

## **Grußwort von Herrn Staatssekretär Dr. Horst Mehrländer**

Zur III. s.a.x. Conference 2001  
Corporate Design in e-communication

14. September 2001  
Schlosshotel Bühlerhöhe, Bühl

Sehr geehrte Frau Schmidt-Friderichs,  
sehr geehrter Herr Sax,  
sehr geehrter Herr Döring,  
sehr geehrte Damen und Herren,

zunächst möchte ich mich herzlich für Ihre Einladung bedanken, bei Ihrer nunmehr 3. s.a.x.-Konferenz zu sprechen, und die Grüße der Landesregierung Baden-Württemberg überbringen.

Ich freue mich, dass diese Konferenz zum ersten Mal in Baden-Württemberg stattfindet.

Ich komme immer sehr gerne ins Badische, und die heutige Veranstaltung „Corporate Design in e-communication“ gibt mir wieder Gelegenheit dazu.

Das Tagungshotel, das idyllisch gelegene Schlosshotel Bühlerhöhe, man kann wirklich sagen: Ein wunderschöner Ort im Schwarzwald, erscheint mir geradezu als ideal für Ihre Konferenz und für die Möglichkeit, den Schwarzwald zu genießen.

Leider kann ich nicht allzu lange anwesend sein, weil noch andere Termine dazugekommen sind, was ich nicht nur wegen der Bühlerhöhe sehr bedauere.

Meine Damen und Herren,

Wenn sich heute ein Wirtschaftspolitiker - und in meinem Fall der Wirtschaftsstaatssekretär des Landes - Gedanken über die Zukunft Baden-Württembergs als Wirtschafts- und Technologiestandort macht, dann tut er gut daran, vor allem den rasant verlaufenden Wandel hin zu einer Informationsgesellschaft - und weiter zu einer Wissensgesellschaft - mit zu berücksichtigen.

Der Ausgang dieses Wandels, unsere Positionierung in diesem Wandel wird über unsere wirtschaftlichen und sozialen Niveaus entscheiden. Mit der Digitalisierung der Kommunikationsnetze, expandierendem e-Business, dem Siegeszug des Internet und dem wachsenden Anteil von Software in Produkten und Dienstleistungen erleben wir heute einen enormen Innovationsschub und eine starke Aufwertung des Produktionsfaktors Wissen.

Verschiedene Untersuchungen kommen zu dem Ergebnis, dass bereits heute knapp 80% der deutschen Unternehmen den größten Teil ihrer Wertschöpfung auf den Faktor Wissen zurückführen. Daher gewinnen Wissensmanagement und lebenslanges Lernen immer mehr an Bedeutung.

Auch eine von der Gesellschaft für Konsumforschung gemeinsam mit Instituten der Fraunhofer-Gesellschaft kürzlich erarbeiteten Studie zur Softwareentwicklung hat bemerkenswerte Erkenntnisse gebracht:

Danach entwickeln in Deutschland über 1500 Unternehmen der EDV-Branche mit 300000 Beschäftigten Software. Der Umsatz mit Software hat sich in den letzten Jahren massiv erhöht, und dieses Wachstum geht weiter.

Im Jahr 2000 dürfte sich der inländische Markt für Software und Dienstleistungen auf gut 60 Mrd. DM belaufen haben.

Orientiert man sich bei der Verteilung dieses Marktes nach Bundesländern an der elektrotechnischen Industrie, so können wir heute davon ausgehen, dass jeweils mindestens 20% der Unternehmen, der Beschäftigten und der Umsätze auf unser Bundesland entfallen. Das heißt: mindestens 4000 Unternehmen in Baden-Württemberg befassen sich mit Software - eine wichtige Zahl für den Wirtschaftspolitiker.

Meine Damen und Herren,

Das größte Wachstumspotenzial haben wir überall dort, wo individuell angepasste Software gefragt ist.

Nur wenige deutsche Softwareunternehmen sind im Massenproduktgeschäft tätig, das traditionell von international operierenden Unternehmen beherrscht wird.

Die meisten deutschen Softwarehäuser stellen vielmehr maßgeschneiderte Anwendungssoftware her.

Diese Aussage überrascht nicht im Hinblick darauf, dass inzwischen überall in der Wirtschaft kundenorientierte Lösungen gefragt sind. Auf diesem Markt besteht die Chance, die deutsche Spitzenposition weiter zu sichern, da wirklich gute Anwendungssoftware nur in engem Kontakt zu den jeweiligen Abnehmern entwickelt werden kann.

Meine Damen und Herren,

Die Landesregierung von Baden-Württemberg hat deshalb gezielt für die Software- und Medienbranche spezialisierte Technologiezentren nahezu flächendeckend im Land eingerichtet.

Diese Idee hat sich inzwischen als goldrichtig erwiesen.

Einrichtungen dieser Art bieten jungen Unternehmen hervorragende Start- und Wachstumsbedingungen, ein attraktives Umfeld und vielfältige Unterstützung.

Damit sind sie ein wichtiger Baustein der Wirtschafts- und Technologiepolitik der Landesregierung, insbesondere des Wirtschaftsministers.

Wir verfügen heute über insgesamt sechs Software-Zentren in Böblingen/Sindelfingen, Friedrichshafen, Heilbronn, Lörrach/Bad Säckingen, Mannheim und Pforzheim - wie Sie feststellen: Gut verteilt über das Land!

Diese Zentren stellen gemeinsam ein Modellvorhaben zur Stärkung der Position des Landes bei Software, Medien und Dienstleistungen dar.

Meine Damen und Herren,

Wer mit der Globalisierung der Märkte Schritt halten, sich von der Konkurrenz absetzen und beim Verbraucher ankommen will, setzt auch - zu Recht - auf das Kapital Design.

Gegenüber der Konkurrenz an Profil gewinnen verlangt, dem Unternehmen und seinen Produkten und Dienstleistungen ein eigenes und damit unverwechselbares Image zu geben.

Deshalb halte ich das Thema der heutigen Konferenz „Corporate Design in e-communication“ für überaus spannend und wichtig.

Ein Blick auf Ihr Tagungsprogramm macht deutlich, dass es Ihnen gelungen ist, namhafte Referenten für dieses Thema zu gewinnen, das aus meiner Sicht viel mehr Beachtung finden sollte als bisher.

Denn: Design ist ein wesentlicher Standort- und Wettbewerbsfaktor und damit wirtschaftlicher Erfolgsfaktor.

Ob Informationsdesign, Servicedesign, Produktdesign, Investitionsgüter- und Konsumgüterdesign, ohne Design geht nichts!

Design macht aus Produkten auf seine Art bessere Produkte, verhilft zu einem überzeugenden Firmenauftritt, informiert ohne Worte über den Hersteller, seine Werte, seine Identitätsmerkmale.

Erfolgreiche Unternehmen nutzen heute Design bewusst als kaufentscheidendes Element für Produktakzeptanz und Markterfolg.

Ich bin überzeugt: Hochwertige Gestaltung steigert die Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung.

Design hat sich als wirkungsvolles Marketinginstrument bewährt und ist somit eine wichtige Hilfe zur Durchsetzung gegenüber dem Wettbewerber.

Im übertragenen Sinne gilt das auch für ein Bundesland; im harten Wettbewerb mit anderen Ländern Wir-Gefühl schaffen, Identität. Wir haben im nächsten Jahr anlässlich des 50. Geburtstages des Landes Baden-Württemberg reichlich Gelegenheit, das Wir-Gefühl aller Baden-Württemberger zu stärken.

Meine Damen und Herren,

Viele Unternehmen - über alle Größenklassen und Wirtschaftszweige hinweg - haben die wirtschaftliche Bedeutung des Designs nicht nur für die heimischen, sondern auch für die internationalen Märkte bereits erkannt.

Aber ich bin der Ansicht: Es kommt darauf an, Design noch stärker als bislang als Innovationspotenzial zu erkennen und Strategien für die Umsetzung zu entwickeln.

Es muss noch erheblich deutlicher werden, dass Design nicht allein als Kostenfaktor - so sehen es vor allem die Controller in den Firmen - sondern vor allem als Investition in die Entwicklung der Firmen zu sehen ist.

Richtige Designkonzepte sind Garanten für wachsende Marktanteile und steigende Verkaufszahlen.

Dabei geht es nicht nur um einzelne Produkte und Dienstleistungen, sondern um ein ganzes Beziehungsgefüge.

Meine Damen und Herren,

Auch das Land Baden-Württemberg hat den Wert von Design erkannt und mit dem Design Center Stuttgart beim Landesgewerbeamt als einziger staatlicher Institution im Bundesgebiet ein meines Erachtens hervorragendes Instrument für die Designförderung geschaffen.

Aufgabe des Design Centers ist es, Designthemen an die Öffentlichkeit zu tragen und dadurch zu informieren.

Das Land fördert das Design Center Stuttgart - wenn wir alles zusammenrechnen - mit insgesamt 2 Millionen DM jährlich - eine ganze Menge Geld angesichts drastischer Sparmaßnahmen.

Meine Damen und Herren,

Designorientierte Unternehmen verfolgen eine völlig andere Strategie als Unternehmen, die versuchen, ausschließlich durch Preiswettbewerb Käufer zu gewinnen.

Für mich gilt: Ohne Corporate Identity und Corporate Design ist ein erfolgreiches Unternehmen heute nicht mehr vorstellbar. Dadurch wird das Unternehmen von anderen unterscheidbar, „Es hat ein Alleinstellungsmerkmal“, wie es in der Wettbewerbsprache heißt.

Die Repräsentation von Unternehmen wird dabei maßgeblich von den firmeneigenen Dokumenten geprägt. Sie sind die augenfälligste Erscheinungsform der „Persönlichkeit“ von Unternehmen und deren Corporate Identity.

Für die visuelle Präsentation von Unternehmen in ihren Dokumenten steht als Teil der Corporate Identity das Corporate Design.

Corporate Design definiert die Gestaltung und prägt die Wirkungsweise der Außendarstellung in allen schriftlichen und optischen Materialien von Unternehmen.

Heute stehen Unternehmen unter der Anforderung ihrer Kunden, sich nicht nur als Lieferant von Qualitätserzeugnissen und guten Dienstleistungen zu beweisen, sondern auch als Partner mit positiver Außendarstellung.

Da in vielen Branchen die Produkte selbst und Leistungen von unterschiedlichen Anbietern immer vergleichbarer werden, sind die um Kunden konkurrierenden Unternehmen gezwungen, sich im Image und der eigenen Darstellung vom Mitbewerber abzuheben.

s.a.x. Software verbindet schon seit einiger Zeit mit Corporate Identity und Corporate Design untrennbar Corporate Document Printing. Das Ziel, dass ein Unternehmen durchgängig alle seine Dokumente, seien es Briefbogen, Faxe, E-Mails, Ausdrücke aus dem Internet einheitlich in Corporate Design-gerechtem Aussehen für alle Medien herstellen sollte, halte ich persönlich für sehr plausibel.

Und so kann ich mir vorstellen, dass der Veranstalter dieser Konferenz mit dem Thema Corporate Design insgesamt und den Anforderungen, die ein Unternehmen speziell an Corporate Printing stellt, bei vielen offene Türen findet.

Natürlich muss ein derartiger Auftritt mit vertretbaren Kosten technisch umgesetzt werden können. Denn in vielen Unternehmen, in denen das Bewusstsein für Design noch nicht so ausgeprägt ist, kommt allzu oft sehr schnell: „Überflüssig und zu teuer“ über die Lippen.

Ich habe mir sagen lassen, dass so bekannte Unternehmen, wie Bosch und die Deutsche Post und auch das französische Außenministerium sich bereits von der Philosophie und der Strategie der s.a.x. Software GmbH haben überzeugen lassen.

Meine Damen und Herren, zum Schluss:

Längst geht es beim Design nicht nur um einzelne Produkte oder Dienstleistungen, sondern um ein ganzes Beziehungsgefüge.

Dem Designer kommt dabei die schwierige Aufgabe zu, die Symbiose von Business und Lebensart zu verwirklichen.

Wie könnte man das besser als hier im Tagungsort Schlosshotel Bühlerhöhe erreichen.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Verlauf Ihrer Konferenz und bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit!