

Ludwig-Erhard-Symposium in Berlin

Soziale Marktwirtschaft in Zeiten der digitalen Revolution



Matt Brittin, President Google EMEA, sprach auf dem Ludwig-Erhard-Symposium über „Wie riesig sind die „Internet-Riesen“ wirklich, und wie verändern sie die Wirtschaft?“

„Wohlstand für alle – Soziale Marktwirtschaft in Zeiten der digitalen Revolution“: Diesem Thema widmete sich die Ludwig-Erhard-Stiftung in Kooperation mit dem Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit (IZA) kürzlich auf ihrem Berliner Ludwig-Erhard-Symposium. Rund 400 Teilnehmer aus den Bereichen Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Medien kamen in stilvoller Umgebung nahe des Brandenburger Tors zusammen. Diese rege Beteiligung verdeutlichte, dass die Ludwig Erhard Stiftung ein brennendes Thema für ihr jährliches Symposium gewählt hatte.

In einer Zeit, in der die digitale Revolution neue Perspektiven auf die Lebenswelten wirft, bleiben die Grundfragen der sozialen Marktwirtschaft davon nicht ausgeschlossen. Von neuartigen Dienstleistungen auf Basis des überall präsenten Internets über 3-D-Drucker entstehen neue Herausforderungen für Entscheidungsträger, seien sie im Kreis der Unternehmer, Marktwirtschaftler und Politiker zu suchen. Aus diesen Reihen setze sich auch die Riege der Vortragenden zusammen.

Roland Tichy, Vorsitzender der Ludwig-Erhard-Stiftung, stellte in seiner Begrüßung das grundlegende Werk von Ludwig Erhard „Wohlstand für alle“ heraus, eine der bestverkauften Wirtschaftsbücher in

Deutschland. Seine Maximen, die Unternehmen vor staatlichen Eingriffen, vor Kartellen und Monopolen zu schützen und im Vertrauen auf die unternehmerische Initiative, üben noch heute ihre Faszination aus. Für die neuen Entwicklungen der Digitalisierung stelle sich die immer wiederkehrende Frage, wie der Regulierungsrahmen aussehen soll den die Politik zu gestalten hat.

„Wir haben Herausforderungen im Kartellrecht.“ Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann, Direktor des Forschungsinstituts zur Zukunft der Arbeit (IZA), betonte: „Die digitale Arbeitswelt stellt Unternehmen, Arbeitnehmer und Politik vor große Herausforderungen, bietet aber auch enorme Potenziale.“

Mit Matt Brittin, President Google EMEA, der von ComputerWeekly auf Rang 16 der Top 20 der Technikelite von Großbritannien platziert wird, war auf dem Symposium einer der Vertreter der digitalen Wirtschaft am Rednerpult, der über diese Potenziale verfügt. In seinem Vortrag mit dem provokanten Titel „Wie riesig sind die „Internet-Riesen“ wirklich, und wie verändern sie die Wirtschaft?“ zeigte er plakativ die

Vorteile der Digitalisierung auf: „Tatsächlich hilft uns das Internet, neue Jobs zu schaffen.“ In der anschließenden Diskussionsrunde ging er auch den unbequemen Fragen nach Google als Steuerzahler wie auch dem Internetangebot in China nicht aus dem Weg.

Ein weiterer Kritikpunkt, zu dem Brittin direkt angesprochen wurde, betrifft auch die Sammlung von Daten, die Google für sein attraktives Angebot benötigt. Dabei stellte er klar heraus, dass Google immer sein Ziel als Informationsanbieter vor Augen habe: „Wir machen Daten verfügbar.“ Die Nutzung der Daten durch die Anwender sei deren eigene Entscheidung: „... und die nutzen sie auch.“

Mit britischen Understatement ging er auf die Themen der Marktmacht und der Monopolstellung von Google ein und verwies u.a. auf die vermehrten Zugriffe auf Expedia und TripAdvisor, die als Beschwerdeführer gegen Google, sogar mehr Zugriffe auf ihre Seite bekommen hätten.

Das führte Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes, zu der Frage: „... wie messe ich die Marktkraft von Daten?“ In dem Bereich des Wettbewerbsrechts besteht sicherlich gesetzlicher Änderungsbedarf, Wettbewerbsgleichheit zwischen klassisch und online handelnden Unternehmen herzustellen. Das Eintreten des Bundeskartellamts für gleiche Marktzutritte verdeutlichte er anhand zweier Beispiele: zum einen die Best-Price-Formel der Hotelplattformen und das Verfahren gegen Amazon. Allerdings räumte er trotz dieser Beispiele ein: „Wir haben Herausfor-

derungen im Kartellrecht.“ Welche Deregulierung ist notwendig, damit analoge und digitale Märkte gleichen Bedingungen unterliegen.

Karl-Heinz Land, Berater und Mit-Autor des Buches „Digitaler Darwinismus“, ging in seinem anschließenden Vortrag auf die Veränderungsprozesse in Unternehmen ein, die dem Wandel von Technologie und Gesellschaft hinterherreihen. „Die digitale Revolution führt zu einer schnellen und radikalen Veränderung der ökonomischen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen und nur die Unternehmen, die sich schnell genug anpassen können, werden diese Entwicklung überleben,“



Günther Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft, forderte eine „digitale Agenda für Europa“.

lautet sein Credo, das er mit dem Schlagwort: „Adapt or die“! auf den Punkt brachte. Denn es gehe bei Digitalisierung und Social Media nicht nur um eine sich verändernde Unternehmenskommunikation – wie vielfach auf der Management-Ebene vermutet. Die Digitalisierung betreffe neben den Basisprodukten der Unternehmen auch viele Funktionsbereiche, wie z.B. Service, Innovationsmanagement oder Personal.

Fabien Nestmann, Deutschland-Chef von Uber, stellte das Geschäftsmodell von Uber vor, das auch bereits in Deutschland seine Dienste anbietet. Per App bringt der Fahrdienstvermittler Fahrer und Fahrgäste zusammen. Seine Ziele, das Verändern von Strukturen, bessere Nutzung von Ressour-

cen und das effiziente Zusammenführen von Angebot und Nachfrage habe ihnen harte Kritik der klassischen Taxi-Branche eingebracht: „Wir sind keine Wettbewerber, wird sind ein Mitbewerber“, stellte Nestmann klar.

Damit einher geht allerdings eine Verlagerung der wirtschaftlichen Risiken in der Arbeitswelt. Die Gefahren durch eine Verschmelzung von Freizeit und Arbeit würden zu ganz neuen Arbeitszeitmodellen führen.

Dies war eines der Punkte, die von Benjamin Mikfeld, Abteilungsleiter im Bundesministerium für Arbeit und Soziales, aufgegriffen wurde.

Bei der Podiumsdiskussion „Arbeit für alle – auch im Zeitalter der Digitalisierung?“ ging er auf das Schlagwort der „Arbeit 4.0“ ein. Für Prof. Achim Wambach, Mitglied der Monopolkommission und Direktor des Instituts für Wirtschaftspolitik, stellt sich die Frage, ob die Wettbewerbsregeln im Angesicht der Digitalisierung angepasst werden müssen. Die Digitalisierung der Wirtschaft und Gesellschaft bringt auf jeden Fall neue Aspekte für das Wettbewerbsrecht. Dabei gehe es in erster Linie nicht um eine neue Formulierung der Gesetze, nur die Umsetzung müsse angepasst werden.

Dr. Alexander Spermann, Direktor Arbeitsmarktpolitik Deutschland am IZA und



Fabien Nestmann, Deutschland-Chef von Uber, stellte das Geschäftsmodell von Uber vor.

Privatdozent an der Universität Freiburg, hielt ein Plädoyer für die berufsbegleitende Weiterbildung. Derzeit konzentriert sich das Lernen in den klassischen Ausbildungszeiten wie Schule, Berufsausbildung oder Universität bis ins Alter von ca. 22 Jahren. Die lange Zeit der Berufspraxis werde derzeit noch vernachlässigt. Für Spermann besteht eine zentrale Aufgabe darin, die Kompetenzen der Arbeitnehmer in den fünf Jahrzehnten nach der Grundausbildung weiterentwickeln. An bundesdeutschen Hochschulen gibt es bereits vereinzelt eigene Zentren, die eine berufsbegleitende Weiterbildung anbieten. Auch ein E-Campus ist schon – meist in technisch orientierten Studiengängen – Realität. Sicher ist eine Veränderung in der Vorlesungsmethodik zu erwarten. Spermann sieht in den kommenden Jahren eine Revolution durch die neuen Entwicklungen wie Massive Open Online Course (MOOC), neue Bildungsplattformen, die mit Online-Kursen, die für alle eingeschriebenen Studenten offen sind. Deren Vorteil bestehe auch darin, den Zugang jederzeit via Tablet, Smartphone oder Laptop zu ermöglichen. Außerdem lasse sich eine strukturierte Präsentation der Inhalte und Überprüfung des Gelernten erreichen. Derzeit werden weltweit damit bereits 12 Millionen Teilnehmer erreicht. Eine weitere digitale Revolution in der Fortbildung sieht er durch „Online Competence Based Education“ (OCBE) gegeben.

In den Fragerunden zwischen den einzelnen Vorträgen wurden durchaus kritische Fragen der Digitalisierung gestellt, nach Datenschutz und sozialer Verantwortung, auch direkt an die Vertreter der internetbasierten Unternehmen wie Google und Uber.

Den Abschluss des Symposiums bildete die Rede von Günther Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft. Mit seiner Forderung einer „digitalen Agenda für Europa“, setzte er sich für einheitliche Formate in der EU ein.

So kam bei dieser Veranstaltung auch von Seiten der Politik die klare Forderung nach einer umfassenden Diskussion: ob neue Regeln notwendig sind, bedarf einer intensiven Auseinandersetzung aller kreativen Köpfe. Sicher ist, dass die Digitalisierung der Wirtschaft weiter voranschreitet, und nicht nur die Unternehmen vor neue Geschäftsmodelle stellt, sondern auch für die Wettbewerbs- und Kartellrechts-Hüter neue Herausforderungen schafft.

Regina Meier

Stichwortverzeichnis



Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Übersicht über die 2014 in der Zeitschrift „Der Betriebswirt“ erschienenen Artikel, Kurzbeiträge und Buchbesprechungen. Die Buchbesprechungen sind unter dem Namen des Buchautors zu finden und mit einem Stern hinter der Heftnummer und der Seitenzahl gekennzeichnet.

Autoren und Buchbesprechungen:

A

Dr. Michael Alpert
Von der Nische zum Markt 4/10ff.

Heinrich Anker
Ko-Evolution versus
Eigennützigkeit 4/37f.*

Tülin Arslan
Kann der Unternehmensgewinn
durch Spontaneous Recognition
gesteigert werden? 4/27ff.

Prof. Dr. Thomas Asche
Zur Weiterentwicklung klassischer
Wettbewerbsstrategien 1/10ff.

Jonathan Andrew Bahr
Internationales
Wirtschaftsforum
in Baden-Baden 4/33f.

Jonathan Andrew Bahr
„Gernsbacher Gespräche“
im Alten Rathaus 4/34.

Prof. Dr. oec. habil. G.L. Bagiev
Der Systemcharakter des
Marketings – eine russisch-deutsche
Perspektive 2/10ff.

Dr. Florian W. Bartholomae
Der Markt für Social Games 2/23ff.

Ina Bender
Diskriminierung am Arbeitsplatz und
Gleichbehandlung 3/32ff.

Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko
Humanzentriertes
Risikomanagement im
Krankenhaus 1/21ff.

Manfred Bruhn
Qualitätsmanagement für
Nonprofit- Organisationen 2/37*

E

Christine Erlach
Wissenstransfer bei Fach- und
Führungskräftewechsel 1/38*

F

Carl Christian Freidank
Kostenrechnung 2/37f*

Carl Christian Freidank
Rechnungslegung und Rechnungsle-
gungspolitik 2/38*

**Professor Dr. rer. pol. habil.
Wolfgang Fritz**
Der Systemcharakter des Marketings –
eine russisch-deutsche
Perspektive 2/10ff.

**Professor Dr. rer. pol. habil.
Wolfgang Fritz**
Erfolgsfaktoren des
B2B-Markenmanagements
im Lichte empirischer
Forschung 4/22ff.

Marius Fröhle
Herausforderung
Unternehmensnachfolge 2/35

Marius Fröhle
Nobelpreisträger im Dialog mit
den Ökonomen der Zukunft 3/36

H

Dr. Alexandra Hildebrandt
CSR und Sportmanagement 2/36

Prof. Dr. Stefan Huf
Ungleichheit und Gerechtigkeit
im betrieblichen
Personalmanagement 3/16ff.

K

Ulrike Kasper
Markenkommunikation
auf Facebook = Mehrwert für
Unternehmen und Nutzer? 3/10ff.

L

Petra Lehmköper
Zur Bedeutung des
Risikomanagements
im Mittelstand 3/37*

Dr. Bettina Lis
Corporate Social Responsibility:
Mehr als nur PR 1/27ff.

M

Fredmund Malik
Wenn Grenzen keine sind 1/38*

Regina Meier
Symposium für Einkäufer -
Megatrends in Beschaffung
und Logistik diskutiert 1/37

Wirtschaftsnobelpreisträger
über ihre eigene Zunft 3/35f.

Dr. Sandra Meister
Gamification im E-Commerce 1/13ff.

Dr. Sandra Meister
Markenkommunikation
auf Facebook = Mehrwert für
Unternehmen und Nutzer? 3/10ff.

Dr. Martin Münstermann
Vertrauensbildende Maßnahmen
deutscher Großbanken 4/16ff.

N

Dr. Christian Neßler
Corporate Social Responsibility:
Mehr als nur PR 1/27ff.

O

Wolfgang Orians
Wissenstransfer bei Fach-
und Führungskräftewechsel 1/38*

R

Prof. Dr. Ulrike Reisach
Interkulturelle Aspekte
bei der Gestaltung von
Unternehmenswebseiten 2/15ff.

Prof. Dr. Ulrike Reisach
Wissenstransfer bei Fach- und Führungs-
kräftewechsel 1/38*

S

Utz Schäffer
Einführung in das Controlling 3/38*

Herbert Schreib
Cool durch Wirbel und Wandel 2/38*

Dr. A.O. Shulga
Der Systemcharakter
des Marketings – eine
russisch-deutsche Perspektive 2/10ff.

Frank Steudte
Gamification im E-Commerce 1/13ff.

Marion Steven
Einführung in die
Produktionswirtschaft 3/37f*

Assoc. Prof. Rozalia Sulikova
Vertrauensbildende Maßnahmen
deutscher Großbanken 4/16ff.

T

Prof. Dr. Thorsten Teichert
Effektive Zielgruppenansprache
am Point-of-Sale (Teil 1) 2/29ff.

Prof. Dr. Thorsten Teichert
Effektive Zielgruppenansprache am
Point-of-Sale (Teil 2) 3/21ff.

Prof. Dr. Thorsten Teichert
Gestaltung einer Studie zur
marketingtechnischen Optimierung von
Verkaufsgesprächen 2/29ff.

Ass. Professor Dr. Irina Trushnikova
Erfolgsfaktoren des B2B-Markenmanagements
im Lichte empirischer
Forschung 4/22ff.

V

Mathias Valentin
Effektive Zielgruppenansprache am
Point-of-Sale (Teil 1) 2/29ff.

Mathias Valentin
Effektive Zielgruppenansprache
am Point-of-Sale (Teil 2) 3/21ff.

Patric Velte
Rechnungslegung und
Rechnungslegungspolitik 2/38*

W

Sabrina Wauker
Effektive Zielgruppenansprache am
Point-of-Sale (Teil 1) 2/29ff.

Sabrina Wauker
Effektive Zielgruppenansprache am
Point-of-Sale (Teil 2) 3/21ff.

Jürgen Weber
Einführung in das Controlling 3/38*

Christian Weiß
Planen und Beteiligen 3/27ff.

Christine Wegerich
Handbuch Traineeprogramme 4/37*

Roy Wendler
Reifegradmodelle:

Anwendungspotenziale in
der Betriebswirtschaftslehre 1/32ff.

Z

Claus Zippel
Humanzentriertes Risikomanagement
im Krankenhaus 1/21ff.



Der Betriebswirt

Management in Wissenschaft und Praxis

Stichwortverzeichnis 2014

Nutzen Sie auch die
Download-Möglichkeit auf
www.derbetriebswirt.de



www.derbetriebswirt.de