



Markenverband Jahrestagung 2018

Mit Innovationen die Zukunft unserer Gesellschaft gestalten Politik und Wirtschaft diskutieren Kernfragen beim Markenverband

Berlin, 10. Oktober 2018. Innovationstreiber Marke! Zukunft Verantwortung Freiheit. --- Die Markenunternehmen tragen mit ihrer Kompetenz und Übernahme von Verantwortung wesentlich zu der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Stabilität Deutschlands bei. Folgerichtig spannten die hochkarätigen Rednerinnen und Redner der Jahrestagung 2018 des Markenverbandes den großen Bogen, wie Markenunternehmen, Politik und Wissenschaft mit Innovationen die Zukunft unserer Gesellschaft gestalten können und wie der gemeinsame Rahmen für eine erfolgreiche und nachhaltige Entwicklung aussieht. Rednerübergreifend wurde dabei die Verantwortungsübernahme für unsere Gesellschaft genauso betont, wie der dringend notwendige Einsatz für unsere Freiheiten, also die Meinungsfreiheit, Informationsfreiheit, unternehmerische Freiheit und die Selbstbestimmung.

„Wenn wir über Innovationen reden, geht es nicht nur um neue Produkte, neue Dienstleistungen und neue Angebote. Es geht um weit mehr. Es geht um die Kernfrage der inneren Dynamik der Gesellschaft, der Politik und der Wirtschaft. Letztlich sprechen wir über die Lebensbedingungen in einer globalen Welt“, verdeutlichte Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes. Er rief dazu auf, dass alle Akteure in Politik, Unternehmen und Gesellschaft in Verantwortung für unser aller Zukunft den aus der inneren Dynamik der Gesellschaft resultierenden hohen Lernbedarf sowie Handlungs- und Entscheidungsdruck annehmen müssen. Eindringlich mahnte Falke, dass die Begrenzung von Wettbewerbskräften durch Vermachtung der Märkte oder auch mehr oder weniger willkürliche staatliche Regulierung Märkte erstarren lässt, ihre Kraft zur Innovation beschränkt und so Marken die Zukunft raubt.

Hierfür nannte er ein besonders drastisches Beispiel, das für den ungebrochenen Hang der Politik zu Regulierung steht und selbst vor einem Angriff auf die freie Kommunikation von Unternehmen und Marken nicht zurückschreckt. Ganz aktuell würden die Befürworter einer Bevormundungs- und Verbotspolitik in der großen Koalition einen neuen Anlauf nehmen, um jetzt, zusammen mit Stimmen der CDU, die Kommunikation für ein frei und legal verkäufliches Produkt zu verbieten. Mit höchster Konzentration würde deshalb der Markenverband versuchen zu verhindern, dass der Staat mit solch einem ordnungspolitischen Dammbrech in freie Märkte eingreift und damit die unternehmerische Freiheit und die Freiheit des Einzelnen einschränkt. Erfreulich wäre in diesem Zusammenhang aber, dass die Junge Union bei ihrem Deutschland-Tag einem dort gestellten Antrag für die Forderung nach einem Tabakwerbeverbot mit großer Mehrheit eine klare Absage erteilt hat. Nun bliebe zu hoffen, dass die Unionsfraktion im Bundestag ebenfalls über diesen ordnungspolitischen Kompass verfügt.

Politik in Brüssel will Maßstäbe für Europa setzen, damit wir unsere heutige Gesellschaft auch weiter leben und entwickeln können

Die Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments, Frau Evelyne Gebhardt, erläuterte, dass die Ausgestaltung des europäischen Binnenmarktes mit einfachen Regeln und mehr Transparenz den Rahmen für fairen Wettbewerb bietet. Die Akkumulation der Daten in den Händen weniger multinationaler Unternehmen zu verhindern, was das Ende des Marktes bedeuten würde, schilderte sie als Motivation für die Datenschutzanstrengungen der EU. Es gelte, eine Grundlage für eine faire Zusammenarbeit zu schaffen. Wesentlicher Grundgedanke bei allem Tun der europäischen Politik sei aber der, in Europa Maßstäbe zu setzen, „damit wir unsere heutige Gesellschaft auch weiter leben und weiter entwickeln können“. Sie appellierte an den gemeinsamen Einsatz, unsere europäische Identität zu erhalten: Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, Menschenrechte, Unabhängig der Justiz und die Freiheiten, in denen wir leben. Und ganz besonders betonte sie den notwendigen selbstverständlichen Respekt gegenüber Andersdenkenden.

Um in der digitalen Zukunft zu bestehen, braucht es Mut, Unternehmertum und eine europaweite regulatorische Basis für globale, digitale Ecosysteme.

Welchen Lernbedarf die Digitalisierung für Politik Unternehmen mit sich bringt, zeigte Jens Monsees, Vice President Digital Strategy BMW Group, auf. Er verdeutlichte, dass Nordamerika und Asien im Vergleich zu Europa riesige Binnenmärkte und die regulatorische Basis für globale, digitale Ecosysteme haben. Eine der wichtigsten Voraussetzungen vor dem Hintergrund, dass digitale Geschäftsmodelle immer „kritische-Masse-Modelle“ seien. Dass wir in Europa zurückliegen, liege auch an der Überregulierung – wenn wir noch langsamer mit den Rahmenbedingungen vorangehen würden, würden wir rückwärtsgehen. Die europäische Politik müsse bei ihren Regulierungsansätzen die weltweite Situation ebenso in Betracht zu ziehen, wie sie verstehen müsse, dass beispielsweise Strompreise für Datenbearbeitung einer der wesentlichsten Standortfaktoren sind. Auf Unternehmensseite gelte es zu verinnerlichen, dass Markenbindung im digitalen Zeitalter nur über Relevanz zu gewinnen ist und es gelte, die Kunden in digitale Ecosysteme einzubinden. Auf digitalen Märkten wäre Defense eine Strategie der Verlierer, hingegen sei für die Unternehmen Zusammenarbeit auf digitalen Märkten einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Um in der digitalen Zukunft zu bestehen, bräuchten wir Mut und Unternehmertum, um unseren heutigen Lebensstil zu verteidigen.

In Zeiten der digitalen Informationsflut ist unabhängiger Journalismus die Basis für Meinungsfreiheit und Demokratie

Wahrheit darf nicht Ansichtssache werden, so Dr. Andreas Wiele, der dies als eine große Gefahr für die freie Meinungsäußerung und letztlich auch unsere Demokratie sieht. Er hob die große Bedeutung journalistischer Verantwortung hervor, die das Bekenntnis zu dem selbstgeschriebenen Wort genauso umfasse, wie die Verantwortung dafür und die Überprüfung. Dies mache den Unterschied zwischen Information und Meldungen aus. In Zeiten der sozialen Medien sei die Öffentlichkeit heute einer Informationsflut wie nie zuvor ausgesetzt. Dies würde zu einer modernen Form der Zensur führen: Es

ginge nicht mehr darum Meldungen überhaupt veröffentlicht zu bekommen, vielmehr gelte es relevanten Meldungen in der Informationsflut Gehör zu verschaffen. Denn die meisten der Informationen könnten nicht auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden, selbst den eigenen Augen könne man bei Filmmaterial nicht mehr trauen. Genau deshalb sei die Verantwortungsübernahme durch die Plattformen notwendig. Der Vorstand Classifieds Media der Springer SE sieht einen gesellschaftlichen Konsens für die Wichtigkeit von unabhängigem Journalismus entstehen, der zwischen Information und Meldung zu unterscheiden weiß und die Basis für Meinungsfreiheit und Demokratie ist.

Mit Grundlagenforschung und der praktischen Anwendung der daraus entstehenden Innovationen Verantwortung für unsere Zukunft übernehmen

Eine bessere Zukunft lässt sich mit dem Übergang von Nahrungsmittelproduktion hin zu „food economy 4.0“ gestalten, so Dr. Lauri Reuter. Der finnische Mikrobiologe zeigte neueste Technologien zur Nahrungsherstellung auf, mit vollständig neuen Ansätze zur Nachhaltigkeit in diesem Bereich. So könne die Nahrungsmittelerzeugung komplett von der Umwelt entkoppelt werden, was die große Chance eröffne, die Biodiversität nicht der Erzeugung von Lebensmitteln opfern zu müssen. In seinem Vortrag zeigte der Spezialist für disruptive Technologien vom „Technischen Forschungszentrum Finnland VTT“ auf, an welchen Innovationen geforscht wird, um die Verantwortung für unsere Zukunft zu übernehmen – er machte aber auch klar, dass Unternehmen und Wissenschaft zusammenarbeiten müssen, um diesen Innovationen zur praktischen Anwendung zu verhelfen.

Politik und Unternehmer übernehmen gemeinsam Verantwortung zum Erhalt unserer Freiheit, indem sie Bewusstsein für unsere Werte schaffen

Dass es Freiheit ohne Regeln nicht geben kann, diese Meinung vertrat Hubertus Bessau, Co Gründer und Geschäftsführer von mymuesli. Er beschrieb die großen Onlineplattformen als Ökosysteme, die sich laufend weiterentwickelten. Unsere Freiheit sei insbesondere dadurch bedroht, dass diese und unsere Werte zunehmend den Unternehmens-AGBs der großen Onlinekonzerne untergeordnet würden. Diese Problematik würde zunehmend dadurch befördert, dass Freiheit im Selbstverständnis der meisten Europäer kostenlos sei, die Hemmschwelle sie gegen andere Leistungen einzutauschen sehr niedrig sei. Daher müssten Politik und Unternehmen gemeinsam ein Bewusstsein für unsere Werte schaffen. Denn wenn beide diese Verantwortung übernähmen, trügen sie zum Erhalt unserer Freiheit bei.

Johannes Ippach
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit