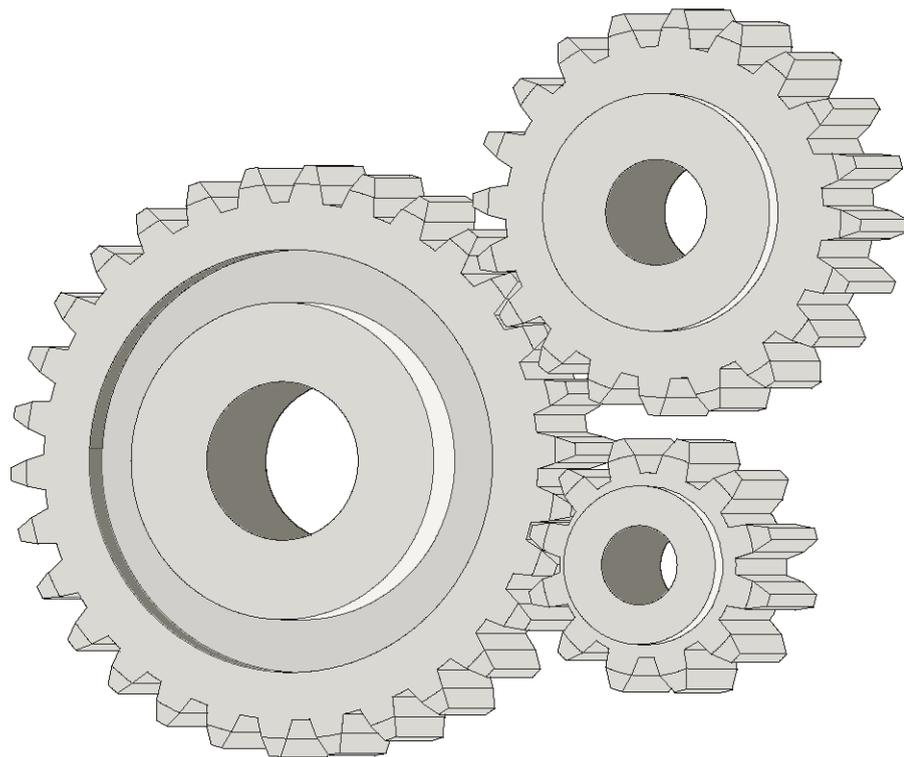


Masterthesis

zur Erlangung des Akademischen Grades
"Master of Science" (M.Sc.)
im Studiengang Stadtplanung
an der HafenCity Universität Hamburg



Förderbedarfe und Möglichkeiten
zur Initiierung von Netzwerken
in einem ausgewählten Branchenschwerpunkt

vorgelegt von: Marlen Herber	Arbeitsgebiet: Stadt- und Regionalökonomie
Matrikelnummer: 3005918	Erstgutachter: Prof. Dr. Gernot Grabher
eingereicht am: 03.12.2013	Zweitgutachter: Dr. Hanns Werner Bonny

HCU

HafenCity Universität
Hamburg

**Universität für Baukunst
und Metropolenentwicklung**

Erklärung

Name, Vorname: Herber, Marlen

Matrikel-Nr.: 3005918

Studiengang: Stadtplanung

Ich versichere, dass ich diese Master-Thesis ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quellen kenntlich gemacht.

Hamburg, den 03. Dezember 2013

Unterschrift

Vorwort

Netzwerke stellen Beziehungsgefüge von dauerhaft durch gemeinsame Werte miteinander verbundenen, autonomen Einheiten dar. Im wirtschaftswissenschaftlichen Zusammenhang lassen sich Netzwerke nur schwer von der marktwirtschaftlich-kapitalistisch geprägten Wirklichkeit trennen, da sie zumeist auf ökonomische Ziele ausgerichtet sind. Als wirtschaftsfördernde Institution wurden Netzwerke unlängst vom der Politik als branchenspezifische Entwicklungsstrategien für die interorganisationale Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung instrumentalisiert. Mit der Thematik um netzwerkpolitische Förderstrategien beschäftigt sich diese Masterthesis, die im Arbeitsgebiet Stadt- und Regionalplanung des Studiengangs Stadtplanung an der HafenCity Universität Hamburg angefertigt wurde.

Mein ganz besonderer Dank gilt Frau Uta Stammer, Bereichsleiterin in der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, die mir ihr Vertrauen für die Bearbeitung des Themas geschenkt und durch ihr Engagement diese Arbeit erst ermöglicht hat.

Zu großem Dank bin ich auch der Handelskammer Hamburg verpflichtet, insbesondere Herrn Jan-Oliver Siebrand, Leiter der Abteilung Stadtentwicklung, Stadtverkehr und ÖPNV, für die anregenden Gespräche und die Übernahme der Kosten für die Durchführung der Unternehmensbefragung sowie Frau Joana Schleinitz für die organisatorische Unterstützung und ihre wertvollen Erfahrungen bei der Realisierung der empirischen Untersuchung.

Ebenso dankbar bin ich Herrn Prof. Dr. Gernot Grabher und Herrn Dr. Hanns Werner Bonny für die fachliche und persönliche Betreuung und ideelle Unterstützung sowie die hilfreichen Hinweise und Anregungen bei der Entwicklung des Arbeitskonzepts und des Unternehmensfragebogens.

Wichtig war mir auch die Unterstützung der Akteure der weiteren Wirtschaftsförderungsinstitutionen für ihre Auskunfts- und Gesprächsbereitschaft, die diese Arbeit mit ihren wertvollen Erfahrungen aus ihrem Arbeitsalltag bereichert haben. Ihnen gilt noch einmal mein ausdrücklicher Dank.

Auch bei den Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt und die Untersuchung mit ihrer Meinung unterstützt haben, möchte ich mich an dieser Stelle bedanken.

Besonderer Dank gebührt zudem meinen fleißigen Korrekturlesern, die mit ihrer stetigen Unterstützung und konstruktiven Kritik ebenfalls ihren Beitrag zur Fertigstellung dieser Arbeit geleistet haben.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	1
1.1	Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung	2
1.2	Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	3
2.	Die gesellschaftliche Einbettung der Ökonomie in Netzwerkstrukturen	5
2.1	Regionalökonomische Entwicklungskonzepte zur Erklärung räumlicher Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten	6
2.1.1	Klassische Lehre der Agglomerationsfaktoren	7
2.1.2	Netzwerkansatz und Embeddedness	10
2.1.3	Industriedistrikte	12
2.1.4	Regionale Produktionswelten	15
2.1.5	Regionale Innovationsysteme	18
2.1.6	Innovative Milieus	21
2.1.7	Industriecluster	24
2.1.8	Unterschiede und Gemeinsamkeiten regionalökonomischer Entwicklungstheorien	28
2.2	Netzwerke zur Steigerung der Leistungsfähigkeit der beteiligten Akteure auf dem Wirtschaftsmarkt	29
2.2.1	Akteure	32
2.2.2	Netzwerkformen und Verflechtungsarten	32
2.2.3	Wertschöpfungsketten und Spezialisierung	34
2.2.4	Geografische Konzentration	35
2.2.5	Kosten von Kooperationen in Netzwerken	38
2.2.6	Wissen, Lernen und Innovationen	40
2.3	Implementierung des Clusteransatzes in der Wirtschaftsförderung	45
2.3.1	Zyklische Entwicklung in Lebensphasen	47
2.3.2	Adaption des Clusteransatzes durch die Wirtschaftspolitik	50
I.	Clusterpolitik	50
II.	Clusterinitiativen	52
III.	Clustermanagement	53
2.3.3	Zielverfolgung	54
2.3.4	Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren	55
2.3.5	Chancen und Potentiale	57
2.3.7	Risiken und Probleme	58
2.3.7	Rechtfertigung des Clusterkonzepts für die praktische Umsetzung	62

3	Arbeitskonzept und Untersuchungsdurchführung	64
3.1	Unternehmensbefragung	64
3.2	Methodische Vorgehensweise zur Identifikation und Analyse von Netzwerken und Clustern	67
3.2.1	Methoden zur Messung von Konzentrationen gemäß Top-Down-Analyse	70
3.2.2	Qualitative Ansätze der Bottom-Up-Analyse	74
3.2.3	Verfahren der empirischen Wirtschaftsforschung für volkswirtschaftliche Analysen	74
3.3	Untersuchung zur Ermittlung von Branchenschwerpunkten in Hamburg	75
4	Wirtschaftsförderung der Freien und Hansestadt Hamburg	84
4.1	Wirtschaftsförderung auf gesamtstädtischer Ebene	85
4.1.1	Referat Wirtschaftsförderung	86
4.1.2	IFB Hamburg – Hamburgische Investitions- und Förderbank	86
4.1.3	Instrument der Clusterförderung	87
4.2	Fachämter für Wirtschaftsförderung der Bezirke	93
4.3	HWF – Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung	94
4.4	Wachstumsinitiative Süderelbe AG und Wissensnetz Nord in der Metropolregion Hamburg	96
4.5	Handelskammer Hamburg	99
4.6	Unternehmensverbände der ausgewählten Branchenschwerpunkte im Raum Hamb.	101
4.6.1	Landesverband Nord des VDMA	102
4.6.2	Nordmetall – Verband der Metall- und Elektroindustrie	103
4.6.3	Landesverband Hamburg des VDI	103
4.7	Initiativkreis Maschinenbau und Technik	104
4.8	Interorganisationale Zusammenarbeit	107
5	Auswertung der Unternehmensbefragung	110
5.1	Rücklauf und Teilnehmerstruktur der Umfrage	112
5.2	Ergebnisse der Umfrage	120
5.2.1	Forschung- und Entwicklungsaktivitäten in den Unternehmen	121
5.2.2	Förderbedarfe	124
5.2.3	Netzwerkbeziehungen	128

6	Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	135
6.1	Verhältnis der Förderbedarfe zu den Unterstützungsangeboten der Wirtschaftsförderung	136
6.1.1	Wahrnehmung der bestehenden Förderangebote durch die Unternehmen	137
6.1.2	Bedeutung der bestehenden Förderangebote für die Unternehmen	138
6.1.3	Netzwerke als geeignetes Instrument zur Stärkung von Branchenschwerpunkten und Förderung von Innovationsaktivitäten der Unternehmen	141
6.2	Möglichkeiten zur Initiierung eines Netzwerkes in den ausgewählten Branchenschwerpunkten	144
6.2.1	Übertragbarkeit der netzwerkpolitischen Förderstrategie Hamburgs	146
6.2.2	Anforderungen an Gründungsprozess für ein Netzwerk zur Stärkung der Maschinen- baubranche und Förderung der unternehmerischen Innovationsaktivitäten	148
6.2.3	Struktur eines Netzwerkes zur Stärkung des Branchenschwerpunktes und Förderung der Innovationsaktivitäten der Unternehmen im Maschinenbau	152
6.2.4	Handlungsfelder und Förderangebote	153
7	Fazit	158
8	Quellenverzeichnis	161
8.1	Literaturverzeichnis	161
8.2	Abbildungsverzeichnis	175
8.3	Tabellenverzeichnis	178
Anhang		
	Anschreiben zur Unternehmensbefragung	I
	Fragebogen	II
	Liste der Gesprächspartner	IV
	Interviewleitfragen	V

1. Einleitung

Die Wirtschaftskraft der Freien und Hansestadt Hamburg wird von ungefähr 125.000 Unternehmen und Gewerbetreibenden getragen, von denen mehr als 80 Prozent dem Mittelstand zugeordnet werden (vgl. Scholz 2012). Die kleinen und mittleren Unternehmen leisten einen grundlegenden Beitrag zur Wirtschaftsleistung und sind Motor der wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt. Sie erzielen den Hauptanteil der Wertschöpfung und stellen die meisten sozialversicherungspflichtigen Arbeits- sowie Ausbildungsplätze (vgl. FHH 2002). Für die Sicherung ihrer Wettbewerbsfähigkeit sind optimale Rahmenbedingungen der Wirtschaftspolitik einerseits und die Förderung und Unterstützung der unternehmerischen Tätigkeiten sowie der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten zur Innovationsgenerierung andererseits von besonderer Bedeutung.

Aus der Überzeugung heraus, dass sich wirtschaftlicher Fortschritt und die Entwicklung neuer Technologien vor allem in Netzwerken zwischen Unternehmen und Wissenschaftseinrichtungen vollziehen, gewann der Ansatz der clusterpolitischen Förderung für die regionale Wirtschaftsentwicklung zunehmend an Bedeutung und wird in Deutschland bereits seit fast 20 Jahren verfolgt. Die Stadt Hamburg war eines der ersten Bundesländer, das sich 1997 im Rahmen der Wirtschaftsförderung für eine aktive Clusterpolitik entschied und diese im Jahr 2002 sogar als Teil der wirtschaftspolitischen Gesamtstrategie in das Senatsleitbild integrierte (vgl. FHH 2011: 4). Seither wurde das Instrument der Clusterförderung kontinuierlich ausgebaut, sodass die Freie und Hansestadt heute bereits acht Clusterinitiativen vorzuweisen hat und diese auch mit nicht unerheblichen Fördergeldern finanziell unterstützt.

Im Rahmen der Innovations- und Technologiestrategie des Senats, der die Vision verfolgt Hamburg bis 2020 zu einer Innovationshauptstadt in Europa auszubauen, bilden die Cluster zudem einen wichtigen Baustein. „Hamburg richtet seine Clusterpolitik [...] nicht nur an der Maxime „Stärken stärken“ aus, sondern erweitert seine wirtschafts- und strukturpolitische Strategie um den gezielten Aufbau von Zukunftsfeldern mit hohem Innovationspotenzial.“ (FHH 2010). Vor diesem Hintergrund erklärt sich auch das starke Interesse der Stadt durch zunehmende Beschäftigungszahlen und hohe wirtschaftliche Dynamiken in den Clusterinitiativen sowie durch stetige Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen eine hohe Wirtschaftskraft zu generieren (vgl. FHH 2011: 6). Der in Hamburg verfolgte clusterpolitische Ansatz geht daher auch über eine bloße Vernetzung der Akteure hinaus. So werden zum Beispiel die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, wie die Zusammenarbeit verschiedener Fachministerien mit den Clusterakteuren oder die ressortübergreifende Förderung zur Ansiedlung und dem Ausbau von Wissenschaftseinrichtungen, den Bedürfnissen der Cluster entsprechend gestaltet (vgl. Hamburg.de o.J.a).

Allerdings ist eine entsprechende Fokussierung der Wirtschaftsförderung auf bestimmte Branchen nicht unumstritten. So konnte bisher beispielsweise noch kein direkter Zusammenhang zwischen der geografischen Konzentration wirtschaftlicher Aktivitäten und einem daraus resultierenden regionalen Wirtschaftswachstum abgeleitet werden (vgl. Martin, Sunley 2003: 29). Kritisch ist dies vor allem im Falle der Verwendung monetärer Fördermittel für von der Politik gewünschte Cluster einer Stadt für deren Gründung und Existenz es aus ökonomischer Sicht unter Umständen gar keine Berechtigung gibt. Außerdem besteht bei einer Priorisierung einzelner Branchen und entsprechender

Förderung bestimmter Cluster auch die Gefahr einer starken Abhängigkeit und der Entwicklung von Monostrukturen. Die relative Unwissenheit über Zukunftsbranchen und künftige Technologieschwerpunkte spricht eher für eine Förderpolitik, die eine Vielzahl von unterschiedlichen Wirtschaftsbranchen erreicht.

Bisher konnte die Hamburger Clusterpolitik jedoch deutliche Erfolge hervorbringen. So sind sicherlich die Schärfung eines klaren Kompetenzprofils, das steigende Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum in den Clustern sowie die stetig hohe Wettbewerbsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen auch der Förderung mittels clusterpolitischer Maßnahmen zuzuschreiben (vgl. FHH 2011: 6). Im nationalen und europaweiten Vergleich können die Hamburger Initiativen zudem auf zahlreiche Prämierungen in Wettbewerben und Auszeichnungen als Vorreiter wirtschaftlicher Innovationsförderung zurückblicken (vgl. ebd.: 11ff.).

1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung

Die Wirtschaftskraft Hamburgs wird jedoch nicht allein aus den Clustern generiert, sondern aus der Gesamtheit der Hamburger Unternehmen in den verschiedenen Branchen erbracht. Aus diesem Grund beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit den Unternehmen, die nicht von den professionellen Netzwerkmanagement und zielgruppenspezifischen Dienstleistungsangeboten der Clusterorgane profitieren, weil sie aufgrund ihrer wirtschaftlichen Ausrichtung oder Kernkompetenzen nicht als Akteur einer bestehenden Clusterinitiative partizipieren können. Daher stellt sich zunächst folgende Forschungsfrage:

Inwieweit bestehen Bedarfe zur Förderung von mittelständischen Unternehmen gleicher oder ähnlicher Branchenzugehörigkeit im Hinblick auf Vernetzung und innovationsorientierter Wirtschaftsförderung? Wie könnten solche Fördermöglichkeiten aussehen?

Ziel der Untersuchung ist es, herauszufinden, welche unternehmerischen Bedürfnisse es von der Wirtschaftsförderung gegebenenfalls zu befriedigen gilt und ob durch die Ausweitung der netzwerkpolitischen Förderstrategie auf weitere Branchen des hamburgischen Unternehmensbesatzes gesamtwirtschaftliche Vorteile erzielt werden können. Die Beantwortung dieser Fragestellung soll exemplarisch erfolgen. Darüber hinaus soll erkundet werden, ob bestehende Förderangebote von den Unternehmen überhaupt wahrgenommen werden und inwieweit eine Initiierung von Netzwerken zur Stärkung von Branchenschwerpunkten und Förderung von Innovationsaktivitäten der Unternehmen beitragen kann. Daher stellen sich neben der genannten Hauptfragestellung weitere Forschungsleitfragen, die es im Rahmen dieser Arbeit zu beantworten gilt:

Welche Bedeutung haben die bestehenden Förderangebote der Wirtschaftsinstitutionen Hamburgs für Unternehmen ohne Bindungen zu bestehenden Clusterinitiativen?

Existieren überhaupt Förderbedarfe seitens der Unternehmen? Welche Art von Bedürfnissen gilt es von der Wirtschaftsförderung überhaupt zu befriedigen? Sind es standortspezifische Probleme, branchenspezifische Themen oder interessieren sich die Unternehmen eher für

branchenübergreifende Querschnittsthemen? Und entsprechen die bestehenden Förderangebote den Bedürfnissen der Unternehmen oder stehen diese gar nicht beziehungsweise nicht in ausreichendem Umfang zur Verfügung? Vorstellbar wäre in diesem Zusammenhang auch, dass die bestehenden Wirtschaftsfördermöglichkeiten optimiert, besser positioniert oder ergänzt werden müssen.

Einen zweiten großen Themenkreis, stellt das Phänomen der Netzwerke dar. Die Stadt Hamburg vertritt die Auffassung, dass Netzwerke als Motoren einer dynamisch wirtschaftlichen Entwicklung dazu beitragen, die Wachstumschancen in ausgewählten Branchen und Wirtschaftszweigen zu nutzen (vgl. Senatskanzlei 2011) und eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen herbeizuführen (vgl. FHH 2007). Im Rahmen der Untersuchung stellt sich aber durchaus auch folgende Frage:

Stellen Netzwerke das geeignete Mittel zur Förderung von Branchenschwerpunkten und Innovationsaktivitäten der Unternehmen dar?

Sind die Unternehmen daran interessiert, sich in Netzwerken zusammenzuschließen oder werden vielleicht ganz andere Formen der Förderung benötigt? Wie könnten Förderangebote zur Netzwerkarbeit gestaltet werden? Braucht es nur einen Initiator oder wird ein professionelles Netzwerkmanagement benötigt? Welche bestehenden Netzwerkangebote in Hamburg zur Stärkung der Branchenschwerpunkte und Förderung von Innovationstätigkeiten der Unternehmen lassen sich möglicherweise auf die Zielgruppe anwenden beziehungsweise übertragen.

1.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

Zur Beantwortung der gestellten Forschungsfragen und zur Entwicklung weiterführender Handlungsempfehlungen gliedert sich diese Arbeit in sieben Kapitel. Der erste Abschnitt diente der Einführung in das Thema. Problemstellung und Zielsetzung wurden bereits dargestellt. Im Folgenden werden die wesentlichen Inhalte der einzelnen Kapitel kurz beschrieben.

Basierend auf intensiven Literaturrecherchen beschäftigt sich der zweite Abschnitt mit den theoretischen Grundlagen. Es werden verschiedene regionalökonomische Entwicklungskonzepte zur Erklärung räumlicher Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten vorgestellt, wesentliche Begrifflichkeiten erläutert und die Charakteristika von Netzwerken herausgearbeitet. Zudem werden Operationalisierung, Grundanforderungen sowie die mit der Implementierung netzwerkpolitischer Entwicklungsstrategien verbundenen Potentiale und Risiken für die Wirtschaftsförderung diskutiert.

In Kapitel 3 wird zunächst das dieser Arbeit zugrundeliegende Arbeitskonzept vorgestellt. Es erfolgt eine kritische Betrachtung von methodischen Konzepten zur Identifikation und Analyse von Netzwerken und Clusterstrukturen. Aus der Entwicklung einer angepassten Vorgehensweise werden im Untersuchungsraum Hamburg Branchenschwerpunkte ermittelt und die in dieser Arbeit zu untersuchenden Wirtschaftszweige bestimmt. Die Erhebung der unternehmerischen Förderbedarfe und bestehenden Netzwerkverflechtungen in dem zu untersuchenden Branchenschwerpunkt erfolgt im Rahmen einer Unternehmensbefragung. Die Überlegungen zur Erstellung des standardisierten Fragebogens sind ebenfalls Bestandteil dieses dritten Kapitels.

Der vierte Abschnitt dieser Arbeit beschäftigt sich mit den verschiedenen wirtschaftsfördernden Institutionen in der Freien und Hansestadt. Zum einen werden ausgewählte branchenübergreifende Wirtschaftsförderungseinrichtungen auf ihre Funktion, Arbeitsweise und Wirkung untersucht, zum anderen erfolgt eine schwerpunktmäßige Betrachtung von branchenspezifischen Netzwerkangeboten in der Stadt. Die Recherchen werden durch Aussagen der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Experteninterviews mit Akteuren netzwerkpolitischer Förderstrategien und Vertretern der Hamburger Wirtschaft ergänzt.

In Kapitel 5 werden die Ergebnisse der Unternehmensbefragung vorgestellt. Das Erkenntnisinteresse liegt dabei insbesondere bei den Förderbedarfen der befragten Unternehmen und der grundlegenden Einstellung der Branchen gegenüber zielgruppenspezifischen Netzwerken. Außerdem wurden die Teilnehmer zu ihren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sowie zu Art und Intensität ihrer Vernetzung mit anderen Unternehmen und Forschungseinrichtungen befragt.

Auf Grundlage der gewonnenen Aussagen und Erkenntnisse der antwortenden Unternehmen und Bezug nehmend auf die Forschungsfragen werden im sechsten Kapitel dieser Arbeit die Förderbedarfe den Service- und Förderangeboten der bestehenden Institutionen gegenübergestellt und Handlungsempfehlungen für eine an den Bedarfen der Unternehmen des untersuchten Branchenschwerpunktes orientierte Wirtschaftsförderung abgeleitet. Des Weiteren wird geprüft, ob die Initiierung eines Netzwerkes das geeignete Instrument zur Stärkung von Branchenschwerpunkten und Förderung der Innovationsaktivitäten der Unternehmen darstellt und gegebenenfalls aufgezeigt, wie die Förderangebote zur Netzwerkarbeit ausgestaltet sein müssen, damit sie den Förderbedarfen der Unternehmen begegnen. Abschließend werden die Ergebnisse dieser Arbeit im letzten Kapitel noch einmal zusammengefasst, einer kritischen Reflexion unterzogen und weitere sich aus dieser Untersuchung ergebene Forschungsaspekte herausgestellt.

2. Die gesellschaftliche Einbettung der Ökonomie in Netzwerkstrukturen

Im Zuge des sektoralen Wirtschaftswandels verändert sich die Bedeutung der Sektoren im Verlauf der wirtschaftlichen Entwicklung. Obwohl von der Bundesrepublik Deutschland immer als Dienstleistungsgesellschaft gesprochen wird, besitzt die Industrie gemessen am Anteil der Bruttowertschöpfung nach wie vor eine große Bedeutung. So machte der Sektor des produzierenden Gewerbes einschließlich des Baugewerbes im Jahre 2012 immerhin einen Anteil von 30,6 Prozent gegenüber dem Dienstleistungsbereich mit einem Anteil von 68,4 Prozent aus (vgl. Statistisches Bundesamt 2013). Allerdings lässt sich an den Zahlen der Erwerbstätigen seit Jahrzehnten ein deutlicher Rückgang bei den Beschäftigten des sekundären Sektors (Industrie) zugunsten des tertiären (Dienstleistung) und quartären (Information) Sektors feststellen.

Mit dem sektoralen Wandel verschieben sich allerdings nicht nur die Anteile der Wertschöpfung und die Arbeitsplätze, sondern auch institutionelle Rahmenbedingungen. Sowohl der Industrie- als auch der Dienstleistungssektor werden vor allem durch sich verändernde Konsummuster und die steigende Nachfrage nach neuen, anspruchsvollen sowie individuellen Produkten und Diensten zu ständig innovativen Produktentwicklungen und Produktivitätsverbesserungen angetrieben (vgl. Braun, Schulz 2012: 20f.). Insbesondere in führenden Industrienationen, wie Deutschland fand eine Orientierung auf technologieintensive Produkte statt (vgl. Kulke 2010: 7). Bedingt durch die zunehmende Konzentration auf diese komplexen Güter und Dienstleistungen sowie deren Produktionsprozess sind die Unternehmen gezwungen in immer kürzeren Zyklen immer mehr Informationen zu beschaffen, verarbeiten und weiterzugeben. (vgl. Braun, Schulz 2012: 22).

Die sich dabei stellenden Herausforderungen meistern Unternehmen immer häufiger in kooperativer Zusammenarbeit mit Partnern. Solch organisatorisch zusammengebundenen Austauschbeziehungen nicht marktmaßiger Art können beispielsweise in Netzwerken wahrgenommen werden (vgl. Schamp 2000: 65). Die jeweilige Art und Qualität von Netzwerken wird durch die vier Indikatoren Reziprozität, Interdependenz, Ausprägung und Macht bestimmt. Erstes meint das Prinzip der freiwilligen Kooperation, in dem die Akteure wechselseitig darauf vertrauen, dass keiner von beiden langfristig zu Lasten des anderen profitiert (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 164). Werden diese Erwartungen nicht erfüllt, kann es zum Zerbrechen des Netzwerkes kommen. Daher sind Vertrauen und Reziprozität auch die wesentlichen Eigenschaften, die Netzwerkverflechtungen von Marktbeziehungen unterscheiden. Interdependenz bedeutet, dass die Kooperationspartner in einem gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis in Bezug auf Reputation, Loyalität und Vertrauen zueinander stehen. Sie ist stark erfahrungsabhängig und entsteht daher erst durch die Dauerhaftigkeit einer Austauschbeziehung. Gleichzeitig hält sie das freiwillige Kooperationsnetz aber auch zusammen und trägt dazu bei opportunistisches Verhalten in Problemsituationen einzuschränken (vgl. ebd.). Die Ausprägung der Interdependenz beeinflusst die Funktionsfähigkeit und den Erfolg eines Netzwerkes. Denn je lockerer die Bindungen in einem Netzwerk sind, desto offener sind die Akteure für neue Partner und externe Impulse, die gemeinsame Lerneffekte ermöglichen und zur Innovationsfähigkeit des Netzwerkes beitragen. Starke Interdependenz hingegen kann zu inneren Blockierungen führen und sich innovationshemmend auf das Netzwerk auswirken (vgl. Braun, Schulz 2012: 146f.). Neben gegenseitigem Vertrauen spielen aber auch Machtverhältnisse eine wichtige Rolle in Netzwerken. Je

nach Machtstruktur lassen sich verschiedene Arten von Netzwerkorganisationen unterscheiden (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 164).

Unternehmen sind durch vielfältigste Beziehungen und Geschäftsvorgänge mit ihrem sozioökonomischen Umfeld verflochten und in die unterschiedlichsten Netzwerke eingebunden. Daher hat die Lokalisierung eines Unternehmens auch großen Einfluss auf dessen Betriebserfolg. Die Entscheidung für oder gegen einen Standort hängt von vielen Faktoren ab und ist mit großen Unsicherheiten in Bezug auf Markt- und Technologieentwicklungen verbunden (vgl. Maier, Tödtling 2006: 40). Die Komplexität liegt in erster Linie in der Langfristigkeit der Bindung an einen Standort. Denn sowohl die errichteten Gebäude und das investierte Kapital in installierte Anlagen als auch die spezialisierten Arbeitskräfte und der lokale Kundenstock gelten überwiegend als immobil und ein einmal eingenommener Unternehmensstandort lässt sich meist nur unter hohen finanziellen Aufwendungen verändern. Des Weiteren müssen die Rahmenbedingungen, wie Rechtsvorschriften, Steuergesetze, aber auch soziale und politische Gepflogenheiten, Normen und kulturelle Werte beachtet werden. Neben diesen sozioökonomischen Faktoren spielen aber auch betriebswirtschaftliche Kalküle wie Preise für Ressourcen, Arbeitskräfte, Zulieferer sowie Zugang zu Informationen und Märkten eine entscheidende Rolle. Insbesondere die Gegebenheiten des Standortumfeldes sind langfristig nur schwer einzuschätzen. Hier kann es zu Marktunsicherheiten im Zusammenhang mit der räumlichen Verteilung der Zulieferer, Kunden und Konkurrenten sowie zu technologische Unsicherheiten im Hinblick auf sich verändernde Produktionsverfahren oder Logistik- und Kommunikationstechniken kommen(vgl. ebd.: 23).

Vor allem für wissensintensive Industrien, aber auch viele andere Wirtschaftsbereiche stellen Agglomerationsräume bevorzugte Standorte dar, weil sie günstige Voraussetzungen für betriebliche Innovationen sowie deren Koordination und Kontrolle bieten (vgl. Revilla Diez 2010: 214). Vorteile sind zum Beispiel das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften, die Verfügbarkeit von Infrastrukturen, das Vorhandensein spezialisierter Dienstleistungsunternehmen, die räumliche Nähe zu Geschäftspartnern oder auch positive Effekte durch Forschungseinrichtungen für den Informations- und Erfahrungsaustausch. Selbstverständlich sind solche Standorte keine Garanten für tatsächliche Innovationsfähigkeit und -tätigkeit, aber sie können „eine einmalige Netzwerk-Infrastruktur für Interaktion und Lernen im Innovationsprozess zur Verfügung stellen, die innovative Unternehmen benötigen.“ (Schamp 2000: 199).

2.1 Regionalökonomische Entwicklungskonzepte zur Erklärung räumlicher Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten

Die Regionalökonomie stellt die wissenschaftliche Beschäftigung mit den Entwicklungen wirtschaftlicher Zusammenhänge auf der regionalen Ebene dar. Dabei lassen sich zwei wesentliche Forschungsaspekte unterscheiden: Mithilfe empirischer Methoden werden Raumstrukturen, Entwicklungsdynamiken und räumliche Interaktionen zwischen ökonomischen Aktivitäten analysiert und aufgrund ökonomischer Gesetzmäßigkeiten raumwirtschaftliche Theorien erklärt. Die Bewertung gegebener Raumstrukturen anhand von räumlichen Leitbildern sowie die Möglichkeit zur Beeinflussung dieser ökonomischen Aktivitäten sind dagegen Untersuchungsgegenstand der Politik der Regionalökonomie (bzw. regionale Wirtschaftspolitik) (vgl. Eckey 2009: 39f.).

Die Theorie in der Regionalökonomik erläutert das Standortverhalten von Unternehmen mittels Standorttheorien und begründet in regionalen Wachstumstheorien die Ursachen für deren Veränderungen. Aus der Betrachtungsperspektive einzelwirtschaftlicher Standorttheorien heraus, erfolgt die Untersuchung der optimalen Standortwahl eines Unternehmens in Abhängigkeit von bestimmenden Faktoren und räumlichen Charakteristika. Gesamtwirtschaftliche Standortmodelle hingegen erklären Raumstrukturen, die sich aus dem Zusammenspiel einer Vielzahl individueller Standortentscheidungen ergeben (vgl. Eckey 2006: 2).

2.1.1 Klassische Lehre der Agglomerationsfaktoren

Alfred Weber gilt als Begründer der systematisch industriellen Standorttheorie. In seiner 1909 veröffentlichten Arbeit zur „reinen Theorie des Standortes“ gelingt es ihm die optimale Standortwahl für ein einzelnes Unternehmen in einem in sich konsistenten theoretischen Ansatz (vgl. Braun, Schulz 2012: 54) abzubilden und verweist erstmals auf die Bedeutung von Agglomerationsfaktoren. In seinem Grundmodell zur industriellen Standortfindung betrachtet Weber zunächst die Transportkosten als ausschlaggebende Größe für ein Ein-Betriebs-Unternehmen Kosten im Produktionsprozess einzusparen und somit den eigenen Gewinn zu erhöhen. In Abhängigkeit vom Gewicht der eingesetzten Materialien und der Endprodukte sowie der Entfernung des Fundortes der Rohmaterialien und der Absatzmärkte bestimmt er den tonnenkilometrischen Minimalpunkt, als den optimalen Standort für ein nach Gewinnmaximierung strebendes industrielles Einzelunternehmen. Dabei wird bei den im Produktionsprozess verarbeiteten Materialien zwischen Ubiquitäten, deren Gewinnung standortungebunden und überall frei verfügbar erfolgt, und lokalisierten Materialien (Reingewichtsmaterialien und Gewichtsverlust-materialien) unterschieden.

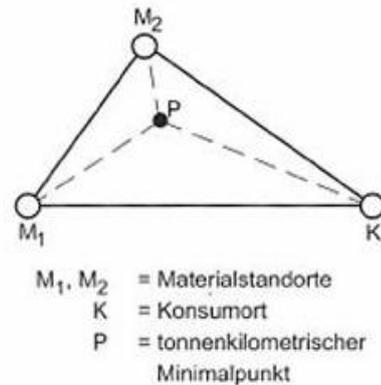


Abb. 1: Standortdreieck und Transportkostenminimalpunkt.
Quelle: Bathelt, Glückler 2003: 125

Dieses Grundmodell stellt eine starke Vereinfachung der industriellen Standortfindung dar. Daher bezieht Weber in seinen sich anschließenden Überlegungen neben dem Transportkosten-Minimalpunkt weitere raumabhängige Kosten ein, die zu einer Verlagerung des optimalen Standortes führen können. Im ersten Schritt betrifft dies die Wirkung räumlich differenzierter Arbeitskosten. Unter der Annahme, dass die Arbeitskräfte an den jeweiligen Standorten zwar immobil, dafür aber bei entsprechend konstanten Löhnen in unbegrenzter Anzahl zur Verfügung stehen, kann sich der optimale Unternehmensstandort an jedem anderen Produktionsort befinden, solange die zusätzlichen Transportkosten für die Materialien und das Endprodukt die Ersparnisse durch die niedrigeren Lohnkosten nicht übersteigen (vgl. Haas, Neumair 2008: 37).

In einer weiteren Abweichung von seinem Grundmodell zur Bestimmung des optimalen Standortes für ein industrielles Unternehmen fügt Weber Kostenersparnisse durch die Ansiedlung mehrerer Betriebe am gleichen Standort, die so genannten Agglomerationseffekte, hinzu. Ein Agglomerationsfaktor ist nach Weber „ein Vorteil, also eine Verbilligung der Produktion oder des

Absatzes, die sich daraus ergibt, dass die Produktion in einer bestimmten Masse an einem Platz vereinigt vorgenommen wird“ (Weber 1909: 123). Eine konkrete Ersparnis ergibt sich beispielsweise aus der gemeinsamen Nutzung von unternehmensnaher Infrastruktur durch gemeinsam organisierte Transporte für dieselben Materialien und Endprodukte.

Zusammengefasst sieht Weber in seiner Standorttheorie die drei Determinanten der Transport- und Arbeitskosten sowie mögliche Agglomerationswirkungen als entscheidende Einflussfaktoren für die Standortwahl eines Unternehmens. Haas und Neumair betonen die klare Gedankenführung und das Aufzeigen von Regelmäßigkeiten (Haas, Neumair 2008: 40) in Webers Theorie, dennoch wird vor allem die normativ-deduktive Vorgehensweise häufig kritisiert. Zum einen stellen die vorgegebenen Bedingungen, wie die ausschließliche Betrachtung eines Ein-Betriebs-Unternehmens, unbeeinflussbare Standortfaktoren (vgl. ebd.), gleichbleibende und standortunabhängige Produktionskosten (vgl. Braun, Schulz 2012: 51) sowie die Voraussetzung der Produktion eines einzigen homogenen Gutes unter Verwendung zweier Rohstoffmaterialien bei nur einem einzigen Absatzort mit fortwährender Nachfrage und konstanten Erlösen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 125) eine starke Vereinfachung der unternehmerischen Standortwahl dar. Zum anderen trifft Weber teilweise realitätsfremde Annahmen hinsichtlich der Unternehmensziele und der Beständigkeit des wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Systems (vgl. Haas, Neumair 2008: 35).

Ein wesentlicher Kritikpunkt betrifft auch die ausschließlich metrische Bestimmung der Transportkosten und somit die Vernachlässigung der Transportkostenzeit, die durch den Zustand und die Dichte des Verkehrssystems, die Art der zu befördernden Güter sowie unterschiedliche Frachttarife stark beeinflussbar ist (vgl. ebd.: 38f.). Selbstverständlich muss bei aller Kritik auch die Entstehungszeit der Weber'schen Standorttheorie berücksichtigt werden. Denn geprägt von der Zeit der Industrialisierung und des Ausbaus der transportkostenempfindlichen Schwerindustrie (vgl. Braun, Schulz 2012: 55), hatte Weber noch keine modernen Transporttechnologien oder Zuschläge für Umweltkosten zu berücksichtigen. Dennoch gestand sich der Ökonom auch eigene Kritikpunkte, wie zum Beispiel die unterlassene Berücksichtigung eines geringeren Transportkostenanteils bei hochwertigeren Produkten, ein (vgl. Haas, Neumair 2008: 40).

Aus heutiger Sicht findet die Weber'sche Standorttheorie nur noch auf wenige, besonders transportkostenempfindliche Produktionszweige Anwendung (vgl. Braun, Schulz 2012: 55). Und obwohl die Arbeit von Weber vielfach kritisiert wurde, lieferte sie wesentliche Impulse für die theoretische Weiterentwicklung der industriellen Standortlehre und wurde in darauf aufbauenden Standorttheorien nur modifiziert, jedoch nicht grundlegend geändert (vgl. ebd.: 54; Bathelt, Glückler 2003: 133).

So greift beispielsweise Marshall (1920) die Kritik an der Vernachlässigung weiterer lageabhängiger Kosten auf und differenziert seinen ebenfalls produktionskostenorientierten Ansatz nach drei Faktoren, die das unternehmerische Handeln bestimmen und begründet so die Ursachen für die regionale Konzentration von ökonomischer Aktivität und deren Standortbindung (vgl. Revilla Diez 2002: 17). Die ausschlaggebenden Determinanten sind das lokale Angebot an qualifizierten Arbeitskräften und spezialisierten Zuliefererunternehmen, die Verfügbarkeit unternehmensnaher materieller Infrastruktur und der Zugang zu regionsinternen Informations- und Wissensflüssen über Produkte und Märkte.

Auch Hoover (1937) bezieht sich auf Webers industrielle Standorttheorie und rückt die Transportkosten in den Mittelpunkt seiner Analysen, wobei er sich der Kritik über die Vereinheitlichung der Transportsysteme stellt und in seiner Reinterpretation verschiedene Kostenverläufe, Transportmittel und Kostenarten bei der unternehmerischen Standortwahl berücksichtigt (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 127). Zudem erweitert er das Weber'sche Standortmodell um die Unterscheidung der Agglomerationswirkungen. Während sich diese bei Weber vor allem in gemeinsam organisierten Transporten niederschlagen, interpretiert Hoover sie als materielle Verflechtungsmöglichkeiten von Industrieunternehmen im Sinne von Zulieferer-Absatz-Beziehungen (vgl. ebd.: 133). Die Wirkungen von Agglomerationen können sich seiner Auffassung nach auf zwei Arten als externe Ersparnisse günstig erweisen. Lokalisationsvorteile treten ein, wenn die Existenz weiterer Betriebe und somit eine räumliche Ballung von Unternehmen der gleichen Branche gegeben ist. Urbanisationsvorteile hingegen werden durch das Vorhandensein mehrerer Betriebe unterschiedlicher Branchen in räumlicher Nähe begünstigt, die zu einer besseren Infrastrukturausstattung, diversifizierten Arbeitsmärkten und engen Verflechtung der wirtschaftlichen Aktivitäten führen (vgl. ebd.: 127, 133). Selbstverständlich können für die einzelnen Unternehmen auch Nachteile aus den Wirkungen von Agglomerationen entstehen. So begünstigt die räumliche Ballung von Unternehmen der gleichen Branche beispielsweise das Auftreten von „Konkurrenzen sowie negative Aspekte in Hinblick auf Arbeits- und Grundstücksmärkte“ (Beckord 2006: 30).

Trotz etlicher Überarbeitungen und Weiterentwicklungen der industriellen Standorttheorien, bestehen auch weiterhin grundsätzliche Kritiken am raumwirtschaftlichen Ansatz der Wirtschaftsgeographie. Hauptkritikpunkt an Webers Standorttheorie besteht in der isolierten Betrachtung der Standortwahl von anderen unternehmerischen Entscheidungen und hier insbesondere im modellhaften Menschenbild des homo oeconomicus, bei dem der Unternehmer als rational Handelnder und ausschließlich die eigenen wirtschaftlichen Interessen verfolgend charakterisiert wird. In der Realität spielen persönliche Verhaltensweisen sowie subjektive Präferenzen durchaus eine Rolle bei Entscheidungen und auch andere unternehmerische Ziele, wie Wachstum, Unabhängigkeit, Sicherheit und Macht sind nicht zu vernachlässigen (vgl. Haas, Neumair 2008: 35). Smith (1971, erweitert 1981) setzt mit seiner Weiterentwicklung der Weber'schen Theorie an diesem Punkt an und fügt erstens neben den variablen Kosten auch im Raum variable Erlöse ein und erkennt zweitens an, „dass Unternehmen zwar Gewinne erwirtschaften wollen, aber nicht zwangsläufig deren Maximierung anstreben“ (Braun, Schulz 2012: 55).

Des Weiteren wird aber auch unterstellt, dass ein Unternehmer in der Lage ist auf Grundlage vollkommener Informationen zu entscheiden und diese perfekt verarbeiten und umsetzen zu können (vgl. Haas Neumair 2008: 38). Diese Annahmen sind nicht realistisch, denn die Akteure verfügen weder über alle notwendigen Informationen bezüglich des Rohstoff-, Arbeits- oder Absatzmarktes, noch kann aus einer gegebenen Handlungssituation das zukünftige Geschehen abgeleitet werden (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 133). Die vorwiegend ökonomische Betrachtungsweise der ressourcenzentrierten Analyse des Nutzungspotentials von Standorten führt außerdem dazu, „dass Räume [...] quasi personifiziert und zu Akteuren gemacht werden, während sozial- und verhaltenswissenschaftliche Parameter [sowie institutionelle Zusammenhänge] weitgehend ausgeblendet bleiben“ (Haas, Neumair 2008: 25).

2.1.2 Netzwerkansatz und Embeddedness

Eine modernere Erklärungsgrundlage in der Wirtschaftsgeographie stellt der netzwerkbasierte Ansatz dar. Hier werden die räumlichen Dimensionen sozialer und ökonomischer Aktivitäten und Beziehungen betrachtet, wobei insbesondere Lernprozesse, sozio-institutionelle Netzwerke und die gesellschaftliche Einbettung von Akteuren an entscheidender Bedeutung gewonnen haben. Ein Standort wird in diesem Zusammenhang nicht als geometrisch definierter, abgegrenzter Raum verstanden, sondern eher als Rahmen für die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Interaktionen betrachtet. Im Gegensatz zum raumwirtschaftlichen Ansatz erfolgt die Analyse der ökonomischen Prozesse kontextbezogen und evolutionär. Damit stellt der Netzwerkansatz einen Paradigmenwechsel in der wirtschaftsgeografischen Forschung dar (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon o.J.a). Je nach Gewichtung von ökonomischen, sozialen und kulturellen Einflussfaktoren entstanden im letzten Jahrhundert somit unterschiedliche Ansätze zur Erklärung räumlicher Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten, die in den folgenden Abschnitten beschrieben und erläutert werden.

Mit den 1970er Jahren fand der Wandel in den Überlegungen räumlicher Entwicklungsprozesse statt und die Ökonomen interessierten sich für die bis dahin vernachlässigten Einflussgrößen des Vertrauens beziehungsweise widerrechtlicher Handlungen unter Geschäftspartnern (vgl. Granovetter 1985: 487). Ihre Kritik gegenüber den vorherigen Konzepten richtete sich vor allem auf die atomistische Perspektive des ökonomischen Handelnden, nach der jeder Akteur scheinbar kontextfrei von sozialen Beziehungen und unbeeinflusst von seinem Umfeld agiert (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 160). Granovetter argumentiert hierzu: „Actors do not behave or decide as atoms outside a social context, nor do they adhere slavishly to a script written for them by the particular intersection of social categories that happen to occupy. Their attempts at purposive action are instead embedded in concrete, ongoing systems of social relations.“ (Granovetter 1985: 487). In seinem Embeddedness-Ansatz (1985, 1992) geht es nicht mehr vorrangig um das Räumliche, sondern vielmehr um den ökonomischen Akt mit seinen vielfältigen sozialen Beziehungen und die „gesellschaftliche Einbettung“ der Akteure in ihr soziokulturelles, technologisches und politisches Umfeld.

Somit wird ökonomisches Handeln stets auch als soziales Handeln vor dem Hintergrund eines spezifischen Handlungskontextes verstanden. Das bedeutet zum einen, dass jeder Kontext durch dynamisch pfadabhängige Entwicklungen, also vergangene Entscheidungen und Interaktionen, geprägt ist und demnach auch die spezifischen Handlungszusammenhänge in der Gegenwart beeinflusst werden (vgl. Haas, Neumair 2008: 32). Zum anderen erweist sich das Konzept aber auch kontingent, was bedeutet, dass die Entwicklungspfade nicht zwangsläufig vorherbestimmt sind und sich für verschiedene Regionen trotz gleicher ökonomischer und technologischer Probleme aufgrund unterschiedlicher sozialer Strukturen verschiedene Folgen einstellen können und somit eine gewisse Zukunftsoffenheit gegeben ist (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 161).

Die Einbettung der Akteure und ihrer Handlungen in soziale Gefüge ist nicht nur durch die Interaktion zwischen Personen gekennzeichnet. Auch die Bindung an ungeschriebene Regeln, Konventionen und Gewohnheiten wird zu einem wichtigen Instrument der Koordination zwischen Akteuren (vgl. Schamp 2000: 16). Daher differenziert Granovetter relationale und strukturelle Aspekte der Einbettung voneinander. Die relationale Embeddedness beschreibt die Qualität der Beziehungen

zwischen zwei Akteuren (vgl. Braun, Schulz 2012: 148). Die Austauschbeziehung der Handelnden ist in einen übergreifenden sozialen Kontext eingebettet. Das heißt, dass nicht nur das unternehmerische Denken die Beziehung zu einem Partner bestimmt, sondern auch die Geschichte dieser Beziehung und die gemachten Erfahrungen. Nur durch den Aufbau von gegenseitigem Vertrauen in die Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des anderen können Erwartungssicherheiten erhöht werden. Wechselseitig anerkannte und reproduzierte informelle Institutionen, wie Normen und Traditionen tragen darüber hinaus zur Reduktion von Unsicherheiten bei (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 160f.).

Als strukturelle Embeddedness hingegen wird die Qualität der Struktur von Beziehungen zwischen einer Menge von Akteuren etwa in Netzwerken bezeichnet (vgl. Braun, Schulz 2012: 148). Demnach werden die Beziehungen zwischen Einzelpersonen auch vom Kontext sozialer Beziehungen mit anderen Akteuren und deren Bindung an gesellschaftliche Institutionen und die vorherrschende Kultur des Umfeldes beeinflusst. Daraus resultiert eine Abhängigkeit der handelnden Akteure bei der Ausbildung von Reputation gegenüber Dritten, da die Konsequenzen für einen Vertrauensmissbrauch und opportunistisches Verhalten aus struktureller Perspektive gravierender sein dürften, als in einer isoliert bilateralen Beziehungen zwischen Geschäftspartnern (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 161). Der Aufbau von Vertrauen ist ebenfalls erfahrungsabhängig und erfordert deshalb einen andauernden intensiven Interaktionsprozess zwischen den Akteuren. Räumliche Nähe kann daher die Vertrauensbildung erheblich erleichtern, auch wenn sozio-institutionelle Beziehungen nicht zwangsläufig durch räumliche Kriterien begrenzt werden (vgl. ebd.: 162). Dennoch gibt es einige zentrale Komponenten der Einbettung, die lokalisierbar sind und die räumliche Maßstabebene überwiegend als regional kennzeichnet (vgl. Haas, Neumair 2008: 33). So sind Unternehmen zwar in auf nationalstaatlicher Ebene definierte formelle institutionelle Zusammenhänge, wie Beschäftigungs- und Produktionsverhältnisse, Gesetze und Normen eingebunden, doch wirken die Bezüge zu lokalen und regionalen institutionellen Zusammenhängen meist sehr viel stärker auf die wirtschaftlichen Akteure. Hierbei spielen sowohl formelle Institutionen, wie dauerhaft geregelte Transaktionsbeziehungen bezüglich spezifischer lokaler Ressourcen, Arbeitsmarktstrukturen und Zuliefererpotentialen ebenso eine Rolle wie informelle Institutionen lokaler Konventionen, Einstellungen und Ziele im alltäglichen Handlungskontext für Kommunikations-, Lern- und Innovationsprozesse (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 29).

Das Konzept der Embeddedness widerspricht der Annahme, dass sich wirtschaftliche Akteure ausschließlich eigennützig und auf ihren eigenen Gewinn ausgerichtet verhalten würden und „ermöglicht es, kollektive soziale Ziele in der Analyse konkreter gesellschaftlicher Verhältnisse mit zu berücksichtigen“ (Schamp 2000: 17). Dennoch besteht bei einer zu starken Betonung der lokalen Einbettung auch die Gefahr, überörtliche Beziehungen zu außerregionalen Akteuren und Einflussfaktoren zu verkennen und konzeptionell auszuschließen (vgl. Braun, Schulz 2012: 148f.). Im Zustand der over-Embeddedness kann es zu strukturellen Verkrustungen einstiger Entwicklungspfade kommen, die einen Lock-in-Effekt bewirken. Daher sind einerseits die Intensität, Häufigkeit, Dauerhaftigkeit und Vertrautheit, andererseits aber auch die Flexibilität und Offenheit für neue Ideen von entscheidender Wichtigkeit für die Innovationsfähigkeit. Abgebildet wird dieses Konstrukt im Paradoxon der Embeddedness, welcher die Bedeutung enger und schwacher Verbindungen für den Informationsfluss in Netzwerken untersucht (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 165). In diesem Zusammenhang haben diverse Ökonomen des 20. Jahrhunderts verschiedene regionalökonomische

Entwicklungskonzepte zur Erklärung von räumlichen Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten veröffentlicht und liefern bis heute bedeutende Erkenntnisse zur Entstehung von Netzwerkstrukturen.

2.1.3 Industriedistrikte

Die ersten räumlichen Branchenkonzentrationen beschrieb Marshall bereits Ende des 19. Jahrhunderts in seinem Hauptwerk „Principles of Economics“ (1890). Später präsentierte der britische Ökonom in seiner Arbeit „Industry and Trade“ (1920) ein wirtschaftswissenschaftliches Konzept, in dem er seine Erkenntnisse aus Fallstudien zur industriellen Entwicklung der Stahlwarenproduktion in Sheffield und der Wollwarenherstellung in Lancashire verarbeitete. Für die von ihm untersuchten lokalen Produktionssysteme prägte Marshall den Begriff des Industriedistrikts, von dem er „als einem räumlich konzentrierten Ensemble von vielen, eher kleinen und untereinander verbundenen Unternehmen“ (Schamp 2000, S. 72) spricht. Die Bedeutung von Industriedistrikten hebt Marshall mit der sozioökonomischen Einbettung der wirtschaftlichen Akteure einer Region in einer so genannten „industriellen Atmosphäre“ (vgl. von Einem 1994: 283) hervor. Diese entsteht aus dem gemeinsamen Wissen sowie dem gegenseitigen Vertrauen zwischen den Unternehmen eines räumlichen Produktionsverbundes, welcher durch einen „gemeinsamen, ein spezifisches Bewusstsein schärfenden kulturellen Hintergrund“ (Haas, Neumair 2008: 99) geprägt ist.

Die Wiederentdeckung dieses regionalökonomischen Ansatzes in den 1970er Jahren ist auf verschiedene, sich aber gegenseitig bedingende Faktoren zurückzuführen. Während die industrielle Massenproduktion in dieser Zeit mit schweren Konjunktur- und Strukturkrisen zu kämpfen hatte, entwickelten sich sowohl die schnell wachsenden High-Tech-Industrien als auch traditionelle Branchen in kleinräumigen Produktionszusammenhängen zum Motor erfolgreicher Industrieregionen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 182). Piore und Sabel (1984, 1989) unterschieden diese sich durch neuartige Organisationsmuster auszeichnenden Industrien daher in Hochtechnologie- und traditionelle Industriedistrikte (vgl. Schamp 2000: 71). Ihr „Konzept der flexiblen Spezialisierung“ (1985) thematisiert regionale Ballungen kleiner und mittlerer Unternehmen, welche sich durch flexible Spezialisierung und enge Kooperationen untereinander vor allem in Märkten mit individuellen Bedarfsstrukturen sehr erfolgreich behaupten konnten.

Unter den miteinander wechselseitig verbundenen Kleinunternehmen des verarbeitenden Gewerbes herrscht ein sehr starker produktionsbezogener Verflechtungsgrad (vgl. Beckord 2006: 31). Die enge Zusammenarbeit beruht auf einer weitgehend intraregionalen und unternehmensübergreifenden Arbeitsteilung eines desintegrierten Produktionsmodells. Das bedeutet, die spezialisierten Unternehmen arbeiten als eng verflochtene, aber dennoch unabhängige Einheiten (vgl. Sternberg 1995: 164) entlang einzelner vor- und nachgelagerter Produktionsschritte einer Wertschöpfungskette (vgl. Revilla Diez 2002: 15) und bilden somit eine Art kollektives Unternehmen. Die jeweiligen Produktionen unterliegen demnach einer dezentralen Koordination und richten sich direkt oder indirekt auf einen gemeinsamen Absatzmarkt (vgl. Sternberg 1995: 163f.).

Die einzelnen Betriebe weisen nur eine geringe Fertigungstiefe auf (vgl. Schamp 2000: 73), zeichnen sich aber durch spezifische Kompetenzen und einen hohen Spezialisierungsgrad auf bestimmte Produkte und Komponenten aus (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 187). Dadurch bleiben sowohl die Unternehmen als auch die gesamten Produktionsstrukturen hochgradig flexibel und sind in der Lage,

sich durch die Fertigstellung kleiner Serien (vgl. Sternberg 1995: 162) in großer Variantenvielfalt (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 187) den individualisierten Nachfragebedürfnissen einer wachsenden Kundensouveränität bei zunehmenden Marktunbeständigkeiten und sich drastisch verkürzenden Produktlebenszyklen (vgl. Sternberg 1995: 163) in kürzester Zeit anzupassen. Allerdings gelingt dies nur in Märkten in denen die Massenproduktion überhaupt an Bedeutung verliert und es möglich ist, die einzelnen Produktionsstufen zu zerlegen und in gewissem Maße räumlich voneinander zu trennen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 188).

Die Anforderungen solcher Nischenmärkte sind meist mit starken Nachfrageschwankungen verbunden und führen zu einem ständigen Innovationsdruck, dem die Unternehmen mit kontinuierlichen Innovationen und qualitativ hochwertig erzeugten Produkten begegnen (vgl. Haas, Neumair 2008: 101). Mit dieser Spezialisierungsstrategie gelingt es den vernetzten kleinbetrieblichen Produktionseinheiten auch gegenüber Großunternehmen wettbewerbsfähig zu sein. Zwar können sie durch ihre betriebsgrößenbedingten Nachteile nicht so große Produktionskapazitäten aufbauen, um mit steigendem Produktionsumfang sinkende Stückkosten zu erzielen (economies of scale), sind aber durch einen Verbundeffekt trotzdem in der Lage bei zunehmender Produktvielfalt Synergien und Kostenvorteile zu realisieren, in dem sie durch eine gemeinsame Produktion Ressourcen mehrfach nutzen (economies of scope) (vgl. Schamp 2000: 73). Solche externen Größeneffekte bewirken eine kollektive Effizienz bei der sich aus dem Zusammenspiel der individuell begrenzten Kompetenzen eine gemeinsame breite Kompetenz ergibt. Die bedarfsgerechte Generierung von Kapazitäten zur Übernahme von größeren Aufträgen stellt ebenfalls ein Wettbewerbsvorteil von Regionen mit kleinbetrieblichen Unternehmensstrukturen gegenüber größeren Unternehmen dar (vgl. Genosko 1999: 39). Außerdem kann eine arbeitsteilige Kooperation auch zur Bildung von Einkaufs- und Vertriebsgemeinschaften oder einem gemeinsamen Marketing (vgl. Braun, Schulz 2012: 154) im Sinne der Erzeugung eines spezifischen Standortprofils mit überregionaler Ausstrahlungskraft dienen.

Die räumliche Konzentration der Unternehmen findet in einem kleinräumigen und territorial abgrenzbaren, jedoch nicht eindeutig zu definierenden Raum statt (vgl. Sternberg 1995: 164). Diese räumliche Nähe fördert ein dichtes Netz von intraregionalen Beziehungen und die Interaktionsdichte der arbeitsteilig miteinander verbundenen wirtschaftlichen Akteure. Zudem erleichtert sie häufige persönliche Treffen sowie kontinuierliche Abstimmungen von Produktionsprozessen und wirkt unterstützend bei der Entwicklung neuer Ideen und kollektiver Lernprozesse (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 187). Im Sinne der positiven Wirkung von Agglomerationseffekten erläutert von Einem hierzu: „Je höher die Notwendigkeit, untereinander schnell persönlichen Kontakt aufzunehmen und Abstimmungen vorzunehmen, desto größer die Bedeutung von Führungsvorteilen und desto stärker das Motiv räumliche Nähe in der Standortwahl.“ (von Einem 1994: 283). Auch insbesondere für wachsende Industrien, die die Strategie einer vertikalen Desintegration verfolgten, kann die räumliche Ballung zuvor ausgelagerter Produktionsschritte von entscheidender Bedeutung zur Minimierung unternehmerischer Transaktionskosten sein (vgl. Sternberg 1995: 164). Denn bei der Suche nach geeigneten Kooperationspartnern fallen Kosten für die Anbahnung, Aushandlung, Überwachung sowie Kontrolle von Verträgen und geschäftlichen Beziehungen an, die durch einen in einer Region verfügbaren und gemeinsam nutzbaren Pool an Know-how, Arbeitsmärkten, Dienstleistungen und Infrastrukturen gesenkt werden können (vgl. Haas, Neumair 2008: 99).

Die wesentlichen Erkenntnisse über die regionalökonomisch bedeutsamen Industriedistrikte erlangten Piore und Sabel durch ihre Untersuchungen anhand der regionalen Industriestrukturen im so genannten Dritten Italien. Zum Prototyp einer neuartigen Regionalentwicklung wurden diese Produktionsorte wegen ihrer Unternehmensstrukturen aus Klein- und Kleinstbetrieben, die sich aufgrund ihrer Dominanz und starken Spezialisierung vergleichsweise gut gegen die wachsende internationale Niedrigkosten-Konkurrenz und Standortverlagerungen durchsetzen konnten. Ihre Verflechtungen waren durch verschiedenste Verwandtschaftsstrukturen, Nachbarschaftsbeziehungen und andere Formen des kooperativen und kollektiven Vorgehens mit engen sozialen Kontakten charakterisiert (vgl. Schamp 2000: 74). Die Kooperationszusammenhänge der Industriedistrikte waren demnach nicht nur geschäftlicher Art, sondern ließen auch auf eine soziokulturelle Verbundenheit der Akteure, ähnlich der von Marshall assoziierten „industriellen Atmosphäre“ schließen.

Dieses sozioregionale Gefüge beruht in erster Linie auf einem erfahrungsgebundenen und durch wiederholte Interaktionen entstandenen akzeptierten Regelwerk aus Gewohnheiten, Konventionen, gemeinsam geteilten Werten und Traditionen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 188). Die Einbettung der wirtschaftlichen Akteure in ein solches sozio-kulturelles Umfeld ist insbesondere bei der Suche nach zuverlässigen Geschäfts- und Kooperationspartnern von eminenter Wichtigkeit. Denn gemeinsame Grundhaltungen und Erwartungen in wechselseitiger Abhängigkeit gewähren dem anderen einen gewissen Vertrauensvorschuss (vgl. ebd.) und sind für die Bildung und Erhaltung von längerfristigen Vertrauensbeziehungen in Netzwerken unabdingbar (vgl. Sternberg 1995: 164).

Darüber hinaus können die Akteure eines solchen regionalen Produktionsverbundes auf einen kollektiv gebildeten Wissensbestand zurückgreifen und diesen gemeinsam nutzen (vgl. Haas, Neumair 2008: 101). Hier spielt vor allem das lokale Erfahrungswissen der im Industriedistrikt Beschäftigten eine wichtige Rolle. Denn durch die stetige Weitergabe und -entwicklung solch implizierten Wissens (vgl. Schamp 2000: 75) werden auch kontinuierlich Verbesserungsprozesse in Gang gesetzt (vgl. Braun, Schulz 2012: 155). Außerdem bedingt die räumliche Nähe von Betrieben der gleichen oder verwandten Branche auch die Entstehung von Konkurrenzen, die als wichtigste Triebkräfte für die Innovationsfähigkeit von Unternehmen und ganzer Regionen gelten können.

Allerdings kann sich ein zu großes Vertrauen untereinander auch nachteilig auf die Innovativität eines Kooperationsverbundes auswirken. Nämlich zum einen, wenn dieses Vertrauen von einem der Partner missbraucht wird oder zum anderen, wenn sich ein allgemeines Aufeinander-Verlassen einstellt, welches dazu führen kann, dass die betreffenden Unternehmen ineffiziente technologische Entwicklungspfade einschlagen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 189). Diese so genannte Gefahr des Lock-in entsteht vor allem durch begrenztes Wissen und Ideenpotential. Die Effektivität externen Wissens, beispielsweise über neue Technologien oder Produktionsverfahren, wird in solchen Situationen häufig unterschätzt.

Des Weiteren muss gesehen werden, dass sich die Erkenntnisse einzelner untersuchter Regionen nicht beliebig auf andere übertragen lassen, zumal die vermeintlich erfolgreichen Regionen der 1970er Jahre selbst in den 1990er Jahren mit Absatzschwächen und sozialen wie wirtschaftlichen Missständen zu kämpfen hatten. So sollte nicht unerwähnt bleiben, dass das einst hohe Wirtschaftswachstum in den italienischen Industriedistrikten zum Teil durch Inkaufnahme von

Schwarzarbeit, Steuerhinterziehung, geringer sozialer Absicherung der Beschäftigten und Missachtung von Arbeitsschutzbestimmungen erzielt worden ist (vgl. ebd.: 188).

Im Zuge von Globalisierungsprozessen sehen sich die traditionellen Produktionssysteme zudem vom zunehmenden Einfluss durch Großunternehmen bedroht (vgl. Haas, Neumair 2008: 100). Auf der einen Seite funktioniert ein Industriedistrikt nur dadurch, dass sich einzelne Unternehmen Zugang zu überregionalen, teils weltweiten Beschaffungs-, Produktions- und Absatzmärkten verschaffen, auch um neues Wissen um neue Produkte und neue Design-Erfordernisse in die Region zu transferieren (vgl. Schamp 2000: 73). Durch Wachstum und Außenorientierung eines Unternehmens im Distrikt kommt es allerdings auch zu asymmetrischen Machtverhältnissen, welche die anderen Unternehmen auf die Position von Zulieferern verweisen (vgl. ebd.: 78). Auf der anderen Seite ziehen erfolgreiche Regionen zunehmend Auslandsinvestitionen und fremde Zulieferer an (vgl. Braun, Schulz 2012: 156), die die regionalen Produktionszusammenhänge aufbrechen und regionsspezifische Kompetenzen abziehen, so dass die Gefahr einer Degeneration des Industriedistriktes besteht (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 189). Hinzu kommen der wachsende internationale Konkurrenzdruck sowie die Auslagerung von Teilproduktionen in kostgünstig produzierende Länder (vgl. Braun, Schulz 2012: 156, Haas Neumair 2008: 100).

Wie bereits herausgestellt, ist der Erfolg von Industriedistrikten ganz entscheidend vom soziokulturellen Umfeld abhängig, wobei sich Faktoren wie Vertrauen und gemeinsame Erfahrungen eher qualitativ als quantitativ messen lassen. Festzuhalten ist aber, dass diese Regionen auf historisch gewachsene Traditionen und Technikeinstellungen zurückblicken (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 189) und sich unter bestimmten national-staatlichen Bedingungen ausschließlich im europäischen Kulturkreis entwickelt haben und eher eine Ausnahme der regionalwirtschaftlichen Entwicklung darstellen (vgl. Schamp 2000: 78). Zumal das Konzept der Industriedistrikte bisher weder theoretisch noch empirisch widerspruchsfrei belegt werden konnte (vgl. Sternberg 1995: 172).

Die folgenden regionalökonomischen Konzepte, die sich ebenfalls mit flexiblen Produktionsorganisationen in Unternehmensnetzwerken beschäftigen, richten ihr Augenmerk noch stärker auf die Einbettung der wirtschaftlichen Akteure in politisch-gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Einen neuen Aspekt stellen dabei vor allem die Erklärungsansätze für die Entstehung von neuem Wissen, Innovationen und regionaler Wettbewerbsfähigkeit dar, wobei die Antworten in unterschiedlicher Ausgestaltung in einer vielschichtigen Akteurs-Perspektive zu finden sind. Frühere Konzepte sahen die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens in der Reaktion auf die jeweiligen Standortfaktoren begründet. Die Ökonomen der nachfolgenden Ansätze argumentieren hingegen mit einer aktiven Mitgestaltung von Standortbedingungen für die Unternehmen (vgl. Braun, Schulz 2012).

2.1.4 Regionale Produktionswelten

In den 1980er Jahren etablierte sich eine neue Sichtweise bezüglich der Entwicklung regionaler Industrieballungen. Während das Konzept der flexiblen Spezialisierung sich mit lokalisierten Produktionsnetzwerken vertikal desintegrierter, aber dennoch arbeitsteilig miteinander verbundener Unternehmen sowie deren regionsspezifischen Verflechtungen beschäftigt, gingen die Ökonomen Scott (1982, 1988), Storper und Walker (1989) der Frage nach, wie sich innovative Betriebe und neu

entstandene Industrien in der Vergangenheit in bestimmten Regionen mit scheinbar ungünstigen Produktionsbedingungen erfolgreich entwickeln konnten. Besonders von Interesse waren dabei die Entwicklungen der jungen High-Tech-Industrie im Silicon Valley sowie der Automobilindustrie in Detroit. Denn für eine räumliche Konzentration der Unternehmen mit kleinbetrieblichen Strukturen an diesen Standorten sprach weder der zuvor geringe Industrialisierungsgrad noch die Ressourcenausstattung der Regionen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 207; Haas, Neumair 2008: 80).

In ihrem dynamisch-evolutionären Ansatz argumentieren die Ökonomen die Standortwahl junger, schnell wachsender Industriezweige mit der hohen räumlichen Wahlfreiheit solcher Pionierbetriebe, da diese auf ganz neue Bedürfnisse gerichtet sind (vgl. Braun, Schulz 2012: 153) und sich in Ermangelung geeignet ausgestatteter Räume ihr standörtliches Umfeld durch Schaffung und Attraktion der jeweils spezifischen Faktorausstattung gemäß ihrer Produktionsbedürfnisse selbst gestalten (vgl. Haas, Neumair 2008: 80). Demnach sind also nicht die Standortfaktoren einer Region für die Ansiedlung und Gründung von Unternehmen verantwortlich, sondern die Unternehmen selbst, die sich ihre Standortumgebung entsprechend ihrer Bedürfnisse und Anforderungen formen (vgl. Sternberg 1995: 163). Langfristig bedeutet dies, dass „das konkrete Faktorangebot einer Region das historische Ergebnis der konkreten Nachfrage der regionalen Schlüsselindustrie“ (Maier, Tödtling 2006: 87) darstellt.

Die Lokalisierung (s. Abb. 2: 1.) von Unternehmen einer neuen Branche mit hoher Wachstumsdynamik geschieht recht willkürlich und lässt sich nicht prognostizieren, da die unternehmerische Standortwahl eher zufällig oder auf persönliche Präferenzen der Entscheider zurückzuführen ist (vgl. Braun, Schulz 2012: 151). Neue Industrien werden nach Storpers Auffassung meist durch die Entwicklung neuer Basistechnologien getragen oder haben völlig neue Bedürfnisse (vgl. Maier, Tödtling 2006: 86). Weil für sie nirgends eine spezifische Infrastruktur besteht (vgl. Braun, Schulz 2012: 153) beziehungsweise noch keine vorgegebenen Anforderungen an Produktions- und Standortstrukturen, wie Ressourcen, Märkte oder Zuliefererverflechtungen bestimmt wurden (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 207), ergibt sich für diese Unternehmen ein Standortfenster mit verschiedenen Möglichkeiten, das so genannte „window of locational opportunity“ (vgl. Maier, Tödtling 2006: 88).

Da entwickelte Regionen mit etablierten Industrien bereits eine bestimmte Faktorenausstattung und spezifische Infrastruktur aufweisen sowie durch soziale und institutionelle Rigiditäten geprägt sind, findet die Entstehung von neuen Industrien meist an Standorten abseits vorhandener Agglomerationen statt (vgl. ebd.: 88f.). Die anfallenden Kosten für die Gestaltung der passenden Umfeldbedingungen (vgl. Haas, Neumair 2008: 80), wie die Beschaffung fehlender Materialressourcen und Arbeitskräften, werden durch hohe Wachstumsraten und überdurchschnittliche Gewinne sowie langfristige Zuliefererverträge und die Generierung eigener Verflechtungsnetzwerke innerhalb der Standortregion kompensiert (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 207).

Die Standortmöglichkeiten existieren jedoch nicht völlig uneingeschränkt, denn sowohl die Aussicht auf eine Anziehung von Ressourcen und Arbeitskräften als auch eine grundlegende Infrastruktur müssen auch für diese sich neu gründenden Unternehmen gegeben sein (vgl. Maier, Tödtling 2006: 88). Daher scheiden „nicht-industrialisierte, periphere Standorte mit geringem Zuliefererpotential und einem geringen Angebot qualifizierter Arbeitsplätze [...] als Industriestandorte aus“ (Bathelt,

Glückler 2003: 2007). Vorzugsweise entwickeln sich solche Branchen aber in Zwischenzonen oder im Einflussbereich von großen Agglomerationen älterer Industrien (vgl. Maier, Tödtling 2006: 89). Eine erfolgreiche Entwicklung neuer Produktionsstrukturen in bestehenden Industrieballungen ist nur umsetzbar, wenn diese sozial getrennt von den etablierten Industrien heranwachsen können (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 211).

Bedingt durch unterschiedliche regionale Entwicklungsverläufe kommt es nach einiger Zeit zu selektiven Clusterungsprozessen (s. Abb. 2: 2.). Das bedeutet, dass pro neue Branche nur wenige Regionen gegenüber anderen in die Lage versetzt werden, ein eigendynamisches Wachstum generieren und überregionale Bedeutung erlangen zu können. Zunächst kommt es zu internen Ersparnissen der Unternehmen durch Mechanisierung und Rationalisierung der Arbeitsprozesse (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 208). Darüber hinaus werden bei erfolgreichen Standorten durch die Konzentration des vertikal desintegrierten Produktionsprozesses und den damit verbundenen engen Verflechtungsbeziehungen der Akteure Transaktionskostenvorteile und externe Ersparnisse erzielt (vgl. ebd.). Durch die überproportionale Wachstumsdynamik des Standortes können weitere technologische Kapazitäten ausgebaut und weitere Ressourcen bereitgestellt werden (vgl. Haas, Neumair 2008: 81). Außerdem verstärkt sich die Zuwanderung von Arbeitskräften, Zulieferern und komplementärer mobiler Produktionsfaktoren (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 208). Durch die immer größere Agglomeration, die typischerweise auf spezifischen Produktivitäts- und Organisationsstrukturen beruht, können dauerhafte Wettbewerbsvorteile erlangt werden (vgl. Haas, Neumair 2008: 81), die bei der Übersteigerung einer bestimmten kritischen Schwelle zu erheblichen Einschränkungen in der räumlichen Wahlfreiheit für die Unternehmen dieser neuen Branche führen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 208). Das Standortfenster schließt sich wieder und für die Region ergibt sich ein Zusammenspiel technologischer, organisatorischer und sozio-kultureller Pfadabhängigkeiten (vgl. Braun, Schulz 2012: 153).

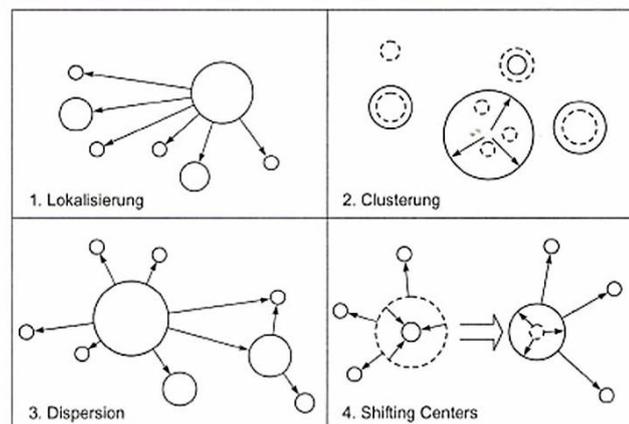


Abb. 2: Modell der industriellen Entwicklungspfade.

Quelle: Storper, Walker 1989: 71

Im weiteren Zeitverlauf können auch in etablierten Industrieballungen Stagnations- und Schrumpfungsprozesse eintreten und sich gleichzeitig neue Wachstumsschwerpunkte bilden (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 209). Allerdings muss dies nicht zwangsläufig zur Auflösung der regionalen Industrieballung führen, sondern kann eher eine Streuung (Dispersion, s. Abb. 2: 3.) zur Stärkung und Sicherung der vorhandenen industriellen Standortsschwerpunkte bedeuten. Denn von diesen lassen sich weitere Wachstumsperipherien mit spezifischen Produktionsvorteilen und Märkten mit großem

Nachfragepotential erschließen (vgl. Haas, Neumair 2008: 81). Dies geschieht in der Regel durch die Ansiedlung neuer Produktionsanlagen und mittlerer Führungsebenen sowie Etablierung neuer Marketingstrategien oder den Aufkauf von Konkurrenzunternehmen, um diese vom Markt zu stoßen. Aus der einstigen Dispersion heraus, können Wachstumsperipherien sich auch zu eigenständigen Zentren der regionalen Produktion entwickeln und die vormaligen Zentren in ihrer Bedeutung überragen (vgl. Kulke 2004: 118f.).

Im Unterschied dazu kann es bei einer radikalen Neuorientierung einer Industrie auch zur Restrukturierung und vollständigen Verlagerung der Wachstumskerne kommen (s. Abb. 2: 4.). Ausgelöst durch grundlegende Entwicklungen im Produktbereich, weitreichende Veränderungen der Produktionsprozesse oder eine innovative Reorganisation der Industrie (vgl. Haas, Neumair 2008: 82), die weitere dynamische Wachstumsprozesse in Gang setzen, kommt es zu einer gänzlichen Umstrukturierung beziehungsweise Erneuerung vormaliger Branchen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 210). Für Unternehmen, die diese Prozesse tragen, öffnet sich erneut das window of locational opportunity, wobei sich die neuen Industriesektoren ebenfalls häufig außerhalb der alten Standortschwerpunkte ansiedeln (vgl. Haas, Neumair 2008: 82), da die dortigen Strukturen und Verflechtungsbeziehungen wiederum einseitig auf die vormalige Industriebranche ausgerichtet sein können (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 210). Andernfalls kann die neue Industrie aber auch innerhalb der bestehenden Industrieregion wachsen, indem sie lokale Ressourcen abzieht und diese in neue technologische Entwicklungspfade einbindet (vgl. ebd.).

Bei der Entwicklung dieses Ansatzes konzentrierte sich Storper zunächst auf kleinbetriebliche Strukturen und ähnliche Determinanten wie die Auslagerung von Produktionsprozessen, Gewinnung von Transaktionsvorteilen und Ausbildung eines qualifizierten Arbeitsmarktes. Doch diese Sicht war nur auf eine begrenzte Anzahl von Industriesektoren anwendbar und vernachlässigte bisweilen sozio-kulturelle Kontexte bei der Entstehung neuer Industrieräume (vgl. ebd.: 213). Erst in späteren Arbeiten (1997) erkannte Storper die wesentliche Bedeutung territorialer Konventionen eines Standortes und die der Innovations- und Wachstumsprozesse beeinflussenden Beziehungen zwischen den Unternehmen. Demnach tragen sowohl das Wissen sowie die Nutzung lokalisierter Fertigkeiten und Strukturen in einer Region (localised capabilities) als auch kulturelle und soziale Triebkräfte in Form von informellen Regeln, Gewohnheiten, Praktiken, Routinen, Traditionen und Übereinkünfte (untraded interdependencies) zur Entstehung einzigartiger Technologien und Organisationsformen einer Produktion bei (vgl. ebd.). Ferner unterliegen diese kontinuierlichen Anpassungen an neue Erkenntnisse, die auf Erfahrungen und technologischen Lernprozessen basieren.

2.1.5 Regionale Innovationssysteme

Während die zuvor beschriebenen Ansätze von den Industriedistrikten und der regionalen Produktionswelten die räumliche Konzentration von Unternehmen stets als Ergebnis lokaler und regionaler Produktionssysteme betrachteten, erklärte die so genannte Schule der lernenden Wirtschaft Innovationen als entscheidenden Impulsgeber von Unternehmensballungen. Der eigentliche Innovationsprozess wird dabei insbesondere von komplexen und interaktiven Lernprozessen sowie Interaktionen der beteiligten Akteure in ihrem spezifisch regionalen Umfeld beeinflusst.

In dem Werk „National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning“ veröffentlichte Lundvall (1992) sein Konzept der Nationalen Innovationssysteme. Innovationen sind seinem Verständnis nach „sehr stark von Rückkopplungsprozessen zwischen den verschiedenen Akteuren und somit eher von Verflechtungsbeziehungen zwischen [...] Unternehmen und ihrem Umfeld abhängig“ (Revilla Diez 2010: 184). Ausgangspunkt seiner Theorie sind daher wiederum vertikale Kooperationsbeziehungen zwischen den an einer Entwicklung neuer Produkte und Technologien beteiligten Akteuren (s. Abb. 3), nämlich den Entwicklern und Nutzern. Bei der Zusammenarbeit geht es vordergründig um eine gemeinsame Problemlösung sowie um den Austausch und die Generierung von Wissen, neuen Informationen und anderen Ressourcen (vgl. Revilla Diez 2010: 184).

Die wesentlichen Möglichkeiten für Unternehmen, um Wissen und innovative Problemlösungen anzuregen sind Erforschen, Suchen und Lernen (vgl. Schamp 2000: 118), wobei die Lernprozesse sowohl im Unternehmen selbst, zwischen Unternehmen oder auch im Zusammenwirken mit öffentlichen und privaten Forschungseinrichtungen vorstattgehen können. Die Industrieunternehmen sind dabei oftmals die Empfänger neuen Wissens und in der Rolle dieses in innovative Produkte und technologische Verfahren umzusetzen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 187). Gleichzeitig können sie aber auch durch eigene Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten neues Wissen hervorbringen (vgl. Revilla Diez 2010: 185). Unternehmens- und innovationsorientierte Dienstleistungsunternehmen bilden zumeist heterogene Gruppen mit wissensintensiven Tätigkeiten und können sowohl Empfänger als auch Entwickler innovativer Problemlösungen sein. Die überwiegend von der öffentlichen Hand finanzierten Forschungseinrichtungen erfüllen verschiedene Funktionen bei der Entstehung und Diffusion von neuem Wissen. Zum einen betreiben sie Grundlagen- und angewandte Forschung, letzteres zum Teil in Kooperation oder im Auftrag von privatwirtschaftlichen Unternehmen. Außerdem verfügen sie über Kontakte zu anderen Forschungseinrichtungen und den Zugang zu international verfügbarem Wissen. Zum anderen haben sie den Transfer und die Vermittlung von Wissen sowie die Ausbildung von Studenten zum Auftrag und fördern mitunter innovative Unternehmensgründungen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 188).

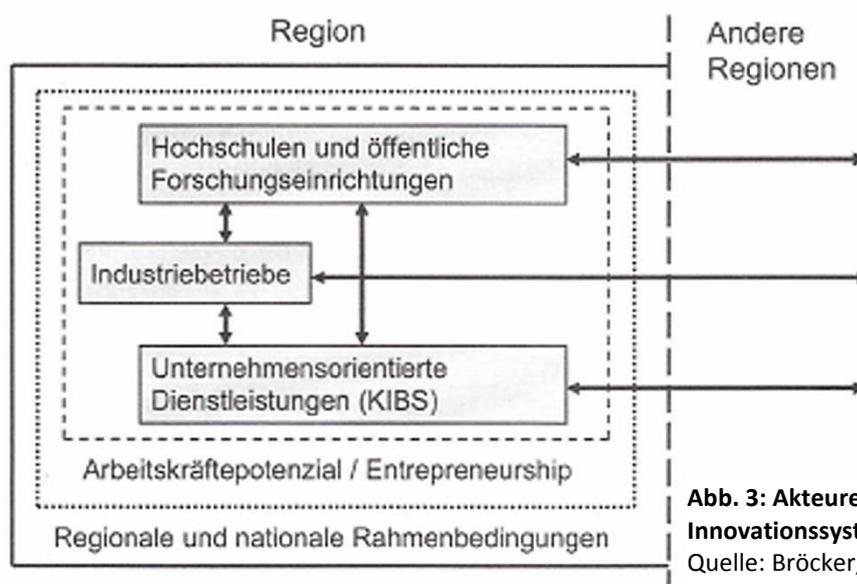


Abb. 3: Akteure eines regionalen Innovationssystems.
Quelle: Bröcker, Fritsch 2012: 188

Bei der Generierung und Anwendung von Wissen muss sich allerdings bewusst gemacht werden, dass es zwei wesentliche Arten zu unterscheiden gilt: Grundlegendes, formal zugängliches Wissen über wissenschaftliche Erkenntnisse ist wesentlich für eine Produktentwicklung. Entscheidend ist allerdings die Ergänzung dieses Wissens um personengebundene Erfahrungen und Fertigkeiten sowie handwerkliche Fähigkeiten. Dieses informelle Wissen umfasst einerseits unternehmerisches Know-how um spezifische Technologien wie auch Know-who um Informationen und Kontakte zu Forschungsinstituten und anderen Organisationen mit speziellen Kenntnissen. Erst die Kombination aus beidem bringt den entscheidenden Wissensvorsprung, da dieses zusammengeführte Wissen nicht beliebig übertragen werden kann und somit im hohen Maße räumlich gebunden ist (vgl. Asheim, Isaksen 2002: 13). Dazu kommt, dass die Akteure mit ihren Erfahrungen und Fähigkeiten wiederum in sozio-kulturelle Strukturen und Interaktionsmuster eingebettet sind und auch institutionelle sowie organisatorische Rahmenbedingungen unternehmerisches Handeln beeinflussen können (vgl. Revilla Diez 2010: 184).

Neben den Akteuren sind es vor allem die Umfeldbedingungen, welche die Lern- und Innovationsprozesse beschleunigen und aufgrund ihrer Spezifität jedes regionale Innovationssystem einzigartig und somit nicht beliebig imitierbar machen. Sie werden durch verschiedene Faktoren beeinflusst: Zum einen setzen Marktimpulse überhaupt erst Anreizmechanismen für die Unternehmen Produkt-, Prozess- und organisatorische Innovationen hervorzubringen (vgl. ebd.: 186). Zum anderen ist es für eine Region wichtig, eine präsente institutionelle Infrastruktur vorweisen zu können. Diese besteht in der Regel aus Forschungs- und Bildungseinrichtungen, die entscheidend dafür verantwortlich sind, dass genügend qualifizierte Arbeitskräfte mit einem spezifischen Wissenskapitalstock zur Verfügung stehen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 188). Hinzu kommen innovations- und wissensstransferunterstützenden Institutionen des privaten und öffentlichen Sektors, welche als Intermediäre zwischen den einzelnen Akteuren fungieren, sowie Wirtschaftsverbänden, Finanzinstitutionen und der öffentlichen Verwaltung, die die Zusammenarbeit im Bereich Forschung und Entwicklung fördern (vgl. Asheim, Isaksen 2002: 10).

Aufgrund der Erkenntnis, dass der intensive Wissensaustausch und kollektive Lernprozesse durch spezifische Umfeldbedingungen und Verflechtungsbeziehungen der Akteure angeregt werden und die Innovationsaktivität dabei insbesondere durch ökonomische, soziale und politische Einflussfaktoren sowie durch formelle und informelle Institutionen geprägt wird, spielt die räumliche Komponente eine nicht zu unterschätzende Rolle bei der Entstehung von Innovationssystemen. Denn durch die räumliche Nähe fällt es den Akteuren nicht nur leichter Marktbeobachtungen durchzuführen, sondern sie ermöglicht es ihnen auch Wissen über eine Vielzahl von Innovationen und technologischen Problemlösungen anzusammeln und so zwischen verschiedenen Lösungen auszuwählen. Imitation und Nachahmung erfolgreicher Innovationen führen zudem zu verkürzten Entwicklungsprozessen und sichern den Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile (vgl. Maskell 2003: 8). Daher fand das Modell von Lundvall später durch Cook (1998) eher Anwendung auf die regionale Ebene.

Die Übertragung eines regionalen Innovationssystems (RIS) auf eine weitere Region scheint aufgrund der regionsspezifischen Konfiguration aus verschiedenen Akteuren und unterschiedlichen Umfeldbedingungen eines jeden Systems unmöglich. Daher ergeben sich eher regionsspezifische Pfade der Innovation (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 246). Der Ansatz der Regionalen

Innovationssysteme eignet sich also vor allem als theoretisches Konstrukt bereits erfolgreicher industrieller Regionen sowie zur Ableitung relevanter Strategien zur Entwicklung, nicht aber zur Nachahmung anderer Regionen.

Gleichermaßen impliziert das Konzept, dass Lernprozesse stark lokalisiert und an die spezifische Konfiguration eines Standortes sowie deren Interaktionsverflechtungen gebunden seien, wiederum die Gefahr eines innovationshemmenden Lock-in-Effektes. Zum einen ausgelöst durch eine zu starke Konzentration auf regionsinterne Spezifitäten und Wissensbestände, zum anderen durch die starken Bindungen zwischen den Akteuren, die dazu führen können, dass sich verändernde Rahmenbedingungen oder Marktverhältnisse erst verspätet wahrgenommen werden und somit rechtzeitige Anpassungsprozesse ausbleiben (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 189). Daher kann die Nutzung von regionsspezifischen Ressourcen und Fähigkeiten für die Unternehmen ebenso ein Wettbewerbsvorteil darstellen, wie die Offenheit und Einbindung in überregionale Wissensströme von zentraler Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des gesamten Innovationssystems sind. Entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Regionen sind also die Intensität und Qualität der intraregionalen Interaktion genauso wie das Bestreben nach Integration in relevante überregionale Wissensflüsse (vgl. ebd.).

In diesem Konzept werden aber auch die Unternehmen und ihr Innovationspotential selbst zu Gunsten der regionalen Gegebenheiten und Zusammenhänge vernachlässigt. In der Realität wird ein Großteil der Innovationen im Rahmen unternehmensinterner Prozesse generiert, für dessen Erfolg vor allem die Struktur und Organisation eines jeweiligen Unternehmens verantwortlich ist. Das regionale Umfeld mit seinen bestehenden Akteuren und Institutionen wird dabei „keineswegs immer bewusst und systematisch in unternehmensinterne Innovationsprozesse eingebunden“ (Bathelt, Glückler 2003: 246).

Auch der nächste Ansatz unterstreicht die Bedeutung lokaler Unternehmensnetzwerke für die Produktion von Innovation, sieht diese aber nicht als Resultat eines kollektiven, dynamischen Prozesses unterschiedlicher Akteure einer Region. Er rückt die innovative Region und nicht das innovative Unternehmen in den Mittelpunkt der Betrachtung. Denn es wird davon ausgegangen, dass für die Entwicklung einer räumlichen Konzentration ökonomischer Aktivitäten bereits ein kreatives Milieu an jenem Standort vorhanden sein muss. Demnach wird das Milieu zum eigentlichen Innovator erklärt, das innovative Unternehmen hingegen nur zum Produkt seiner lokalen Umgebung.

2.1.6 Innovative Milieus

Der Ansatz des innovativen oder auch kreativen Milieus geht zurück auf eine Gruppe von frankophonen Regionalökonominnen, die so genannte GREMI (Groupe de Recherche Européenne sur les Milieux Innovateurs). Sie untersuchten Mitte der 1980er Jahre die Verschiedenheiten des Innovationsverhaltens von Firmen und gingen der Frage nach, warum Regionen mit gleichen Wirtschaftsstrukturen und lokalen Gegebenheiten sowie identischen technischen und unternehmerischen Umfeldbedingungen unterschiedliche Entwicklungsmuster aufwiesen (vgl. Crevoisier 2001: 247). Dabei wandten auch sie sich von einer isolierten Unternehmensbetrachtung ab und erklärten die Beziehung der Unternehmen zu ihrem lokalen Umfeld und den dortigen sozio-institutionellen Strukturen als entscheidenden Faktor für die Unterschiede in der

Innovationsfähigkeit und -tätigkeit verschiedener Regionen (vgl. Haas, Neumair 2008: 103). Während frühere Ansätze aber vor allem regionale Ausstattungsmerkmale, wie das Vorhandensein von Forschungs- und Bildungseinrichtungen und andere infrastrukturelle Kennzeichen als Erfolgsgaranten einer innovativen Region auswiesen, wurden diese Faktoren im Ansatz des innovativen Milieus um den Aspekt der Art der Beziehungen zwischen den örtlichen Institutionen ergänzt (vgl. Fromhold-Eisebith 1999: 169). Das bedeutet, dass die bloße „Existenz solcher Einrichtungen in einer Region für wirtschaftliche Erfolge nicht ausreicht und erst ihre intensive Interaktion positive Effekte bringt.“ (ebd.).

Das lokalisierte Produktionssystem setzt sich wiederum aus der Ballung von Industrieunternehmen, Zulieferern, Dienstleistern und den jeweiligen Nachfragern zusammen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 190). Neben den wirtschaftlichen Akteuren wird die Gemeinschaft im Milieu durch weitere Akteure institutioneller Art, wie Forschung, Bildung und Politik ergänzt. Die räumliche Ausprägung eines innovativen Milieus wird dabei durch sein Beziehungsgeflecht zwischen den Menschen und zwischen ihnen und ihrer materiellen Umwelt definiert (vgl. Crevoisier 2001: 246). Abgrenzbar wird es durch in ihm bestehende homogene Verhaltensnormen, Organisationsformen, Problemwahrnehmung und die gemeinsame technische Kultur (vgl. Haas, Neumair 2008: 103). Dieses Netzwerk birgt vielfältige Güter-, Arbeitsmarkt-, Technologie- sowie Informationsverflechtungen (s. Abb. 4) und bietet den Akteuren Zugangsmöglichkeiten zu industriellen Kooperationspartnern, Know-how und Finanzierungsquellen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 189f.). Dabei geht es weniger um die funktionalen und organisatorischen Aspekte der Kooperationsbeziehungen, als vielmehr um soziale und kulturelle Verbundenheit, welche durch unternehmerische, familiäre und berufliche Werte geprägt wird und im Milieu eine besondere kooperative Atmosphäre aus Vertrauen und gegenseitiger Hilfsbereitschaft erzeugt (vgl. Braun, Schulz 2012: 164, Crevoisier 2001: 249).

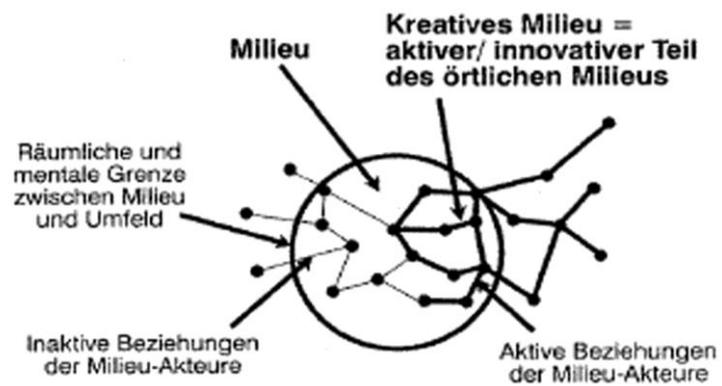


Abb. 4: Milieu und kreatives Milieu einer Region.

Quelle: Fromhold-Eisebith 1999: 171

Die Kooperationen müssen dabei nicht von permanenter Dauer sein, dennoch führen häufige informelle und formelle Interaktionen zwischen den Akteuren und interaktive Informations- und Kommunikationsaustausche zu langfristigen, beruflichen und persönlichen Beziehungen und einer gemeinsamen, lokal verankerten Wissensbasis (vgl. Crevoisier 2001: 249, Bathelt, Glückler 2003: 190). Gleichzeitig fördert eine starke Identifikation mit dem Standort das intraregionale Zugehörigkeitsgefühl und kollektive Lernprozesse, die wiederum die Innovationsfähigkeit der einzelnen Unternehmen begünstigt (vgl. Braun, Schulz 2012: 164) und Unsicherheiten bei der Entwicklung neuer Produkte, Verfahren und Organisationsformen reduziert (vgl. Rösch 2000: 163). Insbesondere die hohe Lernfähigkeit einer Region, die durch formelle Institutionen, wie Schulungs- und Forschungseinrichtungen sowie öffentliche und private Förderprogramme unterstützt wird, gestatten den Akteuren ein flexibles Reagieren auf veränderte Rahmenbedingungen und führen im

innovativen Milieu zu einer effizienteren Form der Netzwerkbildung (vgl. Haas, Neumair 2008: 105, Schamp 2000: 81).

Ein wesentlicher Erfolg von innovativen Milieus liegt in der stetigen Reproduktion von Kompetenzen und der Weiterentwicklung von Spezialisierungen im eigenen Technologie- und Marktumfeld. Um spezialisierte Ressourcen und Qualifikationen aber immer wieder entstehen lassen zu können, ist es von entscheidender Bedeutung für das Netzwerk mit seiner Umwelt zu interagieren und spezifisches Know-how sowie Informationen von außen zu akquirieren und zu generieren (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 191). Zum einen ist es dem Milieu möglich seine Grenzen in einem gewissen Maße neu zu definieren und zu bestimmen, welche Akteure zum lokalen Koordinationssystem gehören (vgl. Crevoisier 2001: 249), zum anderen sollte es aber auch in andere, nicht-territoriale, sondern eher berufs- und organisationsspezifische Netzwerke eingebunden sein (vgl. Schamp 2000: 81). Denn erst die Verknüpfung von lokalem, nicht-reproduzierbarem Wissen mit Informationen und Ressourcen aus nicht-territorialen Netzwerken macht ein Milieu zu einem innovativen (vgl. ebd.: 82).

Innovation wird also wiederum als arbeitsteiliger, aber vor allem als ein Prozess kollektiven Lernens und Handelns angesehen, der durch eine Vielzahl von großen und kleinen Unternehmen, privaten und öffentlichen Forschungs-, Ausbildungs-, Transfer- und Bildungseinrichtungen sowie produktionsnahen Dienstleistern und Förderstellen getragen wird. Die lokal verankerten Netzwerke, in die die einzelnen Unternehmen eingebunden sind, erweisen sich als wichtige Quellen von Informationen und Wissen, bieten aber auch den Zugang zu finanziellen Ressourcen und potentiellen Kooperationspartnern (vgl. Genosko 1999: 41). Hier spielt wiederum die räumliche Nähe und hohe Kommunikationsdichte eine wichtige Rolle, da diese die Häufigkeit informeller Kontakte und flexibler Lieferverflechtungen, die intraregionale Mobilität der Arbeitskräfte sowie den vertrauensvollen Austausch von Wissen und Aufbau persönlicher Beziehungen ermöglichen. In den Kontaktnetzen werden Lernprozesse angeregt, bei denen Akteure verschiedener Kompetenzfelder zusammenkommen und ihr Wissen aus zuvor nicht verbundenen Bereichen neuartig zusammenführen und so neue Ideen für Innovationen entstehen lassen. Trotz dieser Bedeutung ist das Milieu-Konzept nicht als geografischer, sondern eher als kultureller Ansatz zu verstehen, da sich die Akteure in einem gemeinsamen Grundverständnis hinsichtlich sozioökonomischer Einstellungen, Erfahrungen und kultureller Werte wiedererkennen müssen, um eine regionale Identität und ein Zusammengehörigkeitsgefühl entwickeln zu können. Über gemeinsame Leitbilder und Zielsetzungen wird für die Region ein Image erzeugt, welches nicht nur nach innen, sondern auch nach außen Wirkung ausstrahlt. Die sich aus dem Zusammenwirken aller Faktoren ergebene Synergie wird von der GREMI als zentral für den Innovationsprozess betrachtet. (vgl. Maier, Tödtling 2006: 90f.) „The set, or complex network of mainly informal social relationships on a limited geographical area, often determining a specific external image and a specific internal representation and sense of belonging which enhance the local innovative capability through synergetic and collective learning processes“ (Fromhold-Eisebith 1999: 169).

Diese Ausprägung regionaler Netzwerkstrukturen trifft in der Realität nur auf eine begrenzte Anzahl von Regionen mit einer derartigen lokalisierten Produktionsstruktur und Organisationsform von Innovationsprozessen zu (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 192f.). Außerdem beruht auch dieser Ansatz auf weitgehend nur qualitativ messbaren Eigenheiten und war von der GREMI als Darstellung und Erklärung gegebener Regionaler Entwicklungsverläufe gedacht (vgl. Schamp 2000: 84, Fromhold-

Eisebith 1999: 192). Wie auch in den zuvor beschriebenen Ansätzen ist eine Erzeugbarkeit in anderen Regionen, aufgrund der über lange Zeit gewachsenen Vertrauensbasis und Strukturen der Zusammenarbeit, nicht vorstellbar (vgl. ebd.: 173). Lediglich eine partielle Übertragung durch die Generierung entsprechender Rahmenbedingungen, wie die Förderung von Forschungs- und Bildungseinrichtungen sowie Anreize zur Vernetzung wären denkbar. Da ein Milieu an sich nicht grundsätzlich und dauerhaft innovativ sein kann (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 191), sind die Offenheit und Fähigkeit, Wissen von außerhalb der Region einzubinden von enormer Wichtigkeit, um Gefahren von Lock-in-Effekten zu vermeiden und die eigene kreative Innovationsfähigkeit einer Region aufrechtzuerhalten.

2.1.7 Industriecluster

Einen deutlichen Fortschritt in der Beschäftigung mit der unternehmerischen Wahl von Standorten markierten in den 1990er Jahren die Arbeiten von Michael E. Porter. Obwohl er das Phänomen der räumlichen Konzentration von Produktionsaktivitäten in neuen Industriebranchen zunächst aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht untersuchte, definierte er ebenfalls ähnliche komparative Standortvorteile von mehreren Unternehmen einer Region zum Erfolgsfaktor und begründete die moderne Clustertheorie. Als maßgebliche Determinante regionaler Entwicklungen stellte er die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in den Vordergrund der Betrachtungen.

Michael E. Porter (1990) ging der Frage nach, warum es in Ländern mit ähnlicher Faktorausstattung zu einer differierenden Außenhandelspezialisierung kommt und kam zu dem Ergebnis, dass bestimmte Branchen durch das wechselseitige Zusammenwirken unterschiedlicher Faktorbedingungen Wettbewerbsvorteile erlangen und dadurch in der Lage sind, internationale Märkte vor ihren Konkurrenten besser zu erschließen (Bathelt, Glückler 2003: 148). Die Erkenntnis, dass die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen auch teilweise außerhalb ihres eigenen individuellen Einflussbereichs liegt (vgl. ebd.: 150) und ein Bündel aus Bedingungen, welche die Umgebung von Unternehmen prägen, bilden den Ausgangspunkt für industrielle Clusterprozesse. Porter kreierte einen Diamanten zusammengesetzt aus den nationalen Bestimmungsgrößen der (Input-) Faktorbedingungen, Nachfragebedingungen, Unternehmen einer verwandten und unterstützenden Branche sowie Unternehmensstrategie, -struktur und Inlandswettbewerb (s. Abb. 5). Hierbei sind insbesondere die Spezialisierung und Qualitäten der Faktoren sowie deren Anpassungsfähigkeit von Bedeutung (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 150), denn je nach Ausprägung können sie die Entstehung von Wettbewerbsvorteilen fördern oder behindern (vgl. Beckord 2006: 39).

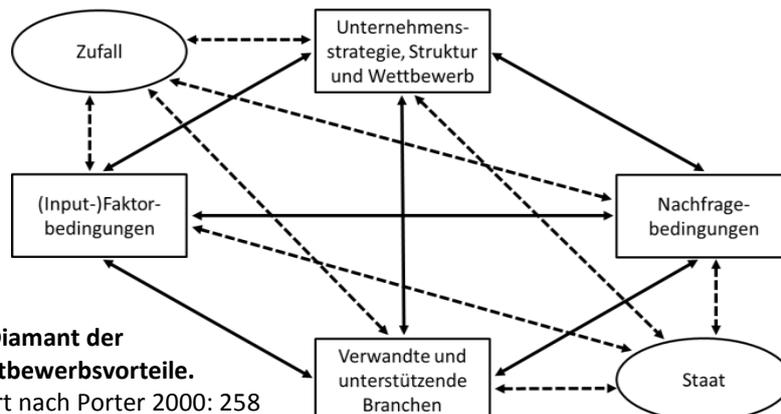


Abb. 5: Porter-Diamant der Nationalen Wettbewerbsvorteile.
Quelle: verändert nach Porter 2000: 258

Faktorbedingungen stehen für die Quantität und Qualität der Produktionsfaktoren, der Faktorausstattung eines Raumes sowie die Art der Faktorbildung. Hierbei sind eine Vielzahl von produktionsermöglichenden Ressourcen und Infrastrukturen einzubeziehen. Neben natürlichen Rohstoffen, Kapitalressourcen und der Verfügbarkeit von Arbeitskräften, sind insbesondere physische Infrastrukturen, aber auch die Bereiche Verwaltung und Wissenschaft sowie der Zugang zu Wissensressourcen und die Informationsgewinnung von zentraler Bedeutung. Für Porter kommt es vor allem auf den effektiven und produktiven Einsatz der entsprechenden Faktoren an, daher unterscheidet er diese weiterhin in fortschrittliche und normale sowie spezielle und allgemeine Faktoren. Unter Nachfragebedingungen sind die Qualitäten inländischer Konsumpräferenzen und allgemeinen Verbraucherbedürfnisse zu verstehen. Die Zusammensetzung sowie der Umfang und die Dynamik der Inlandsnachfrage haben großen Einfluss auf die Investitions- und Innovationstätigkeiten der Unternehmen. (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 148f.)

Die Präsenz verwandter und unterstützender Branchen am Unternehmensstandort wirkt sich ebenfalls zentral auf die Produktivität aus. Aus der engen Zusammenarbeit zwischen Dienstleistern, Zulieferern und Produzenten beziehungsweise Unternehmen benachbarter Wirtschaftszweige können Kosten-, Koordinations- und Verflechtungsvorteile (vgl. ebd.: 149) sowie positive Einflüsse im Hinblick auf die Innovationsfähigkeit entstehen. Darüber hinaus spielt aber auch der jeweilige Kontext, in dem Unternehmen entstehen, organisiert und geführt werden sowie der Inlandswettbewerb zwischen heimischen Konkurrenten, eine weitere wichtige Rolle. Denn der Wettbewerb der Unternehmen um Marktpositionen und -erschließungen führt zu einem Druck ständiger Verbesserungen und Innovationen von Produkten, Verfahren und Organisationsmustern (vgl. Braun, Schulz 2012: 157). Den Faktoren Staat und Zufall schreibt Porter nur eine beigeordnete Rolle zu, da sich seiner Ansicht nach Subventions-, Bildungs-, Forschungs- und Technologiepolitik sowie Naturkatastrophen und Kriege nur mittelbar auf die Unternehmen auswirken (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 150). Somit herrscht in Industrieclustern stets eine Atmosphäre aus Wettbewerb und Kooperation. Konkurrierende Unternehmen kämpfen darum, Kunden zu binden und weitere zu gewinnen, während hingegen Unternehmen in verwandten Branchen auch zusammenarbeiten und sich insbesondere in vertikalen Produktionsverflechtungen unterstützen (vgl. Porter 1998: 83).

In seinen frühen Arbeiten, Anfang 1990 argumentiert Porter noch, dass insbesondere die Länder in einer Branche am erfolgreichsten sind, in denen die Bedingungen des Diamanten am günstigsten sind und sich unter diesen Umständen die größten Wettbewerbsvorteile erzielen lassen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 150). Später aber bezieht er sein Konzept der Clusterbildung auf verschiedene räumliche Ebenen, wobei er in seinen Arbeiten seit 2000 ausschließlich die regionale Perspektive als Bezugsgröße wählt, da auch er den Einfluss der räumlichen Nähe auf entscheidende Wechselwirkungen in einem Cluster betont und die institutionelle Zusammenhänge sowie Akteursinteraktionen stärker in den Fokus der Betrachtungen stellt. Charakteristische Kernelemente eines Clusters sind die räumliche Konzentration von miteinander verflochtener Unternehmen und Institutionen eines bestimmten Wertschöpfungsbereichs, wobei die geografische Ausdehnung ungenau und variabel ist (vgl. Haas, Neumair 2008: 98). Die Spannbreite an Akteuren eines Clusters reicht dabei von Produzenten, spezialisierten Zulieferern, Herstellern komplementärer Produkte, Anbietern bestimmter Infrastrukturen sowie staatlichen und intermediären Organisationen (vgl. Braun, Schulz 2012: 158). Die in einer Region ansässigen Akteure müssen zudem miteinander in Beziehung stehen. Dies kann sich in Form von gegenseitigen Austausch- und

Kooperationsverflechtungen oder auch Wettbewerbs- und Konkurrenzbeziehungen äußern (vgl. Porter 1998: 79).

Die Teilhabe in einem solchen Cluster birgt für das einzelne Unternehmen diverse Produktivitätsvorteile, wie etwa bei der Erschließung von Ressourcen und dem erleichterten Zugang zu Informationen und Technologien. Porter hebt den besseren Zugang zu Arbeitskräften und Zulieferern sowie spezifizierten Informationen hervor. Unternehmen können innerhalb eines Clusters auf einen spezialisierten regionalen Arbeitsmarkt zurückgreifen, was die Such- und Transaktionskosten für die Anwerbung qualifizierter und erfahrenen Fachkräfte deutlich verringert. Ebenso verhält es sich mit der Komplementarität, denn wenn ein Unternehmen aus einer Vielzahl von Lieferanten wählen kann, verringert sich sein Risiko keinen geeigneten Handelspartner zu finden (vgl. ebd.: 81). Gleichzeitig erhöhen stabile Zuliefererbedingungen die Interaktionshäufigkeit. Dazu kommt, dass persönliche Beziehungen in einer Gemeinschaft mit gemeinsamen Einstellungen und Gewohnheiten die Vertrauensbildung und den Informationsfluss über Märkte sowie den unternehmensübergreifenden Wissensaustausch erleichtern. Weitere Vorteile entstehen durch den Zugang zu spezialisierten Infrastrukturen und Bildungsprogrammen durch öffentliche Institutionen oder private Investitionen in Schulungsangebote, Forschungslabore und Qualitätszentren. Den nötigen Anreiz zur Kooperation und Nutzung dieser spezialisierten Infrastrukturangebote definiert sich dabei über den Wettbewerbsdruck, der die Akteure zur Steigerung ihrer Produktivität motiviert und sich positiv auf ihre Innovationsfähigkeit und -tätigkeit auswirkt (vgl. ebd.: 83) und somit zur Stärkung und dem Wachstum des gesamten Clusters beiträgt.

Porters Industrieclusteransatz beschränkt sich ähnlich wie in vorherigen Konzepten im Grundsatz auf eine lineare Wertschöpfungskette und vernachlässigt daher den Systemcharakter von Produktion und Innovation, welcher erst durch unternehmensübergreifende Austausche und die Verknüpfung von Wissen aus verschiedenen Bereichen in Spill-over-Effekten zum Ausdruck kommt. Daher wurden die Arbeiten von Porter später um verschiedene Dimensionen, in die ein Unternehmen innerhalb eines Clusters eingebunden ist, erweitert. So beschreibt die horizontale Clusterdimension die ansässigen Unternehmen, die ähnliche Produkte herstellen und miteinander im Wettbewerb stehen. Diese sind zwar nicht durch intensive Austauschbeziehungen verflochten, profitieren aber dennoch von ihrer gleichzeitigen Präsenz in einer Region voneinander. Wie auch bereits von Porter erkannt, wirkt sich Wettbewerbsdruck und Konkurrenz positiv auch die Innovations- und Produktivitätssteigerung aus. Die im Wettbewerb stehenden Unternehmen beobachten einander und vergleichen ihre eigenen Produkte mit denen der Konkurrenten (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 212). Wenn davon ausgegangen wird, dass den Unternehmen in einem Cluster eine ähnliche Wissensbasis zur Verfügung steht und die Produktionsbedingungen weitestgehend bekannt sind, werden Lern- und Verbesserungsprozesse in Gang gesetzt, die zu einer Variation und Produktvielfalt führen können (vgl. Bathelt, Malmberg, Maskell 2004: 36). In der vertikalen Clusterdimension werden die miteinander verflochtenen komplementären Beziehungen zwischen vor- und nachgelagerten Unternehmenseinheiten, den Zulieferern, Dienstleistern und Abnehmern, berücksichtigt (vgl. ebd.: 36f.). Für die Unternehmen ist der Ansiedlungsanreiz in einer Region umso stärker ausgeprägt, je intensiver die Arbeitsteilung innerhalb der Wertschöpfungskette des bestehenden Clusters ist (vgl. Haas, Neumair 2008: 98).

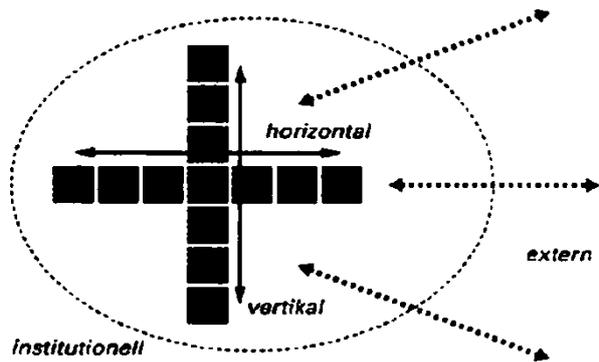


Abb. 6: Clusterdimensionen.

Quelle: Braun, Schulz 2012: 158

Sowohl die konkurrierenden als auch die komplementären Unternehmen sind eingebettet in sozio-ökonomische Strukturen und das kulturelle Wertesystem einer Region. Besondere Auswirkungen auf den Innovationsprozess hat diese institutionelle Clusterdimension aber auf die miteinander in Beziehung stehenden Unternehmen und Institutionen, da insbesondere intensive Verflechtungen und das Vorhandensein spezifischer Konventionen, das Vertrauen in die gegenseitige Leitungsfähigkeit und Zuverlässigkeit bei Kooperationspartnern

stärken (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 213). Die externe Clusterdimension wirkt von außerhalb auf das Cluster und seine Unternehmen. Denn wie schon in den anderen dargestellten regionalökonomischen Ansätzen besteht auch innerhalb eines Clusters die Gefahr durch blindes Vertrauen und Vertrauensseligkeit in die anderen Akteure in eine Stagnation und somit einen Lock-in zu geraten (vgl. ebd.). Daher ist es für die Unternehmen und das Netzwerk an sich von substantieller Bedeutung, mit Geschäftspartnern außerhalb der Region beziehungsweise mit anderen Wirtschaftsräumen und wissensbezogenen Institutionen vernetzt zu sein (vgl. Braun, Schulz 2012: 158) und bei gleichzeitiger Offenheit nach außen auch externe Impulse zu integrieren (vgl. Haas, Neumair 2008: 98).

Porter ist es mit seinem Cluster-Ansatz gelungen, die Entstehung von Wettbewerbsvorteilen durch das Zusammenwirken verschiedener Faktorbedingungen in einem territorialen Zusammenhang darzustellen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 150) und somit die unterschiedliche Verteilung und Dichte ökonomischer Aktivitäten im Raum zu erklären (vgl. Malmberg, Maskell 2001: 4). Darüber hinaus erfasst das Konzept wesentliche Elemente und Erkenntnisse vorangegangener regionalökonomischer Theorieansätze, wie die Bedeutung spezifischer regionaler Standortfaktoren, Überlegungen zur Nutzung von Transaktionskostenvorteilen und milieubezogene Ansätze (vgl. ebd.).

Dennoch beruht das Konzept auf eher deskriptiven Analysen und lässt Fragen bezüglich der Reproduktion von Faktorbedingungen offen, weshalb die dargestellten Entwicklungen eher einzigartiger Natur sind. Der Ansatz liefert daher auch keine einheitliche Definition für das Konstrukt und Wesen eines Clusters und ist in seinen Formulierungen meist mehrdeutig auslegbar. Außerdem gibt es einen starken Fokus auf erkennbare Strukturfaktoren (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 150), wohingegen das Prozessverständnis nur unzureichend erklärt bleibt, sodass eine empirische Überprüfung und Implementierung des Ansatzes in die Praxis zunächst ungeeignet scheint (vgl. Alecke, Untiedt 2006a: 517) und möglicherweise aufgrund der Einordnung staatlicher Einflüsse als Nebenkategorie als nicht erstrebenswert gilt. Ein anderer Hauptkritikpunkt liegt zudem in der unterschiedlichen Betrachtungs- und Herangehensweise beziehungsweise in der Undifferenziertheit verschiedener räumlicher Bezugsebenen (vgl. Haas, Neumair 2008: 99). Es ist nicht nachvollziehbar, „warum dieselbe Kombination von Faktorbündeln in einem Fall ein nationales und in einem anderen ein regionales Industriecluster begründen soll“ (Bathelt, Glückler 2003: 150). Und auch wenn das Konzept sozio-kulturelle und institutionelle Aspekte einbezieht, wird das Zusammenwirken solcher

Faktoren sowie eine Einbindung von Lernprozessen in industrielle Strukturen nicht hinreichend konzeptionalisiert, sondern spielt wiederum nur eine beigeordnete Rolle (vgl. ebd.: 151).

2.1.8 Unterschiede und Gemeinsamkeiten regionalökonomischer Entwicklungstheorien

Während in den deduktiven Betrachtungsweisen Webers und einiger anderer der nach einen gewinnmaximalen Standort suchende Unternehmer als vollkommen informiert, mobil und rational handelnd dargestellt wird (vgl. Braun, Schulz 2012: 40f.), veränderte sich diese Sichtweise dahingehend, dass die Standortentscheidungen von Unternehmen nicht isoliert, sondern in gesamtwirtschaftliche Bedingungen eingebunden ist (vgl. ebd.: 41). Rückblickend lässt sich dazu feststellen, dass bereits in den regionalökonomischen Konzepten Anfang des 20. Jahrhunderts die Vorteile eines spezialisierten und arbeitsteilig miteinander verbundenen Produktionsgeflechts aus Unternehmen kleiner und mittlerer Größe sowie des lokalen Angebotes an qualifizierten Arbeitskräften, die Verfügbarkeit unternehmensnaher Infrastruktur und der Zugang zu Wissen über Produkte und Märkte als Determinanten der Konzentration bestimmter Wirtschaftsbranchen in bestimmten räumlichen Bereichen erkannt wurden (vgl. Floeting 2008: 2, Richter 2005: 2).

Der Ansatz der Industriedistrikte beschäftigt sich mit flexibler Spezialisierung und interregionalen Verflechtungen unter dem Gesichtspunkt der Transaktionskosten. Innovation entsteht hier in einer industriell-gewerblichen Atmosphäre aus einem Zusammenspiel externer Vorteile und gegenseitigem Vertrauen (vgl. Beckord 2006: 41). Das Konzept der regionalen Produktionswelten thematisiert ebenfalls Produktionsstrukturen vertikaler Desintegration. Die Kernthese dieses Ansatzes lautet allerdings, dass sich die Unternehmen ihr Umfeld nach den eigenen bestmöglichen Produktionsbedingungen selbst gestalten würden (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 41). Durch die räumliche Ansiedlung von Zulieferern im Umfeld eines Herstellerbetriebes wird ein spezialisierter lokaler Arbeitsmarkt geschaffen und es bilden sich territoriale Normen, Konventionen sowie Gewohnheiten aus, die zur Senkung von Transaktionskosten führen können. Im Gegensatz zu den Industriedistrikten ist das Konzept der regionalen Produktionswelten eher auf durch räumliche Nähe entstandene informelle Aspekte ausgerichtet (vgl. Rehfeld 1994: 188).

Die Arbeiten zu regionalen Innovationssystemen stellen hingegen die sozio-institutionelle Dimension von Netzwerken in den Mittelpunkt der Betrachtungen und betonen die besondere Bedeutung von personengebundenem beziehungsweise lokalisiertem, trägen und zum Teil nicht kodifiziertem Wissen. Innovationen entstehen hierbei auf Grundlage regionaler Lernprozesse im Zusammenspiel von Unternehmen aus der Wirtschaft, wissensbezogenen Einrichtungen und intermediärer Organisationen (vgl. Beckord 2006: 41).

Ganz anders stellt sich das Innovationsverständnis im sozialräumlichen Ansatz der innovativen Milieus dar. Denn hier wird Innovation „weder als Ergebnis des reinen Wirtschaftens noch als unmittelbares Resultat individuellen Handelns“ (Richter 2005: 3) verstanden, sondern als Folge der Einbettung der Akteure in Innovationsnetzwerke, geprägt durch Vertrauen, Kooperation und gemeinsam geteilten Werten und Regeln, gesehen (vgl. Beckord 2006: 41). Porters Konzept von den Industrieclustern hingegen basiert wiederum vorrangig auf ökonomischen Faktoren. Bedingt durch die räumliche Konzentration von verwandten und unterstützenden Unternehmen einer Branche kommt es zu externen Vorteilen, die zu einer internationalen Wettbewerbsfähigkeit führen.

Gleichzeitig bezieht er aber auch institutionelle Zusammenhänge mit ein und verweist auf die Komplexität der Verflechtungen von Beziehungen in Innovationsnetzwerken (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 41).

Trotz der aufgeführten Verschiedenheiten, die auf unterschiedliche Gewichtungen von Entwicklungsdeterminanten sowie Faktoren von Wachstum und Funktionsweise von Systemen zurückzuführen sind, ist allen Ansätzen zur Erklärung räumlicher Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten die Bedeutung des Zusammenwirkens der in einer Region ansässigen Akteure im Rahmen von Innovationsprozessen gemein. Die räumlichen Strukturen werden als soziale Konstrukte mit vielfältigen Interaktionen und einem hohen Maß an Kooperation betrachtet (vgl. ebd.). Insbesondere den informellen Kontakten wird ein hoher Stellenwert für die schnelle Verbreitung von relevanten Informationen und die reflexive Wissensaneignung beigemessen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 192). Eine weitere Gemeinsamkeit liegt in der positiven Betonung der Einbindung in nationale und internationale Netzwerke. Neben intraregionalen Verflechtungen, die eine zentrale Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit und Stabilität der regionalen Wirtschaftsstruktur spielen (vgl. Rehfeld 1994: 187), wird auch der Einbindung in globale Wissensströme zur Vermeidung von Lock-in-Effekten eine große Bedeutung beigemessen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 192). Denn die Anforderungen an regionale Entwicklungen können immer nur aus dem Zusammenspiel zwischen internen und externen Faktoren verstanden werden (vgl. Rehfeld 1994: 189).

2.2 Netzwerke zur Steigerung der Leistungsfähigkeit der beteiligten Akteure auf dem Wirtschaftsmarkt

Trotz der Vielfalt an verschiedenen Begriffen für die vorgestellten regionalökonomischen Entwicklungskonzepte sind die Unterschiede hinter den Ansätzen nicht so groß, wie sich zunächst vermuten lässt. Denn im Grunde beschreiben sie alle „dasselbe empirische Phänomen: Die räumliche Konzentration von [wirtschaftlichen Aktivitäten] und die sich daraus ergebenden Vorteile als Auslöser einer erfolgreichen und zukunftsorientierten regionalen Entwicklung“ (Haas, Neumair 2008: 96). Dabei ist eine Erkenntnis von ganz besonders zentraler Bedeutung, nämlich dass ökonomische Prozesse stets auch als soziale Prozesse zu begreifen sind. So ist das ökonomische Handeln von Unternehmen immer im Zusammenhang mit dem Beziehungsgeflecht zu anderen Akteuren im Umfeld der Wirtschaft zu sehen, wodurch hochkomplexe und vielschichtige Netzwerke entstehen (vgl. ebd.).

In den letzten Jahren kam es, teilweise mit Unterstützung durch öffentliche Mittel, zu einer Zunahme vielfältiger Formen der Kooperation und Zusammenarbeit in Netzwerken zwischen Unternehmen sowie zwischen diesen und anderen, nicht notwendigerweise gewinnorientierten Institutionen. Diese Form der Organisation vernetzter Produktionen fand beispielsweise im vertikalen Verbund mit Zulieferern, im horizontalen Verbund mit Wettbewerbern oder wissenschaftsbasiert mit nicht-ökonomischen Akteuren Ausdruck (vgl. Schamp 2000: 64f.). Der Soziologe Manuel Castell ging seinerzeit sogar soweit, die Gesellschaft des aufkommenden 21. Jahrhunderts als Netzwerkgesellschaft zu bezeichnen, in der sich alle relevanten Prozesse in der Wirtschaft und Gesellschaft um das Konstrukt Netzwerk formieren würden (vgl. Howaldt o.J.: 1).

Netzwerke stellen eine ökonomische Art der Arbeitsteilung von Unternehmen dar. „Sie sind Institutionen der Koordination wirtschaftlicher Aktivitäten, die zwischen Unternehmungen und Märkten angesiedelt sind. Sie weisen eine höhere Stabilität als Marktbeziehungen aus, sind zugleich aber flexibler als Hierarchien.“ (Maier, Tödting 2006: 78). Ihr Zweck ist es, den einzelnen Teilhabenden, Aktivitäten zu ermöglichen, zu denen die unternehmensinternen Ressourcen nicht ausreichen und ihnen somit zu einer stärkeren Position im Wettbewerb zu verhelfen (vgl. Schamp 2000: 65). Vor allem durch die nicht marktmäßigen Austauschbeziehungen zwischen den Akteuren und den gemeinsamen Anstrengungen, sich an Änderungen im Umfeld der beteiligten Unternehmen anzupassen, entstehen enge Verflechtungen, die das Netzwerk erhalten und ihm die nötige Stabilität verleihen. Die Netzwerkbeziehungen können sich dabei sehr vielfältig gestalten. Sie finden sowohl zwischen Groß- und Kleinunternehmen als auch nur zwischen kleinen und mittleren Unternehmen untereinander oder in Verbindung mit öffentlichen beziehungsweise semi-öffentlichen Einrichtungen statt (vgl. Maier, Tödting 2006: 78).

Aber Netzwerke lassen sich nicht nur aufgrund ihrer Akteurskonstellation in inter-personelle oder inter-institutionelle Netzwerkformen differenzieren. Das Spektrum möglicher Netzwerkaktivitäten ist breit und die jeweilige Form abhängig vom bestehenden Kontext sowie der Fähigkeit, flexibel auf Anforderungen ihrer Umwelt zu reagieren. Wesentliche Unterscheidungsmerkmale existieren jedoch in Bezug auf den Entstehungshintergrund, ob strategisch konzipiert oder historisch gewachsen, den Zweck und die Ziele des Netzwerkes, beispielsweise gemeinsame Forschung und Entwicklung, Finanzierung, Beschaffung, Produktion, Absatz und Marketing, sowie die eigentliche Organisationsform und den Aufbau der Netzwerkkooperationen (vgl. Schamp 2000: 68). Unterschieden werden kann hier bei der Art und Verantwortlichkeit der Steuerung sowie der Machtverteilung innerhalb vertikaler und horizontaler Strukturen (vgl. Richter 2005: 5). Hinsichtlich des Formalisierungsgrades beziehungsweise der Intensität der Beziehungen wird zwischen formalen und informellen Verknüpfungen unterschieden. Während in Verträgen schriftliche Vereinbarungen über die Geheimhaltung von Know-how, ein Zeitraster, ein so genanntes Pflichtenheft sowie Lizenz- und Gebührenregelungen festgehalten werden, können Kooperationen auch von weichen, nicht vollständig spezifizierten, kooperativen Beziehungen geprägt sein (vgl. Howaldt o.J.: 263, Bröcker, Fritsch 2012: 189).

Unternehmensnetzwerke stellen eine besondere Form der Organisation dar. Sie sind durch relativ stabile Beziehungen zwischen rechtlich selbständigen Wirtschaftsunternehmen gekennzeichnet und auf die Realisierung von Wettbewerbsvorteilen ausgerichtet (vgl. Howaldt o.J.: 2). Solche Kooperationen werden meist mit dem Ziel der gemeinsamen Bewältigung komplexer Anforderungen oder in der Hoffnung auf Freisetzung neuer Innovations- und Kreativitätspotentiale eingegangen (vgl. Belzer, Hilbert 1994: 253). Neben der gemeinsamen Entwicklung von Produkten, Produktionsverfahren und Vermarktungsstrategien reichen die Erwartungen der beteiligten Unternehmen von Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitätssteigerungen über den Austausch von Know-how zur Stärkung der Branchenposition und besseren Bearbeitung des bestehenden Märkte bis hin zur Erschließung neuer Kundengruppen oder Märkte im In- und Ausland (vgl. Howaldt o.J.: 3).

Um die eigenen Geschäftsziele erfolgreicher anzugehen, kann die Teilhabe in einem Netzwerk beispielsweise dazu beitragen, die benötigten Kompetenzen und Ressourcen für Innovationsprozesse durch die Unterstützung von erfahrenen Partnern zusammenzuführen und für das eigene

Unternehmen nutzbar zu machen. Gleichzeitig können sich aber auch Risiken, wie eine Einschränkung der Selbständigkeit, die Zunahme der Abhängigkeit von Partnern, zusätzliche Aufgaben und Kosten sowie ein unerwünschter Abfluss von Wissen für die beteiligten Unternehmen einstellen (vgl. ebd.). Darüber hinaus ergeben sich vor allem in der Aufbauphase von Netzwerken besondere Anforderungen und Aufgaben für die potentiellen Mitglieder. So müssen geeignete Partner gefunden und deren unterschiedliche Interessen und Erwartungshaltungen zusammengebracht, geeignete Arbeitsformen und -methoden entwickelt sowie Regeln definiert und Kooperationsvereinbarungen getroffen werden. Dies ist insbesondere beim Aufeinandertreffen gleich starker Partner wichtig, um auch über Sanktionierungsmöglichkeiten zur Eindämmung opportunistischen Verhaltens verfügen zu können (vgl. Genosko 1999: 85f.). Neben dem Aufbau einer netzwerktragenden Infrastruktur, spielt zudem die kontinuierliche Ausbildung von Vertrauen zwischen den Kooperationspartnern eine ganz entscheidende Rolle (vgl. Howaldt o.J.: 4).

Einen stärkeren Bezug auf die räumliche Bedeutung von Kooperationsbeziehungen nehmen Ansätze, die sich mit regionalen Netzwerken beschäftigen. Auch hier geht es um ähnliche Zielsetzungen, wie die Verbesserung der Leistungsfähigkeit sowie Innovationskraft und Kreativitätspotentiale, Zugang zu neuen Technologien und dem damit verbundenen Know-how sowie der Möglichkeit auf Märkten präsent zu sein, die das betreffende Unternehmen allein nicht bedienen kann (vgl. Belzer, Hilbert 1994: 254). Allerdings bieten sich den kleinräumigen Netzwerken Vorteile, die in strategischen Unternehmensallianzen nicht unbedingt gegeben sein müssen. So ermöglichen lokal oder regional verankerte Netzwerke häufige, persönliche Kontakte informeller Natur unter den Netzwerkpartnern, die vielfach die Grundlage für Zusammenarbeiten und Kooperationen bilden und sich insbesondere auf Nicht-Routineaktivitäten, wie beispielsweise Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten positiv auswirken können. Darüber hinaus können Informationen über Produktionsänderungen sehr schnell an Partner und Zulieferer weitergegeben werden, was dem gesamten Produktionssystem, trotz einer hohen Spezialisierung der einzelnen Unternehmen, eine größtmögliche Flexibilität garantiert (vgl. Maier, Tödting 2006: 79). Allerdings kommen auch hier zu den bereits genannten Risiken von Kooperationen weitere Hemmnisse insbesondere seitens der kleinen und mittleren Unternehmen hinzu. Diese befürchten, von größeren Unternehmen im Hinblick auf ihr innovatives Wissen ausgebeutet zu werden oder haben Vorbehalte den Konkurrenten am eigenen Standort Einblicke in unternehmensinterne Geschäftsangelegenheiten zu eröffnen (vgl. Genosko 1999: 83). Hinzu kommt, dass sich jegliche finanzielle und zeitliche Aufwendungen für Kooperationsanbahnungen und -durchführungen bei kleineren und mittleren Unternehmen stärker auf das tägliche Geschäftsgebaren auswirken, als dies der Fall bei Großunternehmen ist.

Wichtige Bedingungen für die Entstehung von Netzwerken sind demnach eine gewisse Kooperationswilligkeit und Kooperationsfähigkeit der Akteure sowie eine wechselseitige Attraktivität der Kooperationspartner zueinander. Ein anderes starkes Kriterium für die Ausbildung von Netzwerken kann aber auch Betroffenheit sein. So gelten Krisen-Netzwerke, die bestehend aus einer sektoral oder regional abgrenzbaren Gruppe von Akteuren als Antwort auf regionalwirtschaftliche Probleme entstehen, als äußerst stabil und zeichnen sich durch eine ausgeprägte Aktivität aus (vgl. ebd.: 80ff.).

2.2.1 Akteure

Netzwerke stellen ein komplexes System von Beziehungen unterschiedlicher Akteure dar. Dabei können diese stark hierarchisch organisiert oder durch kooperative Verflechtungen geprägt sein. Insbesondere in vertikal ausgerichteten Zulieferer- und Absatzverflechtungen herrschen differenzierte Austausch- und Kooperationsbeziehungen. Aber auch unter Wettbewerbern kommt es zu Kontakten und Informationsaustauschen. Auch wenn diese in der Regel nicht sonderlich ausgeprägt sind, resultiert aus der Nähe zu Konkurrenten ein wesentlicher Antrieb für die Produktivität der Unternehmen. Zudem kommt es in Ausnahmen auch vor, dass vor allem kleine und mittlere Unternehmen einer Wertschöpfungsstufe Produktions- oder Forschungsk Kooperationen eingehen und Netzwerke zur Steigerung der eigenen Innovationsfähigkeit bilden (vgl. Malmberg, Maskell 2001: 11).

Darüber hinaus gibt es neben den ökonomisch Handelnden noch eine Vielzahl weiterer Akteure und Institutionen, die das wirtschaftliche Umfeld des eigentlichen Produktionssystems prägen. Zu nennen sind hier:

- unternehmensorientierte Dienstleistungen,
- spezialisierte und qualifizierte Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt,
- Finanzdienstleister,
- wissenschaftlich ausgerichteten Bildungs- und Forschungseinrichtungen,
- die lokale Wirtschaft unterstützenden Kammern, Verbände, Gewerkschaften und diverse Netzwerkorganisationen sowie
- Politik und Verwaltung.

Der Umfang und die Qualität der Beziehungen differieren je nach Wirtschaftsstruktur und regionaler Aufstellung der jeweiligen Branchen. Daher kann es zu unterschiedlichen Ausgestaltungen der Verflechtungsarten und somit zu verschiedenen Netzwerkformen kommen.

2.2.2 Netzwerkformen und Verflechtungsarten

Der wesentliche Vorteil der vertikalen Desintegration von Wertschöpfungsstufen liegt in der Möglichkeit der flexiblen Spezialisierung. Kleine und mittlere Unternehmen, die sich auf einzelne Schritte eines Produktionsprozesses spezialisiert haben, sind in der Lage, eine große Produktvarianz anzubieten (vgl. Braun, Schulz 2012: 143f.). Bedingt durch ihre Struktur und ihren Produktionsumfang von lediglich kleineren Einheiten können sie zudem reaktionsschnell und flexibel auf sich ändernde Nachfragebedingungen reagieren. Ein entscheidender Nachteil ergibt sich allerdings bei der Erlangung und Bewältigung größerer Aufträge industrieller Massenhersteller. Da die einzelnen Unternehmen aufgrund von Kapazitätseinschränkungen und Know-how meist nur ein begrenztes Segment eines Wertschöpfungsprozesses abdecken können, ergeben sich veränderte Unternehmensstrategien. Um das eigene Angebotsspektrum um komplexe Ressourcen erweitern zu können, einen leichteren Zugang zu Großaufträgen zu bekommen und technologisch anspruchsvollen Kundenwünschen gerecht zu werden, kooperieren die Betriebe mit anderen, komplementär aufgestellten Unternehmen in strategischen Netzwerken (vgl. ebd.: 145).

Solche Firmennetzwerke, die nach außen, wie ein größeres in sich geschlossenes Einzelunternehmen auftreten, werden als virtuelle Unternehmen bezeichnet. Sie bestehen aus Unternehmen oder Teilen von Unternehmen, von denen jedes seine spezifischen Kompetenzen einbringt und somit als funktionale Einheit fungiert. Diese heterogene Zusammensetzung von Ressourcen werden genutzt um bedarfs- und fallweise in Projekten oder Aufträgen zusammenarbeiten und eine Vielzahl von Bedürfnissen zu befriedigen (vgl. Belzer, Hilbert 1994: 249f.). Auch wenn sich ein virtuelles Unternehmen in der Regel nach Beendigung des gemeinsamen Projektes zunächst wieder auflöst, basiert ein solches Netzwerk auch stark auf Vertrauen und kann zu weiteren gemeinsamen Kooperationen führen. Selbstverständlich gibt es neben diesem zeitlich befristeten und zielorientierten Typus von Netzwerken auch andere Formen, die in ihrer Dauer, Intensität und Ausprägung variieren. So können beispielsweise auch Unternehmen derselben beziehungsweise ähnlichen Wertschöpfungsstufe durch Kooperationsvereinbarungen formeller oder informeller Art sich austauschen, gemeinsam forschen oder zusammenarbeiten.

Die am meisten ausgeprägte Art der Vernetzung ist in vollständigen Netzen gegeben. Diese finden sich vor allem in regionalen Konzentrationen wirtschaftlicher Unternehmen und Institutionen aus jungen, wissensintensiven Branchen der High-Tech-Industrie (vgl. Tichy 2001: 191). Durch eine Erweiterung der überwiegend geschäftlichen Beziehungen um eine intensive Vernetzung und vollständige Integration aller Akteure entstehen hierarchielose, offene Netzwerke, welche durch Informationsaustausche, Kooperationen und Lieferbeziehungen geprägt sind. Hierarchielose Netzwerke zeichnen sich allgemein durch die Gleichberechtigung der beteiligten Partner aus. Charakteristisch ist eine hohe Konzentration von Unternehmen einer strukturbestimmenden Branche, in der die Produktion durch unternehmensübergreifende Arbeitsteilung dezentral organisiert wird (vgl. Kulke 2004: 113). Die Beziehungen zwischen den Produzenten werden einerseits durch enge Lieferbeziehungen geprägt, beruhen andererseits aber auch auf einer starken Ausprägung der horizontalen Dimension und engen persönlichen Kontakten (vgl. Schamp 2000: 71ff.).

Im Gegensatz zu diesem Modell konzentrieren sich in fokalen oder hierarchischen Netzwerken viele kleine und mittelständische Unternehmen um einige wenige große Endabnehmer, nach dessen technologischen Vorgaben die Zulieferer ihre einzelnen Module und Komponenten nach dem so genannten just-in-time-Prinzip liefern (vgl. ebd.: 86). Solche Netzwerkstrukturen werden auch als Pseudocluster bezeichnet, da aufgrund der Eindimensionalität der Prozessrichtung keine tatsächlichen Austauscheffekte stattfinden (vgl. Tichy 2001: 191). Konzentrieren sich viele regionale Zulieferer und Dienstleister um nur ein einziges großes Unternehmen, welches diese direkt oder indirekt an sich bindet, wird auch von einem Sterncluster gesprochen (vgl. Braun Schulz 2012: 163).

Einen besonderen Typ von Pseudoclustern stellen Regionen mit einer hohen Anzahl an Unternehmen einer Branche dar, die jedoch weniger miteinander in Beziehung stehen, als vielmehr in überregionale oder sogar internationale Netze eingebunden sind (vgl. Fromhold-Eisebith 2001: 42f.). Solche Strukturen ergeben sich insbesondere in Regionen, in denen sich überwiegend Zweigbetriebe mit Produktionsfunktion angesiedelt haben, denen aber aufgrund der Konzernabhängigkeit ausreichende Entscheidungskompetenzen fehlen. Die regionale Bindung und Beständigkeit dieser Betriebe ist als nur sehr gering einzuschätzen (vgl. Meyer-Stamer 1999: 7).

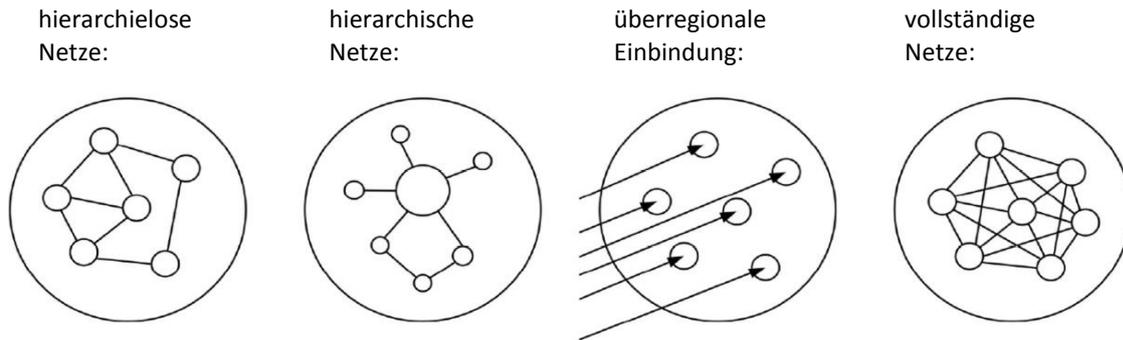


Abb. 7: Netzwerkformen.
Quelle: Beckord 2006: 100

2.2.3 Wertschöpfungsketten und Spezialisierung

Aus der Entwicklungsgeschichte und den Untersuchungen zu Netzwerkstrukturen im Raum lässt sich ableiten, dass sich auf Grundlage umfangreicher zwischenbetrieblicher Kontakte und Impulse auf Basis enger materieller Verflechtungen einzigartige regionale Muster von Spezialisierung und funktionaler Differenzierung ergeben haben, die sich auf Unternehmen in bestimmten Wertschöpfungsketten innovativ auswirken (vgl. Rehfeld 1994: 193). Für die Analyse regionaler und wirtschaftlicher Verflechtungen wird die Wertschöpfungskette in einem branchenübergreifenden Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhang gesehen (Krätke, Scheuplein 2001: 5f.).

Eine Wertschöpfungskette „ist eine Abfolge von Funktionen, die dem Produkt auf jeder Stufe einen Wert zufügt“ (Bathelt, Glückler 2003: 30). Neben der Herstellung selbst sind auch die vor- und nachgelagerten Funktionen von der Entwicklung bis zur Vermarktung nicht zu vernachlässigen (vgl. Rehfeld 1994: 192). Eine vollständige Wertschöpfungskette eines Produktes oder einer Produktgruppe gliedert sich, wie in der untenstehenden Abbildung ersichtlich, in drei Prozessphasen: Am Anfang steht die Produktionsvorbereitung und Produktentwicklung. Hierzu gehören die Aktivitäten im Bereich der Forschung und Entwicklung einschließlich Software, Konstruktion, Design sowie Test- und Prüfeinrichtungen. Die eigentliche Produktions- und Leistungserstellung umfasst einerseits die Bereiche der Produktionsvorbereitung, wie der Beschaffung von Rohstoffen und Materialien sowie Vorprodukten, Einbauteilen und notwendigen Maschinen, Werkzeuge und EDV-Anlagen, und andererseits die Produktion im eigentlichen Sinne sowie der ihr zugeordneten technischen Dienste, wie Wartung und Reparatur. Den Abschluss einer jeden Wertschöpfungskette bilden die Bereiche Vermarktung und Distribution. Hierunter fallen die Tätigkeiten des Marketings und Vertriebs sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel (Krätke, Scheuplein 2001: 5f.).

Die einzelnen Arbeitsschritte können je nach Produkt und Konzerngröße auch von einem Unternehmen allein bewältigt werden, meistens verteilen sich diese aber auf verschiedene Unternehmen, die in unterschiedlicher Intensität und Komplexität von reinen Lieferbeziehungen bis hin zu Kooperationen miteinander verflochten sind (vgl. Beckord 2006: 25). Auch wenn sich durch technische und organisatorische Veränderungen im Transport- und Logistikwesen sowie der Kommunikationstechnik die materiellen regionalen Verflechtungen mittlerweile sehr stark aufgelöst haben (vgl. Rehfeld 1994: 195), spielt die räumliche Verdichtung von Produktions- und

Funktionsbereichen von Wertschöpfungsketten weiterhin eine große Rolle für das Entstehen sozialer Netzwerke.

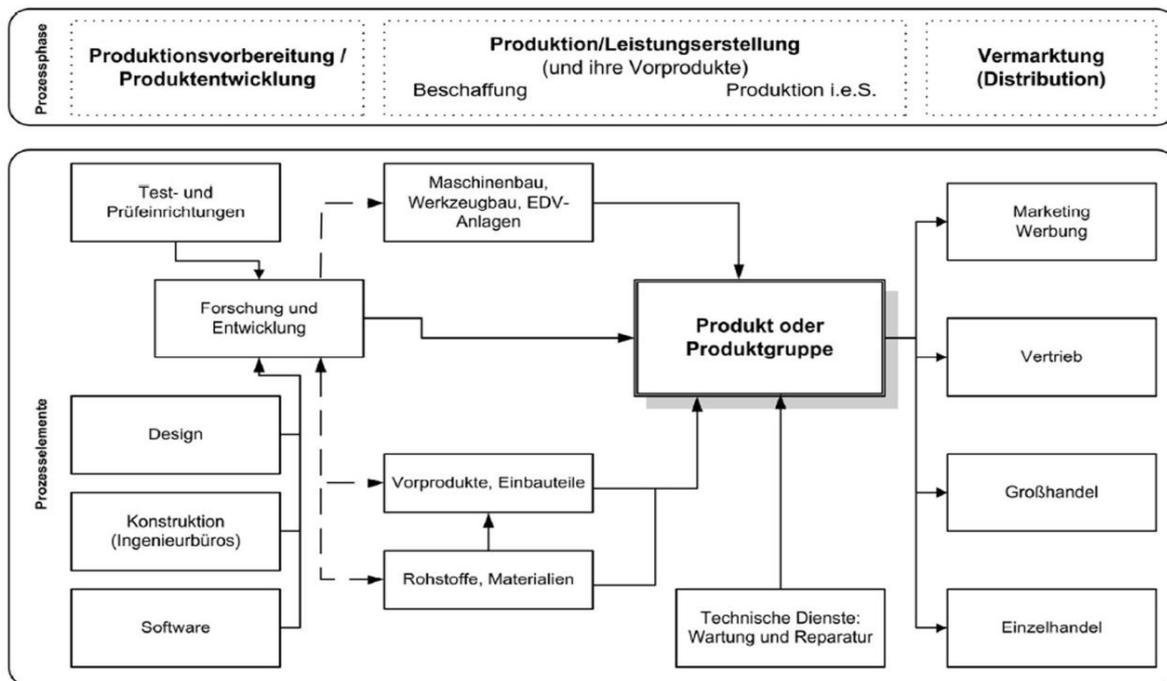


Abb. 8: Elemente der Wertschöpfungskette.
Quelle: Krätke, Scheuplein 2001: 5

2.2.4 Geografische Konzentration

Unternehmen und andere Akteure existieren an einem physischen Ort, was bedeutet, dass alle von ihnen ausgehenden Handlungen und Aktionen lokalisierbar sind. Oftmals sind diese wirtschaftlichen Aktivitäten auch räumlich konzentriert und mit anderen Handlungen wechselseitig verknüpft und in ein soziokulturelles, politisches sowie ökologisches Umfeld eingebettet. Von den Strukturen dieses Umfeldes geprägt, beeinflussen sie aber auch umgekehrt bewusst oder unbewusst, direkt oder indirekt ihre Umwelt und wirken maßgeblich an ihrer Gestaltung mit (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 10).

Die bewusste Entscheidung einer räumlichen Konzentration in Agglomerationsräumen birgt vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen diverse Vorteile. Denn für ihre eigentliche Stärke der flexiblen Spezialisierung büßen sie oftmals an Leistungsfähigkeit durch mangelnde Kapazitäten zur Akquirierung an weiterem Fach- und Spezialwissen für technische Innovationen (vgl. von Einem 1994: 274). Neben den internen Ersparnissen, die aus der innerbetrieblichen Konzentration an einem Standort und den damit verbundenen möglichen Kostenvorteilen sowie durch die Größe des Marktes und dem unmittelbaren Produktabsatz in Standortnähe des Unternehmens entstehen können, sind es vor allem die externen Effekte, die einen Standort in räumlicher Nähe zu anderen Betrieben, Infrastruktureinrichtungen oder Informationsquellen wirtschaftlich interessant machen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 139f.). Diese so genannten Agglomerationswirkungen werden in Lokalisations- und Urbanisationsvorteile unterschieden.

Lokalisationsvorteile entstehen durch die Konzentration und Expansion von Unternehmen derselben oder verwandten Branche. Konkret äußern sich diese beispielsweise in der Verfügbarkeit von den Produktionsprozess unterstützenden Infrastrukturen und öffentlichen Gütern sowie dem Zugang zu einem spezialisierten Arbeitsmarkt und qualifizierten Zulieferbetrieben. In Kombination mit Forschungs- und Entwicklungskapazitäten kommt es zu einer Netzwerkbildung aus der sich für die Akteure günstige Innovationsvoraussetzungen ergeben können (vgl. von Einem 1994: 197). Insbesondere durch die Herstellung und Nutzung komplementärer Ressourcen, Know-how und Produkte, aber auch durch die Vergleichbarkeit der Aktivitäten und Erfolge bei der direkten Konkurrenz kommt es zudem zur regionalen Produktionsspezialisierung und Verbesserung der eigenen Produktivität (vgl. Porter 1998: 81ff.). Solch ein dichtes Innovationsklima und die Verfügbarkeit von speziellen branchenbezogenen Informationen entfaltet darüber hinaus auch eine sich selbstverstärkende Wirkung und entwickelt eine hohe Standortattraktivität für weitere innovative Betriebe (vgl. von Einem 1994: 197).

Urbanisationsvorteile hingegen entstehen durch die räumliche Konzentration von Unternehmen unterschiedlicher Produktionszweige. Sie wirken sich vor allem auf die Ausbildung des Standortes an sich aus und gewährleisten den Akteuren die Nutzung einer Vielzahl öffentlicher Infrastruktureinrichtungen und -leistungen, deren Verfügbarkeit meist auf urbane Räume beschränkt ist (vgl. Beckord 2006: 85). So bieten Städte die Vorteile eines großen, ausdifferenzierten Arbeitsmarktes, ein breites Angebot an Dienstleistungen in unternehmensnahen Bereichen und einen gewissen Vorsprung bei der Einführung moderner Kommunikationsstrukturen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 140).

Insgesamt scheint sich das Zusammenspiel der scheinbar gegensätzlichen Faktoren Kooperation und Konkurrenz in räumlicher Nähe positiv auf die Unternehmenstätigkeit im Hinblick auf Produktivität und Innovationsfähigkeit auszuwirken und viele der Unsicherheiten im Zusammenhang mit unternehmerischen Entscheidungen abzubauen. Die Schwierigkeiten für die Unternehmen liegen beispielsweise in der Komplexität, dem Umfang und den Kosten der Informationsbeschaffung sowie in einer mangelnden Verarbeitungs- und Bewertungskompetenz, die richtigen Entscheidungen unter gegebenen Rahmenbedingungen zu treffen (vgl. Rehfeld 1999: 99). Die räumliche Nähe zu Unternehmen der gleichen oder ähnlichen Branche ermöglicht es, ständig Vergleiche von Produkten anzustellen, Parallellösungen zu entwickeln oder Produkte nachzuahmen. Durch die stetige Wettbewerbssituation bei Preisen und Produkten erhöht sich der Druck auf Produktivitätssteigerungen und Kostenreduktionen, Entwicklung neuer Vertriebs- und Betriebsverfahren sowie Differenzierung der Angebote, um sich von den Wettbewerbern abzusetzen (vgl. ebd.: 114). Dies ist maßgeblich darauf zurückzuführen, dass sowohl die Kenntnis als auch der Zugang zu Informationen und Wissen über Aktivitäten anderer Unternehmen und Forschungseinrichtungen im lokalen und regionalen Maßstab höher sind als in einem übergeordneten (vgl. Malmberg, Maskell 2001: 11). Außerdem wirken sich geteilte Erfahrungen, gemeinsame Werte und Orientierungen positiv auf die Häufigkeit und Intensität der Kontakte aus und erhöhen das Potential für Kooperationen (vgl. von Einem 1994: 197). Zwar führt räumliche Nähe nicht zu zwangsläufig zur Netzwerkbildung, sie erweist sich aber in vielen Fällen als kausal für Zusammenarbeit und nachhaltige Netzwerkstrukturen.

Durch die Ausbildung von Vertrauensbeziehungen in Netzwerken, versuchen die Akteure weitere Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Diesen wird hinsichtlich des Wachstums für bestehende Unternehmen und der regionalen Beschäftigungsentwicklung sowie der Gründung neuer technologiebasierter Betriebe eine sich selbstverstärkende Dynamik zugesprochen. Denn wo bereits erfolgreiche Unternehmen agieren, werden andere Unternehmen angezogen, da sich zum einen der Aufwand für die Suche eines Standort senken und zum anderen die mit dem neuen Standort verbundenen Unsicherheiten reduzieren lassen (vgl. Malmberg, Maskell 2001: 5). Vor allem in Branchen mit starker Desintegration der Wertschöpfungskette kommt es aber auch zu Ausgründungen von bestehenden Unternehmen sowie zur Ansiedlung von Zulieferern um größere Leitunternehmen der Region (vgl. Bathelt 2002). Für die neuen Unternehmen sind die Eintrittsbarrieren besonders dann gering, wenn sie der Wirtschaftsregion nützlich sind und dazu beitragen, bisherige Lücken im Produktangebot zu schließen (vgl. Porter 1998: 84). Außerdem entwickeln die bestehenden Unternehmen im Netzwerk unwillkürlich eine Vorbildfunktion für potentielle Gründer. Gelungene Gründungen und erfolgreiche Unternehmen werden möglicherweise nachgeahmt, während Konkurse und schrumpfende Unternehmen als abschreckende Warnung vor einer eigenen Gründung dienen können (vgl. Menzel, Fornahl 2005: 141). Durch eine solche Wachstumsdynamik und die ständige Reproduktion der Erfolgsbedingungen erhält ein Netzwerk seine Stabilität und Stärke.

Gleichermaßen muss allerdings auch erwähnt werden, dass es bisher nicht gelungen ist, die tatsächliche Wirkung von räumlicher Nähe in Form von Clusterung auf die Innovationsfähigkeit der Unternehmen nachzuweisen, zumal sich eine starke Konzentration von unternehmerischen Aktivitäten auch negativ auf die Innovationsfähigkeit auswirken kann. Angeführt sei hier, dass eine geringe Distanz von Akteuren im schlechtesten Fall auch zur unbewussten und vor allem unerwünschten Weitergabe von Wissen führen kann. Außerdem können Routinen und Gleichförmigkeit zu einem kognitiven Lock-in führen, wenn ausschließlich und permanent dieselbe Wissensbasis genutzt wird (vgl. Boschma 2004: 4f.).

Daher ist in diesem Zusammenhang einerseits das Zusammenspiel von schwachen und starken Verflechtungen innerhalb eines Netzwerkes, andererseits die lokale Einbettung als auch Außenorientierung der Akteure von entscheidender Wichtigkeit. Starke Bindungen (strong-ties) beschreiben stark integrierte und intensiv miteinander verknüpfte Beziehungen, die häufig aus großen Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeiten der beteiligten Akteure entstehen. Schwache Bindungen (weak-ties) stellen hingegen weniger intensive, eher fragile Beziehungen dar. Da strong-ties-Netzwerke, wie beispielsweise traditionelle Hersteller-Zulieferer-Beziehungen, oftmals in sich geschlossen sind, behindern sie das Eindringen neuer Akteure und verschließen sich somit auch vor neuem Wissen und innovativen Ideen (vgl. Genosko 1999: 33). Granovetter fand heraus, dass gerade die schwachen Verbindungen, wie sie etwa flüchtige Bekanntschaften darstellen, für innovative Organisationen von besonderer Bedeutung sind. Für die Erfolge der Akteure ist daher von entscheidender Wichtigkeit eine Balance zwischen Ähnlichkeit und Verschiedenheit beziehungsweise Vertrautem und Neuem im Netzwerk herzustellen (vgl. ebd.). Bathelt, Malmberg und Maskell haben in ihren Studien nachgewiesen, dass es für Akteure darüber hinaus wichtig ist, sich sowohl in einer lokalverankerten Atmosphäre (local buzz), getragen durch Kommunikation und den Austausch von Informationen, zu befinden als auch in überregionale Wissensflüsse (global pipelines) eingebunden zu sein (vgl. Bathelt, Malmberg, Maskell 2004: 8ff.). Nur durch die gegenseitige Ergänzung dieser zwei

Aspekte wird es für Unternehmen möglich, sich komplementäres implizites Wissen und erweiterte Kompetenzen anzueignen, um sich im Wettbewerb erfolgreich behaupten zu können.

2.2.5 Kosten von Kooperationen in Netzwerken

Der Aspekt der sozio-ökonomischen Einbettung im Zusammenhang einer gleichen Werteorientierung spielt insbesondere bei der Höhe der Kosten für Transaktionen zwischen Kooperations- und Vertragspartnern eine wichtige Rolle. Zwar sind diese auch vom individuellen Verhalten der Akteure abhängig, dennoch sind allgemein akzeptierte institutionelle Strukturen, wie Rechte und Verhaltensregeln sowie das Vertrauen auf Erfüllung von Vereinbarungen in den jeweiligen Partner zwingende Voraussetzungen für das Entstehen und die langfristige Stabilität von Kooperationen (vgl. Kujath 2000: 1). Eine wirtschaftliche Transaktion ist immer auch eine soziale Transaktion. Damit sind Handlungen gemeint, die für die Gründung sowie das Fortbestehen von institutionellen Rahmenbedingungen, wie formale und informelle Regeln und deren Durchsetzungsinstrumente, erforderlich sind, damit eine Wirtschaftstätigkeit erfolgen kann (vgl. Genosko 1999: 45). Dabei werden diese in politische Transaktionskosten zur Errichtung, Erhaltung und Veränderung der formalen und informellen Ordnung eines Systems sowie dessen Betriebskosten (vgl. ebd.: 46) und Markttransaktionskosten unterschieden.

Beim Aufbau einer Beziehung zu einem Kooperationspartner entstehen Informationsbeschaffungs-, Anbahnung- und Vereinbarungskosten für die die Akteure materielle und zeitliche Anstrengungen auf sich nehmen müssen. Durch die räumliche Zusammenballung von unterschiedlichen Branchen und Unternehmen, können Kosten für die Suche nach einem geeigneten Geschäftspartner reduziert und der Transfer von Informationen über die Aktivitäten der potentiellen Vertragspartner beschleunigt werden. Während des Kooperationsprozesses tragen eine gemeinsame Wissensbasis und der Austausch von personengebundenem Erfahrungswissen sowie durch räumliche Nähe entstandene, geteilte Werte und Konventionen zur Ausbildung von grundlegend notwendigem Vertrauen und somit zur Verringerung von Kommunikations-, Abwicklungs- und Kontrollkosten bei. Darüber hinaus können durch regelmäßige Treffen zur Lösung technischer Probleme und zur Abstimmung der Produktion die Anpassungskosten für Änderungen von Vereinbarungen gering gehalten werden (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 159).

Die Höhe der Transaktionskosten wird maßgeblich durch die drei Eigenschaften Häufigkeit der Kontakte, Komplexität der Beziehung sowie dem Grad der Unsicherheit einer Transaktion bestimmt, wobei die Kosten insbesondere bei der Zusammenarbeit in partnerschaftlichen Koproduktionen für nicht standardisierte Produkte und Dienste höher ausfallen (vgl. von Einem 1994: 274). Daher können langjährige Kooperationsbeziehungen in Netzwerken und die Erzeugung von räumlicher Nähe zueinander von entscheidender Bedeutung sein, um Unsicherheiten zu reduzieren und opportunistisches Verhalten weitgehend auszuschließen (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 159).

In Netzwerken gibt es eine Vielfalt an spezifisch sicheren, also bekannten und abschätzbaren, und unsicheren oder versteckten Kosten. Diese werden unterteilt in direkte Investitionskosten, Verhandlungskosten, Kosten aus an Eigeninteresse ausgerichtetem Verhalten sowie Organisationskosten beziehungsweise Kosten strategischer Beschränkungen (vgl. Genosko 1999: 62). Zu den sicheren Kosten zählen zum Beispiel Kosten für Personal und Organisationseinheiten, die an

der Suche nach Partnern sowie an den Verhandlungen über Netzwerkbindungen beteiligt sind sowie eventuell entstehende Kosten für Berater und Vermittler. Des Weiteren kommen Kosten für die Reorganisation und Restrukturierung operativer Einheiten sowie für die Gestaltung neuer Einheiten und der internen Koordination hinzu (vgl. ebd.: 61).

Unsichere beziehungsweise versteckte Kosten können aufgrund veränderter Rahmenbedingungen und neuer Rigiditäten, die durch ein Netzwerk generiert werden, und den damit verbundenen Neuverhandlungen entstehen. Dabei haben die jeweiligen Kooperationspartner durch Risiken bedingte Kosten zu tragen. Hierzu zählen insbesondere das Risiko des Verhandlungsbetruges, das Risiko der Veränderung der relativen Vertragsmacht, die Gefahr des Schwindens unternehmerischer Antriebskräfte oder die Aneignung von Wettbewerbsvorteilen ohne wechselseitige Gegenleistungen. Auch Kosten aufgrund längerer Entscheidungsprozesse und Beschränkungen bei der Wahl von Partnern, die nicht dem Netzwerk angehören, können problematisch werden. Des Weiteren kann es zu vorher nicht absehbaren Schwierigkeiten bei der Zusammenführung unterschiedlicher Strukturen und Konfliktkulturen, Kosten beim Erlernen von Kooperationen oder Kosten zur Kontrolle des Informationsflusses kommen (vgl. ebd.: 61f.).

Insbesondere mangelnde Erfahrung, sich verändernde Umweltbedingungen und die unzureichende beziehungsweise fehlerhafte Einschätzung von Kosten sowie die Unfähigkeit unsichere Kosten und Risiken in den Griff zu bekommen führen häufig zum Scheitern von Netzwerken und Kooperationsbeziehungen. Ebenso können Konflikte zwischen den strategisch, langfristig angelegten Zielen des Netzwerkes und dem taktischen, kurzfristigen Ansatz einzelner Partner auftreten. Spezifische Unsicherheiten bei Kooperationen liegen zudem in versteckten Qualitätsproblemen der durch die Partner eingebrachten humanen, Organisations- und Managementressourcen sowie dem Risiko opportunistischen Verhaltens bei der Akquisition von Know-how als auch der Ausbeutung von unerwarteten, aber durchaus positiven Nebenwirkungen einer Kooperation (vgl. ebd.: 60f.). Die sich aus diesen Risiken und Schwierigkeiten ergebenden Kosten für die Zusammenführung unterschiedlicher Strukturen, Organisationseinheiten und Managementstile, können sogar zur Auflösung bestehender Kooperationen führen beziehungsweise dazu beitragen, dass Netzwerke gar nicht erst entstehen.

Trotz der Kosten und Unsicherheiten bietet die Teilhabe an Netzwerken den Akteuren auch Vorteile und Begünstigungen, die auf anderem Wege nicht zu erlangen sind. Durch langfristige Vereinbarungen mit Zuliefern oder Abnehmern lassen sich die mit transaktionskostenspezifischen Investitionen verbundenen Risiken, wie beispielsweise lange Forschungs- und Entwicklungszeiten, große Fixkosten oder Verluste auf mehrere Partner verteilen und somit für ein einzelnes Unternehmen reduzieren. Doch nicht nur die Gefahren, auch die Ressourcen werden in einem Netzwerk effizienter zugeteilt und darüber hinaus zusätzlich geschaffen (vgl. ebd.: 49). Insbesondere innovative Unternehmen können oftmals erst durch Kooperationen ihre Stärken und vor allem ihre Kapazitäten zusätzlich ausweiten und im Sinne eines sozialen Kapitals Wettbewerbsvorteile, wie den Zugang zu spezifischen Märkten und gegenseitige Unterstützung im Bedarfsfall, mobilisieren.

Ein anderer Wettbewerbsvorteil, der eine Beteiligung in einem Netzwerk attraktiv macht, ist die Schaffung von Reputation. Netzwerke erleichtern es, wechselseitige Reputation und wechselseitiges Vertrauen einzufordern, weil abweichendes Verhalten sehr viel schneller sanktioniert wird und

innerhalb des Netzwerkes zu einem gesellschaftlichen Gesichtsverlust mit schwerwiegenden Folgen für das einzelne Unternehmen oder eine öffentliche Institution führen kann. Um Reputation zu generieren, bedarf es aber zunächst einer Investition, ob humankapitaler oder physischer Natur, in die Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes. Vor allem bei technologiebasierten Netzwerken „müssen Forschungs- und Entwicklungsanstrengungen in Form von Human- und sonstigem Kapital eingebracht werden, weil lediglich dann die Gewähr besteht, Innovationen zu schaffen, aus denen alle Netzwerk-Mitglieder Vorteile ziehen“ (ebd.: 74). Mindestens aber der eingebrachte Zeitaufwand für die Zusammenarbeit in einem Netzwerk muss so hoch sein, dass alle Beteiligten an einem Gelingen der Kooperation und der Qualität der Leistungen interessiert sind. Besonders bindend werden Reputationsinvestitionen, wenn es sich um so genannte versunkene Kosten, also irreversible Investitionen handelt. Solche entstehen erst dadurch, dass sie innerhalb einer Kooperation mehr wert sind als außerhalb und ein sich auf alle Beteiligten gleichermaßen positiver Lock-in-Effekt auswirkt. Reziprozität ist demnach nicht nur bei der Vertrauensbildung von entscheidender Wichtigkeit, sondern spielt auch bei ökonomischen Kosten- und Investitionsentscheidungen eine entscheidende Rolle und hat einen starken Einfluss auf die Stabilität eines Netzwerkes.

Außerdem bieten Netzwerke den Vorteil genauere Kenntnisse über die jeweiligen Partner zu erlangen und durch den Einsatz interorganisationaler Informationssysteme die Such- und Verhandlungskosten, aber auch die laufenden Betriebskosten einer Kooperation zu verringern. Wechselseitige Abhängigkeiten mindern zudem opportunistisches Verhalten und helfen so die Überwachungs- und Durchsetzungskosten gering zu halten. Weitere Begünstigungen können in der gemeinschaftlichen Marktetablierung von Produkt- und Prozessinnovationen sowie im interorganisationalem Lernen liegen, welche die beste Gewähr für ein stabiles Netzwerk bieten (vgl. ebd.: 48).

2.2.6 Wissen, Lernen und Innovationen

Wie bereits dargestellt, spielt räumliche Nähe für die Entstehung von Netzwerkkooperationen in jedem Fall eine wichtige Rolle, da sie den direkten Austausch und die Interaktion von Akteuren begünstigt. Für den Wissenstransfer sind aber auch andere Formen der Nähe förderlich, wenn nicht sogar notwendig. Die organisationale Nähe beschreibt den Beziehungsgrad von Organisationseinheiten in Verbänden. Die soziale Nähe setzt den Grad der gesellschaftlichen Einbettung von Kooperationsbeziehungen in einen bestimmten räumlichen Kontext, während die kulturelle Nähe die Abhängigkeitsbeziehungen zum übergeordneten institutionellen Rahmen bestehend aus Normen und Wertesystemen darstellt. Eine wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation und den Austausch zweier oder mehrerer Organisationseinheiten ist zudem das Vorhandensein eines ähnlichen Wissensbestandes, dieser Faktor wird mit der kognitiven Nähe abgebildet (Braun, Schulz 2012: 159). Trotz der Bedeutung dieser unterschiedlichen relationalen Beschreibungen von Nähe, ist auch ein gewisses Maß an Verschiedenartigkeit unter den Akteuren nötig, „um innovative Spannungen freizulegen, Routinen zu stören und Selbstverständlichkeiten zu hinterfragen, sodass strukturelle Veränderungen und Innovationen möglich werden“ (ebd.).

Seit dem wirtschaftlichen Strukturwandel in den 1970er Jahren werden Innovationen als zentraler Wettbewerbsfaktor verstanden (vgl. Haas, Neumair 2008: 90). Der Innovationsbegriff wird dabei

unterschiedlich aufgefasst. Sprachwissenschaftlich ist er aber mit der Wortbedeutung *Erneuerung* gleichzusetzen. Joseph Alois Schumpeter (1911) gilt als erster Ökonom, der das Potential von Innovationen als Triebkraft für wirtschaftliches Wachstum erkannte. Er begriff Innovationen als „etwas Altes durch etwas Neues zu substituieren“ (Schumpeter 1993: 100), wobei er darunter die neuartige Kombination von Produktionsfaktoren, wie bisheriges Wissen oder Technologien verstand (vgl. ebd.: 100ff.).

Wie bereits im vorherigen Abschnitt dargestellt, richtete sich seit den 1980er Jahren auch das Interesse der regionalökonomischen Entwicklungstheorien zunehmend auf die Bedeutung des Produktionsfaktors Wissen. Gleichzeitig gewannen zudem wissensintensive Industrie- und Dienstleistungsbranchen an Gewicht in der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung (vgl. Kulke 2010: 22). Insbesondere bei arbeitsteiligen Produktions- und Innovationsprozessen spielt der Transfer von Wissen zwischen den beteiligten Akteuren die entscheidende Rolle, da der kreative Akt im Zusammenhang mit der Innovationsgenerierung beim Humankapital, sprich bei den hochqualifizierten Arbeitskräften und ihrem technologischen Wissen, liegt. Denn bei der Innovationstätigkeit geht es im Kern um die Generierung neuen Wissens durch die Anwendung internen, vorhandenen Wissens in Kombination mit externem Wissen. Erst aus der Verknüpfung von wissenschaftlichem, zugänglichem, kodifiziertem und damit reproduzierbarem Wissen mit personengebundenem, erfahrungsgestütztem, also implizitem, Wissen und der Fähigkeit Informationen zu interpretieren und anzuwenden, kann neues Wissen erschaffen werden. Wobei Wissen hier als das Ergebnis und der Prozess dorthin als Lernen aufgefasst wird (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 180), der sowohl rezeptiv, adaptiv als auch kreativ verlaufen kann.

Die Entstehung neuen Wissens und neuer Technologien kann sich unterschiedlich gestalten. Neben systematischen Forschungsaktivitäten resultieren Lernprozesse häufig auch aus dem Produktionsalltag und der Fähigkeit innovative Problemlösungen im Produktionsprozess zu erkennen. Eine mögliche Form der Aneignung neuen Wissens ist das Learning by searching. Hierbei suchen Unternehmen gezielt nach neuen Quellen und wählen die Informationen über relevante Technologien aus. Dies geschieht beispielsweise in speziellen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der Firmen. Beim Produktionsbezogenen Lernen müssen meist keine zusätzlichen Aufwendungen erbracht werden, da der Lernprozess eng mit der Produktion verbunden ist. Die Formen Learning by doing und Learning by using geschehen als Nebenprodukt bei der Anwendung von Neuerungen und gehören zu den alltäglichen Produktionserfahrungen. Durch systematische Fortbildungsprogramme und die gezielte Akquisition von Arbeitskräften mit neuem Wissen lernt ein Unternehmen wie bereits etablierte Technologien funktionieren. Die Formen Learning through training und Learning by hiring beschreiben demnach eher ein nachholendes Lernen und beschreiten den Weg der Imitation. Die letzte bekannte Form ist das Learning by interacting und beschreibt ein unternehmensübergreifendes Lernen. Hiermit sind die Kommunikations- und Anpassungsprozesse zwischen den Produzenten und ihren Zulieferern beziehungsweise ihren Abnehmern gemeint, die insbesondere durch kontextspezifische, soziale Prozesse zwischen den unterschiedlichen Akteuren zu technologischen Wandelungen führen kann. (vgl. Bathelt, Glückler 2003: 244f.)

Ähnlich lässt sich auch die Wissensbasis, auf deren Grundlage Innovationsprozesse betrieben werden, hinsichtlich ihrer Entstehungsbedingung unterscheiden. Innovationsprozesse sind durch

Zusammenarbeit und sich gegenseitig ergänzende sowie verstärkende Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Akteuren und Funktionen einer Produktion gekennzeichnet. Auf Grundlage einer analytischen Wissensbasis wird durch Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Theorien akademisches Wissen genutzt, um in enger Zusammenarbeit zwischen Forschungseinrichtungen und der privater Wirtschaft neues Wissen zu erzeugen. Solches Wissen ist in hohem Maße kodifiziert, leicht zugänglich und universell anwendbar. Bei Innovationsprozessen mit synthetischer Wissensbasis wird vorhandenes, meist auf Erfahrung beruhendes und an einen Kontext gebundenes Wissen problemorientiert kombiniert. Diese Form tritt häufig bei Fertigungen nach besonderen Vorgaben des Kunden, wie etwa im Handwerk und Maschinenbau, auf. Sind Innovationen eher auf die Erzeugung von Bedeutungen und ästhetischen Qualitäten ausgerichtet, wird ebenfalls auf stark personengebundenes und kontextspezifisches Wissen gesetzt. Es wird hierbei von Innovationsprozessen mit künstlerisch-kreativem Charakter gesprochen, dem eine symbolische Wissensbasis zugrunde liegt. (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 183).

Eine starke Interaktion zwischen den Akteuren wirkt sich äußerst positiv auf solche Lernprozesse zur Generierung neuen Wissens und respektive Innovationen aus. Daher gehören hochqualifizierte Arbeitskräfte, der Zugang zu Informationen und Beratungsdienstleistungen, Kooperationsmöglichkeiten, Agglomerationsvorteile, ein guter Marktzugang, die Verfügbarkeit von Risikokapital und eine entsprechende Kommunikationsstruktur zu den wichtigsten Standortfaktoren einer Region (vgl. Haas, Neumair 2008: 90f.). Insbesondere das spezifische Zusammenwirken von Kompetenzen, Qualifikationen und Spezialisierungen regionaler Akteure sowie dynamische Impulse und die Reproduktion zwischenbetrieblicher Interaktionen sowie der Austausch materieller und immaterieller Ressourcen konstruieren das Alleinstellungsmerkmal einer Region und lassen sich räumlich nur schwer verlagern oder gar neu erschaffen (vgl. Möller 2000: 366).

Allerdings kann der Transfer von innovationsrelevantem Wissen auch mit erheblichen Schwierigkeiten einhergehen. Weil es sich bei Innovationsaktivitäten um die Erschaffung von etwas Neuem handelt, kann die Identifikation von passenden Kooperationspartnern mit erheblichem Aufwand verbunden sein. Meist muss mindestens ein Akteur in Vorleistung gehen, ohne den Gewinn im Vorhinein abschätzen zu können. Da das Resultat also im Vorhinein nicht genau spezifiziert werden kann, werden Verträge zwischen den Akteuren auch zwangsläufig unvollständig sein. Außerdem ist die anschließende Verwendung der Ergebnisse zumeist nicht vollständig überwachbar, sodass es zu einem unkontrollierten Wissensabfluss kommen kann. Auch die Entscheidung für Innovationsaktivitäten ist mit erheblichen ökonomischen Risiken verbunden, denn es kann nicht sichergestellt werden, ob das Ergebnis ausreichend befriedigend und verwendbar ist oder ob überhaupt jemals eine positive Lösung für das gestellte Problem gefunden werden kann. Darüber hinaus ist auch die kommerzielle Umsetzung einer Erfindung mit einer Wahrscheinlichkeit des Scheiterns verbunden, da sich eine entsprechende Nachfrage oftmals nur sehr ungenau prognostizieren lässt. Demnach ist ein gewisses Maß an Risikobereitschaft beziehungsweise Vertrauen in den oder die Kooperationspartner unabdingbar. (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 179)

Es lässt sich festhalten, dass räumliche Nähe, das Vorhandensein von lokalisiertem und nicht-kodifiziertem Wissen, regionale Lernprozesse und eine spezielle Nachfrage die Entstehung von Innovationen fördern und somit zu einer Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit beitragen. Innovationsaktivitäten finden nicht in Isolation statt, sondern meist durch das netzwerkartige

Zusammenwirken unterschiedlichster Akteure aus Forschung, Entwicklung, Produktion, und den strategisch operativen Abteilungen eingebettet in ein spezifisches sozio-institutionelles Umfeld. Innovationen werden häufig als das Hervorbringen eines neuen technischen Produkts verstanden, dabei sind Innovationen vielmehr „Ideen, Tätigkeiten und Objekte, die von einem Individuum oder einer sozialen Gruppe als neu angesehen werden. Dabei ist unbedeutend, ob es sich wirklich um neue Ideen, Tätigkeiten oder Objekte handelt. Entscheidend ist allein, ob die dem Individuum oder der Gruppe bislang bekannt waren.“ (Windhorst 1983: 4).

Auf Grundlage dessen, werden verschiedene Arten von Innovationen unterschieden. Hinsichtlich des prozessualen Aspekts in der Innovationsökonomik findet eine Unterscheidung zwischen Produkt- und Prozessinnovationen statt. Bei Produktinnovationen geht es um das Wissen, die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung eines neuen oder in der Qualität deutlich verbesserten Produktes (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 177). Mit Prozess- oder Verfahrensinnovationen sind neue Methoden beziehungsweise Verbesserungen bei der Herstellung bekannter Produkte gemeint (vgl. Haas Neumair 2008: 90). Allerdings ist eine Verengung des Innovationsbegriffes auf technische Neuerungen in der Praxis nicht sinnvoll, denn auch soziale und organisatorische Neuerungen sowie effizientere Arbeitsabläufe, die beispielweise eine Verbesserung in der Unternehmensführung oder der Organisation von Produktionssystemen darstellen, können sich positiv auf den Wertschöpfungsprozess auswirken. Solche Neuerungen werden daher auch als Organisationsinnovationen bezeichnet (vgl. ebd.). Des Weiteren wird noch in Beschaffungsinnovationen und Absatz- beziehungsweise Marketinginnovationen unterschieden. Bei Ersterem geht es um die Erschließung neuer beziehungsweise bis dahin nicht beachteter Bezugsquellen von Rohstoffen und Vorprodukten sowie um die Anwendung neuer Bezugsmethoden (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 178). Letzteres bezieht sich auf die Erschließung neuer Märkte beziehungsweise Anwendung neuer Absatzmethoden. Wobei dabei jeder Markt gemeint sein kann auf dem der betreffende Wirtschaftszweig zuvor nicht tätig war (vgl. ebd.). Darüber hinaus kann aber auch die Durchsetzung oder Zerstörung einer Monopolstellung und somit eine auf die Marktverhältnisse bezogene Neuorganisation als Innovation gelten (vgl. Schumpeter 1993: 102).

Neben der Unterscheidung von Innovationsarten, gewertet an Kriterien der Neuigkeit einer Änderung, lassen sich Innovationen auch nach ihrer Qualität der durch die Neuerung gegebenen Veränderungen differenzieren (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 178). Neue Produkte, Verfahren oder Technologien, die tief greifende und auf lange Sicht grundlegende Strukturumgestaltungen auslösen sowie viele verschiedene Branchen und Anwendungsfelder durchdringen, werden als Basisinnovationen bezeichnet (vgl. Kulke 2010: 23). Solche so genannten Wissens-Spill-over, bei dem neu generiertes Wissen an andere Akteure überfließt, können somit weitere Wachstumsimpulse in nachgelagerten Wirtschaftsbranchen auslösen und durch einen sich selbst verstärkenden Prozess zu gesamtreionalwirtschaftlichem Wachstum führen (vgl. Kärcher-Vital 2003: 88). Erneuerungen und Produkte, die den Wirkungsbereich von Menschen um bisher nicht vorhandene Möglichkeiten erweitern, aber auf Basistechnologien beruhen, stellen erweiterte beziehungsweise Verbesserungsinnovationen dar (vgl. Haas, Neumair 2008: 90). Als Schein- oder verdrängende Innovationen hingegen werden neue Lösungen für alte Probleme betrachtet, die aber keine grundlegende Verbesserung oder Weiterentwicklung von Produkten oder Herstellungsverfahren begründen (vgl. ebd.).

Innovationen können bedeutsame Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen haben. Daher lohnt es sich, die ökonomischen Effekte genau zu betrachten und den dahinterstehenden Prozess zu verstehen, um regionale Innovationsaktivitäten mittels Wissensinfrastrukturen und Wissenstransfersystemen fördern und stimulieren zu können. Eine vereinfachte Darstellung bietet das lineare Modell mit seiner Veranschaulichung der verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses, die ausgehend von der Forschung nacheinander durchlaufen werden (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 178):

Forschung → Entwicklung → Produktion → Vermarktung/Diffusion → Anwendung

In der Realität kommt es allerdings vor, dass einzelne Phasen übersprungen, andere hingegen mehrmals durchgeführt werden (s. Abb. 10). Außerdem muss auch nicht immer die Forschung Ausgangspunkt einer Innovationsaktivität sein. Manche Technologien oder Verfahren, wie beispielsweise die Erfindungen von Post-it-Aufklebern oder Mikrowellenherden, wurden erzeugt, ohne dass eine entsprechende Forschungsaufwendung stattgefunden hat (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 179). Eine gute Annäherung an den Ablauf realer Innovationsprozesse stellt daher das verkettete Modell dar. Die Forschung steht hier nicht zwingend am Anfang der Aktivität, sondern kann in sämtlichen Phasen des Prozesses zum Tragen kommen (vgl. ebd.).

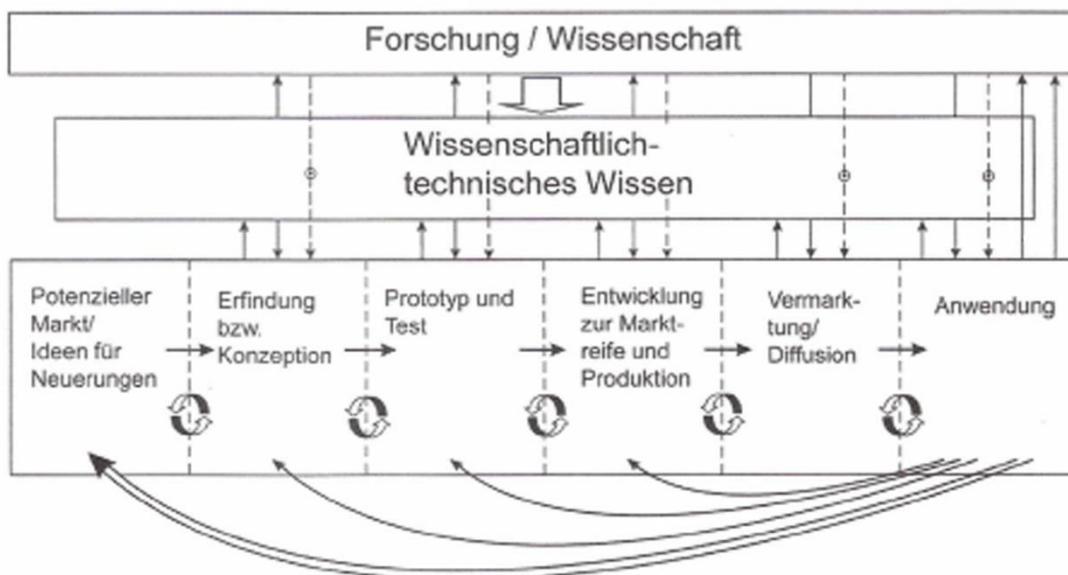


Abb. 9: Das "verkettete" Modell des Innovationsprozesses.

Quelle: Bröcker, Fritsch 2012: 179

Einen wesentlichen Faktor der Innovationsdynamik stellen darüber hinaus die speziellen Nachfragebedingungen am Produktionsstandort dar, die aus der Anwendung heraus entsprechende Impulse an die vorgelagerten Stufen eines Innovations- und Produktionsprozesses leiten (s. Abb. 10). Die Nachfragestruktur ergibt sich aus der Art der Verbraucherbedürfnisse, dem Umfang der Nachfrage und den Mechanismen, mit denen die Präferenzen der Inlandsnachfrage auf weiteren Märkten vermittelt werden können (vgl. Porter 1991: 109ff.). Insbesondere die Zusammensetzung und Art der Nachfrage bestimmt, wie Unternehmen die Käuferbedürfnisse einschätzen und auf sie reagieren. Umso eher bestimmte Trends und Entwicklungen von den Unternehmen erkannt werden, desto früher können sie in Anlagen investieren, Erfahrungen sammeln sowie daraus folgernd

Produkte und Dienstleistungen entwickeln und somit die Nachfrage vor ihren Konkurrenten befriedigen. Dies spielt wie bereits angedeutet, vor allem bei einheimischen Produzenten eine große Rolle, da diese meist den Vorteil haben, die Nachfrage schneller und effizienter bedienen zu können. Gleichzeitig funktioniert dieser Mechanismus auch im umgekehrten Fall, weil eine Sättigung der eigenen Absatzmärkte früher wahrgenommen und dieses Wissen auch für die wirtschaftlichen Aktivitäten auf anderen Märkten genutzt werden kann.

Die Nachfragebedingungen werden dabei durch die Segmentstruktur, sprich der Verteilung der Nachfrage auf bestimmte Produktgruppen, das Vorhandensein von anspruchsvollen und schwierigen Kunden, die einen dauerhaft Innovationsdruck auf die Unternehmen ausüben, sowie antizipatorische Verbraucherbedürfnisse, die wie bereits beschrieben, mögliche Entwicklungen in anderen Absatzmärkten vorwegnehmen, bestimmt. Durch eine Vielzahl unterschiedlicher und unabdingbarer Käufer, die verschiedene Ansprüche an Produkte stellen, werden die Unternehmen zu einer Differenzierung von Lösungen und einer Angebotsvarianz gedrängt. Die Größe und Struktur der Nachfrage wirkt sich vor allem für größere Unternehmen positiv aus, wenn Größenvorteile genutzt und damit Einsparungen geniert werden können (vgl. ebd.: 110f.).

Daraus lassen sich bestimmte Bedingungen für die Herausbildung von Innovationen ableiten. Zum einen braucht es ein spezifisches Umfeld, welches ein Potential für neu nachgefragte Produkte beziehungsweise Dienstleistungen bereithält, demnach eine wirksame Leitnachfrage am Produktionsstandort generieren, zum anderen müssen die Unternehmen und Akteure aber auch in der Lage sein, diese Potentiale zu erkennen und solche Nachfragerücken zu schließen (vgl. Rehfeld 1999: 96).

Eine Möglichkeit Wissen und Kenntnisse über all die betrachteten Faktoren zu transferieren und für die Entwicklung von Unternehmen verfügbar zu machen, ergibt sich durch Netzwerk- und Clusterstrukturen. Diese tragen dazu bei, die Fähigkeit aller Wissen schaffenden und nutzenden Akteure zu steigern lokal gebundenes Wissen mit kodifiziertem, zugänglichem Wissen zu verbinden und den Unternehmen so Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Durch die Nutzung und stetige Neukombination der vorhandenen Wissensbasis, erweitert sich gleichermaßen sukzessive auch der regionale Wissensbestand, was zu einer Verbesserung der Konditionen für die Innovationsfähigkeit sowie -tätigkeit der Unternehmen führt (vgl. Bathelt, Malmberg, Maskell 2004: 32ff.). Hieraus ergibt sich zudem eine Spezialisierung und Stärkung des jeweiligen Netzwerkes beziehungsweise Clusters.

2.3 Implementierung des Clusteransatzes in der Wirtschaftsförderung

Der Begriff Wirtschaftsförderung beschreibt die branchenübergreifenden Anstrengungen von öffentlichen und privaten Institutionen nachhaltiges, ökonomisches Wirtschaftswachstum in der eigenen Region zu generieren. Durch materielle und finanzielle Fördermaßnahmen sollen die Standortbedingungen verbessert, die Ansiedlung von Unternehmen unterstützt, deren Finanzsituation optimiert und allgemein die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit gestärkt werden. Zu den klassischen Aufgaben- und Themenfeldern der kommunalen Wirtschaftsförderung gehören neben der Bereitstellung von Gewerbeflächen, Verbesserung des Umfeldes für ansässige Firmen im Sinne einer Bestandspflege, Existenzgründungsförderungen und allgemeinen Beratungstätigkeiten auch zunehmend zahlreiche Koordinationsaktivitäten (vgl. Kulke 2010: 40). Seit einigen Jahren

gewinnt hierbei vor allem die Initiierung und Moderation von Netzwerken und Clustern in der Wirtschaft an Bedeutung (vgl. Floeting 2008: 228).

Michael E. Porter trug mit seinen Überlegungen maßgeblich zur Popularität der Clusterkonzepte in der Wirtschaftsförderung bei. Eine einheitliche Definition des Clusterbegriffes gibt es in der Literatur nicht. Je nach Autor stehen verschiedene Faktoren und Triebkräfte der Netzwerkbildung im Vordergrund der Betrachtung. Andersson, Schwaag Serger und Sörvik et al. (2004: 13) identifizieren sieben Elemente, die ein Cluster repräsentieren:

- räumliche Konzentration
- Spezialisierung
- Netzwerk aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Finanzdienstleistern
- kritische Masse an Akteuren
- Wettbewerb und Kooperation
- zyklische Entwicklung
- Innovation und Wissensaustausch

Porter selbst definierte Cluster sehr großzügig als Netzwerke von diversen Wirtschaftsunternehmen und Institutionen, die durch räumliche Nähe und über Beziehungen miteinander verbunden sind: „a geographically proximate group of interconnected companies, suppliers, service providers and associated institutions in a particular field, linked by externalities of various types“ (Porter 2003: 562). Eine sich eher auf den Austausch von Wissen stützende Definition geben Bathelt, Malmberg und Maskell (2004): „One of the main distinguishing features of spatial clusters of similar and related economic activity is that they provide opportunities for the transmission of sticky, non-articulated, tacit forms of knowledge between firms located there. However, when this locally embedded knowledge is combined in novel ways with codified and accessible external knowledge, new value can be created.“ (Bathelt, Malmberg, Maskell 2004: 32). Sie sehen das Alleinstellungsmerkmal von regionalen Clustern in dem Bestehen von lokalisiertem Wissen, welches ausschließlich den ansässigen Unternehmen zur Verfügung steht. Die Schaffung neuen Wissens geschieht, ihrer Auffassung nach, durch eine neuartige Verknüpfung dieses lokal eingebetteten Wissens mit zugänglichem, externem Wissen.

In der Wirtschaftsförderung werden Cluster heutzutage vorwiegend als Netzwerke von produzierenden Unternehmen und spezialisierten Zulieferern, Handwerkern und Dienstleistern sowie wissensbasierten Einrichtungen, wie Universitäten, und wirtschaftsfördernden Institutionen, beispielsweise Kammern und Unternehmensverbänden mit einer gewissen räumlichen Nähe zueinander verstanden. Die Mitglieder eines solchen Netzwerkes stehen in der Regel über Liefer- oder Wettbewerbsbeziehungen miteinander in Beziehung oder verfolgen gemeinsame Interessen, da sich ihre ökonomischen Aktivitäten entlang einer oder mehrerer Wertschöpfungsketten, im Sinne eines Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhangs, ergänzen oder verwandt sind (vgl. Scheuplein 2007: 3). Aus der räumlichen und inhaltlichen Nähe der Akteure in einem Cluster profitieren die Unternehmen von Synergieeffekten und können somit ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.

In Anlehnung an dieses Verständnis können lokale Netzwerke und Wertschöpfungsketten als die zentralen Elemente von Clustern begriffen werden. Ähnlich wie bereits im Abschnitt zur geografischen Konzentration von Netzwerken beschrieben, haben auch Cluster keine administrativ beschränkbar Grenzen. Vielmehr sind räumliche Cluster Grenzen „defined by the linkages and complementarities across industries and institutions that are most important to competition. Although clusters often fit within political boundaries, they may cross state or even national borders“ (Porter 1998: 79). Die tatsächliche geografische Größe eines regionalen Clusters hängt demnach von der Zusammensetzung und Dimension des lokalen Produktions- oder Wertschöpfungs Systems ab. Als Bezugsgrößen eignen sich einerseits Zuliefererbeziehungen, Kooperationen und die Nutzung gleicher Quellen für Rohstoffe und Vorprodukte sowie andererseits die Verwendung gemeinsamer Technologie- und Wissensgrundlagen (vgl. Europäische Kommission 2002: 13).

Die Attraktivität von Clustern für die regionale Wirtschaftsförderung beruht maßgeblich auf drei ihnen zugesprochene Triebkräften. Sie steigern die Produktivität der Unternehmen, die in einem Cluster miteinander verbunden sind, sie verhelfen den Unternehmen zu mehr Innovativität und tragen neben dem Wachstum der bestehenden Unternehmen zu einer ausgesprochenen Gründungsdynamik bei (vgl. Porter 1998: 80). Diese Auffassung ist in der Literatur nicht unumstritten, zumal es bisher keine klaren Belege zu den beschriebenen Effekten gibt und solche auch in nächster Zukunft nicht zu erwarten sind (vgl. Barjak 2004: 4). Dennoch räumt Barjak ein, dass Cluster den Zugang zu spezialisierten Produktionsinputs, wie Arbeitskräften, Investitionsgütern, Dienstleistungen etc., sowie den Austausch von technischen oder anderen produktionsrelevanten Informationen, wie beispielsweise zu Märkten, verbessern (vgl. ebd.: 3). Zudem wird oftmals betont, dass Produktivität keine bloße unternehmensinterne Leistung ist, sondern das Produkt eines komplexen sozioökonomischen Vorgangs, was wiederum die große Bedeutung der sozialen Einbettung von Interaktionen unterstreicht. Hier leisten Cluster den verbesserten Zugang zu branchenbezogenen Institutionen und unterstützen die Koordination sowie den Aufbau von Beziehungen mit verbundenen Unternehmen (vgl. Porter 1998: 81). Einen Einwand gibt allerdings Tichy zu bedenken. Er meint, dass die positiven Effekte von Clustern von ihrer Position in deren Lebenszyklen abhängig sind (vgl. Tichy 2001: 196).

2.3.1 Zyklische Entwicklung in Lebensphasen

Alle Netzwerke und Cluster sind dynamischen Veränderungsprozessen unterworfen, wobei sie unterschiedliche Entwicklungsstadien durchlaufen. Bruch-Krumbein und Hochmuth (2000) differenzieren vier Entwicklungsstufen vom Latent Cluster über ein Potential Cluster zum Semistrong und Strong Cluster (vgl. Bruch-Krumbein, Hochmuth 2000: 28f.). Den Verfall eines Clusters berücksichtigen sie in ihren Überlegungen nicht, obwohl andere Autoren bereits früher schrumpfender Cluster und den Niedergang einst erfolgreicher Wirtschaftsregionen beschrieben hatten (vgl. hierzu bspw. Grabher 1993: 255ff.). Auch Tichy gliedert den Entwicklungsprozess von Clustern in vier Kategorien. Allerdings beschreibt er diese in Phasen, welche dem tatsächlichen Verlauf der Entwicklungen wohl am ehesten gerecht werden. In Anlehnung an einen Produktionszyklus unterscheidet er in die Pionier-, Wachstums- sowie Reifephase eines Clusters und bezieht zudem mit der Eklipse einen Niedergang für schrumpfende Cluster mit ein.

Die günstigsten Voraussetzungen für die Entstehung von Netzwerken und Clustern ergeben sich in einem frühen Stadium der Herausbildung neuer Technologien. Denn in solch einer Situation gibt es weder vorgezeichnete Paradigmen noch dominante Standards, die die Entwicklung prägen würden. Da die technologische Unsicherheit zu diesem Zeitpunkt noch sehr hoch ist, werden die Akteure und Unternehmen eher geneigt sein, größere Kooperationen einzugehen und Netzwerke auszubilden. Je ausgereifter die Technologien werden, desto mehr rücken Skalenerträge und Standardisierungen in den Fokus der unternehmerischen Überlegungen und die kooperativen Einstellungen zur Zusammenarbeit schwinden. (vgl. Genosko 1999: 56)

Die sich in der Pionierphase befindenden Cluster sind per se noch keine Cluster, da sie sich erst in der Entstehung befinden. Generell kann diese Phase erst im Nachhinein zugeordnet werden, da eine vollumfängliche Bewertung erst mit dem Vorhandensein eines Clusters erfolgen kann (vgl. Menzel, Fornahl 2005: 138). Als Indikatoren für existierende Clusteransätze werden zumeist die Anzahl von Unternehmen oder Beschäftigten, die regionalökonomische Bedeutung eines Wirtschaftszweiges und die überregionale Außenwahrnehmung herangezogen. In dieser Phase bestehen zwischen den potentiellen Clusterunternehmen kaum netzwerkartige Austauschprozesse, die über formelle Lieferverflechtungen hinausgehen würden. Wenn überhaupt, existieren Synergieeffekte lediglich zwischen einzelnen Firmen und der gegenwärtigen Wissens- und Forschungseinrichtungen (vgl. ebd.). Innovative Initialzündungen und Wissens-Spill-over stammen eher aus komplementären Industrien, deren Forschungs- und Entwicklungsarbeit oftmals die Grundlage für die Entstehung neuer Technologien in einer anderen Branche bilden. Um dieses Potential zukunftssträftig ausschöpfen zu können, sollte in der entsprechenden Region bereits eine ausgebaute, leistungsfähige Wissens- und Forschungsinfrastruktur vorhanden sein, welche durch ein inhaltlich breites sowie qualitativ hochwertiges Angebot solcher Einrichtungen ergänzt werden (vgl. Beckord 2006: 104). Die Initiierung notwendiger Austauschprozesse ist Aufgabe der Strukturpolitik.

In der Phase der wachsenden Cluster gewinnen Lieferbeziehungen und Innovationsnetzwerke an Bedeutung. In der Region kristallisieren sich technologische Kernbereiche für die weitere Entwicklung heraus und auch von außerhalb werden dynamisch wachsende Unternehmens- und Beschäftigungszahlen wahrgenommen, die zudem durch Neu- und Ausgründungen sowie externe Ansiedlungen verstärkt werden. Innerhalb des Clusters wirken wachstumsverstärkende Vorgänge wie die Ausnutzung von Agglomerationsvorteilen, die Bildung eines kollektiven Wissensstocks und die Verbesserung der lokalen Zusammenarbeit zur Beschleunigung von Lernprozessen (vgl. Tichy 2001: 192). In diesem Zusammenhang entstehen neue Organisationen und qualifizierte Dienstleistungen, die größtenteils den Unternehmen im Cluster dienen, indem sie beispielsweise die Entwicklung des Clusters begleiten und fördern, Kommunikationsmöglichkeiten für eine langfristig orientierte Netzwerkbildung eröffnen oder als Schlüsselpersonal beim Aufbau lokalisierten Wissens fungieren (vgl. Europäische Kommission 2002: 15).

Reife Cluster zeichnen sich als Dominanten einer regionalen Wirtschaftsstruktur aus. Die beteiligten Unternehmen sind wirtschaftlich erfolgreich und wettbewerbsfähig, haben ihre Beziehungen zu Lieferanten und Kooperationspartnern verstetigt und profitieren von der Zirkulation der Informationen und des Wissens innerhalb der bestehenden Netzwerke. Eingebettet in Routinen und der Verständigung auf gemeinsame Konventionen, besteht jedoch auch die Gefahr einer stagnierenden Entwicklungsdynamik, wenn sich die Akteure im Netzwerk gegenüber externen

Impulsen und neuen Akteuren verschließen (vgl. Menzel, Fornahl 2005: 139). An dieser Stelle ist es für das weitere Fortbestehen des Clusters wichtig, dass wiederum von Seiten der Wirtschaftsförderung eine gewisse Offenheit der Netzwerke gewährleistet wird. Zu diesem Zweck müssen gegebenenfalls ökonomische und politische Rahmenbedingungen und Handlungsmuster überprüft und angepasst werden. Gleichzeitig ist es aber auch Aufgabe der Strukturpolitik dafür Sorge zu tragen, infrastrukturelle Versäumnisse zu beheben und eine Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur zu ermöglichen, um eventuell auch neue Cluster entstehen lassen zu können (vgl. Beckord 2006: 106). Für eine Risikostreuung in andere Branchen braucht es ökonomische Umstrukturierungen, neue Technologien, Produktions- und Organisationskonzepte sowie Marktzugänge (vgl. Rehfeld 1994: 199). Von einer solchen Veränderung beziehungsweise Neubildung von Clustern können auch bisher regional wenig integrierte Betriebe und benachbarte Branchen der Leitbranche profitieren.

Während wechselseitige Impulse also in der Phase des Wachstums eines Produktionsclusters in der Regel als positiv wahrgenommen werden, können diese starken gegenseitigen Verflechtungen in Phasen einer rückläufigen Entwicklung zum Problem werden (vgl. ebd.: 198). Wie bereits angedeutet, gehören interne Blockaden zu den größten Gefahren für die Existenz eines Clusters. Starke Verfestigungen von Strukturen und Netzwerken können die Ausbildung von wettbewerbsverzerrenden Entwicklungen fördern, die unweigerlich zu einer sinkenden Rate von Firmengründungen und einem Rückgang der Ansiedlungsdynamik führen. Hinzu kommt, dass die Unternehmen in solch festen Strukturen nicht mehr flexibel genug sind, um auf neue Entwicklungen, wie technologische Veränderungen oder sich wandelnde Käuferbedürfnisse, zu reagieren. Und durch eine Stagnation der Qualität der regionalen Wissens- und Forschungseinrichtungen erlahmt die Innovationskraft des Clusters bis es schließlich ganz an Bedeutung verliert (vgl. Porter 1998: 85). Im Resultat nehmen die Zahl der Unternehmen und die der Beschäftigten durch Betriebsaufgaben, Zusammenschlüsse oder Rationalisierungen ab, die Netzwerke lösen sich auf und das Cluster schrumpft unweigerlich bis zur Bedeutungslosigkeit (vgl. Menzel, Fornahl 2005: 139).

Neben den natürlichen Entwicklungsverläufen von Clustern beim Durchlaufen der Phasen, gibt es weitere Formen, deren Bildung bereits in den Ansätzen und somit meist auch ihre weitere Entwicklung stark vom politischen Willen einiger Regionen beeinflusst wurden. Im Falle der policy driven cluster werden im Zusammenhang mit wirtschaftspolitischen Strategien bestimmte Branchen für besonders förderungswürdig erachtet und somit von der regionalen Politik sowie der Wirtschaftsförderung in den Vordergrund gestellt. Ein anderes Phänomen stellen die wishful thinking cluster dar. Deren Rechtfertigung besteht meist ausschließlich in dem politischen Wunsch, bestimmte Wirtschaftszweige zu aktivieren, die bis dahin kaum eine wirtschaftliche Bedeutung für die Region hatten. Ein tatsächlicher Clusteransatz ist demnach nicht existent, weshalb die Chancen zur Ausbildung auch als äußerst gering einzuschätzen sind (vgl. Enright 2003: 6). Eine erfolgversprechendere Strategie scheint daher eher die Schaffung von Voraussetzungen für die Bildung von Netzwerken und Clustern zu sein, die die Produktivität und Innovationsfähigkeit von Unternehmen erhöhen.

2.3.2 Adaption des Clusteransatzes durch die Wirtschaftspolitik

Während die regionale Wirtschaftspolitik in den 1960er und 1970er Jahren vornehmlich auf einer national initiierten Investitionsförderung auf der Ebene von Ansiedlungsflächen und infrastrukturellen Maßnahmen beruhte, differenzierten sich die Aufgabenfelder und Förderinstrumente in den letzten Jahrzehnten immer weiter aus. Heute fungiert Regionalpolitik als Standortpolitik, die bemüht ist, als Wirtschaftsraum attraktiv zu sein und nachhaltiges Wachstum anzuregen, um regional wettbewerbsfähig zu bleiben (vgl. Frankenfeld 2001: 5). Insbesondere die innovationsorientierte Regionalpolitik gilt als viel versprechender Ansatz zur Regionalförderung, da empirische Analyse belegen, dass umgekehrt auch Innovationsaktivitäten einen großen Einfluss auf die regionale Entwicklung im Hinblick auf das Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum haben können.

Die wirtschaftliche Entwicklung einer Region wird im großen Maße von den dort eingesetzten Technologie und dem vorhandenen Wissen bestimmt (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 272). Da insbesondere letzteres in vielerlei Hinsicht an die Qualifikation und spezifischen Kompetenzen der Beschäftigten gebunden ist, verstehen sich innovationsorientierte Ansätze in der Entwicklung von Humanressourcen, der Unterstützung innovativer Unternehmensgründungen und dem Ausbau der Forschungs- und Wissenschaftsinfrastruktur (vgl. Scheuplein 2007: 1). Die Vermittlung und Organisation solcher Fördermaßnahmen wird dabei vermehrt durch regionale Netzwerke und Clusterinitiativen geleistet. Ihre Aufgabe besteht darin, formale und informelle Beziehungen zu identifizieren, deren Intensivierung zu fördern und weitere Kontaktmöglichkeiten und Anreize für regionale Kooperationen zwischen privaten und öffentlichen Akteuren zu schaffen (vgl. Fritsch 2004: 119f.). Die regionale Wirtschaftspolitik ist daher bemüht, „die für funktionsfähige Netzwerke notwendigen Akteure in der Region anzusiedeln, durch Unternehmensansiedlungen eine kritische Masse für die Herausbildung von Clustern und Netzwerken zu erreichen [sowie] die Kooperationskosten zu senken, indem beispielsweise Plattformen bereitgestellt werden und Zusammenarbeit moderiert wird.“ (Bröcker, Fritsch 2012: 274).

I. Clusterpolitik

Im Zuge der innovationsorientierten Regionalpolitik hat auch das Thema der Clusterpolitik an Bedeutung gewonnen. Während sich die Clusterkonzepte zunächst räumlich ausweiteten und im Zeitverlauf immer stärker spezialisierten, kann seit Ende der 1990er Jahre eine weitere Ausdifferenzierung der Clusteransätze beobachtet werden. Zum einen wurden innovative Technologiefelder in die Förderungen einbezogen, zum anderen definieren sich die Cluster aber auch nicht mehr allein über die Technologiefelder, sondern konzentrieren sich beispielsweise auf bestimmte Kompetenzbereiche oder Schnittmengen bisher voneinander getrennt betrachteter Kompetenz- und Technologiefelder (vgl. Floeting 2008: 230). Clusterpolitik wirkt sich daher auch auf andere Politikfelder aus und Verknüpft verschiedene Instrumente in neuer Weise (vgl. Scheuplein 2012).

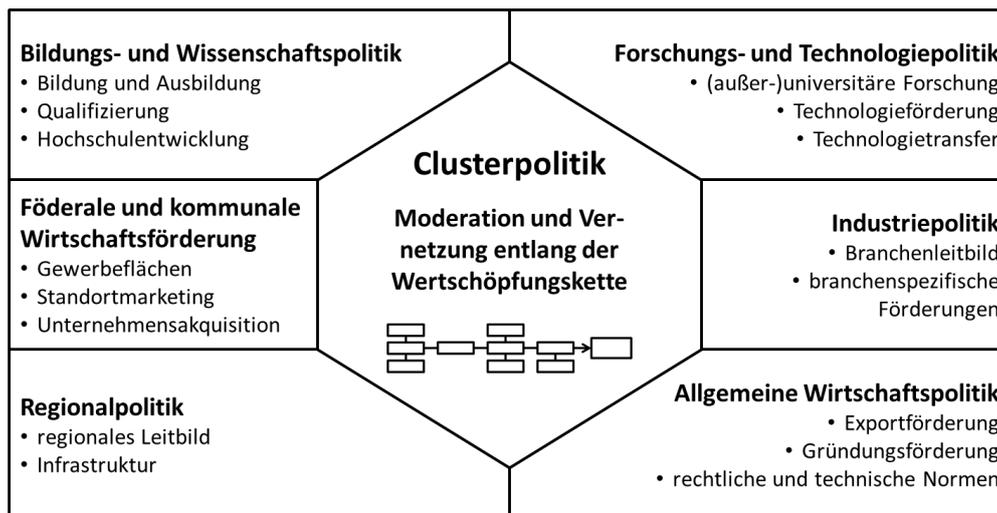


Abb. 10: Clusterpolitik im Zusammenhang mit anderen Politikfeldern und Instrumenten.
Quelle: Scheuplein 2002

An die Förderung und Entwicklung von Clustern ist eine breite und vor allem politische Unterstützung gebunden. Dies betrifft nicht nur den Beitrag zur Finanzierung der notwendigen Maßnahmen, sondern auch die Gestaltung der Rahmenbedingungen. „Clusterpolitiken können deshalb als Versuch begriffen werden, Wissenschaft, Politik und Wirtschaft im interaktiv und institutionell verdichteten regionalen Raum wieder stärker zu verkoppeln.“ (Heidenreich, Miljak 2004: 2). Sie setzt somit den normativen Rahmen für Entwicklungsstrategien und deren Operationalisierung als Instrument der Regionalpolitik. In den Strategien werden daher Methoden zur operativen Ausbildung von Clustern formuliert. Deren Ausgestaltung ist letztendlich auch von der Intention und Intervention der Politik abhängig. Enright unterscheidet fünf verschiedene Strategietypen von Clusterpolitik:

- nicht existente Strategien: Die öffentlichen Organe halten sich vollkommen aus der Gestaltung und Umsetzung clusterbasierter Entwicklungsstrategien heraus. Für die Ausbildung von Clusterstrukturen sind ausschließlich private Akteure verantwortlich.
- katalytische Strategien: Die diesbezüglich staatlichen Bemühungen sind lediglich indirekter Art und konzentrieren sich ausschließlich auf die Zusammenführung und Ermutigung von an Kooperation interessierter Partnern. Die clusterbasierten Aktivitäten werden wiederum durch Akteure des Privatsektors getragen.
- unterstützende Strategien: Diese umfassen im Wesentlichen katalytische Strategieansätze, erweitern dieses aber um Investitionen in clusterspezifische Infrastrukturen sowie Aus- und Weiterbildung. Die Rolle des Staates bei der Ausgestaltung von Zielen, Strategien und Maßnahmen bleibt weiterhin passiv.
- direktive Strategien: Der öffentliche Sektor entwirft eigene Clusterprogramme und versucht dadurch gezielt Einfluss auf die lokale Wirtschaftsstruktur zu nehmen. Die Ziele und Maßnahmen clusterbasierter Entwicklungsstrategien werden eigens definiert und die Umsetzung derer durch öffentliche Akteure kontrolliert.
- interventionistische Strategien: Es erfolgt eine aktive Lenkung durch staatliche Clusterprogramme. Die Ziele werden konsequent umgesetzt und durch

Steuerungsmechanismen, wie Förderprogramme, Subventionen, Protektionen und Regulationen vorgegeben. (vgl. Enright 2003: 18).

II. Clusterinitiativen

Clusterinitiativen umfassen zumeist miteinander verflochtene Unternehmen, Einrichtungen der Wissenschaft und Akteure des öffentlichen Sektors. Sie können als institutionelle Bemühungen mit dem Ziel, das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit von regionalen Clustern zu steigern, dargestellt werden (vgl. Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003: 9). Daher sind sie bestrebt, weitere Vernetzungen von Einzelakteuren voranzutreiben und Netzwerken im Rahmen der Wertschöpfungskette zu integrieren. Neben den staatlichen Akteuren in der Politik und Verwaltung stellen Clusterinitiativen die zentralen Träger des Clustermanagements dar (vgl. Beckord 2006: 26).

Die ersten Clusterinitiativen konstituierten sich bereits Mitte der 1980er Jahre, einen wahren Boom an Gründungen konnten Sölvell, Lindqvist und Ketels in ihrer Untersuchung aus dem Jahr 2003 zwischen den Jahren 1999 und 2002 feststellen (vgl. Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003: 34). Aufgrund anderer empirischer Überprüfungen lässt sich schließen, dass die Zahl der Cluster-Neugründungen seit 2002 auch weiterhin anhaltend hoch ist. Dabei unterscheiden sich die einzelnen Initiativen je nach ihrem Entstehungszusammenhang, ihrer Zielausrichtung und ihrer Organisationsform erheblich. Lundquist und Power typisieren vier Arten von Clusterinitiativen:

- industry-led-initiative: Ausgehend von einer vorhandenen industriellen Basis, gründen sich solche Initiativen mit dem erklärten Ziel des Ausbaus der Wettbewerbsfähigkeit und der spezifischen Kompetenzen am Standort.
- top-down-public policy: Initiativen, die durch die Politik zu regionalen Markenbildung initiiert werden.
- visionary project: Diese Form beschreibt ähnlich wie die wishful thinking cluster bei Enright eine unter politischem Willen gegründete Initiative ohne das Vorhandensein der notwendigen strukturellen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Clusterentwicklung.
- small scale, geographical dispersed, natural resource based, temporal clusters: Solch ein Cluster erfüllt ebenfalls nicht die definitorischen Voraussetzung, beschreibt aber temporäre Ballungen von Unternehmen, die an bestimmte natürliche Ressourcen gebunden sind. (vgl. Lundquist, Power 2002: 689).

Eine andere Form der Unterscheidung nehmen Fromhold-Eisebith und Eisebith vor. Sie unterscheiden die Initiativen in vier Gruppen nach Entstehungszusammenhang und Entwicklungsziel. Die beiden auf dem Entstehungszusammenhang beruhenden Differenzierungen gliedern sich in Top-down und Bottom-up Ansätze. Erstere sind vor allem Resultate der Initiativen und Anreize des öffentlichen Sektors, letztere wurden eher durch das Eigeninteresse der beteiligten beziehungsweise betroffenen Akteure initiiert. Hinsichtlich des Entwicklungsziels werden zwei weitere Arten unterschieden. Zum einen Initiativen, deren Ziel explizit in der Schaffung von Clustern besteht und solche, bei denen nicht die Ausbildung eines Clusters, sondern beispielsweise die Lösung von spezifischen Problemen einer Branche im Vordergrund steht und das vermeintliche Ziel einer Clusterinitiative eher implizit in Kauf genommen wird. (vgl.

Fromhold-Eisebith und Eisebith 2004: 89). „In den letzten Jahren nimmt die Anzahl solcher Initiativen zu, deren Ziel explizit in der Förderung von Clustern liegt und deren Entstehung auf Initiativen und Förderprogramme der öffentlichen Hand zurückzuführen ist.“ (Beckord 2006: 127).

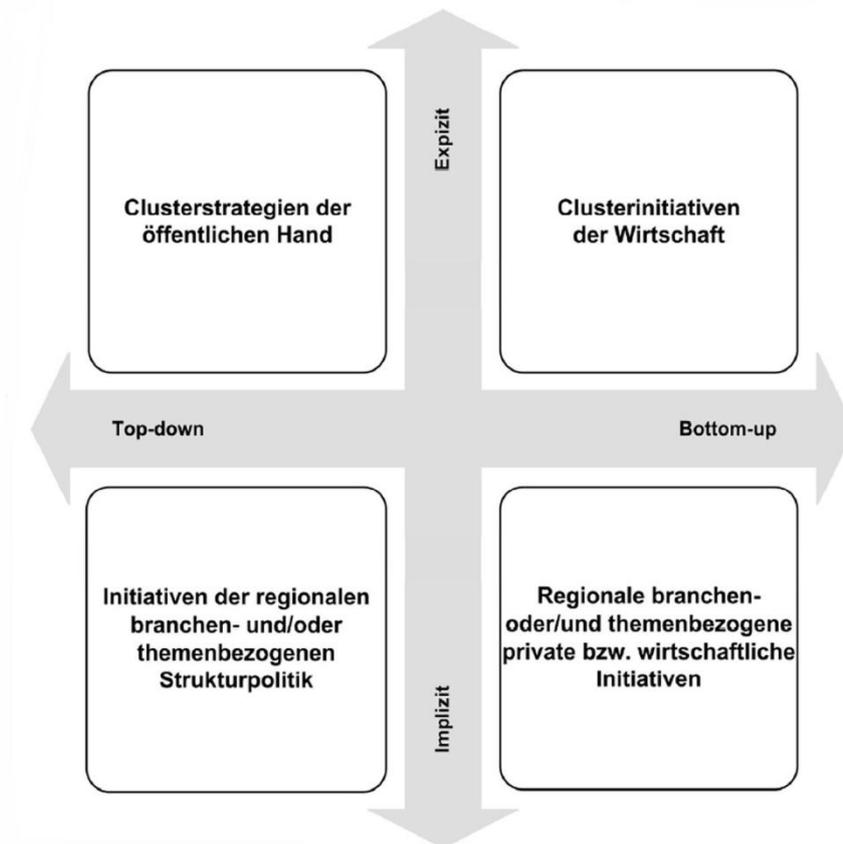


Abb. 11: Typisierung von Clusterinitiativen nach Entstehungszusammenhang und Entwicklungsziel.

Quelle: Beckord 2006: 127

III. Clustermanagement

Das „Clustermanagement stellt die operative Umsetzung von Clusterstrategien dar, die sich aus den normativen Vorgaben der Clusterpolitik ergeben.“ (Beckord 2006: 27). Erklärtes Ziel ist die Entwicklung von clusterspezifischen Konzepten zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit, Schaffung dauerhafter Wettbewerbsvorteile und die Integration von bisher nicht beteiligten Akteuren und Institutionen. Ein langfristig erfolgreiches Clustermanagement zeichnet sich dadurch aus, dass genaue Kenntnisse zu den differenzierten Clustertypen, deren Wirkungsmechanismen und Entwicklungsdynamiken von Kompetenzfeldern bei den wirtschaftsfördernden Akteuren vorhanden sind und auch beachtet werden. Dabei sind insbesondere die Gewährleistung von Kontinuität durch die Beteiligung von Akteuren sowie die Generierung von gemeinsamen Projekten auf der einen Seite und das rechtzeitige Erkennen von neuen Trends, das Aufgreifen von Themen sowie die Einbindung neuer Akteure auf der anderen Seite von entscheidender Wichtigkeit (vgl. Floeting 2008: 229).

2.3.3 Zielverfolgung

Mit clusterbasierten Entwicklungsstrategien sollen prinzipiell die regionalen beziehungsweise lokalen Akteure der Wirtschaft angesprochen werden. Oberstes Ziel ist es, deren unternehmerische Wettbewerbsfähigkeit zum Wohle der Region zu steigern und nachhaltig auf einem hohen Niveau zu halten. Neben individuellen Fördermaßnahmen für Einzelakteure, zielen die Unterstützungsangebote vor allem auf die Ebene der unternehmerischen Kooperationen (vgl. ebd.: 231). Hierfür wird die Vernetzung und konzentrierte Zusammenarbeit der Unternehmen sowie der Akteure aus den wissensbasierten Bereichen Forschung und Entwicklung, der Finanzdienstleister und der öffentlichen Hand angestrebt. Dabei gilt es für die Funktionsfähigkeit eines Innovationsprozesses die unterschiedlichen Interessen der Akteursgruppen zu vereinen und die Interaktion zwischen ihnen anzuregen.

Für die Erreichung von lokal- und regionalpolitischen sowie innovations- und technologiepolitischen Zielen gilt es, sich an allgemeinen Zielsetzungen regionaler Förderpolitik zu orientieren, wobei deren Ausrichtung erheblich von der unterschiedlichen Gewichtung der Ziele abhängig ist. Die Aktivierung und gezielte Förderung von Bildung und Qualifikation der Arbeitskräfte trägt zur Wissenserweiterung und Stärkung der regionalen Innovationsressourcen bei. Für die Förderung von Forschung und Innovation in Clustern sollten diese in regionalen Netzwerken und Kooperationen zwischen Unternehmen und Institutionen gekoppelt und koordiniert werden. Hierzu müssen Kernnetzwerke identifiziert und deren Aufbau beziehungsweise Entwicklung moderiert und finanziell unterstützt werden. Darüber hinaus ist auch die Schaffung von Schnittstellen zur Integration und Förderung regionaler Akteure in nationalen und internationalen Produktions- und Absatz- sowie Wissenschafts- und Technologienetzwerken von entscheidender Wichtigkeit, um die Innovationsfähigkeit des Systems durch das Einfließen externen Wissens aufrecht erhalten zu können. (vgl. Koschatzky 2003: 123).

Aus diesen normativen Zielen lassen sich weitere strategische Ziele und operative Maßnahmen, wie die Bereitstellung von Serviceangeboten, die Identifizierung von Schwächen in der Wettbewerbskette oder die Entwicklung kollektiver Marketingstrategien ableiten (vgl. Martin, Sunley 2003: 24). Aus Sicht der Unternehmen wird zudem noch eine Vielzahl individueller, gewinnorientierter Ziele verfolgt. Als Beispiele seien hier die gemeinsame Entwicklung neuer Produkte, die bessere Bewältigung von größeren Aufträgen, die Verbesserung von und der Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten, die gemeinsame Weiterbildung von Arbeitnehmern sowie die Verbesserung der Qualität und Optimierung von Zulieferketten zu nennen (vgl. Fromhold-Eisebith, Eisebith 2004: 4; Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003: 25f.).

Die operative Umsetzung von Entwicklungsstrategien gestaltet sich sehr vielfältig und ist dabei immer im Kontext und in Abhängigkeit zu den jeweiligen Zielen individuell zu gestalten. Ein als Grundlage für die Herausbildung spezifischer Maßnahmen dienendes Instrument der Wirtschaftsförderung stellt die Entwicklung eines gemeinsamen Leitbildes dar. Denn als strukturierter Leitfaden kann es zur gemeinsamen Orientierung und Bündelung der Maßnahmen in den unterschiedlichen Bereichen der Industrie-, Technologie- und Regionalpolitik dienen und „zu einer institutionellen Erneuerung von Wirtschaftspolitik im Allgemeinen führen“ (Steiner 2003: 37). Konkrete Instrumente können Unternehmensbesuche und -präsentationen, Publikationen,

Weiterbildungsmaßnahmen, Fachkonferenzen, die Organisation gemeinsamer Messeauftritte, die Entwicklung von Internetplattformen oder eine politische Lobbyarbeit sein (Aussagen Interviewpartner 1 und 2).

2.3.4 Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren

Generell besitzen clusterorientierte Förderstrategien das Potential sowohl nachhaltige Wachstumspfade als auch dauerhafte Beschäftigungseffekte auszulösen. Hierfür sind allerdings tragfähige Clusterstrukturen, eine sektorale wie regionale Fokussierung der Förderaktivitäten und ein langfristig angelegtes, stabiles Steuerungskonzept nötig (vgl. Küpper, Röllinghoff 2005: 60). Doch erfolgreiche Clusteransätze lassen sich weder am Reißbrett planen und entwerfen noch können sie oder die angewandten Methoden und Instrumente uneingeschränkt von einer Region auf die andere übertragen werden (vgl. Rosenfeld 2002: 11). Jeder Cluster ist einzigartig und definiert sich über seine beteiligten Unternehmen, Institutionen und Akteure sowie deren Interaktionen. Eine selektive, zielgerichtete und vor allem effiziente Strategie basiert in allererster Linie auf der genauen Analyse der vorhandenen regionalen Strukturen und darauf, dass „die Maßnahmen zur Unterstützung von Clustern auf das industrielle, kulturelle und wirtschaftliche Profil der Zielregion zugeschnitten“ (Europäisch Kommission 2003: 2) sind. Darüber hinaus ist die Implementierung clusterbasierter Entwicklungsstrategien aber auch an eine ganze Reihe von Voraussetzungen gebunden, die sich an den individuellen, lokalen Verhältnissen orientieren.

Als Grundvoraussetzungen gelten insbesondere strukturelle und institutionelle Bedingungen, wie die Konzentration von Unternehmen und das Vorhandensein von Hochschulen und sonstigen öffentlichen und privaten Forschungseinrichtungen, die als Nukleus für die Entwicklung regionaler Innovationsaktivitäten dienen. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass den Clusterstrukturen eine gewisse räumliche Offenheit für die Ausbildung eigener funktionaler Raumstrukturen gelassen werden muss, da regionale Kooperationen keine Rücksicht auf administrative Grenzen von Gebietskörperschaften nehmen, sondern eher auf die räumliche und institutionelle Nähe der Akteure untereinander zurückzuführen sind. Darüber hinaus muss berücksichtigt werden, dass im Zeitverlauf zumindest für einzelne Akteure der regionale Rahmen zu klein wird und sie ihre Netzwerk-Perspektiven über die Region hinaus erweitern wollen (vgl. Genosko 1999: 117). Daher empfiehlt es sich für Clusterinitiativen ihre Aufmerksamkeit auch auf die Einbindung in regionsübergreifende Netzwerke und in globale Wissensströme zu richten, um externe Kontakte zu stimulieren und neues Wissen zu generieren (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 196f.).

Die wohl bedeutendste Voraussetzung für den Erfolg von Clusterstrategien stellt die Unternehmenskonzentration dar, denn wie bereits dargestellt, entsteht insbesondere durch das Vorhandensein von Konkurrenz der notwendige Innovationsdruck und die sich daraus ergebende selbstverstärkende Wachstumsdynamik einer Region (vgl. Grammel, Dispan, Stieler 2000: 11). Aber auch das Vorhandensein von unterstützenden Institutionen und weitere strukturelle Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um tragfähige Clusterstrukturen ausbilden zu können. Hierzu zählen ein ausreichendes Angebot an qualifizierten und spezialisierten Arbeitskräften, die Möglichkeit zum Austausch und zur Kooperation mit Hochschul- und Forschungseinrichtungen, das Vorhandensein von für die jeweilige Branche relevanten Zuliefererfirmen und Leitnachfragern sowie die Existenz von Netzwerken und Partnerschaften (vgl. Department of Trade and Industry 2003:

22ff.). Darüber hinaus wirken sich aber auch das jeweilige Rechts- und Regulationsregime einer Region sowie das soziale Kapital der Akteure, welches für die Ausgestaltung der Interaktionen zwischen ihnen von wesentlicher Bedeutung ist, als strukturelle Komponenten einer Region aus (vgl. Andersson, Schwaag Serger, Sörvik et al. 2004: 30).

Der Erfolg der Netzwerk- und Clusterbildung hängt dabei nicht zuletzt auch von visionären Führungspersönlichkeiten mit guten Kenntnissen des öffentlichen und privaten Sektors und weiterem qualifiziertem Personal auf der Leitungs- und Umsetzungsebene ab. Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure eignet sich die Erarbeitung und Aufstellung gemeinsamer Entwicklungsziele und Visionen. Diese können dazu beitragen, die unterschiedlichen Interessen der Gewinnorientierung der Unternehmen und der Gemeinwohlausrichtung des Staates zu vereinen. Denn nur durch eine stetige Kommunikation sowie Abstimmung der Entwicklungskonzeption im regionalen Kontext lässt sich ein gesundes Verhältnis der Clusterinitiativen zu den bereits existierenden Akteuren und Institutionen der Wirtschaftsförderung herstellen. Nicht selten werden daher auch die lokale Wirtschaftsförderung selbst oder Verbände sowie Industrie- und Handelskammern als Plattformen und Institution der Zusammenarbeit genutzt. Um jedoch die verschiedenen Aufgabenbereiche und Kompetenzfelder nicht zu stark zu vermischen, erscheinen unabhängige Institutionen für die Umsetzung gemeinsamer Entwicklungsziele glaubwürdiger (vgl. Beckord 2006: 124).

Floeting macht darüber hinaus deutlich, dass es sich bei Clustern nicht nur um einen Marketingbegriff handelt, sondern insbesondere bei erfolgreichen Strategien das Prozessmanagement immer mehr an Bedeutung gewinnt. Er fasst die zentralen Herausforderungen bei der Entwicklung von Clusterstrategien wie folgt zusammen:

- mehr interkommunale und regionale Kooperation
- mehr Wettbewerb bei der Entscheidung über die langfristige Unterstützung von Clusterinitiativen und Netzwerken aus öffentlichen Haushalten
- mehr Engagement der Wirtschaft
- mehr Kontinuität und Stabilität bei der Unterstützung
- mehr Mut bei der Identifizierung neuer Clusteransätze zur Vermeidung weiterer immer gleicher Labels und
- mehr Professionalität im Management (vgl. Floeting 2008: 232)

Für die erfolgreiche Implementierung von Clusterstrategien braucht es demnach eine langfristige Unterstützung durch die Politik (vgl. Genosko 1999: 103). Allein der Aufbau eines tragfähigen Clustermanagements, die Identifikation von geeigneten Kooperationspartnern, die Abstimmung über gemeinsame Entwicklungsziele und insbesondere die Ausbildung von erforderlichem Vertrauen während der Anbahnung erster Projekte benötigt mehrere Jahre Zeit (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 183). Da hierbei unter Umständen von einem eine Legislaturperiode überdauerndem Prozess ausgegangen werden muss, ist eine überparteiliche Einigkeit über die Richtigkeit der Strategien von entscheidender Bedeutung (vgl. Beckord 2006: 121). Dies auch hinsichtlich der Absicherung eines notwendigen Budgets, welches insbesondere in der Anfangsphase zumeist durch die öffentliche Hand beigesteuert wird (Aussage Interviewpartner 2). Sowohl bei der Finanzierung von Clusterinitiativen als auch in der Organisation werden öffentlich-rechtlichen-Projekten, den so

genannten Public-Private-Partnerships (PPP) langfristig die größten Erfolgchancen eingeräumt, da in einem solchen Konstrukt am ehesten ein Ausgleich zwischen den zum Teil bestehenden gegensätzlichen Interessen des öffentlichen Sektors und der Wirtschaftsunternehmen geleistet werden kann (vgl. Sternberg, Kiese, Schätzl 2004: 171). So lange der private Sektor ausreichend in die inhaltliche Ausgestaltung und strategische Zielfindung der Clusterinitiative eingebunden ist, scheint sich die öffentliche Förderung vor allem in der frühen Phase der Clusterbildung positiv auf die gemeinsame Überwindung von Problemen des privaten Sektors auszuwirken (vgl. Ketels 2003: 18). Ins Gegenteil umschlagend, birgt die Förderung durch öffentliche Gelder allerdings einen Nachteil in sich, wenn die Ausrichtung und Ziele der Initiative von der Bereitstellung der Mittel abhängig gemacht werden.

Gleichermaßen spielen auch die administrativen Voraussetzungen, nämlich der Aufbau von effizienten Verwaltungsstrukturen, eine wichtige Rolle für die Umsetzung clusterbasierter Entwicklungsstrategien. Da Cluster neben den vertikalen Wertschöpfungsketten auch durch eine horizontale, institutionelle und externe Dimension definiert sind, erfordern Clusterstrategien eine querschnittsorientierte Betrachtung und flexible Steuerungsmöglichkeiten (vgl. Beckord 2006: 121). Seitens der Politik können hierfür jedoch lediglich die Rahmenbedingungen gesetzt und Anstöße für regionale Netzwerke gegeben werden. Ob die Angebote zur Vernetzung und Förderung von Kooperations- beziehungsweise Innovationsprojekten letztlich angenommen werden, hängt allein von den selbständigen Unternehmen und insbesondere von der Bereitschaft und Fähigkeit zur Kommunikation und Kooperation der Unternehmerpersönlichkeiten ab und ob sich aus einer solchen Teilhabe ein wirtschaftlicher Nutzen für sie ziehen lässt (vgl. Genosko 1999: 116).

2.3.5 Chancen und Potentiale

Von der Entwicklung und Förderung clusterbasierter Strategieansätze erhoffen sich die wirtschaftspolitischen und -fördernden Akteure positive Wirkungen auf die ökonomische Leistungsfähigkeit der betreffenden Unternehmen. Durch die Schaffung von Kontaktmöglichkeiten und allgemeinen Vermittlungsleistungen sollen zwischen den beteiligten Unternehmen relativ unkompliziert kostengünstige und vertrauensvolle Austauschbeziehungen bezüglich Produkten, Dienstleistungen und Wissen stimuliert und intensives Zusammenarbeiten ermöglicht werden (vgl. Kulke 2010: 41). Dieses wiederum soll sich in der einzelbetrieblichen Produktivität niederschlagen, die Fähigkeit der Unternehmen zur Hervorbringung von Innovationen erhöhen, Wettbewerbsvorteile generieren und somit die Wettbewerbsfähigkeit einer ganzen Region steigern. Wobei meist weniger die Faktorausstattung selbst, als vielmehr die Qualität des Zusammenspiels der verschiedenen Elemente entscheidend ist. Gleichzeitig eröffnen Clusterstrategien die Möglichkeit die knappen öffentlichen Ressourcen zu bündeln und durch die Konzentration der Fördermittel Synergie- und Ausstrahlungseffekte zu nutzen und somit eine effektivere und effizientere Technologieförderung zu betreiben.

Außerdem bieten sie die Chance, „wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge in einem neuen Licht zu sehen“ (Beckord 2006: 117). Denn durch die Verschiebung des Betrachtungsschwerpunktes vom einzelnen Unternehmen auf regionale Unternehmensnetzwerke und deren Umfeld, tragen Clusterstrukturen zum verbesserten Verständnis für mikroökonomische Zusammenhänge und Verflechtungen bei (vgl. Feser, Luger 2003: 11ff.). Da Cluster nicht an

administrative Grenzen gebunden sind, sondern sich durch die systemischen Zusammenhänge zwischen Unternehmen, Gesellschaft und Politik in ihrer regionalen Fundierung definieren (vgl. Scheuplein 2002: 98), wird diese Maßstabsebene gegenüber früheren Förderstrategien wesentlich gestärkt. Durch die Bedeutung der Region als Aktionsraum, der sich insbesondere durch räumlich gebundenes Wissen auszeichnet, wird zudem die Vorstellung der Austauschbarkeit von Produktionsstandorten erheblich ausgehebelt. Porter verweist in diesem Zusammenhang auch auf die besondere Bedeutung von endogenen Potentialen sowie Wettbewerbsvorteilen, die auf der Einzigartigkeit der Strukturen und der Spezialisierung von Regionen beruhen: „Cluster development initiatives should embrace the pursuit of competitive advantage and specialization rather than simply imitate successful clusters in other locations. This requires building on local sources of uniqueness. Finding areas of specialization normally proves more effective than head-on competition with well-established rival locations.“ (Porter 1998: 89f.).

Die Initiierung von Clusterstrukturen ermöglicht darüber hinaus eine gezielte Entwicklung von passgenauen, flexibel einsetzbaren und an die lokale beziehungsweise regionale Situation angepassten Förderstrategien. Diese können einerseits dazu beitragen, Kooperationshemmnisse zu überwinden und bisher in Einzelinteressen atomisierte Akteursgruppen in kleineren Netzwerken zusammenzuführen (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 196). Andererseits „ergeben sich nicht selten neuartige Handlungsbündnisse und Koalitionen zwischen Wirtschaftsförderung, Kommunalpolitik, Unternehmen, Gewerkschaften und Wissenschaft, die im Glauben an die Wirksamkeit und vermeintliche Alternativlosigkeit von Clusterstrategien tradierte Systemlogiken auflösen können“ (Küpper, Röllinghoff 2005: 62). Die auf unterschiedlichen Maßstabsebenen über verschiedene Raum- und Hierarchiegrenzen hinweg gemeinsam entwickelten und ganzheitlich getragenen Entwicklungsstrategien ermöglichen zudem eine bessere Zusammenarbeit der verschiedenen Gebietskörperschaften und optimieren die regionale Arbeitsteilung zwischen den privaten und den von der öffentlichen Hand getragenen Wirtschaftsförderungsinstitutionen. Somit können sogar Lokalegoismen und Kirchturmpolitiken erfolgreich verdrängt werden (vgl. Leuninger, Held 2003: 162).

2.3.6 Risiken und Probleme

In der Wirtschaftspolitik wird das Initiieren von Clusterstrategien häufig durch erfolgreiche regionale Fallbeispiele legitimiert. Als empirische Grundlage für die Entwicklung des Clusterkonzepts und den Beweis für seine Evidenz werden in der Argumentation oftmals Regionen angeführt, die bereits als Untersuchungsräume der regionalökonomischen Entwicklungskonzepte zur Erklärung räumlicher Konzentrationen wirtschaftlicher Aktivitäten dienten. Doch wie bereits ausgeführt wurde, bilden diese anekdotischen Entwicklungsverläufe in keiner Weise ein einheitliches Theoriegebäude, um die verschiedenen regionalen Zusammenhänge wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Prozesse zu erklären. Daher eignet sich das Clusterkonzept, welches auf deren theoretischer Herleitung basiert, auch nicht unmittelbar für die Ableitung wirtschaftspolitischer Strategien und bietet keinen allgemeingültigen und deterministischen Lösungsansatz für die Regionalentwicklung (vgl. Martin, Sunley 2003: 28f.). Der etwaigen Schlussfolgerung, dass verschiedene Formen geografischer Konzentrationen von wirtschaftlichen Aktivitäten allein den Auslöser von Wachstumsindustrien darstellen, konnte bisher kein hinreichend theoretisch konsistenter Beweis zugrunde gelegt werden (vgl. ebd.: 29). Selbst wenn die Ansätze in manchen Fällen auf einzelne Regionen zutreffend sein mögen und sich im Zusammenspiel mit politischen Ideen als sinnvoll erweisen konnten, lässt sich

nicht darauf schließen, dass die Standorte regionaler Fallbeispiele ohne weiteres auf andere Regionen transferiert werden können (vgl. Lovering 1999: 384).

Dennoch erweist sich die politische Hinwendung zu Clusterstrategien zunehmender Beliebtheit, da die wirtschaftsfördernden Akteure damit regionale Handlungs- und Steuerungsfähigkeit suggerieren können. Denn diese stehen häufig unter dem enormen Druck wirtschaftliche Entwicklungen vorantreiben und die Schaffung nachhaltiger Arbeitsplätze in der Region nachweisen zu müssen. Die Verantwortlichen in Politik und Verwaltung „greifen [daher] gern nach jedem Strohalm, der sich ihnen bietet, um positive Aktivitäten zu kommunizieren“ (Küpper, Röllinghoff 2005: 62). Die zentrale Schwierigkeit liegt dabei in der langfristigen Entwicklung von Produktionsclustern, da über den zukünftigen Erfolg von Produkten oder Verfahren nur spekulative Vermutungen angestellt werden können. Heute erfolgreiche Cluster und andere regionale Entwicklungsstrukturen sind meist zu einem Zeitraum entstanden, als sich deren bedeutende Entwicklung allenfalls in visionären Vorstellungen abgezeichnet hat (vgl. Rehfeld 1994: 201). „Regionen, die erst heute damit beginnen, [ähnliche] Voraussetzungen aufzubauen, werden nicht in der Lage sein, den Vorsprung von Regionen mit einer bereits seit Jahrzehnten gewachsenen Tradition aufzuholen.“ (ebd.: 203). Auch wenn regionale Potentiale für ein Produktionscluster erkennbar sind und im Erfolgsfall erhebliche Chancen damit verbunden wären, ist die Unsicherheit über künftige gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends sehr groß und ebenso das Risiko im Falle falscher Prognosen zu scheitern und eventuell sogar krisenanfällige Monostrukturen zu fördern (vgl. Kulke 2010: 41). Zudem stellt sich die Frage, welche Maßnahmen von wem ergriffen und wie die Steuerung sowie die Messbarkeit des Erfolges solcher Strategien erfolgen soll (vgl. Andersson, Schwaag Serger, Sörvik et al. 2004: 8). Weiterhin fragwürdig erscheint in diesem Zusammenhang auch der Anspruch der Wirtschaftsförderung, angesichts globaler Lieferverflechtungen von Unternehmen, vollständige regionale Wertschöpfungsketten beeinflussen beziehungsweise realisieren zu können.

Ein zentrales Argument für die Anwendung clusterbasierter Entwicklungsstrategien liegt im konzentrierten Einsatz von Fördermitteln begründet. Wie bereits kontrovers diskutiert, werden hierfür bestimmte Branchen oder Cluster ausgewählt, die für zukunftsfähig und somit als förderwürdig erachtet werden. In diesem Zusammenhang stellt sich aber auch die Frage, wer über die Förderwürdigkeit entscheiden sollte – politische Planer, Verwaltungsbeamte oder Träger privatwirtschaftlicher Investitionen (vgl. Küpper, Röllinghoff 2005: 80)? Sind die auswählenden Akteure überhaupt in der Lage, zukünftige Marktresultate vorwegzunehmen und damit ihre Auswahl zu legitimieren (vgl. Sternberg, Kiese, Schätzl 2004: 178)? Wer trägt die Risiken einer Fehlentscheidung? Und ist es nicht bedenklich bestimmte Unternehmen, vor dem Hintergrund der Nichtvorhersagbarkeit zukünftiger Entwicklungen der Industrielandschaft und des technologischen Wandels, von den institutionellen Dialogen auszuschließen? „Is it really wise to exclude certain firms from institutional dialogues, particularly when the future course of local industrial and technological change is so hard to predict and previously marginal firms can become key nodes in the local economy?“ (Martin, Sunley 2003: 24). Andererseits können sich aus der Konzentration der Wirtschaftsförderung auf bestimmte Technologien und Cluster auch starke Abhängigkeiten von einzelnen Branchen oder Unternehmen ergeben. Solche Abhängigkeiten von zentralen Akteuren führen oftmals zu funktionalen und politischen Blockaden (vgl. Möller 2000: 367). Darüber hinaus können aber auch kognitive Blockaden zum Ausblenden von neuen Trends und innovativen Ideen beitragen, sodass die einmal eingeschlagenen technologischen Entwicklungspfade nicht zugunsten

neuer Entwicklungen verlassen werden und sich Lock-in-Effekte einstellen (vgl. Rosenfeld, Franz, Heimpold et al. 2004: 66).

In einer grundsätzlich schwierigen Rolle befinden sich zudem auch Selbstverwaltungsorganisationen der Wirtschaft, wie die Handwerks- oder Industrie- und Handelskammern. Sie nehmen für sich die Position ein, Vertreter aller Unternehmen einer Region zu sein, stehen aber beim Für und Wider von Clusterstrategien im Dilemma, wenn die Fokussierung auf bestimmte Cluster durch Konzentration von Fördermitteln, gezielte Marketingaktivitäten oder sogar den Umbau von Verwaltungsstrukturen eine Priorisierung einzelner Branchen gegenüber anderen beziehungsweise eine Vernachlässigung von traditionellen Wirtschaftszweigen bedeutet (vgl. Alecke, Untiedt 2006a: 519). Küpper und Röllinghoff verweisen hierzu auch auf die Gefahr der Fehlallokation öffentlicher Gelder, die durch eine eher strategische denn die realen Gegebenheiten widerspiegelnde Positionierung im Wettlauf um öffentliche Fördermittel und Projekte gekennzeichnet ist. Solche Fehleinschätzungen sind ihrer Meinung nach auf einzelne Faktoren zurückzuführen. Wie bereits ausgeführt, spielt zum einen oftmals der starke politische Wunsch Cluster zu entdecken und zu fördern zur Überschätzung der real gegebenen regionalen und lokalen Clusterpotentiale. Auf der anderen Seite fehlt es bisher an einem umfassenden Monitoring der Entwicklung von Cluster- und Netzwerkinitiativen (vgl. Floeting 2008: 232), weshalb in einigen Fällen, die mit der Clusterförderung betrauten Akteure über nur unzureichende Kenntnisse in Bezug auf die Entstehungs- und Wirkungszusammenhänge von Clustern verfügen, sodass sich für sie auch ein großer Spielraum für die Definition von potentiellen Clustern und die Interpretation der Wirtschaftsstruktur ergibt (vgl. Küpper, Röllinghoff 2005: 69). Außerdem verringert sich mit der zunehmenden Anzahl von Clusterinitiativen für Regionen die Chance ein Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb um Unternehmen und Investoren zu erzielen (vgl. Floeting 2008: 232).

Wirtschaftsförderungseinrichtungen zielen häufig darauf ab, Unternehmen auf Cluster aufmerksam zu machen, um die Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenzubringen sowie den eigenen Standort wettbewerbsfähiger zu machen. Dabei gehen sämtliche Clusterstrategien davon aus, „dass ein quasi natürlich gegebenes Interesse der Akteure an Zusammenarbeit existiert, die in einem wenig konfliktgeladeneren, gemeinsamen Engagement für den Cluster münden.“ (Beckord 2006: 133). Allerdings kommt es bei der Netzwerkbildung insbesondere in der Anfangsphase zu Schwierigkeiten. Häufig ist die Zahl der Netzwerkteilnehmer und der Interaktionsdichte zwischen der Mehrzahl der Akteure zu gering oder der regionale Bezug und die Breite des Angebots zu wenig ausgeprägt (vgl. Scheuplein 2007: 4). Außerdem steht bei Netzwerktreffen oftmals die Vernetzung von Unternehmen und Einrichtungen im Vordergrund, die Vernetzung von Personen nimmt, wenn überhaupt, eher eine untergeordnete Rolle ein (vgl. Floeting 2008: 231). Weitere Probleme ergeben sich aus Erwartungshaltungen an clusterbasierte Entwicklungsstrategien, die nicht mit den realen Handlungsmöglichkeiten der Adressierten korrespondieren (vgl. Küpper, Röllinghoff 2005: 69).

In der praktischen Umsetzung ergeben sich zudem auch Probleme bei der Kooperation zwischen den Unternehmen. So befürchten die potentiellen Partner beispielweise den Verlust von Betriebsgeheimnissen, technologischen Lösungen und Kundenkontakten oder Strafen bei einer nicht marktgerechten Zusammenarbeit durch das Kartellamt. Hemmnisse bestehen auch in Bezug auf zusätzliche Transaktions- und Opportunitätskosten durch zeitliche und finanzielle Aufwendungen sowie einer Informationsüberflutung und Überkomplexität. Insgesamt fürchten die Unternehmen

also ein unausgewogenes Verhältnis zwischen den Kosten und Nutzen der Kooperation (vgl. Meyer-Stamer 2000: 18f; Kleanets 2009). Aber auch bei der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen können sich unterschiedliche Vorstellungen der Partner durch die verschieden geprägten Systemlogiken ergeben. So sind Unternehmen meist an schnellen Problemlösungen interessiert, während die wissensorientierten Institutionen eher für eine gründliche Analyse von Zusammenhängen stehen. In den meisten Fällen geht es in solchen Kooperationen auch eher um Verfahrensinnovationen, die für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen erforderlich sind. Die direkte wirtschaftliche Verwendbarkeit der Ergebnisse ist somit auch ein Grund dafür, dass vielmehr die anwendungsorientierte Forschung, anstelle der Grundlagenforschung im Zentrum der Kooperationen steht (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 273). Ein anderes Konfliktpotential besteht im Publikationsinteresse der Forscher, die ihre Erkenntnis möglichst schnell veröffentlichen wollen, während die Unternehmen eher die Geheimhaltung der Ergebnisse wünschen. Und selbst wenn beide Partner an einer Veröffentlichung interessiert sein sollten, ist der Forschung an einer möglichst weiten Verbreitung gelegen, dem hingegen häufig das kommerzielle Verwertungsinteresse der Unternehmen entgegensteht (vgl. Meyer-Stamer 2000: 20).

Vor allem die Integration von großen Unternehmen oder deren Niederlassungen gestaltet sich in Clustern, trotz deren Bedeutung für die lokalen und regionalen Wertschöpfungsketten, extrem schwierig. Auf der einen Seite übernehmen Großunternehmen gerade für kleinere und mittlere Unternehmen in der Region eine Leitfunktion (vgl. Rehfeld 1994: 203), andererseits fehlen diesen jedoch meist die lokale beziehungsweise regionale Verankerung sowie die für Kooperationen notwendigen Handlungs- und Entscheidungskompetenzen (vgl. Meyer-Stamer 2000: 20f.). Gelingt die Einbindung solcher bedeutenden Akteure aber dennoch, besteht auch wieder die Gefahr eine zu starken Hierarchisierung, also einer Störung des Machtgefüges, und Interessenlenkung bei der die Beziehungen zu eng und zu spezifisch auf einen bestimmten Zweck festgelegt sind (vgl. Bröcker, Fritsch 2012: 196). Aber auch aus dem Potential der überörtlichen Zusammenarbeit bei der gemeinsamen Entwicklung regionaler Clusterstrategien, kann sich eine im schlimmsten Fall Krisen nach sich ziehende Schwierigkeit politischer Auseinandersetzungen ergeben. Denn die „Zusammenarbeit über die Verwaltungsgrenzen hinweg gestaltet sich nach wie vor schwierig und ist geprägt von lokalen Eigeninteressen und administrativen Hürden“ (Beckord 2006: 133).

Die Tatsache, dass sich der Ansatz der clusterbasierten Entwicklungsstrategien in der Wirtschaftsförderung trotz aller Risiken und Gefahren durchsetzen konnte, ist wie bereits angeklungen sicherlich auch der Elastizität und ungenauen Operationalisierung des Clusterbegriffs geschuldet (vgl. Andersson, Schwaag Serger, Sörvik et al. 2004: 34). Die begriffliche Unschärfe des Konzepts wird darin deutlich, dass Cluster „pauschal einmal mit Netzwerken, dann wieder mit regionalen Branchenschwerpunkten gleichgesetzt“ (Rosenfeld, Franz, Heimpold et. al. 2004: 9) werden. Als Grundvoraussetzung für die Ausbildung von Clustern werden des Weiteren Bedingungen, wie das Vorhandensein einer kritischen Masse an Unternehmen oder eine geografische Nähe der Akteure zueinander gezählt. Dies führt letztlich zu einem leichtfertigen Umgang mit dem Clusterkonzept und dessen Umsetzung in der Praxis, „wobei auch noch Wunschdenken eine Rolle spielt: Kleine und für eine gesamte Region bislang eher unbedeutende Häufung von Unternehmen aus bestimmten Modebranchen werden zu wesentlichen regionalen Wachstumsmotoren“ (ebd.). Zudem wird die Umsetzung von clusterbasierten Entwicklungsstrategien

auf Basis einer nicht abgeschlossenen Theoriediskussion mit Instrumenten aus den unterschiedlichen theoretischen Ansätzen vollzogen. sodass der Clusterbegriff in der Praxis auch weiterhin zunehmend aufgeweicht und eine vermeintliche Identifizierung von so genannten Clusteransätzen, -potentialen oder lokalen wie regionalen Kompetenzfeldern erleichtert wird (vgl. Martin, Sunley 2003: 21).

Die Triebkräfte der bisher erfolgreichen Clusterentwicklung waren jedoch stets Marktkräfte und Gründergeist (vgl. Rosenfeld 2002: 11). Folglich sollte sich die Politik zumindest einer inhaltlich-thematischen Steuerung möglichst enthalten und eher eine katalytische Rolle einnehmen. Mögliche Handlungsfelder ergeben sich in diesem Zusammenhang beispielsweise durch das Initiieren und die Organisation von Nachfrage. Geeignete Instrumente sind der Entwurf von Programmen zur beschleunigten Anwendung oder die Nutzung durch die eigenen Behörden im Sinne eines Vorbildcharakters (vgl. Rehfeld 1994: 202). Auch die Implementierung einer komplementären Nachfragestruktur durch die Ansiedlung von Instituten, den Aufbau entsprechender Ausbildungsmodelle oder Studiengänge sowie die Einrichtung von spezialisierten Technologiezentren, -programmen und -transfereinrichtungen kann eine fördernde Maßnahme darstellen. Eine oftmals unterschätzte, aber sehr wirkungsvolle Methode liegt zudem in der Etablierung sowie Pflege von Datenbanken und Informationszentren über wichtige Betriebe und Einrichtungen zur Organisation von Markttransparenz. Auch die Beteiligung und Repräsentation avancierter Projekte seitens lokaler Institutionen sowie das Geben von Bürgschaften für förderungswürdige Konzepte kann motivierende Wirkung auf die Innovationsfähigkeit von Unternehmen und andere Einrichtungen entfalten (vgl. ebd.).

2.3.7 Rechtfertigung des Clusterkonzepts für die praktische Umsetzung

Unter den Akteuren der Wirtschaftspolitik und -förderung ist die Entwicklung von Clustern längst zum allgemein akzeptierten Leitbild geworden. Die Diskussion um die Potentiale und Gefahren bei der Ausbildung von Clustern hat gezeigt, dass die Förderung solcher Entwicklungsstrategien durchaus ein Erfolg versprechender Ansatz der lokalen und regionalen Wirtschaftsförderung darstellen kann. Dies jedoch nur unter bestimmten Voraussetzungen und keineswegs flächendeckend. Aus wissenschaftlicher Sicht sollte nur dann von Clustern die Rede sein, wenn nicht nur eine überdurchschnittliche Konzentration von Unternehmen einer Branche vorzufinden ist, sondern auch die oben genannten Merkmale der Kooperationsbeziehungen, des Wissenstransfers sowie der institutionellen Einbettung gegeben sind. In der planerisch-normativen Verwendung geht es eher um die strategische Förderung bestimmter Branchen zur Profilierung eines Standortes (vgl. Braun, Schulz 2012: 161).

In der Politik ist die Attraktivität des Clusterkonzepts insbesondere auf folgende Faktoren zurückzuführen: Die Fokussierung der Wirtschaftsförderung auf die Entwicklung von clusterbasierten Entwicklungsstrategien suggeriert regionale Handlungsfähigkeit in einer zunehmend durch äußere Einflüsse gesteuerte weltwirtschaftlichen Entwicklung (vgl. Schamp 2000: 159). Gleichzeitig gelten Cluster als Ausweis regionalen Erfolgs und Beweis für Wettbewerbsfähigkeit und wirtschaftliche Dynamik (vgl. Martin, Sunley 2003: 29). Die Argumentation des theoretischen Ansatzes wirken in sich konsistent und logisch, weshalb es sich im politischen Raum gut kommunizieren lässt und der konzentrierte Einsatz von Fördermitteln auf einzelne Branchen gerechtfertigt werden kann (vgl. Andersson, Schwaag Serger, Sörvik et. al. 2004: 8). Darüber hinaus ergeben sich aus der

definitiven Offenheit des Konzeptes nahezu unbegrenzte Möglichkeiten der Anwendung in unterschiedlichen ökonomischen und institutionellen Zusammenhängen (vgl. Fromhold-Eisebith, Eisebith 2004: 2).

Auf der anderen Seite argumentieren die Autoren, dass die Wirkungen von Clustern auf die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Regionen bisher nur unzureichend untersucht ist und sich jeglicher empirischen Grundlage entbehren (vgl. Meyer-Stamer 2000: 21). Außerdem werden die Grundanforderungen keinesfalls in allen Regionen erfüllt, wodurch die Gefahr einer Ausbildung von Monostrukturen durch eine einseitige Konzentration auf einzelne Branchen zusätzlich steigt. Ganz im Gegenteil gilt das Prinzip der Diversifizierung, also die Entwicklung verschiedener Branchen, sogar als geeignete Strategie zur Risikostreuung, wobei die „Robustheit eines Standortes [...] nicht allein auf der Diversität des Branchenspektrums, sondern vor allem auf innovationsfördernden Verflechtungen zwischen den Branchen [basiert]“ (Braun, Schulz 2012: 160). In jedem Fall erfordert die tatsächliche Identifizierung von Clusterstrukturen eine exakte Analyse der lokalen und regionalen Wirtschaftsstruktur, die in der Praxis nur sehr mühsam gelingt und daher häufig unterbleibt. Zudem benötigen die ergriffenen Maßnahmen in der Regel mehrere Jahre, um ihre Wirksamkeit zu entfalten.

Derzeit ist noch nicht abschließen geklärt, unter welchen sektoralen und regionalen Bedingungen und mit welchen Instrumenten eine Erfolg versprechende Umsetzung von Clusterstrategien möglich ist (vgl. Fromhold-Eisebith, Eisebith 2004: 2). Doch trotz aller zum Teil berechtigten Kritik betreffend der unzureichend begründeten Umsetzungsstrategien, ergeben sich für manche Regionen auch Chancen, die der Wirtschaftsförderung neue Impulse geben können.

3. Arbeitskonzept und Untersuchungsdurchführung

Das Kernelement dieser wissenschaftlichen Arbeit stellt die empirische Untersuchung von **Förderbedarfen und Möglichkeiten zur Initiierung von Netzwerken in einem ausgewählten Branchenschwerpunkt** abseits der clusterpolitischen Entwicklungs- und Förderstrategien der Hansestadt Hamburg dar. Diese erfolgt mittels quantitativer und qualitativer Methoden.

Um auf der einen Seite die Bedarfe zu ermitteln und besser einschätzen zu können, findet unter den betreffenden Unternehmen eine Befragung zu ihren Förderbedarfen und dem grundsätzlichen Interesse an Netzwerkarbeit statt. Auf der anderen Seite, werden die vielfältigen Wirtschaftsförderungsangebote, die sich den Unternehmen in der Freien und Hansestadt Hamburg zur Entwicklung ihrer ökonomischen Tätigkeiten bieten, betrachtet und allgemein auf ihre jeweilige Funktion, Arbeitsweise und Wirkung untersucht. Neben einer Darstellung des clusterfördernden Ansatzes der Wirtschaftspolitik, sind vor allem die städtischen Institutionen, wie die behördliche und bezirkliche Wirtschaftsförderung sowie die Hamburgische Wirtschaftsförderungsgesellschaft Gegenstand der Betrachtung. Aber auch die Angebote der Handels- und Handwerkskammer Hamburg sowie eine Auswahl an Wirtschaftsverbänden, Vereinen und Initiativen stehen im Interesse der Untersuchung. Ergänzt werden die Resultate durch Erkenntnisse aus durchgeführten Interviews mit Clustermanagern der Hamburger Initiativen, Netzwerkexperten, einem Referenten der Handelskammer Hamburg sowie einem Verwaltungsangestellten und einem Unternehmer zu bestehenden Netzwerkangeboten für die lokalen Unternehmen.

3.1 Unternehmensbefragung

Mit einer Befragung können große Datenmengen von relevanten Unternehmen erhoben und die getroffenen Aussagen anschließend ausgewertet werden. Um eine größtmögliche Gültigkeit und Zuverlässigkeit zu gewährleisten, findet die Befragung im Rahmen dieser Untersuchung mittels eines standardisierten Fragebogens statt. Dabei ist von entscheidender Wichtigkeit wie die Fragen formuliert, platziert und wie sie strukturiert werden. Um die Zielperson zur Beantwortung der Fragen zu motivieren, gilt es aber darüber hinaus auch Anforderungen an die Form des Fragebogens, die Darbietung und das Design zu berücksichtigen (vgl. Bolig o.J.). Inhaltlich ist der Fragebogen darauf ausgerichtet, die Betriebe nach ihrem Vernetzungsgrad und Kenntnisstand über derzeitige Fördermöglichkeiten, ihrem generellen Wunsch an Förderung und Vernetzung sowie zu der Art ihres Förderbedarfs zu befragen.

Zunächst wurden die Befragten in einem beiliegenden Anschreiben über den Hintergrund und die Zielsetzung der im Rahmen dieser Masterthesis stattfindenden Untersuchung informiert (vgl. Anhang). In einem gemeinsamen Schreiben baten die Handelskammer Hamburg und die Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung die Unternehmen um deren Unterstützung der Studie zum Nachweis bestehender Bedarfe an besonderen Services zur Standortsicherung und Förderung von Unternehmensnetzwerken in ihrer Wirtschaftsbranche. Weiterhin wurde erläutert, dass die Ergebnisse dazu beitragen sollen, gezielte Angebote der Wirtschaftsförderung in Hamburg zu entwickeln und erklärt, wie die Unternehmen sich an der Befragung beteiligen können. Der

Fragebogen selbst trug noch einmal den Titel der Untersuchung und wies gleich zu Beginn auf das Ende des Befragungszeitraums und die Rücksendemöglichkeiten hin.

Für einen ansprechenden, das Interesse des potentiellen Befragten weckenden Fragebogen müssen die einzelnen Themengebiete sowohl inhaltlich als auch visuell eindeutig voneinander getrennt werden. Nach dem so genannten Trichterprinzip werden dabei bei jeder Fragengruppe die unverfänglichen oder zum eigentlichen Schwerpunkt hinleitenden Fragen zuerst und die schwieriger zu beantwortenden beziehungsweise persönlicheren Fragen zum Ende eines jeden Unterthemas gestellt (vgl. Pilshofer 2001: 18). Die Fragen sollten kurz und verständlich formuliert sein. Um die erhofften Informationen zu gewinnen, ist zudem auf eine eindeutige Formulierung zu achten. Hypothetische Fragen oder solche mit doppelten Verneinungen sowie die Suggestion von Antworten ist zu vermeiden, die Fragen sind so neutral wie möglich zu stellen (vgl. Bolig o.J.). Auf der Seite der Antworten gibt es ebenfalls mehrere Möglichkeiten in der Ausgestaltung. Bei offenen Fragen werden keine Antworten vorgegeben und der Befragte gibt die Antwort in freier Form. Die Auswertung solcher Fragen kann sehr umfangreich werden und die Antworten können zum Teil schwer interpretierbar sein (vgl. Wester, Soltau, Paradies 2006: 4). Geschlossene Fragen hingegen haben vorgegebene Antwortalternativen. Diese vermindern Verzerrungen bei der Auswertung der Antworten und erleichtern die Darstellung der Antwortverteilung durch statistische Kennzahlen. Eine Mischform aus beiden stellen Fragen dar, die sowohl vorgegebene Antwortmöglichkeiten als auch zusätzlich eine offene Kategorie enthalten. Diese Variante ist empfehlenswert, da erfahrungsgemäß trotz gründlicher Vorerhebungen zu den möglichen Antwortalternativen weitere Antwortkategorien hinzukommen können (vgl. Pilshofer 2001: 14).

Die Unternehmensbefragung im Rahmen der Untersuchung Förderbedarfe und Möglichkeiten zur Initiierung von Netzwerken in ausgewählten Branchenschwerpunkten gliedert sich grob in zwei Teile. Der erste Teil umfasst Fragen zum Unternehmen selbst und dessen Branche. Mit Hilfe von Eigenschaftsfragen sollen statistische Angaben zu den Unternehmenshintergründen gewonnen werden, um später in der Auswertung der verschiedenen Antworten Gruppen bilden zu können. Da eine größere Anzahl von Personen beziehungsweise Firmen befragt werden eignen sich für diese Befragung eher geschlossene Fragen mit gegebenenfalls Optionen für eine weitere Ergänzung. Solch eine Art von Fragen betrifft beispielsweise die Zuordnung zum Wirtschaftszweig oder den Typ des Betriebsstandortes. Gleichermaßen gibt es aber auch Fragen, bei denen sich eher eine offene Antwortmöglichkeit anbietet. Im konkreten Fall betrifft dies die Fragen nach dem Gründungsjahr und der Beschäftigungssituation. Diese Fragen sind ausreichend eindeutig formuliert und lassen Beantwortenden kaum Spielraum, sodass trotz offener Fragestellung eine relativ schnelle Auswertung möglich ist, indem die Kategorien erst im Nachhinein bei Vorlage aller Daten gebildet werden.

Einen eigenen Themenbereich bilden die Fragen zur Forschungs- und Entwicklungs-(F&E-)Intensität. Überleitend und aus Sichtweise des Befragten nicht unbedingt erkennbar, soll zunächst die Umsatzentwicklung und Einordnung des Unternehmens in eine der vorgegebenen Lebenszyklusphasen eingeschätzt werden. Die Frage zu den im Unternehmen betriebenen Innovationsarten soll zunächst einen Überblick über die Verteilung der betrieblichen Innovationsaktivitäten geben. Als Indikatoren für die F&E-Intensität gelten der Anteil an Beschäftigten im F&E-Bereich zur Gesamtbeschäftigung eines Unternehmens sowie die geplanten

anteiligen Ausgaben für F&E-Tätigkeiten am Gesamtumsatz (vgl. Revilla Diez 2010: 189). Daher wird auch im Rahmen dieser Untersuchung nach der Anzahl des F&E-Personals sowie nach den finanziellen Aufwendungen im letzten und im laufenden Geschäftsjahr gefragt. Gleichwohl geben Revilla Diez und Schamp zu bedenken, dass diese Indikatoren nur Auskunft über den Ressourceneinsatz, die Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren geben, nicht über die Effizienz des Mitteleinsatzes (vgl. Schamp 2000: 149, Revilla Diez 2010: 189). Dennoch signalisieren diese Input-Indikatoren, welche langfristige Bedeutung die Unternehmen der Entwicklung und Schaffung neuer Produkte beimessen. Eine Befragung zu vermeintlichen Output-Indikatoren, wie die Anzahl an Patentanmeldungen als Maßstab der Innovativität und des Technologiegrades eines Unternehmens, findet nicht statt. Gründe hierfür liegen in der fehlenden Aussagekraft über deren Nutzen und der Unklarheit in den Messkonzepten, die jegliche Auswertungsversuche in Frage stellen würden. Darüber hinaus lassen sich die Ergebnisse insbesondere im regionalen Bezugsraum nur sehr schwer vergleichen. Da Patente und Schutzrechte meist von den Unternehmenszentralen, nicht von den Niederlassungen angemeldet werden und diese ihren Sitz häufig eher in den Metropolen haben, sodass diese gegenüber dem Umland und der Region zu entsprechend höheren Ergebnissen kommen (Aussage Interviewpartner 3). Außerdem käme es mit hoher Wahrscheinlichkeit zu einer systematischen Verzerrung zugunsten der Innovationsfähigkeit großer Unternehmen, da insbesondere die kleineren oftmals die Kosten und Mühen einer Patentanmeldung scheuen (Aussage Interviewpartner 3).

Die Frage nach einer bestehenden Clustermitgliedschaft und deren Motivation soll zum einen dazu dienen Unternehmen, die bereits von entsprechenden Förderinitiativen profitieren zu filtern, zum anderen aber auch das Meinungsbild der Unternehmen im Zusammenhang mit dem Für und Wider einer Mitgliedschaft wiedergeben. Für eine ganzheitliche Erfassung der Einstellungen und Bewegungsgründe der Befragten ist die Frage offen formuliert, da hier freie und authentische Antworten gewünscht sind, die auch Aspekte umfassen können, die als Antwortmöglichkeit gegebenenfalls nicht vorgesehen gewesen wären und somit auch nicht erfasst hätten können.

Der zweite Teil der Befragung beschäftigt sich mit der Förderung und Vernetzung der Unternehmen und orientiert sich somit unmittelbar an der Fragestellung. Die erste Frage aus diesem Bereich leitet in das Thema Förderbedarfe ein und fragt zunächst den Kenntnisstand über und die mögliche Inanspruchnahme von Förderangeboten ab. Dabei wird den Befragten über die Antwortmöglichkeiten bereits vermittelt, dass es verschiedene Arten der Förderung, nämlich finanzieller Art, Service- und Beratungs- oder Netzwerkangebote, gibt. Für den Fall, dass solche Förderangebote bisher nicht in Anspruch genommen wurden, stellt sich die offen gestellte Frage nach dem Warum, um eine erste Orientierung zur Einstellung der Unternehmen zu solchen Angeboten zu bekommen. Für den umgekehrten Fall, hat der individuell unternehmerische Bedarfsgrund im Zusammenhang mit dieser Untersuchung keine Bedeutung. Allerdings ist im Rahmen der Auswertung und späteren Empfehlung von Handlungsfeldern interessant, wie die bestehenden Fördermaßnahmen bewertet wurden. Hierfür wird den Befragten eine Bewertungsskala vorgegeben. Generell ist es schwierig solchen Einstellungs- und Meinungsfragen mit einem eindeutigen Bewertungscharakter gerecht zu werden. Dabei stellen sich Fragen, wie viele Antwortkategorien in welcher differenzierten Abstufung voneinander vorgegeben werden sollen und welche Formulierungen auf die Fragestellung beziehungsweise Antwortmöglichkeiten passen. Werden Mittelkategorien vorgegeben, enthalten diese erwiesenermaßen auch oft die Antworten von

Antwortverweigerern und Personen, die sich nicht gern entscheiden oder festlegen wollen (vgl. Pilshofer 2001: 15). Andererseits werden Befragte bei Formulierungen ohne Mittelkategorie zu Aussagen gedrängt, die das Ergebnis der Befragung polarisieren. Bei manchen Fragen ist es zudem sinnvoll, dem Antwortenden eine Ausweichlösung zu bieten, in dem die Antwortkategorie „weiß nicht“ oder „keine Meinung“, wie im Fall der Frage zu den Service- und Förderungsbedarfen (Fragebogen II.2) der Unternehmen, angeboten wird.

Die Fragen zum Vernetzungsgrad der Unternehmen sollen das Verhalten der Befragten erfassen. Zu jedem Thema sollen mehrere Aspekte bewertet werden, daher wiederholen sich die Antwortmöglichkeiten öfter. Um der Komplexität dieser Frage gerecht zu werden und eine übersichtliche und einfach zu erfassende Darstellung zu präsentieren, wurde eine Matrix erstellt, in der die Beantwortung der verschiedenen Teilaspekte einmal in geschlossener, einmal in offener Form erfolgen soll. Für die letzte Frage nach dem potentiellen Interesse der befragten Unternehmen an einem Netzwerk mit ihrem Branchenschwerpunkt, sollten wiederum die Gründe für beziehungsweise gegen eine solche Netzwerkarbeit aus der jeweiligen Sicht der Unternehmen bewertet werden, um in der späteren Auswertung Aussagen über eine generelle Bereitschaft der Unternehmen zur Zusammenarbeit in Netzwerken treffen zu können.

Am Ende des Fragebogens konnten die Unternehmen ihre Kontaktdaten aufführen, für den Fall, dass diese einen generellen Kontakt zu Wirtschaftsförderungseinrichtungen wünschen. Die Bereitschaft zum Ausfüllen dieses Feldes deutet einerseits auf einen weiteren Informationsbedarf in Bezug auf Wirtschaftsförderungsangebote hin und signalisiert im Zusammenhang mit der positiven Einstellung zur Netzwerkarbeit andererseits ein Interesse und eine potentielle Nachfrage nach solchen Förderinstrumenten. Die unten stehend aufgeführte, obligatorische Danksagung als Schlussformel soll bei dem Antwortenden einen erfolgreiche Beteiligung und einen positiven Abschluss der Befragung vermitteln.

3.2 Methodische Vorgehensweisen zur Identifikation und Analyse von Netzwerken und Clustern

Da die Untersuchung aufwandsbedingt exemplarisch an einem Branchenschwerpunkt durchgeführt wird, gilt es zunächst solch einen zu bestimmen. Branchenschwerpunkte stellen die Gradmesser für die Spezialisierung einer Wirtschaft in Bezug auf die Tätigkeitsbereiche in einer Region dar (vgl. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2013). In der Regel werden sie durch regionale Konzentrationen bestimmt, welche über den Beschäftigtenanteil in der Branche einer bestimmten Region definiert werden. Derartige Untersuchungsmethoden zur Bestimmung von regionalen Konzentrationen wirtschaftlicher Tätigkeiten sind vor allem im Zusammenhang mit der Identifikation und Analyse von Netzwerken und Clustern entwickelt worden. Häufig handelt es sich bei den Konzentrationsmaßen jedoch lediglich um Ansammlungen von Branchenpotentialen, ohne dass eine tatsächliche wirtschaftliche Verflechtung der Akteure bereits gegeben sein muss (vgl. Rosenfeld, Franz, Günther et. al. 2006: 240 ff.). Scheuplein ist sogar der Auffassung, dass es richtiger wäre, „von einem ökonomischen und institutionellen Potential zu sprechen, das gegebenenfalls eine Entwicklung zu einem Cluster nehmen kann“ (Scheuplein 2007: 3). Für die Ermittlung und Bestimmung eines Branchenschwerpunktes eignen sich die verschiedenen methodischen Ansätze zur Identifikation von Netzwerken und Clustern demnach allemal.

Ebenso wie es eine Vielzahl von unterschiedlichen Ansichten zum Grundverständnis und zur Definition des Netzwerk- bzw. Clusterbegriffs sowie zu dessen Umsetzung gibt, sind auch diverse methodische Ansätze zur Identifikation und Analyse solcher Strukturen bekannt. Für eine erste Annäherung zur Vorgehensweise wird an dieser Stelle noch einmal nach Auffassung des Begründers auf zwei wesentliche Bestandteile eines Clusters verwiesen. Porter definierte Cluster als Netzwerke von Unternehmen der gleichen und unterstützenden Branche. Demnach ist ein Kriterium für das Vorhandensein eines Clusters die Koexistenz von Wettbewerb um Marktanteile und Kooperation in bestimmten Bereichen. Obwohl keine genaue geografische Abgrenzung definiert wird, spielt als weiteres Merkmal auch die regionale Verdichtung von wirtschaftlichen Aktivitäten eine große Rolle, denn in der Regel intensiviert diese den Wettbewerb zwischen den Akteuren und somit den Innovationsdruck für die Unternehmen (vgl. Porter 2000: 15).

Ein wichtiger Faktor zur räumlichen Dimension von Clustern ist die so genannte „kritische Masse“. Sie gilt als Maßstab für eine Konzentration von Unternehmen, die notwendig ist, um die Entwicklungsdynamik eines Clusters voll zu entfalten. Dabei gibt es einen Unterschied zwischen bloßen regionalen Konzentrationsprozessen, wie sie für die meisten Branchen festgestellt werden können, und Clusterpotentialen zu beachten. Denn bei letzterem geht es nicht ausschließlich um eine Konzentration von Wirtschaftsunternehmen, sondern auch um das Vorhandensein und Zusammenspiel mit unterstützenden Einrichtungen und Institutionen, die über dem Durchschnitt eines betrachteten Vergleichsraums liegen müssen. Wobei die ersten Schwierigkeiten bereits bei der Auswahl des Bezugsraums auftreten dürften. Hier muss wiederum deutlich zwischen der lokalen, regionalen sowie nationalen Bedeutung von Branchen unterschieden werden. Für die Untersuchung der kritischen Masse sollten zumindest eine regionale Konzentration der Produktion auf wenige Standorte sowie eine Spezialisierung dieser auf wenige Branchen, im Sinne von Branchenschwerpunkten vorliegen (vgl. Rosenfeld, Franz, Heimpold et al. 2004: 29f.). Nach Ansicht von Brenner und Fornahl sollten zudem weitere, so genannte Umgebungsvariablen mit überdurchschnittlicher Merkmalsausprägung in die Bestimmung einbezogen werden. Für eine Betrachtung geeignet halten sie die Zahl der Personen mit branchenspezifischem Wissen und Fähigkeiten, die Zahl der jährlichen Ausgründungen in der Branche, die Zahl der Patente, die Verfügbarkeit von Risikokapital für Firmengründer in der Branche und die Qualität der für die Branche relevanten Infrastruktur (vgl. Brenner, Fornahl o.J.: 7).

In der Praxis lassen sich diese Variablen aber nach wie vor nur unzureichend operationalisieren. Noch schwieriger und aufwendiger als quantitative Bestimmungsmethoden gestalten sich qualitative Verfahren betreffend der Austauschbeziehungen zwischen den Unternehmen sowie zwischen Unternehmen und Institutionen, wie Netzwerkanalysen oder Analysen von Wertschöpfungsketten. Seitens der Wirtschaftsförderung unterbleibt eine solche analytische Identifizierung daher meist. Viele der derzeitigen Clusterkonzepte wurden auf Grundlage der eigenen Sachkenntnis der Wirtschaftsförderer oder mit Hilfe externer Gutachten bestimmt (vgl. Floeting 2008: 230). Im besten Fall wurden für die Identifizierung noch einfache qualitative Maßzahlen herangezogen, im schlechtesten beruhen die Clusterinitiativen auf bloßen Vermutungen oder politischen Wunschvorstellungen (vgl. Beckord 2006: 107).

Bereits Marshall erkannte seinerzeit drei wichtige Lokalisationsvorteile, die sich aus der räumlichen Nähe der Unternehmen zueinander ergeben: enge Verflechtungen mit Zulieferern, Produzenten und

Kunden, größerer Markt für spezialisierte Arbeitskräfte und Wissens-Spill-over (vgl. Marshall 1920: 225ff.). Für empirische Untersuchungen ist das Berechnen von Konzentrationszahlen und die Quantifizierung von Kooperationen zwischen den Clusterakteuren daher unentbehrlich (vgl. Berthold, Rieger 2010: 3). Für eine vollumfängliche Cluster-Identifikation sollte eine kombinierte Betrachtung von statistisch flächendeckend und qualitativ fallbezogenen Ansätzen erfolgen. Als Instrumente dienen zum einen Top-Down-Analysen und zum anderen Bottom-Up-Methoden.

Die Top-Down-Analyse basiert auf detaillierten, statistischen Daten, wie Einwohner-, Beschäftigten-, Betriebs- und Wertschöpfungszahlen sowie Flächenangaben. Zum Durchschnitt eines Gesamtgebietes ergibt sich aus dieser Datenbasis ein relativiertes Bild der regionalen Ballung von einer oder mehreren untersuchten Branchen. Aus einer solchen Verhältnisgleichung lässt sich das Maß der räumlichen Konzentration ableiten. Allerdings sind die statistischen Möglichkeiten bedingt durch standörtliche Gegebenheiten oder administrative Brancheneinteilungen begrenzt. Cluster sind sehr komplex und individuell ausgestaltet. Ein wesentliches Kennzeichen ist, dass die vielen beteiligten Unternehmen verschiedenen Branchen zugeordnet sind. Dies ist insbesondere für moderne Unternehmensfelder problematisch, da die Statistiken sich an der starren Einteilung der Wirtschaftsklassifikation orientieren und eine Anwendung von Konzentrationsmaßen durch Branchendiversifizierungen erschwert wird (vgl. Boddin, Brenner 2010: 2).

Durch Wertschöpfungsketten lassen sich einzelne Strukturelemente eines Produktionssystems identifizieren. Daher eignet sich das Modell auch als Analyseinstrument, um regionale Aktivitäten im vollen Umfang zu erfassen. Für die Identifizierung von Unternehmen und Einrichtungen einer Wertschöpfungskette wird die in der amtlichen Statistik verwendete Klassifikation der Wirtschaftszweige herangezogen. Die jüngste Neufassung wurde vom Statistische Bundesamt im Jahr 2008 vorgelegt und beruht auf den Vorgaben der Nomenclature générale des Activités économiques dans la Communauté Européenne (NACE), der Wirtschaftsklassifikation der Europäischen Union, welche sich wiederum auf die International Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC) - Systematik der Vereinten Nationen bezieht. Die deutsche Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) umfasst 21 Abschnitte, die hierarchisch in Abteilungen, Gruppen, Klassen und Unterklassen untergliedert sind. Zuordnungsmerkmal eines Unternehmens ist seine jeweilige Haupttätigkeit, also diejenige Aktivität, die den größten Anteil an der Wertschöpfung des betreffenden Unternehmens ausmacht (vgl. Braun, Schulz 2012: 24).

Eine zentrale Schwierigkeit ergibt sich allerdings bei der Erfassung der Bedeutung einzelner Unternehmen beziehungsweise gesamter Branchen. Dies betrifft insbesondere den Dienstleistungsbereich, weil dieser häufig in mehrere Wertschöpfungsketten eingebunden ist. Die Klassifikation der Wirtschaftszweige ist jedoch an Produkten orientiert. Aufgrund des groben Klassifizierungsrasters können vor allem Unternehmen jüngerer, wissens- und forschungsintensiver Branchen nicht eindeutig zugeordnet werden, weshalb für diese Branchen aus den statischen Daten heraus keine detaillierten Analysen vorgenommen werden können (vgl. Krätke, Scheuplein 2001: 19ff.). Gerade die Hochtechnologie-Cluster erweisen sich häufig als milieu-basiert und werden durch Wechselwirkungen zwischen getrennt voneinander entwickelten Technologien und Produkten angetrieben, was eine Erfassung mit statistischen Methoden (z.B. Umsatzsteuerstatistik, Beschäftigtenstatistik) nicht möglich macht. Gleichzeitig weisen die als High-Tech bezeichneten

Industriegruppen auch immer nichtinnovative Unternehmen und solche mit niedrigem technologischen Niveau aus (vgl. Revilla Diez 2010: 188).

Die Bottom-Up-Analyse hingegen bezieht sich auf qualitative Untersuchungen, wie beispielsweise Netzwerk- und Funktionsanalysen konzentrierter Wertschöpfungsketten oder Fallstudien über Produktionscluster. Diese sollen Aufschluss über die Qualität, Intensität und Bedeutung der regionalen Verflechtungen geben. Als problematisch erweist sich allerdings die Vergleichbarkeit solcher Studien bedingt durch die unterschiedliche Herangehensweise und den Einsatz von Methoden oder aufgrund der nicht flächendeckenden Verfügbarkeit. Zudem sind Einzeluntersuchungen mit einem sehr hohen Aufwand verbunden, zum Teil politisch motiviert sowie durch den Bekanntheitsgrad von erfolgreichen Clustern beeinflusst.

Krätke und Scheuplein schlagen daher einen dreistufigen Untersuchungsansatz zur Bestätigung von Clustervermutungen und zur Analyse der Beziehungen innerhalb eines Clusters vor:

- Clustervermutung prüfen: Aufschluss über mögliche regionale Konzentrationen bestimmter Branchen und deren Lieferverflechtungen soll eine sekundärstatistische Analyse der Unternehmenssteuerstatistik liefern.
- Clusterakteure befragen: In Experteninterviews sollen die Vermutungen gegebenenfalls belegt und entsprechende Unternehmen sowie andere Institutionen identifiziert werden.
- Qualitätsanalyse: Zur Ermittlung der wesentlichen Beziehungen innerhalb eines Clusters, kann auf eine vertiefte Analyse der Netzwerkstrukturen nicht verzichtet werden (vgl. Krätke, Scheuplein 2001: 72f.).

Eine andere Herangehensweise wurde von einer international agierenden Unternehmensberatungsgesellschaft entwickelt. Deren Ansatz zur Identifizierung von Clusterpotentialen orientiert sich wesentlich stärker an der Praxis und lässt sich daher in der Wirtschaftsförderung durchaus sinnvoll einsetzen. Das Indikatorenset setzt sich aus einer gewissen quantitativen Bedeutung der Branche an der regionalen Beschäftigung, einer überdurchschnittlichen Entwicklungsdynamik, einer hohen Wertschöpfungsintensität, einer hohen Aufwendung je Arbeitsplatz im Bereich Forschung und Entwicklung, einem hohen Gründungspotential, dem Synergiepotential durch die Zusammenarbeit mit anderen Branchen sowie der Exportfähigkeit der hergestellten Güter und Dienstleistungen zusammen (vgl. Sternberg, Kiese, Schätzl 2004: 170f.). Wie für alle Untersuchungsmethoden gilt auch hier, je stärker die genannten Merkmalsausprägungen in der jeweiligen Region sind, desto größer sind die Erfolgsaussichten einer clusterbasierten Entwicklungsstrategie (vgl. Ketels 2003: 18f.).

3.2.1 Methoden zur Messung von Konzentrationen gemäß Top-Down-Analyse

Für den Nachweis von Branchenkonzentrationen wird eine Reihe von statistischen Maßen benötigt. Dabei werden verschiedene Daten auf unterschiedliche Weise betrachtet und mit jeweils anderen Faktoren kombiniert. Der **Lokalisationskoeffizient** eignet sich dazu, anhand von Beschäftigtenzahlen die relative Bedeutung einer Branche in einem Teilraum im Verhältnis zur Bedeutung dieser Branche im Gesamtraum darzustellen. Diese Methode ist ein Maß für die Konzentration einer Branche und nähert sich somit dem Kriterium der kritischen Masse. Die Berechnung erfolgt mittels des

Standortquotienten unter Bezugnahme der Daten der Beschäftigungsstatistik, welche in der Regel gemeindescharf erfasst werden (vgl. Bathelt, Glückler 2002: 85f.).

$$\text{Standortquotient} = \frac{\left(\frac{\text{Beschäftigte einer Branche im Teilraum}}{\text{Beschäftigte aller Branchen im Teilraum}} \right)}{\left(\frac{\text{Beschäftigte einer Branche im Gesamttraum}}{\text{Beschäftigte aller Branchen im Gesamttraum}} \right)}$$

Ergibt sich für den Standortquotient ein Wert von eins, resultiert daraus, dass das Verhältnis der Beschäftigten einer Branche im Teilraum gleich dem Verhältnis der Branche im Gesamttraum ist. Ist das Ergebnis größer als eins, liegt der Anteil der Branche im Teilraum über dem Anteil im Gesamttraum. Von einer Branchenkonzentration kann aber erst ausgegangen werden, wenn der Wert deutlich über eins liegt. Die Ausprägung des Standortquotienten ist jedoch maßgeblich von der Auswahl der Bezugsgrößen, sprich von der Größe des betrachteten Teilraums sowie von der Auswahl des Gesamttraumes abhängig. Außerdem werden in Gemeinden mit geringer Beschäftigungsbasis besonders hohe Werte erzielt, dies gilt vor allem in kleinen Orten mit nur einem oder wenigen strukturbestimmenden Betrieben (vgl. Sternberg, Litzenberger 2004: 778f.).

Um solche verzerrenden Strukturmerkmale besser in den Griff zu bekommen, eignen sich multivariate Indizes, die mehrere Merkmale, wie die Konzentration als auch die Spezialisierung eines Teilraums, berücksichtigen und zu einer Maßzahl vereinen. Eine hohe Konzentration der Produktivität ist gegeben, wenn nur wenige Teilräume einen hohen Anteil der Gesamtproduktion bestimmter Güter ausmachen. Zu einer Spezialisierung kommt es, wenn eine Region einen hohen Anteil ihrer Produktivitätskapazitäten zur Herstellung ganz bestimmter Güter und Dienste einsetzt. Diese beiden Faktoren stellen gute Ausgangsbedingungen dar, müssen jedoch nicht zwangsweise gemeinsam auftreten.

Eine solche Methode, konstruiert aus drei verschiedenen Konzentrationsfaktoren, verwenden beispielsweise Sternberg und Litzenberger bei der Anwendung ihres **Cluster-Index**. Dieser bezieht ähnlich wie der Standortquotient die Konzentration von Beschäftigten einer Branche im Verhältnis zu der der Gesamtbeschäftigten ein, berücksichtigt zum einen aber auch die Anzahl der Betriebe und zum anderen die Fläche des Teilraums (vgl. Sternberg, Litzenberger 2006: 210). Die Anzahl der Betriebe gibt Aufschluss darüber, ob sich die Beschäftigten auf nur wenige Firmen verteilen und somit eventuell die Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Vernetzung in Clustern limitiert sind. Bei der Betrachtung der Fläche des Teilraums unterscheiden Sternberg und Litzenberger vier Gruppen von Räumen. Periphere ländliche Räume sind gekennzeichnet durch eine hohe relative Branchenbedeutung (hohe Spezialisierung) und eine geringe Industriedichte (geringe Konzentration). Industrieperipherien zeichnen sich hingegen durch eine unterdurchschnittlich relative Branchenbedeutung (geringe Spezialisierung) und eine geringe Industriedichte (geringe Konzentration) aus. Eine sehr heterogene Branchenstruktur (geringe Spezialisierung), aber hohe Industriedichte (hohe Konzentration) ist in Agglomerationsräumen gegeben. Ein Raum mit Clusterpotential wird durch die überdurchschnittliche Bedeutung einzelner Branchen (hohe Spezialisierung) und eine überdurchschnittlich hohe Industriedichte (hohe Konzentration) charakterisiert (vgl. Sternberg, Litzenberger 2004: 778).

$$CI_{ij} = ID_{ij} \cdot IS_{ij} \cdot \frac{1}{SB_{ij}} = \frac{e_{ij}}{\sum_{i=1}^n e_{ij}} \cdot \frac{b_{ij}}{\sum_{i=1}^n b_{ij}} \cdot \frac{i_i}{\sum_{i=1}^n i_i} \cdot \frac{a_i}{\sum_{i=1}^n a_i}$$

CI - Cluster-Index	e_{ij} - Beschäftigte einer Branche j in der Region i
ID - relative Industriedichte	i_i - Einwohner einer Region i
IS - relativer Unternehmensbestand	b_{ij} - Unternehmen einer Branche j in der Region i
SB - relative Betriebsgröße	a_i - Fläche der Region i

Ein Ergebnis von eins stellt den Durchschnitt dar. Bei Werten darüber kann ein beginnendes Clusterpotential bescheinigt werden, da eine gleichzeitige Konzentration und Spezialisierung in der untersuchten Region gegeben sein muss. Je höher der Wert ausfällt, desto stärker verdichtet sich die Clustervermutung. Verschiedene Beispielrechnungen ergaben, dass sich ein Resultat von vier und mehr als günstig erwiesen und der Region in der untersuchten Branche ein Cluster bestätigt werden konnte, da zwei der drei betrachteten Komponenten doppelt so hoch sind wie im Durchschnitt des Gesamttraumes. Diese Methode ermöglicht eine einheitliche Bewertung und bei ähnlichen Ausgangsbedingungen sogar einen Vergleich von Regionen mit Clusterpotentialen, da sie aufgrund des Einbezugs von drei Kriterien gegenüber dem Standortquotienten wesentlich unempfindlicher gegen Außenreißer ist. Allerdings ist auch sie nicht restlos verzerrungsresistent und aufgrund fehlender absoluter Bedingungen, müssen die Grenzwerte jeweils fallbezogen definiert werden, was zu einer gewissen Willkür führen kann (vgl. Boddin, Brenner 2010: 5f.).

Diese Widrigkeit wird nach der **Methode von Isaksen** ausgeschlossen, indem er für die Abgrenzung einer „specialised industrial agglomeration“ absolute Bedingungen festlegt. Seiner Ansicht und Erfahrung nach muss ein Cluster einen Standortquotienten von über drei und mindestens 200 Beschäftigte in dieser Branche aufweisen (vgl. Isaksen 1996: 115). Zudem gibt er zu bedenken, dass die Identifikation eines Clusters nicht allein auf der Auswertung von Statistiken basieren darf, sondern weitere Informationen über die potentiellen Cluster eingeholt und in die Untersuchungen miteinbezogen werden müssen. Ein gravierender Nachteil dieser Methode liegt in der mangelnden Übertragbarkeit. Die Erfahrungswerte von Isaksen stammen aus den 1990er Jahren und beziehen sich auf statistische Betrachtungen für Norwegen (vgl. Boddin, Brenner 2010: 5).

In der Praxis hat sich auch der **Ellison-Glaeser-Index** als robust erwiesen, da er nicht nur die räumliche Ballung von selbständigen Unternehmen misst, sondern auch unternehmensexterne Skalenerträge, wie natürliche Standortbedingungen und Lokalisationsvorteile, schätzt (vgl. Alecke, Untiedt 2006b: 4ff.).

$$\gamma = \frac{\sum_{r=1}^M (s_r - x_r)^2 - (1 - \sum_{r=1}^M x_r^2) \cdot H}{(1 - \sum_{r=1}^M x_r^2) \cdot (1 - H)}$$

s_r - regionaler Anteil der Beschäftigten in einer Branche	
x_r - regionaler Beschäftigtenanteil an der Gesamtbeschäftigung in Deutschland	
H - Herfindahl-Index =	$H = \sum_{j=1}^N z_j^2$
	z - Beschäftigtenanteil eines Unternehmens j
	N - Anzahl der Firmen aus der Branche

Die Gleichung oberhalb des Bruches ergibt die Differenz aus dem tatsächlichen Ballungsgrad der Beschäftigten in der untersuchten Region subtrahiert um den Wert, der sich bei einer zufälligen Standortwahl der Unternehmen ergibt. Das Resultat dieser Subtraktion wird mit der Struktur der entsprechenden Branche gewichtet (vgl. Berthold, Rieger 2010: 7). Wenn sich für γ der Wert null einstellt, bedeutet das, dass es keine externen Skalenerträge gibt und sich die Unternehmen alle zufällig im Raum verteilt haben. Mit steigenden Werten nimmt die Branchenkonzentration in der entsprechenden Region zu. Empirische Untersuchungen der beiden Ökonomen führten zu der Überzeugung, dass Branchen mit einem Wert von bis zu 0,02 nur sehr wenig konzentriert sind, Wirtschaftszweige mit einem Wert von über 0,05 hingegen gelten als stark konzentriert (vgl. ebd.).

Im Ergebnis der Berechnung ergibt sich eine Schätzung der wirkenden Agglomerationskräfte, allerdings kann hier nicht zwischen den Ballungsursachen unterschieden werden. In den Studien von Alecke und Untiedt zur geografischen Konzentration aller Industrien in Deutschland variierten die optimalen Werte von Branche zu Branche, wobei diese insbesondere bei rohstoffintensiven Industrien höher lagen, was darauf zurückzuführen ist, dass „vielmehr die Wirtschaftszweige, die auf natürliche Ressourcenvorkommen und im starken Maße auf eine gut ausgebaute Infrastruktur angewiesen sind“ (ebd.: 8) geclustert sind, als die technologie- und forschungsintensiven Industrien (vgl. Alecke, Untiedt 2006b: 23).

Die von der Europäischen Union ins Leben gerufene Online-Plattform „European Cluster Observatory“ hat ebenfalls eine Methode zur Überprüfung von Clustervermutungen entwickelt. Bei Erfüllung einer Mindestbeschäftigtenzahl werden in einer einfachen Ergebnisdarstellung für drei verschiedene Kriterien Sterne vergeben. Einen Stern kann der potentielle Clusterkandidat erlangen, wenn dieser innerhalb der Size-Top-10% hinsichtlich der absoluten Beschäftigung liegt. Hierfür werden alle Cluster-Kandidaten einer Branche im Gesamttraum nach ihrer Beschäftigtenzahl in dieser Branche geordnet. Einen weiteren Stern gibt es für einen Wert des Standortquotienten von zwei oder mehr. Den dritten Stern erlangt ein Kandidat, wenn das potentielle Cluster einen Schwerpunkt in der Region darstellt. Hierfür wird wiederum der Anteil der Beschäftigten der entsprechenden Branche im Verhältnis zu den Beschäftigten des Gesamttraumes gemessen. Gehört der potentielle Cluster-Kandidat zu den Focus-Top-10% vergibt das European Cluster Observatory auch den letzten Stern (vgl. ECO 2006). Durch die starke Gewichtung von Beschäftigtenzahlen neigt die **Methode des Observatory star rating** dazu, beschäftigungsintensive Cluster zu bevorzugen. Hinzu kommt, dass insbesondere für kleinere Maßstabsebenen die Datenverfügbarkeit nicht flächendeckend gegeben ist, sodass Anpassung vorgenommen werden müssen (vgl. Boddin, Brenner 2010: 6). Ein weiterer Nachteil betrifft wiederum die willkürliche Festlegung von Grenzwerten.

Insgesamt bieten die vorgestellten Methoden erste Anhaltspunkte, um von Konzentrationsmaßen auf regionale Clusterpotentiale schließen zu können. Insbesondere einfache Bewertungssysteme und Ergebnisdarstellungen, wie Indexzahlen machen die Abschätzungen nachvollziehbar und bieten bei einheitlicher Bewertungsgrundlage eine gute Vergleichbarkeit. Jedoch lassen sich von den statistischen Maßen keine Rückschlüsse auf die tatsächlichen Kooperationsverflechtungen, geschweige denn deren Intensitäten und Qualitäten ziehen. „Häufig findet sich ein doppelter Fehlschluss [...]. Aus der räumlichen Nähe wird auf zwischenbetriebliche Verflechtungen geschlossen, die räumliche Nähe wird dann mit zwischenbetrieblichen Verflechtungen erklärt. Ähnlich wird aus

dem Vorhandensein intermediärer Institutionen auf deren Wirksamkeit geschlossen.“ (Rehfeld 1999: 38). Ein besserer Nachweis von Beziehungen kann durch qualitative Methoden erbracht werden.

3.2.2 Qualitative Ansätze der Bottom-Up-Analyse

Die auf qualitativen Methoden basierende Netzwerkanalyse misst die eigentliche Qualität von Verflechtungsbeziehungen und sollte daher als wesentlicher Bestimmungsgrund für die potentielle Entwicklung eines Clusters dienen. Die Identifikation und Analyse von Netzwerkbildungen und -zusammenhängen wird mittels mündlicher und schriftlicher Befragung aller zum potentiellen Cluster gezählten Unternehmen erforscht. Die Art der Fragen sollte sich dabei auf zwei konkrete Themenkreise beziehen (vgl. Krätke, Scheuplein 2001: 61f.). Zum einen steht die räumliche Dimension der Geschäftsbeziehungen der befragten Unternehmen im Mittelpunkt des Interesses, zum anderen die konkrete Ausgestaltung der Zusammenarbeit mit regionalen Geschäftspartnern und Institutionen. Im Ergebnis sind Angaben zu Formen, Dichte und Intensität der Beziehungen zu erwarten. Allerdings sind solche „Befragungen, die solche Informationen theoretisch erfassen können, [...] teuer und erfordern sehr detaillierte Informationen von den Unternehmen.“ (Barjak 2004: 10). Neben den monetären Belastungen gestaltet sich diese Vorgehensweise auch als sehr arbeits- und zeitaufwendig. Hinzu kommen die hohen Anforderungen an die Datenlage, die einerseits nicht immer vorhanden ist und sich andererseits aufgrund ihrer Komplexität auch nur schwer darstellen und auslegen lässt.

Um die Ergebnisse aus einer Untersuchung besser interpretieren zu können, eignet es sich diese anderen quantitativen und qualitativen Fallbeispielen sowie bekannten Netzwerken oder Clustern gegenüberzustellen. Eine direkte Vergleichbarkeit wäre in diesem Zusammenhang allerdings nur wenig sinnvoll und ließe sich auch kaum operationalisieren, da die jeweiligen standörtlichen Gegebenheiten und individuellen Branchenstrukturen dies nicht zulassen würden. Zudem enthalten selbst Fallstudien, die sowohl statistisches Datenmaterial als auch qualitative Daten vereinen, die gesamte Bandbreite der Schwächen der qualitativen Forschung, sodass auch in diesem Sinne kein einheitliches, allgemeingültiges Verfahren zur Identifizierung oder Abgrenzung von regionalen Clustern zu erwarten ist.

3.2.3 Verfahren der empirischen Wirtschaftsforschung für volkswirtschaftliche Analysen

Eine gute Annäherung an die mögliche Intensität von Transaktionsbeziehungen bietet die **Input-Output-Analyse**. Dieses Verfahren basiert auf statistischem Datenmaterial vom Handel zwischen verschiedenen Branchen und liefert somit Darstellungen der vielfältigen Bezugs- und Lieferverflechtungen eines Wirtschaftsraums (vgl. Hujer o.J.). Grundlage der Analyse ist eine Input-Output-Tabelle, in der eine deskriptive Auswertung vorgenommen wird. In der eigentlichen Analyse finden auch produktionstheoretische Modellannahmen Berücksichtigung. In der Tabelle dargestellt werden, nach Wirtschaftszweigen untergliedert, zum einen Güter, die während der Produktion verbraucht, verarbeitet oder umgewandelt werden (Input) und zum anderen die hierfür eingesetzten Produktionsfaktoren (primärer Input) sowie der Wert der produzierten Güter und erbrachten Dienstleistungen (Output) (vgl. Statistisches Bundesamt 2010).

Entsprechend der drei Quadranten lassen sich drei Teilmatrizen unterscheiden (s. Tab. 1). Die Inizies 1 bis n stellen dabei die verschiedenen Wirtschaftssektoren dar. Die rot unterlegte Tabelle bildet die Vorleistungsmatrix ab, sie beschreibt demnach die Vorleistungsverflechtungen zwischen den einzelnen Sektoren untereinander. Die Endnachfragematrix (hier blau) enthält die Lieferungen der Produktionssektoren für den Endverbrauch. Dies können Konsumgüter, Investitionsgüter und Exportgüter sein. In Verbindung mit der Vorleistungsmatrix ergibt sich für jede Zeile die Output-Struktur eines Sektors. Da sowohl in den Vorleistungen als auch in den Lieferungen an die Endnachfrage importierte Güter enthalten sind, werden diese am Ende jeder Zeile pauschal abgezogen. Die grün markierte Tabelle enthält die Wertschöpfung der Sektoren, in Form von Löhnen, Kapitaleinkünfte, Abschreibungen sowie indirekte Steuern abzüglich vermeintlicher Subventionen (primäre Inputs) und wird als Primäraufwandsmatrix bezeichnet. In Verbindung mit der Vorleistungsmatrix beschreiben die Spalten die Input-Struktur der Sektoren. Der Gesamtinput besteht aus den empfangenen Vorleistungen und den primären Inputs. (vgl. Hujer o.J.)

$a_{1,1}$	$a_{1,2}$...	$a_{1,n}$	C_1	I_1	X_1	$-M_1$
$a_{2,1}$	$a_{2,2}$...	$a_{2,n}$	C_2	I_2	X_2	$-M_2$
...
$a_{n,1}$	$a_{n,2}$...	$a_{n,n}$	C_n	I_n	X_n	$-M_n$
L_1	L_2	...	L_n	Tab. 1: vereinfachte Darstellung einer Input-Output-Tabelle.			
K_1	K_2	...	K_n	Quelle: eigene Darstellung nach Wikipedia 2013			
S_1	S_2	...	S_n				
D_1	D_2	...	D_n				

Die gesamte Tabelle der Input-Output-Rechnung stellt ein umfassendes Informationssystem dar, welches die gütermäßigen Verflechtungen einer Volkswirtschaft bei der Produktion von Waren und Dienstleistungen detailliert abbilden kann (vgl. Statistisches Bundesamt 2010). Die Spalten geben Informationen darüber, welche Vorprodukte und Produktionsfaktoren (Inputs) für die Produktion benötigt werden und in den Zeilen lassen sich Informationen ablesen, wofür die Produktion (Output) eines jeden Sektors verwendet wird. Die erste veröffentlichte Input-Output-Tabelle stammte 1936 von Wassily Leontief. Heute wird das Modell zur Erstellung nationaler Tabellen vom Statistischen Bundesamt sowie von großen Wirtschaftsforschungsinstitutionen, wie dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), genutzt. Für Auswertungen auf geringeren Maßstabsebenen fehlt häufig das Datenmaterial.

3.3 Untersuchung zur Ermittlung von Branchenschwerpunkten in Hamburg

Im Jahr 1994 veröffentlichten Läßle, Deecke und Krüger ihr Konzept der regionalen Wirtschaftscluster mit dem Titel: Strukturentwicklung und Zukunftsperspektiven der Hamburger Wirtschaft unter räumlichen Gesichtspunkten. „Die Untersuchung enthält einen methodischen Ansatz zur Entwicklung von Kriterien für die Bildung und Abgrenzung der Wirtschaftscluster, die auf der statistischen Grundlage der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und deren Gliederung nach 96 Wirtschaftszweigen aufbaut.“ (Baumgart 2001: 232). Im Gegensatz zur Auffassung des Hamburger Senats, betrachteten die drei Autoren nicht nur Teilbereiche der Hamburger Wirtschaft, sondern analysierten die Gesamtökonomie der Stadt, wobei sie in ihre Überlegungen sowohl überregionale Kriterien, wie vergleichbare Marktbedingungen, Produktions- und Wertschöpfungsketten als auch regionspezifische Eigenschaften, wie die Bedeutung von gewachsenen Verflechtungen, gemeinsame Arbeitsmärkte, Standort- und Infrastrukturen sowie Flächennutzungen einbezogen. Sie ordneten Branchen und Sektoren zu zusammenhängenden Funktionsbereichen und ermittelten im Ergebnis elf Wirtschaftscluster.

Aufgrund der bestehenden Förder- beziehungsweise Clusterstruktur der Freien und Hansestadt Hamburg ist eine Übertragung dieser methodischen Vorgehensweise zur Identifizierung weiterer potentieller Cluster, wenn überhaupt, nur begrenzt vorstellbar. Näherungsweise müssten zunächst die Wertschöpfungsketten eines möglichen Clusters identifiziert und die Anzahl der Beschäftigten qualifiziert werden (vgl. Stülten 2005: 32). Über eine Befragung der beteiligten Akteure in Unternehmen, Politik und Verwaltung sowie wissenschaftlichen Institutionen der rekonstruierten Wertschöpfungskette schließe sich eine Netzwerkanalyse an. Für die Ermittlung von Branchenschwerpunkten in Hamburg im Rahmen dieser Untersuchung wurde eine angepasste Vorgehensweise gewählt, wobei im Unterschied zum Ansatz von Läßle, Deecke und Krüger nicht die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Ausgangspunkt waren, sondern unter dem Kriterium des Vorhandenseins einer kritischen Masse die Anzahl der ansässigen Unternehmen je Wirtschaftsbranche ausgewertet wurde.

Jeder Unternehmer oder in anderer Art und Weise Selbständiger mit einem Firmensitz in Deutschland ist grundsätzlich verpflichtet in einer berufsständischen Körperschaft des öffentlichen Rechts Mitglied zu sein. Alle Gewerbetreibenden und Unternehmen mit Ausnahme reiner Handwerksunternehmen, Landwirtschaften und Freiberufler, die nicht im Handelsregister geführt werden, gehören per Gesetz einer jeweilig regional agierenden Industrie- und Handelskammer an. In der Hansestadt Hamburg nimmt die Handelskammer Hamburg die Aufgaben der Selbstverwaltung der regionalen Wirtschaft, wie etwa die Vertretung gegenüber dem Staat oder die Wahrnehmung von Verwaltungsaufgaben auf wirtschaftlichem Gebiet (vgl. IfK 2013), wahr. Aus diesem Anlass werden die Firmendaten der Mitglieder erfasst.

Für einen ersten Überblick über die Branchenschwerpunkte in der Freien und Hansestadt Hamburg wurde daher eine Auswertung der bei der Handelskammer Hamburg vorgehaltenen Datensätze vorgenommen. In der unternehmenseigenen Datenbank IHK-Musis sind die Betriebe gemäß Klassifikation der Wirtschaftszweige in einem acht-stelligen Verschlüsselungscode einem von 3.500 Wirtschaftszweigen zugeordnet (vgl. HK o.J.a). Die Datenbank IHK-Musis ist eigentlich ein Geoinformationssystem, das bedeutet, dass die Firmendaten mit digitalen Karten des Landesbetrieb Geoinformation und Vermessung verknüpft sind und somit themenspezifische Recherchen und Analysen zu Wirtschaftsstrukturen erstellt werden können. Die Idee für das System stammte 2008 von der Handelskammer Hamburg und wurde seitdem gemeinsam mit elf weiteren Industrie- und Handelskammern aus dem norddeutschen Raum stetig weiterentwickelt (vgl. ebd.). Die Datenbank enthält Angaben zu den allgemeinen Firmenkontaktdaten, dem Gründungsdatum, dem Niederlassungstyp und der Rechtsform sowie den Beschäftigtenzahlen und Ausbildungsplätzen eines Betriebes. Da die Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH, die Anlaufstelle für alle Unternehmen, die im Wirtschaftsraum Hamburg expandieren, sich umstrukturieren oder neu ansiedeln wollen, einen besonderen Schwerpunkt auf Branchen des produzierenden Gewerbes legt, erfolgte die Auswertung der Daten auf der Gebietshierarchie des Landes Hamburg nach Definition des Statistischen Amtes (vgl. Statistikamt Nord 2013) zunächst für die Wirtschaftsabschnitte Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden (B), Verarbeitendes Gewerbe (C), Energieversorgung (D), Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen (E) sowie für das Baugewerbe (F).

Da für einen Branchenschwerpunkt und für die Möglichkeit zur Initiierung von Netzwerken eine gewisse kritische Masse an Unternehmen an einem Standort notwendig ist, werden in der Übersichtstabelle Tab. 2 die Branchen des produzierenden Gewerbes mit den jeweiligen Angaben zur Anzahl der bei der Handelskammer Hamburg registrierten Unternehmen dargestellt. Bei der Recherche wurde eine kleine Einschränkung bei der Kategorie Rechtsform der Unternehmen vorgenommen. Da die Datenbank IHK-Musis alle bei der Handelskammer Hamburg registrierten Gewerbetreibenden mit einem Gewerbeschein erfasst, sind auch Teilnehmer des gewerblich-industriellen Erwerbslebens, deren Betriebe nach Art und Umfang keine kaufmännischen Geschäftsbetriebe erfordern, so genannte Kleinstgewerbetreibende inbegriffen (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon o.J.b). Da solch ein Kleingewerbe im Prinzip jede natürliche und juristische Person anmelden kann, dieses in der Regel aber nur aus einem Beschäftigten besteht und meist auch nur eine untergeordnete Bedeutung für die Wirtschaftskraft hat, würden diese in der Gesamtbetrachtung das Bild der Anzahl der Unternehmen stark verfälschen. Laut Rechtsstellung ist ein Kleingewerbetreibender nur Kaufmann, wenn er im Handelsregister eingetragen ist (§ 2 HGB). Daher wurden für die Untersuchung auch nur die im Handelsregister vermerkten Unternehmen recherchiert.

WZ 2008	WZ 2008 – Bezeichnung	Anzahl der Unternehmen
B 05	Kohlenbergbau	0
B 06	Gewinnung von Erdöl und Erdgas	4
B 07	Erzbergbau	0
B 08	Gewinnung von Steinen, Erden, sonstiger Bergbau	15
B 09	Erbringung von Dienstleistungen für den Bergbau u. für die Gewinnung von Steinen u. Erden	2
C 10	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	228
C 11	Getränkeherstellung	23
C 12	Tabakverarbeitung	10
C 13	Herstellung von Textilien	57
C 14	Herstellung von Bekleidung	53
C 15	Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen	6
C 16	Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korbwaren (ohne Möbel)	40
C 17	Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus	21
C 18	Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielt. Ton-, Bild- u. Datenträgern	303
C 19	Kokerei und Mineralölverarbeitung	16
C 20	Herstellung von chemischen Erzeugnissen	132
C 21	Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	52
C 22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	82
C 23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	70
C 24	Metallerzeugung und -bearbeitung	18
C 25	Herstellung von Metallerzeugnissen	127
C 26	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen	188
C 27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	73
C 28	Maschinenbau	189
C 29	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	15
C 30	Sonstiger Fahrzeugbau	116
C 31	Herstellung von Möbeln	25
C 32	Herstellung von sonstigen Waren	169
C 33	Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstungen	58
D 35	Energieversorgung	493
E 36	Wasserversorgung	10
E 37	Abwasserentsorgung	22
E 38	Sammlung, Behandlung und Beseitigung von Abfällen; Rückgewinnung	103

E 39	Beseitigung von Umweltverschmutzungen und sonstige Entsorgung	12
F 41	Hochbau	393
F 42	Tiefbau	48
F 43	Vorbereitende Baustellenarbeiten, Bauinstallation und sonstiges Ausbaugewerbe	456

Tab. 2: Übersicht zur Anzahl der Unternehmen für das produzierende Gewerbe in Hamburg.

Quelle: eigene Darstellung nach Online-Portal IHK-Musis der Handelskammer Hamburg zum Stand März 2013

Aus der Verteilung der Unternehmensanzahl lassen sich verschiedene Schwerpunkte in der Hamburger Wirtschaftsstruktur erkennen. Um eine Art kritische Masse beziehungsweise zunächst einem eine Mindestanzahl von Unternehmen feststellen zu können, wird die Gesamtanzahl von 3.629 Unternehmen in den Bereichen des produzierenden Gewerbes den 37 verschiedenen Wirtschaftsabteilungen gegenübergestellt. Bei einer rein rechnerischen Betrachtung müssten jedem Wirtschaftszweig im Durchschnitt etwa 98 Betriebe zugerechnet werden können. Daher ist davon auszugehen, dass Branchen mit einer niedrigeren Anzahl an Unternehmen keinen Schwerpunkt in der Hamburgischen Wirtschaft darstellen. Allerdings ergänzen sich einzelne Wirtschaftsabteilungen thematisch, sodass diese bei der Betrachtung von Branchenschwerpunkten zusammengefasst werden sollten. Aufsteigend nach der Anzahl der Unternehmen ergeben sich folgende potentielle Schwerpunkte:

- Mode und Textil (C 13 + C 14 + C 15) 116 Unternehmen
- Fahrzeugbau (C 29 + C 30) 131 Unternehmen
- Ressourcenwirtschaft (E 37 + E 38 + E 39) 137 Unternehmen
- Metallerzeugnisse (C 24 + C 25) 145 Unternehmen
- Herstellung von chem. und pharm. Erzeugnissen (C 20 + C 21) 184 Unternehmen
- Maschinenbau (C 28) 189 Unternehmen
- Lebensmittel (C 10 + C 11) 251 Unternehmen
- Elektronik (C 26 + C 27) 261 Unternehmen
- Baugewerbe (F 41 + F 42 + F 43) 897 Unternehmen

Weitere Branchen, die zwar die selbstbestimmte Mindestanzahl an Unternehmen erreichen, aber aufgrund ihrer ausgeprägten Branchenheterogenität keinen Schwerpunkt im eigentlichen Sinne darstellen, sind die Wirtschaftsabteilungen Herstellung von sonstigen Waren (C 32, 169 Unternehmen) und Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- u. Datenträgern (C 18, 303 Unternehmen). Auch der Bereich der Energieversorgung (D 35) ist mit 493 Unternehmen erklärungsbedürftig. Erst bei genauerer Recherche zeigt sich, dass insbesondere die Wirtschaftsgruppe Elektrizität (D 35.1, 456 Unternehmen) einen Anteil von knapp 92,5 Prozent an der Wirtschaftsabteilung ausmacht. Eine mögliche Erklärung liegt darin, dass bei dieser Zählung auch private Haushalte mit einem netzeinspeisendem Gerät registriert werden und die Zahl der eigentlichen Stromversorgungsunternehmen verfälscht wird.

Eine wesentliche Maßgabe für die Untersuchung von Förderbedarfen und Möglichkeiten zur Initiierung von Netzwerken an einem ausgewählten Branchenschwerpunkt stellt das Nicht-Vorhandensein von clusterbasierten Entwicklungs- und Förderstrategien in der Hansestadt Hamburg dar. Daher fallen weitere potentielle Schwerpunkte aus der Betrachtung. Der Bereich Mode und Textil wird bereits als ein Teilmarkt von der Kreativwirtschaft abgedeckt. Ein Großteil der Unternehmen aus den Bereichen Herstellung von chemischen sowie pharmazeutischen Erzeugnissen

werden je nach Ausprägung entweder der Gesundheitswirtschaft oder dem Cluster LifeScience zugezählt werden können. Für die Unternehmen der Lebensmittelindustrie ist ebenfalls bereits eine Projektinitiative der Süderelbe AG mit dem Fokus auf die Ernährungswirtschaft gestartet, an dem sich auch die Hamburger Unternehmen beteiligen. Auch hinter dem großen Anteil von Unternehmen des sonstigen Fahrzeugbaus im Bereich Fahrzeugbau verbergen sich Unternehmen des Schiffs- und Bootsbau sowie des Luft- und Raumfahrzeugbau, die bereits vom Maritimen beziehungsweise Luftfahrtcluster mit speziellen innovationsorientierten Maßnahmen zur Netzwerkarbeit gefördert werden. Daneben gibt es in Hamburg Ansiedlungen der Kraftfahrtindustrie bestehend aus lediglich vier Unternehmen, die im Kernbereich des Fahrzeugbaus tätig sind, und eine Reihe von Zulieferern. Eine potentielle Netzwerkstruktur könnte in diesem Bereich durchaus vorliegen, aufgrund der geringen Anzahl an Unternehmen eignet sich diese Branche jedoch nicht als Schwerpunkt für die weitere Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit.

Es bleiben fünf potentielle Schwerpunkte, die für eine weitere Beschäftigung mit den branchenspezifischen Strukturen und eine Untersuchung zu Förderbedarfen und Ansatzpunkten der netzwerkartigen Zusammenarbeit in Frage kommen würden. Den die Unternehmensanzahl betreffend größten Branchenschwerpunkt bildet dabei das Baugewerbe. Die Zusammensetzung dieses umfassenden Wirtschaftsbereiches kann als sehr heterogen beschrieben werden, dennoch wären gemeinsame Interessen und Bedürfnisse der Branche nicht auszuschließen, auch wenn es bundesweit bisher nur wenige innovationsorientierte Netzwerke, geschweige denn Clusterinitiativen für diesen Wirtschaftszweig gibt. Ein anderes Problem stellt sich allerdings bei der methodischen Umsetzung, denn die Bauwirtschaft umfasst neben der Bauindustrie (mittelständische und große Unternehmen) auch das Baugewerbe (handwerkliche Betriebe). Da viele der Gewerke handwerklich geprägt sind und diese Berufsgruppen überwiegend Mitglieder der Handwerkskammer sind, macht eine Untersuchung nach Förderbedarfen und potentiell Interesse nach Netzwerkarbeit ohne die Befragung dieser Unternehmen nur wenig Sinn. Eine Vernachlässigung der Meinung dieser Betriebe würde lediglich ein verzerrtes und unvollständiges Bild ergeben und aufgrund der geringen Aussagekraft keine Akzeptanz unter den wirtschaftsfördernden Akteuren finden.

Eine weitergehende Untersuchung des Schwerpunktes Ressourcenwirtschaft wurde nach Abstimmungsgesprächen mit der Handelskammer Hamburg und der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung ebenfalls zurückgestellt, da ein ausreichender Rücklauf von Fragebögen bei solch einer geringen Anzahl an Unternehmen nicht sichergestellt ist und insbesondere die Handelskammer Hamburg nach eigener Aussage bereits mit vielen Unternehmensvertretern dieser Branchen im Kontakt sowie im Austausch steht.

Bei Betrachtung der letzten drei Branchenschwerpunkte Metallerzeugnisse, Elektroindustrie und Maschinenbau fällt auf, dass deren Unternehmenstätigkeiten und Wertschöpfungsketten nicht allzu weit voneinander entfernt sein dürften. Insbesondere die Maschinenbauindustrie Hamburgs kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Im Wirtschaftszweig des Maschinenbaus werden Anlagen, Maschinen und Komponenten zur Produktion sowie zur Förderung von Gütern entwickelt, produziert und vertrieben (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 1). Die Produktpalette zeigt jedoch, dass sich diese Branche nur schwer als Einheit darstellen lässt. Gleichwohl sind aber auch technologische Schnittmengen in Teilgebieten der Branche denkbar und insbesondere von Gemeinsamkeiten der Politikbedürfnisse in den Unterbranchen des Maschinenbaus kann grundsätzlich ausgegangen

werden (vgl. HK 2006: 41). Bereits im 2007 letztmalig offiziell fortgeschriebenen Masterplan Industrie der Freien und Hansestadt Hamburg ist die Prüfung der Interessenslage am Aufbau eines Clusters Maschinenbau von Bedeutung (vgl. Hamburg.de o.J.b: 6). Hierzu wurde eine Umfrage unter den Maschinenbau-Unternehmen unter Berücksichtigung bereits existierender Vernetzungsansätze angedacht. Nach Aussage der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation hat die Handelskammer Hamburg seinerzeit, etwa in 2008/ 2009, eine Umfrage unter ihren Mitgliedern aus dem Sektor Maschinenbau durchgeführt. Es wurde mitgeteilt, dass die Unternehmen des Maschinenbaus allgemein wenig Interesse am Aufbau eines Clustermanagements hätten, weil der Sektor dafür zu heterogen sei. Daraufhin wurden die Pläne für einen Clusteraufbau im Bereich des Maschinenbaus verworfen und auch in der geplanten offiziellen Fortschreibung für 2013 wird nicht mehr mit einer Erwähnung gerechnet (Aussage Interviewpartner 3). Auf welche Weise diese Überprüfung beziehungsweise diese Umfrage durchgeführt wurde, konnte leider nicht belegt werden.

Hinsichtlich einer Zusammenfassung mit den Branchen der Metallerzeugnisse und der Elektronik kann auf eine Untersuchung von Prof. Dr. Läßle, Dr. Endres und Dipl.-Pol. Bukold verwiesen werden, die bereits in den 1980er Jahren feststellten, dass der Maschinenbau „seine traditionellen Branchengrenzen immer stärker überschritten hat“ (Läßle, Endres, Bukold 1990: 1). Wobei vor allem bei der heterogen geprägten Branche der Elektroindustrie eine vertiefende Auswahl an Wirtschaftszweiguntergliederungen vorgenommen werden muss, um die entsprechend kompatiblen Bereich mit dem Maschinenbau zu erfassen.

In der folgenden Tabelle Tab. 3 sind die für die Berechnung des Standortquotienten (SQ) notwendigen statistischen Maße, die Beschäftigtenzahlen der jeweiligen Branchen, aufgeführt. Anhand der vorliegenden Daten lassen sich für die gewählten Branchen im nächsten Schritt (s. Tab. 4) die Standortquotienten für verschiedene Bezugsräume berechnen. Die Hamburger Unternehmen stehen, abgesehen vom internationalen Wettbewerb, vor allem in Konkurrenz zu Mitbewerbern in der Bundesrepublik, dem norddeutschen Raum und der Metropolregion. Die Daten für die Kreise und kreisfreien Städte der Metropolregion Hamburg waren auf zwei-Steller-Ebene für die verschiedenen Wirtschaftszweige weder in den Statistischen Jahrbüchern der Länder noch im Statistikportal der Metropolregion Hamburg selbst hinterlegt. Daher sind als Bezugsräume zum einen das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland und zum anderen die Regionsabgrenzungen durch die Länder Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern beziehungsweise diese zusätzlich ergänzt um die Bundesländer Niedersachsen und Bremen gewählt worden.

WZ 2008	Beschäftigte in Hamburg im Jahr 2012	Beschäftigte in der BRD im Jahr 2012	Beschäftigte in HH, SH, MV im Jahr 2012	Beschäftigte in HH, SH, MV, NDS,HB im Jahr 2012
insges.	869.854	29.413.604	2.282.216	5.235.650
C 24	3.613	254.430	5.921	24.808
C 25	1.816	636.963	15.510	59.576
C 26	4.520	280.903	12.705	25.775
C 27	1.733	404.142	8.045	33.649
C 28	10.386	999.513	36.593	98.900

Tab. 3: Angaben zu Beschäftigungszahlen zum Stand September 2012.

Quelle: Genesis 2013; Statistikamt Nord o.J.

Branche	SQ Bezugsraum BRD	SQ Bezugsraum HH-SH-MV	SQ Bezugsraum HH-SH-MV-NDS-HB
C 24	0,48	1,60	0,88
C 25	0,10	0,31	0,18
C 26	0,65	0,93	1,06
C 27	0,15	0,57	0,31
C 28	0,35	0,75	0,63

Tab. 4: Berechnungsergebnis ausgewählter Konzentrationsmaße.

Quelle: eigene Erstellung nach Genesis 2013; Statistikamt Nord o.J.

Die Berechnungen der verschiedenen Konzentrationsmaße je Wirtschaftszweig und Bezugsraum führen für die Verhältnisgleichung der Beschäftigten Hamburgs und der Bundesrepublik Deutschland zu sehr niedrigen Ergebnissen. Dies bedeutet einerseits, dass die entsprechenden Branchen in Hamburg gegenüber dem Bezugsraum BRD nicht im besonderen Maße konzentriert sind. Andererseits könnte dies aber auch ein Indiz dafür sein, dass der Bezugsraum zu groß gewählt wurde. Bei der Betrachtung der Werte für die beiden länderbezogenen Bezugsräume nähern sich diese schon häufiger dem Schwellenwert von „eins“. In jeweils einer Branche überschreiten sie diesen sogar. Für die Wirtschaftszweige Metallerzeugung- und Bearbeitung (C24), Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen (C26) und zumindest im Bezugsraum Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern für den Wirtschaftszweig Maschinenbau (C28) lassen sich Ansätze der Unternehmenskonzentration in Hamburg feststellen. Allerdings muss gerade für den Zweig C26 eine explizite Einschränkung vorgenommen werden. Im Hinblick auf die schwerpunktmäßige Ausrichtung des Maschinenbaus sind aus diesem Wirtschaftszweig längst nicht alle Wirtschaftsgruppen interessant. Die Beschäftigtenzahlen ließen sich aber nur für den gesamten Wirtschaftszweig recherchieren.

Einen Nachweis von räumlicher Konzentration für die ausgewählten Branchen in Hamburg liefern die ausgewiesenen Branchenschwerpunkte in den Gewerbeflächenkonzepten der Bezirke. Immerhin werden für drei Gewerbegebiete gewerbliche beziehungsweise industrielle Schwerpunkte in dem Bereich Maschinenbau ausgewiesen:

- Bergedorf, Kurt-A.-Körper-Chaussee (25,80 ha) Maschinenbau
- Harburg, Neuenfelde (15,90 ha) Werft + Maschinenfabrikation
- Wandsbek, Wragekamp (4,50 ha) Engineering und Handel

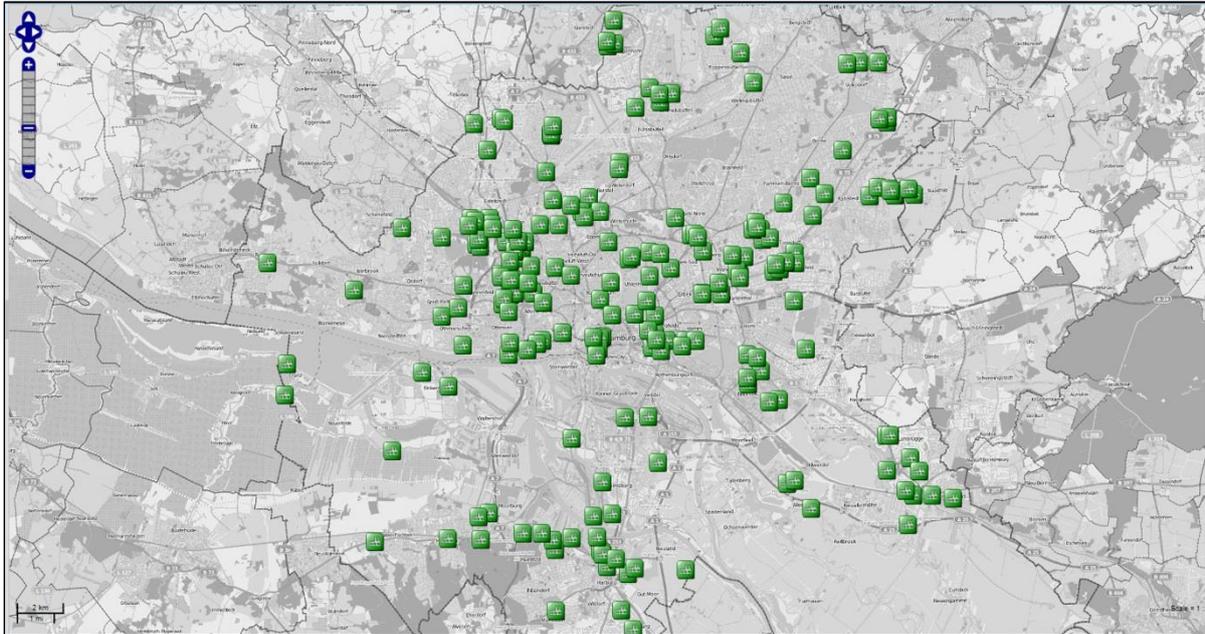


Abb. 12: Verteilung der Unternehmen des Wirtschaftszweiges Maschinenbau in Hamburg.

Quelle: Online-Portal IHK-Musis der Handelskammer Hamburg zum Stand März 2013

Nachdem nun eine Festlegung auf eine Kombination von einzelnen Schwerpunkten unter dem Betrachtungsschwerpunkt des Maschinenbaus stattgefunden hat, sollen im nächsten Schritt die potentiell zu befragenden Unternehmen ermittelt werden. Hierfür werden die einzelnen Wertschöpfungsketten, um die eruierten Branchenschwerpunkte rekonstruiert. Bei der Quantifizierung der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Wertschöpfungsketten stehen zwei Sichtweisen im Vordergrund, die einen wesentlichen Teil dieses Leistungsprozesses abdecken (vgl. Lichtblau 2008: 4). Eine Form der Auslegung umfasst ausschließlich das betreffende Gewerbe und den dazugehörigen Vorleistungsverbund. Analysiert werden können hier, welche Branchen zentral für das Gewerbe sind. In einer erweiterten Sicht kann die Wertschöpfungskette aber auch zusätzlich um die relevanten Leistungen anderer Branchen, wie Rohstofflieferung, industrielle Vorleistungen, Logistik, unternehmensnahe Dienstleistungen, Finanzdienste etc., verstanden werden. Hierfür werden relevante Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen außerhalb des eigentlichen Gewerbes mit anteilig höherem und niedrigerem Beitrag ermittelt. Dabei kann es durchaus vorkommen, dass Branchen in der Betrachtung hinzukommen, die fast ausschließlich relevante Produkte und Dienste für das Gewerbe erstellen und demnach eigentlich zum Kern der Wertschöpfungskette gehören müssten (vgl. ebd.: 6f.). Daher bietet sich eine Unterteilung der relevanten (Teil-)Branchen in einen inneren und einen äußeren Kern an.

Für die Untersuchung der gewählten Branchenschwerpunkte wurde die Datenbank IHK-Musis der Handelskammer Hamburg erneut nach Unternehmen bestimmter Wirtschaftsgruppen der Abschnitte Handel (G), Verkehr und Lagerei (H), Information und Kommunikation (J), Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen (M), sonstigen wirtschaftlichen (N) sowie sonstigen Dienstleistungen (S) ausgewertet. Im Ergebnis stellt sich die potentielle Auswahl an Wirtschaftszweigen für eine Befragung der dazugehörigen Unternehmen wie folgt dar:

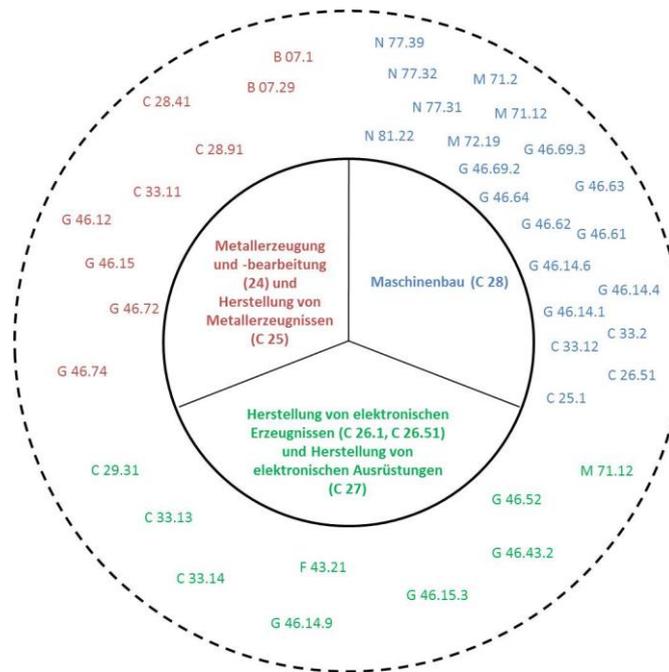


Abb. 13: Kernunterbranchen der Wertschöpfungsketten.

Quelle: eigene Darstellung nach Lichtblau 2008: 8

Auf Grundlage der Rekonstruktion der Wertschöpfungsketten wurden aus der Datenbank IHK-Musis die Kontaktdaten der potentiell zu befragenden Unternehmen recherchiert. An dieser Stelle sei erwähnt, dass die bei der Handelskammer Hamburg registrierten Unternehmen die Möglichkeit haben, einer Weitergabe ihrer Daten zu widersprechen. Dies führt zu einer Einschränkung der Gesamtanzahl von recherchierten Unternehmen. Erfahrungswerte bei der Handelskammer Hamburg deuten allerdings darauf hin, dass dies aber nur eine Quote von weniger als zehn Prozent ausmacht. Für den Bereich des inneren Kerns wurden insgesamt 345 Unternehmen, für den äußeren Kern 1338 Unternehmen identifiziert. Da insbesondere die Unternehmen des Großhandels allein einen Anteil von fast 46 Prozent aller zu befragenden Unternehmen ausmachten, wurde die Auswahl bei einzelnen spezifischen Wirtschaftszweigen mit vielen ansässigen Unternehmen reduziert. Ebenfalls aus der Auswahl entfernt, wurden Unternehmen mit Postanschriften außerhalb Hamburgs, da die räumliche Ausdehnung der Erhebung bereits im Vorhinein auf die administrativen Grenzen der Hansestadt beschränkt worden waren. Letztendlich wurden 1448 Unternehmensfragebögen von der Handelskammer Hamburg verschickt, wobei sich folgende Aufteilung nach Branchenschwerpunkten ergab:

- 241 Betriebe der Metallerzeugung und -bearbeitung, Herstellung von Metallerzeugnissen und weiteren der Wertschöpfungskette zugehörigen Branchen
- 260 Betriebe der Elektroindustrie, hier vor allem Unternehmen der Leistungselektronik und weitere auf den Maschinenbau ausgerichtete Firmen
- 947 Maschinenbauunternehmen inklusive der unternehmensorientierten Dienstleister, wie Ingenieurbüros oder auf die Forschung und Entwicklung spezialisierte Unternehmen, welche knapp die Hälfte der Befragten in diesem Bereich ausmachen.

Zur Unterscheidung der beantwortet zurückgekommenen Fragebögen nach den drei Branchenschwerpunkten, wurden diese im Vorfeld mit verschiedenen Schlussformeln versehen.

4. Wirtschaftsförderung der Freien und Hansestadt Hamburg

Unter dem Begriff Wirtschaftsförderung sind allgemein gesprochen „wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Steigerung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen“ (Bibliographisches Institut GmbH 2013) zu verstehen. In der Bundesrepublik Deutschland ist bedingt durch die verfassungsrechtlichen Aufgabenteilungen zwischen den föderativen Ebenen bestimmt, dass jedes Bundesland seine eigene Wirtschaftsförderung betreibt (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon o.J.c). Besonders wichtige Angelegenheiten werden als Gemeinschaftsaufgaben zusammen vom Bund und den Ländern durchgeführt. Aber auch auf der supranationalen Ebene der Europäischen Union wird sich mit derartigen Obliegenheiten befasst und Richtlinien und Bestimmungen erlassen. Hinzu kommen die regionale und die kommunale Ebene, auf denen ebenfalls Wirtschaftsförderung betrieben wird. Doch obwohl Kreise, Städte und Gemeinden den kommunalverfassungsrechtlichen Auftrag haben, „innerhalb der Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit die für die wirtschaftliche, soziale und kulturelle Betreuung ihrer Einwohner erforderlichen Einrichtungen zu schaffen“ (Wied 2012: 1), findet sich der Begriff der Wirtschaftsförderung nicht in maßgeblichen Gesetzen oder anderweitigen Verordnungen (vgl. ebd.). Sie gehört demnach nicht zu den Pflichtaufgaben der Kommunen, sondern wird von ihnen oftmals als freiwillige Aufgabe der Daseinsversorgung für die örtliche Gemeinschaft im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung (Art. 28 GG) in eigener Verantwortung wahrgenommen (vgl. ebd.: 1f.). Die konkrete Durchführung wird dabei häufig auch auf spezialisierte Wirtschaftsförderungsinstitutionen übertragen.

Sowohl der Staat als auch die Kommunen haben ein ökonomisches Interesse an steigenden Steuereinnahmen, der Sicherung und dem Zuwachs an Arbeitsplätzen sowie dem Erhalt von Investitionen in die Infra- und Wirtschaftsstruktur durch Attraktivitätsgewinn des eigenen Standortes. Daher besteht eine zentrale Aufgabe der Wirtschaftsförderung darin, Vorhaben von ausländischen und inländischen Investoren in der Region zu unterstützen. Hierfür gibt es eine Vielzahl von Ansätzen, die sich hinsichtlich der Zielgruppenorientierung in drei Hauptformen gliedern:

- sektorale oder branchenbezogene Fördermaßnahmen
- regionale Wirtschaftsförderung
- Förderungen zugunsten bestimmter Unternehmensgruppen oder wirtschaftlicher Tätigkeiten, wie Existenzgründungs-, Mittelstands- oder Forschungs- und Entwicklungsförderung (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon o.J.c)

Handlungsfeldorientiert lässt sich aber auch zwischen exogener und endogener Wirtschaftsförderung unterscheiden. Bei der exogenen Wirtschaftsförderung wird die Ansiedlung und Förderung von Unternehmen in einer bestimmten Gegend angestrebt. Die endogene Wirtschaftsförderung hingegen konzentriert sich auf die bestehenden Unternehmen und unterstützt diese durch Maßnahmen, wie der finanziellen Förderung mit Subventionen und Gewährung von Vorzugskrediten oder die aktive Innovationsförderung durch den Aufbau und die Moderation von Wirtschaftsclustern (vgl. Mittelstandsfoerderung.de 2011-2012). Auf der kommunalen Ebene sind zumindest die Möglichkeiten zur finanziellen Förderung von Unternehmen durch Grundsätze der kommunalen Finanzverfassung und des Haushaltsrechts stark eingeschränkt (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon o.J.c). Hier gehören vor allem die Bestandspflege und das Standortmarketing zu den Hauptaufgaben der

Wirtschaftsförderung. Diese werden vor allem durch Service- und Beratungsleistungen, aber auch mit Hilfe von planerischen Instrumenten, wie der Bauleitplanung, Ausweisung von Gewerbeflächen und der Gestaltung von Mietkonditionen und Immobilienkaufpreisen gefördert.

Da jede der Ebenen auf unterschiedliche Bedürfnisse reagiert und verschiedene, wirtschaftsfördernde Aufgaben wahrnimmt, führen die differenzierten Verständnisse auch zu diversen Auslegungen hinsichtlich des Begriffs der Wirtschaftsförderung. Die deutschlandweit tätige Institution der Kommunalen Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsmanagement, ein von Gemeinden, Städten und Kreisen getragenes Entwicklungszentrum des kommunalen Managements (vgl. KGSt 2013). Sie greift in ihrer Definition unterschiedliche Themenfelder und Handlungsansätze auf und fokussiert sich nicht nur auf die Wirtschaftsunternehmen, sondern betrachtet auch Behörden, Verbände und nicht erwerbsorientierte Einrichtungen als Zielgruppe: „Kommunale Wirtschaftsförderung umfasst alle Maßnahmen zur Verbesserung der Faktoren, die die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen. Dies gilt sowohl für die sogenannten harten Faktoren (z.B. Gewerbeflächen, Infrastruktur, überörtliche Verkehrsanbindung) als auch für die sogenannten weichen Faktoren (z. B. Bildungs- und Kulturangebot, Attraktivität der Stadt).“ (KGSt 1990: 14).

Einen eher ganzheitlichen Ansatz, der sowohl die wirtschaftsfördernden Aktivitäten auf Bundes- als auch kommunaler Ebene erfasst, liefert das Gabler Wirtschaftslexikon. Hier werden unter Wirtschaftsförderung alle „Maßnahmen der Wirtschaftspolitik zur selektiven Begünstigung bestimmter wirtschaftlicher Tatbestände oder Verhaltensweisen“ (Gabler Wirtschaftslexikon o.J.c) verstanden. Diese sind von anderen, gesamtwirtschaftlich wirkenden Maßnahmen, etwa zur Konjunktur- oder Wachstumsbelebung abzugrenzen (vgl. ebd.). Einen weiteren definitorischen Unterschied gibt es auch hinsichtlich der Maßnahmen der kommunalen Wirtschaftsförderung, „die auf kommunaler Ebene selbständig und eigenverantwortlich, auch im Rahmen der kommunalen Finanzhoheit, durchgeführt werden.“ (Gabler Wirtschaftslexikon o.J.d).

4.1 Wirtschaftsförderung auf gesamtstädtischer Ebene

Die Freie und Hansestadt Hamburg ist als Stadtstaat Bundesland und Stadt zugleich. Der erste Bürgermeister übernimmt gemeinsam mit zehn Senatoren die politische Führung der Landesregierung. Daneben gibt es mit der Senatskanzlei und dem Personalamt zwei weitere Senatsämter, die ressortübergreifende Aufgaben innehaben. Die Senatoren und Senatorinnen leiten als Präses jeweils eine der Fachbehörden, welche in Hamburg den Ministerien in den Bundesländern entsprechen. Die zehn Fachbehörden gliedern sich wiederum in zahlreiche Ämter und Abteilungen. Neben ministerialen Angelegenheiten, wie die strategische Planung und Steuerung des Stadtstaates, nehmen sie gemeinsam mit den Bezirken auch kommunale Aufgaben wahr.

Die oberste Zielsetzung der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (BWVI) ist die Förderung der Hamburger Wirtschaft, welche durch die Unterstützung unternehmerischer Aktivitäten, die Sicherung eines hohen Beschäftigungsvolumens und die Schaffung nachhaltiger Verkehrsinfrastrukturen ausgestaltet wird (vgl. FHH 2012: 101). Ausgewählte, wirtschaftsfördernde Aufgaben und Zuständigkeiten der Behörde sind die Sicherung und Weiterentwicklung positiver Rahmen- und Standortbedingungen, die Standortpolitik und -förderung auf überregionaler, regionaler und lokaler Ebene, die Förderung von An- und Umsiedlung sowie Erweiterung von

Unternehmen in Zusammenarbeit mit der HWF, der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH, die Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen, unternehmerischer Innovationen und die Förderung von Existenzgründern sowie die Kooperation mit den norddeutschen Ländern und der Metropolregion Hamburg (vgl. ebd.).

4.1.1 Referat Wirtschaftsförderung

Das Referat Wirtschaftsförderung ist dem Amt für Wirtschaftsförderung, Außenwirtschaft und Agrarwirtschaft unterstellt. Es kümmert sich im Wesentlichen um verbesserte Standortbedingungen, in dem es bei der Gestaltung von Rahmenbedingungen für wirtschaftliche Aktivitäten in den Bereichen der Stadt- und Regionalplanung mitwirkt, Gewerbebrachen im Zusammenhang des Gewerbeflächenmanagements aktiviert und die Interessen der Wirtschaft bei der Aufstellung neuer Bebauungspläne für Gewerbe vertritt (vgl. ebd.: 105). Neben diesem branchenübergreifenden Einsatz, gehören auch verschiedene Formen der Unternehmensförderung, wie Finanzierungshilfen, Grundstücksvergaben und Projektbetreuung, zu den Aufgaben der Wirtschaftsförderung. Um die Finanzsituation von Unternehmen zu optimieren, kann das Referat mit Investitionszuschüssen und Landesbürgschaften unterstützend tätig werden (vgl. Hamburg.de o.J.c). Die Erschließung und Vergabe von städtischen Gewerbe- und Industrieflächen ist dagegen eher ein Instrument zur Stärkung der Unternehmensansiedlung, wobei es auch häufig in der Bestandsentwicklung zum Einsatz kommt. Darüber hinaus betreut die Abteilung das Messewesen der Stadt und fördert die Durchführung von Kongressen in Hamburg. In ihrer übergeordneten Funktion hat sie zudem die behördliche Aufsicht über die HWF – Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und die Angelegenheiten der Süberelbe AG (vgl. FHH 2012: 105).



4.1.2 IFB Hamburg – Hamburgische Investitions- und Förderbank



Seit dem ersten August 2013 stellt die Hamburgische Investitions- und Förderbank (IFB Hamburg) das zentrale Förderinstitut der Freien und Hansestadt Hamburg dar. Hervorgegangen aus der ehemaligen Hamburgischen Wohnungsbaukreditanstalt (WK) wurde das Förderspektrum um die Bereiche Wirtschaft, Umwelt und Innovation erweitert und die Leistungen verschiedener, zuvor voneinander separierten Institutionen zusammengefasst (vgl. IFB o.J.a). Die IFB Hamburg führt im staatlichen Auftrag insbesondere finanzielle Fördermaßnahmen, wie die Vergabe von zinsgünstigen Darlehen und Zuschüssen, oder gemeinsam mit der Beteiligungsgemeinschaft Hamburg mbH Übernahmen von Sicherheitsleistungen durch. Im Bereich des nachhaltigen Wirtschaftswachstums, konzentriert sich die Förderung auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU), denen beispielsweise Kredite für die Existenzgründung oder zur Erhöhung der Energieeffizienz von Produktion und Anlagen angeboten werden (vgl. IFB o.J.b). Im Bereich der Innovationsförderung ist insbesondere die frühere Innovationsstiftung Hamburg tätig. Sie berät und begleitet technologieorientierte Innovationsvorhaben des Hamburger Mittelstandes finanziell, mit dem Ziel die Innovationsbereitschaft der Unternehmen zu erhöhen, Forschung und Entwicklung zu fördern und den Technologietransfer zu unterstützen (vgl. IFB o.J.c).

4.1.3 Instrument der Clusterförderung

Die Freie und Hansestadt sieht sich als Stadt in einer Region, die ihre wirtschaftspolitischen Zielsetzungen an einer innovationsorientierten regionalpolitischen Konzeption ausrichtet. Der clusterpolitische Ansatz gehört daher auch in Hamburg zu einem der zentralen Förderinstrumente der wirtschaftspolitischen Gesamtstrategie des Senats. Verwaltungstechnisch ist dieses allerdings nicht bei der Wirtschaftsförderung, sondern bei der Abteilung Innovation, Technologie und Cluster im Amt für Innovations- und Strukturpolitik, Mittelstand und Hafen angegliedert. Dieses ist „zuständig für die Stärkung des Innovationsstandortes Hamburg sowie die Verbesserung der Standortqualitäten und die Förderung der wirtschaftlichen Strukturentwicklung im produzierenden Gewerbe“ (FHH 2012: 106). Daher werden an dieser Stelle auch die Existenzgründer- sowie Forschungs- und Entwicklungsprogramme für innovative kleine und mittlere Unternehmen aller Branchen der Hamburg Wirtschaft entwickelt und aufgelegt (vgl. ebd.). Im Rahmen der Innovations- und Technologiestrategie des Senats, der die Vision verfolgt Hamburg bis 2020 zu einer Innovationshauptstadt in Europa auszubauen, bilden vor allem die Cluster einen wichtigen Baustein. Mit dem Ziel durch zunehmende Beschäftigungszahlen und hohe wirtschaftliche Dynamiken in den Branchenclustern sowie durch die stetige Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen eine hohe Wirtschaftskraft für die gesamte Region zu generieren, unterstützt die Stadt die Clusterinitiativen nicht nur mit finanziellen Förderungen, sondern gestaltet auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, wie die Zusammenarbeit verschiedener Fachministerien mit den Clusterakteuren oder die ressortübergreifende Förderung zur Ansiedlung und zum Ausbau von Wissenschaftseinrichtungen, entsprechend den Bedürfnissen der Cluster (vgl. Hamburg.de o.J.d).

Mit dem Anspruch der engen Zusammenarbeit mit den verschiedenen Akteuren aus Unternehmen, Verbänden, Lehrstühlen und Kammern sowie der Vermittlung zwischen Politik, Verwaltung und Wirtschaft wurden bisher acht Clusterinitiativen aufgebaut, die je nach inhaltlicher Ausrichtung auch eine ministerielle Betreuung durch die Hamburger Verwaltung erfahren:

- Hamburg@work (Senatskanzlei)
- Hamburg Aviation (BWVI)
- LifeScience Nord (BWVI)
- Logistik-Initiative Hamburg (BWVI)
- Hamburg Kreativgesellschaft (Kulturbehörde)
- Gesundheitswirtschaft Hamburg (Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz)
- Erneuerbare Energien Hamburg (BWVI)
- Maritimes Cluster Norddeutschland (BWVI)

Mit dem Aufbau des Medien-, IT- und Telekommunikationsclusters (MITT) Hamburg@work entschied sich die Stadt Hamburg 1997 als eines der ersten Bundesländer in der Bundesrepublik Deutschland für eine aktive Clusterpolitik im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Angestoßen von einer Studie einer Unternehmens- beziehungsweise Managementberatungsfirma mit dem Ergebnis einer wirtschaftlichen Veränderung in Richtung Digitalisierung und aus der Überzeugung heraus, dass sich wirtschaftlicher Fortschritt und die Entwicklung neuer Technologien vor allem in Netzwerken vollziehen, wurde die Idee für das Hamburger MITT-Cluster von verschiedenen Akteuren der Politik, Verwaltung und einer privaten Agentur entwickelt (Aussage Interviewpartner 1). Dabei baut die heutige Clusterstruktur auf einem bereits zuvor bestehenden Verein von Multimediaunternehmen

auf. Mit finanzieller Unterstützung der Stadt, neuen Zielsetzungen und Wachstumsambitionen entwickelte sich der einstige Förderkreis zum größten Branchennetzwerk seiner Art in Deutschland (vgl. Hamburg@work e.V. o.J.), welches heute bereits die Hälfte seiner Ausgaben selbständig durch Mitgliedsbeiträge decken kann (Aussage Interviewpartner 1). Von Beginn an als Public-Private-Partnership gedachte, von der Stadt Hamburg und den Hamburger Unternehmen gemeinsam getragene Einrichtung, entwickelte sich dieses Modell zur „Blaupause“ für weitere Initiativen (Aussage Interviewpartner 1).

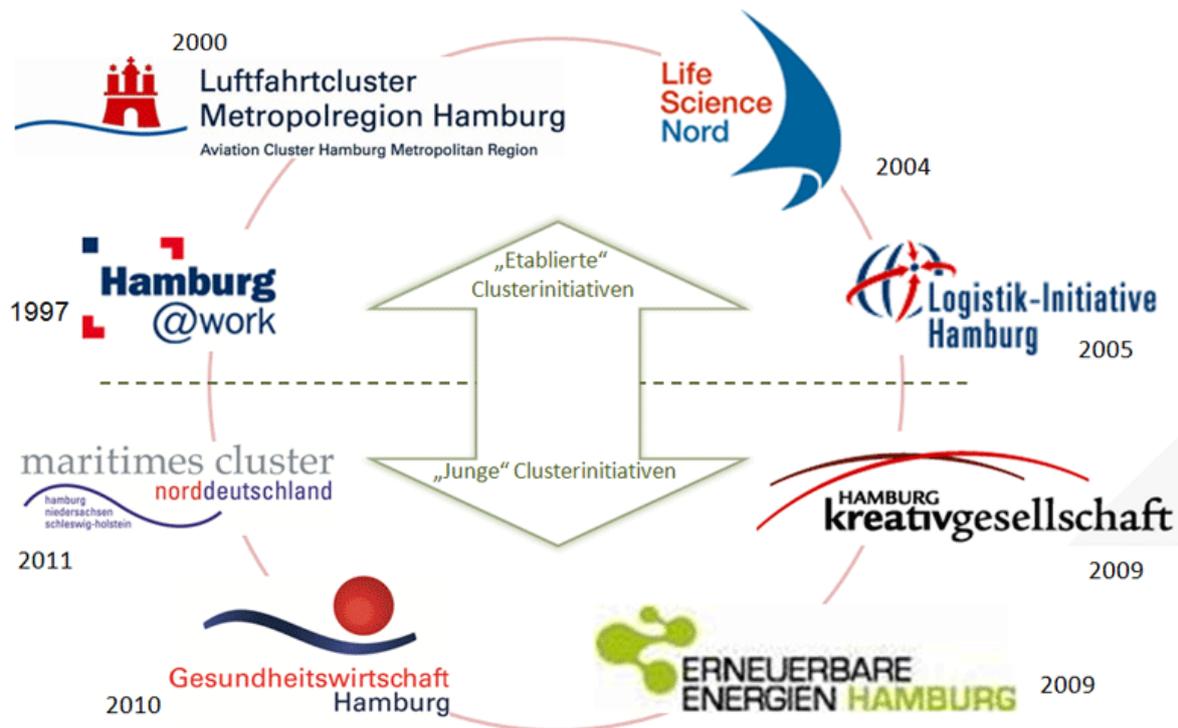


Abb. 16: Clusterinitiativen der Freien und Hansestadt Hamburg.

Quelle: Hamburg.de o.J.b

Eine nicht unwesentliche Rolle spielen dabei vor allem die großen Unternehmen einer Branche. Da die Mitgliedsbeiträge der Clusterinitiativen meist nach Unternehmensgröße gestaffelt sind, sind Großunternehmen häufig „die tragenden Säulen des Netzwerks“ (Interviewpartner 1). Aber nicht nur deren Finanzstärke ist entscheidend, denn für die Entstehung eines Clusters ist eine gewisse kritische Masse an Unternehmen erforderlich. Interviewpartner 2 kritisiert hier die inflationär betriebene Clusterpolitik. „Ein Cluster sollte nur gegründet werden, wenn es auch wirklich ein Cluster[potential] gibt. Dafür gibt es keine pauschale Größenordnung, aber eine Verbundenheit von ein paar 100 bis 1000 Arbeitsplätzen in zwei, drei Dutzend Firmen, die auch eine Wertschöpfungskette abbilden, sollte schon gegeben sein.“ (Interviewpartner 2). Dabei fügt er an, dass die Produktion eines Unternehmens mit Hauptsitz in Hamburg oftmals im Umland getätigt wird, „das heißt aber nicht, dass das mit denen nicht funktionieren kann. Denn die zentralen Entscheidungen über Produktentwicklung, Management und Vertrieb werden dann hier in Hamburg gefällt.“ (Interviewpartner 2). Darüber hinaus ist es nach Meinung des Interviewpartners 3 für eine erfolgreiche Clusterinitiative auch wichtig, große, nach internationalen Maßstäben bedeutende Leitunternehmen einer Branche und deren Zulieferer am Standort zu haben, die dann auch Mitglied

werden. Für die Clusterakteure ergibt sich aus diesem Umstand heraus eine spezielle Herausforderung, denn clusterbasierte Entwicklungsstrategien haben im Grunde den Ansatz insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen zu fördern. „Gleichzeitig würden die großen Leitunternehmen nicht untätig dabei zusehen, wie ihre Zulieferer sich in irgendeiner Form anfangen zu organisieren.“ (Interviewpartner 3). Außerdem ziehen auch die größeren Unternehmen diverse Vorteile aus einer Clustermemberschaft. Zum einen ist es für sie wichtig, „am Puls der Zeit zu sein, um Innovationen als erstes für sich zu nutzen“ (Interviewpartner 3), zum anderen können Clusterstrukturen unterstützend auf kleinere und mittlere Unternehmen wirken, in dem diese durch Förderung innovativer und professioneller werden. „Daher kann es eine strategische Überlegung [von Großunternehmen] sein, solche Cluster zu unterstützen, weil man darauf setzt, selbst Vorteile aus den sich einstellenden Resultaten zu ziehen.“ (Interviewpartner 3). Andersherum erhoffen sich die kleineren Unternehmen oftmals durch eine Mitgliedschaft einen besseren Zugang zu Aufträgen durch die größeren Unternehmen (Aussage Interviewpartner 4).

Ein zweiseitiger Aspekt ist der Umgang mit Mitgliedern beziehungsweise Teilnehmern in einem Netzwerk, wobei sich der erstere Begriff eher auf eine verbindliche Form der Mitgliedschaft bezieht, während letzterer durch eine Unbeständigkeit charakterisiert wird. Einerseits befürworten die Experten, dass „Teilnehmer kommen und gehen, das macht ein Netzwerk aus. Es muss so fluide sein, dass es sich auch bewegen kann und das macht es zu einem Gegenteil einer Institution, wie einem Verein, wo immer dieselben Akteure sind.“ (Interviewpartner 5). Auf der anderen Seite wird argumentiert, dass der Erfolg eines Netzwerkes wesentlich vom Mitgliedermanagement abhängt. Kernstück eines Netzwerkes sei eine gut gepflegte Datenbank mit allen Informationen zu den Mitgliedern, um über die genaue Kenntnis der einzelnen Akteure wiederum vielversprechende Kontakte herstellen zu können (Aussage Interviewpartner 2). Denn die Attraktivität und Bedeutung eines Netzwerkes wird nach Aussage des Interviewpartners 1 über die erfolgreiche Kontaktvermittlung und die Vermittlung eines Wissensvorsprungs über Entwicklungen in der Branche definiert. Dies trifft insbesondere in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit der Netzwerke zu, denn „wer nicht in den (sozialen) Medien erscheint, existiert nicht“ (Interviewpartner 1) und um seinen Mitgliedern einen Mehrwert bieten zu können, ist es ebenso wichtig, die „Informationsführerschaft“ innezuhaben (Aussage Interviewpartner 1). In diesem Zusammenhang ist es auch wichtig, stetig neue und vor allem junge Unternehmen einzubinden, um einerseits auf dem neuesten Stand der Entwicklungen zu sein und andererseits das Netzwerk selbst zu verjüngen. Mit der Schnelligkeit der Branche steht insbesondere das MITT-Cluster vor der ständigen Herausforderung dicht an die Generation der Unternehmensgründer heranzukommen und neue Facetten der Clusterarbeit aufzutun (Aussage Interviewpartner 1).

Ein weiteres Argument für eine feste Mitgliedschaft in einem Cluster liegt auch in der positiven Wirkung von gruppenspezifischen Prozessen. Neben der Tatsache, dass die Teilnehmer zunächst einmal eine gewisse Kooperationsneigung und Bereitschaft für die Netzwerkarbeit mitbringen sollten, ist es für ein aktives Einbringen entscheidend, ein Wir-Gefühl unter den Teilnehmern zu erzeugen (Aussage Interviewpartner 1). Eine nicht zu unterschätzende Komponente steckt dabei in der Finanzierung des Netzwerkes durch die Mitgliedsbeiträge. Denn hieraus ergibt sich für die Unternehmen der Anspruch auf Exklusivangebote gegenüber Nicht-Mitgliedern und die Einforderung von Vorteilen, beispielsweise durch eine aktive Einflussnahme auf die Entwicklungen im Netzwerk (Aussage Interviewpartner 1).

Als Erfolgsvoraussetzung ist es nach Aussagen der Interviewpartner zudem wichtig, die Teilnehmer beziehungsweise Mitglieder in die Fortschreibung des Netzwerkes einzubinden und die Angebote stetig zu erweitern. Daher sollten zunächst niederschwellige, aber inhaltlich wertvolle Angebote für die Unternehmen geschaffen und Barrieren für das Kontaktknüpfen untereinander abgebaut werden. Dafür müssen insbesondere die verantwortlichen Clusterakteure beste Kenntnisse über ihre Teilnehmer haben, in dem sie durch Gespräche oder Unternehmensbesuche deren Arbeitsweisen und Bedürfnisse erkunden, Anonymität vermeiden und ihnen das Gefühl vermitteln, ernst genommen zu werden, was bei den Unternehmen zu größter Zufriedenheit führt (Aussage Interviewpartner 1). Hierin besteht auch einer der größten Vorteile gegenüber den klassischen Wirtschaftsförderungseinrichtungen, die in der Regel nur auf konkret formulierte Bedarfe und Anfragen der Unternehmer und Wirtschaftstreibenden reagiert. Das pro-aktive Auftreten der Clusterakteure einerseits und eine ungezwungene, informelle Gesprächsatmosphäre auf Veranstaltungen andererseits, erleichtern den Unternehmen den Zugang und schaffen das nötige Vertrauen. Auf der anderen Seite macht ein „Netzwerk aber auch nur Sinn, wenn es auch Handlungserfolge verspricht“ (Interviewpartner 6). In der Entstehungsphase eines Clusters „wollen alle dabei sein“ (Interviewpartner 1). „Vor allem Unternehmen, die sich selbst in der Gründungsphase befinden, wollen anfangs viel mitnehmen und sind an Aktivitäten in ihrem Umfeld sehr interessiert.“ (Interviewpartner 2). Die eigentliche Herausforderung für die Akteure der Clusterinitiativen besteht aber vor allem im Erhalt und Stabilität der Cluster. Dabei ist es nach Einschätzung des Interviewpartners 6 von entscheidender Wichtigkeit, dass die Netzwerkarbeit selbst immer zielführend aufgebaut ist und die Teilnehmer erkennen, dass eine Zusammenarbeit Fortschritte bringt, die sie allein nicht erzielen hätten können. Vor allem in technologieorientierten Branchen ist das Zustandekommen eines Netzwerkes mit erheblichen Anstrengungen und Überzeugungskraft verbunden. „Denn in der Technologieförderung ist es relativ ungewöhnlich, dass solche Netzwerke zustande kommen. Die Technologieförderung läuft in der Regel über öffentliche Förderprogramme und die Unternehmen beteiligen sich häufig nur dann, wenn von woanders Gelder für konkrete Forschungsprojekte bereitgestellt werden.“ (Interviewpartner 6).

Da die Clusterinitiativen selbst keine Fördergelder vergeben und somit auch keinerlei Forschungs- und Entwicklungsprogramme auflegen können, konzentriert sich die Arbeit der Akteure daher insbesondere auf die Bildung und Erhaltung von Netzwerken innerhalb der jeweiligen Branche. Nach Aussagen der Interviewpartner besteht der Sinn eines Netzwerkes in der Schaffung von Kontakten (Aussagen Interviewpartner 1, 2 und 5) und die Hauptaufgabe der Netzwerkmanager darin, die potentiellen Mitglieder miteinander zu vernetzen. Hier hat Hamburg als Stadtstaat gegenüber großen Flächenländern einen Vorteil, denn die administrativen Gegebenheiten und kurzen Distanzen eignen sich hervorragend für die Vernetzung der betreffenden Clusterakteure (Aussage Interviewpartner 1). Dennoch richten sich die Angebote an alle interessierten Unternehmen beziehungsweise Personen und wissensbasierten Einrichtungen in der Metropolregion Hamburg. Die Formen der Vernetzung beziehen sich dabei erstens auf persönliche Kontaktvermittlungen durch Beratungsgespräche, zweitens auf die Organisation von niederschweligen Veranstaltungen beziehungsweise Veranstaltungsreihen mit branchenspezifischen Themen bei denen sich die Teilnehmer untereinander austauschen können sowie drittens auf die Übernahme eines Netzwerkmanagements für den Clustern untergeordnete Netzwerkinitiativen (Aussage Interviewpartner 7). Unternehmerische Forschungs- und Entwicklungsprojekte, die möglicherweise aus der Vernetzung innerhalb einer Clusterinitiative entstehen, sind nicht Teil der Aktivitäten des Clusters (Aussage

Interviewpartner 1 und 2). Eine Zusammenarbeit mit Hochschulen und anderen Wissenschaftseinrichtungen der jeweiligen clusterspezifischen Ausrichtung findet aber in unterschiedlicher Ausprägung bei allen Initiativen statt. Als Beispiele dienen die Entwicklung einer gemeinsamen Forschungsstrategie sowie Ringvorlesungen und Sommercamps für den Fachkräftenachwuchs.

Netzwerke sind ein erklärungsbedürftiges Produkt und leben von Empfehlungen durch die Teilnehmer selbst, weshalb Cluster auch stets „bottom-up“ organisiert und sich an den Bedürfnissen der Mitglieder orientieren sollten (Aussage Interviewpartner 2). Diese verändern oder erweitern sich im Zeitverlauf, daher gehört die Öffnung für Vorschläge, neue Themen und Impulse, nach Aussagen der Interviewpartner 1, 2 und 5, zu den weiteren Grundvoraussetzungen eines erfolgreichen Netzwerkes. „Damit ein Netzwerk funktioniert, darf es niemals fest in seinen Strukturen sein. Es braucht immer eine gewisse Durchlässigkeit.“ (Interviewpartner 5). Demzufolge sollte die Entwicklungsgeschichte eines Clusters das Abbild der Veränderungen in der Branche selbst darstellen (Aussage Interviewpartner 1). Allerdings ist es in einem Verbund von mehreren hundert Unternehmen schwierig stets allen Bedürfnissen gerecht zu werden. Daher wird versucht, „den kleinsten gemeinsamen Nenner für gemeinsame Aktivitäten zu finden, um eine möglichst große [thematische] Schnittmenge aus den Mitgliedsunternehmen zu bilden, die für alle interessant sind“ (Aussage Interviewpartner 2). Dies trifft vor allem auf Themen zu, die die Teilnehmer beruflich weiterbringen (Aussage Interviewpartner 7). Einen generellen Anspruch alle Teilbereiche und Themen gleichermaßen abzudecken, gibt es dabei aber nicht. Die Initiativen orientieren sich vielmehr daran, von welchen Akteuren sie wahrgenommen werden, zumal die Verteilung von Beschäftigten in den einzelnen Wirtschaftszweigen der Branchen ebenfalls sehr ungleich ist (Aussagen Interviewpartner 1 und 7).

Während die einen Initiativen in ihrer Anfangsphase zunächst ein Angebot an Informationsmaterialien, Beratungsleistungen und Kontaktvermittlungen für bestimmte Problemlösungen bereitstellten und somit über einen kontinuierlich größer werdenden Kundenstamm generisch wuchsen (Aussage Interviewpartner 1), führten andere umfangreiche Studien zur Identifizierung ihrer potentiellen Mitglieder, Analyse von Technologietrends und Entwicklung ihrer thematischen Ausrichtung durch (Aussage Interviewpartner 2). Auch für diese Initiativen bestand das Problem, dass viele Unternehmen zunächst durch das Raster der Wirtschaftsklassifikation fielen und auf eine methodische Annäherung über die Analyse der verschiedenen Wertschöpfungsketten zurückgegriffen werden musste (Aussage Interviewpartner 2). In der alltäglichen Clusterarbeit finden sich relevante Themen häufig durch eine aufmerksame Wahrnehmung des eigenen Umfeldes (Aussage Interviewpartner 2). Oftmals ergeben sie sich aber auch aus den Gesprächen mit Akteuren oder werden konkret an die Mitarbeiter der Clusterinitiative herangetragen. Die Clusteragenturen verstehen sich dabei „als Schwamm, der alle Ideen aufsaugt und unterscheidet, ob die Themen für die Mitglieder interessant sein könnten oder sie strategisch wichtig sind“ (Interviewpartner 2). Dabei gestaltet sich das Themenspektrum sehr vielfältig. Während zum einen inhaltlich spezifische Fachthemen, die die jeweiligen Branchen beschäftigen, von Interesse sind, ist beispielsweise im Luftfahrtcluster der „Innovations- und Entwicklungsgrad bereits sehr hoch. Dort stehen Themen, wie Vermarktung, Kommunikation, internationale Sichtbarkeit auf Messen, Ansiedlung weiterer Unternehmen, der Fachkräftemangel sowie der transnationale Austausch von ausländischen Fachkräften im Vordergrund der Clusterarbeit.“ (Interviewpartner 3). Die Vermittlung

der jeweiligen Themen erfolgt in jedem Cluster zielgruppenspezifisch, jedoch stets über die Clusteragentur als zentraler Knotenpunkt einer jeden Clusterinitiative. Gemeinsamkeiten lassen sich bei der Bereitstellung einer onlinebasierten Dialog- und Austauschplattform, der Verschickung von Newslettern und Printmagazinen feststellen. Darüber hinaus organisieren die Clusteragenturen verschiedenste Veranstaltungsformate von thematischen Workshops, über Vernetzungstreffen mit kurzen Impulsvorträgen bis hin zu Fachkonferenzen sowie Preisverleihungen. Dabei macht Interviewpartner 1 darauf aufmerksam, dass es für ein Cluster extrem wichtig ist, durch die Schaffung neuer, einzigartiger Veranstaltungsformate und exklusive Angebote stets innovativ zu sein und somit auch die Aufmerksamkeit der Presse auf sich zu ziehen.

Neben der Vernetzung der eigenen Zielgruppe sind aber auch Kooperationen und Beziehungsgeflechte zu anderen Netzwerken im In- und Ausland von Wichtigkeit. Auf der einen Seite pflegen alle Initiativen Kontakte zu branchengleichen oder -ähnlichen Clustern, auf der anderen Seite profitieren insbesondere die Clusteragenturen voneinander, die in räumlicher Nähe zueinander angesiedelt sind. So sind beispielsweise fünf der acht Clustermanagements gemeinsam an einem Standort mit der HWF – Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung untergebracht und zum Teil sogar personell verzahnt. Dies ist einerseits aus strategischen Überlegungen in Bezug auf das Agieren und die Zusammenarbeit in ähnlichen Tätigkeitsfeldern zurückzuführen, andererseits ergeben sich aus der gemeinsamen Nutzung von Infrastrukturen und die Austauschgelegenheiten methodische Lerneffekte zu Arbeitsweisen und Managementfunktionen (Aussagen Interviewpartner 1 und 2). Zum Teil ähneln oder überschneiden sich die Themengebiete der unterschiedlichen Cluster sogar, dennoch ist Interviewpartner 3 der Auffassung, dass sich die Cluster gegenseitig nicht stören oder behindern. „Solange die einzelnen Initiativen funktionieren, stört sich niemand an der Zahl, zumal einige als selbständige Einheiten fungieren.“ (Interviewpartner 3). Auch für eine Stagnation der Clusterförderung gibt es derzeit keine Anhaltspunkte. Die Handelskammer Hamburger stellt ganz im Gegenteil Überlegungen an zu untersuchen, ob der Aufbau und die Förderung eines Mineralöl- und Chemieclusters in der Hansestadt Hamburg wirtschaftlich sinnvoll wären (Aussage Interviewpartner 3). Nach Aussage des Interviewpartners 7 wäre ein engeres Miteinander unter den einzelnen Clusterinitiativen durchaus förderlich für die Wahrnehmung der jeweiligen Branchen und könnte auch die einzelnen Mitglieder von einer stärkeren Zusammenarbeit mit den Akteuren anderer Cluster überzeugen.

Die einzelnen Clusterinitiativen sind strukturell unterschiedlich aufgestellt. Die meisten jedoch haben die bereits oben beschriebene Doppelstruktur im Sinne einer Public-Private-Partnership, wobei die Freie und Hansestadt Hamburg jeweils den öffentlichen Part einerseits und ein Förderverein den privaten Teil andererseits tragen. Zusätzlich sind die Clusteragenturen selbst als Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) organisiert. Während der Verein die Mitglieder verwaltet und die strategischen Leitlinien durch einen Vorstand bestimmt, übernimmt die GmbH das operative Geschäft, um den Verein vom wirtschaftlichen Betrieb der Clusterinitiative zu trennen und eine persönliche Haftung der Vorstandsmitglieder auszuschließen (Aussage Interviewpartner 2). Die Cluster wurden in ihrer Gründungsphase stark von der Stadt subventioniert, sind aber angehalten sich sukzessive andere Finanzierungsquellen aufzutun, was nach Aussage des Interviewpartners 3 in den unterschiedlichen Bereichen unterschiedlich gut funktioniert. Er kritisiert, dass es insbesondere in der Anfangsphase keine einheitlich strategische sowie rechtlich abgesicherte Vorgehensweise bei den Clustergründungen gab. „Viele Cluster legen mit dem Tagesgeschäft los, tun

Mitgliedsunternehmen auf, sammeln Beiträge ein, Suchen nach Kapazitäten und finanziellen Ressourcen. Die Überlegungen zur Organisation und Wahl der passenden Rechtsform kam meist erst im Nachhinein.“ (Interviewpartner 3). Dabei kann es insbesondere bei personellen Verzahnungen von städtischen Institutionen mit privatwirtschaftlich agierenden Akteuren zu Interessenskonflikten kommen. Der privatwirtschaftlich agierende Teil der Cluster hat ein genuines Interesse daran, sich möglichst selbst zu tragen und so viele Ressourcen wie möglich aufzutun, Veranstaltungen in dessen Eigeninteresse durchzuführen sowie im Interesse seiner Mitglieder zu handeln. Unter Beteiligung der städtischen Wirtschaftsförderung und öffentlichen Geldern hingegen darf die Clusterinitiative nur branchenrelevante Projekte unterstützen ohne einzelne Akteure zu bevorzugen (Aussage Interviewpartner 7). „Clusterarbeit ist dann gut, wenn keine privaten Einzelinteressen vertreten werden.“ (Interviewpartner 3). Eine klare Trennung zwischen den Aktivitäten des Vereins und der Wirtschaftsförderung hat zudem den Vorteil, glaubwürdiger zu agieren. Denn die städtischen Wirtschaftsförderungseinrichtungen sind bei der Ausübung ihrer Dienstleistungs- und Beratungsangebote zur Verschwiegenheit verpflichtet und verfolgen keinerlei wirtschaftliche Eigeninteressen (Aussage Interviewpartner 1). Eine Anbindung der Clusteraktivitäten zur Neutralisierung und Unabhängigkeit an eine städtische Institution ist daher zu befürworten.

4.2 Fachämter für Wirtschaftsförderung der Bezirke

Das Gebiet der Freien und Hansestadt Hamburg gliedert sich in sieben Bezirke, die wiederum aus insgesamt 104 Stadtteilen und 181 Ortsteilen bestehen. In der Landesverfassung des Staatstaates, die die staatsrechtliche Grundlage bildet, ist festgeschrieben, dass jeder Bezirk ein Bezirksamt als Verwaltungseinheit betreiben muss. Die Bezirksämter sind einheitlich in Dezernate organisiert. Zusätzlich gibt es die bürgerserviceorientierten Kundenzentren, die sozialen Dienstleistungszentren und die Zentren für Wirtschaftsförderung, Bauen und Umwelt (vgl. FHH 2012: 128). Das jeweilige Fachamt Wirtschaftsförderung der Bezirksämter ist Ansprechpartner für die Wirtschaftsunternehmen und bietet vielfältige Informationen und Serviceleistungen für ansässige Gewerbetreibende aller Art oder an Standorten in den Bezirken interessierte Investoren und private Bauherren. In Abgrenzung zu den zentralen Einrichtungen der Hamburgischen Wirtschaftsförderung vertritt die bezirkliche Wirtschaftsförderung die Interessen der Unternehmen gegenüber Fachbehörden, anderen Abteilungen in der eigenen Verwaltung, Kammern und Unternehmensverbänden sowie der Bezirkspolitik (vgl. Hamburg.de o.J.e). Die „Aufgabe der bezirklichen Wirtschaftsförderung [besteht] in der nachhaltigen Weiterentwicklung des Bezirks und seiner Stadtteile als gesunder Wirtschaftsstandort“ (ebd.).

Ein Vergleich unter den bezirklichen Wirtschaftsförderungseinrichtungen mittels Recherche von Broschüren, Serviceangeboten im Internet und persönlicher Gespräche mit den jeweiligen Wirtschaftsförderern lässt eine relativ große Übereinstimmung der Zuständigkeiten und des Leistungsspektrums erkennen. Ein wesentlicher Aufgabenschwerpunkt liegt in der Beratung und Unterstützung der Unternehmen bei Existenzgründungsvorhaben und Finanzierungsfragen, wobei den bezirklichen Wirtschaftsförderern über die Vermittlung zu anderen Förderinstituten der Stadt hinaus keinerlei eigene Möglichkeiten zur finanziellen Förderung zur Verfügung stehen. Einen weiteren Tätigkeitsbereich umfassen An- und Umsiedlungen von Betrieben, Unternehmenserweiterungen und Hilfestellungen bei der Suche nach geeigneten

Gewerbegrundstücken und Immobilien in Zusammenarbeit mit der für städtische Gewerbegrundstücke zuständigen HWF.

Des Weiteren nehmen die bezirklichen Wirtschaftsförderer eine Lotsen- und Mittlerfunktion für die Belange der Unternehmen in die Verwaltungen ein. Sie koordinieren gewerbliche Genehmigungsverfahren, bringen die Beteiligten, wie Unternehmer, Architekten, Bauprüfer etc., zusammen und begleiten bei Bedarf den gesamten Bauantragsprozess als Interessensvertreter der Wirtschaftsunternehmen bis in die politischen Gremien herein. Darüber hinaus arbeiten sie mit den verschiedenen Kammern, Verbänden, Branchennetzwerken vor Ort und anderen lokal aktiven Organisationen der gewerblichen Wirtschaft zusammen und treten zudem als Konfliktlöser bei Sondernutzungen, der Einrichtung von Business Improvement Districts (BID) und Initiativen des Geschäftsstraßenmanagements auf. Allerdings ist die Wahrnehmung solcher Aufgaben ausschließlich auf die Herstellung von Kontakten und Vermittlungsbemühungen begrenzt, über Genehmigungen jeglicher Art haben die bezirklichen Wirtschaftsförderer keine Entscheidungsbefugnisse. Gegenüber anderen Wirtschaftsförderungsinstitutionen haben die bezirklichen Wirtschaftsförderer die besseren Vor-Ort-Kenntnisse und sind zuständig für Auskünfte über baurechtliche Eckdaten.

Obwohl die Wirtschaftsförderung nicht zu den kommunalen Pflichtaufgaben gehört, nehmen einige bezirkliche Wirtschaftsförderer dennoch deutlich erweiterte Aufgaben im Bereich der Bestandspflege von ansässigen Unternehmen wahr. Neben Teilnahmen an verschiedenen Arbeitskreisen, Netzwerken, Unternehmensstammtischen und betrieblichen Jahresversammlungen, unterstützen sie das Quartiersmanagement und fördern Projekte und Kampagnen. Die Bezirke Altona und Eimsbüttel organisieren zudem in Zusammenarbeit mit der Politik, der Verwaltung, den Unternehmen sowie den Kammern jährlich stattfindende Veranstaltungen (Tag der Wirtschaft bzw. Wirtschaftskonferenzen), bei denen aktuelle Themen gemeinsam mit hochrangigen Vertretern der Wirtschaft angeregt und diskutiert werden.

Unter den bezirklichen Wirtschaftsförderern finden zudem regelmäßige Treffen zum Austausch und zur Besprechung von aktuell anliegenden Thematiken und Belangen statt, die in Bedarfsfällen auch bilateral intensiv fortgesetzt werden. Die Abstimmung und Zusammenarbeit mit der HWF bei Standort- und Grundstücksangelegenheiten wird von allen Wirtschaftsförderern als gut und sehr eng beschrieben.

4.3 HWF – Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung



Die HWF – Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH ist ein privatwirtschaftlich geführtes Beratungsunternehmen, welches seit über drei Jahrzehnten die zentrale Anlauf-, Beratungs- und Servicestelle für die Hamburger Wirtschaftsunternehmen darstellt. Sie ist Teil einer Holding mit der Hamburg Marketing GmbH, der Hamburg Convention Bureau GmbH und der Hamburg Tourismus GmbH, welche im Sinne der Wirtschaftsförderung für das Standortmarketing beziehungsweise Veranstaltungen und die Tourismusförderung der Stadt verantwortlich sind. Als städtische Institution tritt die HWF vor allem für flächensuchende kleine und mittlere Unternehmen sowie Handwerksbetriebe als Dienstleister auf und unterstützt diese bei der Verwirklichung von Expansions-, Restrukturierungs- und Investitionsprojekten (vgl. HWF o.J.a). Die Hauptaufgaben liegen zum einen in der Akquisition

internationaler Firmen (exogene Wirtschaftsförderung), zum anderen in der Unterstützung der ansässigen Wirtschaft (endogene Wirtschaftsförderung). Für Unternehmen, die sich in Hamburg ansiedeln wollen, bietet die HWF umfassende Informationen zum Standort und unterstützt die Unternehmen bei der Umsetzung ihrer Gründungsvorhaben. Im Bereich der Bestandsentwicklung orientiert sich das Dienstleistungsangebot schwerpunktmäßig auf die Grundstücksvermarktung städtischer Gewerbeflächen an förderungswürdige Unternehmen (vgl. HWF o.J.b). Neben einer detaillierten Standortberatung, unterstützt die Wirtschaftsförderungseinrichtung bei der Suche und Entwicklung von Grundstücken, Gewerberäumen und sonstigen Immobilien, wie Gewerbeparks und -höfen.

Im Unterschied zur bezirklichen Wirtschaftsförderung hat die HWF einen Überblick über den Gesamtbestand an städtischen Gewerbeflächen. Unter dem Aspekt von Wirtschaftsförderungskriterien, wie beispielsweise die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen oder die gesamtwirtschaftliche Bedeutung eines Unternehmens für die Stadt Hamburg, können sich Unternehmen für den Erwerb oder die Anmietung einer städtischen Gewerbefläche innerhalb der Stadt- beziehungsweise Landesgrenze ,mit Ausnahme der Hafensflächen, bei der HWF bewerben, die den weiteren Vermarktungsprozess zwischen dem Unternehmen und der Stadt Hamburg betreut. Allerdings führen das begrenzte Angebot an Gewerbegrundstücken und das geringe Potential der Neuausweisung von Gewerbe- und Industrieflächen zu einer allgemeinen Knappheit an verfügbaren, vermarktungsfähigen Flächen. Im Sinne einer kundenorientierten Vermittlung und einer nachhaltig starken sowie wachsenden Metropolregion Hamburg kooperiert die HWF daher auch mit den Wirtschaftsförderungseinrichtungen im Hamburger Umland und vermittelt darüber hinaus im Rahmen des Gewerbeimmobilien-Service der HWF auch Büro- und Gewerbeflächen aus privaten Besitz (vgl. HWF o.J.c). Durch den Aufbau einer eigenen Hamburger Datenbank für private Gewerbeimmobilien (HDB) und in Kooperation mit anderen wirtschaftsfördernden Institutionen der Stadt sowie in Zusammenarbeit mit Maklern und Immobilienentwicklern entwickelte sich bereits ein Netzwerk des privaten Hamburger Immobilienmarktes.

Neben dem Gewerbeimmobilienservice vermittelt die HWF auch gezielt Kontakte zu anderen Wirtschaftsförderungsgesellschaften, berät über Förderprogramme und begleitet und unterstützt Unternehmen auch bei der Durchsetzung von Großprojekten (vgl. HWF o.J.d). Ähnlich wie und in Zusammenarbeit mit den bezirklichen Wirtschaftsförderern bietet sie sich zudem als Lotse und Mittler durch die Verwaltung an und gibt Auskunft und Beratung in allen genehmigungsrechtlichen Fragestellungen. Insbesondere mit der Institution des Mittelstandslotsen haben vor allem kleinere und mittlere Unternehmen aus Dienstleistung, Produktion und Handwerk einen Interessenvertreter gegenüber Behörden, Institutionen und politischen Gremien. Als städtischer Dienstleister bietet die HWF ein umfangreiches, kostenfreies Wirtschaftsförderungsangebot und ist zur absoluten Vertraulichkeit verpflichtet, weshalb ihr gegenüber der vermeintlich bürokratischen Verwaltung unter den Wirtschaftsunternehmen ein besseres Image anhaftet.

Weitere Leistungen im Bereich der Bestandsentwicklung umfassen die Organisation und Leitung eines Gemeinschaftsstandes auf ausgewählten Gewerbeflächenmessen für Hamburger Unternehmen sowie die bei der HWF angedockten branchenorientierten Unterstützungs- und Vernetzungsangebote im Rahmen der Clusterförderung für die Bereiche Medien, IT und

Telekommunikation, Luftfahrt, Logistik, Erneuerbare Energien und Maritime Industrie (vgl. HWF o.J.e).

4.4 Wachstumsinitiative Süderelbe AG und Wissensnetz Nord in der Metropolregion Hamburg

Das Referat Norddeutsche Zusammenarbeit bei der BWVI koordiniert für Hamburg die Zusammenarbeit mit den norddeutschen Bundesländern sowie insbesondere die Kooperation in der Metropolregion Hamburg (MRH). Im Vordergrund stehen Grundsatzfragen der Metropolpolitik, die Mitarbeit und Teilnahme an Gremiensitzungen sowie Abstimmungen mit den anderen Trägern der Metropolregion (vgl. Hamburg.de o.J.f). Die Freie und Hansestadt Hamburg stellt das Zentrum der freiwilligen Kooperation der Kreise Dithmarschen, Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Steinburg, Stormarn und Ostholstein in Schleswig-Holstein, der Landkreise Cuxhaven, Harburg, Lüchow-Dannenberg, Lüneburg, Rotenburg (Wümme), Heidekreis, Stade und Uelzen in Niedersachsen und der Kreise Ludwigslust-Parchim (teilweise) und Nordwestmecklenburg in Mecklenburg-Vorpommern sowie der kreisfreien Städte Neumünster und Hansestadt Lübeck dar. Darüber hinaus tragen neben den Kreisen auch die betreffenden Bundesländer selbst den Zusammenschluss der Metropolregion Hamburg.



Abb. 18: aktuelle Abgrenzung der Metropolregion Hamburg.

Quelle: Innenministerium des Landes Schleswig o.J.

Als eine der wichtigsten Wirtschaftsräume Deutschlands und wettbewerbsfähigsten Regionen Europas (vgl. MRH o.J.), fördert die Metropolregion insbesondere auch die Vernetzung ihrer Wirtschaftsbranchen. Verschiedene metropolregionsweite Initiativen unterstützen dabei die Clusterarbeit, vernetzen den Wissenschaftsstandort mit Unternehmen aus der Region und fördern so gezielt deren Innovationstätigkeiten. Zwei regionsorientierte, branchenübergreifende Initiativen für die Metropolregion stellen die Süderelbe AG und das Wissensnetz Nord dar.

Die Wachstumsinitiative Süderelbe AG konzentrierte sich auf den Wirtschaftsstandort der südlichen Metropolregion Hamburg. In diesem Wirkungsfeld arbeitet das Beratungs- und Netzwerkunternehmen zusammen mit den lokalen Wirtschaftsförderungen der niedersächsischen Landkreise sowie des Hamburger Stadtbezirks Harburg an der Zielsetzung, die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Wirtschaft mittels Wirtschaftswachstum, Wertschöpfung sowie der Schaffung von Arbeitsplätzen zu stärken (vgl. SAG o.J.a). Auf Initiative von Sparkassen, Landkreisen beziehungsweise Kommunen und Unternehmen gründete sich die als Public-Private-Partnership organisierte Aktiengesellschaft Ende des Jahres 2004 und hält mittlerweile mehr als 120 Aktionäre (vgl. SAG o.J.b). „Die Kooperation leistet bereits heute einen wesentlichen Beitrag zu Professionalisierung und Vernetzung der regionalen Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung und verzeichnet zahlreiche Ansiedlungserfolge.“ (Hesse 2011: 242).

Zu ihren Aufgaben zählt die Initiative die Positionierung der südlichen Metropolregion Hamburg im nationalen und internationalen Standortwettbewerb durch die Initiierung und Begleitung von Projekten für die Wirtschaft, Beratung von Unternehmen und Durchführung regionaler Wirtschaftsförderungsmaßnahmen sowie Unternehmensansiedlung und Vermarktung von Flächen in der Region (vgl. SAG o.J.a). Neben dem Geschäftsbereich, der sich mit Immobilienentwicklung und dem Vertrieb von Gewerbeflächen in der südlichen Metropolregion beschäftigt, richtet sich die Arbeit der Gesellschaft vor allem an die Entwicklung von Clustern in den Bereichen Arbeitskräfte/Qualifizierung, Ernährungswirtschaft, Hafen und Logistik sowie Luftfahrt.

Den Gegenpol zur Süderelbe AG bildet das Wissensnetz Nord. Das Projekt Wissensvernetzung in der nördlichen Metropolregion Hamburg entstand im Jahr 2010 und wird noch bis Ende 2013 vom Europäischen Sozialfonds (ESF), der Freien und Hansestadt Hamburg und dem Land Schleswig-Holstein gefördert (Aussage Interviewpartner 6). Hintergrund der Entstehung war das Bedürfnis der Wirtschaftsförderungsgesellschaft in Dithmarschen und Steinburg, Pinneberg, Segeberg, Stormarn sowie der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein auch für die nördlichen Kreise der Metropolregion eine Kooperationsvereinigung zu bilden. Vorläufer war ein zweijähriges Projekt bei dem Ideen und Ansätze für mögliche Technologieprojekte in der Region zusammengetragen wurden. Für die Fortführung der Bemühungen stellte die Senatskanzlei der Stadt Hamburg daraufhin einen Projektantrag bei der Metropolregion und führte eine Projektausschreibung durch, die die HWF gewann (Aussage Interviewpartner 6).



Ziel ist es, die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in der betreffenden Region durch die Bildung von Netzwerken zu steigern (vgl. Hamburg.de o.J.g). Durch die gemeinsame Vernetzung von Unternehmen mit interessierten Hochschulen und regionalen Forschungs- sowie Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sollen die Ressourcen der beteiligten Partner gebündelt und innovative, zukunftssträchtige Projekte praxisorientiert realisiert werden, die die KMU alleine nicht umsetzen könnten (vgl. Wissensnetz Nord o.J.a). Das Wissensnetz Nord fungiert dabei als Dachmarke für einzelne Netzwerke und Projekte und koordiniert die regional wirtschaftlichen Interessen der verschiedenen Parteien.

Die Ideen für Netzwerkthemen kommen zumeist von den wirtschaftsfördernden Akteuren oder der Seite der Forschungsinstitutionen (Aussage Interviewpartner 6). Die Aufgabe des Projektbüros besteht darin Unteraufträge an potentielle Netzwerkmanager zu vergeben, welche dann die entsprechenden Akteure aus den Bereichen der Wirtschaft und Wissenschaft zusammenbringen und die strategischen Leitlinien in Abstimmung mit den Netzwerkteilnehmern festlegen. Auf der Netzwerkebene hat das Wissensnetz keine festen Mitglieder, je nach Schwerpunktgestaltung und Teilnehmerkreis wächst und schrumpft das Netzwerk. In technologiefokussierten Netzwerken sind die jeweiligen Teilnehmer allerdings zur Unterzeichnung von Vertraulichkeitserklärungen gezwungen, damit in den Diskussionen auch offen über innovative, technische Problemlösungen gesprochen werden kann. Für die technologieorientierten Netzwerke werden Anträge für das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Innovation geförderte ZIM-Programm (Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand) gestellt und einzelne Forschungs- und Entwicklungsvorhaben generiert. Diese werden auf Projektebene individuell von den Projektpartnern in einer ungefähren Größenordnung von ein bis zwei interessierten Unternehmen sowie einen Forschungsinstitut durchgeführt.

Sich der Technologieförderung über ein Netzwerk anzunähern, setzt bei den Unternehmen ein Bewusstsein für die Komplexität und eine Kooperations- und Risikobereitschaft voraus. Denn in der Innovationsforschung besteht auch immer die Gefahr des Scheiterns. Nur wenn die Projektteilnehmer an ihre Idee und ihr Produkt glauben, sind sie bereit die hohen Risiken und zeitlichen sowie finanziellen Aufwände, die neben der Förderung entstehen, zu tragen. Daher verfolgt das Wissensnetz Nord auch den Ansatz nur solche Netzwerke aufzubauen, die sich auch nach der Einstellung der öffentlichen Förderung tragen können, weil die Beteiligten bereit sind selbst die Unterhaltung und das Fortbestehen zu finanzieren, um die aufgebauten Kompetenzen und Potentiale nicht verloren gehen zu lassen (Aussage Interviewpartner 6).

Das Projektbüro des Wissensnetzes Nord übernimmt und finanziert neben der Koordinierungsarbeit auch die Administration und Öffentlichkeitsarbeit, wie den Webauftritt, Pressemeldungen und das Veranstaltungsmanagement für die Netzwerke und einzelnen daraus entstandenen Projekte. Nach Aussage des Interviewpartners 6 nehmen insbesondere die technologiebasierten Netzwerke und Projektteilnehmer das Angebot zur Übernahme der Öffentlichkeitsarbeit wahr. Akteure aus anderen Bereichen sind teilweise erfahrener und benötigen weniger Unterstützung. Dass dieses Konzept funktioniert, beweisen beispielhaft die Projekte aus den Bereichen der innovativen Leichtbauprodukte und dem Frachtclearing als technisch anspruchsvolle Lösung für Speditionen (vgl. Wissensnetz Nord o.J.b). Aber auch Netzwerke und Projekte zur Fachkräftebindung und -entwicklung (praxisnahe Nachwuchswerbung im MINT-Bereich) sowie Themen zu Vereinbarkeit von Beruf und Familie (unternehmensfinanzierte Kinderbetreuung) ließen sich bisher erfolgreich umsetzen (vgl. ebd.).

4.5 Handelskammer Hamburg



Die Handelskammer Hamburg gründete sich im Jahr 1665 als Schutzbund der Seehandel treibenden Hamburger Kaufleute und versteht sich heute als „Stimme der Hamburger Wirtschaft“ (HK o.J.b). Durch ein eigenes Industrie- und Handelskammer-Gesetz konstituiert, stellt sie eine Institution der eigenen Art dar, denn obwohl sie weder eine Behörde noch ein Unternehmen der Stadt Hamburg ist (Aussage Interviewpartner 3), übernimmt sie die Selbstorganisation der gewerblichen Wirtschaftsbranchen in Hamburg. Die Non-Profit-Organisation finanziert sich vollständig über Mitgliedsbeiträge zu deren Zahlung die handelskammerzugehörigen Unternehmen nach dem Kammergesetz verpflichtet sind. Für die überwiegend kleinen und mittleren Mitgliedsunternehmen tritt die Handelskammer Hamburg branchenübergreifend als Interessensvertreter gegenüber politischen Entscheidungsträgern und behördlichen Verwaltungen auf. Sie sieht sich als kritischer Partner der Politik, engagiert sich für die Entwicklung der marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Region und klärt die Unternehmen über wirtschaftspolitische Sachverhalte auf (vgl. HK o.J.c).

Als Körperschaft des öffentlichen Rechts erfüllt die Handelskammer zudem hoheitliche Aufgaben, die ihr durch Bundes- und Landesgesetze übertragen wurden. Als bedeutendste Beispiele sind hier sicherlich die Berufsaus- und -weiterbildung sowie die außergerichtliche Schlichtung von Streitigkeiten zu nennen. Für die Wahrnehmung solcher Tätigkeiten besteht die Institution neben den hauptamtlichen Mitarbeitern der Handelskammer Hamburg des Weiteren auch aus einem überwiegend von Hamburger Unternehmensvertretern besetzten Plenum sowie deren Arbeit unterstützende Ausschüsse und Arbeitskreise. Hinzu kommen tausende ehrenamtliche Prüfer in der Berufsbildung (vgl. HK o.J.d). Darüber hinaus unterstützt die Handelskammer Hamburg als kundenorientierter Dienstleister ihre Mitglieder mit vielen Beratungs- und Serviceangeboten in den Kompetenzfeldern Wirtschaftspolitik, Infrastruktur, Existenzgründung und Unternehmensförderung, Bildungs-Service, Berufsbildung, Börse, Innovation und Umwelt, Internationales sowie Recht und Steuern.

Im Folgenden werden die insbesondere die Handlungsfelder Standortpolitik, Existenzgründung und Unternehmensförderung sowie Innovation und Umwelt in Bezug auf Unterstützungs- und Fördermaßnahmen für die Branchenschwerpunkte Maschinenbau sowie Metall- und Elektroindustrie näher beleuchtet. Im Bereich der Standortpolitik setzt sich die Handelskammer im Interesse aller Gewerbetreibenden für wirtschaftsverträgliche Vorschriften, niedrigere Abgaben und Steuern, zügigere Genehmigungsverfahren und bessere Verkehrsbedingungen ein. Eine direkte Förderung im Zusammenhang mit der Bereitstellung von Gewerbeflächen übt sie nicht aus, nimmt aber Stellung bei der Erarbeitung von Bebauungsplänen und unterstützt die Unternehmen bei der Suche nach einem geeigneten Geschäftsstandort und vermittelt Kunden- beziehungsweise Geschäftskontakte. Darüber hinaus erarbeitet sie Standpunktpapiere mit Überlegungen und Anregungen zur Profilierung des Wissenschafts- und Wirtschaftsstandortes. Eines der Ergebnisse dieser Papiere ist beispielsweise die Forderung nach Technologieparks. Diese stellen nach Aussage des Interviewpartners 3: „Gewerbeflächenkonzepte nach bestimmten Schemata“ dar. Hierbei fungiert eine Ankerinstitution einer Hochschule mit technischem Schwerpunkt als Inkubator, aus dessen Know-how und Tätigkeiten sich viele kleine Unternehmen ausgründen können. Die errichteten Technologieparks sollen den neu entstandenen Unternehmen einen Unternehmensstandort in unmittelbarer Nähe zur

Forschungseinrichtung, eine von allen Mietern gemeinsam nutzbare Infrastruktur mit Begegnungsräumen sowie einen über den Standort hinaus reichenden Bekanntheitsgrad durch entsprechend geleistete Öffentlichkeitsarbeit und den Aufbau eines Kontaktnetzwerkes bieten (vgl. HK 2011 S.10). Ähnliche Konzepte finden sich bereits in vielen deutschen Städten, die Handelskammer schlägt für den Standort Hamburg ein Netz von Technologieparks vor, welche sich unter der Dachmarke „HIP Hamburg Innovations Parks“ entwickeln sollen (vgl. HK o.J.e).

Im Bereich der Existenzgründung und Unternehmensförderung leistet die Handelskammer Hamburg vordergründig Informationsarbeit und gibt Auskunft zu Programmen der Stadt, des Bundes und der Europäischen Union zur finanziellen Förderung von Gründungs- oder Forschungs- und Entwicklungsvorhaben. Darüber hinaus berät und coacht sie in unternehmerischen Fragestellungen zur Personalführung, Sicherung und Nachfolge von Betrieben und betreibt das Netzwerk Hamburger Mittelstand (vgl. HK o.J.f). Den inhabergeführten oder sich im Familienbesitz befindlichen Unternehmen wird eine Gesprächsplattform zu spezifischen Mittelstandsthemen geboten. Diese dient den Unternehmern zum Erfahrungsaustausch und gegenseitigen voneinander Lernen sowie zur Diskussion neuer Ideen und innovativer Ansätze in Themen der strategischen Entscheidungen, Marketing, Qualitätsmanagement sowie Unternehmenssicherheit (vgl. HK o.J.g).

Der Geschäftsbereich Innovation und Umwelt gliedert sich in vier Abteilungen:

- Industriestandort Hamburg
- Energie & Umwelt
- Innovation und Technologie
- IT-, Medien- und Kreativwirtschaft

Der Bereich Industriestandort Hamburg beschäftigt sich abteilungs- und branchenübergreifend mit Strategien zur Förderung der Industrie am Standort Hamburg. Neben der Erstellung von Eckpunktepapieren, initiiert und organisiert sie regelmäßig stattfindende Veranstaltungen, wie die Lange Nacht der Industrie, den Tag der Technik oder den Hamburger Industrietag, bei dem die Leitthemen des Jahres beleuchtet und mit Unternehmern aus der Wirtschaft und Politikern diskutiert werden. Des Weiteren erarbeitet die Abteilung gemeinsam mit Vertretern der Behörden, Bezirken und anderen wirtschaftsfördernden Einrichtungen die Fortschreibung des Masterplan Industries und begleitet den Ausschuss für Industrie und Energie, in dem aktuelle Themen, wie zukünftige Anforderungen der Industrie an die Verkehrsinfrastruktur, die Flächenpolitik für die Industrie, Normungsstrategien oder die Strompreisgestaltung besprochen und für weiterführende Maßnahmen bearbeitet werden (Aussage Interviewpartner 3).

Die Abteilung Innovation und Technologie betreibt zum einen das Innovations- und Patentzentrum der Handelskammer Hamburg und initiierte die Innovations Kontakt Stelle Hamburg (HK o.J.h) Zum anderen beschäftigt sie sich mit der Förderung von Technologiefeldern, der Forschungspolitik und pflegt die Plattform TechSearch. Sie ist ein Instrument der Industrie- und Handelskammern zur Suche nach Forschungsprojekten und -angeboten. Nach Aussage des Interviewpartners 3 versprechen direkte Kontaktaufnahmen und Informationsansprachen jedoch größere Erfolge als die passive Bereitstellung einer Datenbank. Die Gründung der Innovations Kontakt Stelle IKS vor zwei bis drei Jahren war eine Entwicklung der Handelskammer Hamburg und der hochschuleigenen Technologietransfergesellschaft der Technischen Universität Hamburg-Harburg, der TuTech

Innovation GmbH. Daher wird die Beschäftigtenzusammensetzung auch zur Hälfte durch die Hochschulen selbst und zur anderen Hälfte durch Mitarbeiter der Handelskammer als Vertreter der Wirtschaft getragen. Im Rahmen der InnovationsAllianz wird sie als eigene Gesellschaft aus Fördermitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) und der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) finanziert (vgl. HK o.J.i). Die IKS ist Anlauf- und Servicestelle für alle Kooperationsinteressierten aus der Hamburger Wirtschaft und Wissenschaft und stellt eine unabhängige Vermittlungsstelle zwischen wissenschaftlichen Einrichtungen und wichtigen Branchen der Hamburger Wirtschaft dar (Aussage Interviewpartner 3). Ihr Ziel ist die Vernetzung passender Projektpartner, Experten und Akteure im Innovationsprozess. Dabei berät und begleitet die IKS die Forschungspartner von der ersten Anfrage bis hin zur Vertragserstellung und Umsetzung des Forschungsprojektes (Aussage Interviewpartner 3). Sie identifiziert Entwicklungspotentiale in Unternehmen, berät bei der Vielfalt der Förder- und Unterstützungsangebote, moderiert den Kooperationsprozess, hilft beim Aufbau strategischer Partnerschaften und schafft Zugang zu anderen Netzwerken (vgl. HK o.J.i). Eigene Forschungs- und Entwicklungsprojekte stößt die Handelskammer jedoch nicht an. Sie informiert ihre Mitglieder vielmehr allgemein über Angebote bei Veranstaltungen, über die Website oder die Kammerzeitschrift. In bestimmten Fällen werden die Ansprechpartner auch direkt in den Ausschüssen kontaktiert beziehungsweise für bestimmte Themen sensibilisiert, da hier der Vorteil besteht, dass sich diese aus den Managementverantwortlichen der jeweiligen Unternehmen zusammensetzen (Aussage Interviewpartner 3).

Kooperationen zu anderen Wirtschaftsförderungsinstitution pflegt die Handelskammer je nach Bedarf und auf Initiativen hin. Unter den Kammern sind nach eigener Aussage vor allem die Beziehungen zur Handwerkskammer Hamburg intensiver, die Kammern der freien Berufe spielen politisch eher eine untergeordnete Rolle. Starke Verflechtungen bestehen aber auch aufgrund der engen Zusammenarbeit von gemeinsamen Projekten zu weiteren Industrie- und Handelskammern der Region. Außerdem gibt es nach Aussage des Interviewpartners 3 diverse Berührungspunkte zu den Hamburger Clusterinitiativen. Einzelne Clusterinitiativen, die insbesondere auf Initiative der Wirtschaftsunternehmen entstanden sind, wurden von der Handelskammer Hamburg von Beginn an begleitet, unterstützt und aufgebaut. Dies zum Beispiel indem Untersuchungen zum Entwicklungspotential von Clustern veranlasst und durchgeführt wurden und schließlich die Grundlage für die Forderungen gegenüber der Politik nach Förderung bestimmter Schwerpunktbranchen bildeten. Neben dem von der Handelskammer mitbegründeten und geleiteten Finanzwirtschaftscluster Finanzplatz Hamburg e.V., gibt es auch im Cluster Gesundheitswirtschaft personelle Verflechtungen auf Geschäftsführebene zwischen der Handelskammer und der Initiative. Zu weiteren Clusterinitiativen bestehen darüber hinaus enge Kontakte, wie beispielsweise zwischen der Abteilung IT-, Medien und Kreativwirtschaft und dem Cluster Hamburg@work oder organisatorische und inhaltliche Zusammenarbeiten, wie die Durchführung gemeinsamer Informationsveranstaltungen mit dem Cluster Maritime Wirtschaft oder dem Mitwirken in Arbeitsgruppen im Fallbeispiel Hamburg Aviation (Aussage Interviewpartner 3).

4.6 Unternehmensverbände der ausgewählten Branchenschwerpunkte im Raum Hamburg

Einige der Hamburger Clusterinitiativen kooperieren auch mit den jeweiligen Unternehmensverbänden ihrer Branche(n). Diese freiwilligen Zusammenschlüssen von Einzelpersonen und Körperschaften zur Durchsetzung gemeinsamer Ziele und wirtschaftlichen

Interessen wirken oftmals als Multiplikatoren für die Clusterarbeit (Aussage Interviewpartner 5). Verbände organisieren und vernetzen ihre Mitglieder untereinander ebenfalls. Neben der Netzwerkarbeit gehören auch die Informations- und Wissensvermittlung sowie die Einflussnahme auf politische Entscheidungen zu den Kernaufgaben der Verbandsarbeit (vgl. Klauß o.J.). Sie repräsentieren eine gesellschaftliche Vielfalt im politischen System (vgl. Oberreuter 1980) und wirken als Mittler zwischen Gesetzgeber, Verwaltung und den von den staatlichen Maßnahmen betroffenen Unternehmern (vgl. Sebaldt, Straßner 2004: 71). Straßner differenziert zwischen primären und sekundären Funktionen eines Verbandes. Die Aggregation, Selektion, Artikulation und Integration politischer Interessen gehören für ihn zu den primären Aufgaben, Partizipation, Legitimation und die sozioökonomische Selbstregulierung zählt er zu den sekundären Funktionen verbandlichen Handelns (vgl. Straßner 2006).

Im Unterschied zu Clustern sind Wirtschaftsverbände privatrechtliche Initiativen. In der Regel sind sie als Vereine organisiert und finanzieren sich auf Grundlage ihrer Mitgliedsbeiträge. Je nach (Teil-) Branche gestaltet sich die Verbandsarbeit daher ganz unterschiedlich. Während sich die einen mit ähnliche Aktivitäten und Themen wie die einer Clusterinitiative, also beispielsweise Gemeinschaftsstände und Messeauftritte, Delegationsreisen oder interne und überregionale Vernetzung, beschäftigen, sind andere wiederum sehr eingeschränkt in ihren Möglichkeiten, weil sie aufgrund ihrer personellen und finanziellen Situation nicht in der Lage sind, eigene oder gar branchenübergreifende Vernetzungstreffen durchzuführen (Aussagen Interviewpartner 3 und 5). Auch wenn Interviewpartner 3 dafür plädiert, dass „die private Initiative [...] im Zweifel immer die bessere [ist], weil von den Teilnehmern ein starkes Engagement ausgeht“ (Interviewpartner 3), kann Clusterarbeit in seinen Augen dennoch sinnvoll sein, „wenn sie eine Ergänzung der bisher nicht abgedeckten Themen darstellt und die Zusammenarbeit mit den bestehenden Initiativen diese unterstützt.“ (Interviewpartner 3). Außerdem betont er, dass Clusterarbeit immer ein Stück weit selbstlos sein sollte, weshalb sich Clusterinitiativen und Verbandsarbeit ergänzen beziehungsweise unterstützen und nicht etwa Konkurrenzmodelle darstellen sollten.

In der Maschinenbaubranche gibt es den Verband der Deutschen Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA), der nach Aussage des Interviewpartners 3 als relativ reger Verband eingeschätzt wird und auch in Hamburg durch Veranstaltungen, Vernetzungsaktivitäten und Fortbildungsangebote für seine Branche präsent ist.

4.6.1 Landesverband Nord des VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer e.V.)



Der VDMA stellt das größte Branchennetzwerk der Investitionsgüterindustrie seiner Art in Europa dar (vgl. VDMA o.J.a). Als Vereinigung von Unternehmen der gleichen und ähnlichen fachlichen Wirtschaftszweige, bildet er unter seinen Mitgliedern die gesamte Wertschöpfungskette vom Komponenten- und Systemlieferer über den Anlage- und Systemintegrator einschließlich der Verfahrens-, Produktions-, Fertigungs-, Antriebs- und Automatisierungstechnik sowie Büro- und Informationstechnik bis hin zum produktbezogenen Servicedienstleister ab (vgl. ebd.). Die Aktivitäten des Verbandes konzentrieren sich daher sowohl auf eine branchenspezifische als auch übergreifende Förderung der Zusammenarbeit sowie Interessensvertretung gegenüber der Öffentlichkeit, staatlichen Regierungen, Verwaltungen und anderen Wirtschaftszweigen. Organisatorisch umfasst der VDMA 39

Fachverbände, in denen die einzelnen Branchen der Maschinenbauindustrie vertreten sind, sowie sechs regionale Landesverbände, die das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland abdecken.

Der Landesverband Nord engagiert sich in wirtschaftlichen, technischen und rechtlichen Fragestellungen für seine Mitglieder. Neben der Interessensvertretung gegenüber den vier Landesregierungen der Region, den Hochschulen und anderen Ausbildungseinrichtungen sowie Banken und weiteren Meinungsbildnern wirbt der Verband für seine Branche und leistet Öffentlichkeits- und Netzwerkarbeit in den Bereichen Nachwuchsförderung, Forschungs- und Technologiepolitik sowie Innovationsleistungen der High-Tech-Branche (vgl. VDMA o.J.b). Auf Informations- und Vernetzungsveranstaltungen können die Mitglieder Erfahrungen austauschen und Möglichkeiten für Partnerschaften und Kooperationen diskutieren (vgl. ebd.). Darüber hinaus bietet der Verband auch Beratungsgespräche in den Unternehmen zu Themen der Unternehmenspolitik, Bewertung von Prozessen und Strukturen, Erschließung neuer Märkte sowie Forschungsförderung und -finanzierung an (vgl. ebd.).

4.6.2 Nordmetall – Verband der Metall- und Elektroindustrie, Landesverband der Gesamtmittel



Der Landesverband Nordmetall gehört der Gesamtmittel, einem Zusammenschluss der Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie, an und nimmt die bildungs- wie arbeitsmarktpolitischen Interessen seiner Mitgliedsunternehmen gegenüber Gewerkschaften, der Politik und Verwaltung sowie den Medien in Raum Hamburg, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und nordwestlichen Niedersachsen wahr. Der überwiegend durch mittelständische Unternehmen dominierte Verband umfasst neun Branchen von der Metall- und Elektroindustrie, über den Stahl-, Schiffs-, Flugzeug- und Fahrzeugbau bis hin zur Feinmechanik (vgl. Nordmetall 2010). Als Arbeitgeberverband sieht der Verein Nordmetall seine Kernkompetenzen in der Gestaltung und Optimierung von Arbeitsbeziehungen und Arbeitsbedingungen. Mit einem Expertenteam aus Rechtsanwälten, Ingenieuren sowie Betriebs- und Volkswirten berät und vertritt er die Mitgliedsunternehmen in allen arbeits- und sozialgerichtlichen sowie betriebsverfassungsrechtlichen Prozessen und Tarifverträgen auf verbandlicher und betrieblicher Ebene (vgl. Nordmetall o.J.). Als Dienstleister und Interessensvertreter unterstützt er Projekte zur Berufsorientierung sowie Aus- und Weiterbildung und fördert innovative Forschungsansätze wie auch die Vernetzung seiner Mitgliedsunternehmen untereinander (vgl. ebd.).

4.6.3 Landesverband Hamburg des VDI (Verband Deutscher Ingenieure)

Ein weiterer, nicht zu vernachlässigender Verband im Bereich der Maschinenbau sowie Metall- und Elektroindustrie stellt die technisch-wissenschaftliche Wirtschaftsvereinigung des Verbandes Deutscher Ingenieure (VDI) dar. Der VDI sieht sich als Sprecher der Ingenieure und neutralen Ansprechpartner für die Politik und Wirtschaft zu allen Entwicklungen in den Themenfeldern Technik, Bildung, Energie, Mobilität und Umwelt (vgl. VDI o.J.a). Seine vornehmliche Fachkompetenz liegt in der Forschung und Wissensvermittlung. Als Netzwerker sieht er sich aber auch als Multiplikator von Technikwissen bei der Nachwuchsförderung und als Einflussnehmer auf



die Entwicklungen von Innovationen und „interdisziplinäre[n] Kooperationen auf nationaler und internationaler Ebene zwischen Industrie, Wirtschaft, Gesellschaft, Ingenieuren und seinen Mitgliedern“ (VDI o.J.b). Der Landesverband Hamburg berät die Politiker auf Landesebene und arbeitet zur Steigerung der Technikbegeisterung und Stärkung des Verständnisses für naturwissenschaftliche Zusammenhänge mit den landesweiten Schulen zusammen (vgl. VDI o.J.c). Um seine Koordinierungs- und Interessensvertretungsfunktion ausüben zu können, werden die Landesverbände zusätzlich durch die VDI-Bezirksvereine unterstützt.

4.7 Initiativkreis Maschinenbau und Technik

Der Initiativkreis Maschinenbau und Technik gründete sich 2005 in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung des Bezirksamts Bergedorf. Ausgangspunkt waren Anregungen und der Wunsch nach mehr Kooperation von den Unternehmern aus der Region, die den ehemaligen Bezirksamtsleiter zur Initiierung des Netzwerkes bewogen (Aussage Interviewpartner 8). Die Region Bergedorf ist ein traditionsreicher Standort des produzierenden Gewerbes und insbesondere die Maschinenbau- und Technikbranche entwickelte sich um den weltweit führenden Hersteller von Maschinen und Anlagen für die internationale Tabakindustrie, der Hauni (Hanseatischen Universelle) Maschinenbau AG. Heute beheimatet der Standort auch eine Reihe weiterer führender, weltmarktorientierter Unternehmen des Maschinenbaus sowie der Metallverarbeitung (vgl. Bezirksamtsamt Bergedorf 2013). Das Netzwerk soll dazu beitragen, die nach eigenen Aussagen in Ansätzen vorhandenen Clusterstrukturen (vgl. Hamburg.de o.J.h) weiter zu stärken und den Betrieben beziehungsweise den entsprechend dahinterstehenden Unternehmern die Möglichkeit bieten, einander kennenzulernen, sich untereinander auszutauschen und Geschäftsbeziehungen auszubauen (Aussage Interviewpartner 4). Nicht zuletzt erhofft sich auch der Bezirk durch die Hervorhebung des Maschinenbaus ein eigenes wirtschaftliches Profil, um sich auch künftig besser spezialisieren zu können (vgl. Schröder 2007).

Das erste Treffen fand in einem Kreis von 24 Teilnehmern auf Einladung des Bezirksamtes Bergedorf statt. Neben behördlichen Vertretern und Unternehmern aus der Region gehörten auch Akteure aus wissensintensiven Einrichtungen, wie der Hochschule für angewandte Wissenschaften und der TuTech GmbH zu den Anwesenden (Aussage Interviewpartner 8). Die Veranstaltungen gestalten sich stets nach einem ähnlichen Ablauf. In der Regel lädt ein Unternehmer in seinen Betrieb und richtet das Netzwerktreffen aus. Da der Initiativkreis keine eigene Rechtsform hat, gibt es auch keine beitragsregelte Finanzierung. Die Kostenübernahme der jeweiligen Veranstaltung liegt beim Gastgeber (Aussage Interviewpartner 8). Im Gegenzug übernimmt das Bezirksamt als Serviceleistung die Organisation der Treffen und bemüht sich um das Zustandekommen von Folgetreffen oder übernimmt im Ausnahmefall selbst die Gastgeberrolle. Interviewpartner 8 bedauert, dass sich die eigentlich angestrebte Eigendynamik des Netzwerks bisher nicht eingestellt hat. Als Hauptgrund sieht Interviewpartner 4 hier die zeitliche Aufwendung, das mangelnde Engagement und die fehlende Bereitschaft unter den Teilnehmern weitere Betriebe als Netzwerkausrichter zu gewinnen. „Anfangs waren die Treffen häufiger, dann wurden die Zeiträume immer größer.“ (Interviewpartner 4). Aus den Dokumentationen der Interviewpartner lässt sich jedoch erkennen, dass weitere Treffen stattgefunden haben und diese in den letzten Jahren auch wieder regelmäßiger durchgeführt werden.

Die Netzwerktreffen finden grundsätzlich nach der Arbeitszeit am Abend statt. Am Anfang eines jeden Zusammenkommens wird in der Regel ein Betriebs- beziehungsweise Institutsbesuch durchgeführt, bei dem der Ausrichter sein Unternehmen präsentiert. Im Anschluss folgen zumeist inhaltliche Vorträge zu unterschiedlichen Themen. Als Beispiele aus vergangenen Netzwerktreffen seien hier Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für Entwicklungs- und Investitionsvorhaben, Energieeffizienz, stadtplanerische Vorhaben und verkehrstechnische Problemstellungen, Gewinnung von Arbeitskräften für technische Berufe, Ausbildung und Qualifizierung sowie innovative Verfahrens- und Produktionstechniken aufgeführt. Die Fortschreibung der Tagesordnungspunkte findet von Veranstaltung zu Veranstaltung statt. Idealerweise sollten die Vorschläge für weitere Themen aus dem Teilnehmerkreis selbst kommen, wobei die „Abfrage nach Themenwünschen eher mit mäßigem Erfolg“ (Interviewpartner 8) vonstattengeht. Generell lässt sich nach Aussage des Interviewpartners 8 feststellen, dass vor allem die Vertreter der Hochschulen sowohl thematische Inputs als auch konkrete Forschungs- und Entwicklungsprojekte aus dem Technologieumfeld an das Netzwerk herantragen. Nennenswerte Schnittstellen sind zum einen das Wissensnetz Nord bei der HWF und zum anderen die Innovations Kontakt Stelle bei der Handelskammer Hamburg.

Forschungs- und Entwicklungsprojekte selbst spielen im Netzwerk Initiativkreis Maschinenbau und Technik keine Rolle (Aussage Interviewpartner 4). Abgesehen von individuellen Projekten einzelner Netzwerkteilnehmer, sind aus dem Initiativkreis bisher auch keine derartigen Kooperationsprojekte entstanden. Hier führt Interviewpartner 4 vor allem grundsätzliche Hemmschwellen, wie die Akquirierung von Fördermitteln, nicht darstellbare Kosten-Nutzen-Effekte oder aufwendige Berichterstattungen und Projektdokumentationen, die die Entwicklungsarbeit behindern würden, an. Allerdings wurden unter den Unternehmen bereits erste Kooperationsverabredungen mit den Verantwortlichen des neuentstandenen Laser-Zentrums Nord (LZN) am Standort Bergedorf getroffen, aus denen sich bisher jedoch noch keine tatsächlichen Projekte ergeben haben (Aussage Interviewpartner 4).

Als wichtigstes Element der Netzwerktreffen empfinden die Interviewpartner 4 und 8 das get together am Ende einer jeden Veranstaltung. „Der thematische Input liefert zwar den Sinn des Treffens, aber Hauptzweck ist das Netzwerken. Während die Gespräche in der Anfangsphase sich eher als höfliche Konversation und Plaudereien darstellten, ist im Verlauf der Jahre zu bemerken, dass die Gespräche wesentlich länger dauern, weil man sich persönlich besser kennen gelernt hat. Die Gespräche sind sowohl persönlicher als auch in der Masse fachlicher Natur, weil das Vertrauen da ist.“ (Aussage Interviewpartner 4). Allerdings führt Interviewpartner 4 auch an, dass individuelle unternehmerische Problemlagen, wie schwache Auftragsbücher oder Umsatzeinbrüche, genauso wenig innerhalb des Netzwerkes angesprochen oder diskutiert werden, wie positive unternehmerische Vorhaben, strategische Standorterweiterungen oder andere Investitionsabsichten.

Ein Grund für die Zurückhaltung liegt insbesondere in den unterschiedlichen Vertrauensbasen zwischen den einzelnen Teilnehmern des Initiativkreises. „Solche Gespräche werden eher unter den Unternehmern, wo man sich sehr gut kennt, besprochen“ (Interviewpartner 4). Die Ursache für das zum Teil fehlende Vertrauen könnte darin liegen, dass es keine festen Mitglieder gibt. Die Bestrebungen der Organisatoren verfolgen auch tatsächlich einen „gefestigten Teilnehmerkreis, der sich nicht permanent wechselt“ (Interviewpartner 8) und bisher hat sich bereits ein so genannter harter Kern des Netzwerkes aus 15 bis 20 Unternehmern eingestellt (Aussage Interviewpartner 4).

Dennoch umfasst der Einladungsverteiler des Bezirksamtes ein Vielfaches mehr an potentiellen Netzwerkteilnehmern, von denen einige nur gelegentlich dazu stoßen und wiederum andere noch nie an einem Treffen teilgenommen haben (Aussagen Interviewpartner 4 und 8).

Die meisten Treffen finden aufgrund des Teilnehmerkreises in Bergedorf beziehungsweise in der näheren Umgebung statt. Die Akteure kommen zu einem Großteil aus dem Bezirk, weitere Firmen haben ihren Sitz in den anliegenden Landkreisen Stormarn und Herzogtum-Lauenburg. Eine Aufnahme von regionsfremden Unternehmen ist nach Aussage des Interviewpartners 8 theoretisch denkbar, hat sich bisher jedoch nicht ergeben. Eine mögliche Erklärung hierfür sieht Interviewpartner 4 in der fehlenden räumlichen Anbindung von Unternehmen außerhalb der Region Bergedorf. Im Allgemeinen erweitert sich der Teilnehmerkreis auf Empfehlung bereits am Netzwerk Mitwirkender (Aussage Interviewpartner 4). Da die Einladungen ausschließlich über das Bezirksamt verschickt werden, erfragt dieses auch im Vorhinein die Kontaktdaten und stimmt sich insbesondere bei möglicherweise auftretenden Konfliktsituationen durch Konkurrenzen mit den betreffenden Unternehmen im Teilnehmerkreis ab (Aussage Interviewpartner 8). Tatsächlich wurde bereits in zwei Fällen auf eine Einladung von Unternehmen verzichtet, weil die bestehenden Mitglieder sich dagegen ausgesprochen hatten. Nach Auffassung des Interviewpartners 4 könnte sich eine mögliche Wettbewerbssituation unter den Teilnehmern eines Netzwerkes insbesondere im Hinblick auf gemeinsame Messeauftritte durchaus problematisch auswirken.

Der Betrieb eines Gemeinschaftsstandes auf verschiedenen Messen gehört zu den bisher größten Erfolgen des Initiativkreises Maschinenbau und Technik. In den Jahren 2006 und 2008 organisierte die TuTech GmbH im Rahmen des Netzwerkes und unter Beteiligung der Unternehmen sowie des Bezirksamtes einen gemeinsamen Messestand auf der NORTEC Hamburg, einer Fachmesse für Produktion im Norden mit Reichweiten bis in die skandinavischen Länder (Aussage Interviewpartner 4). Interviewpartner 4 betont in diesem Zusammenhang, wie wichtig die Organisationsübernahme durch die TuTech GmbH für die zumeist kleineren Betriebe des Netzwerkes ist, die sich größtenteils noch nie auf einer Messe präsentiert hatten. Aufgrund der erfolgreichen Resonanz, die sich zum Teil auch in Umsatzzuwachsen und Neukundengewinnung niederschlugen, beteiligten sich viele der Unternehmen auch in der darauffolgenden Messeveranstaltung (Aussage Interviewpartner 4). Zusätzlich präsentierten sich zu diesem Zeitpunkt 14 Unternehmen des Netzwerkes auch auf einer regionalen Bewerbermesse. In den Folgejahren verzichteten die Unternehmen aufgrund der allgemein schlechten wirtschaftlichen Lage bedingt durch die Finanz- und Wirtschaftskrise aus dem Jahr 2007/ 2008 (Aussage Interviewpartner 4). Im Jahr 2012 veranstaltete der Initiativkreis eine eigene Leistungsschau von 20 Maschinebau- und Technologieunternehmen im neueröffneten Laser Zentrum Nord. Da derartige Erfolge des Kontakts für die kleineren Betriebe allein nicht zu erreichen sind, strebt Interviewpartner 4 für das Präsentationsjahr 2014 aber auch eine erneute Teilnahme der Unternehmen des Netzwerkes Initiativkreis Maschinenbau und Technik bei der NORTEC Hamburg an.

Außerdem kann das Netzwerk noch weitere Erfolge für sich verbuchen. Interviewpartner 4 führt an, dass durch die betriebswirtschaftlich notwendige Verbreiterung des eigenen Kundenstamms auch der Druck auf Unternehmen wächst, immer auf dem neusten Stand der Technik und Verfahrensmethoden zu sein sowie stets mit den richtigen Partnern im Kontakt zu stehen. Die Einbindung in das Netzwerk erweist sich an dieser Stelle insofern förderlich, als dass sich eine

bessere Kenntnis über die Leistungsspektren und Kompetenzfelder der anderen Netzwerkpartner einstellt, die bei der gegenseitigen Unterstützung und der gemeinsamen Bearbeitung von größeren Aufträgen nützlich sein kann. Außerdem konnten durch die persönlichen Zusammentreffen innerhalb des Netzwerkes auch einst bestehende Konflikte zwischen einzelnen Teilnehmern gelöst und alte sowie neue Geschäftsbeziehungen aufgenommen werden (Aussage Interviewpartner 4).

Für eine Weiterentwicklung des Initiativkreises im Sinne der Zielverfolgung der Profilierung und Spezialisierung des Standortes gibt es von Seiten der behördlichen Vertreter durchaus den Wunsch gemeinsam mit den Netzwerkteilnehmern Perspektiven mit konkreteren Zielvorstellungen zu entwickeln und strategische Herangehensweisen zu erarbeiten (Aussage Interviewpartner 8). Dafür spreche die „momentan etwas chaotische Situation bei den Netzwerktreffen, [was die Themenfindung für die einzelnen Treffen betrifft.] Das Netzwerk sollte sich gemeinsam überlegen, wo es hinwill und zukünftige Treffen stringenter planen. Mittel- bis langfristig könnte sich daraus eine zusätzliche Erweiterung des Aktivitätsspektrum ergeben.“ (Interviewpartner 8). Aus der Dokumentation der beiden Interviewpartner 4 und 8 lässt sich zudem erkennen, dass es bis auf die allererste Sitzung im Jahr 2005 keinerlei verbindliche Aufzeichnungen oder Ergebnisprotokolle von den einzelnen Treffen gibt, sodass eine Evaluation der bisherigen Netzwerkaktivitäten bei zum Teil wechselnden Teilnehmerkreisen nicht möglich ist. Auch steht der Initiativkreis bisher nicht mit anderen Netzwerken oder gar Clusterinitiativen im Austausch, was im Rahmen dieser Untersuchung von anderen Gesprächspartnern als sehr wichtig und sinnvoll für die eigene Weiterentwicklung erachtet wurde.

Die Bedenken seitens der Unternehmer fasst Interviewpartner 4 wie folgt zusammen: „Eine strategische Planung ist schwierig zu organisieren. Die Betriebe sind oftmals sehr klein, sitzen teilweise sehr weit auseinander und kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen und Branchen, was eine gemeinsame Zielabsteckung zusätzlich erschwert.“ Er plädiert dafür, es bei kleineren marketingwirksamen Zwischenzielen, wie gemeinsame Veranstaltungen oder Messeauftritte, zu belassen.

4.8 Interorganisationale Zusammenarbeit

In Hamburg gibt es insgesamt mehr als 200 Services für Unternehmen, wobei sich die meisten auf die Bereiche Gründung, Finanzierung und Innovation beziehen (vgl. HWF o.J.e). Die vorgestellten Anlaufstationen bilden nur einen Ausschnitt, verdeutlichen aber bereits wie vielschichtig und breit aufgestellt die Wirtschaftsförderung in der Freien und Hansestadt Hamburg ist (s. Abb. 25). Die Institutionen der Stadt, aber auch die mehr oder weniger privaten Einrichtungen und Initiativen sind oftmals gut untereinander vernetzt, arbeiten in Teilbereichen und Themenüberschneidungen zusammen und informieren ihre Kunden beziehungsweise Mitglieder auch über Angebote und Serviceleistungen anderer Wirtschaftsförderungsdienstleister.

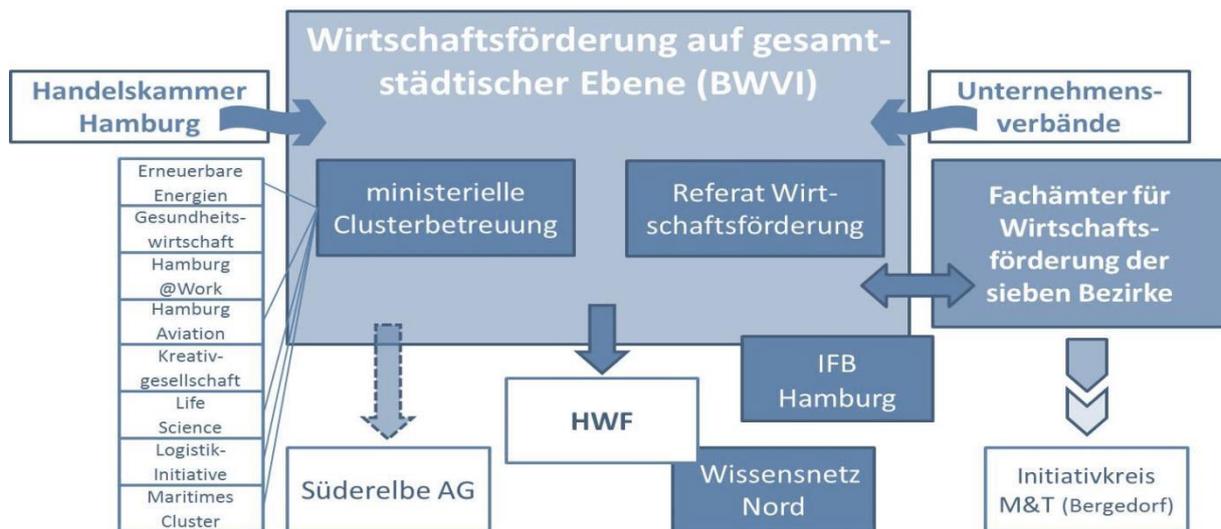


Abb. 25: Wirtschaftsförderungseinrichtungen in der Freien und Hansestadt Hamburg.

Quelle: eigene Darstellung

Wie in vielen anderen Branchen auch spielt insbesondere im Technologiebereich die Projekt und Innovationsförderung eine wichtige Rolle im Zusammenhang mit der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit Hamburger Unternehmen. Die gute Position in der Weltwirtschaft verdankt die Bundesrepublik vor allem dem hohen Innovationsgrad und der guten Qualität der Produkte und Dienstleistungen im Hinblick auf einzigartige Problemlösungen und einem gewissen Technologie- und Know-how-Vorsprung deutscher Unternehmen (Aussage Interviewpartner 3). Doch Stagnation bedeutet in diesen schnelllebigen Branchen Rückschritt. Um die Stellung von Qualitäts- und Marktführerschaften in Spezialgebieten zu halten, braucht es ständigen Wachstum und fortwährende Innovationen (Aussage Interviewpartner 3).

Ein Hauptproblem für viele kleine und mittlere Unternehmen stellt die Finanzierung von Forschungs- und Entwicklungsarbeit dar (Aussagen Interviewpartner 3 und 4). Die Strategie des Hamburger Senats die verschiedenen Innovations- und Mittelstandsförderungsinstitutionen der Stadt in der Innovations- und Förderbank Hamburg zu bündeln und damit einen zentralen Anlaufpunkt für förderungswillige Unternehmen zu schaffen, ist daher sehr positiv zu bewerten. Die verschiedenen Initiativen und Netzwerke zur Schaffung von Austauschmöglichkeiten und Bildung von Kooperationen, wie das Wissensnetz Nord oder die Innovations Kontakt Stelle sind ein weiteres wichtiges Element zur Projekt- und Innovationsförderung. Zudem leisten die Clusterinitiativen ebenfalls erfolgreiche Arbeit auf dem Gebiet der Sichtbarkeit und Übertragung kreativer Ideen und Ansätze sowie der Nachwuchsförderung und Fachkräftewerbung. Dies wirkt sich zum einen auf ein steigendes Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum in den Clustern sowie auf eine hohe Wettbewerbsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen aus (vgl. FHH 2012: 6). Zum anderen können die Hamburger Initiativen im nationalen und europaweiten Vergleich bereits auf zahlreiche Prämierungen in Wettbewerben und Auszeichnungen als Vorreiter wirtschaftlicher Innovationsförderung zurückblicken (vgl. ebd.: 9ff.). Und auch der Initiativkreis Maschinenbau und Technik dient als gutes Beispiel für die Funktions- und Leistungsfähigkeit von kleineren, lokalorientierten Branchennetzwerken.

Dennoch ist die Kooperationsbereitschaft insbesondere bei kleineren Unternehmen außerordentlich personenabhängig. Unternehmer, die aufgrund hoher Arbeitsbelastungen stark eingespannt sind oder deren Produktspezifika sich in enger Auftragsarbeit zu Kunden herauskristallisiert haben, zeigen meist weniger Interesse an einer strategisch forschungsorientierten Weiterentwicklung ihrer Produkte für die Erschließung neuer Märkte (Aussage Interviewpartner 3). Hier können durch gezieltere Öffentlichkeitsarbeit über erfolgreiche Projekte und Innovationen sowie mehr proaktive Informations- und Aufklärungsarbeit über die Funktionsweise und die Vorteile von Netzwerken für die Unternehmen, neue Denkanstöße und ein Bewusstsein für Kooperationen geschaffen werden.

5. Auswertung der Unternehmensumfrage

Der Maschinenbau hat lange Tradition in Hamburg und ist nach wie vor eine der grundlegenden Industrien für viele weitere Branchen und Wirtschaftszweige. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts gründete sich das staatliche Technikum mit der Höheren Maschinenbauschule, welches der allgemeinen Gewerbeschule angeschlossen wurde (vgl. HAW 2013a). Wenig später wurde jene um die Höheren Schiffbau- und Wagenbauschulen sowie die Höheren Schulen für Elektrotechnik und Schiffsmaschinenbau erweitert. Mit der Ausgliederung des Technikums Anfang des 20. Jahrhundert begann die Ära der eigenständigen Ingenieur-Ausbildung in Hamburg (vgl. ebd.). Seither wandelte sich das Gebiet des Maschinenbaus angepasst an die von (Basis-)Innovationen angetriebene wirtschaftliche Entwicklung. Heute bedeutet Maschinenbau vor allem „die Integration unterschiedlicher Systeme aus den Bereichen der Elektrotechnik, der Informatik und/ oder der Verfahrenstechnik und aus den klassischen, mechanischen Maschinenbaubereichen zu wettbewerbsfähigen Produkten“ (TUHH 2013a).

Auf Basis der im März 2013 erfassten Unternehmen in der Handelskammer Hamburg sind im Bereich des Maschinenbaus besonders viele Unternehmen den Wirtschaftsgruppen *Herstellung von sonstigen nicht wirtschaftsspezifischen Maschinen (53 Unternehmen)* und *Herstellung von Maschinen für sonstige bestimmte Wirtschaftszweige (55 Unternehmen)* zuzuordnen. Zur ersten Gruppe gehören namenhafte Hersteller von Aufzügen und Förderanlagen, Fahrtreppen und Fahrsteige, Kränen und Motorgeräten sowie Automatisierungstechniken oder kälte- und lufttechnischen Erzeugnissen, wie Wärmetauschern und Kühlanlagen. Zur zweiten Gruppe gehören insbesondere Betriebe, die Maschinen als Einzelfertiger produzieren. Beispielhaft seien hier Hersteller von Gussasphaltmaschinen, Nahrungsmittelanlagen und Hygieneprodukten, Verpackungs- oder Baumwollentkörnungsmaschinen, aber auch Teilfertigungen mit CNC-Drehmaschinen sowie Softwareentwickler für Laserkennzeichnungssysteme genannt. Ein weiterer bedeutender Anteil an Unternehmen macht die Gruppe *Herstellung von nicht wirtschaftszweigspezifischen Maschinen (30 Unternehmen)*, mit der Produktion von Pumpen und Turbokompressoren, Armaturen sowie Getrieben und Antriebstechniken aus. Weit weniger vertreten sind Unternehmen in den Wirtschaftsgruppen *Herstellung von land- und forstwirtschaftlichen Maschinen* und *Werkzeugmaschinen* mit zwei beziehungsweise drei Unternehmen. Insgesamt lässt sich für den Hamburger Maschinenbau eine heterogene Produktionsstruktur erkennen, wobei die Schwerpunkte in den folgenden Wirtschaftsklassen liegen:

- Herstellung von Armaturen anders nicht genannt (8 Unternehmen)
- Herstellung von Lagern, Getrieben, Zahnräder und Antriebselementen (9 Unternehmen)
- Herstellung von Hebezeugen und Fördermitteln (8 Unternehmen)
- Herstellung von Aufzügen, Fahrtreppen und Fahrsteigen (9 Unternehmen)
- Herstellung von kälte- und lufttechnischen Erzeugnissen, nicht für den Haushalt (9 Unternehmen)
- Herstellung von Maschinen für die Nahrungs- und Genussmittelerzeugung und die Tabakverarbeitung (8 Unternehmen)

Eine weitere statistische Auffälligkeit besteht in dem relativ großen Anteil von reparaturtätigen Unternehmen (26 Unternehmen). Ihre Kompetenzen liegen zum einen in der Montage, Reparatur

und Instandhaltung von Maschinen und Anlagen, zum anderen in kleineren Fabrikationen und Komplementärfertigungen.

Im Bereich der Metallerzeugung und -bearbeitung sind insgesamt nur elf Hamburger Unternehmen tätig. Dafür zählen besonders viele Betriebe zur Wirtschaftsgruppe Stahl- und Leichtmetallbau (11 Unternehmen) beziehungsweise sind in der Herstellung von Schneidwaren, Werkzeugen, Schlössern und Beschlägen aus unedlen Metallen (14 Unternehmen) tätig. Auf dem Gebiet der Elektroindustrie, mit Ausnahme von nicht für den Maschinenbau relevanten Wirtschaftsgruppen, machen herstellende Firmen von Mess-, Kontroll-, Navigations- u. ä. Instrumente und Vorrichtungen (48 Unternehmen) sowie von Elektromotoren, Generatoren, Transformatoren, Elektrizitätsverteilungs- und -schalteneinrichtungen (20 Unternehmen) die größten Anteile aus.

Die Geschäftslagen in den einzelnen Branchen sind unterschiedlich zu bewerten. Im Maschinenbau lag der Umsatz 2012 bei rund 2,79 Milliarden Euro, davon wurden rund 69 Prozent im Ausland umgesetzt (vgl. Genesis 2013). Dies entspricht auch dem Wert des Vorjahres. In einem ähnlich guten Licht stehen sowohl die Exportlage als auch die Binnennachfrage im Maschinenbau. 2011 lag die Auftragsentwicklung in Hamburg bei insgesamt 2,39 Milliarden Euro, wovon allein 1,68 Milliarden Euro im Ausland generiert wurden (vgl. Statistikamt Nord o.J.). Die Angaben zur Metallindustrie in Hamburg, insbesondere für den Wirtschaftszweig Metallerzeugung und -bearbeitung sind nur unvollständig angegeben. Für den Bereich Herstellung von Metallerzeugnissen konnte im Jahr 2012 ein Umsatz von etwas mehr als 0,25 Milliarden Euro erzielt werden, wobei der Auslandsumsatz nur einen Anteil von knapp fünf Prozent ausmachte (vgl. Genesis 2013). Da im Rahmen dieser Untersuchung nur maschinenbaurelevante Teile der Elektroindustrie betrachtet wurden, beschränken sich die folgenden Aussagen zur Umsatzentwicklung auch wiederum nur auf den Wirtschaftszweig Herstellung von elektrischen Ausrüstungen. Hier konnten 2012 Umsätze von 0,68 Milliarden Euro erzielt werden, knapp 25 Prozent davon im Ausland und somit ein Prozent mehr gegenüber dem Vorjahr. (vgl. ebd., Statistikamt Nord o.J.)

Neben den Indikatoren zur Umsatzentwicklung und Exportlage der einzelnen Branchen, gilt vor allem die Beschäftigungsstatistik als verlässlichste und auch aussagekräftigste Quelle für die Ableitung von Entwicklungstendenzen der Wirtschaft. Dies insbesondere auch deshalb, weil Veränderungen in den Beschäftigungszahlen weit gravierendere Folgen für Regionen haben können als Umsatzentwicklungen (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 116). Die Angaben des Statistikamtes beziehen sich jedoch stets auf den betrieblichen Schwerpunkt. Das heißt, sowohl Umsatz als auch Beschäftigung eines Unternehmens werden „vollständig und ausschließlich derjenigen Branche zugeordnet, die den Schwerpunkt des Produktionsprogramms ausmacht“ (ebd.). Das bedeutet zum einen, dass relativ kleine Maschinenbau-Betriebsteile nicht erfasst werden. Zum anderen umfassen die statistischen Jahresberichte nur Betriebe mit im Allgemeinen 20 und mehr Beschäftigten (vgl. Statistikamt Nord o.J.), weshalb es vor allem für kleinbetrieblich geprägte Branchen zu Verzerrungen und groben Ungenauigkeiten kommt.

Auf dem Gebiet der wissenschaftlichen Forschung und Entwicklung sind in Hamburg drei Hochschulen im Bereich des Maschinenbaus zu nennen. Die Technische Universität Hamburg-Harburg (TUHH) legt seine Forschungsschwerpunkte auf die integrierte Biotechnologie und Prozesstechnik, klimaschonende Energie- und Umwelttechnik, maritime Systeme, Luftfahrttechnik,

produktionsorientierte Werkstoffentwicklung sowie die Logistik und Mobilität für eine zukunftsfähige Wertschöpfung (vgl. TUHH 2013b). Darüber hinaus beschäftigt sie sich mit dem theoretischen Maschinenbau und der Planung, Konstruktion und Berechnung von Produktionsanlagen, Geräten und Maschinen sowie der generativen Fertigungstechnik. In der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) bilden unter anderem die Anwendungen dynamischer Systeme, die ganzheitliche Gestaltung industrieller Geschäftsprozesse sowie Brennstoffzellen und rationelle Energieverwendung die Schwerpunkte in der Forschung (HAW 2013b). Weitere Forschungsbereiche liegen in der Anlagen- und Fertigungstechnik, der Konstruktion, Mechanik, Maschinenbauinformatik, Steuerungs- und Regelungs- sowie Elektrotechnik. Die Helmut-Schmidt-Universität (HSU) ist die Hochschule der Bundeswehr in Hamburg. Sie betreibt vordergründig grundlagenorientierte Forschung im Maschinenbaubereich. Ihre Aktivitäten liegen in der Automatisierungs- und Antriebssystemtechnik, Mess- und Informationstechnik, Werkstoff- und Verfahrenstechnik, im Bereich Maschinenelemente und rechnergestützte Produktentwicklung beziehungsweise technische Logistik sowie in der Fahrzeug- und Energietechnik (vgl. HSU 2013).

Ausgehend von den ansässigen Unternehmen und der Existenz angesehener Forschungs- sowie Bildungseinrichtungen, die neben der Verfügbarkeit von qualifizierten Mitarbeitern auch eine leistungsfähige Infrastruktur vermuten lassen, stellt die Stadt Hamburg einen günstigen Standort für die Maschinebaubranche und ihre zugeordneten Wirtschaftsbereiche dar. Wie bereits dargestellt wurde, wird der Maschinenbau in Hamburg einerseits vorwiegend durch kleine und mittelständische Unternehmen geprägt, andererseits von Herstellern von Fördermitteln und Einzelfertigern von Maschinen und Anlagen dominiert. Insbesondere die Maschinen- und Anlagenbauer im Bereich der hoch entwickelten Anwendungstechnik weisen zumeist eine hohe Spezialisierung in ihren Produkten und ihrem Know-how auf (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 128). Die hohen Exportquoten in diesem Bereich deuten auf eine stetig hohe Nachfrage nach Spezialmaschinen und Qualitätsarbeit „made in Germany“ in Auslandsmärkten hin. Daher scheinen Innovationen, Kooperationen und die Nutzung von Synergien für die Hamburger Maschinenbauindustrie unerlässlich. Ob dies auch den realen Tatsachen in der alltäglichen Praxis der Unternehmen entspricht, wurde mit Hilfe einer durch die Handelskammer Hamburg der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (HWF) unterstützten Unternehmensbefragung empirisch untersucht.

5.1 Rücklauf und Teilnehmerstruktur der Umfrage

Von den 1.448 verschickten Unternehmensfragebögen kamen etwa 50 Sendungen als unzustellbar zurück. Dies ist nicht ungewöhnlich, da es im Zeitverlauf zu Geschäftsaufgaben durch beispielsweise Ruhestand oder Insolvenzen sowie zu Unternehmensverlagerung aus der Hansestadt Hamburg heraus kommt. Die verpflichtende Gewerbeabmeldung kann sowohl bei der jeweiligen Kammer als auch im zuständigen Bezirksamt erfolgen, sodass es bei der Übermittlung der Daten zu einer zeitlichen Verzögerung kommen kann. Zudem wird die Höhe der jeweiligen Mitgliedsbeiträge auf Grundlage der Rechtsform und der vom Finanzamt festgesetzten Gewerbebeiträge beziehungsweise Gewinne errechnet. Kleingewerbetreibende, deren Gewerbebeiträge unter einem bestimmten Betrag (5.200 Euro pro Jahr) liegen, sind zudem von der Beitragszahlung befreit (vgl. HK o.J.j). Stellen diese Unternehmen ihre gewerblichen Aktivitäten ein, melden dies aber nicht, werden sie weiterhin in der Datenbank der Handelskammer Hamburg geführt.

Es kann demnach festgehalten werden, dass etwa 1.400 Fragebögen an Unternehmen des Maschinenbaus, der Metall- und Elektroindustrie sowie weitere branchenrelevante Wirtschaftszweige erfolgreich zugesandt worden sind. In einem vierwöchigen Zeitraum vom 08.07.2013 bis zum 02.08.2013 sind insgesamt 69 Fragebögen zurück gesendet worden. Nach dem ersten Aufruf wurden 54 Beantwortungen gezählt, durch eine Nachfassung bei den Unternehmen per Mail und Anruf konnten anschließend noch einmal 15 Fragebögen entgegengenommen werden. Dies ergibt zusammengenommen eine Rücklaufquote von 4,9 Prozent, wobei drei Fragebögen nur unvollständig zurückgesandt worden sind, sodass für die Auswertung der Unternehmensumfrage nur 66 beantwortete Fragebögen berücksichtigt werden können.

Die an der Befragung teilgenommenen Unternehmen setzen sich nach ihren jeweiligen Branchen wie folgt zusammen:

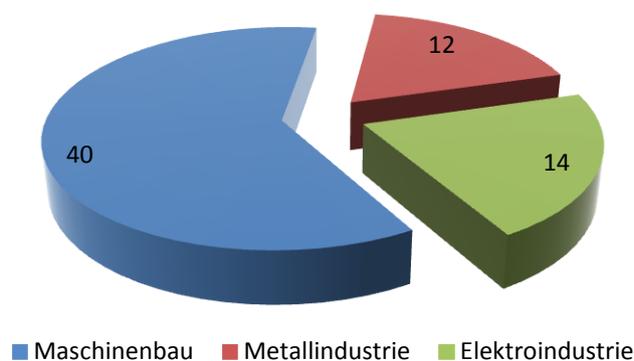


Abb. 26: Rückläufe nach Branchenaufteilung.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Die Grafik macht deutlich, dass mit fast zwei Dritteln (60,6 %) die meisten beantworteten Fragebögen aus dem Bereich des Maschinenbaus, gefolgt von annähernd ausgeglichenen 21,2 Prozent aus der Elektro- und 18,2 Prozent aus der Metallindustrie, kommen. Diese Verteilung entspricht auch in etwa dem Branchenverhältnis der verschickten Fragebögen (Maschinenbau: 65,4 %, Elektroindustrie: 18,0 %, Metallindustrie: 16,6 %). Das Verhältnis von potentiell zu befragten Unternehmen zu tatsächlich teilnehmenden Betrieben nach der jeweiligen Branche ergab folgendes Resultat:

- von 241 befragten Unternehmen der Metallindustrie antworteten 12, dies entspricht einem Rücklauf von zirka 5,0 Prozent
- von 260 befragten Unternehmen der Elektroindustrie antworteten 14, dies entspricht einem Rücklauf von zirka 5,4 Prozent
- von 947 dem Maschinenbau zugeordneten befragten Unternehmen antworteten 40, dies entspricht einem Rücklauf von zirka 4,2 Prozent.

Bei der Aufschlüsselung der teilnehmenden Unternehmen nach Wirtschaftszweigen ergibt sich folgendes Bild:

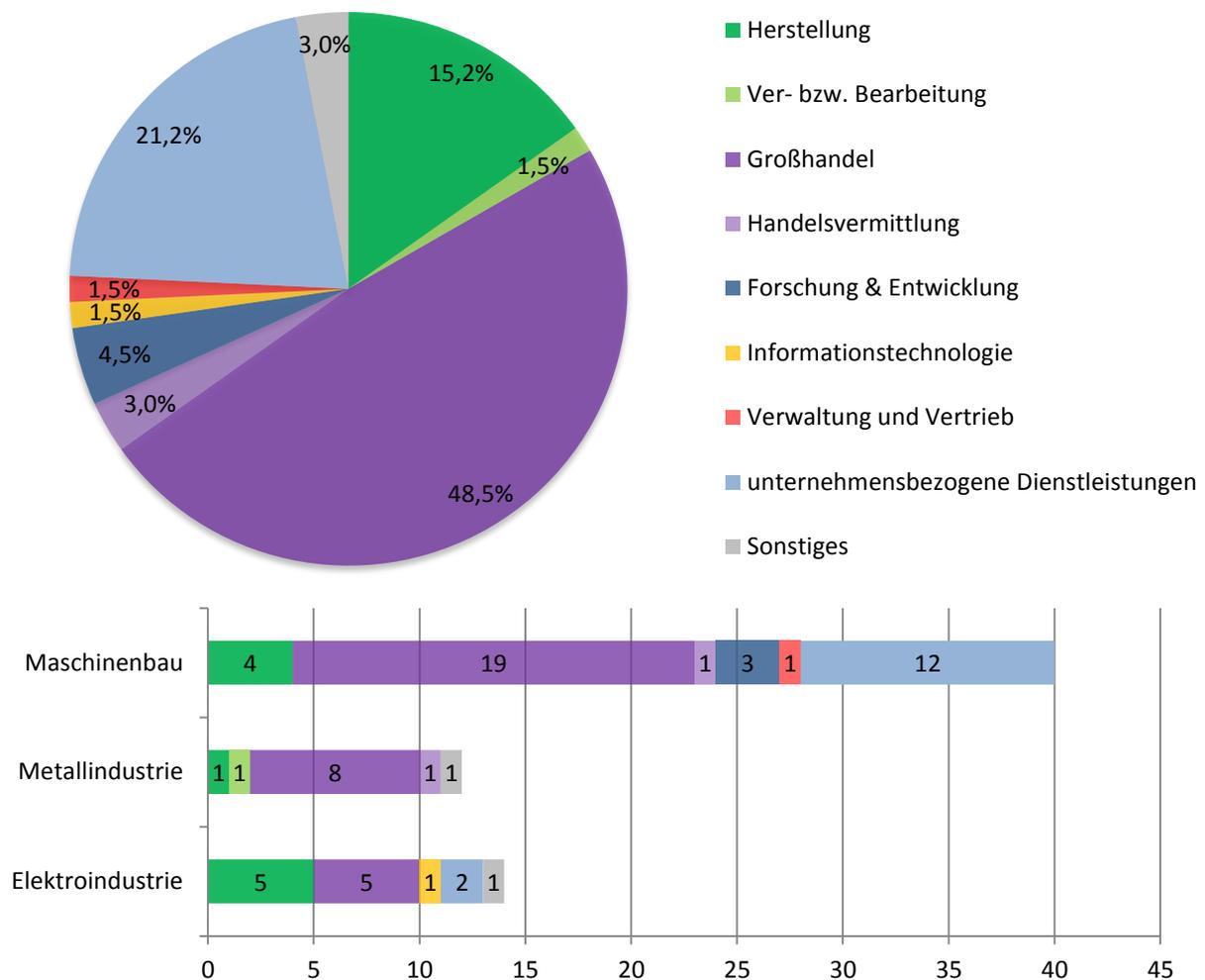


Abb. 27: Aufteilung nach Wirtschaftszweigen, oben: insgesamt, unten: nach Branchen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Das obere Kreisdiagramm zeigt in Prozentangaben, dass Unternehmen des Wirtschaftszweiges Großhandel sich überproportional an der Umfrage beteiligt haben. Die untere Grafik zeigt die Anzahl der jeweiligen Nennungen und macht zudem deutlich, dass sogar durch alle drei Wirtschaftsbranchen hinweg, die Großhändler jeweils mit den größten Anteil unter den antwortenden Betrieben ausmachen, wobei an dieser Stelle noch einmal darauf verwiesen sei, dass dieser Wirtschaftszweig auch unter den potentiell zu befragenden Unternehmen bereits einen großen Anteil ausmachte. Interessant ist dieses Ergebnis vor allem vor dem Hintergrund, dass Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts insbesondere viele Hamburger Maschinenbauunternehmen ursprünglich mit Handels- und Vertriebsaufgaben gegründet wurden (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 192). Der relativ große Anteil an unternehmensbezogenen Dienstleistungen sowie Forschungs- und Entwicklungsunternehmen im Maschinenbaubereich ist damit zu erklären, dass diese bei der Rekonstruktion der Wertschöpfungsketten der einzelnen Branchen bereits größtenteils dem Maschinenbau zugeordnet worden sind. Bei der offenen Angabe unter Sonstiges wurden die Verwaltung eigenen Vermögens und das Baugewerbe als Wirtschaftszweig aufgeführt. Aus dem Bereich Reparatur und Vermietung beteiligte sich kein Unternehmen.

Bei der Frage nach dem Gründungsjahr des Unternehmens konnten die teilnehmenden Firmen die Jahreszahl offen ohne vorgegebene Kategorien eintragen. Um die Daten grafisch darstellen zu können, wurden jedoch für die Auswertung Kategorien gebildet. Dabei geben gesellschaftlich sowie wirtschaftlich entscheidende Ereignisse den jeweiligen Beginn beziehungsweise Endpunkt der Zeiträume vor. Unternehmen mit einem Gründungsjahr bis 1913 bilden die erste Kategorie, wobei das älteste an dieser Umfrage teilnehmende Unternehmen bereits im Jahre 1825 gegründet wurde. Die zweite Kategorie 1914 – 1945 umfasst die Jahre des Ersten Weltkriegs, der Inflation, der Weltwirtschaftskrise 1927 und des Zweiten Weltkrieges. In der darauffolgenden Zeit kam es in Deutschland zu einem wirtschaftlichen Aufschwung (1946 – 1972), der durch die erste und zweite Ölkrise (1973 bzw. 1979/ 1980) gemindert wurde. Daher bezieht sich die vierte Kategorie auf die Jahre 1973 – 1989. Die Kategorie der Jahre 1990 – 2009 wird durch die Öffnung der innerdeutschen Grenze und sich anschließenden Deutschen Einheit begründet. Das Enddatum ergibt sich aus der Folgekategorie, da sich aus heutiger Perspektive im Zeitraum 2010 – 2013 die jungen, neugegründeten Unternehmen, die so genannten Start-Ups wiederfinden dürften.

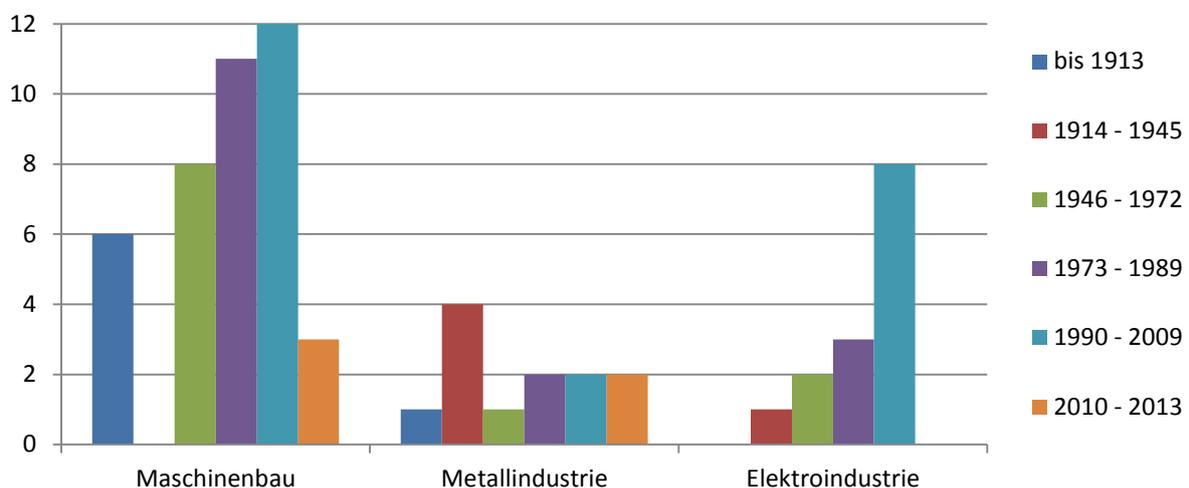


Abb. 28: Gründungsjahr.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Nur sieben Unternehmen der teilnehmenden Befragten sind älter als 100 Jahre. Zudem bestätigt sich, dass ein Großteil der Unternehmen aus den entsprechenden Jahren als Handels- und Vertriebsunternehmen gegründet worden sind, denn immerhin fünf dieser über einhundertjährigen Unternehmen haben angegeben, Großhändler zu sein. Fünf Unternehmen sind jünger als fünf Jahre und fallen damit in die Lebenszyklusphase eines Start-Ups. Eine eindeutige Altersabgrenzung für diese Unternehmen gibt es nicht. Eine mögliche Quelle definiert Start-Ups als „junge, noch nicht etablierte Unternehmen, die zur Verwirklichung einer innovativen Geschäftsidee [...] mit geringem Startkapital gegründet werden“ (Gabler Wirtschaftslexikon o.J.e). Üblicherweise wird jedoch eine Altersschwelle von drei bis Jahren zur Operationalisierung des Begriffs verwendet (vgl. Startwerk.ch 2013, HK o.J.j).

Bei der Selbsteinschätzung der Befragten in welcher Lebenszyklusphase sich ihr Unternehmen derzeit befindet, konnten die Teilnehmer zwischen folgenden Kategorien wählen:

- Start-Up (Gründung und erste Produktetablierung)
- Wachstum (steigende Umsätze und Mitarbeiterzahlen)
- Reife (stabile Firmengröße und Erhöhung der Marktanteile)
- Revitalisierung (Produkt- und/ oder Prozessoptimierung)

Die Kategorie „Endphase“ (Unternehmen befindet sich in der Liquidierung) wurde von einem Unternehmer selbst hinzugefügt. Zwei Unternehmen fanden sich in keiner der vorgegebenen Phasen wieder. Eine relative Mehrheit der Unternehmen gab an, sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt in der Reifephase zu befinden. Bei der Gegenüberstellung der Gründungs-jahrgänge mit der Lebenszyklusphase gibt es hinsichtlich der kategorischen Abgrenzung und der Selbsteinschätzung durchaus Abweichungen. Während sich Unternehmen mit den Gründungs-jahren 2006 und 2009 noch selbst als Start-Ups bezeichnen, sehen sich Unternehmen mit den Gründungs-jahren 2010 und 2011 teilweise bereits in der Wachstumsphase. Das Unternehmen, welches sich selbst in eine Endphase eingeordnet hat, stammte aus dem Jahr 2008. Dies entspricht einer Untersuchung, die besagt, dass im Schnitt etwa 50 bis 55 Prozent der Start-Ups in den ersten fünf Jahren vom Markt verschwinden, zusätzliche 20 Prozent nach weiteren fünf Jahren (vgl. Shane 2008). Unternehmen, die sich in der Revitalisierungsphase befinden, haben ihre Anfangsjahre sowohl vor 1913 als auch zwischen 1972 und 1999.

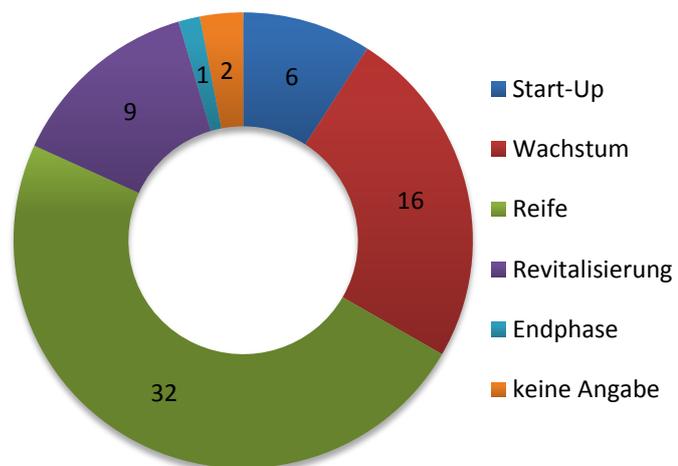


Abb. 29: Lebenszyklusphase.
Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Die Angaben zur jeweiligen Betriebsart der befragten Unternehmen zeigen den hohen Anteil an selbständigen Betrieben. Mehr als die Hälfte der teilnehmenden Betriebe wirtschaften eigenständig, wobei keines der Unternehmen aus einem Outsourcing eines anderen Unternehmens heraus entstanden ist. Als Zweigunternehmen eines Unternehmensverbundes sieht sich nur ein Betrieb aus der Metallindustrie. Den statistisch zweitgrößten Anteil bilden Unternehmen mit Hauptsitzen, gefolgt von Niederlassungen in der Freien und Hansestadt Hamburg. 68,4 Prozent der Unternehmen mit Hauptsitz entfallen auf die Maschinenbaubranche. Hier lässt sich eine Funktionstrennung zwischen den verschiedenen Einheiten eines Unternehmens mit mehreren Standorten vermuten. So bestehen viele fertigenden Unternehmenseinheiten aufgrund ihrer oftmals höheren Flächennachfrage im Umland beziehungsweise in der Region, während die Unternehmenszentralen wegen der guten Infrastruktur und den Führungsvorteilen in Hamburg verbleiben (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 123f.). Im Zusammenhang mit der Netzbildung kann sich dies sogar als Vorteil auswirken. Denn die entscheidenden Funktionen eines Unternehmens, wie das Management, der Vertrieb oder die Produktentwicklung finden zumeist in den Hauptsitzen statt (Aussage Interviewpartner 2). Auch die Niederlassungen größerer Unternehmen können ihre Produktionsstätten ins Umland auslagern, dennoch stehen sie immer in einem gewissen Abhängigkeitsverhältnis zu ihrer Konzernmutter.

Einerseits kann ihnen dies ausreichend verfügbare Finanzmittel beschere, eigens entstehende Kosten können durch Know-how- und Fertigungsverflechtungen gesenkt und neue Märkte über die Konzernverbindungen erschlossen werden (vgl. Läßple, Endres, Bukold 1990: 166). Andererseits können potentielle Märkte durch die Konzerneinbindung aber auch verschlossen bleiben, wenn beispielsweise Konkurrenzen der Unternehmenstöchter verhindert werden sollen. Im Rahmen von Konzentrationsprozessen kann es auch dazu kommen, dass Unternehmensfunktionen an bestimmten Standorten abgebaut oder Firmen nur kurzfristig aufgekauft und um ihr Know-how und ihre Lizenzen etc. gebracht, ehe sie im schlechtesten Fall weiterverkauft oder aufgelöst werden (vgl. ebd.).

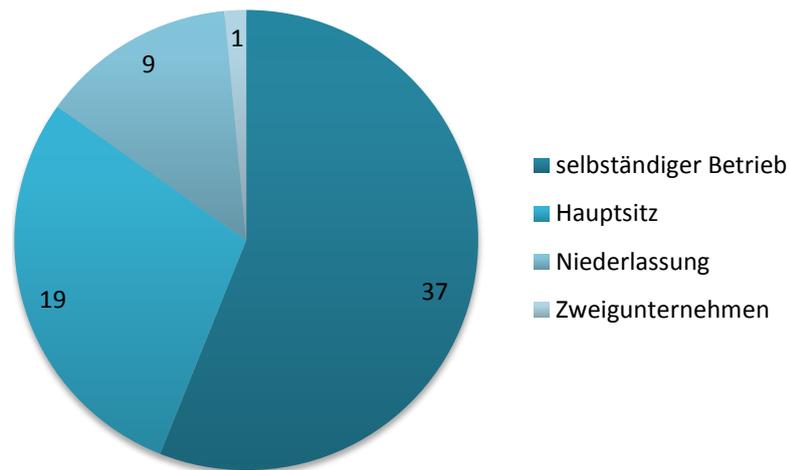


Abb. 30: Betriebsart am Standort der befragten Unternehmen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Die Frage nach der Zahl der Beschäftigten ermöglicht zwei Auswertungen. Zum einen gibt sie Aufschluss über die derzeitige Struktur hinsichtlich der Mitarbeiterzahlen (zum Stand: 30.06.2013), zum anderen lässt sich aus den Angaben der Beschäftigtenzahlen aus den beiden Vorjahren eine Entwicklung bei den Unternehmen erkennen, die Rückschlüsse auf die wirtschaftliche Situation zulässt. Die untenstehende Grafik (s. Abb. 6) unterstützt das Bild, der durch kleine und mittelständische Betriebe geprägten Maschinenbaubranche. Zwar existieren weder rechtliche Definitionen noch allgemeingültige statistische Abgrenzungskriterien darüber, was ein kleines oder mittleres Unternehmen ist, allerdings bedienen sich die Statistiker und Institutionen bei der Vergabe von Fördermitteln häufig an den Auffassungen der Europäischen Union oder dem Institut für Mittelstandsforschung Bonn, die sowohl quantitative als auch qualitative Aspekte zur Abgrenzung enthält:

	Europäische Union	Institut für Mittelstandsforschung
Kleinst- unternehmen	unter 10 Mitarbeiter max. 2 Mio. € Jahresumsatz max. 2 Mio. € Jahresbilanzsumme	---
Kleine Unternehmen	unter 50 Mitarbeiter max. 10 Mio. € Jahresumsatz max. 10 Mio. € Jahresbilanzsumme	weniger als 10 Beschäftigte Jahresumsatz von unter 1 Mio. €
Mittlere Unternehmen	unter 250 Mitarbeiter max. 50 Mio. € Jahresumsatz max. 43 Mio. € Jahresbilanzsumme	weniger als 500 Beschäftigte Jahresumsatz unter 50 Mio. €
weitere Kriterien	weniger als 25% des Kapitals oder der Stimmrechte dürfen von öffentlichen Stellen oder Körperschaften des öffentlichen Rechts kontrolliert werden (Ausnahmen bilden Investitionen von nicht gewinnorientierten Forschungs- institutionen)	Einheit von Eigentum, Haftung und Führung, Konzernunabhängigkeit, unternehmerische Verantwortung (<i>qualitativ</i>)

Tab. 5: gängige Definitionen zu KMU.

Quelle: eigene Darstellung nach HK o.J.k

Von den zu dieser Frage 63 geantworteten Unternehmen haben 55 Prozent der Unternehmen weniger als 10 Beschäftigte. Unter die Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern fallen sogar 84 Prozent. Bei einer Zusammenfassung aller kleinen und mittelständischen Betriebe mit Mitarbeiterzahlen bis 250 beziehungsweise 500 Beschäftigten gehören 98 Prozent der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen zu den KMU's. Die Struktur der Betriebe ist gerechnet nach Betriebszahlen eher kleinbetrieblich geprägt. Denn im Schnitt haben die 29 Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten nur acht Mitarbeiter. Diese Betriebe machen zwar einen Anteil von 46 Prozent der Befragten aus, haben aber nur einen Beschäftigtenanteil von 28,6 Prozent.

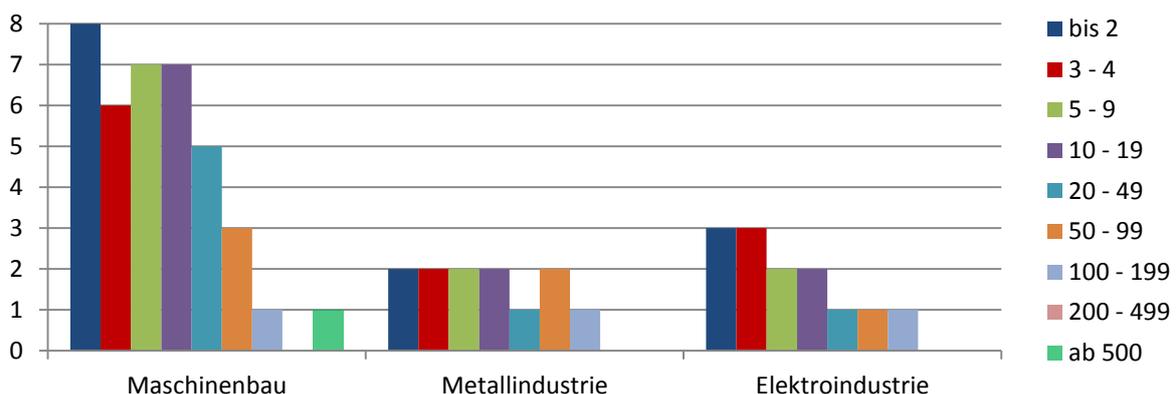


Abb. 31: Nennungen zu Mitarbeiterzahlen zum Stand 30.06.2013.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Im Gegensatz dazu gibt ein Unternehmen (hier dem Maschinenbau zugeordnet) an 1.700 Mitarbeiter zu beschäftigen. Da dieses Unternehmen jedoch nicht zum inneren Kern der Wertschöpfungskette der Maschinenbaubranche gehört, wird es bei der Auswertungsdarstellung der Beschäftigtenentwicklung nicht berücksichtigt. Dies gilt auch für drei weitere Unternehmen, welche ohne Erläuterung von Gründen keine Angaben zu den Beschäftigtenzahlen in 2012 und 2011

gemacht haben. Statistisch könnte dies eine mögliche Verzerrung der Beschäftigtenentwicklung bedeuten, da für das Jahr 2013 ein Sprung von 48 Mitarbeitern entstehen würde. Gleichmaßen erfolgt die Handhabung mit einem Unternehmen der Metallindustrie, welches angab, in 2012 111 zusätzliche Mitarbeiter aus einer Insolvenz übernommen zu haben. Hierbei handelt es sich nicht um neugeschaffene, sondern um gesicherte Arbeitsplätze, in der Auswertung zur Beschäftigtenentwicklung werden sie daher herausgerechnet. Die Grafik stellt demnach nur noch die Antworten für die 58 betrachteten Unternehmen dar. Insgesamt ist eine positive Entwicklung der Mitarbeiterzahlen zu erkennen.

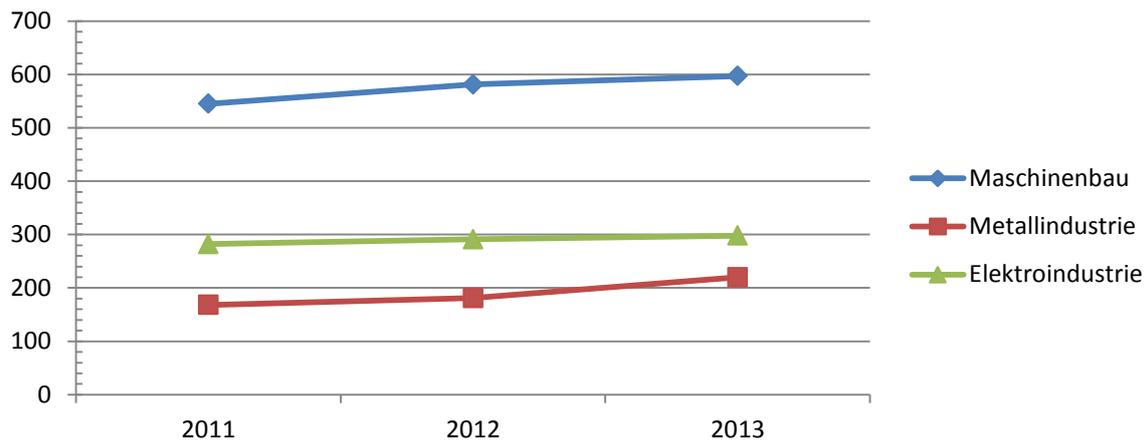


Abb. 32: Beschäftigtenentwicklung.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Ebenfalls positiv bewertet knapp die Hälfte (48,5 %) der befragten Unternehmen ihre Umsatzentwicklung in den letzten fünf Jahren. Bei der Betrachtung der Unternehmen, deren Umsatz sich zumindest nicht verringert hat, finden sich sogar knapp 70 Prozent der Befragten wieder. Die Umsatzentwicklung der Maschinenbauunternehmen verlief dabei am stärksten. Hier gaben 52,2 Prozent der Betriebe an, dass sich ihr Umsatz im entsprechenden Zeitraum erhöht beziehungsweise kaum erhöht hätte. Drei Unternehmen wollten keine Aussage treffen.

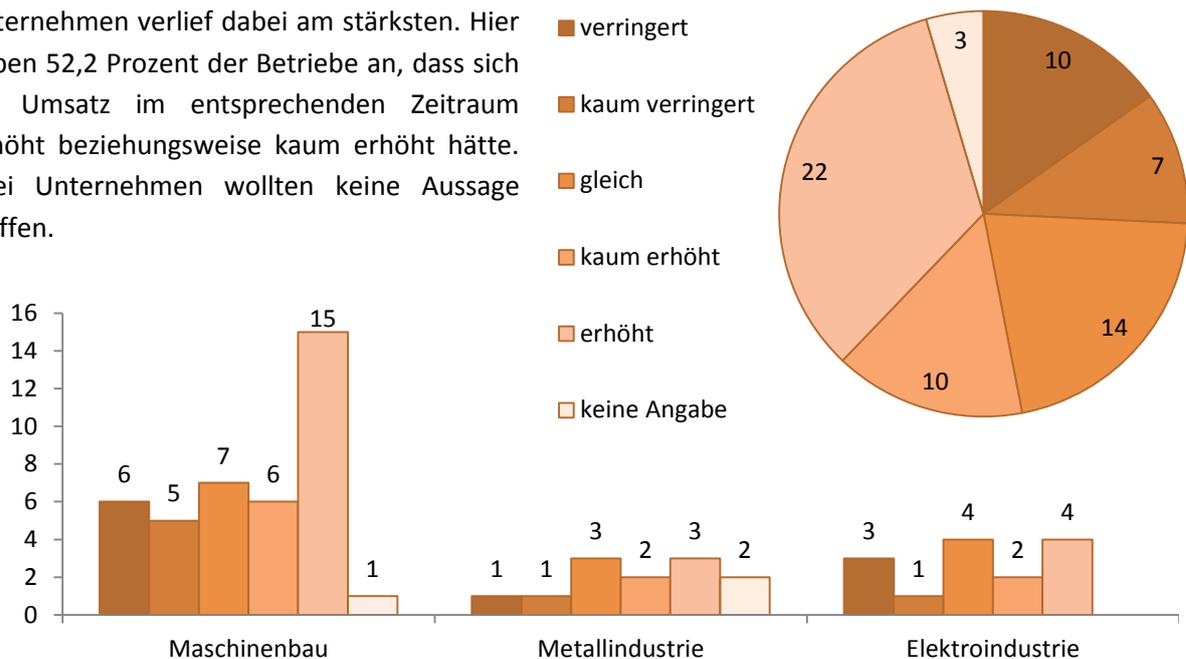


Abb. 33: Umsatzentwicklung der letzten fünf Jahre, rechts: insgesamt, unten: nach Branchen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Die allgemeine Tendenz zur Umsatzerhöhung in den letzten fünf Jahren ist nicht überraschend, da zu Beginn dieses Zeitraums krisenbedingte Verluste, vor allem im Maschinenbaubereich, aber auch die anderen Industrien betreffend, hinzunehmen waren. Im Jahr 2009 waren die Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise für die Maschinenbaubranchen am deutlichsten zu spüren, seit 2011 erreichen die Umsatzentwicklungen wieder das Vorkrisenniveau (vgl. Statista GmbH 2013). Eine Plausibilitätsanalyse der getätigten Angaben zur Umsatzentwicklung mit den entsprechenden Angaben zur Mitarbeiterentwicklung ergab im Grundsatz eine Übereinstimmung. Lediglich in jeweils einem Fall widerspricht die Mitarbeiterreduzierung der angegebenen Umsatzerhöhung beziehungsweise der Mitarbeiterzuwachs der vermeintlichen Umsatzverringering.

5.2 Ergebnisse der Umfrage

Die Darstellung der deskriptiven Ergebnisse zur Rücklaufquote und Stichprobenbeschreibung gibt einen guten Überblick über die Daten der an dieser Befragung teilnehmenden Unternehmen. Bevor in diesem Abschnitt die weiteren Resultate zu den Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten, Förderbedarfen sowie Netzwerkaktivitäten vorgestellt werden, sollen zunächst einige Anmerkungen zu möglichen Fehlerquellen und Erläuterungen zur Auswertung der Fragebogendaten vorangestellt werden.

Im dritten Kapitel dieser Arbeit sind bereits erste Fehlerquellen, die bereits im Umgang mit dem Instrument Fragebogen entstehen können, wie die Auswahl der zielführenden Fragen oder deren Formulierung, genannt und Lösungsmöglichkeiten zur Verminderung sowie Vermeidung möglicher Verfälschungstendenzen bei der Erstellung des Fragebogens angewendet worden. Dennoch können weitere Verzerrungen bei der Auswertung der Antworten durch beispielsweise eine falsche Beantwortung der Fragen durch die Teilnehmer oder weitere Effekte, die in der „Natur der Sache“ selbst liegen, entstehen (vgl. Institut für webbasierte Kommunikation und E-Learning o.J.). Eine in der Praxis häufig auftretende Auswertungsproblematik liegt in der Tendenz zur „sozialen Erwünschtheit“ der Antworten. Dabei geben die Umfrageteilnehmer Antworten, die voraussichtlich gesellschaftlichen Maßstäben entsprechen (vgl. Pilshofer 2001). Ein nach den Maßgaben der Objektivität erstellter Fragebogen kann somit dennoch durch die jeweiligen Rahmenbedingungen des Befragten gestört werden und mögliche Antwortverzerrungen beinhalten. Ein anderes Phänomen besteht in der „zentralen Tendenz“, bei der extreme Ausprägungen von den Antwortenden vermieden und eher zur Mitte tendierende Aussagen getroffen werden (vgl. Institut für webbasierte Kommunikation und E-Learning o.J.). Insbesondere bei visuell vorliegenden Antwortmöglichkeiten tritt auch relativ häufig der „Primacy-Effekt“ auf (vgl. ebd.). Dabei wählen die Befragten nach dem so genannten Satisfying-Prinzip die erste Antwortmöglichkeit, die sie befriedigt, ohne die weiteren Antwortalternativen zu beachten. Dieser Effekt tritt vor allem dann auf, wenn bei den Teilnehmern der Umfrage nicht das nötige Wissen über oder nur mangelndes Interesse am Fragegegenstand vorliegt (vgl. ebd.). Ähnlich verhält es sich auch beim Halo- beziehungsweise Ausstrahlungseffekt. Allerdings wird die Antwort zu einer Frage hier von der vorherigen beeinflusst, wenn die Fragen in einem inhaltlichen Zusammenhang zueinander stehen und die Befragten sich an der vorherigen Antwort orientieren (vgl. ebd.).

Der Auswertung, der im Rahmen dieser Untersuchung vorliegenden Daten, liegt eine Tabellenkalkulation zugrunde. Bei der Erfassung und späteren Auswertung der Daten ist zu beachten,

dass jeder beantwortete Fragebogen als einzelner Fall gekennzeichnet wird. Auch fehlende Werte gilt es explizit zu berücksichtigen, weshalb zu den jeweiligen Ergebnisauswertungen auch stets eine Angabe zur Stichprobengröße gehört. Ein statistisches Verfahren zur Auswertung von großen Datenmengen stellen Pivot-Tabellen dar. Mit ihnen lassen sich Daten zusammenfassen, Häufigkeiten von Antworten auszählen, die Ergebnisse sortiert und gefiltert aufführen sowie flexibel und schnell anpassen (vgl. Wildt 2013). Für die Analyse der Daten ist vor allem die übersichtliche und gesonderte Darstellung, der für die Beantwortung der Fragestellung relevanten Daten von Vorteil (vgl. Bradley 2013). Um zu prüfen, ob sich aus dem gewonnenen Datenmaterial verallgemeinerungsfähige Schlussfolgerungen ableiten oder Beziehungen zwischen einzelnen Variablen herstellen lassen, eignen sich analytische Verfahren, wie beispielsweise Kreuz- beziehungsweise Kontingenztabellen. Für die Analyse eines statistischen Zusammenhangs zweier oder mehrerer voneinander abhängiger Variablen ist insbesondere deren Häufigkeitsverteilung interessant. Ein solcher ist gegeben, wenn die bedingten Verteilungen der abhängigen Variablen für verschiedene Ausprägungen voneinander abweichen (vgl. Andreß 2001).

5.2.1 Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in den Unternehmen

Auf die Frage, ob im Unternehmen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten durchgeführt werden, gaben 31 Unternehmen an, keinerlei Tätigkeiten hinsichtlich Produkt-, Verfahrens- oder Organisationsinnovationen zu betreiben. Diese Gruppe setzt sich zu mehr als zwei Dritteln aus Großhandelsunternehmen und Handelsvermittlern zusammen, weitere sechs Unternehmen gehören zu den unternehmensbezogenen Dienstleistungen. Die an dieser Umfrage beteiligten Forschungs- und Entwicklungsunternehmen gaben erwartungsgemäß ihres Wirtschaftszweiges an, auch Aktivitäten in diesen Bereichen nachzugehen. Von den insgesamt übrigen 35 Unternehmen führen 29 Unternehmen Produktinnovationen, 17 Unternehmen Verfahrensinnovationen und noch immerhin 15 Unternehmen Organisationsinnovationen durch. Nur sechs Betriebe sind in allen drei Bereichen aktiv, hier insbesondere fertigende Unternehmen aus dem Maschinenbau und der Elektroindustrie. Die Grafik gibt die Einschätzung der Antwortenden bezüglich der Häufigkeit ihrer Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten in den Kategorien gelegentlich und kontinuierliche wieder.

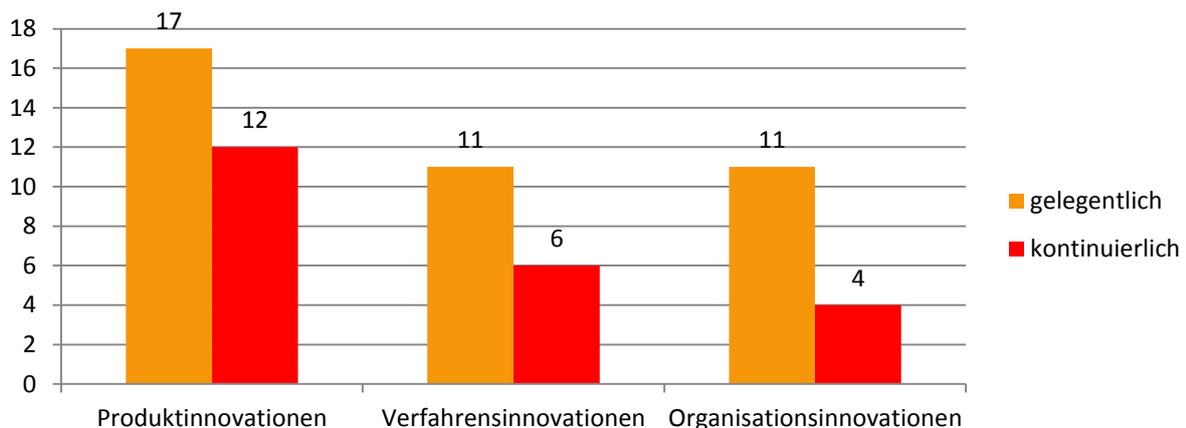


Abb. 34: Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten der Unternehmen nach Häufigkeit.
Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Bei der Betrachtung der Branchenverteilung der Antworten fällt auf, dass nur drei der teilnehmenden Unternehmen aus der Metallindustrie Forschung und Entwicklung (F&E) betreiben, wobei auch hier wiederum der Rückschluss auf den hohen Anteil an Großhandelsunternehmen und Handelsvermittlungen zu ziehen ist. Unternehmen der Elektroindustrie sind vor allem im Bereich der Produktinnovationen aktiv. Von den dem Maschinenbau zugeordneten Unternehmen betreiben 18 von 40 Unternehmen überhaupt F&E-Tätigkeiten. Allerdings muss hier eine differenziertere Betrachtung zwischen gelegentlichen und kontinuierlichen Innovationen vorgenommen werden. Während in allen drei Innovationsbereichen gelegentliche Aktivitäten relativ ausgeglichen vorgenommen werden, konzentrieren sich die kontinuierlichen Maßnahmen zu knapp zwei Dritteln auf die Produktinnovationen.

Sieben Unternehmen, die generell F&E betreiben, tun dies ohne explizit eigenes Personal dafür zu beschäftigen. Von 56 diese Frage beantwortenden Befragten gaben 29 an keine eigene Abteilung mit Personal für Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten zu haben. Darüber hinaus konnten die Antworten von vier weiteren Unternehmen nicht berücksichtigt werden, weil diese zum Teil nicht nachvollziehbar waren, zum anderen im Widerspruch zu zuvor gemachten Angaben von Mitarbeiterzahlen im Betrieb standen. Um die eigentliche Fragestellung nach dem Verhältnis von F&E-Beschäftigten zu Gesamtmitarbeiterzahlen der Betriebe beantworten zu können, wurden bei der Auswertung daher nur die 23 Unternehmen betrachtet, die sowohl Angaben zu Beschäftigtenzahlen zum Stichtag 30.06.2013 als auch zu Angestellten im F&E-Bereich gemacht haben.

	Gesamt	Maschinenbau	Metallindustrie	Elektroindustrie
Anzahl der Unternehmen	23	13	2	8
∑ Beschäftigte zum 30.06.2013	719	315	151	253
∑ Beschäftigte im F&E-Bereich	101,5	66	4	31,5

Tab. 6: Angaben zu Unternehmen mit Angestellten im F&E-Bereich.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Wie aus der Tabelle ersichtlich, beschäftigen die insgesamt 23 Unternehmen zusammengenommen 719 Mitarbeiter, von denen 101,5 im Bereich Forschung und Entwicklung angestellt sind. Dies ergibt eine Quote von 14,12 Prozent. Statistisch gesehen arbeiten demnach von im Durchschnitt 31 Beschäftigten vier Angestellte an Forschungen und Entwicklungen pro Betrieb. Die tatsächliche Spannweite liegt allerdings zwischen 0,5 Personen bis zu 35 Beschäftigten. Begründet werden kann dies, zum einen mit den unterschiedlichen Voraussetzungen der Betriebsgrößen und zum anderen mit der schwerpunktmäßigen Ausrichtung der Unternehmen. So werden Unternehmen des Wirtschaftszweiges Forschung und Entwicklung einen wesentlichen größeren Anteil an Beschäftigten im F&E-Bereich haben, als beispielsweise Verwaltungsunternehmen. In diesem Beispiel sind es sogar fast 78 Prozent der Angestellten in Forschungs- und Entwicklungsunternehmen, allerdings ist dieser Wert aufgrund der geringen Anzahl an teilgenommenen Unternehmen aus diesem Bereich nicht belastbar. Bei der Untersuchung der Betriebe der unternehmensbezogenen Dienstleistungen ergibt sich eine Quote von immerhin knapp 19 Prozent. Aber auch hier ist die Einschränkung eines in seinen

Aktivitäten sehr breit aufgestellten Wirtschaftszweiges zu suchen, der sowohl Ingenieursdienstleister als auch Rechtsanwälte oder spezielle Reinigungsfirmen für Maschinen beinhaltet.

Die anteiligen Ausgaben für Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten am Umsatz der 28 beziehungsweise 27 investierenden Unternehmen betragen für das vergangene Geschäftsjahr zwischen 0,01 und 70 Prozent beziehungsweise zwischen 0,05 und 70 Prozent für das laufende Geschäftsjahr, wobei nur sechs Unternehmen mehr als 10 Prozent ihres Umsatz für F&E ausgeben.

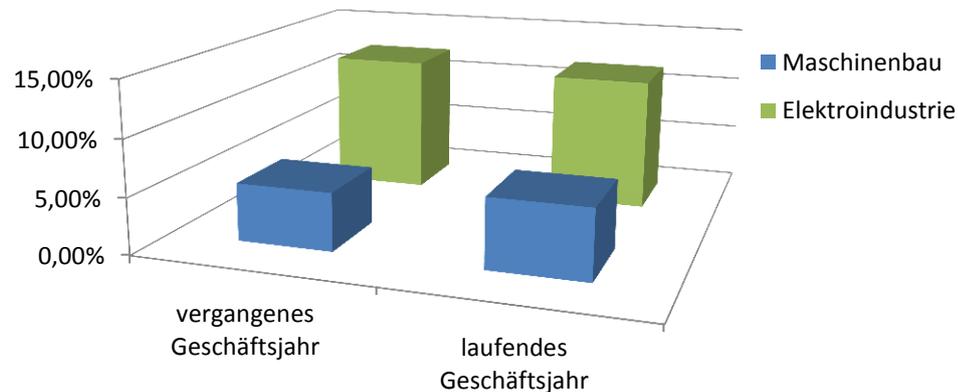


Abb. 35: Anteilige Ausgabenentwicklung für Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Da aus dem Bereich der Metallindustrie nur ein einziges Unternehmen angab, Ausgaben zu verzeichnen kann hieraus keine werthaltige Aussage über das Investitionsverhalten der Betriebe in F&E-Tätigkeiten abgeleitet werden. Im Maschinenbau lagen die anteiligen Ausgaben im vergangenen Geschäftsjahr durchschnittlich bei 5,17 Prozent beziehungsweise 6,18 Prozent im laufenden Geschäftsjahr, wobei ein Unternehmen seine Investitionen eingestellt hat. Für die Unternehmen der Elektroindustrie ergaben sich die größten Investitionsanteile mit 12,39 beziehungsweise 11,90 Prozent.

Die in der Tendenz für den Maschinenbau steigenden beziehungsweise für die Elektroindustrie fallenden anteiligen Ausgaben spiegeln nicht notwendigerweise eine Investitionskürzung in absoluten Zahlen dar, da bei möglichen Umsatzerhöhungen die absoluten Ausgaben für Aktivitäten im Forschungs- und Entwicklungsbereich dennoch gestiegen sein könnten. Auch ein potentieller Rückschluss auf mögliche Umsatz- und Gewinnsteigerung für Unternehmen, die mehr in F&E investieren als Unternehmen, die dies nicht tun ist, abgesehen von den nicht vorhersehbaren Erfolgen von F&E-Tätigkeiten, trügerisch. Denn einerseits wird argumentiert, dass Unternehmen, die bereit sind in F&E-Aktivitäten zu investieren, auch wirtschaftliche Gewinne erzielen, andererseits werden F&E-Investitionen aber auch damit begründet, dass dies hauptsächlich die Unternehmen tun würden, die wirtschaftlich eh gut situiert sind (Aussage Interviewpartner 3). Was sich aber letztendlich aus den Zahlen schließen lässt, ist, dass sich die anteiligen Ausgaben unter den an dieser Umfrage teilnehmenden Unternehmen der Elektroindustrie auf einem höheren Niveau befinden, als die der Maschinenbauer. Darüber hinaus lassen sich aber keine allgemeingültigen branchenrelevanten Aussagen ableiten.

5.2.2 Förderbedarfe

Unter Akteuren und Experten herrscht Einigkeit darüber, dass eine erfolgreiche Wirtschaftsförderung sich dadurch auszeichnet, dass sie die Ziele und Inhalte ihrer Arbeit an den Bedarfen der Unternehmen ausrichtet. Bedarfe werden in der Fachliteratur als bereits konkretisierte Bedürfnisse bezeichnet, die aus der Überlegung, welches Bedürfnis mit welchem Gut befriedigt werden kann, entstehen (vgl. Simon o.J.). Schubert und Klein definieren den Begriff in ihrem Politiklexikon als: „Die zum Erreichen eines bestimmten Zieles erforderliche Menge, Intensität, Dauer bzw. der hierzu erforderliche Aufwand.“ (Schubert, Klein 2011). Bedarfe können sehr individueller Natur sein und verändern sich im Laufe der Zeit. Darüber hinaus werden sie durch verschiedene gesellschaftliche, technische und wirtschaftliche Entwicklungen beeinflusst.

Von den im Rahmen dieser Untersuchung befragten Unternehmen hat die Mehrheit (71 %) bisher keine Förderangebote in Anspruch genommen. Als Begründung wurden hauptsächlich die Faktoren Unwissenheit und Informationsmangel genannt. Insbesondere, die Unternehmen die unter den Antwortmöglichkeiten die Option „noch nicht“ gewählt haben, gaben an, sich aufgrund fehlender Zeit und Kenntnis bisher nicht intensiver mit der Thematik beschäftigt zu haben. Andere bemängelten den mangelnden Informationsfluss über die Details bezüglich Ausgestaltung, Anforderungen und Leistungsspektrum solcher Förderangebote. Weitere, mehrfach aufgeführte Aussagen betreffen die Unkenntnis darüber, welche Programme überhaupt für das jeweilige Unternehmen in Frage kommen würden und welche Institution für eine bedarfsgerechte Beratung die richtige ist. Kritisiert wurde zudem, dass die Fördermöglichkeiten „viel zu langsam“, „zu gering“ und der „Verwaltungsaufwand nicht vorhersehbar“ wären und es speziell für kleine (Handels-) Unternehmen keine passenden Angebote gäbe. Gleichzeitig gab aber auch jeder fünfte der diese Frage verneinend Antwortenden an, derzeit keinen Bedarf für eine Förderung zu sehen oder sich seine (insbesondere finanzielle) Unabhängigkeit bewahren zu wollen.

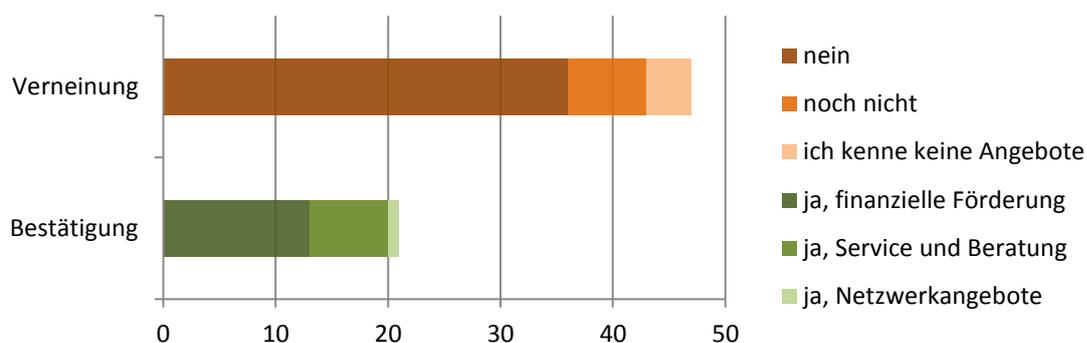


Abb. 36: bisherige Inanspruchnahme von Förderangeboten.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Im Vergleich unter den Branchen lässt sich feststellen, dass vor allem der Anteil der Unternehmen, die schon einmal eine Förderung in Anspruch genommen haben, aus der Metallindustrie verschwindend gering ist. Unter den befragten Maschinenbauern ist es immerhin jeder Dritte und bei der Elektroindustrie fast die Hälfte. Insgesamt bewerteten die Unternehmen die Förderangebote zum Großteil (80 %) positiv. Die meisten Erfahrungen wurden mit finanziellen Förderangeboten gemacht. Hier sind über zwei Drittel der betroffenen Unternehmen eher positiv oder sogar nachhaltig positiv zufrieden mit dem Erfolg der früheren Förderung. Drei Unternehmen sahen keine Auswirkungen. Ein Betrieb bewertete das Resultat als eher negativ. Die in Anspruch genommenen

Service- und Beratungsangebote wurden ebenfalls überwiegend positiv bewertet. Lediglich zwei Unternehmen konnten keine weiteren Erfolge hieraus ableiten. Rückschlüsse auf einen direkten Zusammenhang zwischen der Inanspruchnahme von Förderangeboten und der Umsatzentwicklung können nicht gezogen werden. Zwar gaben zwölf dieser Unternehmen an, dass ihr Umsatz in den letzten fünf Jahren gestiegen sei, aber davon bewerteten sieben Unternehmen die Förderungen positiv und fünf eher negativ oder ohne Auswirkungen.

Erwartungsgemäß fällt der Anteil der Unternehmen, die bereits Netzwerkangebote in Anspruch genommen haben, am geringsten aus. Interessant ist allerdings, dass der Anteil an Mitgliedschaften in den Hamburger Clusterinitiativen unter den befragten Unternehmen weitaus größer ist. Absolut betrachtet sind zehn Unternehmen Clustermitglieder, aber nur eines davon gibt an, Netzwerkangebote in Anspruch zu nehmen. Von den 10 Unternehmen stammen zwei aus der Metall- und jeweils vier aus der Elektroindustrie beziehungsweise dem Maschinenbau. Gemessen an dem Rücklauf der Befragten spielen Clusterinitiativen bei Unternehmen der Elektroindustrie die größte Rolle. Ein Großhändler aus dem

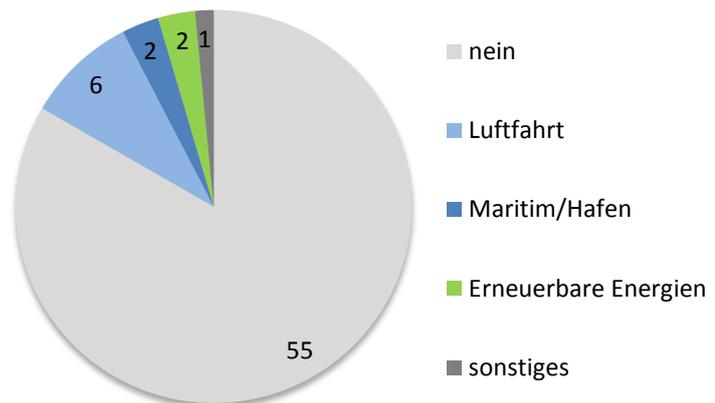


Abb. 37: Mitgliedschaften in Hamburger Clusterinitiativen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Maschinenbau gab zudem an sowohl in einem wirtschaftszweigspezifischen Verband als auch in einem handelsspezifischen Verein vertreten zu sein. Von diesen Unternehmen haben bereits fünf finanzielle Förderangebote sowie zwei auch Service- und Beratungsmöglichkeiten genutzt. Nur ein Clustermitglied gab an, keine Angebote zu kennen. Demnach haben bereits 63,6 Prozent der Clusterunternehmen Förderangebote in Anspruch genommen, aber nur 21,8 Prozent der restlichen Unternehmen, von denen auch nur 12,7 Prozent meinen keinen Bedarf an Förderung zu haben. Dies lässt die Vermutung zu, dass die Mitgliedsunternehmen in Clustern und auch Netzwerken eher den Zugang zu Fördermöglichkeiten finden, als jene, die nicht in Netzwerken partizipieren. Doch obwohl die Mitglieder solcher Initiativen hinsichtlich ihrer Hauptmotive für eine Mitgliedschaft durchweg netzwerktypische Vorteile, wie die Generierung von Kontakten, die Erlangung branchenspezifischer Informationen oder die Möglichkeit zum Austausch, benennen, muss auch festgestellt werden, dass die Unternehmen die Clusterinitiativen nicht gleichzeitig auch als Angebot zur Netzwerkförderung betrachten.

Um bedarfsgerechte und zielgerichtete Angebote schaffen zu können, muss die Wirtschaftsförderung notwendigerweise in der Lage sein, die Ausprägungen, Ursachen und Abhängigkeiten von Bedarfen in Unternehmen zu erkennen, zu antizipieren und in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten zu stellen (vgl. Wichtill 2010: 81). Für die Bedarfsermittlung eignen sich in erster Linie Befragungen und Testverfahren. Allerdings gibt es neben den bewusst wahrgenommenen Bedürfnissen zum Teil auch nicht reflektierte, unbewusste Bedürfnisse. Um Solche zu ermitteln, müssten über die expliziten Verfahren hinaus implizite und tiefenpsychologische Methoden

eingesetzt werden (vgl. SDI-Research 2009). Da dies weder in der gängigen Wirtschaftsförderungspraxis noch im Rahmen dieser Untersuchung leistbar ist, muss im Zusammenhang mit der Auswertung der Frage nach den Service- und Förderungsbedarfen der Unternehmen eingeräumt werden, dass die Unternehmen sich zum Teil ihrer Bedarfe nicht unbedingt bewusst sind und die Ergebnisse daher kein abschließendes Bild von den Bedarfen der Unternehmen zeichnen.

Daher ist es auch nicht überraschend, dass insbesondere die Unternehmen, die bisher keinen Bedarf für die Inanspruchnahme von Förderangeboten sahen, auch keine Bewertung hinsichtlich der Service- und Förderungsbedarfe für ihr Unternehmen abgaben, obwohl sich bei diesen Unternehmen mehrheitlich die Umsätze in den letzten fünf Jahren nicht erhöht haben. Bei der Hälfte der ablehnenden Betriebe hat sich der Umsatz sogar verringert. Ein Unternehmen hat zudem in den letzten zwei Jahren kontinuierlich Mitarbeiter abgebaut. Interessanterweise ordneten sich neun der zehn Firmen selbst in die Lebenszyklusphase der Reife ein, was darauf hindeutet, dass diese Unternehmen ihre wirtschaftliche Lage, nach subjektiven Empfinden, nicht als ungünstig einschätzen. Diese Indizien bestätigen die Annahme, dass manche Unternehmen sich ihres Förderbedarfs beziehungsweise der potentiell positiven Auswirkungen von Wirtschaftsförderung auf die eigene unternehmerische Situation möglicherweise nicht bewusst sind.

Insgesamt haben sich 51 Unternehmen an der Frage nach den individuellen Service- und Förderungsbedarfen beteiligt, wobei ein Unternehmen zu keinem der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten eine Meinung hatte. Die untenstehende Grafik zeigt die Prioritäten der Befragten für die einzelnen Service- und Fördermöglichkeiten im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Die bedeutendsten Bedarfe setzen sich dabei aus den drei Fördermittelarten Service- und Beratung, Netzwerkangebote und finanzielle Fördertätigkeiten zusammen. Der größte Bedarf besteht nach Gewichtung der Relevanzen bei der Fördermittelberatung, gefolgt von Vernetzungsangeboten und der Suche nach Kooperationspartnern. Auch von Interesse sind zudem Angebote zu (Einzel-) Projektförderungen sowie der Aus- und Weiterbildung. Deutlich weniger Unternehmen halten Serviceangebote im Bau- und Genehmigungsrecht sowie der Infrastruktur und Logistik von relevanter Bedeutung. Diese vermutlich eher im Einzelfall entscheidenden Faktoren rangieren auf den letzten Plätzen. Im ausgeglichenen Mittelfeld der Bewertungen finden sich nach absteigender Relevanz das Angebot an Informationsveranstaltungen, Förderung bei Forschung und Entwicklung, Unterstützung bei der Suche nach Gewerbeflächen, Imagewerbung für den Standort und die Organisation gemeinsamer Messeauftritte. Insgesamt scheinen für die in Hamburg bestehenden Unternehmen weniger Förderbedarfe in Standortthemen zu sehen. Dies lässt sich aber auch möglicherweise darauf zurückführen, dass sich die Fragen nach dem geeigneten Grundstück und der Verwirklichung von Bauvorhaben zumeist am Anfang einer Unternehmensgründung beziehungsweise noch in Einzelfällen bei einer Standortverlagerungen oder Expansion stellen. Bereits ansässige Unternehmen sind dagegen an ihrem Fortbestehen und einer Erweiterung ihrer wirtschaftlichen Möglichkeiten interessiert.

Themen aus dem Bereich Forschung und Entwicklung wurden in ihrer Priorität insbesondere von Unternehmen als „wichtig“ empfunden, die bereits selbst derartige Aktivitäten ausüben. So führen von den neun Unternehmen, die Förderbedarfe im Bereich Forschung und Entwicklung sehen, acht selbst F&E-Tätigkeiten durch. Von den 12 Unternehmen, die den Bedarf an (Einzel-) Projektförderung

mit der höchsten Priorität bewerteten, sind elf Betriebe im Forschungs- und Entwicklungsbereich aktiv.

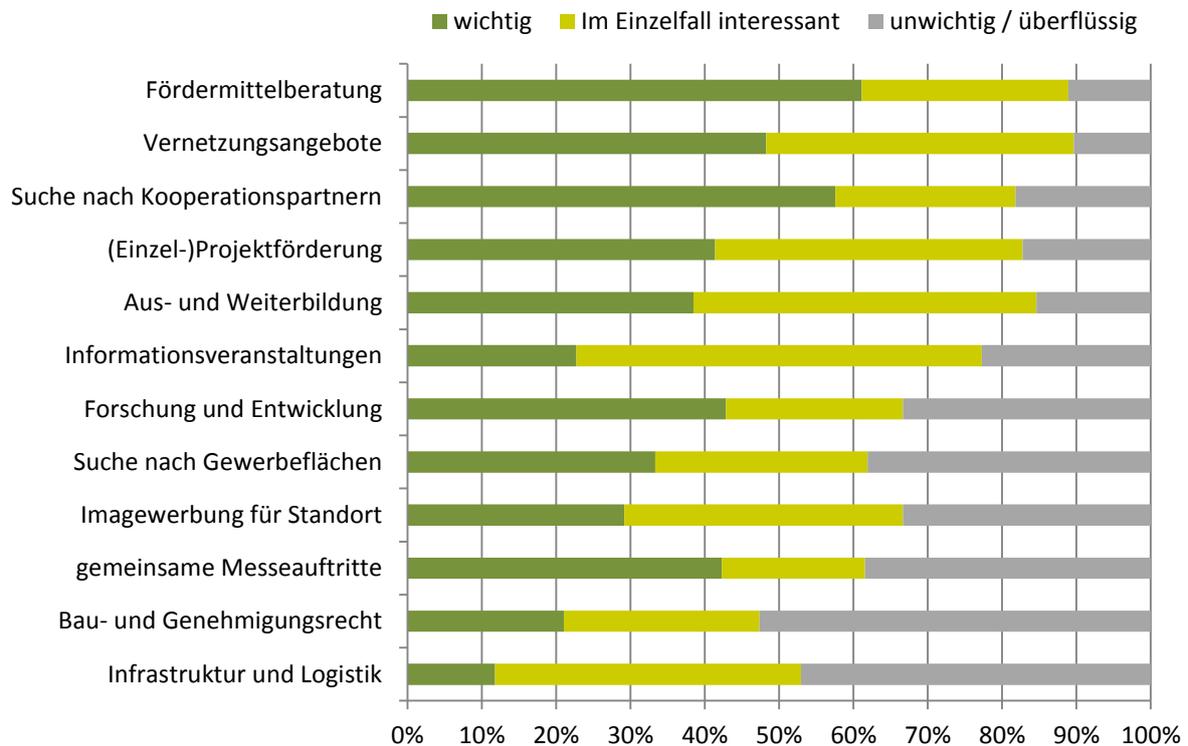


Abb. 38: Förderbedarfe.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Bei der Betrachtung der einzelnen Branchen lassen sich noch kleine Unterschiede in den Rangfolgen der Themen erkennen:

- Bei den Unternehmen der Metallindustrie spielt neben der Fördermittelberatung und Vernetzungsangeboten vor allem das Thema rund um die Aus- und Weiterbildung eine entscheidende Rolle.
- Die Unternehmen der Elektroindustrie betrachten Service- und Förderangebote zur Suche nach Kooperationspartnern, (Einzel-)Projektförderung und Fördermittelberatung als relevante Wirtschaftsförderungsthemen.
- Im Maschinenbau setzten die Unternehmen ihre Prioritäten ebenfalls auf die Fördermittelberatung, Suche nach Kooperationspartnern und Vernetzungsangebote. Auffällig ist hier aber auch das Interesse an Forschung und Entwicklung sowie gemeinsamen Messeauftritten, die gegenüber den anderen beiden Branchen deutlich gewichtigere Anteile ausmachen.

Im Nachgang der Bewertung von Förderbedarfen hatten die Unternehmen im Zusammenhang mit der Beantwortung der Unternehmensumfrage die Möglichkeit ihre Kontaktdaten für einen generellen Austausch mit Wirtschaftsförderungseinrichtungen anzugeben.

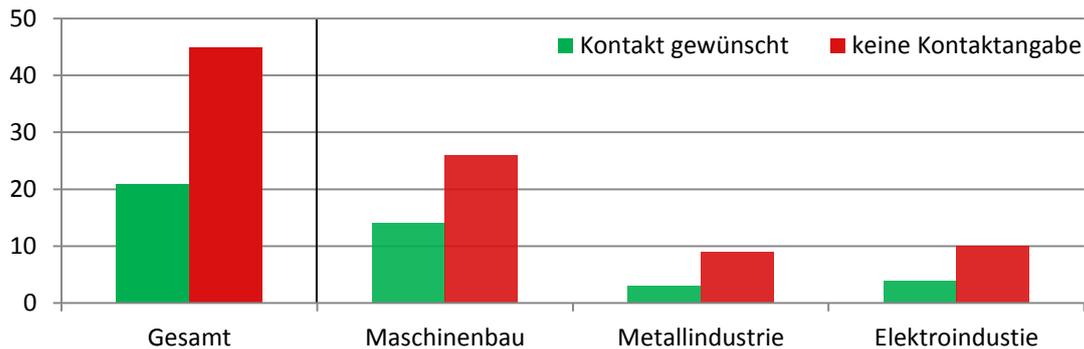


Abb. 39: Nutzung der Möglichkeit zur Kontaktdatenangabe für Austausch mit der Wirtschaftsförderung.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Die vorangegangene Auswertungen und die Verteilung der Kontaktdatenauswertung zeigen, dass die Motivation zur Teilnahme an der Unternehmensumfrage nicht unmittelbar an einen individuellen Bedarf an Wirtschaftsförderungsleistungen gebunden war. Wobei erwähnt werden muss, dass in der Umfrage zum Teil sensible Firmendaten, wie die Umsatzentwicklung oder Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in den Unternehmen, abgefragt wurden und eine Aufführung der Kontaktdaten auch bei Zusicherung der Anonymisierung der Daten zu einer Aufgabe der Möglichkeit zur anonymen Teilnahme führt. Dennoch haben 21 Unternehmen sich dafür entschieden, ihre Kontaktdaten anzugeben und wünschen somit einen Austausch mit Wirtschaftsförderungseinrichtungen. Da die Umfrage durch die Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und die Handelskammer Hamburg unterstützt und durchgeführt wurde, ist anzunehmen, dass die Unternehmen in erster Linie zu diesen Institutionen Kontakt suchen. Fünf der interessierten Unternehmen haben bereits früher schon einmal Förderangebote in Anspruch genommen. Jeweils drei Unternehmen gaben im Vorfeld an keine passenden Angebote zu kennen beziehungsweise noch keine Angebote in Anspruch genommen zu haben, was ebenfalls auf die Unwissenheit der Unternehmen betreffend das Spektrum der Förderangebote zurückzuführen sein könnte.

5.2.3 Netzwerkbeziehungen

Den Kern der Untersuchung stellt die Netzwerkanalyse dar. Mit ihrer Hilfe sollen die Interaktionen von Akteuren erfasst und die darauf aufbauenden Strukturmuster beschrieben werden. Die soziale Netzwerkanalyse bezieht sich dabei vor allem auf die Beziehungen zwischen den Akteuren, nicht auf ihre persönlichen Merkmale (vgl. Schweers 2002: 2). Diese Vorgehensweise beruht auf der Annahme, dass das Verhalten der Netzwerkmitglieder durch bereits bestehende Beziehungsmuster geprägt wird (vgl. ebd.). Die Ausprägungen vorhandener sozialer Netzwerke wirken sich zudem auch auf das gesamte regionale Netzwerk aus (vgl. Jansen 1999: 20). Hier spielen neben den sozialen Beziehungsmustern auch interorganisationale Beziehungen, wie vertrauensvolle Kooperationen, eine wichtige Rolle, um ein Netzwerk vollständig erfassen zu können. Um die Potentiale für eine mögliche Initiierung eines Netzwerkes im Rahmen der Wirtschaftsförderung bestimmen zu können, wurden die Unternehmen zu Umfang, Art und Häufigkeit der Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen befragt.

Das Diagramm stellt die durchschnittliche Anzahl der Partner in den jeweiligen Bereichen der möglichen Zusammenarbeit dar. In Bezug auf die Art der Zusammenarbeit wurden die Balken zusätzlich farblich unterschieden. Insgesamt haben sich 39 Unternehmen zu dieser Frage geäußert.

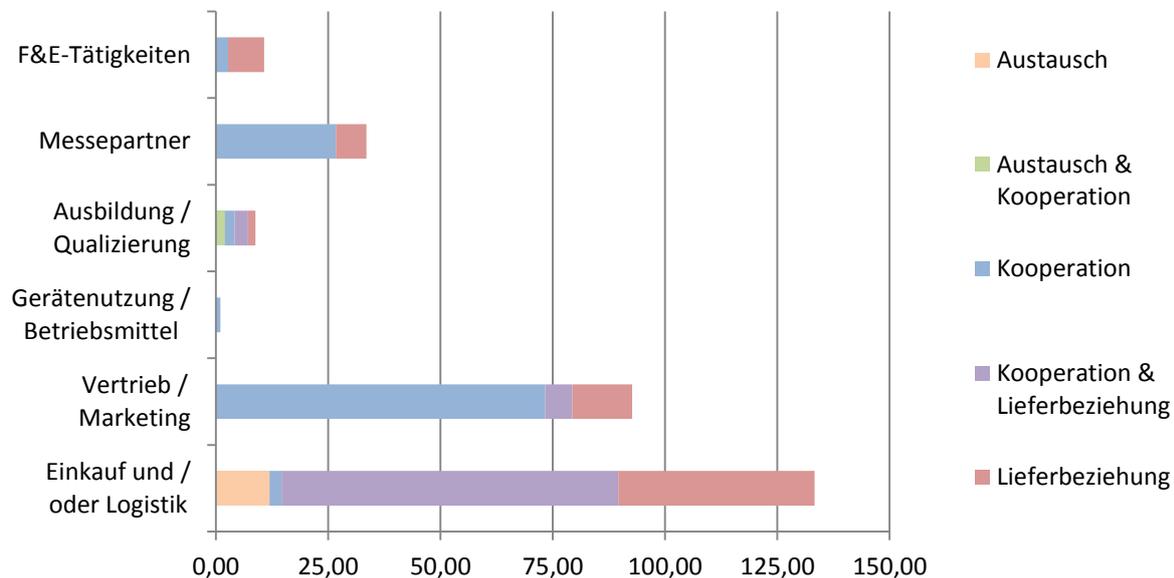


Abb. 40: durchschnittliche Anzahl der Partner nach Art der Zusammenarbeit in den vorgegebenen Kategorien.
Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Mit gerade einmal zwei Angaben erhielt die Kategorie Zusammenarbeit im Bereich Gerätenutzung/ Betriebsmittel die wenigsten Nennungen. Beide Firmen kooperieren im Schnitt 7,5 Mal im Jahr mit nur jeweils einem Partner. Im Geschäftsalltag scheint eine solche Zusammenarbeit unter den befragten Unternehmen keine besonders große Rolle zu spielen. Dies könnte einerseits an einem nicht bestehenden Bedarf liegen, andererseits könnten auch Kosten-Nutzen-Überlegungen für die Unternehmen von Bedeutung sein. Denn ein Betrieb, welcher beispielsweise eine große Maschine zur Verfügung stellen könnte, muss das Verhältnis der eigenen getätigten Investitionen mit den Vorteilen der möglichen Einnahmen für Ausleihen und Ersparnisse für buchhalterische Maschinenlaufstunden und den Nachteilen durch Gebrauchsspuren anderer, dem beschleunigten Verschleiß oder erhöhten Versicherungsaufwendungen abwägen.

Acht Unternehmen gaben an durchschnittlich 33,5 Messepartner zu haben mit denen sie im Durchschnitt etwa 1,2 Mal im Jahr eine Zusammenarbeit pflegen. Wie aus der Grafik ersichtlich, ist dieser Bereich von Kooperationen geprägt, lediglich ein Unternehmen gab an mit einem Partner über Lieferbeziehungen in Verbindung zu stehen. Gemeint sein könnte hier die Geschäftsbeziehung zwischen Aussteller und Messebauer. Ebenfalls hauptsächlich durch Kooperationsverflechtungen geprägt sind die Zusammenarbeiten im Bereich Vertrieb/ Marketing. Über die Hälfte der elf Erwähnungen stammt hier von Großhändlern. Im Schnitt gaben die Unternehmen an 11,5 Mal im Jahr mit durchschnittlich 92,7 Partnern in Verbindung zu stehen. Die Zusammenarbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung sind schon deutlich stärker durch Lieferbeziehung dominiert. Wobei die neun Firmen auch nur durchschnittlich 2,4 Mal pro Jahr mit im Schnitt 10,8 Partnern zusammenarbeiten.

In der Kategorie Ausbildung/ Qualifikation sind die verschiedenen Art der Zusammenarbeiten relativ ausgeglichen. Mit durchschnittlich 8,8 Partnern stehen die Unternehmen jeweils etwa 7,4 Mal jährlich in Kontakt. Zum Teil tauschen sie sich aus und kooperieren miteinander, zum Teil stehen sie aber auch über Lieferbeziehungen in Verbindung. Die meisten Partner haben die Unternehmen im Bereich Einkauf und/ oder Logistik, auch hier spielt wiederum der große Anteil (50 %) der antwortenden Großhändler eine das Ergebnis beeinflussende Rolle. Die 22 Antwortenden arbeiten im Schnitt mit 133,3 Partnern zusammen. Leider konnten oder wollten nicht alle Unternehmen Angaben zur Häufigkeit der Zusammenarbeiten mit ihren Partnern machen, sodass bei der Berechnung der Anzahl an Kontakten nur die Antworten von 19 Unternehmen berücksichtigt werden konnten. Diese beträgt durchschnittliche 7,9 Zusammenarbeiten in Form von Austausch, Kooperationen und Lieferbeziehungen im Jahr. In diesem Bereich der Zusammenarbeit gaben viele der antwortenden Unternehmen an, gleichzeitig sowohl Kooperations- als auch Lieferbeziehungen mit ihren Partnern zu pflegen. Daher sei an dieser Stelle erwähnt, dass sich durchaus aus ehemaligen rein geschäftlichen Verflechtungen auch zusätzlich kooperative Zusammenarbeiten entwickeln können. Ebenso verhält es sich umgekehrt. Denn Unternehmen, die mit anderen kooperieren und bereits Vertrauen in die Zusammenarbeit, Verlässlichkeit und Qualität der Ergebnisse setzen, ziehen diese möglicherweise bei der Beauftragung von entsprechenden Subunternehmern auch eher in Betracht, um hohe Transaktionskosten einzusparen.

Die Ergebnisse zur Befragung nach den Kontakten mit anderen Unternehmen und Forschungseinrichtungen über die Handels- und Lieferbeziehungen hinaus zeigen, dass die Unternehmen vor allem durch Wissens- und Informationsaustausche mit anderen Unternehmen und Forschungsinstituten gemeinsame Kontakte unterhalten (s. Abb. 41). Fast jedes dritte Unternehmen ist in diesem Bereich aktiv. Wobei diese Art des Austausches, insbesondere mit Zulieferern und Kunden, auch häufig im Zusammenhang mit dem Geschäftsalltag zu sehen ist. Gleiches gilt für den hohen Ausschlag der beiden Säulen im Bereich der gemeinsamen Projekte und Aufträge. Die meisten Kontakte auch über Handels- und Lieferbeziehungen hinaus werden demnach erwartungsgemäß mit Zulieferern (33%) und Kunden (36%) entlang der Wertschöpfungskette gepflegt. Dies ist deshalb nicht überraschend, weil die Unternehmen üblicherweise auf bereits bestehende Beziehungen mit Geschäftspartnern zurückgreifen, da hier bereits das notwendige Maß an Vertrauen von beiden Parteien vorhanden ist. Außerdem spart es den Unternehmen lange Suchprozesse und Anbahnungskosten.

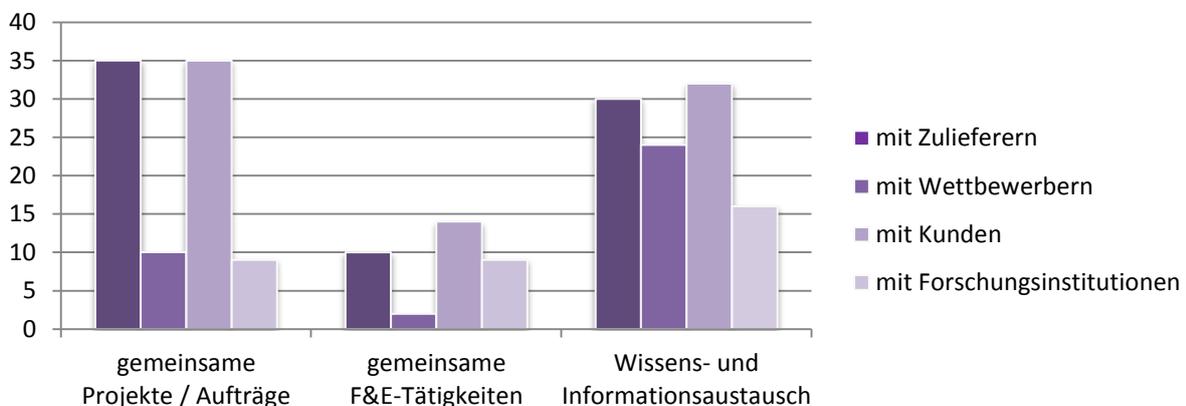


Abb. 41: Kontakte zu anderen Unternehmen und Forschungsinstitutionen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Interessant ist auch das Verhältnis der Unternehmenskontakte zu Forschungsinstitutionen und Wettbewerbern. Während gemeinsame Projekte und Aufträge sowie Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten mit Konkurrenten so gut wie gar nicht vorkommen, suchen die Unternehmen im Bereich Wissens- und Informationsaustausch dafür umso mehr Kontakt zu jenen als zu Forschungseinrichtungen. Generell scheinen die Unternehmen nur wenige Kontakte zu Hochschulen und anderen wissensorientierten Forschungseinrichtungen zu besitzen. Dies kann wiederum ein Indikator dafür sein, dass die Unternehmen nur geringe F&E-Verflechtungen aufweisen. Die Tatsache, dass es in diesem Bereich mehr gemeinsame Tätigkeiten mit Kunden gibt, könnte zudem darauf hinweisen, dass die Unternehmen eher auf die Anwendung marktgängiger Technologien konzentriert sind, als auf die innovative (Weiter-) Entwicklung ihrer Produkte.

Bei der zusätzlichen Unterteilung der Ergebnisse nach Branchen fällt auf, dass Forschung und Entwicklung für die an dieser Umfrage teilnehmenden Unternehmen der Metallindustrie keinen großen Stellenwert in der Bedeutung einnehmen. Dies entspricht auch den vorangegangenen Auswertungsergebnissen zu den F&E-Tätigkeiten sowie den F&E-Ausgaben dieser Branche. Eine mögliche Erklärung liegt auch hier wiederum bei dem relativ großen Anteil an Großhändlern bei dem Befragungsrücklauf, die im Gegensatz zu technologieintensiven Wirtschaftszweigen weniger Innovationsforschung betreiben müssen, um wettbewerbsfähig zu sein.

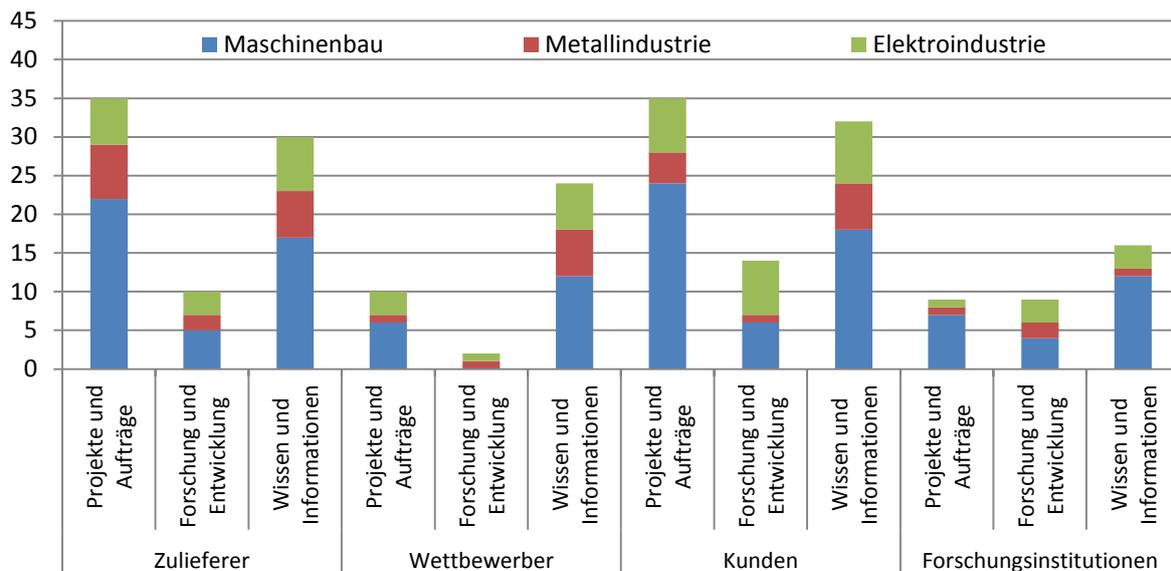


Abb. 42: Kontaktzusammenhänge der Unternehmen nach Branchen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Nur acht Unternehmen gaben an, gar keine Kontakte in den Bereichen Projekte/ Aufträge, F&E-Tätigkeiten sowie Wissens- und Informationsaustausch mit Zulieferern, Wettbewerbern, Kunden oder Forschungsinstitutionen zu haben.

In der letzten Frage der Unternehmensbefragung wurden die Unternehmen gebeten zu beurteilen, ob sie sich einem Netzwerk mit ihrem Branchenschwerpunkt anschließen würden. Dazu äußerten sich 33 Unternehmen positiv, 17 Unternehmen sahen nur die Nachteile und weitere 12 Befragte waren noch unschlüssig. Bei der Betrachtung der Antwortverteilungen nach den einzelnen Branchen, wird deutlich, dass es stets mehr befürwortende als ablehnende Haltungen unter den Befragten gibt.

Zudem lässt sich feststellen, dass insbesondere Unternehmen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie an einem Netzwerkbeitritt interessiert wären.

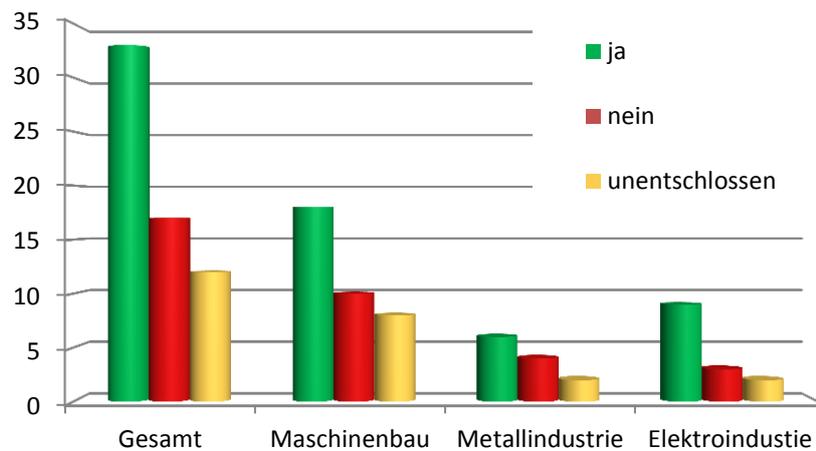


Abb. 43: Erwägung eines Netzwerkbeitritts.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Darüber hinaus wurden die teilnehmenden Unternehmen auch gebeten ihre Begründungen bezüglich des Für und Wider eines Netzwerkbeitritts anhand vorgegebener Vor- beziehungsweise Nachteile in den Kategorien „sehr relevant“, „relevant“, „kaum relevant“ und „nicht relevant“ zu bewerten. Die Grafiken zeigen, welche Bedeutung die Befragten den einzelnen Faktoren beigemessen haben und wie die Unternehmen nach den einzelnen Branchen ihre Prioritäten gesetzt haben.

Die wesentlichen Argumente einer Befürwortung eines Netzwerkbeitritts liegen bei den Unternehmen offensichtlich in der Gewinnung neuer Geschäftspartner, der Erschließung neuer Märkte und den Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch. Bei der Relevanz der einzelnen Positionen gibt es zwischen den Branchen kaum unterschiedliche Ansichten. Einzig die Bewertung der Vorteile von Prozessoptimierungen, einem gemeinsamen Marketing, beispielsweise bei Messeauftritten, und ein potentiell größeren Angebot an Fachkräften fallen bei den Maschinenbauern und den Unternehmen der Elektroindustrie etwas positiver aus, als es bei den Unternehmen der Metallindustrie der Fall ist.

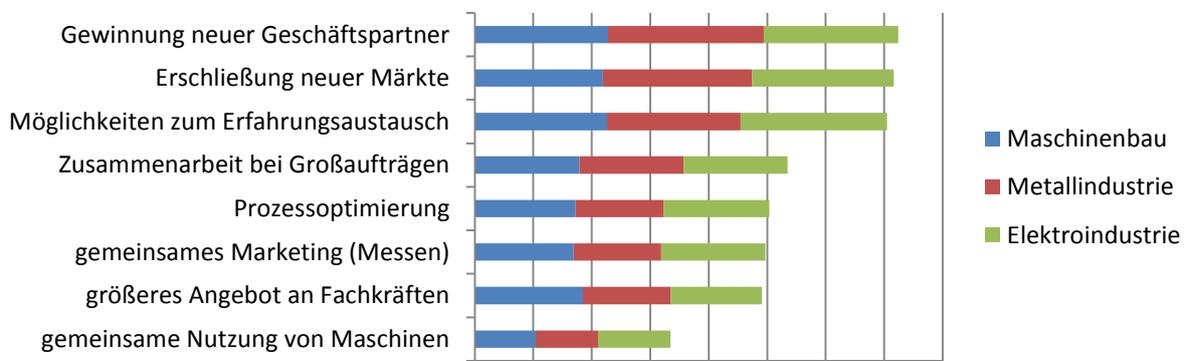


Abb. 44: Vorteile eines Beitritts zu einem Branchennetzwerk.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Eine gemeinsame Nutzung von Maschinen scheint auch im Zusammenhang eines Netzwerkbeitritts nicht von größtem Interesse zu sein. Dies entspricht den geringen Erwähnungen bei der bisherigen Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen auf dem Gebiet der gemeinsamen Nutzung von Geräten und Betriebsmitteln. Eine Anmerkung betreffend den Vorteil eines einfacheren Zugangs zu Finanzierungsmöglichkeiten durch Netzwerke kam sogar von einem Unternehmen aus dem Maschinenbaubereich. Ähnliche Argumente wurden auch in Bezug auf die Hauptmotive für eine Mitgliedschaft in einer Clusterinitiative von den Unternehmen frei im Vorfeld dieser Frage formuliert. Die meist genannten Beweggründe waren hier:

- die Erweiterung des eigenen Netzwerkes,
- die Generierung von Kontakte und Gewinnung neuer Kunden und Geschäftspartner,
- die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch sowie
- der Zugang zu Brancheninformationen und die Einblicke in neue Themengebiete.

Des Weiteren wurden aber auch vereinzelt die Chancen für Aktivitäten und Innovationen sowie die Vorteile eines Meinungsmultiplikators und Möglichkeiten einer gemeinsamen Finanzierung und Risikoverantwortung für Projekte innerhalb des Netzwerkes gesehen.

Bei einer ausschließlichen Betrachtung der „sehr relevanten“ Faktoren ergibt sich ein ähnliches Bild für die Rangfolge der Argumente. Einzig die Fachkräftethematik steigt um zwei Plätze in ihrer Bedeutsamkeit. Für 26 Unternehmen ist die Gewinnung neuer Geschäftspartner eines der Ausschlagkriterien für einen Netzwerkbeitritt. Hier finden sich insbesondere Unternehmen der Wachstums- und Reifephase wieder. Für diese Betriebe ist auch die Erschließung neuer Märkte von besonderer Wichtigkeit. Die Unternehmen der Start-Up- und Wachstumsphase interessieren sich vorwiegend für das Thema Fachkräfte und die Zusammenarbeit bei Großaufträgen. Letzteres hängt vermutlich mit der naturgemäß noch geringeren Anzahl an Mitarbeitern und sonstigen fehlenden Ressourcen in den Unternehmen zusammen.

Auf der anderen Seite hatten die Unternehmen auch die Möglichkeit ihre Bedenken hinsichtlich eines Beitritts zu einem Netzwerk ihrer Branche zu äußern und die einzelnen Argumente mit den gleichen Kriterien zu bewerten, wie die Befürworter. Insgesamt haben sich zur Kritik an Netzwerken deutlich weniger Unternehmen beteiligt, sodass die Aussagen zwar gleichermaßen relevant aber in ihrer Ausprägung schwächer sind als die befürwortenden Argumente eines Netzwerkbeitritts.

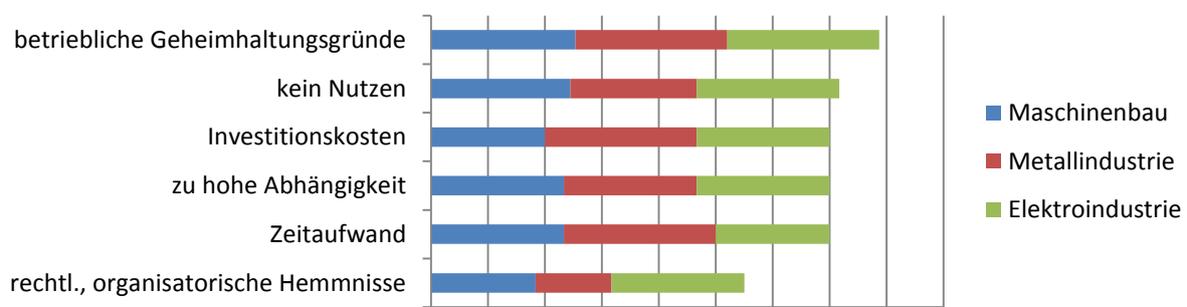


Abb. 45: Bedenken im Zusammenhang mit dem Beitritt zu einem Netzwerk.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

An erster Stelle begründen die Unternehmen ihre Bedenken mit betrieblichen Geheimhaltungsgründen. Dies ist sicherlich ein Fakt der in vielen Wirtschaftsunternehmen in Bezug auf Spezialisierungen und Alleinstellungsmerkmale, eine Rolle spielt, gewinnt aber vor allem in solch technologieorientierten Branchen, wie dem Maschinenbau, der Metall- und der Elektroindustrie, hinsichtlich der Entwicklung von patentfähigen Innovationen an besonderer Bedeutung. 17 Unternehmen aus den Bereichen Großhandel, unternehmensbezogene Dienstleistungen und Sonstiges sehen in einem Branchennetzwerk keinen individuellen Nutzen. Dies ist insofern nachvollziehbar, da diese weniger wirtschaftszweigspezifischen Gruppen auch nicht zum Kern der Wertschöpfungsketten Maschinenbau, Metall- oder Elektroindustrie gehören. Andere Unternehmen scheuen die Investitionskosten, befürchten eine zu hohe Abhängigkeit oder haben Bedenken wegen des zeitlichen Aufwandes. Rechtliche beziehungsweise organisatorische Hemmnisse für einen Beitritt zu einem Netzwerk sehen nur sieben Unternehmen, weshalb dieser Faktor eher nachrangig in seiner Bedeutung ist.

Interessanterweise wurde von einem Unternehmen, welches bereits Mitglied in einer der Hamburger Clusterinitiativen ist, der Zeitfaktor als negatives Argument angebracht. Dies könnte aber auch im Zusammenhang mit der bereits bestehenden Mitgliedschaft und der aus zeitlichen Gründen Nichtvereinbarkeit zweier Netzwerkbeitritte zu sehen sein. Aus der Befragung der Unternehmen, welches die Gründe seien nicht Mitglied in einem Cluster zu werden ergaben sich neben den bereits aufgeführten Faktoren und der Begründung, dass es für die jeweilige Branche bisher keine Clusterinitiative gäbe, zudem folgende Argumente:

- zu wenig Bedeutung für das Tagesgeschäft
- Unternehmen ist zu klein oder noch zu jung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Vorteile von Netzwerken und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für Kooperationen zur Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit bei den meisten Unternehmen bekannt sind und diese auch von einem potentiellen Netzwerkbeitritt überzeugen. Allerdings müssen die Unternehmer auch eine gewisse Kooperationsneigung für ein solches Netzwerk mitbringen. Die generelle Bereitschaft ist dabei enorm personenabhängig (Aussage Interviewpartner 3). Hinzu kommt, dass Netzwerke ein sehr erklärungsbedürftiges Produkt sind (Aussage Interviewpartner 1), weshalb manche Unternehmen, insbesondere die abwägenden, erst von den Chancen und Potentialen der Zusammenarbeit in Netzwerken überzeugt werden müssen.

6. Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Die Freie und Hansestadt Hamburg gehört zu den dynamischsten Wirtschaftsregionen Europas und zählt zu den wichtigsten Industriestandorten Deutschlands. Dies belegen nicht nur Trendstudien, wie die jüngst veröffentlichte Markenanalyse der Hamburg Marketing GmbH, in der die befragten Unternehmen aus dem In- und Ausland Hamburg als einen Standort mit guten Bedingungen für wirtschaftliches Wachstum schätzen (vgl. HMG 2013), sondern auch die gesamtwirtschaftlichen Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Mit einem Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 95,815 Milliarden Euro im Jahr 2012 erwirtschaftete die Stadt 3,6 Prozent des gesamtdeutschen BIP und erzielte unter den Bundesländern mit 55.248 Euro sogar das höchste Bruttoinlandsprodukt je Einwohner (zum Vergleich: der Bundesdurchschnitt lag bei 32.550 Euro) (vgl. Statistisches Bundesamt 2013).

Auch wenn die Wirtschaftsstruktur Hamburgs mit mehr als drei Viertel aller Beschäftigten stark vom Dienstleistungssektor geprägt ist (vgl. Statistikamt Nord o.J.), gehört die Hansestadt „zur Spitzengruppe der Industriemetropolen in Deutschland“ (HWF o.J.f). Allein das verarbeitende Gewerbe erzielte im letzten Jahr (2012) eine Bruttowertschöpfung (BWS) von 8,8 Milliarden Euro, was 1,7 Prozent der BWS im gesamten Bundesgebiet entspricht (vgl. ebd.). Den zahlenmäßig größten Anteil am Umsatz der Hamburger Industrie erwirtschaften die Produzenten von Investitionsgütern, von besonderer Bedeutung sind hier die Maschinenbauer (vgl. HWF o.J.f). Aber auch viele Unternehmen der Grundstoff- und Produktionsgüterindustrie sind in Hamburg ansässig. Sie erzeugen Güter, die für eine weitere Be- und Verarbeitung im Produktionsprozess bestimmt sind oder bei der Herstellung von Produkten laufend verbraucht werden. Sowohl die Metallindustrie mit ihren rohstoffbasierten, wie auch be- und weiterverarbeitenden Betrieben als auch die Unternehmen der Elektroindustrie, als Erzeuger von Halbleitern und weiteren für den Maschinenbau relevanten komplementären Produkten, stellen wichtige Glieder in der Wertschöpfungskette dar. Insbesondere die Produktionszusammenhänge zwischen Maschinenbau- und Elektroindustrie sind sehr eng miteinander verzahnt und auf den Austausch von Know-how angewiesen. Kaum eine moderne Technologie oder ein innovatives Produkt aus dem Maschinenbau wird heute noch rein mechanisch betrieben. Vor allem Maschinen und Anlagen sind auf elektrische Antriebselemente, mindestens aber auf elektronische Mess- und Kontrollsysteme angewiesen. Darüber hinaus übernimmt die Industrie als Auftraggeber für andere Wirtschaftszweige, wie den unternehmensbezogenen Dienstleistungen, Handelsunternehmen oder Finanzdienstleistern, und als Impulsgeber für Innovationen und technologische Fortschritte eine besondere strategische Rolle für die Hamburger Wirtschaftskraft.

Als ökonomisch starker Standort „wird Hamburg hinsichtlich seiner wirtschaftlichen Förderung von der EU [Europäische Union] reglementiert“ (Interviewpartner 1). Konkret wird die Stadt „daran gehindert, Fördergelder dahingehend zu nutzen andere Regionen auszustechen“ (Interviewpartner 1). Im Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) ist in Bezug auf die Wettbewerbspolitik geregelt, dass „staatliche oder aus staatlichen Mitteln gewährte Beihilfen gleich welcher Art, die durch die Begünstigung bestimmter Unternehmen oder Produktionszweige den Wettbewerb verfälschen oder zu verfälschen drohen, mit dem Binnenmarkt unvereinbar [sind], soweit sie den Handel zwischen Mitgliedstaaten beeinträchtigen.“ (Art. 107 AEUV). Mit dieser

Maßnahme wird verhindert, dass bestimmte Unternehmen wettbewerbswidrig durch Subventionen unterstützt werden.

Gleichzeitig bekommt Hamburg aufgrund seiner wirtschaftlich starken Stellung auch deutlich weniger EU-Mittel als andere Regionen in der Bundesrepublik (Aussage Interviewpartner 1). Die von der Stadt zu vergebenen Fördergelder für Projekte sowie Zuwendungen an Wirtschaftsförderungsinstitutionen sind daher effizient einzusetzen, was eine strategische Vorgehensweise und einen bestmöglichen Kenntnisstand über die Bedarfe der Unternehmen zwingend erforderlich macht.

6.1 Verhältnis der Förderbedarfe zu den Unterstützungsangeboten der Wirtschaftsförderung

Eine der grundlegenden Erkenntnisse aus der Unternehmensumfrage ist die Tatsache, dass auf Seite der Befragten durchaus Bedarfe zur Förderung der eigenen unternehmerischen Tätigkeiten gesehen werden. Zwar äußerten sich auch etwa 15 Prozent dahingehend keinen Bedarf für die Beanspruchung von Förderangeboten und Serviceleistungen zu sehen, dennoch hat knapp ein Drittel der teilnehmenden Betriebe durch das Aufführen ihrer Kontaktdaten konkret deutlich gemacht, dass sie an einem generellen Austausch mit Wirtschaftsförderungseinrichtungen, wie der Handelskammer Hamburg und der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, interessiert sind. Als ein weiteres Indiz für die Existenz von Förderbedarfen kann die hohe Beteiligung an der Frage nach den individuellen Service- und Förderungsbedarfe für das jeweilige Unternehmen gewertet werden. Mehr als drei Viertel der an dieser Umfrage teilnehmenden Unternehmen haben sich hierzu geäußert. Dabei wurden die einzelnen Förderbedarfe von 82 Prozent der Antwortenden mit der höchsten Priorität „wichtig“ bewerteten. Der Verwendung der Kategorie „im Einzelfall interessant“ bedienten sich immerhin 47 Prozent der Unternehmen.

Durch die Gewichtung der einzelnen Antworten ergab sich eine Reihenfolge, anhand derer die für die Unternehmen bedeutendsten Bedarfe ermittelt werden konnten. Die wesentlichsten Bedarfe lagen demnach bei der Fördermittelberatung, der Schaffung von Vernetzungsangeboten und der Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern. Von geringerer Relevanz der antwortenden Unternehmen sind Serviceangebote im Bereich Bau- und Genehmigungsrecht sowie Infrastruktur und Logistik. Die standortspezifischen Themen sind insgesamt nicht vordergründig von Bedarf. Wie bereits angeführt wurde, liegt dies zum einen daran, dass Standortthemen, wie die Unterstützung bei der Suche nach Gewerbeflächen oder Fragen des Bau- und Genehmigungsrechtes, eher situationsabhängige Bedarfe der Unternehmen darstellen. Andererseits könnte dies aber auch darauf hindeuten, dass die Unternehmen mit dem vorhandenen Angebot, insbesondere der Verfügbarkeit einer tragfähigen Infrastruktur und Logistik, bereits zufrieden sind und kaum Mängel noch Verbesserungsbedarfe sehen.

Interessanterweise maßen die Unternehmen den eher querschnittsorientierten Themen, wie Fördermittelberatung, Aus- und Weiterbildung, Informationsveranstaltungen sowie Imagewerbung für den Standort ganz unterschiedliche Bedeutung zu. Während fast 90 Prozent der Antwortenden einen Bedarf in der Beratung zu Fördermittelangeboten und immerhin knapp 85 Prozent das Thema Aus- und Weiterbildung als wichtig oder im Einzelfall interessant ansahen, waren es bei Informationsveranstaltungen noch 77 Prozent beziehungsweise beim Standortmarketing nur 65 Prozent. Einen entscheidenden Unterschied gab es allerdings bei der Bewertung der Wichtigkeit,

denn mit 22 Einschätzungen der ersten Priorität steht die Fördermittelberatung an erster Stelle der Service- und Förderungsbedarfe der Unternehmen. Die branchenspezifischen Themen hingegen rangieren zum Teil ebenfalls auf den oberen Plätzen, zum Teil im unteren Mittelfeld. Von größerer Relevanz waren Bedarfe in den Bereichen Vernetzung, Suche nach Kooperationspartnern und (Einzel-)Projektförderung, von geringerer Bedeutung Themen, wie Forschung und Entwicklung sowie gemeinsame Messeauftritte. Demnach sind die Bedarfe der befragten Unternehmen sowohl auf branchenspezifische als auch auf allgemeinere, querschnittsorientierte Handlungsfelder ausgerichtet.

6.1.1 Wahrnehmung der bestehenden Förderangebote durch die Unternehmen

Die erste Frage zum Themenkomplex Förderung und Vernetzung gab Aufschluss darüber, ob die befragten Unternehmen über bestehende Angebote von Wirtschaftsförderungseinrichtung Kenntnis haben und diese gegebenenfalls auch wahrnehmen. Knapp ein Drittel der Unternehmen gab an, bereits Angebote, vor allem finanzielle Förderung, in Anspruch genommen zu haben. Etwa 10 Prozent äußerten sich explizit dahingehend, bisher noch keine Förderung angenommen zu haben, entschieden sich mit der Wahl ihrer Aussage aber auch gegen ein kategorisches „nein“. Auch wenn nur vier Unternehmen angaben, keine Angebote zu kennen, begründeten mit fast 23 Prozent deutlich mehr Unternehmen eine bisherige Nicht-Inanspruchnahme von Förderangeboten mit der Unkenntnis über bestehende Fördermöglichkeiten, Unwissenheit im Detail über die Angebote und mangelndem Informationsfluss sowie fehlender Beratung.

An dieser Stelle geht der Appell eindeutig an die verantwortlichen Wirtschaftsförderungsinstitutionen mehr Informationen, öffentlichkeitswirksamer beziehungsweise zielgruppenspezifischer bereitzustellen. Als geeignete Medien erweisen sich:

- ansprechend gestaltete und informative Internetpräsenzen der jeweiligen Institution mit Vorstellungen der Förderangebote und Serviceleistungen sowie Beschreibung der Zielgruppen beziehungsweise erforderlichen Rahmenbedingungen,
- Erstellung und Verteilung von aussagekräftigen Informationsmaterialien (z.B. Broschüren),
- regelmäßig erscheinende Newsletter (print/ online) für interessierte Unternehmen und Privatpersonen mit Inhalten zu wichtigen Berichten, aktuellen Terminen und Förderbekanntmachungen (Vorstellung der eigenen Services, aber auch anderer Institutionen und Förderangebote),
- Veröffentlichung eigener Untersuchungen und Erfolgsgeschichten von geförderten Unternehmen (mit Zustimmung und im Rahmen der Datenschutzbestimmungen) sowie
- Veranstaltung eines Tages der offenen Tür, um die eigene Institution und ihre Angebote vorzustellen und mit den Besuchern ins Gespräch zu kommen.

Die netzwerkbasierten Institutionen, wie Cluster und Verbände, aber auch die Handelskammer Hamburg bedienen sich bereits erfolgreich solcher Medien und informieren ihre Mitglieder zielgruppenspezifisch über aktuelle Themen.

Eine andere Schwierigkeit für die Unternehmen stellt sicherlich auch die Vielfältigkeit der bestehenden Förderangebote der verschiedenen Institutionen dar. In der Stadt gibt es über 200 Services mit den verschiedensten Themen, Angeboten und Förderprogrammen (vgl. HWF o.J.e). Auch

wenn zumindest die in Kapitel vier dargestellten Wirtschaftsförderungsinstitutionen weitestgehend gut miteinander vernetzt sind und auch auf ihren Internetseiten gegenseitig auf die jeweiligen Serviceleistungen der anderen Einrichtungen verweisen, fehlt es an einer einheitlichen Anlauf- und Informationsstelle für die Unternehmen. Eine solche Institution sollte eine Erstberatung auf allen Fördergebieten geben können und eine direkte Kontaktvermittlung zu den weiterführenden Einrichtungen ermöglichen. Darüber hinaus könnte sich auch die Öffentlichkeitsarbeit für die verschiedenen Wirtschaftsförderungsinstitutionen der Stadt zentral übernehmen und die vielfältigen Themen der einzelnen Einrichtungen darin integrieren. Die Unternehmen hätten dann alle relevanten Informationen aus einer Hand und zudem einen einheitlichen Ansprechpartner für ihre individuellen Förderbedarfe.

Die bezirklichen Wirtschaftsförderungseinrichtungen sind als erste Anlaufstelle für die Unternehmen in ihrem Bezirk bereits mit umfassenden Unterstützungs- und Beratungsaufgaben betraut. Sie sollten auch weiterhin als zentrale Ansprechpartner fungieren, aber in dieser Rolle noch sichtbarer und präsenter für ihre potentiellen Kunden sein. Neben den beschriebenen öffentlichkeitswirksamen Medienaktivitäten, derer einzelne Bezirke sich bereits teilweise bedienen, begrüßt beispielsweise die Wirtschaftsförderung Eimsbüttel jedes sich neu ansiedelnde beziehungsweise neu anmeldende Unternehmen im Bezirk mit einem Willkommenschreiben. Darin enthalten sind ausführliche Informationen zum Leistungs- und Angebotsspektrum des Fachamtes sowie die Kontaktdaten des Ansprechpartners. Auch wenn die bezirkliche Wirtschaftsförderung keine kommunale Pflichtaufgabe darstellt, sollte sie dennoch in der Wahrnehmung ihrer Aufgaben weiterhin bestärkt werden und als Vermittler zu den speziellen wirtschaftsfördernden Dienstleistungseinrichtungen fungieren, da sie bereits das Bindeglied zwischen der Wirtschaft und der Verwaltung beziehungsweise Bezirkspolitik darstellt und als öffentliche Institution am dichtesten an den Unternehmern agiert.

6.1.2 Bedeutung der bestehenden Förderangebote für die Unternehmen

Von den Unternehmen, die bereits Förderangebote von Wirtschaftsförderungseinrichtungen in Anspruch genommen hatten, bewerteten 80 Prozent den Erfolg der früheren Förderung positiv, wobei die Antwortenden hauptsächlich Erfahrungen mit finanzieller Förderung und den Service- und Beratungsangeboten gemacht haben. Da die Vergabe von Fördergeldern ausschließlich auf Landes- oder höherer Ebene über spezielle Förderprogramme geschieht und der Aspekt der finanziellen Förderung im Rahmen dieser Untersuchung nur am Rande beleuchtet wurde, können für diese Art der Förderung auch keine Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden. Es sei an dieser Stelle lediglich darauf verwiesen, dass die Unternehmen in der Umfrage selbst einen hohen Bedarf bezüglich der Fördermittelberatung und Finanzierung von (Einzel-)Projekten sahen. Hinsichtlich der Empfehlung einer einheitlichen Anlaufstelle in der Stadt, ist die Integration verschiedener Fördereinrichtungen zum Zusammenschluss der Hamburgischen Investitions- und Förderbank sicherlich ein erster, positiv zu bewertender Schritt.

Als Interessensvertreter der Wirtschaft und kundenorientierter Dienstleister für ihre Mitgliedsunternehmen erfüllt die Handelskammer Hamburg generell eher branchenübergreifende Aufgaben, wie beispielsweise die Überwachung und Förderung der kaufmännischen und gewerblichen Berufsbildung sowie die Durchführung von Fort- und Weiterbildungen mit anerkannten IHK-Abschlüssen. Bei der Durchführung von Veranstaltungen zur Informationsvermittlung und

Erfahrungsaustauschen sollen sich daher möglichst viele ihrer Mitglieder angesprochen fühlen. Zwar engagiert sich die Handelskammer auch für branchenspezifische Themen, tut dies aber aus ihrer Verpflichtung gegenüber ihren Mitgliedsunternehmen heraus, gleichwertig für alle Branchen.

Die Unternehmensverbände hingegen sind ausschließlich branchenspezifisch aufgestellt, weshalb auch ihre Arbeit sich an den für die jeweilige Branche interessanten Themen und Aktivitätsfeldern orientiert. So bewerten sie auch die eigentlich querschnittsorientierten Bereiche, wie Aus- und Weiterbildung oder Förderberatung, ausschließlich aus ihrem Blickwinkel und können sich damit im Sinne ihrer Zielgruppe wesentlich fokussierter solcher Themen annehmen. Allerdings sind Verbände beitragsfinanziert. Ihre Aufgaben und Handlungsfelder bestimmen die Mitgliedsunternehmen über einen gewählten Vorstand selbst, weshalb es keine unabhängige Institution für die Koordinierung der Interessen gibt. Hierin könnte eine mögliche Ursache liegen, weshalb sich viele Unternehmen mit ihren Belangen nicht in der Ausrichtung und Arbeit des Verbandes wiederfinden.

Im Rahmen der Untersuchung wurde ermittelt, dass bei den befragten Unternehmen ein großes Interesse für Vernetzungsangebote und Unterstützungsleistungen bei der Suche nach Kooperationspartnern besteht. Ein ministeriell gefördertes, branchenspezifisches Netzwerk beziehungsweise eine Clusterinitiative gibt es für die Unternehmen der untersuchten Branchenschwerpunkte in Hamburg nicht. Dahingehende Überlegungen wurden seinerzeit mit der Begründung einer zu heterogen aufgestellten Branchenstruktur und einem zu geringen Interesse am Aufbau eines Clustermanagement von Seiten der Maschinenbauunternehmen verworfen. Unter Beachtung der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmensanzahl, gibt es durchaus Indizien, die die damalige Annahme entkräften und das einstige Vorhaben durch die ermittelten Bedarfe und dem Interesse an Vernetzung, insbesondere durch die Unternehmen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie, sogar bestärken.

Die Verbände haben diesen Bedarf bereits erkannt und sehen einen wesentlichen Bestandteil ihrer Arbeit darin, ihre Mitgliedsunternehmen untereinander zu vernetzen. Die jeweiligen Landesverbände organisieren Veranstaltungen bei denen die Unternehmer sich austauschen und neue Kooperationspartner für Forschungs- und Technologieprojekte finden sollen. Allerdings betreffen diese Formate lediglich die eigene (Teil-) Branche. Übergreifende Netzwerkveranstaltungen finden in der Regel nicht statt. Außerdem sind solche organisierten Vernetzungsmöglichkeiten oftmals im Zusammenhang mit einer anvisierten Innovationsförderung zu sehen, was nicht unbedingt dem Hauptanliegen der Branchen gerecht wird. Aus der Bewertung der potentiellen Vorteile von Netzwerken kann geschlossen werden, dass insbesondere die Gewinnung neuer Geschäftspartner, die Erschließung neuer Märkte und die Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch die größte Bedeutung für die Unternehmen haben. Dem Förderungsbedarf im Bereich Forschungs- und Entwicklung maßen die befragten Unternehmen nicht die größte Priorität zu, wobei auch nur etwas mehr als die Hälfte der Antwortenden, hier wiederum insbesondere Unternehmen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie, selbst Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten durchführt.

Diese Umfrageergebnisse entsprechen, nach Aussage des Interviewpartners 4, auch dem Meinungsbild der im Initiativkreis Maschinenbau und Technik beteiligten Unternehmen aus der Region Bergedorf. Die Unternehmer sind daran interessiert sich untereinander besser kennenzulernen und profitieren von den verstärkten Zusammenarbeiten sowie Kooperationen,

beispielsweise bei der erfolgreichen Organisation eines gemeinsamen Messestandes. Und obwohl genau dieses Konzept auch den Ansprüchen der befragten Unternehmen zu entsprechen scheint, stagniert die Initiative derzeit in ihrer Entwicklung. Denn bislang lehnen die Mitglieder des regional begrenzten Teilnehmerkreises eine strategische Zielverfolgung ab und verschließen sich zum Teil gegen Konkurrenzunternehmen, die aber möglicherweise wertvolle neue Impulse bewirken könnten.

Andere Institutionen konzentrieren ihre Arbeit wiederum ausschließlich auf die Schaffung von Netzwerken mit dem Ziel, Forschungs- und Entwicklungsprojekte auf den Weg zu bringen, weil sie die Überzeugung teilen, dass stetige Verbesserungen und innovatives Verhalten in Marktnischen, insbesondere den kleinen und mittleren Unternehmen zu größeren Wachstumschancen und dauerhafter Wettbewerbsfähigkeit verhelfen. Das Wissensnetz Nord ist eine Einrichtung, der es im Rahmen ihrer Aktivitäten gelungen ist, thematisch verschiedene Kooperationsprojekte aus unterschiedlichen Netzwerken, darunter auch technologieorientierte Initiativen, anzuregen. Eine wichtige Komponente stellt dabei die Vernetzung von Unternehmen mit Hochschulen und anderen wissensorientierten Einrichtungen dar.

Aus der Umfrage ergab sich, dass die Unternehmen nur wenige Kontakte zu Forschungsinstitutionen haben. Die Innovations Kontakt Stelle Hamburg versucht hier seit 2011 Abhilfe zu schaffen. Sie ist Kontaktstelle und Ansprechpartner zur Anbahnung von Kooperationen. Mit ihrer Hilfe sollen Akteure aus der Hamburger Wirtschaft und Wissenschaft leichter zueinander finden und Innovationsprojekte schneller auf den Weg gebracht werden. Allerdings wird auch hier deutlich, dass die Aktivitäten sich wiederum auf innovationsorientierte Forschungs- und Entwicklungsförderung beziehen. Bei der Suche nach Kooperationspartnern auf anderen Ebenen und einer Vernetzung zur Gewinnung neuer Geschäftspartner und Erschließung neuer Märkte sind die Unternehmen aus den Branchen Maschinenbau sowie Metall- und Elektroindustrie bisher auf sich allein gestellt.

Auch wenn die Umfrage ergab, dass der Bedarf bei den antwortenden Unternehmen im Bereich der standortspezifischen Themen derzeit nicht akut zu sein scheint, ist solch ein Service- und Förderungsangebot der Wirtschaftsförderung dennoch essentiell. Unternehmen sind gezwungen, sich an ihre jeweiligen Rahmenbedingungen und individuell wirtschaftlichen Entwicklungen anzupassen. Dies gilt auch für Standortfragen. Solche Bedarfe können im Falle von Erweiterungsvorhaben oder Standortverlagerungsplänen ausgelöst durch beispielsweise auslaufende Miet- und Pachtverträge oder Einschränkungen der unternehmerischen Tätigkeiten durch benachbarte emissionsempfindliche Nutzungen entstehen. Für ein betroffenes Unternehmen kann sich ein standortspezifischer Bedarf zu einem existenziellen Problem entwickeln, wenn es keine geeigneten Flächen findet und dadurch in seiner weiteren unternehmerischen Entwicklung eingeschränkt wird. Im schlechtesten Fall könnte dies bedeuten, dass ein Betrieb am Standort schließen und sich gegebenenfalls an einem anderen Ort eine neue Existenz aufbauen muss. Gleichzeitig bedeutet ein abwanderndes Unternehmen für die Stadt den Verlust von Steuereinnahmen und Arbeitsplätzen. Ein anderes Argument ist zudem im Zusammenhang mit dem Imagegewinn und dem Vorsprung im Standortwettbewerb zu sehen, denn über die Region hinaus bekannte, ansässige Unternehmen verschaffen einem Standort wohl die beste Reputation. Daher ist die Existenz von standortspezifischen Service- und Förderungsangeboten, wie die HWF in enger Zusammenarbeit mit der Stadt sie anbietet, sowohl bei der Ansiedlung neuer Unternehmen als auch

in Bezug auf die Interessensvertretung und der Bestandspflege von entscheidender Wichtigkeit einer nachhaltigen Wirtschaftsförderung.

6.1.3 Netzwerke als geeignetes Instrument zur Stärkung von Branchenschwerpunkten und Förderung von Innovationsaktivitäten der Unternehmen

Die Unternehmen, insbesondere die kleinen und mittleren, müssen sich im Produktionsprozess zentralen Herausforderungen stellen. Dabei spielt die Innovativität in immer schneller werdenden Produktzyklen zwar eine entscheidende Rolle, doch das reine Entwickeln von innovativen Produkten und Technologie reicht dabei nicht aus, um ein nachhaltiges Wachstum zu sichern. Durch die gestiegenen Anforderungen an die Produktion technisch und organisatorisch schnell sowie flexibel und dabei noch kostengünstig zu sein, sind die einzelnen Akteure immer weniger in der Lage, allein die benötigten Kompetenzen und ausreichenden Ressourcen bereitzustellen. Die individuellen Kundenansprüche verlangen Anpassungsleistungen, die das Kombinieren des eigenen Know-hows und der eigenen Kompetenzen mit den Ressourcen und Fähigkeiten von anderen Akteuren erforderlich machen. Daher kann das gemeinsame Agieren von Unternehmen in Netzwerken, welche die gesamte technologische Wertschöpfungskette abdecken, von wettbewerbsentscheidender Bedeutung sein.

Im Rahmen dieser Untersuchung wurde die Bedeutung des Branchenschwerpunktes Maschinenbau in Verbindung mit der Metall- und Elektroindustrie anhand verschiedener statistischer Kennzahlen, wie Beschäftigung und Wirtschaftsleistung, der Berechnung der Konzentrationsmaße, dem Aufzeigen einer „kritischen Maße“ und dem Vorhandensein einer bedeutenden Forschungsinfrastruktur mit drei überregional bekannten Hochschuleinrichtungen nachgewiesen. Darüber hinaus konnten im Zusammenhang mit der durchgeführten Unternehmensbefragung gemeinsame Strukturmerkmale und Förderbedarfe der Branchen ermittelt werden. In Bezug auf das Netzwerkthema stellte sich sogar heraus, dass die befragten Unternehmen durchaus einen expliziten Bedarf an Vernetzung sehen und sich zudem mehrheitlich für branchenspezifische Themen interessieren.

Des Weiteren lässt sich aus den Angaben der Unternehmen zu ihren Kontakten mit anderen Unternehmen und Forschungseinrichtungen sowie den bestehenden Zusammenarbeiten mit Partnern eine grundsätzliche Bereitschaft zu Kooperationen erkennen. Wobei die meisten Kontakte zu Zulieferern und Kunden in den Bereichen Wissens- und Informationsaustausch sowie gemeinsame Projekte und Aufträge bestehen. Vielfache Kooperationen werden mit Messepartnern und auf dem Gebiet des Vertriebs beziehungsweise des Marketings durchgeführt. Außerdem gaben die Gespräche mit Interviewpartnern darüber Aufschluss, dass es bereits Ansätze zur selbständigen Vernetzung von Unternehmen der Branchen am Standort Hamburg gibt. Allein die Teilnehmer des Initiativkreises Maschinenbau und Technik sind zum Teil auch zusätzlich in schwerpunktmäßig andere Netzwerke, Wirtschaftsverbände, Arbeitskreise und Kooperationsprojekte eingebunden (Aussage Interviewpartner 4). Und auch Interviewpartner 6 konnte bereits feststellen, dass die Unternehmer des Netzwerkes Wissensnetz Nord sich oftmals bereits persönlich kennen. „Unternehmen, die ein Interesse an Netzwerkbildung und Innovation haben, treffen auch häufig in anderen unterschiedlichen Zusammenhängen aufeinander“ (Interviewpartner 6).

Auf die Frage, ob die Betriebe einem Netzwerk mit ihrem Branchenschwerpunkt beitreten würden, äußerte sich die Hälfte der befragten Unternehmen positiv, weitere 18 Prozent waren noch unentschieden und führten sowohl Vor- als auch Nachteile auf, die sie mit einem möglichen Netzwerkbeitritt in Verbindung bringen. Dabei liegen die Begründungen gegen einen Netzwerkbeitritt sowohl bei den ausdrücklich ablehnenden als auch bei den noch unentschiedenen Unternehmen vorwiegend in betrieblichen Geheimhaltungsgründen, dem vermeintlich fehlenden Nutzen sowie den Bedenken gegenüber einer zu hohen Abhängigkeit, den Investitionskosten und dem Zeitaufwand. Für die Unternehmen, die einem solchen Netzwerk beitreten würden, waren vor allem die Gewinnung neuer Geschäftspartner, die Erschließung neuer Märkte und die Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch die entscheidenden Beweggründe. Aber auch die Zusammenarbeit bei Großaufträgen, Prozessoptimierung, gemeinsames Marketing und ein größeres Angebot an Fachkräften wurden als bedeutende Vorteile erkannt. Wie die unten stehende Grafik auch noch einmal verdeutlicht, befürworteten in absoluten Zahlen vor allem Unternehmen aus dem Maschinenbau ein solches Branchennetzwerk. Gemessen am Verhältnis der jeweiligen Rückläufe nach Branchen ergibt sich aber auch noch einmal ein ganz anderes Bild, bei dem die Unternehmen der Elektroindustrie zu 64 Prozent und die Maschinenbauer sowie die Unternehmen der Metallindustrie zu jeweils 50 Prozent an einem Netzwerkbeitritt interessiert wären.

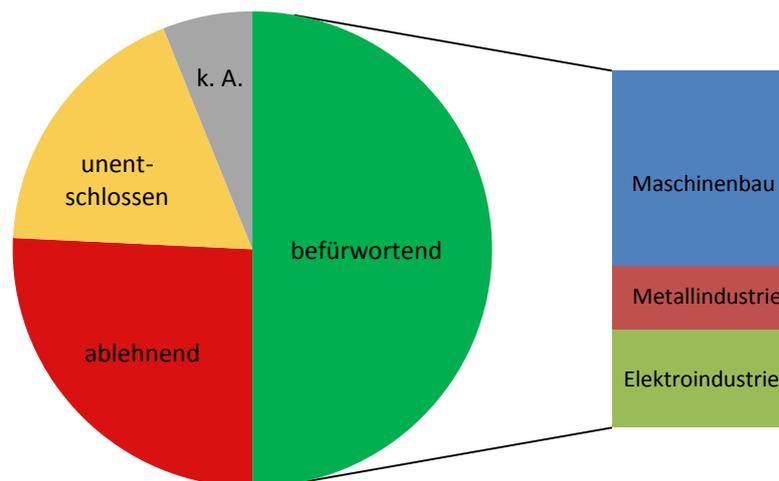


Abb. 46: Meinungsbild zum möglichen Beitritt eines Branchennetzwerkes.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Die Chancen und Risiken von netzwerkbasierter Zusammenarbeit sind in dieser Arbeit bereits im Zusammenhang einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Clusterkonzept (Kapitel 2.3) und mit den Wirtschaftsförderungs- und Netzwerkexperten (Kapitel 4) diskutiert worden. Im Folgenden seien noch einmal die sich aus der Netzwerkarbeit ergebenden wesentlichen Potentiale und Möglichkeiten für die Unternehmen zusammengefasst:

Service- und Förderungsangebote

- ➔ Bereitstellung von (exklusiven) Serviceangeboten und Vermittlungsleistungen
- ➔ Verbesserung von und der Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten
- ➔ Identifizierung von Schwächen in der Wettbewerbskette
- ➔ Organisationsleistungen und Koordinierung strategischer Entwicklungsstrategien

- Entwicklung kollektiver Marketingstrategien/ Öffentlichkeitsarbeit
- Organisation von Gemeinschaftsständen auf (inter-)nationalen Messen
- Lobbying und Verbesserung der Rahmenbedingungen für die gesamte Branche
- branchenspezifische Aus- und Weiterbildungsangebote
- Fachkräftewerbung und besseres Angebot an Fachkräften
- Stärkung der Innovationstätigkeit und Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit
- Repräsentation und bessere Aufstellung des eigenen Firmenstandortes

Vernetzung und Wissenserweiterung

- Schaffung von Kontaktmöglichkeiten mit anderen Unternehmen und Hochschulen
- Stimulierung von transaktionskostengünstigen und vertrauensvollen Austauschbeziehungen
- besserer Wissens- und Technologietransfer (aus den Hochschulen)
- Wissensvorsprung durch zielgruppenspezifische Informationsveranstaltungen
- Schnittstellen zur Integration und Förderung regionaler Akteure in nationalen und internationalen Produktions- und Absatz- sowie Wissenschafts- und Technologiernetzwerken

Kooperationsmöglichkeiten

- Gewinnung neuer Geschäftspartner und Kunden
- Verbesserung der Qualität und Optimierung von Zulieferketten
- Mentoren, die v.a. Start-Up-Unternehmen unterstützen können
- gemeinsame F&E-Projekte, Teilung von Risiken

Die Aufstellung zeigt, dass viele der Förderbedarfe und Anforderungen der befragten Unternehmen durch die Initiierung eines Branchennetzwerkes erfüllt werden könnten und die Initiierung eines solchen durchaus ein geeignetes Instrument zur Stärkung des Branchenschwerpunktes und gegebenenfalls auch zur Förderung möglicher Innovationsaktivitäten von Unternehmen darstellen kann. Allerdings vermögen Netzwerke nicht das gesamte Spektrum an unternehmerischen Förderbedarfen der Unternehmen zu befriedigen, weshalb es neben branchenfokussierten Vernetzungstätigkeiten auch von entscheidender Bedeutung ist, auch die branchenübergreifenden wirtschaftsfördernden Angebote auf ihre Bedarfsgerechtigkeit zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.

Den entscheidenden Beitrag leisten hier die branchenübergreifenden Wirtschaftsinstitutionen. Als Anlaufstellen handeln sie in der Regel reaktiv und nachfrageorientiert. Das bedeutet, dass die Unternehmen nicht nur selbst erkennen müssen, dass sie einen Förderungsbedarf haben, sondern auch aktiv eine Problemlösung suchen und selbständig den Weg zu den entsprechenden Einrichtungen finden. Eine aktive Bestandsentwicklung würde im Gegensatz dazu, bereits frühzeitig versuchen, die Bedarfe seiner Kunden frühestmöglich und umfassend zu ermitteln und die Entwicklungen bewusst zu beeinflussen, um wirtschaftliche Schief lagen bei den Unternehmen zu vermeiden. Dafür ist es einerseits erforderlich die nötige Vertrauensbasis zu schaffen sowie andererseits die Unternehmensstrukturen und Betriebsabläufe selbst zu erfassen. Eine gute

Möglichkeit, um mit den Unternehmen ins Gespräch zu kommen, bieten zum Beispiel Betriebsbesichtigungen oder zielgruppenspezifische Veranstaltungen mit Begegnungscharakter.

6.2 Möglichkeiten zur Initiierung eines Netzwerkes in den ausgewählten Branchenschwerpunkten

Die Schaffung von Austauschmöglichkeiten ist ein Kernelement der Netzwerkarbeit. Neben der Ermittlung von Bedarfen beziehungsweise Vermittlung von Unterstützungs- und Förderangeboten zwischen Unternehmen und Wirtschaftsförderung liegt der Schwerpunkt hier allerdings vor allem in der Vermittlung von Kontakten und dem Aufbau von Plattformen zum Austausch von Erfahrungen, Zusammenbringen von Kooperationspartnern sowie zur Findung gemeinsamer Problemlösungen unter den Unternehmen selbst.

In der Wirtschaftspolitik haben sich insbesondere clusterbasierte Entwicklungsstrategien durchgesetzt. Diese haben den Anspruch möglichst alle Akteure, die entlang einer oder mehrerer Wertschöpfungsketten über Liefer- und Wettbewerbsbeziehungen miteinander in Verbindung stehen und beziehungsweise oder gemeinsame Interessen verfolgen, zusammenzubringen, um Synergieeffekte zwischen ihnen zu nutzen und die Wettbewerbsfähigkeit jedes einzelnen Unternehmens, aber auch im Zusammenhang mit der Stärkung der gesamten Branche, zu steigern. Die Stadt Hamburg macht in ihrem Operationellen Programm für das Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ im Rahmen der Förderperiode 2007 – 2013 durch Mittel der Europäischen Union deutlich, dass eine Förderung von Vernetzung auch für sich noch entwickelnde beziehungsweise bisher noch unentdeckte Clusteransätze „bei Erreichen einer kritischen Masse, außerordentlich guter Entwicklungsdynamik und des Innovationspotentials“ (FHH 2007) offen steht.

Die drei im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Branchen stehen entlang verschiedener Wertschöpfungsketten miteinander in Verbindung, haben ähnliche Förderbedarfe und erfüllen das Kriterium der kritischen Masse. Allerdings sind Bezug nehmend auf statistische Kennzahlen und die Ergebnisse aus der Unternehmensumfrage Unterschiede zwischen den Branchen hinsichtlich ihrer Entwicklungsdynamik und des Innovationspotentials auszumachen. Im Maschinenbau entwickelten sich sowohl die Beschäftigtenzahlen als auch die Umsätze am positivsten. Gleiches gilt für die anhaltend hohe Exportquote und die Auftragslage aus dem In- und Ausland. Aus den offiziellen Statistiken lassen sich nur bedingt Aussagen zur Entwicklungsdynamik der Metall- und Elektroindustrie ableiten, da diese zum Teil keine Angaben enthalten (Metallindustrie), zum Teil im Sinne dieser Untersuchung nicht ausreichend differenziert dargestellt sind (Elektroindustrie). Soweit sich Rückschlüsse aus der Befragung ziehen lassen, entwickeln sich die Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie zwar ebenfalls gut, aber nicht ganz so stark wie die Maschinenbauer. Allerdings stützt sich dieses Bild nur auf die Angaben der teilnehmenden Unternehmen, welches keine repräsentativen Aussagen über die Branchen zulässt.

Aussagen zum Innovationspotential lassen sich hauptsächlich von den Angaben zu den Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten der befragten Unternehmen ableiten. Die Auswertung ergab, dass nur etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen eigene F&E-Aktivitäten durchführen, wobei die Betriebe des Maschinenbaus und der Elektroindustrie in diesem Bereich wesentlich aktiver sind, was zudem auch an dem unterstützenden Einsatz von Ressourcen, wie Personal und Investitionen, deutlich wird.

Bei den Unternehmen der Metallindustrie sind die Aktivitäten wesentlich begrenzter, wobei auch diese Aussagen wiederum stark von den Angaben der teilnehmenden Unternehmen abhängig sind. Und unter den Antwortenden der Metallindustrie finden sich auffällig viele Unternehmen mit Handelsschwerpunkt, die, wie bereits beschrieben, möglicherweise keinem allzu großen Innovationsdruck ausgesetzt sind. Unterstützt wird dieses Bild zudem durch die Auswertung der Unternehmenskontakte im F&E-Bereich. Während in der Metallindustrie kaum Austausch und Kooperationen bestehen, sind die F&E-Beziehungen mit Zulieferern und Kunden bei den Unternehmen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie ausgeprägter. Die Kontakte zu Forschungsinstitutionen sind darüber hinaus in allen drei Branchen nur wenig vorhanden.

Da sowohl der überwiegende Teil der antwortenden Unternehmen als auch die jeweiligen Branchen von kleinen und mittleren Betriebsgrößen geprägt sind, empfiehlt sich die Initiierung eines hierarchielosen Netzwerkes (vgl. Kapitel 2.2.2), bei dem sich die unabhängigen Unternehmen auf gleicher Augenhöhe begegnen. Gleichwohl sollte größeren Unternehmen der Zugang zu einem Branchennetzwerk nicht verwehrt bleiben, zumal sie insbesondere für die Reputation des Netzwerkes nützlich sein können und als potentielle Geschäfts- oder Kooperationspartner für kleinere Unternehmen neue Möglichkeiten eröffnen.

Netzwerke bauen auf dem bestehenden Leistungspotential der Wirtschaftsunternehmen und Institutionen in einer Region auf. Daher ist bei der Konzeptionierung von Angeboten eine Orientierung an der Wertschöpfungskette der zu fördernden Branche(n) entscheidend. Im Fokus dieser Untersuchung stand nach Ermittlung der Branchenschwerpunkte der Maschinenbau. Bereits von Anfang an vermutet, wurde im Laufe der Analyse deutlich, dass die weiteren Branchen der Metall- und Elektroindustrie sehr eng mit den Produktionsprozessen des Maschinenbaus verzahnt sind. Zudem zeigen die Umfrageergebnisse, dass alle drei untersuchten Branchen ähnliche Prioritäten bei den Service- und Förderungsbedarfen haben. Daher sollten alle Branchen vom Aufbau eines Netzwerkes oder einer Clusterinitiative profitieren. Obwohl vordergründig die befragten Unternehmen der Maschinenbau- und Elektroindustrie an einem potentiellen Netzwerkbeitritt interessiert sind, ist für die Stärkung des Branchenschwerpunktes die Erfassung der Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette von entscheidender Bedeutung. Neben den Gewerbetreibenden betrifft dies auch Dienstleistungsanbieter und Unternehmen der anwendungsorientierten Forschung und Entwicklung sowie Partner aus Bildungseinrichtungen und der Wissenschaft, die in die gemeinsame Arbeit des Netzwerkes von vorn herein miteinzubeziehen sind.

Auch wenn unter den befragten Unternehmen der Bedarf an Informationsveranstaltungen zur Wissensvermittlung sowie zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten nicht einstimmig vordergründig priorisiert worden ist und die Thematik für einigen Unternehmen auch keine Bedeutung in ihrem Geschäftsalltag einzunehmen scheint, ist die Förderung solcher Aktivitäten zur Erhöhung von Innovationsfähigkeit, -bereitschaft und -tätigkeit der Unternehmen dennoch von enormer Wichtigkeit. Zum einen sollen die Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile für sich generieren, zum anderen die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Region gesteigert und nachhaltig auf einem hohen Niveau gehalten werden (Aussage Interviewpartner 3).

Für Unternehmen, die die unternehmerischen Vorteile von Innovationsforschung bereits erkannt haben, wäre ein reines Kontaktnetzwerk nicht ausreichend attraktiv (Aussage Interviewpartner 6).

Daher sollte ein Netzwerk in derartig technologieorientierten Branchen eine Mischung aus allgemeinen und besonderen Fördermaßnahmen anbieten und einen zusätzlichen Fokus auf die Förderung der Innovationsaktivitäten in den Unternehmen legen. Unter diesem Aspekt sind auch die Einbindung wirtschaftsfördernder Institutionen sowie wissensbasierter, aber auch anwendungsorientierter Einrichtungen von entscheidender Wichtigkeit. Denn nur so werden Grundlagenwissen sowie Forschungs- und Entwicklungsergebnisse in die wirtschaftliche Anwendung integriert und können andersherum die Kundenwünsche und Markttrends sehr viel schneller und direkter in die Bildungs-, Forschungs- und Entwicklungslandschaft kommuniziert werden (vgl. Meier zu Köcker, Buhl 2008: 44).

6.2.1 Übertragbarkeit der netzwerkpolitischen Förderstrategien Hamburgs

Die Maschinebaubranche, aber auch die der Metall- und Elektroindustrie, zeichnet sich durch eine hohe Komplexität und Heterogenität aus, was ein Zustandekommen von privaten Vernetzungsinitiativen für die einzelnen Unternehmen erschwert. Hinzu kommt, dass die starke Außenorientierung vieler Unternehmen die Bildung intraregionaler Verflechtungen behindert (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 185). Außerdem sind die betreffenden Wirtschaftszweige traditionell nicht damit vertraut, in Netzwerken zusammen zu arbeiten (Aussage Interviewpartner 6). Daher unterbleiben die Kontakte zwischen den Unternehmen und Einrichtungen insbesondere im Zusammenhang mit der Innovations- und Technologieförderung nicht selten auch aus Unkenntnis oder Unwillen. Politische beziehungsweise wirtschaftsfördernde Maßnahmen, die eine Vernetzung arrangieren und die Kooperationsbereitschaft der Unternehmen erhöhen, können hier für die Stärkung der Maschinenbaubranche von ausschlaggebender Bedeutung und Wirksamkeit sein.

Die Handelskammer Hamburg plädiert als Interessensvertreter der Wirtschaftsunternehmen dafür, dass der Netzwerkarbeit privater Initiativen, wie beispielsweise die der Wirtschaftsverbände, stets der Vorzug zu geben sei. „Wenn es ein starkes Engagement gibt, warum dann noch ein Cluster mit behördlicher Unterstützung initialisieren?“ (Interviewpartner 3). Allerdings besteht in reinen Unternehmensnetzwerken die Gefahr, dass die Durchsetzung von Einzelinteressen von Akteuren zu stark in den Vordergrund gerät. Daher erscheinen unabhängige Institutionen für die Koordinierung und Umsetzung gemeinsamer Entwicklungsziele glaubwürdiger (vgl. Beckord 2006: 124).

Die Voraussetzungen einer kritischen Masse an Unternehmen, Hochschulen und anderen Forschungseinrichtungen am Standort sowie Ambitionen ihrerseits zu Kooperationen sind in Hamburg gegeben. Eine öffentliche Förderung ist jedoch nur gerechtfertigt, wenn neben Innovationszielen auch strukturelle Ziele, wie die Stärkung des Branchenschwerpunktes im Allgemeinen, erreicht werden sollen und die erbrachten Leistungen somit für die gesamte Region beziehungsweise das Innovationsfeld förderlich sind (vgl. Meier zu Köcker, Buhl 2008: 83). Positive Effekte können beispielsweise ein besseres Standortmarketing, aber auch ein steigendes Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum darstellen. Neben der finanziellen Förderung, sind insbesondere Unterstützungsangebote, wie Standort- und Potentialanalysen sowie die Entwicklung langfristiger Strategien von Bedeutung. Dabei dürfen die öffentlichen Akteure den Prozess allerdings nur begleiten, nicht aber steuernd in die Netzwerkarbeit eingreifen (vgl. ebd.).

Als in Grundzügen gutes Beispiel für eine behördliche Förderung erweist sich der Initiativkreis Maschinenbau und Technik in der Region Bergedorf. Bereits der Name verdeutlicht gut, welche Zielgruppe hier im Besonderen angesprochen werden soll. Denn den Schwerpunkt bilden Gewerbetreibende des Maschinenbaus, wobei auch weitere technikavisierte Unternehmer den Teilnehmerkreis ergänzen. Auf den Bedarf der Unternehmen hin, initiierte das Bezirksamt Bergedorf das branchenspezifische Netzwerk, welches seither allerdings von der bezirklichen Wirtschaftsförderung organisiert wird. Die Aktivitäten des Initiativkreises entsprechen dem eigenen Anspruch sich untereinander besser kennenzulernen, auszutauschen und die Geschäftsbeziehungen auszubauen. Der Bereich Innovationsförderung durch Forschung und Entwicklung hat dagegen keine Bedeutung für das Netzwerk, obwohl auch ein Vertreter der HAW zum Teilnehmerkreis gehört und bereits für innovative Produktionsverfahren und Projekte geworben hat. Auch wenn das Netzwerk nach eigenen Aussagen regionsfremden Teilnehmern offen steht, zeigt sich, dass die Lokalisation und Ausrichtung auf die Region Bergedorf in gewisser Weise eine Zugangsbarriere für solche Akteure darstellt. Das Netzwerk steht zudem in keinem Austausch zu anderen Initiativen und auch weitere Wirtschaftsförderungen der Region gehören dem Teilnehmerkreis nicht an. Zum einen ist diese regionale Begrenztheit der relativ wenigen Teilnehmer im Hinblick auf die Vertrauensausbildung gewünscht, zum anderen verschließt sich das Netzwerk somit gegen das Eindringen neuer Entwicklungsimpulse und der Verfolgung strategischer Entwicklungsperspektiven. Dies schlägt sich auch im schwindenden Engagement der Teilnehmer und in der fehlenden Eigendynamik des Netzwerkes nieder.

Die Clusterinitiativen in der Freien und Hansestadt beziehungsweise Metropolregion Hamburg stehen grundsätzlich allen jeweils branchenspezifischen Unternehmen mit Sitz oder starken Verflechtungen zur Hamburger Wirtschaft offen. Ein Maschinenbaucorridor gibt es aber bisher nicht. Die gemeinsame Gründung der bestehenden Initiativen durch Politik, Verwaltung und Unternehmen garantieren den bestehenden Clustern die notwendige öffentliche Unterstützung und Anschubfinanzierung. Deutlich wird dies beispielsweise an der Gründung des Medien, IT und Telekommunikationsclusters, welches aus einem privaten Verein hervorging und erst mit Unterstützung der Stadt neue Wachstumsambitionen und entschlossene Zielsetzungen entwickelte. Im Gegensatz zu der Bergedorfer Initiative, wo die Kosten eines Netzwerktreffens am jeweiligen Veranstalter verbleiben, finanzieren sich die Cluster zum Teil aus Mitgliedsbeiträgen, weiteren Drittmitteln und öffentlichen Geldern. Da sich die Initiativen aber mehr und mehr aus eigener Kraft tragen sollen und die Stadt daher die finanzielle Unterstützung nach und nach reduziert, sind insbesondere die jeweiligen Clusteragenturen gezwungen, das Netzwerkmanagement zu professionalisieren und ihre Mitglieder sowie neue Unternehmen von der Unverzichtbarkeit und den Vorteilen einer Teilhabe zu überzeugen.

Weil sie keine Fördergelder vergeben können, müssen die Initiativen ihren Mehrwert über Vernetzungsangebote und Kontaktvermittlungen sowie Beratungs- und Serviceleistungen einholen. Hierzu zählen neben der Beratung zu individuellen Fördermöglichkeiten, Organisation von Veranstaltungen, das Imagemarketing auch die Bereitstellung von branchenspezifischen Informationen und die Gewährleistung eines exklusiven Wissensvorsprungs. Daher ist es für die Clusterinitiativen von Bedeutung mit anderen branchengleichen und -ähnlichen Netzwerken im Austausch zu stehen und wo es Sinn macht auch den branchenübergreifenden Wissens-Spill-over zu fördern. Auch wenn durch die netzwerkbasierende Förderstrategie die Innovationsfähigkeit und -

tätigkeit der Unternehmen gesteigert werden soll, spielen Forschung und Entwicklung keine explizite Rolle. Die Zusammenarbeit der Clusterinitiativen mit den wissensbasierten Einrichtungen konzentriert sich vor allem auf die Nachwuchsförderung, Fachkräftewerbung und das Standortmarketing. Den Forschungsaspekten der Hochschulen werden, wenn überhaupt, nur in den technologienahen Branchen der Cluster Rechnung getragen.

Ganz anders die technologiebasierten Netzwerke unter der Dachmarke des Wissensnetz' Nord der Metropolregion Hamburg. Hier finden die Vernetzung und der Austausch der Akteure zielgerichtet zur Entwicklung von gemeinsamen Forschungs- und Entwicklungsprojekten statt. Bedingt durch den konkreten Innovationsbezug orientieren sich die Service- und Wirtschaftsförderungsleistungen explizit auf das Zusammenbringen von kooperationswilligen kleinen und mittleren Unternehmen mit Forschungseinrichtungen, die Akquise von Fördermitteln, Organisation und Administration sowie Öffentlichkeitsarbeit. Dieses Projekt ist auf eine behördliche Initiative zurückzuführen, wird aber ganzheitlich aus öffentlichen Mitteln und EU-Geldern finanziert. Aufgrund der befristet auslaufenden Förderung wird die Arbeit der Institution zum Jahresende eingestellt. Dann sind die bisher erfolgreich initiierten Netzwerke und angelaufenen Projekte auf sich allein gestellt. Eine Weiterführung oder Wiederaufnahme des Wissensnetz Nord ist zunächst nicht angedacht, weshalb die Akteure der nach Technologiethematisierten Netzwerke ähnlich wie die Clusterinitiativen ein Eigeninteresse entwickeln müssen, die gemeinsame Arbeit weiterzuführen und das Netzwerkmanagement selbständig zu finanzieren. Dafür müssen die Unternehmen aber davon überzeugt werden, dass die kooperative Zusammenarbeit wettbewerbsentscheidende Vorteile bringt, die sie aufgrund ihrer größenbedingten Nachteile, wie häufig nicht ausreichend genügende Finanzmittel für langfristige Prozessinnovationen oder Höherqualifizierungen, allein nicht erzielen können.

Es zeigt sich, dass keine der bestehenden netzwerkbasierenden Institutionen sowohl eine mehr oder weniger allgemeine Austauschplattform zur Vernetzung und branchenspezifischen Wirtschaftsförderung als auch die Möglichkeit zur Schaffung von kleineren innovationsorientierten Projektnetzwerken zur Ausbildung vertrauensvoller Kooperationsbeziehungen abdeckt. Die einzelnen Initiativen sind sehr unterschiedlich aufgestellt und differenzieren sich in ihren Förderangeboten stark voneinander, weshalb eine direkte Übertragbarkeit einzelner Instrumente auf ein Netzwerk mit dem Branchenschwerpunkt Maschinenbau nicht vorstellbar ist. Dennoch können aus den verschiedenen Ansätzen wichtige Erkenntnisse zur Funktionsweise und Wirksamkeit von unterschiedlichen Netzwerkarten gewonnen werden, die bei der Initiierung eines potentiellen Netzwerkes für die Maschinenbaubranche sowie der ihr zugeordnete Wirtschaftsbereiche mitbedacht und berücksichtigt werden sollten.

6.2.2 Anforderungen an den Gründungsprozess für ein Netzwerk zur Stärkung der Maschinenbaubranche und Förderung der unternehmerischen Innovationsaktivitäten

Wie bereits dargestellt, existieren in den untersuchten Branchen, insbesondere im Maschinenbaubereich, Unternehmen mit gewachsenen Traditionen, unterschiedlich geprägten Strukturen sowie individuell speziellen Arbeitsweisen und Prozessen. Gleiches gilt für die wissensbasierten und wirtschaftsfördernden Institutionen der Stadt, sodass zunächst eine „gemeinsame Basis aus den vorhandenen Strukturen und Handlungspotentialen geschaffen werden muss“ (Meier zu Köcker, Buhl 2008: 31). In der Aufbauphase des Netzwerkes müssen Initiatoren,

engagierte Gründungsmitglieder und so genannte Promotoren des Netzwerkes gefunden und für das gemeinsame Projekt gewonnen werden. Neben visionären Führungspersönlichkeiten und qualifiziertem Personal auf der Leitungs- und Umsetzungsebene stellen Promotoren Identifikationsfiguren für die zu überzeugenden Unternehmen und Institutionen dar. Sie können aus der Forschung, Wirtschaft oder dem öffentlichen Bereich stammen, sollten aber auch ein konkretes Eigeninteresse mit Handlungsproblemen möglicher Kooperationspartner verbinden und sich für die Ziele des Netzwerkes einsetzen (vgl. Howaldt o.J.: 4).

Im Zusammenhang mit einer öffentlichen Förderung sollte der Prozess der Kontakthanbahnung und Klärung von Interessenslagen von den Behörden initiiert und beziehungsweise oder von einer von ihr eingesetzten unabhängigen Institution moderiert werden. Um geeigneten Partner zu identifizieren und erste Handlungsoptionen zu definieren, müssen die jeweiligen Zielvorstellungen der Akteure ermittelt werden. Einen ersten Ansatzpunkt seitens der Unternehmen bieten die Antworten auf die Frage nach den Gründen für einen potentiellen Netzwerkbeitritt im Unternehmensfragebogen dieser Untersuchung. Die häufigsten und gewichtigsten Argumente der Befragten waren die Gewinnung neuer Geschäftspartner, die Erschließung neuer Märkte und die Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch. Da die Beweggründe vordergründig auf den Bedarf zur Initiierung eines Kontaktnetzwerkes hindeuten, sollte dies auch in den Überlegungen zum Strukturaufbau des Netzwerkes (vgl. Kapitel 6.2.3) Berücksichtigung finden. Um den künftigen Netzwerkteilnehmern bedarfsgerechte Strukturen für die Zusammenarbeit bereitstellen und die Kooperation der Mitglieder im Innovationsgeschehen moderieren zu können, muss erst einmal geklärt werden, welche Kompetenzen die potentiellen Teilnehmer in das Netzwerk einbringen, welche Produkte sie anbieten und welcher Ausstattungen und Prozesse sie sich bedienen. Das bedeutet, dass im Vorfeld eine Analyse der vorhandenen regionalen Strukturen und Potentiale für den Standort durchgeführt werden muss. Bereits zu diesem Zeitpunkt sollten zudem eventuell bestehende Lücken in der Wertschöpfungskette dokumentiert werden, um zu einem späteren Zeitpunkt gezielt auch weitere Unternehmen anzuziehen.

Die Untersuchung der verschiedenen Netzwerkinitiativen in Kapitel vier hat die Bedeutung von strategischer Planung und Zielverfolgung für Netzwerke hervorgehoben. Interviewpartner 6 formulierte hierzu deutlich, dass „die Netzwerkarbeit selber [...] immer zielführend aufgebaut sein [muss], damit die Teilnehmer sehen, dass Fortschritte erzielt werden können und sich eine Teilnahme für sie lohnt“ (Interviewpartner 6). Im Fall des Initiativkreises Maschinenbau und Technik wurde zudem deutlich, dass die lose Struktur und mangelnde strategische Ausrichtung zu einem Rückgang des Engagements der Teilnehmer sowie zu einer Schwächung des Entwicklungspotentials führen können. Ein im Vorhinein durchgeführter gemeinsamer Strategieprozess mit Experten aus Forschung und Wirtschaft hilft die heterogen zusammengesetzten Netzwerkpartner zu integrieren, die verschiedenen Interessenslagen zu vereinheitlichen und gemeinsame Informations- und Kommunikationsstrukturen zu erarbeiten. Bezugnehmend auf die unternehmerischen Bedarfe und Erwartungen an ein potentielles Netzwerk sollten die Strategieziele ebenfalls auf die Stärkung der Maschinenbaubranche mit den ihr zugeordneten Wirtschaftszweigen und die Förderung der Innovationstätigkeiten in den Unternehmen ausgerichtet sein. Vorstellbar wäre in diesem Zusammenhang eine Orientierung an folgenden Bestrebungen:

- Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit der Netzwerkmitglieder
- Heranführung an wirtschaftliche sowie technologische Erneuerungen
- regionale Wirtschaftsförderung und Intensivierung von Kooperationen
- Optimierung von Innovationsprozessen
- Entwicklung neuer Technologien, Produkte und Dienstleistungen
- Personalqualifizierung und Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze (Auswahl, vgl. Meier zu Köcker, Buhl 2008: 46)

Von entscheidender Wichtigkeit für den Erfolg des Netzwerkes sind dabei Visionen und Leitbilder. Sie helfen die unterschiedlichen Interessen miteinander zu vereinen, fördern die integrativen Kräfte und erzeugen bei den Akteuren das relevante Wir-Gefühl. Dies ist insbesondere im Hinblick auf ein gutes Verhältnis mit den bereits bestehenden Institutionen und Netzwerkinitiativen bedeutend. Denn nur durch eine aktive Einbindung in die Prozesse, ausreichende Kommunikationsstrukturen und abwägende Abstimmungen erlangt das Netzwerk Akzeptanz. Darüber hinaus bewirken gemeinsame Entwicklungsziele die künftigen Tätigkeitsfelder zu bestimmen und dem Netzwerk ein Profil zu geben. Allerdings darf der thematische Fokus in dieser Phase nicht zu eng gewählt werden, um den Akteuren des Netzwerkes zunächst die Möglichkeit zu geben, sich auszuprobieren und wichtige Abstimmungen und Entwicklungsschritte gemeinsam zu durchleben. Hinsichtlich der Erfolgskriterien sollte noch kein allzu großer Druck aufgebaut werden. Die Zielvereinbarungen sollten realisierbar sein, wobei „inhaltlich qualitative Ziele [...] wertvoller als quantitative Vorgaben, wie Arbeitsplatzzahlen, Gewerbesteuererinnahmen oder die Entstehung von Ausbildungsplätzen [sind]“ (Interviewpartner 2). Solche Zielzahlen können in der Aufbauphase eines Netzwerkes nur schwer abgeschätzt werden und würden im Falle einer Zielverfehlung zu Frustration und Demotivation bei den Akteuren führen.

Die Entwicklung von langfristigen Zielvorstellungen und Visionen impliziert gleichermaßen das Erfordernis einer langfristigen Unterstützung der Politik, die über Legislaturperioden hinaus sichergestellt werden sollte. Denn allein die Gründungsphase betrifft nach Expertenmeinung einen Zeitraum von zwei bis vier Jahren (Aussage Interviewpartner 2). Neben dem Aufbau von Infrastrukturen und Rahmenbedingungen betrifft dies auch die finanzielle Förderung. Gleichwohl empfiehlt sich hier eine Public-Private-Partnership (PPP), damit das Netzwerk zum einen öffentlich gestützt wird, zum anderen aber auch einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb entwickeln kann. Insbesondere für den zweiten Aspekt sind auch die frühzeitige Wahl der passenden Rechtsform und eine Entscheidung über die mögliche Einwerbung von Mitgliedsbeiträgen oder anderen Drittmitteln von Bedeutung.

Die Untersuchung der bestehenden Netzwerkinitiativen ergab, dass die beitragsfinanzierten Clusterinitiativen langfristig wirtschaftlich am stabilsten und selbständigsten sind. Die Doppelstruktur bestehend aus einem Verein zur Förderung der wirtschaftlichen Tätigkeiten seiner Mitglieder sowie einer als Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) gegründeten Geschäftsstelle, die die zentralen Aufgaben der Koordination und das Netzwerkmanagement in einer moderierenden Funktion übernimmt und zu jeweiligen Teilen von der Stadt und dem Förderverein finanziert wird, überzeugt mit den Vorteilen beider Organisationsstrukturen. Zum einen kann eine unbegrenzte Anzahl von Mitgliedern im Verein aufgenommen werden, dem durch das Einzahlen von Beiträgen eine Verbindlichkeit zu Teil wird, zum anderen werden alle haftungspflichtigen, wirtschaftlichen Aktivitäten von der Netzwerkagentur übernommen, die sich dem Netzwerk und seinen Mitgliedern

verpflichtet hat. Die Nachteile dieser hybriden Organisationsstruktur liegen vor allem in der aufwendigen Gründung und der zwingend erforderlichen Abgrenzung der verschiedenen Aktivitäten. Beide Aspekte spielen aber hauptsächlich in der Aufbauphase eines Netzwerkes eine Rolle und sollten daher sorgfältig in der Strategieprozessplanung berücksichtigt werden.

Als unabdingbare Voraussetzung gilt darüber hinaus die Existenz eines qualifizierten, aktiven sowie koordinierenden Netzwerkmanagements, um bei den Mitgliedern das nötige Vertrauen für eine Zusammenarbeit aufzubauen. Um eine hohe Effizienz und Effektivität des Netzwerkes sicherzustellen, ist das Management dafür verantwortlich die gemeinsam erarbeiteten Strategieziele zu verfolgen und davon abgeleitete Maßnahmen erfolgreich durchzuführen. Es muss soziale, methodische, organisatorische und fachliche Kompetenz beweisen und dabei die verschiedenen Erwartungen der Beteiligten gerecht werden (vgl. Howaldt o.J.: 5). Für eine erfolgreiche Erschließung und Koordination von Ressourcen ist aber auch die persönliche Kontinuität der Netzwerkmitglieder von Bedeutung, da ein dauerhafter Wissenstransfer in vertrauensvolle Kooperationen stabile Kerne erfordern (vgl. ebd.: 5f.).

Gerade in der Anfangszeit bringen die Unternehmen und andere Institutionen, die sich für einen Netzwerkbeitritt entscheiden, Vorleistungen ohne eine Gewähr zu haben, ob sich die preisgegebenen Informationen, die investierte Zeit und das eingebrachte Engagement auch wieder profitabel auszahlen (vgl. Meier zu Köcker, Buhl 2008: 56). Gleichzeitig gibt es in jedem Netzwerk auch Mitglieder, die sich nicht aktiv in die Netzwerkarbeit einbringen, sondern lediglich von den Ergebnissen der Zusammenarbeit profitieren wollen (Aussage Interviewpartner 2). Einen ersten Ansatzpunkt für die Vertrauensbildung unter den Akteuren bietet die räumliche und kulturelle Nähe. Die bestehenden Initiativen beweisen, dass Kooperationen nicht vor administrativen Grenzen halt machen, weswegen auch für den Aufbau eines Maschinenbau-Netzwerkes eine räumliche Orientierung auf die gesamte Metropolregion Hamburg gewählt werden sollte. Darüber hinaus sollten bestimmte Kriterien von den Netzwerkpartnern erfüllt werden, um eine Beliebigkeit von Teilnehmern zu verhindern und gleichzeitig Kompetenz und Akzeptanz für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zu schaffen. Neben den Zugangsbestimmungen müssen aber auch innerhalb des Netzwerkes Regeln für die gemeinsame Zusammenarbeit aufgestellt und auf deren Einhaltung geachtet werden. Denn Kooperationen können nur entstehen, wenn sich die Akteure gegenseitig als zuverlässig und vertrauenswürdig einschätzen.

Die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage verdeutlichen, dass die Bedarfe der Unternehmen ganz verschiedene Aspekte der Fördermöglichkeiten betreffen. Von Wichtigkeit waren neben allgemeinen Beratungsleistungen vor allem Vernetzungsangebote. Aber auch querschnittsorientierte Themen, wie die Personalqualifizierung, oder die Unterstützung bei innovationsorientierten Forschungs- und Entwicklungsvorhaben waren von Interesse. Um sowohl das Netzwerkmanagement als auch die potentiellen Netzwerkteilnehmer nicht mit einem wahllosen Angebot an Service- und Dienstleistungen zu überfordern, gehört eine effiziente und transparente Organisationsstruktur ebenfalls zu den Grundvoraussetzungen eines erfolgreichen Netzwerkes.

6.2.3 Struktur eines Netzwerkes zur Stärkung des Branchenschwerpunktes und Förderung der Innovationsaktivitäten der Unternehmen im Maschinenbau

Um sowohl dem Anspruch der Stärkung des Branchenschwerpunktes als auch der Förderung der Innovationsfähigkeit und -tätigkeit der Unternehmen im Maschinenbau gerecht zu werden, empfiehlt es sich die Struktur des Netzwerkes als Mehr-Ebenen-System im Sinne einer Pyramide zu betrachten (s. Abb. 47). Das Fundament bilden dabei allgemeinere Wirtschaftsförderungsangebote. Die darüber liegende Ebene stellt das eigentliche Netzwerk dar. Orientiert am Bedarf der Unternehmen sollte dieser Teil auch den verhältnismäßig größten Raum der Netzwerkarbeit einnehmen. Die Aktivitäten sollten sich einerseits auf die individuelle Beratung und Vermittlung von Förderangeboten, andererseits auf die Vernetzung der Unternehmen untereinander konzentrieren.

Um die Innovationsaktivitäten der Unternehmen explizit zu fördern, sollte das Potential von netzwerkbasierter Kooperationsmöglichkeiten jedoch intensiver ausgeschöpft werden. Daher wird die Schaffung einer weiteren Ebene als Austauschplattform speziell zwischen innovationsinteressierten Wirtschaftsunternehmen und wissensorientierten Einrichtungen empfohlen. Auf dieser Kooperationsebene können viele kleinere Initiativen in Form von Arbeitsgruppen entstehen, die sich themenspezifisch zusammenfinden. Die Spitze der Pyramide bildet dann die Projektebene. Diese besteht aus Forschungs- und Entwicklungsprojekten zwischen einzelnen Unternehmen beziehungsweise Unternehmen und Forschungsinstituten von Hochschulen oder anderen Institutionen, die sowohl aus der Kooperationsebene als auch aus der Netzwerkebene hervorgegangen sein können.

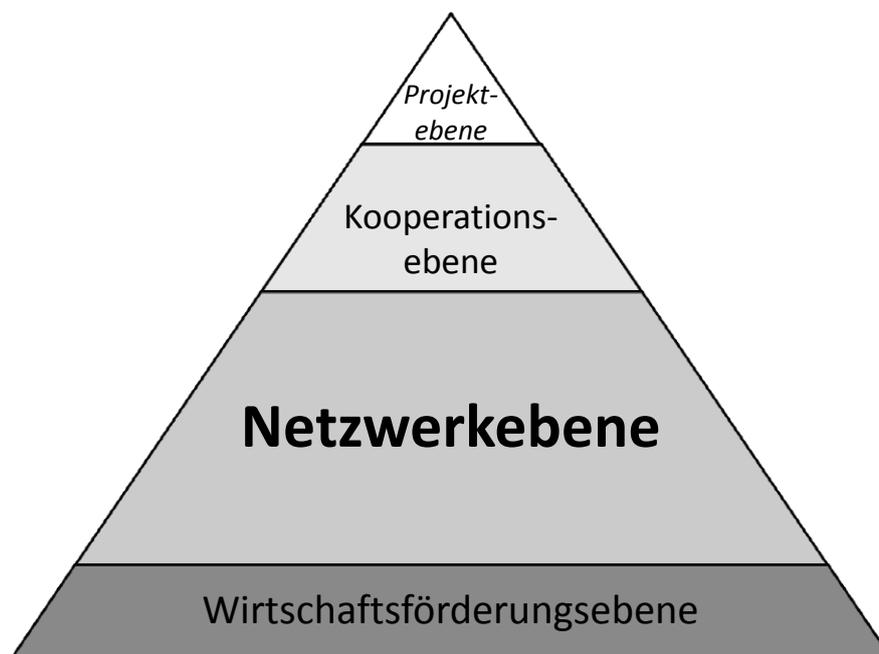


Abb. 47: Struktur des Branchennetzwerkes.
Quelle: eigene Darstellung

6.2.4 Handlungsfelder und Förderangebote

Die Übernahme des Netzwerkmanagements ist die Hauptfunktion der Geschäftsstelle. Sie ist die Schnittstelle der Zusammenarbeit, plant Netzwerkaktivitäten, kümmert sich um die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit und ist Ansprechpartner für Anfragen an das Netzwerk und seine Mitglieder. Wie bereits mehrfach diskutiert wurde, eignet sich eine unabhängige Einrichtung für die Besetzung der Koordinierungsfunktion der verschiedenen Interessen am ehesten. Diese kann beispielsweise durch eine bestehende wirtschaftsfördernde Einrichtung oder auch eine neu geschaffene Institution repräsentiert werden, sollte aber in jedem Fall sowohl von Politik und öffentlicher Verwaltung als auch von den Unternehmen selbst und den weiteren potentiellen Mitgliedern akzeptiert sowie legitimiert werden. Für den Erfolg der Netzwerkes sind ist ein qualifiziertes und professionelles Netzwerkmanagement unabdingbare Voraussetzung. Unter Beachtung der Empfehlung eines flexiblen Regelsystems, welches unterschiedliche Beteiligungsintensitäten und -tiefen der Unternehmen zulässt, muss das Netzwerkmanagement allerdings unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet werden. Daher ergeben sich für die unterschiedlichen Ebenen des Netzwerkes jeweils spezielle Aufgaben, die eine individuelle Entwicklung von bedarfsgerechten Serviceleistungen erforderlich machen.

Auf der Wirtschaftsförderungsebene empfiehlt es sich, ein Info-Office als Erstkontaktstelle einzurichten, welches sowohl in brancheneigenen als auch querschnittsorientierten Fragestellungen Auskunft geben kann, einzelbetriebliche Beratungen durchführt und den Kunden, sprich den Unternehmer, gegebenenfalls an weitere Förderinstitutionen vermittelt. Das Informationszentrum kann entweder von der Geschäftsstelle selbst oder von einer anderen Wirtschaftsförderungsinstitution betrieben werden, sollte sich aber nach außen hin explizit als zentrale Anlaufstelle für die zielgruppenspezifischen Unternehmen präsentieren. Im Gegensatz zu den darüber liegenden Ebenen ist es entscheidend, dass die Informations- und Beratungsleistungen zu Fördermöglichkeiten jedem Unternehmen egal, ob Netzwerkmitglied oder nicht zur Verfügung stehen. Daneben können auf dieser Ebene auch zielgruppenspezifische Veranstaltungen mit Informations- und Begegnungscharakter durchgeführt werden, um einerseits die Unternehmen in einem informelleren Rahmen zu erreichen und sich über deren Bedarfe auszutauschen und um andererseits bei den Teilnehmern für eine verstärkte Zusammenarbeit im Branchennetzwerk zu werben.

Die Netzwerkebene erfüllt den Hauptzweck der Netzwerkarbeit, weshalb ihr die größte Bedeutung beigemessen werden sollte. Angelehnt an die clusterbasierte Entwicklungsstrategie der Stadt Hamburg empfiehlt es sich, diese Ebene ausschließlich den Mitgliedern des Netzwerkes vorzubehalten. Den Schwerpunkt der Netzwerkarbeit bildet der Bereich Information und Kommunikation. Gegenüber der Wirtschaftsförderungsebene müssen den Akteuren im Netzwerk exklusiv erweiterte Service- und Förderleistungen geboten werden. Neben der Beratung und aktiven Unterstützung bei der Beantragung öffentlicher Fördergelder, betreffen diese Angebote vor allem die Stimulierung des branchenspezifischen Wissenstransfers und die Vernetzung der Akteure untereinander. Damit würde die Netzwerkebene auch den drei für die befragten Unternehmen wichtigsten Bedarfen begegnen: Fördermittelberatung, Vernetzungsangebote und Suche nach Kooperationspartnern. Getreu der Aussage „ein Netzwerk erhält seine Attraktivität durch Kontaktvermittlungen und Wissensvorsprünge“ (Interviewpartner 1) sind eine gut gepflegte

Datenbank und die Kommunikationspflege der Mitglieder untereinander für den nachhaltigen Erfolg des Netzwerkes entscheidend.

Die Vernetzung kann einerseits durch die direkte Kontaktvermittlung oder im Zusammenhang mit Austauschplattformen stattfinden. Bei ersterem ist es für das Netzwerkmanagement erforderlich genaueste Kenntnisse über die Mitgliedsunternehmen und -institutionen zu erlangen, um Auskunft über Unternehmen der regionalen Wertschöpfungsketten und Wettbewerber geben und gegebenenfalls gezielt Gespräche initiieren zu können. Die Schaffung von Vernetzungsgelegenheiten durch Veranstaltungen sollte es den Akteuren ermöglichen sich gegenseitig kennenzulernen, Erfahrungen auszutauschen, ihre Geschäftsfeldaktivitäten zu erweitern und gemeinsame Kooperationsprojekte anzustoßen. Den Informationsvorsprung über ökonomische und technologische Trends erlangt ein Netzwerk, indem es einerseits auch selbst im ständigen Austausch mit seinen Mitgliedern steht und andererseits in überregionale sowie internationale Wissensflüsse eingebunden ist.

Die Entwicklung von Internationalisierungsstrategien spielt auch für die Unterstützung einzelner Mitglieder bei der Gewinnung neuer Geschäftspartner und Erschließung neuer Märkte eine wichtige Rolle. Die bestehenden Clusterinitiativen fokussieren sich bisher überwiegend auf die Metropolregion Hamburg, was aus förderpolitischer Sicht nachvollziehbar ist. Doch gerade die Unternehmen der Maschinenbaubranche weisen eine außerordentlich hohe Außenorientierung auf, sodass einigen Akteuren der regionale Rahmen zu klein werden könnte. Die Entwicklungsstrategie des in Hamburg verankerten Netzwerkes sollte daher auch Verbindungen zu überregionalen, nationalen und internationalen Netzwerken vorsehen und seine Kooperationsbemühungen auch auf diese Aktionsräume ausrichten. Konkrete Maßnahmen können die Unterstützung bei der Kontakthanbahnung mit Wirtschaftsförderungen, die Organisation von Unternehmerreisen ins Ausland und der Empfang von Wirtschaftsdelegationen am eigenen Wirtschaftsstandort sein.

Die beschriebenen Aktivitäten hängen auch eng mit dem Bereich des Marketings zusammen. Für das Netzwerkmanagement gilt es sowohl Öffentlichkeitsarbeit innerhalb als auch außerhalb des Netzwerkes zu betreiben (vgl. Howaldt o.J.: 5). Intern müssen sich die Mitglieder mit dem Netzwerk identifizieren können, weshalb die eingesetzten Instrumente speziell die Zielgruppe ansprechen müssen. Beispiele sind regelmäßig erscheinende Newsletter, aussagekräftige Informationsmaterialien, themenspezifische Veranstaltungen und Unternehmensbesuche sowie die Organisation von Messebeteiligungen. Gleichzeitig muss das Netzwerk durch die Bildung eines klaren Profils aber auch Außenwirkung erzielen (vgl. Meier zu Köcker, Buhl 2008: 41). Die Vertretung und Präsentation der Interessen, die politische Einflussnahme durch Lobbying und die Verortung der regionalen Wirtschaftsstruktur durch Standortmarketing stellen wichtige Tätigkeitsfelder dar.

Die Einbindung von Bildungs- und Forschungseinrichtungen auf der Netzwerkebene sollte ebenfalls zu den Bemühungen des Netzwerkmanagements gehören. Der Bereich Aus- und Weiterbildung gehörte bei den Unternehmen der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Befragung zu den fünf wichtigsten Förderbedarfen. Aufgabe der Geschäftsstelle ist die genaue Beobachtung und Analyse des Ausbildungsmarktes sowie die aktive Unterstützung von Unternehmen bei der Konzeptionierung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Aufgrund der in diesem Bereich ausgeprägten Kompetenzen der Handelskammer Hamburg würde sich eine enge Zusammenarbeit anbieten. Von

Seiten des Netzwerkes könnten zudem Workshops, themenspezifische Seminare und Schulungen angeboten werden. Im Zusammenhang mit der Rekrutierung von wissenschaftlichem Nachwuchs und Fachkräften nimmt das Standortmarketing eine besondere Rolle ein. Dabei kann wiederum auf die Erfahrungen der bestehenden Initiativen zurückgegriffen werden. Eine beliebte Strategie ist es, direkt in den entsprechenden Instituten der verschiedenen Hochschulen für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Hamburg zu werben (Aussage Interviewpartner 2). Für ein Maschinenbaunetzwerk könnte sich hier eine Zusammenarbeit mit den anderen technologiebasierten Clusterinitiativen, wie Hamburg Aviation oder Maritimes Cluster Norddeutschland, als sinnvoll erweisen. In diesem Zusammenhang sollten auch die vorhandenen auf den Maschinenbau fokussierten Forschungseinrichtungen hervorgehoben werden. In Anlehnung an die von der Clusterinitiative Erneuerbare Energien entwickelte Forschungsstrategie, könnte ein ähnliches Konzept auch die Forschungsschwerpunkte und Potentiale der Hamburger Hochschulen sowohl für den wissenschaftlichen Nachwuchs als auch für die Unternehmer sichtbar machen und somit zum Standortmarketing für den Maschinenbau beitragen.

Noch bedeutungsvoller ist die intensive Zusammenarbeit und aktive Einbindung von wissensbasierten Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen aber insbesondere auf der Kooperationsebene. Aus der Netzwerkebene mit ihren vielseitigen Informations- und Austauschgelegenheiten sowie Möglichkeiten zur Durchführung von branchenspezifischen Aktivitäten, sollen sich auf der Kooperationsebene thematische Arbeitsgruppen bilden. Das Netzwerkmanagement hat dabei die Aufgabe mögliche Anregungen von Netzwerkteilnehmern aufzugreifen und durch die Ermittlung von Bedarfen solche themengebundenen Unternetzwerke zu initiieren. Wenn sich unter den Mitgliedern ausreichend engagierte Teilnehmer für eine thematische Zusammenarbeit finden, die sich zudem weitestgehend selbständig organisieren, müssen die Arbeitsgruppen nicht zwangsläufig technologieorientiert sein. Dennoch herrscht aufgrund der Häufung fachlicher Kompetenzen in der Regel eine große Innovationskultur und Entwicklungsbereitschaft unter den Mitgliedern, sodass sich die Aktivitäten des Netzwerkmanagement auf die Erzeugung einer innovationsfreundlichen Atmosphäre, die Bereitstellung einer branchenspezifischen Infrastruktur und das Zusammenbringen von kooperationsgeneigten Unternehmen sowie gegebenenfalls interessierten Forschungseinrichtungen von Hochschulen und anderen Instituten fokussieren sollten. Unter Beachtung der Innovationspotentiale der einzelnen Branchen wäre jedoch eine zielgruppenspezifische Konzentration auf die Unternehmen der Maschinenbau- und Elektroindustrie zu empfehlen. Für den Prozess der Vertrauensbildung ist es zudem förderlich den Teilnehmerkreis solcher Arbeitsgruppen, insbesondere bei Technologieprojekten, überschaubar zu halten und die Aufnahme weiterer Akteure nur bei Bedarf in Erwägung zu ziehen. Zusätzliche Serviceangebote des Netzwerkmanagements sollten in der Administration, Organisation und Unterstützung bei der Bewerbung der Projekte liegen. Um die Kommunikation zwischen den Akteuren optimal zu fördern und diese nicht durch Bedenken opportunistisch handelnder Projektpartner zu stören, sollten die Teilnehmer in den Arbeitsgruppen Kooperationsvereinbarungen mit Vertraulichkeitserklärungen unterschreiben müssen. Sie dienen der gegenseitigen Absicherung und unterstützen den freien Austausch über technische Problemlösungen und andere Diskussionsinhalte.

Die Erfahrung zeigt, dass sich für konkrete Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten meist nur einzelne innovationsbereite Unternehmen und gegebenenfalls ein Institut einer Hochschule finden,

weil die einzelnen Projekte thematisch sehr spezifisch sein können (Aussage Interviewpartner 6). Das Netzwerk selbst hat nur eine unterstützende und moderierende Funktion, weshalb es auch nie direkt in ein einzelnes Kooperationsprojekt eingebunden sein sollte. Dennoch kann das Netzwerkmanagement auf Projektebene eine innovationsfördernde Funktion übernehmen. Da insbesondere den kleinen und mittleren Unternehmen oftmals keine eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen (vgl. Kapitel 5.2.1), Labore oder Versuchsanlagen zur Verfügung stehen und die notwendigen finanziellen Ressourcen für langfristige Innovationsaktivitäten fehlen (vgl. Läßle, Endres, Bukold 1990: 169), bedürfen diese Unterstützung bei den Zugangsmöglichkeiten zu branchenspezifischer Infrastruktur und der Beschaffung von Fördermitteln. Auch Beratungen bei der Prozessgestaltung sowie Hilfestellungen bei der vertraglichen Ausgestaltung von Kooperationen stellen konkrete Förderleistungen dar.

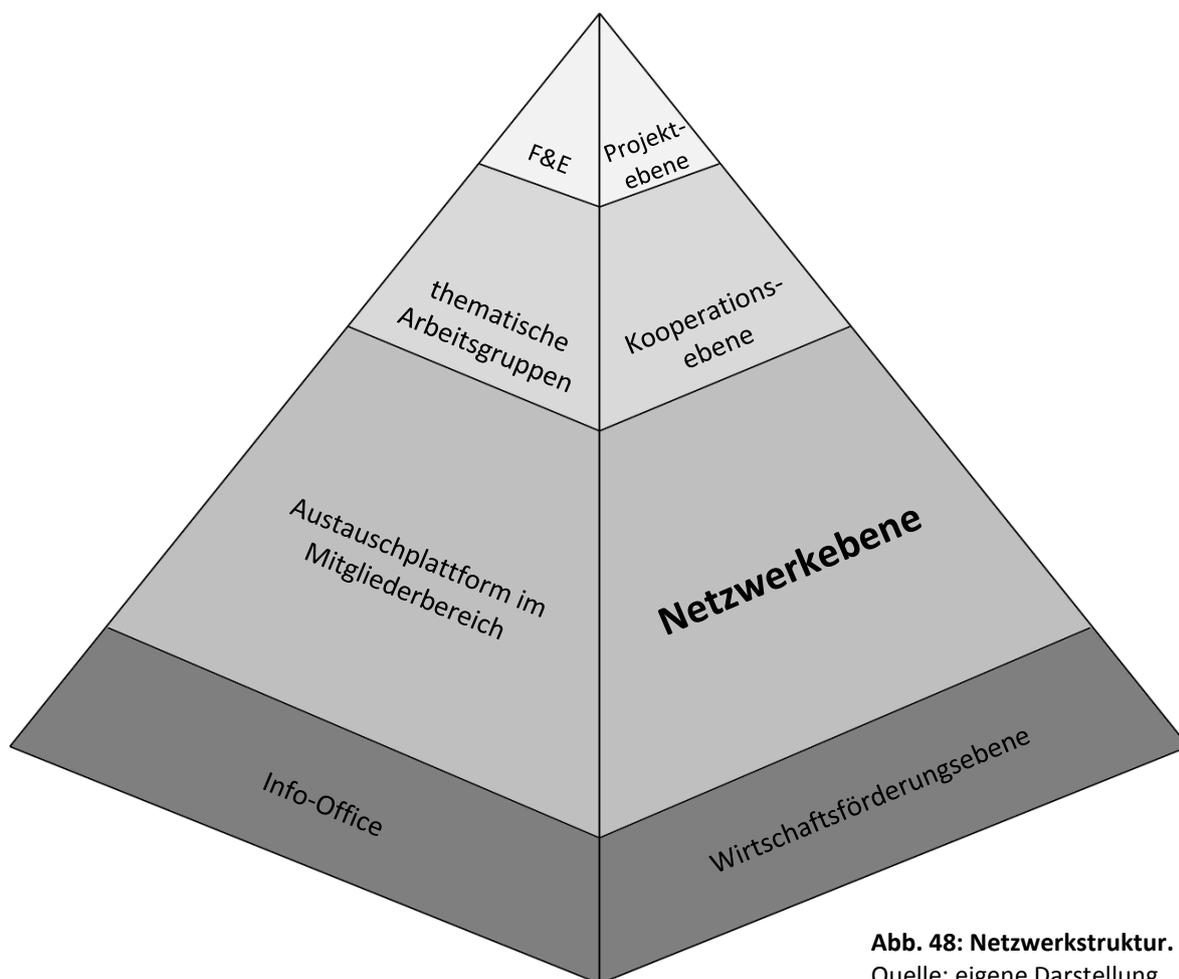


Abb. 48: Netzwerkstruktur.
Quelle: eigene Darstellung

Auf allen Ebenen des Netzwerkes gilt eine gut funktionierende und direkte Kommunikation der Akteure als wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Netzwerkarbeit. Für die interne Kommunikation ist der persönliche Kontakt zu und zwischen den Mitgliedern von entscheidender Wichtigkeit, um Erfahrungen und Erwartungen auszutauschen sowie Kooperationen zu ermöglichen und somit den ermittelten Bedarfen der Unternehmen gerecht zu werden. Aber auch die positive Kommunikation nach außen ist für die Reputation des Netzwerkes und der Region als Standort bedeutend, um weitere Akteure zu gewinnen. Des Weiteren muss es in der Lage sein, auf

Entwicklungen innerhalb der Branche(n) adäquat reagieren zu können, indem auch die thematische Orientierung des Netzwerkes entsprechend flexibel erweitert oder verändert werden kann (vgl. Meier zu Köcker, Buhl 2008: 87). Durch stetige Veränderungen der wirtschaftlichen und technologischen Rahmenbedingungen sowie wechselnde oder sich erweiternde Akteurskonstellationen wandelt sich auch die Struktur und Performance des Netzwerkes (vgl. ebd.: 74). Um jedoch zu verhindern, dass die thematische Ausrichtung beliebig wird, gilt es vor einer Neuausrichtung der Netzwerkarbeit abzuwägen, ob dies in Abhängigkeit sich wandelnder Begebenheiten und grundlegenden Rahmenbedingungen geschieht und die Anpassung den Bedürfnissen der Netzwerkmitglieder gerecht wird.

Bevor jedoch solche Anpassungsleistungen vorgenommen werden, müssen die Ziele und Aufgaben reflektiert, die Strukturen und Prozesse analysiert sowie die durchgeführten Maßnahmen evaluiert werden, um einerseits Erfolge der Netzwerkarbeit zu bestätigen, aber andererseits auch Verbesserungspotentiale zu identifizieren. Besonders nachhaltig sind Evaluierungen, „wenn sie Lernprozesse bewirken und dazu beitragen, das Netzwerkmanagement effizienter zu gestalten.“ (ebd.: 78). Das setzt allerdings voraus, dass die Akteure auch Willens sind aus den Ergebnissen zu lernen. Grundsätzlich wirken transparente Strukturen und Rückkopplungen bei der Bewertung von Methoden und Prozessen oder abgeschlossenen Projekten des Netzwerkes vertrauensbildend und erhöhen die Motivation der Akteure und das Entwickeln von neuen Lösungswegen (vgl. ebd.: 81). Gleichzeitig können die Ergebnisse auch öffentlichkeitswirksam genutzt werden, indem Erfolge aus der Zusammenarbeit präsentiert, Fortschritte dokumentiert und neue Projekte generiert werden. In jedem Fall aber müssen aus der Evaluierung der Netzwerkarbeit heraus Möglichkeiten geschaffen werden sich veränderten Situationen und Entwicklungsprozessen anzupassen.

7. Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, herauszufinden, welche Förderbedarfe bei Unternehmen einer gleicher oder ähnlicher Branche ohne bisherige Unterstützung durch eine Clusterinitiative der Freien und Hansestadt Hamburg bestehen und ob sich durch eine Ausweitung der netzwerkpolitischen Förderstrategie durch die Wirtschaftsförderung gesamtwirtschaftliche Vorteile erzielen lassen würden. Da eine solche Untersuchung im Rahmen einer Masterthesis bedingt durch den zeitlichen und finanziellen Aufwand nur exemplarisch erfolgen kann, wurden zu diesem Zweck zunächst in Anpassung an gängige methodische Vorgehensweisen Branchenschwerpunkte in der Hansestadt Hamburg ermittelt, von denen drei miteinander im ökonomischen Zusammenhang stehende Wirtschaftszweige für die weitere Untersuchung bestimmt wurden. Weil zahlenmäßig eine der größten und wirtschaftlich bedeutendsten Branchen, lag der Fokus auf dem Maschinenbau. Aufgrund der engen wirtschaftlichen Verzahnung entlang der Wertschöpfungskette wurden zudem Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie einbezogen.

Mit Unterstützung der Handelskammer Hamburg und der HWF – Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung wurde eine Befragung unter mehr als 1.400 Unternehmen durchgeführt, in der die individuellen Förderbedarfe, die bestehenden Verflechtungen und das grundsätzliche Interesse an Vernetzung sowie innovationsorientierten Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten erhoben wurden. Dabei ergab sich, dass es in allen drei Branchen vor allem Förderbedarfe in Bezug auf die Beratung und Akquise von finanziellen Fördermöglichkeiten, Schaffung von Vernetzungsangeboten und Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern sowie hinsichtlich der Stärkung von Aus- und Weiterbildungsangebote zu befriedigen gilt.

Was die querschnittsorientierten Bedarfe betrifft, so konnte anhand der Darstellung und eingehenden Begutachtung vorhandener Wirtschaftsförderungsinstitutionen gezeigt werden, dass bereits vielfältige und umfangreiche Fördermöglichkeiten in Hamburg bestehen. Allerdings herrscht bei den befragten Unternehmen oftmals Unwissenheit über die angebotenen Service- und Förderleistungen, sodass den wirtschaftsfördernden Einrichtungen empfohlen wird, mehr öffentlichkeitswirksames Marketing zu betreiben und aktiv auf die Unternehmen zuzugehen. Dies kann individuell erfolgen, sollte aber in Bezug auf eine kundenorientierte Wirtschaftsförderung aufeinander abgestimmt oder sogar in kooperativer Zusammenarbeit der einzelnen Wirtschaftsförderungseinrichtungen geschehen.

Hinsichtlich der branchenspezifischen Bedarfe der Maschinenbau-, Elektro- und Metallindustrie konnte festgestellt werden, dass diesen bisher nur bedingt und wenn überhaupt, nur in Ansätzen begegnet wird. Zwar konnte durch die Befragung ermittelt werden, dass die Unternehmen durchaus an Vernetzungsangeboten und einer gemeinsamen Netzwerkarbeit interessiert sind, die bestehenden netzwerkfördernden Initiativen und Einrichtungen aber entweder zu einseitig auf die Förderung von Innovationstätigkeiten ausgerichtet sind, keine ausreichende Attraktivität in ihren Angeboten und Entwicklungsperspektiven besitzen oder sich ganz gegen außenstehende Unternehmen verschließen und somit keine Zugänglichkeit bieten. Die Hauptmotive der befragten Unternehmen für einen möglichen Beitritt zu einem Netzwerk lagen in der Gewinnung neuer Geschäftspartner, Erschließung neuer Märkte und der Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch. Die

Förderbereiche Informationsvermittlung sowie Forschung und Entwicklung waren bei den Unternehmen nicht priorisiert, aber dennoch von Bedeutung.

Insgesamt ließ sich feststellen, dass die Unternehmen sehr wohl an Vernetzung und zum Teil auch an einer innovationsorientierten Wirtschaftsförderung interessiert sind, wobei Innovationen vielfältige Ausprägungen haben können. Auch Netzwerke, deren Hauptzweck nicht in der Forschung und Entwicklung von Produkten und Prozessen besteht, können erfolgreich Innovationen aus der gemeinsamen Nutzung und Erschließung von Ressourcen hervorbringen. Wenngleich ein Netzwerk zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und der gesamten Region in derartig technologiebasierten Branchen, wie dem Maschinenbau und der Elektroindustrie, auch Fördermöglichkeiten zur Schaffung neuer Ressourcen bereithalten sollte. Dies zum einen um die generelle Innovationsfähigkeit und -bereitschaft bei den Unternehmen zu erhöhen und zum anderen, um die an Forschung und Entwicklung interessierten Unternehmen optimal unterstützen zu können. Hierfür eignet sich die Struktur eines Mehr-Ebenen-Netzwerkes welches sowohl allgemeine Wirtschaftsförderungsangebote, Kontakt- und Austauschmöglichkeiten ermöglicht als auch kooperative Zusammenarbeiten sowie innovationsorientierte Projekte unterstützt.

Insbesondere öffentliche Akteure leisten durch ihre Neutralität einen bedeutenden Beitrag zur Initiierung von Netzwerken, der finanziellen und organisatorischen Förderung von Kooperationen sowie innovationsorientierten Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Als vornehmlich objektive Vermittler können sie dabei helfen Vertrauen unter den Netzwerkteilnehmern aufzubauen, Transaktionskosten zu reduzieren und Risiken von Kooperationen zu vermindern. Ob das Angebot letztlich angenommen wird, hängt von den einzelnen Unternehmen selbst ab. Daher sind in diesem Zusammenhang eine umfassende Informationspolitik, stetige Überzeugungsarbeit und die Einbindung der potentiellen Akteure in die Entwicklungs- und Handlungsprozesse des Netzwerkes von besonderer Wichtigkeit.

Aus den Ergebnissen der Unternehmensumfrage und den Recherchen zum clusterpolitischen Förderansatz der Freien und Hansestadt lässt sich schließen, dass es durchaus ein Potential für die Ausweitung der netzwerkbasierter Entwicklungsstrategien auf weitere Branchen in Hamburg gibt. Dabei wäre es für die Verantwortlichen empfehlenswert, sich nicht nur die wirtschaftlich traditionell starken Wirtschaftszweige und vermeintlichen Zukunftsfelder zu fokussieren, sondern auch andere Branchen mit hohem Innovationspotential in die Förderung einzubeziehen. Insbesondere der Maschinenbau bietet mit seiner Vielfältigkeit, den diversen Verflechtungen in branchenfremde Wertschöpfungsketten und der gut ausgebauten Infrastruktur mit Forschungseinrichtungen in der Stadt hervorragende Anknüpfungspunkte für eine Netzwerkförderung.

Gleichermaßen muss allerdings auch die Aussagekraft der Umfrageergebnisse eingeschränkt werden, da diese nur einen Rücklauf von knapp fünf Prozent der befragten Unternehmen repräsentieren und somit nur eine Stichprobe der jeweiligen Branchen in Hamburg darstellen. Auch wenn, die Antworten verdeutlichen, dass es gemeinsame Bedarfe der Unternehmen zur Stärkung der Branchenschwerpunktes gibt und es gelungen ist, Handlungsempfehlungen abzuleiten, könnten die Ergebnisse möglicherweise nur einem Ausschnitt der Meinungen entsprechen. Allerdings dienen sie durchaus als Grundlage und lohnenswerter Ansatz für umfassendere Untersuchungen. Konkret müssten weitere Gespräche mit Vertretern von Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie mit

Verantwortlichen der Politik und Verwaltung geführt werden, um zu genaueren Einschätzungen des Förderpotentials und den Möglichkeiten in der Ausgestaltung potentieller Netzwerkangebote zu kommen. Außerdem sollten Standort- und Strukturanalysen sowie weitere Befragungen unter den Unternehmen erfolgen, um die Wertschöpfungsketten detaillierter zu erfassen und die Bedarfe der Wirtschaftsunternehmen in der gesamten Metropolregion Hamburg zu ermitteln.

Da das Ausmaß einer solchen Studie den Umfang einer Masterthesis überschritten hätte, konzentrierte sich die Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit auf die Bestimmung von Wirtschaftsschwerpunkten in der Freien und Hansestadt Hamburg sowie die Ermittlung von Förderbedarfen, Prüfung von Möglichkeiten zur Initiierung von Netzwerken und die Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für die Akteure der Wirtschaftsförderung in einem ausgewählten Branchenschwerpunkt. Dass Netzwerke über alle Branchen hinweg eine bedeutende Organisationsform von Unternehmen darstellen, ist zwar vorstellbar, aber weiterhin nicht bewiesen, sodass auch in diesen Fällen weitere individuelle Studien angebracht sind.

Für die Maschinenbaubranche und die ihr zugeordneten Wirtschaftszweige einschließlich der Metall- und Elektroindustrie jedoch konnte ein Potential für eine intensivierete Zusammenarbeit in Netzwerken zur Stärkung des Branchenschwerpunktes und Förderung der Innovationsaktivitäten in den Unternehmen festgestellt werden, sodass weitere Bemühungen zur Initiierung eines Netzwerkes im ausgewählten Branchenschwerpunkt lohnenswert erscheinen.

8. Quellenverzeichnis

8.1 Literatur

AEUV (Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union), Art. 107: Staatliche Beihilfen.

Alecke, Björn; Untiedt, Gerhard (2006a): Möglichkeiten und Grenzen der Förderung von Clustern – einige kritische Überlegungen am Beispiel der Investitionsförderung. In: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 9, S. 515 - 523

Alecke, Björn; Untiedt, Gerhard (2006b): Die geografische Konzentration von Industrie und Dienstleistungen in Deutschland: Neue empirische Evidenz mittels des Ellison-Glaeser-Index. <<http://www.gefra-muenster.org/downloads/doc/GEFRA-WP-2006-2.pdf>>, Zugriff am 18.09.2013

Andersson, Thomas; Schwaag Serger, Sylvia; Sörvik, Jens; Hansson, Emily W. (2004): The Cluster Policies Whitebook. <http://www.hse.ru/data/2012/08/08/1256387033/The_Cluster_Policies_Whitebook_-_IKED.pdf>, Zugriff am 09.09.2013

Andreß, Hans-Jürgen (2001): Kreuztabelle. <<http://eswf.uni-koeln.de/glossar/node90.html>>, Zugriff am 28.10.2013

Asheim, Björn; Isaksen, Arne (2002): Regional Innovation Systems: The Integration of local „Sticky“ and „Ubiquitous“ Knowledge. In: The Journal of Technology Transfer, Jg. 27, Heft 1, S. 77 - 86

Barjak, Frank (2004): Analyse der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Branchenclustern in der Schweiz – State of the Art. Olten, Solothurn.

Bathelt, Harald (2002): The Re-emergence of a Media Industry Cluster in Leipzig. In: European Planning Studies, Jg. 10, Heft 5, S. 583 - 611

Bathelt, Harald; Glückler, Johannes (2002): Wirtschaftsgeographie in relationaler Perspektive: Das Argument der zweiten Transition. In: Geographische Zeitschrift, Jg. 90, Heft 1, S. 20 - 39

Bathelt, Harald; Glückler, Johannes (2003): Wirtschaftsgeographie – Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. 2. korrigierte Auflage, Ulmer, Stuttgart.

Bathelt, Harald; Malmberg, Anders; Maskell, Peter (2004): Clusters and knowledge: Local buzz, global pipelines ant the process of knowledge creation. In: Progress in Human Geography, Jg. 28, Heft 1, S. 31 - 56

Baumgart, Sabine (2001): Gewerbehöfe in der Stadt zwischen privaten Entwicklungsträgern und kommunaler Quartiersentwicklung. Dissertation am Städtebau-Institut der Universität Stuttgart.

Beckord, Claas (2006): Förderung und Entwicklung von Clustern als Strategie der Wirtschaftsförderung in Sachsen – Vorschläge zur Umsetzung eines integrativen Clustermanagements. Dissertation, Technische Universität Chemnitz, Philosophische Fakultät.

Belzer, Volker; Hilbert, Josef (1994): Der steinige Weg zum virtuellen Unternehmen – Empirische Befunde zu überbetrieblichen Kooperationsbeziehungen in Nordrhein-Westfalen. In: Krumbein, Wolfgang: Ökonomische und politische Netzwerke in der Region – Beiträge aus der internationalen Debatte. LIT, Münster, Hamburg.

Berthold, Norbert; Rieger, Jörg (2010): Politische und unternehmerische Clusteraktivitäten im Maschinen- und Anlagenbau.

<http://www.vwl.uni-wuerzburg.de/fileadmin/12010400/diskussionsbeitraege/DP_109.pdf>, Zugriff am 25.04.2013

Bezirksamt Bergedorf (Hrsg.) (2013): Maschinenbau.

<<http://www.bergedorf.de/maschinenbau0.html>>, Zugriff am 12.10.2013

Bibliographisches Institut GmbH (Hrsg.) (2013): Wirtschaftsförderung.

<<http://www.duden.de/rechtschreibung/Wirtschaftsfoerderung>>, Zugriff am 27.09.2013

Boddin, Philip; Brenner, Thomas (2010): Branchenstruktur und Clusterbildung in Hessen.

<<http://www.uni-marburg.de/fb19/forschung/zeitschriften/geofocus/geofocus2.pdf>>, Zugriff am 18.03.2013

Bolig, Thomas (o.J.): Fragebogen erstellen – Anleitung, Tipps, Tricks, Tools – Umfrage erstellen.

<<http://www.fragebogen-erstellen.com/>>, Zugriff am 26.09.2013

Boschma, Ron A. (2004): Does geographical proximity favour innovation?

<<http://www.u-picardie.fr/CRIIESEA/Revue%20Economie%20et%20Institutions/fichiers/art33.pdf>>, Zugriff am 03.09.2013

Bradley, Helen (2013): Pivot-Tabellen in Excel erstellen.

<<http://www.pcwelt.de/ratgeber/Excel-Tipps-So-geht-s-Pivot-Tabellen-in-Excel-erstellen-6493436.html>>, Zugriff am 28.10.2013

Braun, Boris; Schulz, Christian (2012): Wirtschaftsgeographie. Ulmer, Stuttgart.

Brenner, Thomas (2006): Identification of Local Industrial Clusters in Germany. In: Regional Studies, Jg. 40, Heft 9, S. 991-1004.

Brenner, Thomas; Fornahl, Dirk (o.J.): Politische Möglichkeiten und Maßnahmen zur Erzeugung lokaler branchenspezifischer Cluster.

<http://www.unternehmen-region.de/_media/InnoRegio_Regionalsspezifische_Cluster.pdf>, Zugriff am 17.09.2013

Bröcker, Johannes; Fritsch, Michael (2012): Ökonomische Geographie. Vahlen, München.

Bruch-Krumbein, Waltraud; Hochmuth, Elke (2000): Cluster und Clusterpolitik. Begriffliche Grundlagen und empirische Fallbeispiele aus Ostdeutschland. Schüren, Marburg.

Crevoisier, Olivier (2001): Der Ansatz des Kreativen Milieus – Bestandsaufnahme und Forschungsperspektiven am Beispiel urbaner Milieus. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Jg. 45 Heft 3-4, S. 246 - 256

Department of Trade and Industry (Hrsg.) (2003): A Practical Guide to Cluster Development. A report to the Department of Trade and Industry and the English RDAs.
<<http://www.dti.gov.uk/files/file14008.pdf>>, Zugriff am 22.05.2013

Eckey, Hans-Friedrich (2006): Regionalökonomie. Skript, Kassel.
<<http://www.brainworker.ch/kulturtechnik/Skript.pdf>>, Zugriff am 22.07.2013

Eckey, Hans-Friedrich (2009): Grundlagen der Regionalökonomie. Skript 1, Kassel.
<http://cms.uni-kassel.de/unicms/fileadmin/groups/w_030502/Lehre/WS09/Skript1.pdf>, Zugriff am 22.07.2013

ECO, EUROPEAN CLUSTER OBSERVATORY (Hrsg.) (2006): Evaluation of regional cluster strength: 3-star clusters.
<<http://www.clusterobservatory.eu/index.html#!view=documents;mode=all;sort=name;uid=;id=>>,
Zugriff am 21.09.2013

Enright, Michael J. (2003): Regional Clusters: What we know and what we should know. In: Bröcker, Johannes; Dohse, Dirk; Soltwedel, Rüdiger: Innovation Clusters and Interregional Competition. Springer, Berlin, S. 99 – 129

Europäische Kommission (Hrsg.) (2002): Final Report of the Expert Group on Enterprise Clusters and Networks.
<[https://www.bth.se/tks/ctup.nsf/\(WebFiles\)/728464CC5D72546BC1256F4A00590E1B/\\$FILE/EuropeanClusters%20eu.pdf](https://www.bth.se/tks/ctup.nsf/(WebFiles)/728464CC5D72546BC1256F4A00590E1B/$FILE/EuropeanClusters%20eu.pdf)>, Zugriff am 26.08.2013

Feser, Edward J.; Luger, Michael, L. (2003): Cluster analysis as a mode of inquiry: Its use in science and technology policymaking in North Carolina. In: European Planning Studies, Jg. 11, Heft 1, S. 11 - 24

FHH (Hrsg.) (2002): Hamburger Mittelstand.
<<http://www.hk24.de/linkableblob/hhikh24/standortpolitik/mittelstandspolitik/367866/.2./data/Mi polBWAHKHWK1-data.pdf;jsessionid=7D088714F8DC6084350BC7A27394B04B.repl2>>, Zugriff am 06.10.2013

FHH (Hrsg.) (2007): Operationelles Programm der Freien und Hansestadt Hamburg für das Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ (EFRE) in der Förderperiode 2007-2013.
<<http://www.hamburg.de/contentblob/3117828/data/efre-op-2007-2013.pdf>>, Zugriff am 30.10.2013

FHH (Hrsg.) (2010): Clusterpolitische Gesamtstrategie für Hamburg.
<<http://www.hamburg.de/pressearchiv-fhh/2227894/2010-04-27-bwa-clusterpolitik.html>>, Zugriff am 12.02.2013

FHH (Hrsg.) (2011): Clusterpolitik in Hamburg – Gemeinsam an die Spitze.
<<http://www.hamburg.de/contentblob/3222364/data/clusterpolitik-de.pdf>>, Zugriff am 12.02.2013

FHH (Hrsg.) (2012): Hamburg Handbuch 2012/2013

Floeting, Holger (2008): Darf's ein bisschen mehr sein? Clusterstrategien und kommunale Wirtschaftsförderung. In: Real Corp Tagungsband, 2008, Wien, S. 227 - 233

Frankenfeld, Peter (2001): Schafft regionale Wirtschaftspolitik tatsächlich Arbeitsplätze? Sinn und Unsinn der Messung von Beschäftigungseffekten.
<<http://www.alt.degeval.de/calimero/tools/proxy.php?id=62>>, Zugriff am 09.09.2013

Fritsch, Michael (2004): Von der innovationsorientierten Regionalförderung zur regionalisierten Innovationspolitik. In: Fritsch, Michael: Marktdynamik und Innovation. Gedächtnisschrift für Hans-Jürgen Ewers. Duncker & Humblot GmbH, Berlin.

Fromhold-Eisebith, Martina (1999): Das "kreative Milieu" – nur theoretisches Konzept oder Instrument der Regionalentwicklung? In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 2, Heft 3, S. 168 - 175

Fromhold-Eisebith, Martina (2001): Technologieregionen in Asiens Newly Industrialized Countries. Strukturen und Beziehungssysteme am Beispiel von Bangalore, Indien und Bandung, Indonesien. LIT, Münster.

Fromhold-Eisebith, Martina; Eisebith, Günther (2004): How to institutionalize innovative clusters? Comparing explicit top-down and implicit bottom-up approaches.
<http://www.diw.de/documents/dokumentenarchiv/17/41798/fromhold_eisebith.pdf>, Zugriff am 23.05.2013

Gabler Wirtschaftslexikon, Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (o.J.a): Relationale Wirtschaftsgeographie.
<<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/relationale-wirtschaftsgeografie.html>>, Zugriff am 22.07.2013

Gabler Wirtschaftslexikon, Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (o.J.b): Kleingewerbetreibender.
<<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/10571/kleingewerbetreibender-v10.html>>, Zugriff am 23.09.2013

Gabler Wirtschaftslexikon, Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (o.J.c), Springer Gabler Verlag (Hrsg.): Wirtschaftsförderung.
<<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54820/wirtschaftsfoerderung-v7.html>>, Zugriff am 27.09.2013

Gabler Wirtschaftslexikon, Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (o.J.d), Springer Gabler Verlag (Hrsg.): Kommunale Wirtschaftsförderung.
<<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/71538/kommunale-wirtschaftsfoerderung-v6.html>>, Zugriff am 27.09.2013

Gabler Wirtschaftslexikon, Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (o.J.e): Start-Up-Unternehmen.
<<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/427/start-up-unternehmen-v7.html>>, Zugriff am 24.10.2013

Genesis, Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2013): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe: Bundesländer, Jahre, Wirtschaftszweige (WZ2008 2-Steller).
<https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=606A5F50766CBBC1639DFEB6CF287879.tomcat_GO_2_1?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1383245258762&auswahloperati>

on=abrufabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=wert
eabruf&selectionname=42271-0011&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf>, Zugriff am 26.10.2013

Genosko, Joachim (1999): Netzwerke in der Regionalpolitik. Schüren, Marburg.

GG, Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art. 28.

Grabher, Gernot (1993): The Weakness of Strong Ties: The Lock-in of Regional Development in the Ruhr Area. In: Grabher, Gernot: The embedded firm: on socioeconomics of industrial networks. Routledge, London, S. 255 - 278

Grammel, Ralf; Dispan, Jürgen; Stieler, Sylvia (2000): Automobil-Clusterreport 2000: E-business or no Business? Aktuelle Herausforderungen für KFZ-Zulieferer in der Region Stuttgart. <<http://www.region-stuttgart.igm.de/news/meldung.html?id=9074>>, Zugriff am 22.05.2013

Granovetter, Mark (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. In: The American Journal of Sociology. Jg. 91, Heft 3, S. 481 - 510

Haas, Hans-Dieter; Neumair, Simon-Martin (2008): Wirtschaftsgeographie. 2. Auflage, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.a): Clusterpolitik der Freien und Hansestadt Hamburg. <<http://www.hamburg.de/wirtschaft/clusterpolitik>>, Zugriff am 12.02.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.b): Masterplan Industrie. <<http://www.hamburg.de/contentblob/31736/data/masterplan-industrie.pdf>>, Zugriff am 23.09.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.c): Wirtschaftsförderung – Verbesserte Standortbedingungen für Hamburg. <<http://www.hamburg.de/bwvi/wirtschaftsfoerderung/>>, Zugriff am 29.09.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.d): Clusterpolitik der Freien und Hansestadt Hamburg. <<http://www.hamburg.de/wirtschaft/clusterpolitik>>, Zugriff am 12.02.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.e): Bezirk Altona, Wirtschaftsförderung. <<http://www.hamburg.de/altona/wirtschaftsfoerderung/>>, Zugriff am 01.10.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.f): Norddeutsche Zusammenarbeit. <<http://www.hamburg.de/bwvi/norddeutsche-zusammenarbeit/>>, Zugriff am 03.10.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.g): Wissensnetz Nord. <<http://www.hamburg.de/behoerdenfinder/hamburg/11321485/>>, Zugriff am 03.10.2013

Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.h): Initiativkreis Maschinenbau und Technik. <<http://www.hamburg.de/bergedorf/wirtschaft-und-arbeit/77454/maschinenbau.html>>, Zugriff am 12.10.2013

Hamburg@work e.V. (Hrsg.) (o.J.): Wer ist Hamburg@work? <<http://www.hamburg-media.net/ueber-uns-initiative/>>, Zugriff am 12.02.2013

HAW, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hrsg.) (2013a): Zeitleiste – 100 Jahre Ingenieurausbildung in Hamburg.

<<http://www.haw-hamburg.de/ti-mp/unser-department/geschichte/zeitleiste.html>>, Zugriff am 24.10.2013

HAW, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hrsg.) (2013b):

Forschungsschwerpunkte der Fakultäten.

<<http://www.haw-hamburg.de/forschung/forschungsschwerpunkte/forschungsschwerpunkte.html>>, Zugriff am 26.10.2013

Heidenreich, Martin; Miljak, Verdana (2004): Die Erneuerung regionaler Fähigkeiten. Clusterpolitik in Leipzig und Nürnberg.

<http://www.uni-oldenburg.de/sozialstruktur/dokumente/clusterpolitik_leipzig_mittelfranken.pdf>, Zugriff am 08.07.2013

Hesse, Joachim J. (2011): Kommunalstrukturen in Niedersachsen.

HGB, Handelsgesetzbuch, § 2: Kannkaufmann.

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.a): Die richtige Standortwahl – mit Geoinformationen!

<http://www.hk24.de/standortpolitik/raum_region_stadt/ihk-musis/>, Zugriff am 23.09.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.b): Über uns.

<http://www.hk24.de/servicemarken/ueber_uns/;jsessionid=E08DF3289982D62DD485F57662262106.repl21>, Zugriff am 10.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.c): Was leistet die Handelskammer?

<http://www.hk24.de/servicemarken/ueber_uns/mitgliedschaft/380338/fordern_Sie_uns.html>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.d): Ehrenamt.

<http://www.hk24.de/servicemarken/ueber_uns/organisation/380550/ehrenamt.html>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.e): HIP Hamburg Innovations Parks.

<http://www.hk24.de/standortpolitik/raum_region_stadt/1645148/HIP_Hamburg_Innovations_Parks.html>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.f): Netzwerk Hamburger Mittelstand.

<http://www.hk24.de/unternehmensfoerderung_und_start/finanzierung_und_foerderung/mittelstandsfoerderung/370154/Netzwerk_Hamburger_Mittelstand.html>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.g): Netzwerk Hamburger Mittelstand - Flyer.

<http://www.hk24.de/linkableblob/hhik24/unternehmensfoerderung_und_start/anhaengsel/369822/.5./data/Netzwerk_Hamburger_Mittelstand_Flyer-data.pdf>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.h): Innovations Kontakt Stelle (IKS) Hamburg stellt vor.

<http://www.hk24.de/innovation/hochschulpolitik/Innovations_Kontakt_Stelle_Hamburg/>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.i): Innovations Kontakt Stelle (IKS) Hamburg – Flyer.
<http://www.hk24.de/linkableblob/hhikhk24/innovation/downloads/2383672/.5./data/IKS_Flyer-data.pdf>, Zugriff am 11.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.j): Erklärung Beitragsrechnung.
<http://www.hk24.de/servicemarken/ueber_uns/mitgliedschaft/Beitrag/2419790/Erklaerung_Beitraggsberechnung.html>, Zugriff am 26.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.k): Mittelstand – Definitionen.
<http://www.hk24.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/367862/mittelstand_definitionen.html>, Zugriff am 26.10.2013

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (2006): Eckpunkte für eine Industriepolitik in Hamburg.
Hamburg

HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (2011): HIP Hamburg Innovations Parks – Wie man sich mit einem Netz von Technologieparks als Standort für Hochtechnologie profiliert. Hamburg

Howaldt, Jürgen (o.J.): Unternehmensnetzwerke – Organisationsform der Zukunft.
<http://www.kompetenzzentrumnetzwerkmanagement.de/pdf/fachartikel/Organisationsform_der_Zukunft.pdf>, Zugriff am 11.02.2013

HSU, Helmut-Schmidt-Universität (Hrsg.) (2013): Forschungsschwerpunkte der Fakultät für Maschinenbau.
<http://www.hsu-hh.de/mb/index_pNOATKyKlpqJKlqd.html>, Zugriff am 26.10.2013

Hujer, Reinhard (o.J.): Foliensatz Input-Output-Rechnung, Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie.
<http://www.wiwi.uni-frankfurt.de/professoren/hujer/Lehre/QMVWL/teil_f.pdf>, Zugriff am 19.09.2013

HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (Hrsg.) (o.J.a): Was können wir für Sie tun?
<<http://www.hwf-hamburg.de/ueber-uns/2031176/willkommen.html>>, Zugriff am 07.10.2013

HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (Hrsg.) (o.J.b): Städtische Gewerbeimmobilien in Hamburg.
<<http://www.hwf-hamburg.de/staedtische-gewerbeimmobilien/>>, Zugriff am 07.10.2013

HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (Hrsg.) (o.J.c): Private Gewerbeimmobilien in Hamburg.
<<http://www.hwf-hamburg.de/private-gewerbeimmobilien/>>, Zugriff am 07.10.2013

HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (Hrsg.) (o.J.d): Unternehmen in Hamburg.
<<http://www.hwf-hamburg.de/service/2033212/unternehmen-in-hamburg.html>>, Zugriff am 07.10.2013

HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (Hrsg.) (o.J.e): Bester Service für Unternehmen – Wirtschaftsförderung in Hamburg. Broschüre.

HWf, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (Hrsg.) (o.J.f): Industrie allgemein. <<http://www.hwf-hamburg.de/wirtschaftsstandort/2036938/industrie-allgemein.html>>, Zugriff am 07.10.2013

IFB, Hamburgische Investitions- und Förderbank (Hrsg.) (o.J.a): IFB Hamburg. <<http://www.ifbhh.de/>>, Zugriff am 04.10.2013

IFB, Hamburgische Investitions- und Förderbank (Hrsg.) (o.J.b): Wirtschaft. <<http://www.ifbhh.de/wirtschaft/>>, Zugriff am 04.10.2013

IFB, Hamburgische Investitions- und Förderbank (Hrsg.) (o.J.c): Innovation. <<http://www.ifbhh.de/innovation/>>, Zugriff am 04.10.2013

IfK, Institut für Kammerrecht e.V. (Hrsg.) (2013): Pflichtmitgliedschaft (Verfassungsrecht und EU-Recht). <<http://www.kammerrecht.de/rechtsprechung/pflichtmitgliedschaft/ihk.html>>, Zugriff am 23.09.2013

Institut für webbasierte Kommunikation und E-Learning (Hrsg.) (o.J.): Fehlerquellen bei der Auswertung. <<http://www.fragebogen.de/auswertung-umfrage.htm>>, Zugriff am 25.10.2013

Isaksen, Arne (1996): Towards increased regional specialization? The quantitative importance of new industrial spaces in Norway, 1970-1990. In: Norwegian Journal of Geography, Jg. 50, Heft 2, S. 113 – 123

Jansen, Dorothea (1999): Einführung in die Netzwerkanalyse. Opladen

Kärcher-Vital, Thomas W. (2003): Zurich MedNet – Einblicke in den größten Medizin- und Biotechnologiecluster der Schweiz. In: Scherer, Roland; Bieger, Thomas: Clustering – das Zauberwort der Wirtschaftsförderung. Haupt, Bern, Stuttgart, Wien, S. 87 - 98

Ketels Christian (2003): The development of the cluster concept – present experiences and further developments. <http://www.isc.hbs.edu/pdf/Frontiers_of_Cluster_Research_2003.11.23.pdf>, Zugriff am 30.05.2013

KGSt, Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsmanagement (Hrsg.) (1990): Gutachten „Organisation der Wirtschaftsförderung“ G8/1990).

KGSt, Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsmanagement (Hrsg.) (2013): Wer ist die KGSt? <<http://www.kgst.de/ueber-uns/>>, Zugriff am 27.09.2013

Klauß, Thomas (o.J.): Moderne Verbandsarbeit - Networking 2.0. <http://www.community-of-knowledge.de/fileadmin/user_upload/attachments/klauss_wissensmanagement_in_verbaenden_c-o-k.pdf>, Zugriff am 13.10.2013

Koschatzky, Knut (2003): Regionale Entwicklungskonzepte zur Initiierung wirtschaftlichen Wachstums. In: Pleschak, Franz (2003): Wachstum durch Innovationen. Strategien, Probleme und

Erfahrungen FuE-intensiver Unternehmen. Deutscher Universitäts-Verlag/ GWV Fachverlage, Wiesbaden.

Krätke, Stefan; Scheuplein, Christoph (2001): Produktionscluster in Ostdeutschland. Methoden der Identifizierung und Analyse.

<http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/p015.pdf>, Zugriff am 29.06.2013

kreanets (Hrsg.)(2009): Unternehmensnetzwerke in Deutschland: Ergebnisse einer Unternehmensumfrage.

<http://www.kreanets.com/fileadmin/documents/Publikationen/Bericht_Online-Screening_.pdf>, Zugriff am 28.01.2013

Kujath, Hans Joachim (2000): Institutionelle und interorganisationale Bedingungen der Bildung von Unternehmensclustern. Das Beispiel der west- und ostdeutschen Schienenfahrzeugindustrie.

<http://www.irs-net.de/download/berichte_7.pdf>, Zugriff am 03.09.2013

Kulke, Elmar (2004): Wirtschaftsgeographie. Schöningh, Paderborn, München, Wien, Zürich.

Kulke, Elmar (2010): Wirtschaftsgeographie Deutschlands. 2. Auflage, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg.

Küpper, Utz Ingo; Röllinghoff, Stefan (2005): Clustermanagement: Anforderungen an Städte und regionale Netzwerke. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften, 2005/I, S. 60 - 93

Läpple, Dieter; Deecke, Helmut; Krüger, Thomas (1994): Strukturentwicklung und Zukunftsperspektiven der Hamburger Wirtschaft unter räumlichen Gesichtspunkten. Hamburg

Läpple, Dieter; Endres, Egon; Bukold, Steffen (1990): Maschinenbau in der Region Hamburg – Strukturwandel und Einsatz neuer Technologien. Arbeitsbereich Stadtökonomie der Technischen Universität Hamburg-Harburg.

Leuninger, Stefan; Held, Holger (2003): Kommunale Wirtschaftsförderung im Umbruch. Kundenmanagement in Bestandsentwicklung und im Standortmarketing praxisorientiert umsetzen. In: Standort – Zeitschrift für Angewandte Geographie, Jg. 27, Heft 4, S. 161 – 166

Lichtblau, Karl (2008): Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Wertschöpfungskette Bau. Köln.

Lovering, John (1999): Theory Led by policy: The Inadequacies of the „New Regionalism“. In: Journal of industry studies, Jg. 1, Heft 2, S. 23 - 42

Lundequist, Per; Power, Dominic (2002): Putting Porter into Practice? Practice of Regional Cluster Building: Evidence from Sweden. In: European Planning Studies, Jg. 10 Heft 6, S. 685 - 704

Maier, Gunther; Tödtling, Franz (2006): Regional- und Stadtökonomik 1 – Standorttheorie und Raumstruktur. 4. aktual. und erweiter. Auflage, Springer, Wien, NewYork.

Malmberg, Anders; Maskell, Peter (2001): The elusive concept of localization economies – towards a Knowledge-based Theory of Spatial Clustering.

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.3193&rep=rep1&type=pdf>>, Zugriff am 03.09.2013

Marshall, Alfred (1920): Principles of economics. 8. aktual. Auflage, Macmillan, London.

Martin, Ron; Sunley, Peter (2003): Deconstruction Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea? In: Journal of Economic Geography, Jg. 3, Heft 1, S. 5 - 35

Maskell, Peter (2003): The theory of geographical agglomeration – Minimum requirements and a knowledge-based suggestion. In: Belussi, Fiorenza; Gottardi, Giorgio; Rullani, Enzo: The Technological Evolution of Industrial Districts. Kluwer Academic Publishers Group, Dordrecht, S. 35 - 60

Meier zu Köcker, Gerd; Buhl, Claudia Martina (2008): Kompetenznetze initiieren und weiterentwickeln. 2. überarb. Auflage, BMWI, Berlin.

Menzel, Max-Peter; Fornahl, Dirk (2005): Unternehmensgründungen auf einem entstehenden regionalen Cluster. Das Beispiel Bioinstrumente in Jena. Arbeitsmaterialien Raumordnung und Raumplanung, Band 221 der Universität Bayreuth.

Meyer-Stamer, Jörg (1999): Strategien lokaler/regionaler Entwicklung: Cluster, Standortpolitik und systemische Wettbewerbsfähigkeit. In: Nord-Süd-Aktuell.
<<http://www.meyer-stamer.de/1999/nsa.pdf>>, Zugriff am 03.09.2013

Mittelstandsfoerderung.de (Hrsg.) (2011-2012): Was ist eigentlich Wirtschaftsförderung?
<<http://mittelstandsfoerderung.de/was-ist-eigentlich-wirtschaftsforderung>>, Zugriff am 27.09.2013

Möller, Joachim (2000): Spezialisierung und räumliche Konzentration der Wirtschaft in einem Europa der Regionen. In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 58, Heft: 5, S. 363 - 372

MRH, Metropolregion Hamburg (Hrsg.) (o.J.): Die Metropolregion Hamburg.
<<http://metropolregion.hamburg.de/ueber-uns/>>, Zugriff am 03.10.2013

Nordmetall (Hrsg.) (o.J.): Wir halten Kurs im Norden – Flyer.
<http://www.nordmetall.de/de/verband/Der_Verband/NORDMETALLFolder_PDF_Neu.pdf>, Zugriff am 16.10.2013

Nordmetall (Hrsg.) (2010): Der Verband.
<http://www.nordmetall.de/de/verband/Der_Verband/index.php>, Zugriff am 16.10.2013

Oberreuter, Heinrich (1980): Pluralismus. Grundlegung und Diskussion. Opladen, S. 37 – 108

Pilshofer, Birgit (2001): Wie erstelle ich einen Fragebogen? – Ein Leitfaden für die Praxis. Institut für Wissens- und Forschungsvermittlung, 2. Auflage, Graz.

Porter, Michael E. (1991): Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt. Droemer Knauer, München.

Porter, Michael E. (1998): Clusters and the new economics of competition. In: Harvard Business Review, Jg. 11, Heft 22, S. 77 - 90

- Porter, Michael E. (2000): Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. In: Economic Development Quarterly, Jg. 14, Heft 1, S. 15 - 34
- Porter, Michael E. (2003): The Economic Performance of Regions. In: Regional Studies, Jg. 37, Heft 6&7, S. 549 - 578
- Rehfeld, Dieter (1994): Produktionscluster und räumliche Entwicklung – Beispiele und Konsequenzen. In: Krumbein, Wolfgang: Ökonomische und politische Netzwerke in der Region – Beiträge aus der internationalen Debatte. LIT, Münster, Hamburg.
- Rehfeld, Dieter (1999): Produktionscluster. Konzeption, Analysen und Strategien für eine Neuorientierung der regionalen Strukturpolitik. Hampp, Arbeit und Technik, Band 16, München.
- Revilla Diez, Javier (2002): Betrieblicher Innovationserfolg und räumliche Nähe. Zur Bedeutung innovativer Kooperationsverflechtungen in metropolitanen Verdichtungsregionen; die Beispiele Barcelona, Stockholm und Wien. LIT, Münster, Hamburg.
- Revilla Diez, Javier (2010): High-Tech-Industrie und die Herausbildung regionaler Innovationssysteme in Deutschland. In: Kulke, Elmar: Wirtschaftsgeographie Deutschlands. 2. Auflage, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg.
- Rosenfeld, Martin T.; Franz, Peter; Heimpold, Gerhard; Kawka, Rupert; Kronthaler, Franz (2004): Innovative Kompetenzfelder, Produktionsnetzwerke und Branchenschwerpunkte der ostdeutschen Wirtschaft.
<<http://www.stellenboersen.de/aktuelles/forschung/leibniz-gemeinschaft/iwh/041102produktionsnetzwerke-wirtschaft.html>>, Zugriff am 25.06.2013
- Rosenfeld, Martin T.W.; Franz, Peter; Günther, Jutta; Heimpold, Gerhard; Kronthaler, Franz (2006): Ökonomische Entwicklungskerne in ostdeutschen Regionen: Branchenschwerpunkte, Unternehmensnetzwerke und innovative Kompetenzfelder der Wirtschaft, Sonderhefte, Heft 5
- Rosenfeld, Stuart A. (2002): Creating Smart Systems. A guide to cluster strategies in less favoured regions. European Union – Regional Innovation Strategies. Regional Technology Strategies, Carrboro.
- Richter, Ralf (2005): Innovations-Cluster und flexible Spezialisierung. Die Netzwerke der Werkzeugmaschinenbau-Industrie in Chemnitz (Deutschland) und Cincinnati (USA), 1870-1933. In: Akkumulation, Nr. 22 2005, S. 1-8
- Rösch, Andreas (2000): Kreative Milieus als Faktoren der Regionalentwicklung. In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 58, Heft: 2/3, S. 161 - 172
- SAG, Wachstumsinitiative Süderelbe AG (Hrsg.) (o.J.a): Ziele der Süderelbe AG.
<<http://www.suederelbe.de/suederelbe/ziele.html>>, Zugriff am 03.10.2013
- SAG, Wachstumsinitiative Süderelbe AG (Hrsg.) (o.J.b): Unternehmen.
<<http://www.suederelbe.de/suederelbe.html>>, Zugriff am 03.10.2013
- Schamp, Eike W. (2000): Vernetzte Produktion – Industriegeographie aus institutioneller Perspektive. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.

Scheuplein, Christoph (2002): Identifizierung und Analyse von Produktionsclustern. Das Beispiel der Filmwirtschaft in Potsdam-Babelsberg. In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 60, Heft 2, S. 123 - 135

Scheuplein, Christoph (2007): Branchenkompetenz und Qualifizierung: Der Beitrag regionaler Netzwerke in Brandenburg. In: Raumforschung und Raumordnung 65 (5). S. 407 - 420

Scheuplein, Christoph (2012): Regionale Wirtschaft fördern – Wirtschaftscluster und ihre Potentiale. In: Tagung des Zentrums für Ländliche Entwicklung im Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen und der Evangelischen Akademie Villigst am 7. - 8. Februar 2012, Schwerte

Scholz, Olaf (2012): Senatsempfang zum Mittelstandstag.
<<http://www.olafscholz.de/1/pages/index/p/5/2103/year/2012/print/1>>, Zugriff am 12.02.2013

Schröder, Dino (2007): Die Welt: Bergedorfer Netzwerk bringt Firmen voran. Artikel vom 18.03.2007.
<<http://www.welt.de/regionales/hamburg/article767372/Bergedorfer-Netzwerk-bringt-Firmen-voran.html>>, Zugriff am 12.10.2013

Schubert, Klaus; Klein, Martina (2011): Das Politlexikon. Dietz, 5. aktualisierte Auflage, Bonn.

Schumpeter, Joseph A. (1993): Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. Einführung von Seifert, Eberhard K., 7. erweiterte Auflage, UTB, Stuttgart.

Schweers, Christoph (2002): Theoretische Grundlagen der Netzwerkanalyse.
<http://www.anuba-online.de/extdoc/Materialien_der_BNW_Fortbildung/BNW_bewerten/4-1-2-Netzwerkanalyse.pdf>, Zugriff am 31.10.2013

SDI-Research (2009): Bedürfnis.
<<http://www.sdi-research.at/lexikon/beduerfnis.html>>, Zugriff am 31.10.2013

Sebaldt, Martin; Straßner, Alexander (2004): Verbände in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Einführung. Wiesbaden

Senatskanzlei (Hrsg.) (2011): Arbeitsprogramm des Senats.
<<http://www.hamburg.de/contentblob/2867926/data/download-arbeitsprogramm-10-mai-2011.pdf>>, Zugriff am 30.10.2013

Shane, Scott (2008): Startup Failure Rates – The REAL Numbers.
<<http://smallbiztrends.com/2008/04/startup-failure-rates.html>>, Zugriff am 26.10.2013

Simon, Fabian (o.J.): Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage.
<<http://www.rechnungswesen-verstehen.de/bwl-vwl/bwl/beduerfnis-bedarf-nachfrage.php>>, Zugriff am 31.10.2013

Sölvell, Örjan; Lindqvist, Göran; Ketels, Christian (2003): The Cluster Initiative Greenbook.
<<http://www.hse.ru/data/2012/08/08/1256393499/GreenbookSep031.pdf>>, Zugriff am 21.05.2013

Startwerk.ch (Hrsg.) (2013): Was ist ein Startup?

<<http://startwerk.ch/2012/11/07/der-streit-um-eine-definition-was-ist-ein-startup>>, Zugriff am 26.10.2013

Statista GmbH (Hrsg.) (2013): Umsatzentwicklung im deutschen Maschinenbau in den Jahren 199 bis 2013. <<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3777/umfrage/umsatz-im-deutschen-maschinenbau-seit-1991/>>, Zugriff am 26.10.2013

Statistikamt Nord - Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.) (o.J.): Statistisches Jahrbuch Hamburg 2012/2013. S. 131 – 137

Statistikamt Nord – Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.) (2013):

Statistisches Jahrbuch Hamburg 2012/2013

<http://www.statistik-nord.de/uploads/tx_standdocuments/JB12HH_09.pdf>, Zugriff am 17.03.2013

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2010): Input-Output-Rechnung im Überblick. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2013): Gesamtwirtschaft & Umwelt. Inlandsprodukt und Erwerbstätige

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.) (2013): Branchenkonzentration der Beschäftigten.

<http://www.statistik-bw.de/VolkswPreise/Indikatoren/BR_branchKonzentration.asp>, Zugriff am 17.09.2013

Steiner, Michael (2003): Warum Cluster? Motive, Voraussetzungen und Erfolgsbedingungen von Netzwerkbildung. In: Scherer, Roland; Bieger, Thomas: Clustering – das Zauberwort der Wirtschaftsförderung. Haupt, Bern, Stuttgart, Wien, S. 27 - 40

Sternberg, Rolf (1995): Die Konzepte der Flexiblen Produktion und der Industriedistrikte als Erklärungsansätze der Regionalentwicklung. In: Erdkunde, Band 49, Heft 3, S. 161 - 175

Sternberg, Rolf; Kiese, Matthias; Schätzl, Ludwig (2004): Clusteransätze in der regionalen Wirtschaftsförderung. Theoretische Überlegungen und empirische Beispiele aus Wolfsburg und Hannover. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Jg. 48, Heft: 3-4, S. 164 - 181

Sternberg, Rolf; Litzenberger, Timo (2004): Regional Clusters in Germany – their Geography and their Relevance for Entrepreneurial Activities. In: European Planning Studies, Jg. 12, Heft 6, S. 767 - 791

Sternberg, Rolf; Litzenberger, Timo (2006): Der Clusterindex – eine Methodik zur Identifizierung Regionaler Cluster am Beispiel deutscher Industriebranchen. In: Geographische Zeitschrift, Jg. 94, Heft: 4, S. 209-224

Straßner, Alexander (2006): Funktionen von Verbänden in der modernen Gesellschaft.

<http://www.bpb.de/apuz/29798/funktionen-von-verbaenden-in-der-modernen-gesellschaft?p=all#footnodeid_11-11>, Zugriff am 14.10.2013

Stülten, Silvia (2005): Regionale Innovationsökonomie – mit dem Fokus auf das Instrument Netzwerke – am Beispiel der Hansestadt Hamburg. Lernwerkstattarbeit am Department Wirtschaft und Politik der Universität Hamburg.

Tichy, Günther (2001): Regionale Kompetenzzyklen – Zur Bedeutung von Produktlebenszyklus- und Clusteransätzen im regionalen Kontext. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Jg. 45, Heft 3-4, S. 181 - 201

TUHH, Technische Universität Hamburg-Harburg (Hrsg.) (2013a): Studiendekanat Maschinenbau (M). <<http://www.tuhh.de/tuhh/studium/studiendekanate/maschinenbau.html>>, Zugriff am 24.10.2013

TUHH, Technische Universität Hamburg-Harburg (Hrsg.) (2013b): Forschungsschwerpunkte. <<http://www.tuhh.de/tuhh/forschung/forschungsschwerpunkte.html>>, Zugriff am 26.10.2013

VDI, Verband Deutscher Ingenieure e.V. (Hrsg.) (o.J.a) :Über uns. <<http://www.vdi.de/ueber-uns/>>, Zugriff am 17.10.2013

VDI, Verband Deutscher Ingenieure e.V. (Hrsg.) (o.J.b) :Netzwerker. <<http://www.vdi.de/ueber-uns/netzwerker/>>, Zugriff am 17.10.2013

VDI, Verband Deutscher Ingenieure e.V. (Hrsg.) (o.J.c) :VDI vor Ort. <<http://www.vdi.de/ueber-uns/vdi-vor-ort/>>, Zugriff am 17.10.2013

VDMA, Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (Hrsg.) (o.J.a): Der VDMA. <<http://www.vdma.org/article/-/articleview/695840>>, Zugriff am 15.10.2013

VDMA, Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (Hrsg.) (o.J.b): Aufgaben und Ziele der Landesverbände. <<http://nord.vdma.org/article/-/articleview/655656>>, Zugriff am 15.10.2013

von Einem, Eberhard (1994): Regionale Muster der zwischenbetrieblichen Kooperation: Dynamische Wirtschaftsregionen als Voraussetzung und Folge der flexiblen Spezialisierung? In: Krumbein, Wolfgang: Ökonomische und politische Netzwerke in der Region – Beiträge aus der internationalen Debatte. LIT, Münster, Hamburg.

Weber, Alfred (1909): Reine Theorie des Standorts. Mohr, Tübingen.

Wester, Franz; Soltau, Andreas; Paradies, Liane (2006): Hilfestellung zur Gestaltung eines Fragebogens. <<http://www.lis.bremen.de/sixcms/media.php/13/Skript%20Fragebogenerstellung.7024.pdf>>, Zugriff am 26.09.2013

Wichitill, Gert (2010) : Für eine proaktive und vernetzte Wirtschaftsförderung. In: Habel, Franz-Reinhard, Huber, Andreas: Wirtschaftsförderung 2.0. – Erfolgreiche Strategien der Zusammenarbeit von Wirtschaft, Verwaltung und Politik in Clustern und Sozialen Netzwerken. Werner Hülsbusch, Boizenburg. S. 81 - 89

Wied, Arno (2012), Friedrich Ebert Stiftung (Hrsg.): Grundwissen Kommunalpolitik, 13. Wirtschaftsförderung. <http://library.fes.de/pdf-files/akademie/kommunal/08975/kapitel_13.pdf>, Zugriff am 27.09.2013

Wildt, Alexander (2013): Pivot-Tabellen nutzen.

<<http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Excel-Tipps/Pivot-Tabellen-nutzen.html>>, Zugriff am 28.10.2013

Windhorst, Hans-Wilhelm (1983): Geographische Innovations- und Diffusionsforschung. (Erträge der Forschung, Band 189). Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt

Wissensnetz Nord, Wissensnetz Nord – Metropolregion Hamburg (Hrsg.) (o.J.a): Broschüre, Gebündeltes Wissen in der nördlichen Metropolregion.

Wissensnetz Nord, Wissensnetz Nord – Metropolregion Hamburg (Hrsg.) (o.J.b): Starthilfe für Eigeninitiativen.

<<http://www.wissensnetz-nord.de/projekte/>>, Zugriff am 03.10.2013

8.2 Abbildungen

Titelbild

Quelle: eigene Darstellung

Abb. 1: Standortdreieck und Transportkostenminimalpunkt.

Quelle: Bathelt, Harald; Glückler, Johannes (2003): Wirtschaftsgeographie – Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. 2. korrigierte Auflage, Ulmer, Stuttgart.

Abb. 2: Modell der industriellen Entwicklungspfade.

Quelle: Storper, Michael; Walker, Richard (1989): The capitalist imperative – Territory, technology, and industrial growth. Blackwell, New York, Oxford.

Abb. 3: Akteure eines regionalen Innovationssystems.

Quelle: Bröcker, Johannes; Fritsch, Michael (2012): Ökonomische Geographie. Vahlen, München.

Abb. 4: Milieu und kreatives Milieu einer Region.

Quelle: Fromhold-Eisebith, Martina (1999): Das "kreative Milieu" – nur theoretisches Konzept oder Instrument der Regionalentwicklung? In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 2, Heft 3, S. 168 - 175

Abb. 5: Porter-Diamant der Nationalen Wettbewerbsvorteile.

Quelle: verändert nach Porter, Michael E. (2000): Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. In: Economic Development Quarterly, Jg. 14, Heft 1, S. 15 - 34

Abb. 6: Clusterdimensionen.

Quelle: Braun, Boris; Schulz, Christian (2012): Wirtschaftsgeographie. Ulmer, Stuttgart.

Abb. 7: Netzwerkformen.

Quelle: Beckord, Claas (2006): Förderung und Entwicklung von Clustern als Strategie der Wirtschaftsförderung in Sachsen – Vorschläge zur Umsetzung eines integrativen Clustermanagements. Dissertation, Technische Universität Chemnitz, Philosophische Fakultät.

Abb. 8: Elemente der Wertschöpfungskette.

Quelle: Krätke, Stefan; Scheuplein, Christoph (2001): Produktionscluster in Ostdeutschland.

Methoden der Identifizierung und Analyse.

<http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/p015.pdf>, Zugriff am 29.06.2013

Abb. 9: Das „verkettete“ Modell des Innovationsprozesses.

Quelle: Bröcker, Johannes; Fritsch, Michael (2012): Ökonomische Geographie. Vahlen, München.

Abb. 10: Clusterpolitik im Zusammenhang mit anderen Politikfeldern und Instrumenten

Quelle: Scheuplein, Christoph (2002): Identifizierung und Analyse von Produktionsclustern. Das Beispiel der Filmwirtschaft in Potsdam-Babelsberg. In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 60, Heft 2, S. 123 - 135

Abb. 11: Typisierung von Clusterinitiativen nach Entstehungszusammenhang und Entwicklungsziel.

Quelle: Beckord, Claas (2006): Förderung und Entwicklung von Clustern als Strategie der Wirtschaftsförderung in Sachsen – Vorschläge zur Umsetzung eines integrativen Clustermanagements. Dissertation, Technische Universität Chemnitz, Philosophische Fakultät.

Abb. 12: Verteilung der Unternehmen des Wirtschaftszweiges Maschinebau in Hamburg.

Quelle: Online-Portal IHK-Musis der Handelskammer Hamburg zum Stand März 2013

Abb. 13: Kernunterbranchen der Wertschöpfungsketten.

Quelle: eigene Darstellung nach Lichtblau, Karl (2008): Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Wertschöpfungskette Bau. Köln.

Abb. 14: BWVI Hamburg

Quelle: Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.i): Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation.

<<http://www.hamburg.de/bwvi/wir-ueber-uns/>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 15: IFB Hamburg

Quelle: IFB, Hamburgische Investitions- und Förderbank (Hrsg.) (o.J.a): IFB Hamburg.

<<http://www.ifbhh.de/>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 16: Clusterinitiativen der Freien und Hansestadt Hamburg.

Quelle: Hamburg.de (Hrsg.) (o.J.b): Clusterpolitik der Freien und Hansestadt Hamburg.

<<http://www.hamburg.de/wirtschaft/clusterpolitik>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 17: HWF – Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung

Quelle: HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung: Medienserver.

Abb. 18: aktuelle Abgrenzung der Metropolregion Hamburg

Quelle: Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.) (o.J.): Landesplanung.

Abb. 19: Süderelbe AG

Quelle: MRH, Metropolregion Hamburg (Hrsg.) (o.J.): Die Metropolregion Hamburg.

<<http://metropolregion.hamburg.de/wirtschaftsfoerderung/260106/wirtschaftsfoerderung-suederelbe-region.html>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 20: Wissensnetz Nord

Quelle: HWF, Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Medienserver.

Abb. 21: Handelskammer Hamburg

Quelle: HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.): Startseite.

<<http://www.hk24.de/>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 22: VDMA Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer e.V.

Quelle: VDMA, Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (Hrsg.) (o.J.): Startseite.

<<http://www.vdma.org>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 23: Nordmetall – Verband der Metall- und Elektroindustrie e.V.

Quelle: Nordmetall (Hrsg.) (2010): Startseite.

<<http://www.nordmetall.de>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 24: VDI Verband Deutscher Ingenieure

Quelle: VDI, Verband Deutscher Ingenieure e.V. (Hrsg.) (o.J.): Startseite.

<<http://www.vdi.de>>, Zugriff am 23.11.2013

Abb. 25: Wirtschaftsförderungseinrichtungen in der Freien und Hansestadt Hamburg.

Quelle: eigene Darstellung

Abb. 26: Rückläufe nach Branchenaufteilung.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 27: Aufteilung nach Wirtschaftszweigen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 28: Gründungsjahr.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 29: Lebenszyklusphase.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 30: Betriebsart am Standort der befragten Unternehmen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 31: Nennungen zu Mitarbeiterzahlen zum Stand 20.06.2013.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 32: Beschäftigtenentwicklung.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 33: Umsatzentwicklung der letzten fünf Jahre.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 34: Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten der Unternehmen nach Häufigkeit.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 35: Anteilige Ausgabenentwicklung für Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 36: bisherige Inanspruchnahme von Förderangeboten.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 37: Mitgliedschaften in Hamburger Clusterinitiativen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 38: Förderbedarfe.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 39: Nutzung der Möglichkeit zur Kontaktangabe für Austausch mit der Wirtschaftsförderung.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 40: durchschnittliche Anzahl der Partner nach Art der Zusammenarbeit in den vorgegebenen Kategorien.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 41: Kontakte zu anderen Unternehmen und Forschungsinstitutionen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 42: Kontaktzusammenhänge der Unternehmen nach Branchen.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 43: Erwägung eines Netzwerkbeitritts.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 44: Vorteile eines Beitritts zu einem Branchennetzwerk.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 45: Bedenken im Zusammenhang mit dem Beitritt zu einem Netzwerk.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 46: Meinungsbild zum möglichen Beitritt eines Branchennetzwerkes.

Quelle: eigene Darstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Abb. 47: Struktur des Branchennetzwerkes.

Quelle: eigene Darstellung

Abb. 48: Netzwerkstruktur.

Quelle: eigene Darstellung

8.3 Tabellen

Tab. 1: vereinfachte Darstellung einer Input-Output-Tabelle.

Quelle: eigene Erstellung nach Wikipedia (Hrsg.) (2013): Input-Output-Analyse.

<<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Input-Output-Analyse&oldid=124479752>>, Zugriff am 18.06.2013

Tab. 2: Übersicht zur Anzahl der Unternehmen für das produzierende Gewerbe in Hamburg.
Quelle: eigene Erstellung nach Online-Portal IHK-MUSIS der Handelskammer Hamburg zum Stand März 2013

Tab. 3: Angaben zu Beschäftigtenzahlen zum Stand September 2012.

Quelle: Genesis, Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2013): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe: Bundesländer, Jahre, Wirtschaftszweige (WZ2008 2-Steller).

<[https://www-](https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=606A5F50766CBBC1639DFEB6CF287879.tomcat_GO_2_1?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1383245258762&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=wert_eabruf&selectionname=42271-0011&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf)

[genesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=606A5F50766CBBC1639DFEB6CF287879.tomcat_GO_2_1?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1383245258762&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=wert_eabruf&selectionname=42271-0011&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf](https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=606A5F50766CBBC1639DFEB6CF287879.tomcat_GO_2_1?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1383245258762&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=wert_eabruf&selectionname=42271-0011&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf)>, Zugriff am 26.10.2013; Statistikamt Nord (Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein) o.J.: Statistisches Jahrbuch Hamburg 2012/2013.

Tab. 4: Berechnungsergebnis ausgewählter Konzentrationsmaße.

Quelle: eigene Erstellung nach Genesis, Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2013); Statistikamt Nord, Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.) (o.J.): Statistisches Jahrbuch Hamburg 2012/2013.

Tab. 5: gängige Definitionen zu KMU

Quelle: eigene Erstellung nach HK, Handelskammer Hamburg (Hrsg.) (o.J.k): Mittelstand – Definitionen.

<http://www.hk24.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/367862/mittelstand_definitionen.html>, Zugriff am 26.10.2013

Tab. 6: Angaben zu Unternehmen mit Angestellten im F&E-Bereich.

Quelle: eigene Erstellung beruhend auf den Angaben der Unternehmensumfrage

Anhang



Handelskammer
Hamburg



HWF
Hamburgische Gesellschaft
für Wirtschaftsförderung mbH

«Firmenname»
«Strassenname» «HNr» «HNrZusatz1»
«HNrZusatz2»
«PLZ» «Ort»

Unser Z.: GII/2/JOS
JanOliver.Siebrand@hk24.de
Durchwahl: 040/36 13 8- 431

Uta.Stammer@hwf-hamburg.de
Durchwahl: 040/22 70 19- 39

Hamburg, 08. Juli 2013

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Hamburger Wirtschaftspolitik verfolgt seit Jahren erfolgreich den strategischen Ansatz, besonders zukunftsweisende Branchen über Angebote zur Netzwerkförderung zu stärken. Dazu zählen beispielsweise die Luftfahrtbranche, das maritimen Gewerbe oder die Technologiebranche der Erneuerbaren Energien. Diese Förderung von Unternehmensnetzwerken soll die ökonomische Leistungsfähigkeit und die Spitzenstellung unseres Wirtschaftsstandortes Hamburg stärken.

Im Rahmen einer Masterthesis der HafenCity Universität beschäftigt sich Frau Marlen Herber mit den Möglichkeiten zur Initiierung von Netzwerken in Wirtschaftsbranchen, die bisher nicht von entsprechenden Initiativen der Wirtschaftsförderung erfasst werden. Diese Arbeit wird von der Handelskammer Hamburg und der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung gemeinsam unterstützt, weil wir uns weitere Erkenntnisse zu dem Bedarf an besonderen Services zur Standortsicherung und zur Förderung von Unternehmensnetzwerken bei den Unternehmen Ihrer Branche erhoffen. Die Ergebnisse der Untersuchung sollen auch dazu beitragen, den Bedarf der Hamburger Unternehmen für gezielte Angebote der Wirtschaftsförderung in Hamburg zu ermitteln.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie die Untersuchung mit Ihrer Meinung unterstützen würden. Bitte nehmen Sie sich für die Beantwortung des anliegenden Fragebogens einige Minuten Zeit. Den ausgefüllten Fragebogen nehmen wir gerne per Fax (040/227019-13) oder E-Mail (marlen.herber@hwf-hamburg.de) bis zum 26. Juli 2013 entgegen. Die Ergebnisse der Untersuchung werden wir Ihnen im Rahmen einer Veranstaltung vorstellen bzw. schriftlich zukommen lassen.

Wir danken Ihnen für Ihre Mühe und stehen für Fragen und Anregungen gern zur Verfügung!
Mit freundlichen Grüßen

Jan-Oliver Siebrand
stellv. Geschäftsführer
HANDELSKAMMER HAMBURG
Geschäftsbereich Infrastruktur
Stadtentwicklung, Stadtverkehr

Uta Stammer
Mittelstandslotsin
HWF
Hamburgische Gesellschaft
für Wirtschaftsförderung mbH

Anlage

Unternehmensbefragung

im Rahmen der Untersuchung: Förderbedarfe und Möglichkeiten zur
Initiierung von Netzwerken in ausgewählten Branchenschwerpunkten

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen schnellstmöglich bis zum **26.07.2013** auf einem der folgenden
Wege zurück: **Postweg: HWF, Stichwort: Unternehmensbefragung, Habichtstraße 41, 22305 Hamburg**
Fax: 040 / 22 70 19 13
E-Mail: marlen.herber@hwf-hamburg.de

I. UNTERNEHMEN UND BRANCHE

1. Welchem Wirtschaftszweig lässt sich Ihr Unternehmen zuordnen?

- | | | |
|-------------------|--|--|
| Produktion: | <input type="checkbox"/> Herstellung | <input type="checkbox"/> Ver- bzw. Bearbeitung |
| Handel: | <input type="checkbox"/> Großhandel | <input type="checkbox"/> Handelsvermittlung |
| Dienstleistungen: | <input type="checkbox"/> Forschung/ Entwicklung | <input type="checkbox"/> Informationstechnologie |
| | <input type="checkbox"/> Verwaltung/ Vertrieb | <input type="checkbox"/> Reparatur/ Vermietung |
| | <input type="checkbox"/> unternehmensbezogene Dienstleistung | |

sonstiges: _____

2. In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen gegründet? Jahr: _____

3. Handelt es sich bei Ihrem Betrieb an diesem Standort um ... ?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> einen selbständigen Betrieb, ggf. → | <input type="checkbox"/> ein Outsourcing aus einem bestehenden Unternehmen |
| <input type="checkbox"/> einen Hauptsitz | <input type="checkbox"/> eine Niederlassung |
| <input type="checkbox"/> ein Zweigunternehmen eines Unternehmensverbundes/ einer Holding etc. | |

sonstiges: _____

4. Wie hoch war die Zahl der Beschäftigten (einschl. Teilzeit u. Auszubildende) am Betriebsstandort

zum: 30.06.2013: _____ 30.06.2012: _____ 30.06.2011: _____

5. Wie hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens in den letzten fünf Jahren entwickelt?

- verringert kaum verringert gleich geblieben kaum erhöht erhöht

6. In welcher Lebenszyklusphase befindet sich Ihr Unternehmen?

- | | | | |
|---|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Start-Up
(Gründung und erste
Produktetablierung) | <input type="checkbox"/> Wachstum
(steigende Umsätze u.
Mitarbeiterzahlen) | <input type="checkbox"/> Reife
(stabile Firmengröße und
Erhöhung Marktanteile) | <input type="checkbox"/> Revitalisierung
(Produkt- und/oder
Prozessoptimierung) |
|---|--|--|---|

7. Führt Ihr Unternehmen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten (F&E) durch?

- | | nein | ja, gelegentlich | ja, kontinuierlich |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Produktinnovationen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Verfahrensinnovationen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Organisationsinnovationen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. Wie viele Angestellte arbeiten im F&E-Bereich Ihres Betriebes? Anzahl: _____

9. Bitte schätzen Sie Ihre F&E-Ausgaben im letzten Geschäftsjahr? _____ % des Umsatzes

Planen Sie F&E-Ausgaben für das laufende Geschäftsjahr? _____ % des Umsatzes

10. Sind Sie Mitglied in einem der folgenden Hamburger Clusterinitiativen?

- | | | | |
|------------------------------------|---|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Luftfahrt | <input type="checkbox"/> Maritim/ Hafen | <input type="checkbox"/> LifeScience | <input type="checkbox"/> Erneuerbare Energien |
| <input type="checkbox"/> nein | sonstiges: _____ | | |

11. Welches sind die Hauptmotive für eine Mitgliedschaft bzw. Gründe nicht Mitglied zu werden?

II. FÖRDERUNG UND VERNETZUNG

1. Haben Sie schon einmal Förderangebote in Anspruch genommen?

- nein noch nicht ich kenne keine Angebote
 ja, finanzielle Förderung ja, Service- u. Beratungsangebote ja, Netzwerkangebote

Wenn nein, warum nicht? _____

Wenn ja, wie bewerten Sie den Erfolg der früheren Förderung für Ihr Unternehmen?

- eher negativ ohne Auswirkung eher positiv nachhaltig positiv

2. Wo sehen Sie Service- und Förderungsbedarfe für Ihr Unternehmen?

(Bewerten Sie mit den Urteilen: 1 = wichtig; 2 = im Einzelfall interessant; 3 = unwichtig/überflüssig; 4 = keine Meinung)

a. Allgemeine Bedarfe		b. Standortfragen	
Fördermittelberatung	<input type="checkbox"/>	Aus- u. Weiterbildung	<input type="checkbox"/>
(Einzel-)Projektförderung	<input type="checkbox"/>	Vernetzungsangebote	<input type="checkbox"/>
Forschung und Entwicklung	<input type="checkbox"/>	Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>
gemeinsame Messeauftritte	<input type="checkbox"/>	Suche n. Kooperationspartnern	<input type="checkbox"/>
		Suche nach Gewerbeflächen	<input type="checkbox"/>
		Bau- und Genehmigungsrecht	<input type="checkbox"/>
		Infrastruktur und Logistik	<input type="checkbox"/>
		Imagewerbung für Standort	<input type="checkbox"/>

sonstiges: _____

3. Pflegen Sie über Handels- und Lieferbeziehungen hinaus Kontakte zu anderen Unternehmen?

	gemeinsame Projekte/ Aufträge	gemeinsame F&E-Tätigkeiten	Wissens- & Informationsaustausch	keine
mit Zulieferern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit Wettbewerbern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit Kunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit Forschungsinstitutionen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Welche Art von Zusammenarbeit führen Sie in welcher Häufigkeit mit Unternehmen durch?

Bereich der Zusammenarbeit	Anzahl d. Partner	Art der Zusammenarbeit: (Lieferbeziehung/ Kooperation)	Häufigkeit der Zusammen- arbeit: X mal pro Jahr
Einkauf und/oder Logistik			
Vertrieb/ Marketing			
Gerätenutzung/ Betriebsmittel			
Ausbildung/ Qualifizierung			
Messepartner			
F&E-Tätigkeiten			

5. Würden Sie einem Netzwerk mit Ihrem Branchenschwerpunkt beitreten?

(Bewerten Sie mit den Urteilen: 1 = sehr relevant; 2 = relevant; 3 = kaum relevant; 4 = nicht relevant)

→ Ja, warum?

- | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| Erschließung neuer Märkte | <input type="checkbox"/> | Gewinnung neuer Geschäftspartner | <input type="checkbox"/> |
| Prozessoptimierung | <input type="checkbox"/> | gemeinsame Nutzung von Maschinen | <input type="checkbox"/> |
| Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch | <input type="checkbox"/> | Zusammenarbeit bei Großaufträgen | <input type="checkbox"/> |
| gemeinsames Marketing (Messen) | <input type="checkbox"/> | größeres Angebot an Fachkräften | <input type="checkbox"/> |

sonstiges: _____

→ Nein, warum nicht?

- | | | | | | |
|-------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| kein Nutzen | <input type="checkbox"/> | zu hohe Abhängigkeit | <input type="checkbox"/> | betriebliche Geheimhaltungsgründe | <input type="checkbox"/> |
| Zeitaufwand | <input type="checkbox"/> | Investitionskosten | <input type="checkbox"/> | rechtl., organisatorische Hemmnisse | <input type="checkbox"/> |

sonstiges: _____

Wenn Sie generell Kontakt zu Wirtschaftsförderungseinrichtungen wünschen, führen Sie bitte Ihre Kontaktdaten (Name des Betriebs, Ansprechpartner und Anschrift des Standortes) auf:

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Liste der Gesprächspartner

Interviewpartner 1	Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Hamburg@work Hamburg, am 19.04.2013
Interviewpartner 2	Erneuerbare Energien Hamburg Clusteragentur Hamburg, am 24.04.2013
Interviewpartner 3	Handelskammer Hamburg, Innovation & Umwelt Hamburg, am 06.05.2013
Interviewpartner 4	Initiativkreis Maschinenbau und Technik Hamburg, am 23.04.2013
Interviewpartner 5	Hamburg Kreativ Gesellschaft Hamburg, am 14.05.2013
Interviewpartner 6	Wissensnetz Nord Metropolregion Hamburg Hamburg, am 30.04.2013
Interviewpartner 7	Hamburg Kreativ Gesellschaft Hamburg, am 14.05.2013
Interviewpartner 8	Bezirksamt Bergedorf Hamburg, am 23.04.2013

Interviewleitfragen

Wirtschaftspolitik

- Hintergrund zum wirtschaftspolitischen Ansatz der Förderung
 - o allgemeiner Ansatz
 - o Verständnis / Auffassung
 - o Zielverfolgung
 - o Maßgaben seitens der Stadt/ Politik (Steuerung)

Gründung

- Anlass der Gründung (Thema)
 - o Notwendigkeit oder Versuch
 - o spezielle Ausrichtung der Initiative (Teilaspekte/ Einschränkungen)
- konkrete Zielsetzung zum Gründungszeitpunkt/ Hauptzweck des Netzwerkes
 - o gemeinsame Nutzung vorhandener Ressourcen
 - o gemeinsame Erschließung von Ressourcen
 - o Schaffung neuer Ressourcen
 - o Lobbying/ gemeinsame Interessenvertretung
- Initiator der Initiative
 - o Idee / Problemstellung der Unternehmen oder der Stadt / Politik
- Erfüllung von Grundbedingungen / Schaffung von Voraussetzung
 - o Erfolgsfaktoren
 - o kritische Masse an pot. Mitgliedsunternehmen (Unternehmensanzahl)
 - o Zusammensetzung der ersten Mitglieder (Handelspartner, Wettbewerber, F&E)
 - o Rolle und Bedeutung von Unterstützern
- Identifizierung von potentiellen Mitgliedern, Methodik
 - o Wertschöpfungsketten
 - o Rückgriff auf bestehende Netzwerke
- öffentliche Förderung und Akquise privater Mittel
 - o finanzieller Mittel, Dienst- oder Sachleistungen
- Wahl der passenden Rechtsform
 - o Vor- und Nachteile (Steuern, Nutzungsrechte an Urheber- oder Patentrechten, Beitragspflichten, Honorierung für die Erbringung von Leistungen im Netzwerk, Haftungsfragen, Vertretungsbefugnis, Gemeinnützigkeit)
 - o Schwierigkeiten bei der Durchsetzung
- geografische Ausrichtung
 - o Behinderungen durch administrative Grenzen

Schwerpunkte und Projekte, Innovationen

- Arten des Netzwerkes
 - o Informationsveranstaltung
 - o Unternehmenstreffen zum Austausch (ggf. Austausch von was?)
 - o Projektnetzwerk

- Ideenpool für Projekte und Themen
 - o Empfehlung der Politik?
 - o Copy&Paste bei anderen Initiativen
 - o Generierung durch die Bedarfe der Unternehmen?
 - Wie werden diese Bedarfe ermittelt?
- Innovationsgenerierung/ -erfolg durch Zusammenarbeit im Netzwerk
 - o neues Produkt
 - o neue Prozesse/Technologien
 - o neues Organisationskonzept
 - o neues Vermarktungskonzept
 - o Neu- und Ausgründungen
- Beteiligung der Initiative
- künftige Vorhaben und Bestrebungen

Entwicklung und Dynamik

- Lebensphase des Netzwerkes
- Stabilisierung und Erhaltung
- strukturelle Ausrichtung/ Spezialisierung

Kommunikation und Netzwerkökologie

- Ausrichtung (ideell und real) der Kommunikation im Netzwerk
 - o zentrisch oder gleichgestellt
- Kommunikationsformen
- Beziehung zu anderen Netzwerken?
 - o Entwicklung weiterer Netzwerke aus bestehendem Netzwerk
 - o Netzwerk ist Teil eines größeren Netzwerkes
 - o Netzwerk ist Rahmen für mehrere Netzwerke
 - o Netzwerk kooperiert mit anderen Netzwerken

Mitglieder / Teilnehmer

- Struktur der Mitgliedsunternehmen (klein, mittel, groß, Lebensphasen, ...)
 - o Schwerpunktbranchen
- Unternehmensvertreter im Netzwerk (Position des Mitarbeiters)
- Zeithorizont aus Sicht der Mitglieder
 - o unbefristet, befristet (z.B. für ein Projekt)
- Verhältnis der Mitgliederzahl zur gesamten Branche in Hamburg
- Veränderung der Mitgliedszahlen / Fluktuationen
- Akquise von Mitgliedern
 - o Marketing
 - o Erweiterung des Themenkreises zur Deckung weitere Zielgruppen/ Bedarfe

- Auswahlkriterien / Schwerpunkte
 - Erweiterung durch Aufnahme branchenfremder Teilnehmer
 - Aus- bzw. Angliederung von Subinitiativen
- öffentliche Einrichtungen, gemeinnützige Träger oder Verbände zu den Mitgliedern

Leistung und Risiken

- Vorteile des Netzwerkes für die Unternehmen
 - ganzheitlicher Ansatz
 - subjektive Motivationsgründe für ein einzelnes Unternehmen
- Verweigerung / Hemmschwellen mancher Unternehmen der Mitgliedschaft im Netzwerk
- Nachteile durch die Mitgliedschaft im Netzwerk
 - im Allgemeinen
 - subjektive Sicht des Unternehmens
 - Aufwand, Zeit, Verpflichtungen, Geld
- Warum schließen sich nicht alle Unternehmen zu Netzwerken zusammen? Bezogen auf die gesamte Hamburger Wirtschaft!
- Bedeutung/ mögliche Folgen weiterer Unternehmenszusammenschlüsse zu Netzwerken für die bestehenden Initiativen

zusätzliche Fragen an Interviewpartner 3

Rolle und Bedeutung der Handelskammer für die Hamburger Wirtschaft

Clusterpolitik in Hamburg

- Clusterförderung in Hamburg
 - Konkurrenz unter den bestehenden Clustern
 - Bedeutung/ Folgen durch die Gründung weiterer Cluster
- Priorisierung von Wirtschaftszweigen durch die Clusterförderung/ öffentliche Förderung
 - Position der Handelskammer

Netzwerkförderung

- Wichtigkeit von Wissen/ F&E/ Innovation für die Unternehmen
- Bereitschaft der Unternehmen/ Kooperationsneigung
 - Themen und Schwerpunkte
- Organisationsformen der Unternehmen
 - Cluster, Netzwerke, Verbände, unternehmerische Projekte/ Forschungsprojekte
 - Unterstützung durch die Handelskammer