

Pressenotiz zum

67. Führungsgespräch der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung

Sicherung des Zukunftsvermögens – Implikationen für Gesellschaft und Märkte

Die Zukunftsentwicklung der Gesellschaft basiert überwiegend auf der Annahme, dass ein kontinuierlicher Vermögenszuwachs zu erwarten ist. Reflektiert man jedoch Pfade der Zukunftsentwicklung, so stellt sich die Frage, ob angesichts des soziodemographischen Wandels, der hohen Staatsverschuldung, möglicher Deflations- oder Inflationseffekte und der Verknappung ökologischer Ressourcen überhaupt noch Vermögenszuwächse zu verzeichnen sein werden. Es könnte die provokante These vertreten werden, dass es in der Zukunft eher darum gehen wird, nicht den Vermögenszuwachs sondern den Vermögensverlust gerecht in der Gesellschaft zu verteilen.

Werden Entwicklungen der Vermögenserosion nicht erkannt, so zeigt sich das Phänomen einer „Vermögensillusion“ oder „Wohlfahrtsillusion“, das bei Bürgern, Staat und Wirtschaft zu einer erheblichen Fehlallokation von Ressourcen führt. Insgesamt ergeben sich hieraus vielfältige Herausforderungen für die Sicherung des Zukunftsvermögens, die sowohl für die Gesellschaft als auch für die marktorientierte Unternehmensführung eine hohe Relevanz haben.



Das 67. Führungsgespräch der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V. nahm am 30./31. Oktober in Frankfurt am Main dieser Problemstellung an. Zunächst erfolgte eine kritische Bestandsaufnahme zu den Entwicklungsszenarien des Zukunftsvermögens. Sowohl aus wissenschaftlicher, politischer wie auch aus wirtschaftlicher Sicht wurden mögliche Konstellationen von Einflussfaktoren der Vermögensentwicklung reflektiert und Relevanzabschätzungen diskutiert. In einem weiteren Schritt wurden Implikationen für Gesellschaft und Märkte in den Mittelpunkt

der Betrachtungen gestellt. Dabei wurden aus dem Blickwinkel verschiedener Branchen Nachfrageauswirkungen und proaktive Strategien im Umgang mit dem Zukunftsvermögen vorgestellt.

Während des Kaminesprächs, am Abend des 30. Oktober, beleuchtete Prof. Dr. Dr. h. c. Bert Rürup, Präsident des Handelsblatt Research Institute, den breiteren Kontext der Problemstellung.

Das Führungsgespräch am Freitag begann dann mit einem Grundsatzreferat zu den Bestimmungsfaktoren des Zukunftsvermögens von Emmerich Müller an das sich zwei Dialogrunden anschlossen.



Prof. Dr. Meinhard Miegel, Vorsitzender des Vorstands der Denkwerk Zukunft - Stiftung für kulturelle Erneuerung, Prof. Dr. Gunther Schnabl, Leiter des Instituts für Wirtschaftspolitik an der Universität Leipzig, sowie Rainer Neumann, Vorstand Finanzen der R+V Versicherung AG, brachten ihre Perspektiven aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft ein und nahmen im Dialog mit den Mitgliedern Gerhard Berssenbrügge, Matthias Hartmann und Emmerich Müller Stellung zur Vermögensentwicklung sowie den Auswirkungen der Vermögensentwicklung auf das Kauf- und Unternehmensverhalten. Die Dialogrunden boten den eingeladenen Experten und Mitgliedern einerseits die Möglichkeit einer pointierten Darlegung ihrer Perspektive sowie andererseits eine intensive Diskussion mit dem Mitgliederkreis der Wissenschaftlichen Gesellschaft.



Referenten, Panelteilnehmer und Moderatoren

- Gerhard Berssenbrügge, Nestlé Deutschland AG
- Matthias Hartmann, GfK SE
- Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg, HHL Leipzig Graduate School of Management
- Emmerich Müller, B. Metzler seel. Sohn & Co. Holding AG
- Prof. Dr. Meinhard Miegel, Denkwerk Zukunft - Stiftung für kulturelle Erneuerung
- Rainer Neumann, R+V Versicherung AG
- Prof. Dr. Andreas Pinkwart, HHL Leipzig Graduate School of Management
- Prof. Dr. Dr. h. c. Bert Rürup, Handelsblatt Research Institute
- Prof. Dr. Gunther Schnabl, Universität Leipzig
- Dr. Hans-Dietrich Winkhaus
- Dr. Winfried Wortmann, Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V.

Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V.

Die Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V. wurde am 6. Februar 1981 von einer Gruppe namhafter Unternehmer, Manager und Wissenschaftler gegründet. Ziel dieser Gründung war die Belebung und Intensivierung der Kontakte sowie des Erfahrungsaustauschs zwischen Wissenschaft und Praxis auf dem Gebiet des Marketing und der Unternehmensführung. Dieser Maxime folgend unterstützt die Wissenschaftliche Gesellschaft seither Forschungsvorhaben zu ausgewählten Problemen der Unternehmenspraxis und fördert die Verbreitung der Forschungsergebnisse.

Den Schwerpunkt ihrer Aufgaben legt die Wissenschaftliche Gesellschaft vor allem auf die

- Initiierung, fachliche Unterstützung und Finanzierung von Forschungsprojekten im Bereich des Marketing und der Managementwissenschaft,
- Nutzbarmachung der Veröffentlichung von aktuellen Erkenntnissen der Forschung für die Lösung praxisrelevanter Herausforderungen,
- Organisation und Durchführung wissenschaftlicher Tagungen und Arbeitskreise,
- Intensivierung des Erfahrungsaustauschs mit nationalen und internationalen Forschungsinstitutionen, die den gleichen Zweck verfolgen.



Kontakt

Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V.
Moschelesstraße 2
04109 Leipzig

Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg
Geschäftsführender Vorstand

Telefon: 0341 – 3085 371
Telefax: 0341 – 3085 284
E-Mail: info@wissenschaftliche-gesellschaft.de