

## - 12. Münchner Management Kolloquium -



*„Europa – die Phantasie von Wachstum und Innovation“*

**Dieter Rampl**  
Vorstandssprecher  
HVB Group

### 1. „Europa ist unsere Heimat“

Jedes Unternehmen muss sich die Frage stellen, ob und wo es eine Heimat hat, und diese für sich individuell beantworten. Für die HVB Group ist die Heimat Europa. Dies führt zu der Überzeugung, dass in den Ländermärkten die individuellen Stärken genutzt werden müssen, sämtliche wirtschaftliche Bestrebungen auf dem Fundament eines großen, zusammenwachsenden Heimatmarktes basieren.

### 2. „Koexistenz von Volkswirtschaften“

Die Koexistenz von „satten“ Volkswirtschaften und solchen, die im europäischen Kontext bereits aufholen oder dazu ansetzen, dies zu tun, ist ein Glücksfall für Europa: Für die alten Volkswirtschaften entstehen in unmittelbarer Nachbarschaft neue Absatzmärkte und Nachfrage nach hochwertigen Produkten, für die neuen Volkswirtschaften stellt sich ein Aufschwung mit neuen, attraktiven Arbeitsplätzen und steigendem Wohlstand ein. Das Wichtigste ist jedoch, dass der „frische Ost-Wind“ den Westen zu Entbürokratisierung und Reformen zwingt, und so die schnelle Einstellung auf die weltweiten Herausforderungen ermöglicht.

### 3. „Europäische Unternehmenskultur“

Die Etablierung einer europa-weiten Unternehmenskultur ist die Voraussetzung für das Bestehen in einem europäischen Heimatmarkt. Nur durch eine gemeinsame Denkweise, die auf einheitlichen Werten und Zielvorstellungen basiert, kann sich die Heimat Europa in den Köpfen der Mitarbeiter verankern.

#### Weiterführende Literatur:

Wildemann, Horst (Hrsg.): [Wertschöpfung und Wettbewerb – Haben Unternehmen eine Heimat?](#), Tagungsband 12. Münchner Management Kolloquium

Wildemann, Horst: [Unternehmensstandort Deutschland – Wege zu einer wettbewerbsfähigen Wertschöpfungsgestaltung](#)

Wildemann, Horst: [Outsourcing – Offshoring – Verlagerung](#), TCW-report