

Sehr geehrte Damen und Herren,

Liebe Gäste,

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Dr. Hermann Simon,

ich freu mich sehr sie heute Abend hier im Europasaal des Ministeriums begrüßen zu dürfen.

Weltmarktführer aus dem Mittelstand : Die Strategie der Hidden Champions  
Vortrag und Best Practice Beispiele aus Ostbelgien.

Der Titel ist Programm heute!

Die Veranstaltung findet im Rahmen der Reihe Ostbelgien und Du statt im Besonderen zum Thema Standortvermarktung. Standortentwicklung und -vermarktung Ostbelgiens ist ein prioritäres Zukunftsprojekt der Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft und ein Querschnittsthema per excellence.

Dieses Projekt ist von strategischer Bedeutung.

Die Globalisierung und die grenzüberschreitende Mobilität der Unternehmen und Fachkräfte ist seit langem Realität in Ostbelgien, der Grenzregion.

Der Mangel an qualifizierten, jungen Fachkräften, die geringe Zahl an Betriebsgründungen und die Überalterung der Erwerbsbevölkerung sind heute und morgen zentrale Herausforderungen für die Deutschsprachige Gemeinschaft. Diese Zielgruppen gilt es durch das Standortmarketing besonders anzusprechen. Ein Standort, der versäumt, sich erfolgreich zu positionieren, riskiert wirtschaftliche Stagnation.

Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir Ostbelgien attraktiv machen für Unternehmen, Organisationen und Personen, die Wohlstand und Lebensqualität in die Region bringen.

Die Markenentwicklung ist aus diesem Grund für eine Region unerlässlich nur so wird die Region klar erkennbar und kann somit die Werte vermitteln für die sie steht. Im Tourismus ist eine solche Markenentwicklung das A und O so haben wir massiv in den letzten 5 Jahren in die Markenentwicklung der Tourismusdestination Ostbelgien investiert und das mit Erfolg wie es uns die Zahlen zeigen, steigender Marktanteil, steigende Zahlen in Umsatz und Übernachtungen sowie der Nutzungszahlen der Vennbahn – dem Rad und Wanderweg der in den letzten Jahren mit dazu geführt hat den Tourismussektor zu stärken und weitere Wachstumschancen zu geben. Andere gute Beispiele für erfolgreiche Markenentwicklung sind der „Allgäu“ oder Tirol und Südtirol.

Was für den Tourist wichtig ist, ist auch für jene wichtig, die investieren wollen, die ihr Unternehmen gründen oder erweitern wollen, die ihren Lebensmittelpunkt in diese Region verlagern wollen. Auch sie wollen wissen wohin sie gehen!

Marken prägen das Image einer Region, sie sorgen für eine hohe Bekanntheit, erwecken Vertrauen und Sympathie und können Menschen langfristig an die Region binden.

Mit dem Regionalen Entwicklungskonzept verfügen wir über eine hervorragende strategische Grundlage, um die Zukunft in der Deutschsprachigen Gemeinschaft zu gestalten.

Um im Wettbewerb der Regionen Europas zu bestehen, müssen wir die Alleinstellungsmerkmale von Ostbelgien suchen und gemeinsam professionell kommunizieren.

Die Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft hat deshalb das Standortmarketing zu einem übergreifenden Thema ihrer Regierungspolitik gemacht. Es betrifft alle Themen – die Bildung, die Wirtschaft, die Lebensqualität und den Sozialbereich - weil sie alle den Standort festigen und zur Positionierung unserer Region beitragen. Unser Ziel ist es, das regionale Selbstverständnis zu stärken und uns innerhalb Belgiens und den angrenzenden Regionen und Ländern zu vermarkten. Dazu brauchen wir eine **Standortstrategie**.

Die Standortstrategie wurde seit August 2015 mit Unterstützung einer privaten Agentur erarbeitet. Dabei wurden unter anderem das Regionale Entwicklungskonzept, das touristische Markenbild, die Standortanalyse und die demoskopischen Befragungen berücksichtigt. Wir haben an dieser Strategie in Workshops mit Vertretern der verschiedenen Themen in Ostbelgien gearbeitet. Eine Standortvermarktung setzt voraus, dass man sich professionell mit genau diesen Fragen beschäftigt und ebenfalls dass in einem dialogorientierten Prozess mit Vertretern aus Politik, Verwaltung, Unternehmen und Organisationen haben wir das über ein Jahr lang getan

Die Regierung wird dem Parlament zu Beginn der neuen Sitzungsperiode, in wenigen Tagen also, diese Strategie vorstellen und diskutieren. Aus diesem Grund seien sie mir nicht böse, wenn ich dem heute nichts vorweg nehmen möchte.

Nur so viel sei gesagt wir dürfen uns nicht verzetteln und müssen uns deutlich positionieren als Markenregion mit klaren Markenaussage und das müssen alle gesellschaftlichen Kräfte tun denn nur so können wir insgesamt erfolgreich sein.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

Die Unternehmen sind bei der Ausarbeitung der Standortstrategie sowie bei dessen Umsetzung unerlässliche Partner. Sie machen den Standort auch aus und sind Anziehungspunkt und gleichermaßen Sinnbild für unsere Markenbotschaft. Aus diesem Grund freue ich mich außerordentlich dass wir gerade für diese Zielgruppe aber natürlich auch alle interessierten Bürgerinnen und Bürger wir einen hochkarätigen Autor und erfolgreichen Unternehmer, Herrn Prof. Dr. Dr. Hermann Simon, haben gewinnen können um über die sogenannten Hidden Champions in Eupen zu referieren. Er ist ein Sohn der Eifel, Hermann Simon ist Chairman von SIMON-KUCHER & PARTNERS Strategy & Marketing Consultants. SIMON-KUCHER ist Weltmarktführer in der Preisberatung und hat 900 Mitarbeiter, die in weltweit in 32 Büros arbeiten. Simon ist als Experte für Strategie, Marketing und Pricing ein weltweit gefragter Berater und Referent. Er ist Autor von mehr als 30 Buchveröffentlichung und sein Werk Hidden Champions gilt als eines der wichtigsten Wirtschaftsbücher aller Zeiten. (Handelsblatt). Er zeigt die Kraft des Mittelstandes und wie wichtig die KMU für die Wirtschaftsstärke des deutschsprachigen Europas sind.

Ich freue mich auf den Vortrag und auf die anschließende Diskussion ich bin mir sicher auch nach Lektüre, die ich nur empfehlen kann, dieses Buches dass diese spannend und bereichernd sein werden.

Ich möchte mich zum Schluss bei Frau Bertemes für ihre Anregung bedanken, bei ihnen Herrn Simon für ihr Kommen bedanken und bei dem Team der WFG für die optimale Organisation und wünsche ihnen einen interessanten Abend und anregende Begegnungen und Gespräche.