

Die Strategie macht
den Unterschied –
Wege zu nachhaltigen
Wettbewerbsvorteilen

26. + 27. März 2014

Haus der Wirtschaft, Stuttgart

Das Stuttgarter Strategieforum ist seit 25 Jahren die führende Veranstaltung zu aktuellen Strategiethematen und zu innovativem strategischen Denken. Es bietet eine Plattform für die Vermittlung von Managementenerfahrung aus erster Hand, für die Reflexion neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse, für fruchtbaren Gedankenaustausch und für kritischen Dialog.

"More than charisma and vision we must demand good strategy" (Richard P. Rumelt, 2011)

Die Strategie macht den Unterschied - Wege zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen

Strategie ist - angesichts dynamischer Wettbewerbslandschaften, volatiler Märkte, wirtschafts-/finanzpolitischer Turbulenzen und daraus erwachsender Unsicherheiten - für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und deren nachhaltig erfolgreiche Entwicklung wichtiger denn je. Hinter Strategien verbergen sich vor allem Entscheidungs-/Handlungslogiken und Geschäftsverständnisse bzw. gemeinsame mentale Modelle zur Bewältigung einer komplexen, dynamischen, oft chaotischen Realität. Sie reflektieren Vorstellungen über Markt und Wettbewerb sowie Überzeugungen bezüglich der Art und Weise, wie erkannte Geschäftschancen mit vorhandenen und weiter zu entwickelnden Kompetenzen genutzt werden sollen. Der Schlüssel zu nachhaltiger Wettbewerbsfähigkeit liegt dabei nicht in „Strategien von der Stange“, sondern in ausgeprägter Strategiekompetenz, die in einer komplexen, dynamischen Geschäftswelt immer wieder einen Fit zwischen Marktanforderungen und Unternehmensfähigkeiten bewirken muss.

Das 24. Stuttgarter Strategieforum wird aufzeigen, wie in Unternehmen Antworten auf kritische Fragen nach ihrer Wettbewerbsfähigkeit gefunden und Weichenstellungen für strategische Entwicklungen vorgenommen werden. Sie sind herzlich zur Teilnahme eingeladen.



Prof. Dr. Erich Zahn
Universität Stuttgart



Prof. Dr. Stefan Foschiani
Hochschule Pforzheim

Mittwoch, 26. März 2014

- 9.00 – 9.10 Uhr PROF. DR. ERICH ZAHN
Begrüßung und Eröffnung
- 9.10 – 9.50 Uhr PROF. DR. WOLFGANG PLISCHKE
Veränderung einer Industrie am
Beispiel von Bayer
- 9.50 – 10.30 Uhr KIRSTEN LANGE
Strategische Gedanken für eine
Welt der multiplen Geschwindig-
keiten
- 10.30 – 11.00 Uhr Kaffeepause
- 11.00 – 11.40 Uhr MICHAEL CLAUSECKER
Erfolgreich im Ausschreibungs-
wettbewerb mit Schienenfahr-
zeugen aus Deutschland –
Wie gewinnt man gegen Wett-
bewerber, deren Kosten man
nicht schlagen kann?
- 11.40 – 12.20 Uhr DR. MICHAEL KASCHKE
Kultur und Marke als Katalysator
der Strategieumsetzung in einem
Technologiekonzern
- 12.20 – 13.00 Uhr THEOPHIL GRABAND
Kundenvertrauen gewinnen - der
Aufbau einer starken Marke am
Beispiel der VR-LEASING Gruppe
- 13.00 – 14.00 Uhr Mittagspause
- 14.00 – 14.40 Uhr MATTHIAS HARSCH
Strategischer Erfolgsfaktor
Marke
- 14.40 – 15.20 Uhr WILHELM DRESSELHAUS
Strategien im globalen Wett-
bewerb am Beispiel der Tele-
kommunikationsindustrie

MITTWOCH, 26. MÄRZ 2014

- | | |
|-------------------|---|
| 15.20 – 16.00 Uhr | DR. RENÉ UMLAUFT
Strategien im globalen Wettbewerb – 2-Takt Marinemotoren |
| 16.00 – 16.30 Uhr | Kaffeepause |
| 16.30 – 17.10 Uhr | WOLFGANG DEHEN
Auf dem Weg von analogem zu digitalem Licht mit einem umfassenden Transformationsprogramm |
| 17.10 – 17.50 Uhr | DR. SEBASTIAN DRESSE
Mehr Mensch – der Weg vom Produkt zum Gesamtpaket |
| 17.50 – 18.30 Uhr | DR. JOACHIM SCHÖNBECK
Ecoplants – Konzepte für ressourceneffiziente Produktionstechnik |
| 19.15 Uhr | Abendveranstaltung
im Schloss Ludwigsburg |
-

DONNERSTAG, 27. MÄRZ 2014

Donnerstag, 27. März 2014

- | | |
|-------------------|---|
| 9.00 – 9.40 Uhr | ALFRED WEBER
Measure what you want to achieve: Strategieprozess und -kommunikation bei MANN+HUMMEL |
| 9.40 – 10.20 Uhr | PETER JOHN MAHRENHOLZ
Von Menschen und Marken. Oder: Von blinden Flecken im Strategieprozess |
| 10.20 – 10.50 Uhr | Kaffeepause |
| 10.50 – 11.30 Uhr | RAINER SCHULZ
Lokalisierung von globalen Megatrends – Widerspruch oder Chance? |

- 11.30 – 12.10 Uhr MANFRED GRUNDKE
Strategische Erfolgsfaktoren für
eine erfolgreiche Unternehmens-
entwicklung in BRIC-Ländern
- 12.10 – 12.50 Uhr HARTMUT SCHICK
Next Generation BUSiness –
Strategische Perspektiven für
das Bus-Geschäft der Zukunft
- 12.50 – 14.00 Uhr Mittagspause
- 14.00 – 14.40 Uhr ALF HENRYK WULF
Die Energiewende: Strategie-
wandel in der Energieversorgung –
Technologische und strategische
Herausforderungen und Antworten
für die Sicherheit der Stromver-
sorgung
- 14.40 – 15.20 Uhr STEFAN KLEBERT
Strategische Erfolgsfaktoren für
eine erfolgreiche Unternehmens-
entwicklung
- 15.20 – 16.00 Uhr DR. BIBI HAHN
Was zeichnet „the World’s most
Admired Companies“ aus und wer
belegt 2014 die Spitzenplätze?
- 16.00 – 16.30 Uhr PROF. DR. ERICH ZAHN
Fazit und Schlusswort
- 16.30 Uhr Ende des Stuttgarter
Strategieforums

Die Strategie macht den Unterschied - Wege zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen

MITTWOCH, 26. MÄRZ 2014



9.00 – 9.10 Uhr
Begrüßung und Eröffnung
PROF. DR. ERICH ZAHN,
Betriebswirtschaftliches Institut
der Universität Stuttgart



9.10 – 9.50 Uhr
Veränderung einer Industrie
am Beispiel von Bayer
PROF. DR. WOLFGANG PLISCHKE,
Mitglied des Vorstands, Bayer AG



9.50 – 10.30 Uhr
Strategische Gedanken für eine Welt
der multiplen Geschwindigkeiten
KIRSTEN LANGE,
Member of the Board,
Voith Hydro Holding GmbH & Co. KG



11.00 – 11.40 Uhr
Erfolgreich im Ausschreibungswettbewerb
mit Schienenfahrzeugen aus Deutschland –
Wie gewinnt man gegen Wettbewerber,
deren Kosten man nicht schlagen kann?
MICHAEL CLAUSECKER,
Vorsitzender der Geschäftsführung,
Bombardier Transportation GmbH



11.40 – 12.20 Uhr
Kultur und Marke als Katalysator
der Strategieumsetzung in einem
Technologiekonzern
DR. MICHAEL KASCHKE,
Vorsitzender des Vorstands, Carl Zeiss AG



12.20 – 13.00 Uhr
Kundenvertrauen gewinnen –
der Aufbau einer starken Marke am Beispiel
der VR-LEASING Gruppe
THEOPHIL GRABAND,
Vorsitzender des Vorstands, VR-LEASING AG



14.00 – 14.40 Uhr
Strategischer Erfolgsfaktor Marke
MATTHIAS HARSCH,
Vorsitzender des Vorstands,
Loewe AG



14.40 – 15.20 Uhr
Strategien im globalen Wettbewerb am
Beispiel der Telekommunikationsindustrie
WILHELM DRESSELHAUS,
Vorsitzender des Vorstands,
Alcatel-Lucent Deutschland AG



15.20 – 16.00 Uhr
Strategien im globalen Wettbewerb –
2-Takt Marinemotoren
DR. RENÉ UMLAUFT,
Sprecher des Vorstands,
MAN Diesel & Turbo SE



16.30 – 17.10 Uhr
Auf dem Weg von analogem zu
digitalem Licht mit einem umfassenden
Transformationsprogramm
WOLFGANG DEHEN,
Vorsitzender des Vorstands, OSRAM Licht AG



17.10 – 17.50 Uhr
Mehr Mensch – der Weg vom Produkt
zum Gesamtpaket
DR. SEBASTIAN DRESSE,
Geschäftsführer,
VELUX Deutschland GmbH



17.50 – 18.30 Uhr
Ecoplants – Konzepte für
ressourceneffiziente Produktionstechnik
DR. JOACHIM SCHÖNBECK,
Sprecher der Geschäftsführung,
SMS Holding GmbH

MITTWOCH, 26. MÄRZ 2014

Die Strategie macht den Unterschied - Wege zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen

DONNERSTAG, 27. MÄRZ 2014



9.00 – 9.40 Uhr
Measure what you want to achieve:
Strategieprozess und -kommunikation
bei MANN+HUMMEL
ALFRED WEBER,
Vorsitzender der Geschäftsführung,
MANN + HUMMEL GmbH



9.40 – 10.20 Uhr
Von Menschen und Marken: Oder:
Von blinden Flecken im Strategieprozess
PETER JOHN MAHRENHOLZ,
Chefstrategie und Partner,
Jung von Matt AG



10.50 – 11.30 Uhr
Lokalisierung von globalen Megatrends –
Widerspruch oder Chance?
RAINER SCHULZ,
CEO, REHAU AG + Co



11.30 – 12.10 Uhr
Strategische Erfolgsfaktoren für eine
erfolgreiche Unternehmensentwicklung
in BRIC-Ländern
MANFRED GRUNDKE,
Geschäftsführender Gesellschafter,
Knauf Unternehmensgruppe



12.10 – 12.50 Uhr
Next Generation BUSiness –
Strategische Perspektiven für das
Bus-Geschäft der Zukunft
HARTMUT SCHICK,
CEO, EvoBus GmbH



14.00 – 14.40 Uhr
Die Energiewende: Strategiewandel in der
Energieversorgung – Technologische und
strategische Herausforderungen und Antwor-
ten für die Sicherheit der Stromversorgung
ALF HENRYK WULF,
Vorsitzender des Vorstands,
ALSTOM Deutschland AG



14.40 – 15.20 Uhr
Strategische Erfolgsfaktoren für eine
erfolgreiche Unternehmensentwicklung
STEFAN KLEBERT,
Vorsitzender des Vorstands,
Schuler AG



15.20 – 16.00 Uhr
Was zeichnet „the World’s most Admired
Companies“ aus und wer belegt 2014
die Spitzenplätze?
DR. BIBI HAHN,
Mitglied der Geschäftsführung,
Hay Group GmbH



16.00 – 16.30 Uhr
Fazit und Schlusswort
PROF. DR. ERICH ZAHN
Betriebswirtschaftliches Institut
der Universität Stuttgart

16.30 Uhr
Ende des Stuttgarter Strategieforums

DONNERSTAG, 27. MÄRZ 2014

Informationen für Tagungsteilnehmer

Auskünfte Anmeldungen Tagungs- organisation

Für die Anmeldung zum Stuttgarter Strategieforum 2014 senden Sie uns bitte die beiliegende Karte oder ein formloses Schreiben.

E-Mail: info@stuttgarter-strategieforum.de
Telefon: 0711 · 51 8705 14
Telefax: 0711 · 75 88 26 85
www.stuttgarter-strategieforum.de
IFUA GmbH
Anschützweg 19, 70435 Stuttgart

Nach Erhalt der Anmeldung geht Ihnen eine Anmeldebestätigung / Rechnung zu. Bitte überweisen Sie erst dann den Rechnungsbetrag unter Angabe der Rechnungsnummer und des Namens des Tagungsteilnehmers.

Tagungsgebühr

Die Tagungsgebühr beträgt € 1.750,- zzgl. MwSt. In dieser Gebühr sind enthalten: Tagungsunterlagen, zwei mehrgängige Mittagessen, Erfrischungsgetränke sowie die Abendveranstaltung.

Umbuchung Stornierung

Bei Stornierungen nach dem 14. März 2014 oder bei Nicht-Teilnahme an der Tagung kann leider keine Erstattung erfolgen. Im Falle einer Absage bis zum 14. März 2014 wird eine Verwaltungsgebühr von € 200,- (zzgl. MwSt.) berechnet. Selbstverständlich kann die gezahlte Tagungsgebühr ggf. auf einen Ersatzteilnehmer übertragen werden.

Zimmer- reservierung

Für Tagungsteilnehmer ist im Maritim Hotel Stuttgart ein begrenztes Zimmerkontingent bereitgestellt. Bitte reservieren Sie frühzeitig direkt unter dem Stichwort „Strategieforum 2014“ bei:

Maritim Hotel Stuttgart
Telefon: 0711 · 942-1210
Telefax: 0711 · 942-1004
E-Mail: reservierung.stu@maritim.de
EZ: € 155,- / DZ € 195,-

Auf Wunsch senden wir Ihnen gerne eine Liste mit weiteren Hotels für Tagungsteilnehmer zu.

Die Strategie macht den Unterschied – Wege zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen

.....
Name / Vorname

.....
Firma / Institution

.....
Funktion / Abteilung

.....
Straße / Postfach

.....
Postleitzahl / Ort

.....
Telefon / Telefax

.....
E-Mail

.....
Datum / Stempel / Unterschrift

Ich nehme an der Abendveranstaltung teil.



ANMELDEKARTE

Stuttgarter Strategieforum 2014

IFUA GmbH
Anschützweg 19
70435 Stuttgart

Die Strategie macht
den Unterschied –
Wege zu nachhaltigen
Wettbewerbsvorteilen