

Wirtschaftsforum in der Frankfurter Paulskirche

Wachstumschancen für die deutsche Wirtschaft?



Die Frankfurter Paulskirche war Veranstaltungsort der „Zeit“-Konferenz

Das 7. Deutsche Wirtschaftsforum fand mit der Beteiligung von über 700 Teilnehmern Ende 2015 in der Frankfurter Paulskirche statt. An historischer Stätte hatte der „Zeit“-Verlag eingeladen. Einmal jährlich führt die „Zeit“ Führungskräfte aus Wirtschaft und Politik zusammen, um über die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft zu diskutieren. Fragestellungen die deutsche Wirtschafts- und Industriepolitik betreffend – insbesondere mit Blick auf den gesamteuropäischen Kontext – stehen dabei im Mittelpunkt. Prominente Vertreter aus Politik und Wirtschaft wie Joschka Fischer, Dr. Tomáš Sedláček und Oliver Reichert (Birkenstock), Philipp Justus (Google), Olaf Koch (Metro) und Dr.

Eberhard Veit (Festo) stellten die Podiums Teilnehmer und Referenten.

Dr. Katrin Suder, Staatssekretärin Bundesministerium der Verteidigung, die für die kurzfristig ausgefallene Keynote Speakerin Bundesverteidigungsministerin Ursula von der Leyen eingesprungen war, stellte in ihrer leidenschaftlichen Rede ein engeres Zusammenspiel von Politik und Wirtschaft in den Mittelpunkt. Sie hofft auf „Menschen, die flexibel handeln, die vernetzt denken und die zwischen den Welten Brücken bauen können.“ Gerade im Dezember 2015, als der Bundestag mit großer Mehrheit den Bundeswehreininsatz gegen den IS beschlossen hatte, erhielt ihre Äußerung besonderes Gewicht: „Wir müssen als Gesellschaft bereit sein, den Krisen und Konflikten dort zu begegnen, wo sie entstehen“, führte sie im Hinblick auf die Krise in Syrien aus.

Dr. Tomáš Sedláček, Chefvolkswirt der Tschechoslowakischen Handelsbank (CSOB), ging im Gespräch mit dem „Zeit“-Redakteur Mark Schieritz, Ressort Wirtschaft und Finanzmärkte, auf die grundsätzlichen Themen des westlichen ökonomischen Weltbilds ein. Dabei stellte er in launigen Vergleichen so manche provokative Fragen: „Ist der Kapitalismus an sich gut? Was wäre gewesen, wenn die Wachstumsraten im Kommunismus dauerhaft über denen der Demokratien gelegen hätten?“ Auch der Erfolg Chinas gegenüber dem wachstumsschwachen

Westen mache nachdenklich. „Aber Japans Wirtschaft wächst seit mehr als 30 Jahren nicht mehr“, gab Sedláček zu bedenken. Der Wirtschaftswissenschaftler, der an der Prager Karls-Universität lehrt, ist Chefökonom der größten tschechischen Bank und Mitglied des Nationalen Wirtschaftsrats in Prag. Sein internationaler Bestseller „Die Ökonomie von Gut und Böse“ aus dem Jahr 2009 wurde schnell zum Bestseller und ist bereits in elf Sprachen übersetzt.

Die Diskussionsrunde mit Oliver Reichert, CEO der Birkenstock Group, Sabine Herold Geschäftsführende Gesellschafterin DELO Industrie Klebstoffe, und Philipp Justus, Vice President Google Germany, Austria and Switzerland, die von Isabelle Körner, n-tv, moderiert wurde, stand unter dem Motto „Weltweit wachsen – Deutsche Traditionsunternehmen in globalen Märkten“. Dabei betonte Reichert, dass es heute durch die Globalisierung und die Digitalisierung sehr schwierig sei, eine Marke zu behaupten. Das Produkt müsse in Qualität und Funktion ständig hinterfragt werden, damit es erfolgreich bleibt. Das zweite Podiumsthema beschäftigte sich mit „Digitale Transformation – verliert die deutsche Wirtschaft den Anschluss?“

Im Rahmen des „Zeit“-Wirtschaftsforums wurden die Bayrischen Motorenwerke (BMW) mit dem Deutschen Investorenpreis 2015 für verantwortliches Wirtschaften ausgezeichnet. Als Aufsteiger des Jahres wurde Fraport geehrt. Die Preise, die gemeinsam von der Deutschen Asset & Wealth Management und der Dumont Mediengruppe vergeben werden, wurden in der Frankfurter Paulskirche an Vertreter der Unternehmen überreicht. Die Kriterien, die zur Preisverleihung führen, untersuchen Unternehmensführung, Umweltschutz und Nachhaltigkeit. In seiner Laudatio betonte Tim Albrecht, Head of German Equities Deutschen AWM: „Mit dem Deutschen Investorenpreis wollen wir Unternehmen würdigen und anspornen, verantwortlich gegenüber Gesellschaft, Mitarbeitern und Umwelt zu handeln und darüber auch Rechenschaft abzulegen. Diese Transparenz sollten sich in stetigeren Renditen und niedrigeren Kapitalkosten niederschlagen und damit zur Sicherung des Standorts Deutschland beitragen.“

Regina Meier



Joschka Fischer war Schlussredner bei dem Deutschen Wirtschaftsforum

Neuer Kongress in Berlin

Auswirkungen der Digitalisierung



Gut besuchte Vorträge, wie hier über Agilität in Unternehmen, kennzeichneten den Kongress future!publish in Berlin.

Die provozierende Frage von Chantal Restivo-Alessi, Managerin bei HarperCollins, warum die Verlagsbranche so negativ eingestellt sei, wo sie doch stolz auf den einzigartigen Content sein könnte, stand gleich am Beginn des neu geschaffenen Kongresses futurePublish in Berlin. Wie die Keynote-Speakerin, die als Chief-Digital Officer und Executive Vice President International das digitale Geschäft des zweitgrößten Publikumsverlags der Welt verantwortet, betonte, wird das „Rad der

Entwicklung“ nicht zurückgedreht werden, wenn auch die Umsätze im digitalen Geschäft nicht so weiterwachsen wie bisher.

Der neue Kongress futurePublish erlebte damit gleich einen spektakulären Auftakt. Knapp 300 Teilnehmer versammelten sich in der Tagungsstätte Urania, nahe des Kurfürstendamms, die mit dieser Veranstaltung ihrem Gründungs-Ziel, wissenschaftliche Erkenntnisse und neue Technologien der Öffentlichkeit zu präsentieren, gerecht wurde.

In über 30 parallel stattfindenden Workshops, Vorträgen und Diskussionen wurde den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Verlagsbranche nachgegangen. So ging Andreas Kuderer, 4eins41 Unternehmensberatung, in seinem Vortrag auf die Kundenperspektive ein: Entwickeln die Verlage, die „richtigen“ digitalen Produkte? Gelingt es den Unternehmen, die elektronischen Geschäftsmodelle erfolgreich werden zu lassen?

Viele der Themen waren branchenübergreifend angesiedelt.

So auch der Vortrag über Agilität in Unternehmen, in wie weit Unternehmen sich den Marktbedürfnissen anpassen und neue Produkte und Ideen ausprobieren. Wie bleibt man als Unternehmen flexibel und kann sich in unsicheren und dynamischen Zeiten auf Veränderungen einstellen? Gerade die Digitalisierung schafft Herausforderungen, auf die Prozesse und Produkte eingestellt werden müssen. Der interaktive Vortrag über Projektmanagement stellte eine Toolbox für Praktiker vor, um Innovationen in Unternehmen erfolgreich umzusetzen.

Die Referenten vertieften die Bereiche



Der neue Kongress in Berlin widmete sich den Herausforderungen, die der digitale Wandel an die Verlagsbranche stellt.

Anzeige



Anja Ebert-Steinhübel / Eduard Mändle /
Volker Steinhübel (Hrsg.)

Weiter denken

Controlling bedeutet weit mehr als die Kontrolle von Zahlen. Es ist offensichtlich, dass in Zeiten des dynamischen Wandels ein Erkenntnisgewinn für erfolgreiches Handeln in der Zukunft nicht durch die Analyse der Vergangenheit erreicht werden kann.

Controlling im Sinne der Nürtinger Philosophie stellt daher einen Führungs- und Managementansatz dar – darauf ausgerichtet, vorhandene Potenziale zu nutzen und zukünftige Potenziale zu schaffen.

247 Seiten, ISBN 978-3-88640-139-0; 59,- €

Deutscher Betriebswirte-Verlag GmbH – Bleichstraße 20-22 · 76593 Gernsbach, Deutschland
Tel. +49 7224 9397-151 · Fax +49 7224 9397-905
www.betriebswirte-verlag.de

Marktforschung, Neuproduktentwicklung, Innovation und Business Development. Dabei kamen auch Themen wie Crowdfunding und Employer Branding zur Sprache und wurden aktuelle Rechtsfragen wie auch Erlösmodelle digitaler Produkte in eigenen Vorträgen behandelt.

Spannend waren die vom Veranstalter angesetzten „Treffpunkte“, bei denen mehrere Vertreter in jeweils 10-Minuten-Takt innovative Produkte und Unternehmen vorstellten: ein bunter Reigen von Start-ups und neuen Geschäftsfeldern.

Man darf schon auf die neue Auflage der Veranstaltung gespannt sein, die im Januar 2017 wieder in Berlin stattfinden wird.

Regina Meier

Prof. Dr. Norbert Zdwomyslaw (Hrsg.)

Grundzüge des Mittelstandsmanagements Vom Erkennen und Nutzen unternehmerischer Chancen

Deutscher Betriebswirte-Verlag, Gernsbach
2013, 274 Seiten 38,- €



■ Mit dem Mittelstand besitzt die deutsche Volkswirtschaft einen Betriebstyp, der so vielleicht nur in Deutschland vorkommt und im internationalen Vergleich eine erhöhte Aufmerksamkeit genießt.

Norbert Zdwomyslaw widmet sich in einem Herausgeberband mit renommierten Koautoren der Frage, ob und inwieweit sich das Management mittelständischer Unternehmen von anderen Unternehmen unterscheidet.

Nach einer Eingrenzung zu Bedeutung, Vielfalt und Besonderheiten des Mittelstands wird der Begriff des Mittelstands aus einer rechtlichen Perspektive gezeichnet. In den weiteren Kapiteln stehen Nachfolge, Globalisierung, Strategie, Zukunftsmanagement, Organisation, Personalmanagement und viele weitere Managementthemen im Mittelpunkt der Betrachtungen der Autorinnen und Autoren.

Das Buch richtet sich vor allem an Vertreter der Unternehmenspraxis, aber auch in Forschung und Lehre Tätige.

Mit insgesamt 274 Seiten findet das Buch eine gute Mischung aus Breite und inhaltlicher Tiefe. Die pro Thema nachschlagbaren Literaturhinweise bieten einen deutlichen Mehrwert für Leser. Insgesamt ergibt sich ein recht rundes Werk, das aktuelle Trends und Entwicklungen aufzeigt und deren Konsequenzen analysiert.

Dr. Patrick Ulrich

Ralf T. Kreutzer

Kundenbeziehungsmanagement im digitalen Zeitalter Konzepte, Erfolgsfaktoren, Handlungsideen

Stuttgart: Kohlhammer Verlag
2016, 256 Seiten 35,- €

■ In der Reihe „Kundenzentrierte Unternehmensführung“ hat der Herausgeber



Stefan Lubritz das Thema Kundenbeziehungsmanagement unter besonderer Berücksichtigung der Digitalisierung an den Autoren Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer in einer eigener Publikation vergeben.

In der Schriftenreihe des Wormser Marketing-Professors wird das Customer Relationship Management (CRM) als Schlüsselposition in Marketing, Kundendienst und Vertrieb herausgearbeitet. Für das Thema Digitalisierung hat sich der Herausgeber einen kompetenten Autoren ausgesucht: Ralf T. Kreutzer hat bereits einige Veröffentlichungen zu dem Komplex vorgelegt (siehe auch u.a. „Der Betriebswirt“ 2/2013).

Bereits 2010 hat der Autor in unserer Zeitschrift einen Aufsatz zu kundenzentriertem Innovationsmanagement veröffentlicht (Der Betriebswirt 1/2010, Seite 10-16). Das Thema Kunden im Zentrum des Managements zieht sich bei Kreutzer wie ein roter Faden durch die Publikationen. Die umfassende Ausrichtung aller Geschäftsprozesse auf den Kunden, nicht nur des Vertriebs und des Marketings, ist die logische Schlussfolgerung aus den jeweiligen Managementansätzen.

Er macht auch in seinem neuen Buch deutlich, dass zur Realisierung der Unternehmensziele und zur Differenzierung im Wettbewerb ein professionelles Kundenmanagement unabdingbar ist und will ein Bewusstsein schaffen für neue Ansätze im Marketing. Damit wird er dem Untertitel des Buches, das auch Handlungsideen verspricht, gerecht.

Intensiv geht er auf die Herausforderungen der Digitalisierung ein. Denn gerade vor dem Hintergrund der Herausforderungen der Digitalisierung werden die zentralen Aufgaben des Marketings, nicht nur neue Kunden zu gewinnen, sondern auch die Neukunden und die bisherigen Kunden dauerhaft zu binden, noch brisanter.

Mit zahlreichen Beispielen von Zeitungsbeilagen oder Werbekampagnen oder Mailings zeigt Kreutzer Ansätze auf, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit zu schaffen.

Dabei behandelt er die Besonderheiten von Telefon-Marketing, wie auch Online-Marketing mit seinen Ausprägungen von Suchmaschinen-Marketing wie Social-

Media-Marketing. Mit Fallbeispielen werden die vorgestellten Instrumente praxisnah vermittelt.

Ein ausführliches Literaturverzeichnis, ein praktisches Glossar und ein Stichwortverzeichnis runden das Werk ab.

Regina Meier

Becker, Wolfgang / Ulrich, Patrick

Mittelstandsforschung Begriffe, Relevanz und Konsequenzen

Stuttgart: Kohlhammer Verlag
2011, 130 Seiten 21,90 €



■ Wenn es ein besonderes Charakteristikum für die deutsche Wirtschaft gibt, dann ist es die Existenz des Mittelstands. In der immer komplexer werdenden Umwelt, die von Globalisierung geprägt ist, ergeben sich neue Anforderungen und Herausforderungen für den deutschen Mittelstand.

Mit ihrem ersten Beitrag in der Reihe zur Mittelstandsforschung widmen sich die Autoren zunächst der nötigen Abgrenzung des Begriffs Mittelstand. Neben dieser theoretischen Fundierung zeigt der Band in ausgezeichneter Weise auf, welche volkswirtschaftliche Bedeutung der Mittelstand für Deutschland hatte und auch immer noch hat und wie er sich nach der Krise 2008 entwickelt.

Das Buch richtet sich vor allem an Forschende und soll die Beachtung des Mittelstands als Forschungsgegenstand hervorheben. Das gelingt den Autoren sehr gut, denn neben der theoretischen Fundierung zeigen sie mit ihrer selbst entwickelten Problemlandkarte Forschungsbedarfe auf.

Mit seinen 130 Seiten weiß das Buch inhaltlich zu überzeugen. Die Betrachtung des Mittelstands im Kontext von Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft sowie die einführende Erläuterung zur historischen Bedeutung des Mittelstandes für die deutsche Wirtschaft machen das Buch zu einem ganzheitlichen Werk, in dem neben Forschungsbedarf auch theoretische Grundlagen in gut nachvollziehbarer Weise erläutert werden.

Eva Reitelshöfer