlung zur Ausnahme, wertet die Gesellschaft demokratische Werte höher und fordert sie ein. Erfolgsversprechender ist, auf das Miteinander von Demokratie und Exklusivität zu setzen. Künstliche Verknappung als «Exklusivität für alle» wird akzeptiert und findet Beachtung.

► www.gdi.ch

ZITAT – NIEDERLAGE



«Der Sieg hat viele Väter, die Niederlage aber ist eine Waise.»

John F. Kennedy, amerikanischer Präsident



«Eine ehrenhafte Niederlage ist besser als ein unehrenhafter Sieg.»

Millard Fillmore, amerikanischer Politiker



«Ich hasse es, zweimal hintereinander gegen den gleichen Gegner zu verlieren.»

Boris Becker, ehem. deutscher Tennis-Profi