

„So einfach ist es nicht“

Weltmarktführer: Kongress-Organisator Walter Döring über Entwicklung und Perspektiven.

Zu Beginn skeptisch verfolgt, hat der Deutsche Kongress der Weltmarktführer in sehr kurzer Zeit ein hohes Ansehen erworben. Die Veranstaltung, die vor drei Jahren vom ehemaligen Wirtschaftsminister Walter Döring, dem Strategieexperten Prof. Dr. Bernd Venohr, der Fachzeitung „Produktion“ und der Süddeutschen Verlag Veranstaltungen GmbH angestoßen wurde, ist zwischenzeitlich ein festes Datum im Kongresskalender.

RegioBusiness: Wir wissen, es ist bis zum Kongressbeginn noch etwas an der Zeit und am 9. November gibt es eine Pressekonferenz in Stuttgart. Trotzdem: Können Sie etwas zum aktuellen Stand der Dinge sagen? Wird der Kongress etwa wieder ausgebucht sein?

Walter Döring: Das hoffen wir sehr. Wegen der großen Nachfrage in diesem Jahr haben wir die Kapazitäten erweitert und können nun bis zu 350 Teilnehmerinnen und Teilnehmer empfangen; bisher waren wir auf 300 limitiert.

RegioBusiness: Frage: Es ist ja nun die dritte Auflage. Würden Sie sagen, der Kongress hat sich etabliert?

Döring: Noch nicht, aber wenn der dritte Kongress so gut verläuft wie die beiden ersten, dann glaube ich, dass er etabliert sein wird. Aber man darf da nie nachlassen, denn das Veranstaltungsangebot ist schon sehr groß, und das Zeitbudget der Top-Referenten und auch das der Teilnehmer ist natürlich begrenzt.

RegioBusiness: Es ist ja zum wiederholten Male gelungen, wirklich hochrangige Referenten für den Kongress zu gewinnen.



Engagiert: Walter Döring und Robert Friedmann, Sprecher der Konzernführung der Würth-Gruppe (re.), bei der Pressekonferenz in der Bausparkasse Schwäbisch Hall. Der Künzelsauer Handelskonzern unterstützt den Kongress seit Beginn. Auch in diesem Jahr verleiht das Unternehmen den hochdotierten Weltmarktführer-Preis an Nachwuchsunternehmen.

nen. Das ist ja keine Selbstverständlichkeit. Warum gelingt das so gut?

Döring: Da muss ich das ganze Jahr über daran arbeiten, was bedeutet, selbst viel auf Kongressen sein, Termine mit den Top-Leuten suchen, die Politiker von der Bedeutung der Weltmarktführer überzeugen und alle für ein Mitwirken begeistern.

RegioBusiness: Der Kongress wird ja von einer ganzen Reihe namhafter Firmen unterstützt. Es bereitet offensichtlich nur wenig Mühe, die Unternehmen für eine dauerhaft

ausgerichtete Zusammenarbeit zu gewinnen?

Döring: Ganz so einfach ist es nicht, aber es freut mich sehr, dass viele Unternehmen hier in der Region die Bedeutung dieses Kongresses erkannt haben und wissen und wertschätzen, dass dieser Kongress der Weltmarktführer auf unsere Region aufmerksam macht, was allen etwa bei der Anwerbung von Fachkräften hilft.

RegioBusiness: Auch wenn der Kongress in seinem grundsätzlichen Format gleich aufgebaut ist, so wurde nach den vorangegangenen Veranstaltungen Ablauf und Konzept et-

was verändert. Was waren die Beweggründe?

Döring: Die Teilnehmer haben uns gesagt, dass sie die Workshops nicht so toll finden, also haben wir die rausgenommen. Auch die Podiumsdiskussionen fanden viele nicht wirklich so prickelnd, weshalb wir auch hier dann Korrekturen vorgenommen haben. Da muss man immer flexibel sein und auf die Wünsche der Teilnehmer reagieren, denn wir wollen ja, dass sich alle bestens „bedient“ fühlen und mit Erkenntnisgewinnen heimfahren.

RegioBusiness: Haben Sie nicht die Sorge, dass es Sie und ihre Mitorganisatoren auf Dauer ein wenig überfordert, jedes Jahr aufs Neue eine solche Topbesetzung auf die Beine zu stellen?

Döring: Nein, nicht wirklich. Ich lasse mit meinen Anstrengungen nicht nach und bin hoch motiviert, das hohe Niveau zu halten und auszubauen; 's wird schon klappen!

RegioBusiness: Sie werden nicht müde, Schwäbisch Hall als Tagungsort zu loben. Was macht denn Ihre Heimatstadt als Kongressstadt für Sie so ideal?

Döring: Gerade weil Schwäbisch Hall keine typische Kongressstadt ist, ist Hall so gut geeignet: Kunsthalle WÜRTH, reichsstädtisches Ambiente, tolle Weltmarktführer, die wir vor Ort besuchen können, Spitzengastronomie, alles zusammen bietet keine andere, vor allem keine typische Kongressstadt: Wir wollen und werden lange in Hall bleiben und diesen Kongress fest etablieren.

■ Die Fragen stellte Heribert Lohr

Erste Adressen am Rednerpult

3. Deutscher Kongress der Weltmarktführer 2013.

Ohne Übertreibung: Am 23. und 24. Januar kommenden Jahres ist einmal mehr die Wirtschaftswelt in Schwäbisch Hall zu Hause.

■ Zum dritten Mal veranstalten Ex-Wirtschaftsminister Walter Döring, Strategieexperte Prof. Dr. Bernd Venohr, die Fachzeitung „Produktion“ und die „Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH“ das Zusammentreffen von deutschen Spitzenunternehmen.

Unter dem Arbeitstitel „Chancen nutzen – Herausforderungen meistern“ werden die Repräsentanten von Top-Firmen, Wirtschaftsexperten, Wissenschaftler und Politiker die besonderen Anforderungen an global ausgerichtete Betriebe erörtern. Der thematische Fokus liegt auf aktuellen Herausforderungen wie der „Energiewende“ und „China als Export- und Importmarkt“.

Best Practice-Beispiele sollen zeigen, wie die Firmen ihre Marktführerschaft auf- und ausbauen konnten. Die Veranstalter erwarten prominente Gastreferenten aus der Bundes- und Landespolitik. So haben Bundeswirtschaftsminister Philipp Rösler, Entwicklungsminister Dirk Niebel, Ministerpräsident Winfried Kretschmann, Jürgen Trittin (Fraktionsvorsitzender der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen) ihr Kommen angekündigt. Auch aus der Wirtschaft stehen große Namen

am Rednerpult. Es referieren Reinhold Würth (Vorsitzender des Stiftungsaufsichtsrats der Würth-Gruppe), Jürgen Fitschen (Vorstandsmitglied der Deutschen Bank), Hartmut Jenner (Vorstandsvorsitzender von Alfred Kär-



Dicht gepackt: Vor allem die Vorträge locken die Manager.

cher in Winnenden) und Hans-Georg Frey, Vorstandsvorsitzender der Hamburger Jungheinrich AG.

Am Vorabend, Dienstag, 22. Januar, laden die Organisatoren zu einer geschlossenen Veranstaltung ein. Martin Herrenknecht, Vorstandsvorsitzender der Herrenknecht AG, stellt sich dann den Fragen von Dr. Marc Beise, Leiter der Wirtschaftsredaktion der Süddeutschen Zeitung. Im Anschluss soll gepflegt genetzt werden. Am darauffolgenden Abend wird während des Galaabends erneut der mit 10000 Euro dotierte Weltmarktführer-Nachwuchspreis („Würth Future Champion Award“) verliehen werden. ■ ibe

www.weltmarktfuehrer-kongress.de

Weltmarktführer und Sponsoren aus der Region Heilbronn-Franken

