



Hochschule
Zittau/Görlitz
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Der Einfluss regionaler Branchenkompetenzen auf den Tagungs- und Kongresstourismus von Destinationen

Abschlussarbeit

zur Erlangung des Titels

**Master of Arts
(M.A.)**

im Studiengang Internationales Tourismusmanagement
der Fakultät Management- und Kulturwissenschaften

an der Hochschule Zittau/Görlitz – University of Applied Sciences

vorgelegt von

Sebastian Sotero

Matrikelnummer: 203657

geboren am: 01.10.1989 in Sebnitz

1. Gutachter: Prof. Dr. oec. Ute Pflücke
2. Gutachter: Dipl.-Kffr. Solvig Langschwager

Görlitz, 16.04.2018

Kurzreferat

„Zusammenkommen ist ein Beginn, Zusammenbleiben ein Fortschritt, Zusammenarbeiten ein Erfolg“. Dieses Zitat von Henry Ford hat in der globalen Marktwirtschaft an Bedeutung nie verloren. Im Gegenteil, mit der Entwicklung der Industriegesellschaft zur modernen Dienstleistungsgesellschaft bündeln immer häufiger Unternehmen in Städten und Regionen ihre Kompetenzen und fördern damit die wichtigste Ressource der Menschheit – das Wissen. Das Vertrauen in die Kooperationen wird heute zum Schlüsselement zwischen der Wissenschaft und der Wirtschaft. Tagungen und Kongresse erzeugen eine Plattform des persönlichen Austauschs, fördern damit das notwendige Vertrauen und gleichzeitig den Transfer der Ressource Wissen. Damit ergibt sich ein wechselseitiger Bedarf, der unter anderem dafür sorgt, dass sich erfolgreiche Kongressstädte herausbilden können.

Gender Erklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Masterarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
Glossar.....	VII
1 Forschungsportrait	1
1.1 Forschungsobjekt.....	1
1.2 Forschungsziel.....	1
1.3 Forschungsstrategie.....	2
1.4 Forschungsnutzen.....	3
2 Der Charakter der deutschen Meeting Industry	4
2.1 Einordnung.....	4
2.2 Definitionsdiskussion.....	4
2.3 Geschäftliche Veranstaltungsformen.....	6
2.4 Veranstalter aus Wissenschaft und Wirtschaft	8
2.5 Nationale und internationale Bedeutung.....	9
2.6 Bedeutung für Kongressstädte	10
3 Erfolgsfaktoren von Kongressstädten am Beispiel von Dresden.....	12
3.1 Harte Einflussfaktoren	13
3.1.1 Verkehrsanbindung	13
3.1.2 Kongressinfrastruktur	17
3.1.3 Wirtschaftsstruktur und wissenschaftliche Einrichtungen.....	18
3.2 Weiche Standortfaktoren.....	21
3.2.1 Freizeit- und Kulturangebot	21
3.2.2 Kongressmarketing.....	23
3.2.3 Image als Kongressstadt	25
3.3 Schlussfolgerung.....	26
4 Branchenkompetenzen	29
4.1 Branchenbegriff.....	29
4.2 Nationale Kompetenzfelder	30

4.3 Regionale Kompetenzfelder	31
4.3.1 Praxisbeispiele	33
4.3.2 Entstehungs- und Entwicklungstheorien	35
4.3.3 Ziele	38
4.3.4 Anforderung an den Standort	40
4.3.5 Förderung von Kompetenzfeldern	41
4.4 Kompetenzdestination Dresden	42
4.4.1 Mikroelektronik/ Informations- und Kommunikationstechnologie.....	42
4.4.2 Life Sciences/ Biotechnologie	43
4.4.3 Software	43
4.4.4 Nanotechnologie/ Neue Werkstoffe	44
4.5 Zwischenfazit	45
5 Der Einfluss regionaler Branchenkompetenzen auf Kongressstädte	47
5.1 Literaturrecherche	47
5.2 Thesen	49
5.3 Experteninterviews	50
5.4 Geografische Ballung von Wissen.....	51
5.4.1 Veranstaltungspotential durch nationales Branchenwissen	51
5.4.2 Veranstaltungspotential durch regionales Branchenwissen	53
5.5 Erhöhter Wissenstransferbedarf im Cluster	55
5.5.1 Veranstaltungsfördernde Kommunikationsatmosphäre.....	55
5.5.2 Lokalisierte Bildung als Triebfeder für Seminare und Weiterbildungen ..	57
5.5.3 Wissenschaftliche Treffen durch die Forschungs- und Innovationskraft.	57
5.6 Themenspezialisierung	58
5.6.1 Themenspezifische Eigenveranstaltungen	59
5.6.2 Anziehung von Fremdveranstaltungen	61
5.6.3 Treffpunkt internationaler Fachveranstaltungen.....	62
5.7 Einfluss- und Wirkungsmodell	64
5.8 Nutzen und Mehrwert der Ergebnisse	66
5.8.1 Nutzen für regionale Kompetenzfelder.....	66

5.8.2	Nutzen für Kongressstädte	68
6	Schlussbetrachtung.....	71
	Quellenverzeichnis	VIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Veranstaltungsnachfrager im Tagungs- und Kongresstourismus	9
Abbildung 2: Aufteilung der Veranstaltungsarten am Gesamtvolumen 2017	10
Abbildung 3: Regionales und überregionales Straßennetz Dresden	15
Abbildung 4: Kongressinfrastruktur Dresden	18
Abbildung 5: Aufgabengebiete der Dresden Marketing GmbH	24
Abbildung 6: Ranking der Stadt Dresden als Kongressdestination	28
Abbildung 7: Kernmerkmale eines Clusters am Beispiel der Gesundheitsbranche	33
Abbildung 8: Industriedistrikte als Ansatz für die Clusterentstehung	37
Abbildung 9: Veranstaltungsintensive und veranstaltungsarme Branchen	52
Abbildung 10: Veranstaltungsschwerpunkte nach Branchen in Dresden 2016	54
Abbildung 11: Legende zum nachfolgenden Einfluss- und Wirkungsmodell	64

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einordnung der Tagungs- und Kongressbranche im Geschäftstourismus	4
Tabelle 2: Allgemeine Ziele von Tagungen und Kongressen	6
Tabelle 3: Durchschnittliche finanzielle Aufwendungen eines Kongressteilnehmers....	11
Tabelle 4: Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen in Dresden	20
Tabelle 5: Indikatoren nationaler Kompetenzfelder.....	30
Tabelle 6: Key Facts Nürnberg als Clusterbeispiel im Bereich Medizin.....	34
Tabelle 7: Key Facts Mainz als Beispiel für Cluster im Bereich Chemie und Pharma ..	34
Tabelle 8: Key Facts Köln als Beispiel für Cluster in der Medientechnologie/ IKT	35
Tabelle 9: Key Facts Frankfurt am Main als Finanzdienstleistungscluster	35
Tabelle 10: Instrumente der Clusterförderung	41
Tabelle 11: Dresdner Cluster Mikroelektronik/ IKT.....	42
Tabelle 12: Dresdner Cluster Life Sciences/ Biotechnologie	43
Tabelle 13: Dresdner Cluster Software.....	44
Tabelle 14: Dresdner Cluster Nanotechnologie/ Neue Werkstoffe/ Energie	44
Tabelle 15: Thesenaufstellung	50
Tabelle 16: Interviewpartner	51
Tabelle 17: Wichtige Kongresse im Dresdner Kompetenzfeld Mikrotechnologie/ IKT ..	63

Abkürzungsverzeichnis

ca.	Circa
z.B.	zum Beispiel
i.d.R.	in der Regel
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
B-to-B	Geschäftsbeziehungen zwischen mindestens zwei Unternehmen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
UNWTO	World Tourism Organization
ESOC	European Space Operations Centre
EADS	European Aeronautic Defence and Space
PWC	PricewaterhouseCoopers GmbH
COMEDD	Center for Organic Materials and Electronic Devices Dresden
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
MICE	Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions
EVVC	Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e.V.
GCB	German Convention Bureau e.V.
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
EITW	Europäisches Institut für Tagungswirtschaft
ICCA	International Congress and Convention Association
DVGS	Deutsche Gesellschaft für Gastroenterologie, Verdauungs- und Stoffwechselkrankheiten
DGU	Deutsche Gesellschaft für Urologie
FEMS	Federation of European Microbiological Societies
WCRM	World Conference on Regenerative Medicine

Glossar

Meeting Industry	Kongresswirtschaft/ Kongressbranche
Social Events	Gesellschaftliche Veranstaltungen
3rd Place	unabhängiger Ort für ein Treffen
Webinare	Seminar über das World Wide Web
Streamings	Liveübertragung von Video- und Audiodaten
Podcasts	Verfügbarstellung von Audiodaten
Hybridveranstaltungen	Vermischung virtueller und realer Veranstaltungen
Corporate	Unternehmens- bzw. Geschäftsbezogenheit
Leisure	Freizeit
Chairman	Vorsitzender/ Sitzungsleiter
Pre- und Post-Convention	Aufenthalt vor und nach dem Kongress
Fuzzy concept	verschwommenes Konzept
Medical Valley	geografisches Zentrum medizinischer Kompetenz
Life Sciences	Lebenswissenschaften/ Biowissenschaften
Industrie 4.0	Digital vernetzte Produktionssysteme
Embedded Systems	eingebettetes Computersystem
Break out Rooms	Gruppenräume

1 Forschungsportrait

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Tagungs- und Kongresstourismus als umsatzstärkstes Segment des Geschäftstourismus. Kongressstädte sind als Destinationen zu betrachten, die sich auf diese touristische Zielgruppe spezialisiert haben und optimale Voraussetzungen für die Durchführung fachlicher Veranstaltungen bieten. Spätestens seit der veröffentlichten Kompetenzfeldstrategie des German Convention Bureaus e.V. wird deutlich, wie wichtig der regionale Wirtschafts- und Wissenschaftsraum für den Erfolg einer Kongressstadt ist. Die Marketingbroschüre schnitt die Bedeutung von regionalen Branchenkompetenzen an, weshalb in den vergangenen Jahren Wirtschafts- und Wissenschaftscluster in den Fokus des Veranstaltungsgeschäfts gerückt sind. Bekannt ist, dass Cluster eine positive Wirkung auf die gesamte Stadt- und Regionalentwicklung haben. Grundsätzlich existiert jedoch keine explizite Literatur, die aufklärt welche Determinanten dafür verantwortlich sind, dass diese sogenannten Kompetenzfelder die Meeting Industry bestärken. Der Forschungsrahmen der Arbeit beleuchtet deshalb den Einfluss und die Wirkung regionaler Branchenkompetenzen auf Kongressstädte.

1.1 Forschungsobjekt

Im Mittelpunkt der Untersuchungen stehen die nationale Tagungs- und Kongresswirtschaft sowie Kongressstädte als geografisch abgegrenzte Gebiete der Branche. Zentrale Bedeutung nimmt auch der lokale Wirtschafts- und Wissenschaftsraum ein, der neben weiteren Einflussfaktoren den Erfolg von Kongressstädten beeinflusst. Augenmerk liegt hierbei auf Wirtschafts- und Wissenschaftsclustern, welche als Triebfeder der regionalen Branchenkompetenz gelten. Innerhalb der Arbeit ist auch die Kongressstadt Dresden als Forschungsobjekt zu betrachten, da die sächsische Landeshauptstadt fortwährend literarische Ansätze und theoretische Grundlagen praktisch verdeutlichen wird.

1.2 Forschungsziel

Die Arbeit stützt sich auf den branchenbezogenen Tenor, dass besonders regionale Kompetenzfelder den Kongressstandort fördern und sucht daher in erster Linie nach kompetenzbildenden Prozessen in Clustern um Erkenntnisse darüber zu erhalten, welche Determinanten den erhöhten Veranstaltungsbedarf wecken. Die kritische Betrachtung soll jedoch auch einschätzen, in welchem Maße die positive Wirkung wirklich gegeben ist und welche Bedeutung regionalen Branchenkompetenzen zugeschrieben werden kann. Hierfür sollen in drei Teilzielen wesentliche Erkenntnisse errungen werden. Das erste

Teilziel der Arbeit soll die Frage klären, über welche Faktoren sich ein Tagungs- und Kongressstandort definiert. Im zweiten Teil der Arbeit wird Bezug auf das wirtschaftliche und wissenschaftliche Umfeld genommen. Ziel ist es, den vor allem im Kongressgeschäft verwendeten Begriff ‚Branchenkompetenz‘ zu verdeutlichen. Hierbei soll der Unterschied zwischen nationalen und regionalen Kompetenzfeldern aufgezeigt werden. Der Fokus liegt auf der Bedeutung regionaler Kompetenzen, weshalb im Zuge dessen regionale Wirtschafts- und Wissenschaftscluster genauer beschrieben werden. Das dritte Teilziel beschäftigt sich mit dem Einfluss regionaler Branchenkompetenzen auf Kongressstädte. Hierzu werden synergetische Effekte zwischen regionalen Kompetenzfeldern und dem Veranstaltungssegment erforscht und die Ergebnisse zielgerecht interpretiert. Die Resultate sollen abschließend reflektiert und der Mehrwert für Kongressstädte sowie für regionale Kompetenzfelder gefiltert werden. Die Intension des Autors ist es, einen Beitrag zur Stärkung und Förderung der deutschen Tagungs- und Kongresswirtschaft zu leisten.

1.3 Forschungsstrategie

Die Strategie der Arbeit erfolgt nach einem schematischen Stufensystem, sodass Ergebnisse eines Kapitels unabdingbar für die darauffolgenden Abschnitte sind. Insbesondere die einleitende Charakterisierung der Tagungs- und Kongresswirtschaft sowie die Definition der Einflussfaktoren einer Kongressstadt bilden wichtige Bausteine für den logischen Aufbau der Arbeit. Einflüsse werden hierbei theoretisch aber auch praktisch durch eine Standortanalyse an der Kongressstadt Dresden aufgezeigt. Darauffolgend sollen durch eine breite Literaturrecherche Kompetenzfelder sowie Wirtschafts- und Wissenschaftscluster allgemeingültig beschrieben werden. Regionale Kompetenzbereiche, insbesondere die der Stadt Dresden, werden dabei durch Fakten und Kennzahlen untermauert. Die Kernthematik zielt darauf ab, den Einfluss von regionalen Branchenkompetenzen auf den Tagungs- und Kongresstourismus einer Destination zu konkretisieren und zu formulieren. Hierbei stehen öffentliche Studien der Veranstaltungsbranche, interne Studien der Dresden Marketing GmbH sowie durchgeführte Experteninterviews im Vordergrund, die nach der Erkennung erster synergetischer Verbindungen, Thesen bestätigen bzw. widerlegen sollen. Bestätigte Synergien werden in einem Modell vorgestellt, welches den Einfluss und die Wirkung der Branchenkompetenzen auf die Tagungs- und Kongresswirtschaft begleitend veranschaulichen soll. Im Schlussteil der Arbeit werden die gesamten Erkenntnisse der Arbeit reflektiert und der Nutzen für Kongressstädte sowie für regionale Kompetenzfelder herausgestellt.

1.4 Forschungsnutzen

Von den Ergebnissen der Arbeit profitiert in erster Linie die nationale Kongressbranche, da die Ergebnisse veranstaltungsrelevante Potentiale in Clustern aufzeigen sollen. Nutzen aus der Arbeit sollen jedoch auch regionale Branchennetzwerke ziehen, da Akteure aus der Wissenschaft und der Wirtschaft Interesse daran haben Wissen in Form von Tagungen und Kongressen zu transferieren. Die Arbeit bewertet diesbezüglich auch die Bedeutung der Kongressinfrastruktur in der Kompetenzbildung regionaler Branchennetzwerke.

2 Der Charakter der deutschen Meeting Industry

Bereits zur Jahrtausendwende bezeichnete Schreiber (2002) den Kongress- und Tagungsmarkt als Königsdisziplin der Tourismuswirtschaft. Im Kontrast dazu steht die von Tourismusforschern anhaltende Diskussion, ob die Kongressbranche ein eigenständiger Wirtschaftszweig ist und ob sie überhaupt als Teil der Tourismusbranche angesehen werden kann.¹

2.1 Einordnung

Die Welttourismusorganisation (UNWTO) schließt in ihrer Tourismusdefinition alle Arten geschäftlicher Reisemotive ein und erfasst sie als Teil des Tourismus. Die Aufschlüsselung des Geschäftstourismus verrät, dass sich der Tagungs- und Kongress-tourismus als Teil promotabler Geschäftsreisen positioniert. Die vorliegende Arbeit stützt sich deshalb auf die Anführungen der UNWTO und interpretiert die Tagungs- und Kongresswirtschaft als Segment der Tourismusbranche.²

Geschäftstourismus	
Promotable Geschäftsreisen	Nicht-promotable Geschäftsreisen
Messe- und Ausstellungsreisen	Absatz und Vertrieb
Tagungs- und Kongressreisen	Vorbereitung von Geschäftsabschlüssen
Incentive-Reisen	Montage- / Reparatur- / Wartungsarbeiten
	Koordination/ Abstimmungen zw. Firmen

Tabelle 1: Einordnung der Tagungs- und Kongressbranche im Geschäftstourismus

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. UNWTO 2014

2.2 Definitionsdiskussion

Für die vorliegende Arbeit ist es bedeutend den Tagungs- und Kongress-tourismus zu definieren, da die Intension und der Zweck der Branche im weiteren Verlauf einen essentiellen Baustein darstellt. Die Betrachtung verschiedener Quellen zeigt auf, dass keine einheitliche Definition existiert, daher muss Stellung genommen werden, wie das Kongresswesen zu interpretieren ist. Eine erste Unstimmigkeit ergibt sich aus der Frage, ob Kongressreisende nur dann als solche bezeichnet werden können, wenn die Teilnahme an der Veranstaltung aus geschäftlichen Gründen erfolgt. Wie in Kapitel 2.1 aufgezeigt, kategorisiert die UNWTO Tagungs- und Kongressreisen dem Geschäftstourismus unter. Schreiber (2002) hingegen argumentiert, dass auch nebenberufliche oder private Tätigkeiten zur Teilnahme an Tagungen und Kongressen

¹ Vgl. Schreiber 2002, S. 3

² Vgl. UNWTO 2014

führen können.³ Gleichzeitig stellt sich die Frage, ob teilnehmende Einwohner und Arbeitskräfte aus der Kongressdestination zu Tagungs- und Kongressreisenden zählen. Kasper (1998) positioniert sich gegen die Einbeziehung jener Akteure: ⁴„[...] die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen ergeben [...] und für die der Ort der Zusammenkunft weder hauptsächlichlicher Wohn- noch Arbeitsort ist“. Fast ein Jahrzehnt später beschreiben Hammer und Naumann (2006), dass nicht die An- und Abreise ausschlaggebend für den Terminus 'Kongressreisende' sind, sondern das kollektive Ziel bzw. der gemeinsame Reiseanlass. Der Gruppencharakter der Kongresswirtschaft wird dabei deutlich hervorgehoben.⁵

Ein weiterer Diskussionspunkt, der sich innerhalb der Definition ergibt, ist die Zuordnung spezifischer Veranstaltungsarten im Tagungs- und Kongressgeschäft, da diese sich international unterschiedlicher Ansätze bedienen. Oftmals wird der Tagungs- und Kongresstourismus mit dem gesamten MICE Sektor gleichgestellt und somit zählen bspw. auch Teambuildingreisen darunter. Kaspar (1998) konzentriert sich innerhalb seiner Definition auf den gemeinsamen Zweck aller geschäftlichen Zusammentreffen: ⁶„[...] wissenschaftlichem oder fachlichem Informationsaustausch [...]“. Festzuhalten ist, dass Kaspar (1998) im Gegensatz zur UNWTO Messe- und Ausstellungsreisen nicht separiert, da diese ebenfalls zum Wissens- und Informationsaustausch dienen. Weiterhin distanziert er sich von Social Events, Festivitäten oder anderen Veranstaltungen, die nicht im konkreten Zusammenhang geschäftlicher Schwerpunkte stehen. Anschließende Rahmenprogramme, Teambuildingmaßnahmen oder Galaabende betrachtet er nur dann als Teil des Kongressgeschäftes, solange der Hauptgrund des Zusammentreffens die fachliche Veranstaltung ist. Er tangiert damit die Ausführungen von Beckmann (2003), der den Wissenstransfer als Ziel von Tagungen und Kongressen interpretierte.⁷

³ Vgl. Schreiber 2002, S. 7

⁴ Kaspar 1998, S. 17

⁵ Vgl. Hammer/Naumann 2006, S. 20

⁶ Kaspar 1998, S. 28

⁷ Vgl. Beckmann 2003, S. 15

Der Wissenstransfer als Ziel von Tagungen und Kongressen

Informationen zusammenstellen und verarbeiten	Botschaften begreifbar machen
Transfer von Wissen und Erkenntnissen gewährleisten	Einstellungen und Handlungen der Teilnehmer beeinflussen
Multisensorische Ansprachen unterstützen	Interaktion und Austausch begünstigen, Netzwerke bilden
Produkt- und Dienstleistungsqualität vorstellen	Interdisziplinarität fördern
Kundengewinnung und -bindung	Angebots- und Konkurrenzumfeld kennenlernen
Absatzquellen und Märkte erschließen	

Tabelle 2: Allgemeine Ziele von Tagungen und Kongressen

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Beckmann 2003 S. 15 und S. 38 ff.

Der Autor der vorliegenden Arbeit schließt sich den Erläuterungen von Schreiber (2002), Hammer und Naumann (2006) aber vor allem auch den von Beckmann (2003) an und bewertet die Tagungs- und Kongressbranche folgendermaßen:

Die Tagungs- und Kongresswirtschaft wird durch den Kollektivcharakter der Tagungs- und Kongressteilnehmer bestimmt – weniger durch die Rolle der individuellen Teilnehmer. Die Differenzierung ob einzelne Personen Reisende oder Bewohner und Arbeitnehmer in der Zieldestination sind, beeinflusst nur ökonomische Effekte der Veranstaltung. Im Mittelpunkt der ursprünglichen Segmentdefinition steht der Wissenstransfer, der an einem Veranstaltungsort durchgeführt wird. Die berufs-, erwerbs- bzw. nebenberufliche Bildung ist folglich das übergeordnete Ziel jeder Veranstaltung. Die zentrale Aufgabe des Kongress- und Tagungswesens liegt in der Koordination und dem Transfer interdisziplinärer Ansätze aus Wissenschaft und Forschung, sowie praktischer Anforderungen der Wirtschaft an unabhängigen Orten (3rd Place). Kongresse und Tagungen sind ein vielseitiger und variierender Marktplatz für neues Wissen, eine Plattform des Wissensaustausches sowie Ausbildungs- und Fortbildungsort. Das Tagungs- und Kongresswesen fungiert als Impulsgeber für politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche sowie soziale Prozesse und dient darüber hinaus zur Völkerverständigung. Die Veranstaltungsformen entfernen sich vom klassischen Event, obwohl bereichernde Elemente die Hauptveranstaltung begleiten können, wenn diese nicht im Mittelpunkt des Treffens stehen.

2.3 Geschäftliche Veranstaltungsformen

Im Unterschied zur allgemeinen Begriffserklärung des Tagungs- und Kongresstourismus lassen sich wissensbasierte Veranstaltungsformen global einheitlich definieren. Im

Folgenden werden deshalb die wesentlichsten und häufigsten Formen der Nachfrager vorgestellt.

Großkongresse

Zu den Großveranstaltungen zählten nach Gugg (1972) Städtetage oder Bürgertreffen. Heute werden Veranstaltungen dieser Größenordnung unter Groß- oder Megakongressen zusammengefasst, welche nicht selten mehr als 5000 Teilnehmer umfassen, Kongressstädte an Kapazitätsgrenzen bringen und nur mit Vorlaufplanung mehrerer Jahre realisierbar umgesetzt werden können.⁸

Kongresse

Der Kongress (lateinisch congressus = ‚Zusammenkunft‘) ist ein Gattungsbegriff für Versammlungen auf nationaler oder internationaler Ebene. Einer der geschichtsträchtigsten Kongresse war der Wiener Kongress (1814–1815), zur Neuordnung Europas nach den napoleonischen Kriegen. Kongresse im 21. Jahrhundert nehmen einen hohen Stellenwert in Destinationen ein. Sie bilden Aushängeschilder für Städte, da die Teilnehmer oftmals aus aller Welt stammen. Sie behandeln eine Vielzahl von wichtigen Einzelthemen innerhalb eines geschlossenen Sachgebiets und dauern in der Regel mehr als einen Tag bis maximal sieben Tage. Die Teilnehmerzahl liegt meist bei weit über 500 Personen. Sie sind aus Sicht der Veranstaltungsplaner, sowie aus Sicht der Destination, in der ein Kongress etabliert werden soll, ein langfristiges Projekt. Von der Entscheidung einen Kongress durchzuführen bis hin zur Veranstaltung vergehen in der Regel mehrere Jahre, obwohl sich der Planungsprozess in Zeiten der Globalisierung fortlaufend verkürzt. Der Vergleich zwischen Schreiber (2002) und Schreiber (2012) bestätigt, dass die Organisation heute deutlich zeiteffizienter erfolgt. Durchliefen Kongresse vor zehn Jahren Organisationszeiträume von ein bis acht Jahren, so dauert es heute im Schnitt drei bis vier Jahre.⁹

Tagungen

Eine Tagung ist die Zusammenkunft von Personen zur zielgerichteten Kommunikation, die von Unternehmen, Vereinigungen, Institutionen oder Organisationen durchgeführt wird. Als Hauptgegenstände einer Tagung gelten allgemein Beratung, Diskussion sowie Gedanken- und Informationsaustausch, weshalb Tagungen oftmals parallel stattfindende Workshops oder Ausstellungen vereinen. Eine Tagung ist eine meist ein-

⁸ Vgl. Gugg 1972, S. 24

⁹ Vgl. Schreiber 2002, S. 6 ff. und Schreiber 2012 Seite 6 ff.

bis zweitägige Zusammenkunft von bis zu 250 Personen. Im wissenschaftlichen Bereich werden Tagungen eher als Kolloquien oder Symposien bezeichnet. Neben Meetings und Weiterbildungen sind Tagungen die häufigste Form geschäftlicher Zusammentreffen.¹⁰

Meetings und Konferenzen

Das Wort ‚Konferenz‘ basiert auf dem lateinischen Wort conferre und bedeutet so viel wie zusammentragen oder sich austauschen. Adler (1999): ¹¹„Eine Konferenz ist ein zielgerichtetes, geplantes, gelenktes und kontrolliertes Sachgespräch zwischen einem Konferenzleiter und mehreren Konferenzteilnehmern, die zur Besprechung eines bestimmten Themas zusammengekommen sind.“ An einer Konferenz nehmen bis zu 100 Personen teil. Die zeitliche Dauer einer Konferenz liegt bei höchstens einem Tag. Die Begriffserklärung ‚Meeting‘ steht mit der Bezeichnung ‚Konferenz‘ in Verbindung, wird jedoch häufiger für kleine innerbetriebliche Zusammentreffen genutzt.¹²

Seminare, Schulungen und Kurse

Seminare, Schulungen und Kurse dienen dem konkreten Ziel der Weiterbildung. Unter einer Weiterbildung wird eine Lehrveranstaltung bezeichnet, die unter Anleitung einer oder mehrerer Fachkräfte gehalten wird und i.d.R. nicht mehr als 50 Personen umfasst. Im Zeitalter der Digitalisierung ersetzen Webinare und computergestützte Seminare teilweise ganze Lehrveranstaltungen. Oftmals finden Weiterbildungen auch auf reale Weise statt und bieten Möglichkeiten der ortsunabhängigen Integration durch Streamings oder Podcasts. Konservative Veranstaltungsformen, wie Kongresse, Tagungen, Meetings oder Seminare, die im 21. Jahrhundert mit virtuellen Elementen erweitert werden, sind als Hybridveranstaltungen zu verstehen.¹³

2.4 Veranstalter aus Wissenschaft und Wirtschaft

Da die Wissensweitergabe in den aufgeführten Veranstaltungsformen eine zentrale Komponente darstellt, beurteilt Schreiber (2002), dass die wichtigsten Zielgruppen des Marktes wissenschaftliche Vereinigungen und Verbände, politische und gesellschaftliche Vereinigungen, Wirtschafts- und Interessenverbände sowie Firmen sind.¹⁴ In der Gegenwart lebt das Kongressgeschäft ebenfalls von diesen Nachfragern, jedoch befinden sich darunter auch Agenturen. Diese haben sich in den letzten 20

¹⁰ Vgl. Goschmann, 2000, S. 181

¹¹ Adler 1999, S. 9

¹² Vgl. Adler 1999, S. 9 ff

¹³ Vgl. Goschmann, K. 2000, S. 180

¹⁴ Vgl. Schreiber 2002, S. 283

Jahren durch das aufstrebende Tagungs- und Kongressgeschäft verstärkt gebildet. Hinter den nachfragenden Agenturen stehen jedoch letztlich Kunden, die zu hohen Anteilen aus Unternehmen oder Verbänden resultieren, weshalb die Kongressdienstleister nur die statistische Veranstaltungsherkunft beeinflussen.¹⁵

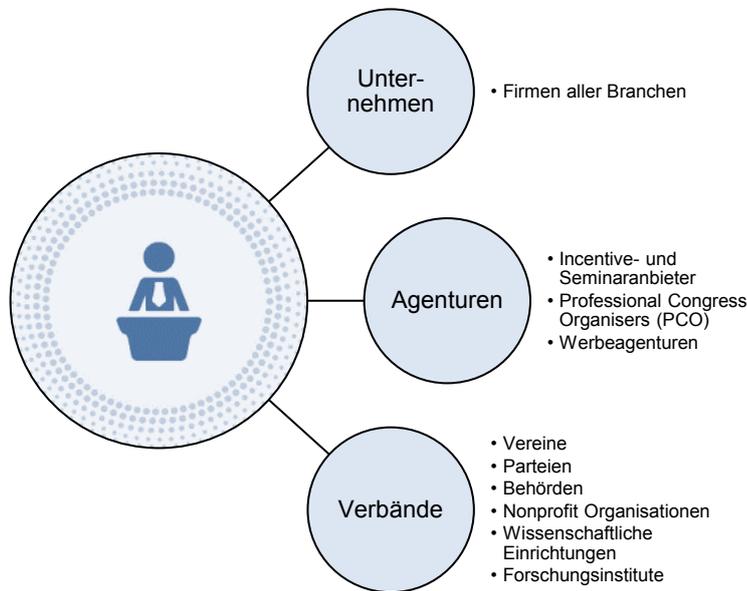


Abbildung 1: Veranstaltungsnachfrager im Tagungs- und Kongresstourismus

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. EITW 2013, S. 10

2.5 Nationale und internationale Bedeutung

Deutschland ist eine der führenden Kongressdestinationen weltweit. Die Entwicklung des nationalen Kongressstandortes überwacht die seit 2007 einzige innerdeutsche Studie zum Veranstaltermarkt. Initiiert wurde sie vom Europäischen Verband der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC), dem German Convention Bureau e.V. (GCB) und der deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT). Ausgeführt wird die annuelle Analyse zum Veranstaltermarkt vom Europäischen Institut für Tagungswirtschaft (EITW) an der Hochschule Harz unter der Studienbezeichnung ‚Meeting- und Eventbarometer‘. Das German Convention Bureau e.V. vermarktet den Tagungs- und Kongressstandort als Dachorganisation national, sowie international und nutzt die Studien um jährliche Entwicklungen, Trends und Themen zu kommunizieren. Deutschland übernimmt 2017 im europäischen Vergleich weiterhin den ersten Platz als Veranstaltungsdestination mit 394 Millionen Teilnehmern (+0,4 Prozent) und 3,02 Millionen Veranstaltungen (-1,5 Prozent). Die mit Abstand wichtigsten Veranstaltungsarten in den deutschen

¹⁵ Vgl. Schreiber 2002, S. 283

Veranstaltungsstätten sind Kongresse, Tagungen und Seminare, die mit 57,7 Prozent am gesamten Veranstaltungsvolumen einen Zuwachs von über 5,6 Prozentpunkten zum Vorjahr aufweisen. Die Macht des Tagungs- und Kongresswesens im Veranstaltungsmarkt wird dadurch sichtbar.¹⁶

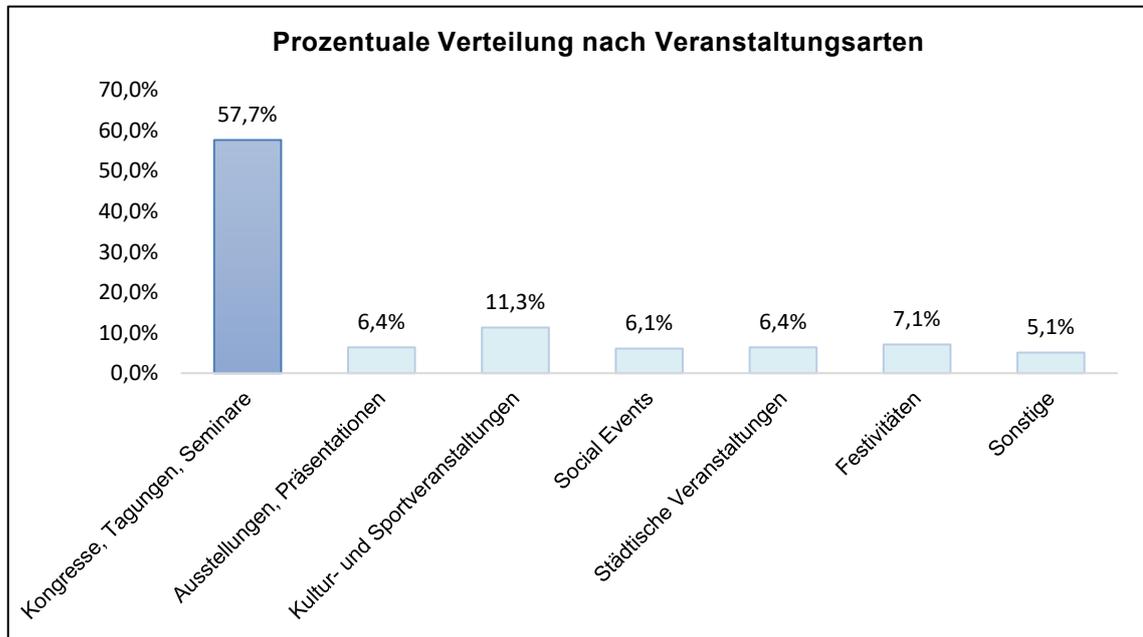


Abbildung 2: Aufteilung der Veranstaltungsarten am Gesamtvolumen 2017

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. EITW 2017, S. 16

Insgesamt zählt die deutsche Kongressinfrastruktur 7313 Einrichtungen, auf die sich die Veranstaltungen aufgeteilt haben. Die derzeitige Angebotssituation umfasst 1778 Veranstaltungszentren (24 Prozent), 3351 Tagungshotels (46 Prozent) und 2184 Eventlocations. (30 Prozent).¹⁷ Die Tagungs- und Kongresswirtschaft erlangt mit mehr als 40 Mrd. € Umsatzvolumen an immer höherer Bedeutung in Deutschland.¹⁸

2.6 Bedeutung für Kongressstädte

Für deutsche Kongressstädte haben die Studien, sowie das Marketing des GCB hohe Relevanz, weil dadurch die Qualität und die Leistung der Städte international kommuniziert wird. Weiterhin werden auch Entwicklungen in den einzelnen Kongressstädten deutlich. Zehn Deutsche Kongressstädte zählen zu den hundert stärksten Kongressstädten der Welt, gemessen am Angebots- und Nachfrageverhalten. Im deutschen Vergleich stechen Berlin, München, Hamburg und Köln als stärkste deutsche Kongressstädte heraus, dicht gefolgt von Leipzig und Dresden als sächsische

¹⁶ Vgl. EITW 2017, S. 9 - 12

¹⁷ Vgl. EITW 2017, S. 16

¹⁸ Vgl. Beckmann, 2003, S. 14

Zentren im nationalen Kongresswesen. Vor dem Hintergrund, dass Studien der EITW ermittelt haben, dass Tagungs- und Kongressteilnehmer die höchsten Ausgaben (ca. 300 Euro pro Teilnehmer am Tag) im Geschäftstourismus generieren, wird klar warum die Branche als ein wichtiger Wirtschaftstreiber für Städte und Regionen gilt. Kongresse, Tagungen und Konferenzen mit hunderten bis tausenden Teilnehmern sind die Motoren des deutschen Geschäftsreisemarktes. Neben den in der Kongressdefinition erwähnten image- und prestigefördernden Effekten, profitieren Destinationen von der direkten und indirekten Wertschöpfung, die aus der Durchführung genannter Veranstaltungen erfolgen. Daraus resultieren induzierte Effekte, die der Region zugutekommen.¹⁹

Wertschöpfungsebenen der Tagungs- und Kongresswirtschaft

Indirekte Wertschöpfung	Direkte Wertschöpfung
Übernachtung	Tagungs- und Kongressteilnahme
Bewirtung	
Rahmenprogramme	
Einzelhandel	
Reisekosten inkl.	
Nahverkehr (ÖPNV, Taxi)	

Tabelle 3: Durchschnittliche finanzielle Aufwendungen eines Kongressteilnehmers

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Silvers 2012, S. 21

¹⁹ Vgl. Silvers 2012, S. 20 ff.

3 Erfolgsfaktoren von Kongressstädten am Beispiel von Dresden

Nachfrager der Veranstaltungsbranche entscheiden sich aus den verschiedensten Gründen für oder gegen eine Destination. Kriterien, die ausschlaggebend für einen Zielort sind, variieren objektiv aber auch subjektiv. Aus Sicht der Veranstaltungsplaner von Tagungen und Kongressen beeinflusst der Wissenstransfer als übergeordnetes Motiv die Entscheidung. Kongressstädte sind dadurch gefordert eine Angebotsstruktur zu bieten, die den Wissenstransfer bestmöglich gewährleistet. Für Kongressstädte wie Dresden ergeben sich zwei Situationen, die entscheidend dafür sind, ob sich große Tagungen, aber auch eintägige Seminare, in der Destination ansiedeln können oder nicht. Im ersten Fall entscheidet sich der Kongressplaner bewusst bzw. gezwungenermaßen für die Kongressstadt Dresden, weshalb weitere Städte von vornherein nicht in den Wettbewerb um die Veranstaltung einsteigen können (Standortpriorität). Grund dafür kann eine bestimmte Unternehmensvernetzung oder ein geschäftsunabhängiger Faktor in der Zielregion sein. Im zweiten Fall ergeben sich Entscheidungsspielräume hinsichtlich des Standortes. Dies könnte der Fall sein, wenn bspw. der Wissenstransfer nicht an einen bestimmten Ort gebunden ist. Verbände rotieren nicht selten weltweit und schreiben ihre Fachkongresse undifferenziert aus. Grundsätzlich ergibt sich daraus ein offener Wettbewerb, an dem Städte wie Dresden teilnehmen können. Destination behaupten sich dann über harte und weiche Standortfaktoren, um das Kongressgeschäft anzuziehen. Auf Standortfaktoren kann die Kongressbranche nur bedingt Einfluss nehmen, jedoch sind diese für die Standortwahl des Nachfragers essentiell. Nachfolgend werden differenzierte Einflussfaktoren vorgestellt und praktisch an der Landeshauptstadt Sachsens geprüft. In der Analyse geht es weniger darum Benchmarking mit anderen Städten zu betreiben, sondern recherchierte Standortanforderungen mit Standortbedingungen der Kongressstadt Dresden zu vergleichen. Das übergeordnete Ziel soll jedoch die Erkenntnis sein, dass der Erfolg als Kongressstadt einer Wechselwirkung zwischen den Faktoren unterliegt. Die Analyse soll ebenfalls einen ersten Einblick in den Einflussfaktor ‚Wirtschafts- und Wissenschaftsraum‘ gewähren, da dieser in den darauffolgenden Kapiteln Grundlage für die Forschungsarbeit ist.²⁰

²⁰ Vgl. Luttermann 2006, S. 36 ff.

Ist-Situation

Dresden, die Hauptstadt des Freistaates Sachsen ist mit knapp 550 tausend Einwohnern die zweitgrößte Stadt Sachsens nach Leipzig (586 tausend) und zwölftstärkste Kommune Deutschlands. Flächenmäßig liegt Dresden mit 328,3 km² leicht vor Leipzig aber auch vor der Stadt München, die mehr als eine Mio. Einwohner zählt.²¹ Dresden hat sich am wettbewerbsintensiven Kongressmarkt eine Spitzenposition im nationalen Vergleich erarbeitet. Vor allem in den letzten Jahren konnte die Kunst- und Kulturmetropole national weiter aufholen. Dresden belegt nach Angaben der International Congress and Convention Association (ICCA) 2017 den sechsten Platz im Ranking der erfolgreichsten Kongressstädte Deutschlands.²² Im Jahr 2012 landete die Destination noch auf Platz elf. International rangiert die Kongressstadt auf Platz 88 (Stand 2015) und überholt damit internationale Tagungs- und Kongressstädte wie Frankfurt am Main. In Dresden fanden 2016 ca. 15 tausend Veranstaltungen mit insgesamt 1,34 Mio. Teilnehmern statt. Knapp 46 tausend Übernachtungen resultierten damit aus dem Tagungsgeschäft.²³

3.1 Harte Einflussfaktoren

Als harte Einflussfaktoren gelten Merkmale, die messbar (wiegen, zählen, messen) sind und somit objektiv bewertet werden können. Schreiber (2012) zählt dazu die Anzahl an Hotels und Betten in einer Stadt, die Verfügbarkeit von Messe- und Kongresshallen aber auch die Flughafenbindung sowie die Existenz von Universitäten und Hochschulen.²⁴ Auch Umfrageergebnisse der EITW bestätigen, dass die Kongressinfrastruktur, die Verkehrsanbindung und die Vielfalt an wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Einrichtungen den Erfolg eines Kongressstandortes bestimmen (Anlage 1). Im Gegensatz zu weichen Faktoren können deshalb deutlichere Aussagen über Defizite oder überdurchschnittliche Stärken eines Standortes getroffen werden.²⁵

3.1.1 Verkehrsanbindung

Der Empfang von nationalen und internationalen Gästen setzt eine schnelle und effiziente Verkehrsanbindung voraus. Dies gilt für die Reise zur Kongressstadt sowie für die Bewegung innerhalb der Stadt. Als besonders wichtig gelten nachstehende Kriterien:

²¹ Vgl. Statista 2016

²² Vgl. ICCA 2017

²³ Vgl. Meeting- und Eventbarometer Dresden 2017

²⁴ Vgl. Schreiber 2012, S. 26

²⁵ Vgl. EITW 2015, S. 21

- Flughafen mit internationalem Charakter und mit maximal einer Stunde Entfernung zur Veranstaltungsstätte
- Autobahnkreuz mit Anschluss an ein leistungsfähiges Straßennetz
- Regional- und Fernverkehr mit ICE-Anschluss
- Ausgebautes Straßenbahn- und Busnetzwerk innerhalb der Destination
- Parkplatzsituation innerhalb der Destination sowie an der Veranstaltungsstätte

Tagungs- und Kongressreisende müssen die Kongressstadt und die Veranstaltungsstätte möglichst schnell und problemlos erreichen können. Besonders für überregionale und internationale Gäste spielt die Anbindung zum Standort eine große Rolle. Der Faktor Verkehrsanbindung ist aufgrund von Kosten-, Zeit- und Effizienzgründen von Unternehmen besonders im Tagungs- und Kongresssegment ein zu betonendes Entscheidungskriterium.²⁶

Dresden liegt beiderseits der Elbe, zu großen Teilen in der Dresdner Elbtalweitung, eingebettet zwischen den Ausläufern des Osterzgebirges, dem Steilabfall der Lausitzer Granitplatte und dem Elbsandsteingebirge, am Übergang vom nordostdeutschen Tiefland zu den östlichen Mittelgebirgen im Süden Ostdeutschlands. Dresden befindet sich aufgrund seiner Nähe zu Tschechien und Polen an der Schwelle von Mittel- nach Osteuropa. Nahe gelegene deutsche Großstädte sind Chemnitz (80 km südwestlich), Leipzig (100 km nordwestlich) und Berlin (200 km nördlich). 150 km südlich befindet sich die tschechische Hauptstadt Prag und 230 km östlich liegt Breslau (Wrocław), die nächstgelegene Partnerstadt Dresdens. Die Anbindung an das regionale und überregionale Straßennetz erfolgt über die Autobahnen A4, A13 und A17 sowie über die Bundesstraßen B6, B97, B170, B172, B173. Dresden erfüllt die Anforderungen an einen mit dem Auto schnell erreichbaren Ort für Tagungs- und Kongressreisende.²⁷

²⁶ Vgl. Luttermann 2006, S. 36 ff.

²⁷ Vgl. Regionomica 2017

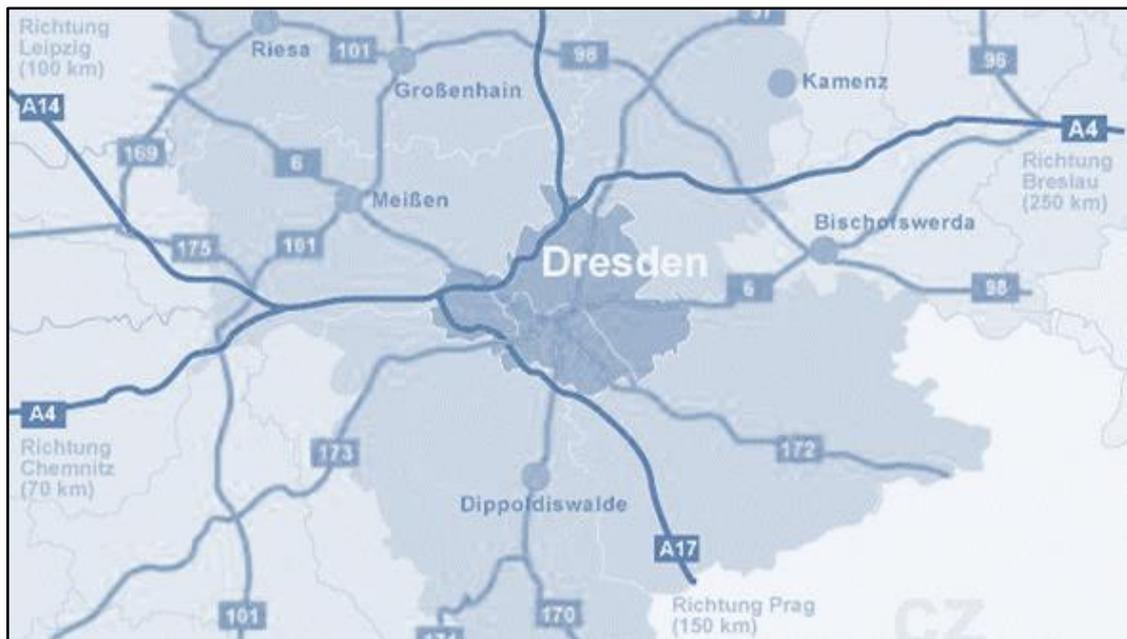


Abbildung 3: Regionales und überregionales Straßennetz Dresden

Quelle: *Regionomica GmbH 2017*

Ein bedeutender Mehrwert für Kongressreisende ist die zentrale Lage der Kongressinfrastruktur. Das Kongresszentrum steht inmitten der Dresdner Altstadt, mit direktem Anschluss an das Maritim Hotel. Die dichte Ansiedlung von Hotels und Veranstaltungsstätten im Stadtgebiet gewährt den Teilnehmern das Auto im Parkhaus des Hotels stehen zu lassen und die Veranstaltungsstätte per Fuß oder mit der Straßenbahn schnell und effizient zu erreichen. Auch der Hauptbahnhof Dresden liegt im Stadtzentrum und bietet Tagesverbindungen zu allen größeren Städten Deutschlands, sowie zu osteuropäischen Wachstumsmärkten, wie Tschechien oder Polen. Dadurch ist auch die An- und Abreise mit dem Zug eine sinnvolle Alternative.²⁸ Der regionale Bahnverkehr, mit drei Linien und 47 Stationen innerhalb Dresdens, ergibt ein 128 km langes Beförderungsnetz. Dies ermöglicht eine schnelle Anbindung an touristische Ausflugsziele um Dresden, wie die Sächsische Schweiz oder die Porzellanstadt Meißen. Mit 12 Straßenbahnlinien, 166 Niederflur-Stadtbahnen und 718 Haltestellen verfügt Dresden über eine Straßenbahnlinienlänge von 213 km. Täglich transportieren 27 Buslinien auf 308 km Linienlänge Einwohner, Touristen und Geschäftsreisende durch das Großraumgebiet Dresden. Mit weiterhin drei innerstädtischen Fährhaltestellen und zwei Bergbahnen trägt der Betreiber des öffentlichen Personennahverkehrs, die Dresdner Verkehrsbetriebe, ein positives Image.²⁹ Der ADAC Monitor bewertete 2017 wie zufrieden Einwohner, Pendler und Besucher der 15 größten deutschen Städte mit ihrer persönlichen Mobilität sind. Dresden

²⁸ Vgl. Maritim Hotel & Internationales Congress Center Dresden 2018

²⁹ Vgl. Landeshauptstadt Dresden 2016

erzielte den Spitzenwert, mit Abstand folgten Hannover und Leipzig. Die Zufriedenheit der Nutzer des Dresdner Bus- und Bahnnetzes ergab sich aus nachfolgenden Gründen:

- Dichtes Haltestellennetz und enge Taktung
- Kurze Wege beim Umsteigen
- Sehr gute Beschilderung an Bahnhöfen/Stationen

Auch bei der Befragung von Fußgängern schnitt Dresden am besten ab. Die positivsten Aspekte waren direkte Wege, sichere Möglichkeiten die Straße zu überqueren und breite Gehwege innerhalb des Stadtzentrums. Laut der Wochenzeitung „Die Zeit“ verfügt Leipzig über ein mittelmäßiges, Dresden hingegen über eines der besten Nahverkehrssysteme im bundesweiten Vergleich. Defizite Leipzigs ergeben sich vor allem im Preisniveau, in der zeitlichen Taktung sowie in der Anbindung am Stadtrand. ³⁰„Leipzig hat großen Nachholbedarf [...] Dresden hat ein deutlich dichteres Haltestellennetz als Leipzig“. Dresden hat seit der Jahrtausendwende rund 100 Millionen Euro mehr in den Nahverkehr investiert als Leipzig. Der Kongressstandort profitiert damit von einer führenden Position im nationalen Vergleich und stellt Tagungs- und Kongressreisenden effiziente Fortbewegungsmöglichkeiten im Stadtgebiet bereit. ³¹

Der 9km (etwa 20 Autominuten) vom Stadtzentrum entfernte ‚Dresden International Airport‘ bietet Linienflüge zu nationalen und internationalen Zielen. Die Infrastruktur wurde seit der Wiedervereinigung komplett modernisiert und wettbewerbsfähig errichtet. Der Dresdner Flughafen verfügt über eine leistungsfähige Start- und Landebahn, ein multifunktionales Terminal mit kurzen Wegen sowie optimale Anbindungen an das Fernstraßen- und Schienennetz, durch die Bahnhaltestelle im Flughafen. Der direkte Anschluss an die Autobahn A4, rund dreitausend terminalnahe Parkplätze sowie das Konferenzcenter im Flughafen bilden ein schlüssiges Gesamtkonzept für Tagungs- und Kongressreisende. Auf dem Flugplan (Stand 2017) stehen direkte Anbindungen an Metropolen und Drehkreuze wie Basel, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln/Bonn, Moskau, München, Palma de Mallorca, Stuttgart und Zürich. Im Charterbereich gibt es tägliche Nonstopflüge ans Mittelmeer, den Atlantik, das Rote oder Schwarze Meer. Das Passagieraufkommen lag 2016 bei rund 1,67 Mio. Im genaueren Vergleich deutscher Flughäfen schneidet Dresden trotzdem unterdurchschnittlich ab. In der Kategorie Größe und Flugangebot (Anzahl an Fluggesellschaften, Anzahl der Verbindungen, Taktung und

³⁰ Die Zeit 2017

³¹ Vgl. ADAC Monitor 2017

Anzahl an Direktflügen) schafft es Dresden nicht unter die zehn besten Flughäfen Deutschlands. Im wettbewerbsintensiven Kongressmarkt muss dieses Defizit kritisch bewertet werden.³²

3.1.2 Kongressinfrastruktur

Ein vielfältiges Angebot an Leistungsträgern ist der Hauptfaktor im Wettbewerb um variierende Veranstaltungen. Die reine Existenz der Kongressinfrastruktur fungiert als Voraussetzung des Kongressgeschäftes, die Varietät hingegen als entscheidende Einflussgröße. In Zeiten des Überangebotes touristischer Leistungsträger setzt der Veranstaltungsplaner voraus, dass ausreichend Übernachtungskapazitäten in der Zieldestination verfügbar sind oder genügend Tagungsmöglichkeiten bestehen. Zu den wichtigsten Einrichtungen des Tagungs- und Kongresswesens zählen Messe-Ausstellungshallen, Veranstaltungs- und Kongresszentren sowie Hotels und Tagungshotels (Siehe Anlage 2). Die Realisierung großer Tagungen und Kongresse erfordert nicht nur Einrichtungen, die mehrere tausend Gäste empfangen können sondern auch flexible Zentren mit zusätzlichen Räumen für Produktvorstellungen oder Workshops (Break-Out Rooms). Vergleiche zwischen Ausschreibungen von Verbände-Kongressen in Deutschland ergeben, dass durchschnittlich mehr als zehn Break-Out Rooms gefordert werden. Die Fähigkeit jene Anforderungen umzusetzen, haben in den meisten Fällen nur moderne, auf Kongresse ausgelegte Veranstaltungszentren oder Messehallen. Hotels und Tagungshotels erfüllen dagegen immer häufiger eine Doppelfunktion als Übernachtungs- und Tagungsstätte. Auch Eventstätten und Special Locations, wie Burgen und Schlösser, nehmen eine wichtige Rolle ein, da verstärkt Einrichtungen mit besonderer Atmosphäre gesucht werden. Veranstaltungsräume in Unternehmen, Instituten oder Bildungsstätten sind der Kongresswirtschaft zu großen Teilen ökonomisch entzogen. Da jedoch in diesen Räumlichkeiten eine Vielzahl an Tagungen durchgeführt und indirekte Prozesse der Wertschöpfung generiert werden, zählen fachliche Veranstaltungen in den Locations zum Kongressgeschäft (Tabelle 3).³³

Das Gesamtangebot an Veranstaltungsstätten in der sächsischen Landeshauptstadt beläuft sich auf 75 Einrichtungen (2016). Die Tagungshotels dominieren den Markt mit 36 Einrichtungen, es prägen aber auch 34 Eventlocations die Angebotssituation in Dresden. Weiterhin gehören fünf Veranstaltungszentren zur Infrastruktur. Deutschlandweit gleicht sich Dresden mit dem hohen Verhältnis an Tagungshotels anderen Kongressstädten an. Die zahlenmäßig vielen Eventlocations/ Special

³² Vgl. Deutsches Kundeninstitut 2017

³³ Vgl. Henschel 2013, S.132

Eventlocations verdeutlichen hingegen den kulturgeprägten Charakter der Stadt. Zahlreiche historische Gebäude verfügen über einen Kern- oder Zusatznutzen als Meeting- und Tagungsort. Ein passendes Beispiel ist das Kurländer Palais, welches 1575 erstmals urkundlich erwähnt wurde und das schon August der Starke nutzte um Sitzungen abzuhalten. Auf dem Neumarkt der Stadt Dresden dient die Eventstätte heute auch für Tagungen mit bis zu 375 Personen. Auch viele Dresdner Museen bieten Tagungsräume. So fand im April 2017 ein interprofessioneller Pflegekongress im Deutschen Hygiene Museum statt. Von der Vielseitigkeit und Flexibilität der Eventlocations profitiert die Kongressstadt immens. 2016 konnten fast 20 Prozent aller geschäftlichen Veranstaltungen in den Einrichtungen gebunden werden.³⁴ Zu den fünf Veranstaltungszentren gehört das Internationale Congress Center Dresden (ICD), welches seit seiner Eröffnung im Jahr 2004 zu den modernsten Kongresszentren Europas zählt und bis zu sechstausend Besuchern Kapazitäten bietet. Auch die Messe Dresden oder das Erlweinformum besitzen die notwendigen Kapazitäten, um Teilnehmer im vierstelligen Bereich zu empfangen. So konnte bspw. im Jahr 2017 der 69. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Urologie (DGU) mit fast dreitausend Teilnehmern realisiert werden. Mit insgesamt fünf Veranstaltungszentren verfügt Dresden jedoch über weniger Veranstaltungszentren als ähnlich große Kongressstädte, wie Leipzig oder Hannover, worin ein Defizit in den Alternativen für Kongressplaner zu erkennen ist.³⁵

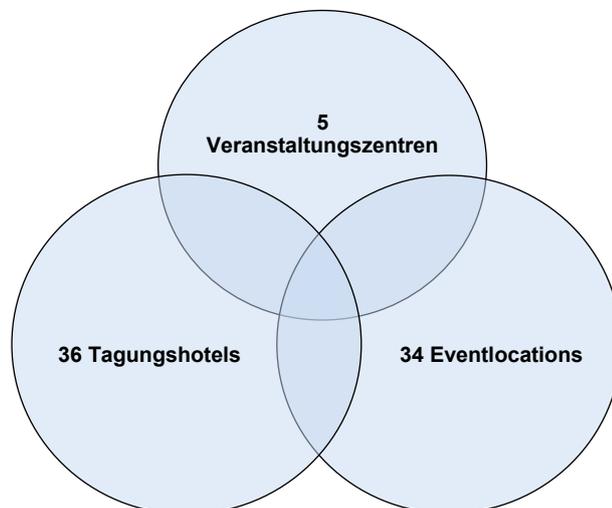


Abbildung 4: Kongressinfrastruktur Dresden

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Meeting- und Eventbarometer Dresden 2016

3.1.3 Wirtschaftsstruktur und wissenschaftliche Einrichtungen

Die ortsansässige Struktur wirtschaftlicher und wissenschaftlicher Institutionen nimmt hohen Einfluss auf den Erfolg einer Kongressstadt, da die Kernfunktion wirtschaftlicher

³⁴ Vgl. Benchmark Event GmbH 2018

³⁵ Vgl. Meeting- und Eventbarometer Dresden, S. 28

und wissenschaftlicher Zusammentreffen, wie im Punkt 2.2 beschrieben, der Know-how-Transfer ist. Zu dieser Erkenntnis kam Schreiber (2012), der vor allem den Bezug zu den Veranstaltern nahm. Diese stammen demnach aus wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Einrichtungen (Siehe Abbildung 3). Einerseits profitiert deshalb das standortbezogene Tagungs- und Kongressgeschäft von lokalen Veranstaltungen der ansässigen Einrichtungen, andererseits ziehen ortsansässige Unternehmen externe Veranstalter in die Destination. Die Größe der Volkswirtschaft hat zudem auch Wirkung auf die bereits vorgestellte Verkehrsinfrastruktur. Eine wirtschaftlich stark aufgestellte Region bietet folglich Nährboden für den Tagungs- und Kongresstourismus.³⁶ Firmen- oder Verbandsniederlassungen, unterschiedlichste Partner in B-to-B Prozessen, oder Hochschulen und Forschungseinrichtungen am Zielort haben einen hohen Einfluss auf den Erfolg als Meeting Destination. Die Entstehung kongressinfrastruktureller Rahmenbedingungen ist aus diesem Grund hauptsächlich in pulsierenden Wirtschaftsregionen zu beobachten. Bei den Einflussprozessen durch fachliche Kapazitäten handelt es sich um wichtige Prinzipien der Kernthematik. Im Verlauf der Arbeit wird darauf genauer eingegangen.³⁷

Dresdens Wirtschaft ist durch eine traditionell große Branchenvielfalt gekennzeichnet. Die Kongressstadt ist der wichtigste Industriestandort in den neuen Bundesländern mit großem Gewicht in ausländischen Märkten. 2012 setzten Industriebetriebe mit 26 tausend Beschäftigten insgesamt 6,5 Mrd. Euro um. Die Exportquote liegt mit 50,9 Prozent deutlich über dem sächsischen (35,7 Prozent) und knapp über dem bundesweiten Durchschnitt (44,9 Prozent). Überdurchschnittlich ist auch das Investitionsvolumen der Dresdner Industrie - 2012 wurden 1,1 Mrd. Euro investiert. Durch das kulturelle Erbe Dresdens und den daraus resultierenden Touristenströmen hat auch der Dienstleistungssektor eine entsprechend große Bedeutung. Einzelhandel, die Tourismuswirtschaft und Kulturbetriebe stärken den Standort maßgeblich. Als Landeshauptstadt des Freistaates Sachsen verfügt Dresden außerdem über einen ausgeprägten öffentlichen Sektor mit zahlreichen Behörden und öffentlichen Unternehmen. 17 Prozent des im öffentlichen Dienst in Sachsen beschäftigten Personals arbeitet in Dresden. Dresden ist geprägt von mittelständischen Betrieben. Lediglich drei Prozent der Unternehmen haben mehr als 250 Arbeitnehmer, diese vereinen jedoch ein Drittel aller Beschäftigten in Dresden. Darunter befinden sich die Infineon Technologies Dresden GmbH mit über zweitausend Angestellten oder die GlaxoSmithKline Biologicals Dresden GmbH mit fast eintausend Mitarbeitern. Zahlreiche

³⁶ Vgl. Schreiber 2012, S.89

³⁷ Vgl. ebenda

Unternehmen unterschiedlichster Wirtschaftszweige sind in der Stadt tief verwurzelt. Durch die Vielfalt profitieren die Branchen voneinander und sorgen mit marktorientierter Spezialisierung ihrer Produkte und Technologien für ein innovatives Klima. Der Gewerbestand wuchs seit der Jahrtausendwende ununterbrochen. Im Jahr 2012 waren 49.183 Gewerbetreibende gemeldet. Das entspricht einem Zuwachs von 29 Prozent. Grund dafür ist unter anderem die anhaltend hohe Gründungsaktivität. 2013 wurden 5.433 Gewerbe neu angemeldet. Seit Mitte der neunziger Jahre ist Dresdens Wirtschaftskraft signifikant gewachsen: Im Vergleich zum Jahr 1995 stieg das Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 50 Prozent. Die sächsische Landeshauptstadt erwirtschaftet heute etwa ein Sechstel des sächsischen BIP. Die stetig sinkenden Arbeitslosenzahlen sowie das Bevölkerungswachstum sind ein messbares Resultat der wirtschaftlichen Dynamik Dresdens.³⁸

Die positive Entwicklung Dresdens ist auch auf die Ballung wissenschaftlicher Einrichtungen zurückzuführen. Deutschlandweit weist die Stadt die größte Forscherdichte auf - bezogen auf die Anzahl wissenschaftlichen Personals. Mit 46 Forschungseinrichtungen rangiert Dresden hinter den Millionenstädten Berlin, München, Hamburg und Köln auf Platz 5. Darunter verbergen sich alle außeruniversitären Forschungsorganisationen, Universitäten und Hochschulen sowie gemeinsam mit der Wirtschaft betriebene Forschungseinrichtungen. In den vergangenen zehn Jahren zeichnete die Deutsche Forschungsgemeinschaft fünf Dresdner Wissenschaftler mit dem Gottfried Wilhelm Leibniz-Preis aus. Der Preis ist mit bis zu 2,5 Mio. Euro dotiert und gilt als der wichtigste Forschungsförderpreis in Deutschland.³⁹

Bedeutende Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen

Technische Universität Dresden mit Uniklinikum – Exzellenzuniversität seit 2012

11 Hochschulen

5 Einrichtungen der Leibniz Gesellschaft

4 Institute der Max-Planck-Gesellschaft

10 Einrichtungen der Fraunhofer-Gesellschaft

2 Zentren der Helmholtz Gesellschaft

1 DGF-Forschungszentrum

Tabelle 4: Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen in Dresden

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Landeshauptstadt Dresden 2016

³⁸ Vgl. Landeshauptstadt Dresden 2016

³⁹ Vgl. Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V.

Die Weiterentwicklung des Wissenschaftsstandortes Dresden wird intensiv vom Freistaat Sachsen gefördert. 2010 erhielt die Stadt ca. 56 Mio. Euro für die Forschungs- und Technologieförderung, 2013 waren es knapp 30 Mio. Euro, um den Wissenschaftsstandort Dresden weiter zu fördern.⁴⁰

3.2 Weiche Standortfaktoren

Weiche Standortfaktoren sind im Gegensatz zu harten Faktoren schwer messbar, stark subjektiv und irrational. Das bedeutet, Einschätzungen und Entscheidungen werden von individuellen Meinungen und Sichtweisen beeinflusst, folglich sind sie immer im Zusammenhang zu betrachten. Schwierig erschien im Sinne der Subjektivität auch die Schwerpunktlegung der Kriterien. Hierbei geht der Autor vor allem auf die Anführungen von Thießen (2005) und die durch die EITW ausgewerteten Umfrageergebnisse ein (Anlage 1). Weiche Entscheidungskriterien der Veranstalter sind dabei vorrangig touristische Attraktionen, welche unter dem Faktor Freizeit- und Kulturangebot erfasst wurden. Ein zweiter Einflussfaktor, der den Erfolg der Kongressstadt beeinflusst ist das Kongressmarketing auf Destinationsebene. Das Kongressmarketing kommuniziert national und international die Stärken der harten und weichen Standortfaktoren und nimmt entscheidenden Einfluss auf das Image. Das Image selbst, ist das dritte Kriterium weicher Standortfaktoren.⁴¹

3.2.1 Freizeit- und Kulturangebot

Zwar steht bei einem Kongress der Konsum von Fachwissen im Mittelpunkt, aber auch das Rahmenprogramm spielt eine einschlägige Rolle, denn das Gesamterlebnis rückt in der Dienstleistungsgesellschaft immer mehr in den Vordergrund. Das Rahmenprogramm rundet den Kongress ab und dient in erster Linie zum Vergnügen der Teilnehmer. Der Gruppe wird dadurch die Möglichkeit gegeben die Kongressstadt kennenzulernen, das touristische Angebot zu entdecken oder sich sportlich zu betätigen. Beispiele dafür sind Instituts- und Unternehmensbesichtigungen, Theaterbesuche oder einfache Stadtführungen. Um ein ansprechendes Programm anzubieten, muss eine internationale Kongressstadt sowohl ein umfangreiches kulturelles Angebot vorweisen können, als auch ein ausgeprägtes Dienstleistungsangebot. Dazu zählen unter anderem Geschäfte des Einzelhandels und Einrichtungen für die Freizeitgestaltung sowie Banken und Fachärzte. Auch Naherholungsgebiete werden für die Rahmenprogrammgestaltung genutzt. Tagungs- und Kongressreisende verbringen in der Regel mehrere Tage in einer Stadt und lernen sie kennen. Teilnehmende Professoren, Wissenschaftler und wichtige

⁴⁰ Vgl. Landeshauptstadt Dresden 2016

⁴¹ Vgl. Thießen 2005, S. 9ff

Multiplikatoren schaffen sich so einen Eindruck von einer Stadt. Deshalb sollte nicht nur das Rahmenprogramm, sondern im besten Fall der gesamte Aufenthalt attraktiv empfunden werden (Pre- und Post-Convention-Angebote). Im Gegensatz zu den harten Einflussfaktoren geht es hierbei nicht um die Anzahl der Freizeit- und Kulturmöglichkeiten, sondern um die Atmosphäre und Lebensqualität einer Stadt. Der bleibende Eindruck entscheidet mit, ob ein Kongressstandort wiederkehrend besucht wird.⁴²

Dresden zählt zu den beliebtesten Touristenzielen Deutschlands. Mehrere Millionen Gäste kommen jährlich in die Elbmetropole, um den architektonischen Reichtum der Stadt zu besichtigen. Die Frauenkirche, der Zwinger, die Semperoper und das Residenzschloss gelten als beliebteste Besichtigungsziele in Dresdens. Mit 50 Museen, mehr als 30 kleinen und großen Theaterbühnen, dem über 800 Jahre alten Dresdner Kreuzchor, der Sächsischen Staatskapelle Dresden und der Dresdner Philharmonie bietet Dresden vor allem Kultur- und Städtereisenden ein großes Angebot an Attraktionen. Dresden ist zugleich eine der grünsten Städte Europas. Der Große Garten, die Elbwiesen, die Dresdner Heide, zahlreiche Schlösser, Parks und Grünanlagen in und um Dresden bieten nicht nur den Bürgern eine naturnahe und erholende Atmosphäre, sondern auch Geschäftsreisenden. Von ihrer buntesten Seite zeigt sich die Stadt in der Dresdner Neustadt, dem Szeneviertel. Das lebendige Dresdner Quartier mit unzähligen Bars, Cafés, Restaurants, Clubs, Galerien und kleinen Theatern ist das Zentrum der jungen und alternativen Dresdner Szene. Auch die Anzahl an gesellschaftlichen Veranstaltungen prägt die Lebens- und Freizeitqualität Dresdens. Besonders in den Sommermonaten vergeht kaum ein Wochenende ohne ein großes Event. Aus dem Dresdner Veranstaltungskalender nicht wegzudenken sind die Filmnächte am Elbufer, die Lange Nacht der Theater und Museen, das Dresdner Stadtfest oder das Elbhangfest.⁴³ Kongressteilnehmer können an vielen Orten der Landeshauptstadt ein vielfältiges Kultur- und Freizeitprogramm nutzen, das wesentlich umfangreicher ist als in den meisten anderen Städten Deutschlands. Dieser Faktor behauptet sich als Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Kongressstädten. Veranstalter bewerten die Freizeitinfrastruktur Dresdens als ein wichtiges Kriterium im Entscheidungsprozess um die Wahl der Destination. 2017 entschied sich die Deutsche Gesellschaft für Gastroenterologie, Verdauungs- und Stoffwechselkrankheiten (DVGS) dazu, die 72. Jahrestagung der Viszeralmedizin in Dresden durchzuführen und beschrieb die

⁴² Vgl. Beckmann 2003, S. 34

⁴³ Vgl. Intermedia Solutions GmbH

Kongressstadt folgendermaßen: ⁴⁴„In der über hundertjährigen Tradition von Gastroenterologie und Viszeralchirurgie hat die Jahrestagung ihren Weg noch nie in die sächsische Metropole gefunden. [...] Dresden bietet ein historisches Ambiente für den Kongress, das in Deutschland einmalig ist. Nutzen Sie unsere Jahrestagung für einen ausgedehnten Besuch.“ Neben der Möglichkeit historische Bauten und kulturelle Locations als Veranstaltungsstätte zu nutzen (Vgl. 3.1.2.) bietet die Stadt Dresden Kongressreisenden eine vielfältige Freizeitinfrastruktur vor, während (veranstaltungsbezogene Rahmenprogramme) und nach der Veranstaltung.⁴⁵

3.2.2 Kongressmarketing

Wie erwähnt vermarktet das GCB German Convention Bureau e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main die gesamte Bundesrepublik Deutschland als Veranstaltungsdestination. Kongressmarketingorganisationen einzelner Städte nutzen verstärkt diese Bezeichnung auch für sich, weshalb beispielsweise das Hamburger Kongressmarketing den Namen Hamburg Convention Bureau (HCB) trägt. Convention Bureaus kommunizieren die Kongressstadt nach innen und außen und können als wichtige Institution angesehen werden.⁴⁶ Vor allem städtisch organisierte Convention Bureaus verfügen oftmals über Fördergelder, die für Auslands- und Messeauftritte, ‚Fam-Trips‘ und weitere Maßnahmen eingesetzt werden können um die gesamte Veranstaltungsdestination vorzustellen.⁴⁷ Die primären Ziele eines Convention Bureaus sind der Aufbau eines positiven Images der Kongressstadt und die Steigerung des Bekanntheitsgrades, um möglichst viele Kunden für den Standort gewinnen zu können. Auch die Leistungsträger repräsentieren durch ihre Einzelaktivität die gesamte Kongressstadt und beeinflussen sehr stark das ganzheitliche Image. Positiv erscheinen deshalb Kongressinitiativen, daher Verbünde der Leistungsträger, die gemeinsam mit Convention Bureaus ein ganzheitliches Marketing für die Kongressstadt betreiben. Vor allem die Kommunikation spielt eine besonders große Rolle im Veranstaltungsgeschäft. Kongresse sind ein gebündeltes Produkt verschiedener Leistungen (Location, Technik, Catering etc.), die in Zusammenarbeit zwischen Anbietern und Kunden kreiert wird. Das bedeutet, dass sowohl Leistungsträger als auch Leistungsnachfrager direkten Einfluss auf das Produktergebnis haben. Neben der persönlichen Kommunikation sind Online Aktivitäten unabdingbar. Die Tagungsdestination, sowie der einzelne Betrieb muss sich für potentielle Veranstaltungsplaner online präsentieren und alle wichtigen Informationen

⁴⁴ DVGS 2018

⁴⁵ Vgl. DVGS 2018

⁴⁶ Vgl. Schreiber 2002, S. 459

⁴⁷ Fam-Trip „to become familiar“ = Einladung ausgewählter Veranstaltungsplaner zu einem meist mehrtägigen Programm in der Kongressstadt um sich als attraktive Kongressstadt zu präsentieren.

offerieren. Aussagekräftige Webseiten, eine breite Listung auf Tagungsportalen und professionelle Bild- bzw. Videoaufnahmen gehören zum Standard des Leistungsspektrums von Kongressstädten.⁴⁸

Die Vermarktung Dresdens als Kongressstandort wird von der Landeshauptstadt selbst durchgeführt und liegt seit 2008 im Auftrag der Dresden Marketing GmbH. Die Tochterfirma kommuniziert seitdem die Marke Dresden bundesweit und international. Die Aufgabe der Dresden Marketing GmbH ist es, die Marke Dresden weiterzuentwickeln, zu steuern und zu koordinieren. Die Dresden Marketing GmbH (DMG) agiert in folgenden Bereichen:

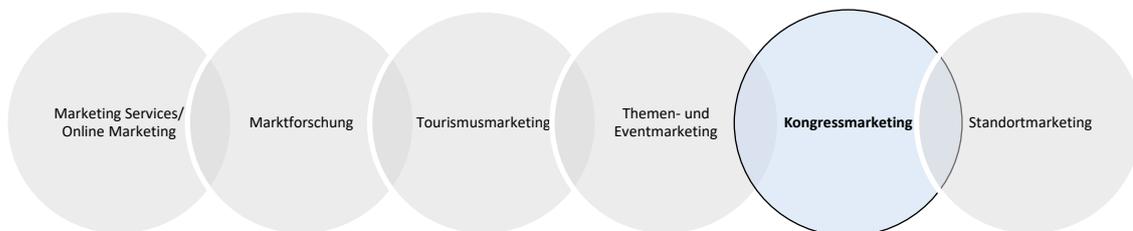


Abbildung 5: Aufgabengebiete der Dresden Marketing GmbH

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Dresden Marketing GmbH

Die Kongresskampagne wird unter der Marke Dresden Convention Bureau (DCB) mit dem Kampagnenslogan ‚Convention meets Culture‘ geführt. Zurückzuführen auf das allgemeine Image Dresdens wird so auch der Kongressstandort in Kombination mit dem kulturellen Reichtum kommuniziert. Das DCB ist eine Schnittstelle zwischen der Kongressinfrastruktur und nationalen, sowie internationalen Entscheidern und damit ein möglicher erster bzw. ständiger Ansprechpartner, wenn der Standort Dresden für Kunden interessant erscheint. Über zwanzig Leistungsträger haben sich der Kongressinitiative angeschlossen und finanzieren gemeinsam Projekte, um das Geschäft am Standort zu fördern. Die Dresden Marketing GmbH handelt trotzdem undifferenziert und vermarktet den Kongressstandort als Einheit. Kongressbezogene Aktivitäten der Dresden Marketing GmbH wurden in Anlage 7 aufgeführt. Wesentlich für

⁴⁸ Vgl. Hamburg Convention Bureau 2018

die vorliegende Arbeit ist der Aspekt, dass in Dresden ein ganzheitliches Vermarktungskonzept existiert, welches den Anforderungen an eine Kongressstadt entspricht.⁴⁹

3.2.3 Image als Kongressstadt

Das Image eines Landes wird durch eine Vielzahl von Faktoren geprägt. Assoziationen mit Deutschland hinsichtlich Tourismus, Wirtschaft und Kultur sind unter anderem „Wissenschaftsstandort“, „lehrreich“ und „modern“. Deutschland gilt weltweit als ein politisch sicheres und krisenfreies Land. Das deutsche Image als Reiseland und Businessdestination zeigt sich laut internationaler Studien und Expertenbefragungen als stärkste Position im europäischen Ländervergleich. Dieses Image trägt dazu bei, dass sich weltweit Kongressentscheider immer wieder für eine der zahlreichen deutschen Städte entscheiden. Jede deutsche Kongressstadt profitiert davon sekundär und schafft sich Vorteile im internationalen Wettbewerb. Primär positioniert sich eine Kongressstadt jedoch über das eigene städtische Image. Hierbei korreliert das ganzheitliche Image der Stadt mit dem Image als Kongressstandort und trägt ein bestimmtes Bild nach außen. Die assoziierten Bilder nehmen letztlich Einfluss auf Kongressentscheider. Prägende Eigenschaften einer Stadt bilden den Kern des Images. So wird beispielsweise der Skiort St. Moritz in der Schweiz in erster Linie mit Exklusivität und Luxus verbunden. Die Stadt Wien hingegen wird aufgrund ihrer Historie schon immer als Kongressstadt angesehen. Das Image Leipzigs als Messestadt besteht aufgrund der seit 850 Jahren betriebenen Leipziger Messe. Für eine Stadt, die sich als Standort in der Kongressbranche etablieren möchte, ist es vor allem wichtig sich eindeutig zu positionieren. Diese Positionierung schafft Transparenz und Vertrauen gegenüber dem potenziellen Kunden. Das Image einer Destination wird als wichtigster Bestandteil der Marke einer Stadt angesehen, da ein positives Image zu einer starken Position im Markt und folglich zum Erfolg der Destination beiträgt. Dabei unterscheiden Tasci und Kozak (2006) zwischen dem angestrebten Soll-Image der Stadt sowie dem wahrgenommenen Ist-Image. Letzteres wird aus objektivem Wissen, also unabhängigen Quellen, als auch aus subjektivem Wissen/ Emotionen der Menschen in Bezug zur Kongressstadt gebildet.⁵⁰

Dresden gilt als eine der kulturellsten Städte Europas. Der „Canalettoblick“ auf die berühmte Dresdner Silhouette und das umfassende Kunst- und Kulturangebot hat sich europaweit als Sinnbild Dresdens manifestiert. Auch das Image als eine der schönsten Städte Deutschlands verstärkt sich stetig durch Spitzenpositionen in renommierten

⁴⁹ Vgl. Dresden Marketing GmbH

⁵⁰ Vgl. Tasci und Kozak 2006, S. 313

Reisestudien und Umfragen.⁵¹ Das Image als Kongressstandort profitiert ebenfalls von der Attraktivität der Stadt, da Veranstaltungsplaner vor allem die außergewöhnlichen Veranstaltungsstätten und vielseitigen Möglichkeiten der Kulturstadt für Rahmen- und Freizeitprogramme schätzen. Nicht nur der kulturelle Reichtum der Stadt, auch die kurzen Distanzen zwischen Leistungsträgern der Kongressinfrastruktur, Hotels und Attraktionen bilden die Authentizität der Kongresskampagne ‚Convention meets Culture‘ und beeinflussen die Außenwirkung maßgeblich. Dresden genießt in diesem Zusammenhang national einen ausgezeichneten Ruf als ‚Stadt der kurzen Wege‘, mit positiven Effekten für den Kongressstandort. Auch die optimale Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr sorgt dafür, dass Dresden zunehmend als nachhaltige Kongressstadt gilt. Das Image als sächsische Hochburg der Wirtschaft und Wissenschaft wirkt dabei fast gegensätzlich. Dresden bedient sich in der Vermarktung dieser Gegensätzlichkeit. Die Vereinbarkeit einer Kunst- und Kulturdestination mit einer wirtschaftlich aufstrebenden Stadt trägt dazu bei, dass Dresden als Kongressstadt angesehen wird, die sich von weiteren deutschen Kongressstädten abhebt. Neben vergleichbar starken Kongressdestinationen, wie die Messestädte Leipzig oder Hannover, etabliert sich die sächsische Landeshauptstadt als eine Kongressstadt, die für ihre Atmosphäre geschätzt wird. Auch während Dresden 2015 durch PEGIDA mediale Aufmerksamkeit erhielt und damit das Image negativ beeinflusst wurde, litt das Kongressgeschäft nur gering und erholte sich in den Folgejahren. National wie auch international erhält die Stadt steigende Aufmerksamkeit als Kongressstandort.⁵²

3.3 Schlussfolgerung

In der vorangegangenen Analyse wurden recherchierte Standortfaktoren am Kongressstandort Dresden geprüft. (Übersicht des gesamten Konstrukts in Anlage 3). Ökonomische Aspekte wurden hierbei nicht beachtet, da letztlich alle Faktoren direkt oder indirekt das Preis- Leistungsverhältnis der Destination bestimmen. Neben den konkreten Hotelzimmerpreisen müsste somit auch der meist kostenlose Service von Convention Bureaus im Gesamtverhältnis betrachtet werden. Auch kostensenkende Aspekte, wie Sponsorengewinnung am Standort, sind für Veranstaltungsplaner wichtig. Diese sind durch potentielle Wirtschafts- und Wissenschaftspartner in der Kongressstadt leichter zu erlangen. Hierbei wird erneut deutlich, dass die Faktoren sich einer Wechselwirkung bedienen. Anhand der Auswertung ist festzustellen, dass Dresden gerechtfertigt eine erwähnenswerte Position im nationalen Kongressgeschäft einnimmt. Die aufstrebende Wirtschaftsregion bewirkt, dass die kulturelle Destination ein wichtiger

⁵¹ Vgl. Brandmeyer Stadtmarkenmonitor 2015

⁵² Vgl. Dresden Marketing GmbH

Standort für fachlichen Austausch geworden ist. Mit dem Bau des Kongresszentrums im Jahr 2004 wurde dieser Aspekt wettbewerbsgerecht ins Leben gerufen. Seitdem steigt die Zahl an Tagungs- und Kongressreisenden fortlaufend. Auch wenn Defizite in der Flughafenbindung sowie in der fehlenden Varietät von klassischen Tagungs- und Kongresseinrichtungen zu erkennen sind, besticht Dresden mit einzigartigen Alternativen, wie dem Kurländer Palais, dem Kraftwerk Mitte oder Schloss Albrechtsberg.

Die Außenwirkung Dresdens wird dennoch vielmehr mit Kultur und Tourismus im Leisure Bereich, als mit kongressrelevanten Aspekten in Verbindung gebracht. Dresden fehlt noch ein Symbol, welches das Image als Kongressstadt nach außen trägt. Berlin oder Hamburg punkten national, sowie international als Sinnbild deutscher Kongressstädte, die eine effiziente Flughafenbindung sowie eine breite Auswahl an Veranstaltungszentren bieten. Die Größe dieser Standorte ist jedoch nicht mit Dresden zu vergleichen. Nicht verwunderlich erscheint somit, dass Berlin als Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland eine der wichtigsten Veranstaltungsstädte weltweit ist. Destinationen wie Dresden oder Leipzig unterliegen anderen Voraussetzungen und punkten im nationalen Vergleich trotzdem als bedeutende Anlaufstellen für geschäftliche Zusammentreffen. Die nachfolgende Grafik bewertet den Kongressstandort Dresden nach Einschätzung des Autors. Das Ranking von 0 bis 12 wurde auf Basis der definierten Standortanforderungen, im Verhältnis zu den erkannten Standortbedingungen, erstellt. Der Wert 10 stellt hierbei die Erfüllung des einzelnen Standortkriteriums dar. Im Freizeitbereich konnte eine überdurchschnittliche Stärke festgestellt werden (Wert 11). Der Dresdner Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort und das Kongressmarketing der Stadt erfüllen nach recherchierten Kriterien die Anforderungen an einen Kongressstandort. Leichte Defizite konnten in der Kongressinfrastruktur erkannt werden. Obwohl Dresden einen sehr guten ÖPNV bietet, muss die mindere Flughafenverbindung kritisch betrachtet werden, weshalb der Faktor Verkehrsanbindung am schlechtesten ausfällt.

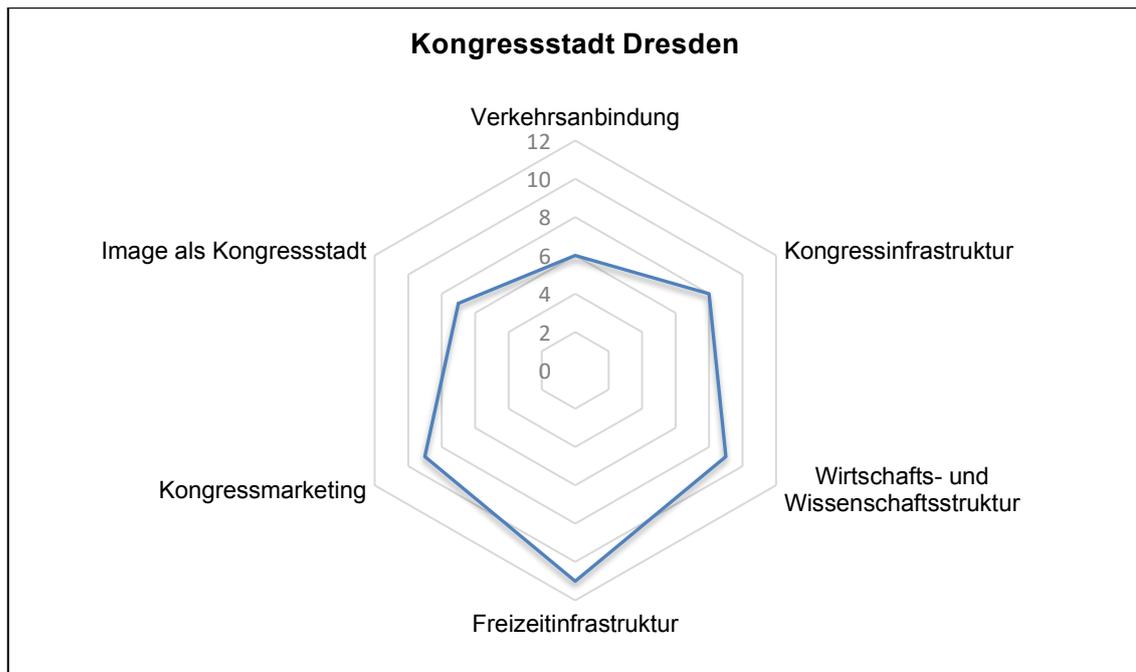


Abbildung 6: Ranking der Stadt Dresden als Kongressdestination

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an die Schlussfolgerungen im Kapitel 3.3

Die sechs bewerteten Kriterien wurden in der Analyse als gleichberechtigt betrachtet. Es ist jedoch festzustellen, dass vor allem harte Einflussfaktoren dafür verantwortlich sind, dass das Kongressgeschäft existiert. Für die vorliegende Arbeit ist diese Erkenntnis ein wichtiger Schritt, um den Einfluss wirtschaftlicher und wissenschaftlicher Kompetenz auf das Kongressgeschäft zu erkennen. Vorerst festzustellen ist, dass der ansässige Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort das Kongressgeschäft einer Stadt mit dem natürlichen Veranstaltungsbedarf der Firmen und Institutionen belebt. Auch der Wissenstransferbedarf deutschland- und weltweiter Einrichtungen mit den Firmen am Kongressstandort fördern das lokale Veranstaltungsgeschäft. Nachfolgend soll dieser Einflussfaktor näher betrachtet und Indikatoren der Kompetenz festgestellt werden, um im letzten Kapitel die Wirkungsweisen auf die Kongresswirtschaft erforschen zu können.

4 Branchenkompetenzen

In den vergangenen Kapiteln wurde festgestellt, dass die Tagungs- und Kongresswirtschaft den Transfer von Wissen gewährleistet. Wissensbasierende Veranstaltungen, wie Tagungen und Kongresse, werden deshalb hauptsächlich Unternehmen, Verbänden und wissenschaftlichen Einrichtungen zugeordnet. In der Standortanalyse wurde erkannt, dass aus diesem Grund der ansässige Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort hohen Einfluss auf den Erfolg der Kongressstadt hat. Im Kongressmarketing von Städten wird deshalb verstärkt Bezug zu fachlichen Kompetenzen genommen. Die Kongressbranche argumentiert, wie bereits in der Einführung der Arbeit erwähnt, dass vor allem regionale Branchenkompetenzen für den Erfolg von Kongressstädten verantwortlich sind. Insbesondere Wirtschafts- und Wissenschaftscluster stehen hierbei im Fokus, wie die Dresden Marketing GmbH, stellvertretend für weitere deutsche Kongressstädte bestätigt. ⁵³„Dresden [...] wird für die Meeting Industry immer attraktiver. Hinter dieser Dynamik stehen zukunftsorientierte Wissenschafts- und Wirtschaftscluster, die hier den fruchtbaren Boden für zahlreiche Fachkongresse und -tagungen bereiten.“ Bevor im fünften Kapitel der vorliegenden Arbeit diese Aussage kritisch betrachtet wird, beschäftigt sich das aktuelle Kapitel mit der Frage, wie Branchenkompetenzen national und regional zu interpretieren sind und welche Faktoren die regionale Kompetenz bilden.

4.1 Branchenbegriff

Eine ‚Branche‘ ist die Bezeichnung für eine Gruppe von Unternehmen, die verwandte Substitute oder Dienstleistungen herstellen/ anbieten und dadurch eine Konkurrenzhaltung aufweisen. Der Branchenbegriff ist sehr ausgedehnt und wird oft in Verbindung mit ganzen Sektoren, wie der Dienstleistungsbranche oder dem Gesundheitswesen in Verbindung gebracht. In der Industrie wird stärker unterschieden, so beispielsweise über die Abgrenzung unterschiedlicher Produktionsstufen oder Dienstleistungsbereiche. Zahlreiche Lexika, wie das Gabler Wirtschaftslexikon verdeutlichen den Begriff ‚Branche‘ demnach auch durch Teilsegmente.⁵⁴ So kann der Automobilbau in der Automobilbranche oder das Krankenhauswesen im Gesundheitssektor als eigene Branche angesehen werden. Im Zusammenhang mit dem Begriff Branche stehen auch die Begriffe Geschäftsfeld und unternehmerisches Umfeld. Eine für den deutschen Wirtschaftsraum allgemeingültige Einordnung von Unternehmen in sogenannte Wirtschaftszweige nimmt seit 1950 das Statistische Bundesamt vor. Die

⁵³ Dresden Marketing GmbH

⁵⁴ Vgl. Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

aktuelle Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) basiert auf der NACE Rev.2, der statistischen Systematik von Wirtschaftszweigen in der Europäischen Gemeinschaft. Darüber hinaus wird für die Konjunkturstatistik eine generellere Klassifikation der Wirtschaftszweige verwendet - die Industriellen Hauptgruppen.⁵⁵

4.2 Nationale Kompetenzfelder

Branchen weisen international unterschiedliche Intensitäten branchenspezifischen Wissens auf. Deutschland ist mit einem Bruttoinlandsprodukt von rund 3,26 Billionen Euro Europas größte Volkswirtschaft, wurde im Jahr 2017 erneut Exportweltmeister und ist eine der führenden Nationen in der Forschung und Entwicklung.⁵⁶ Die Bundesrepublik nimmt weltweit mit umfassendem Wissen in vielen Bereichen der Wirtschaft und Wissenschaft eine herausragende Stellung ein. Marktstudien verdeutlichen, dass Deutschland mehrere Kompetenzbereiche hat, die im globalen Vergleich führende Positionen einnehmen. Als nationale Kompetenzbereiche gelten bestimmte Schwerpunkte, die sich aus der Existenz und dem Wissen von Branchen und Branchennetzwerken innerhalb des Landes ergeben.⁵⁷

Indikatoren nationaler Kompetenzfelder

- Im internationalen Vergleich hohe Anzahl an Einrichtungen in der Branche
- Im internationalen Vergleich hohe Anzahl an Beschäftigten/ Fachkräften
- Hauptsitz von Global Playern der Branche
- Welthandelsdynamik (Import/Export)
- Abdeckung der gesamten Wertschöpfungskette mit Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen, spezialisierten Unternehmen, Dienstleistern etc.
- Hohe Wissensentwicklung (Ausbildung, Spezialisierung, Patente, Innovationen)

Tabelle 5: Indikatoren nationaler Kompetenzfelder

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. BMU 2016

Aufgrund der zentralen Lage in Europa, der Infrastruktur und der vielseitigen Dienstleistungen hat sich die Bundesrepublik beispielsweise zur wichtigsten Logistikkreuzung in Europa entwickelt, woraus das Kompetenzfeld Verkehr/Transport/Logistik hervorgegangen ist. Das bevölkerungsreichste Land des Kontinents ist auch der bedeutendste Gesundheitsmarkt in Europa. Eine hohe Dichte spezialisierter Unternehmen arbeiten täglich im Bereich Gesundheitswirtschaft, Medizintechnik oder Biologie und bilden durch ihre Expertise das nationale

⁵⁵ Vgl. Statistisches Bundesamt 2008

⁵⁶ Vgl. Statista 2017

⁵⁷ Vgl. BMU 2016

Kompetenzfeld Medizin und Gesundheit, zu dem auch Schnittstellenbranchen, wie die Biotechnologie und der Bereich Wellness zählen. In der deutschen Gesundheitsbranche arbeiten rund 4,4 Mio. Menschen, darunter Ärzte, Ingenieure, Chemiker, Physiker, Mathematiker und Apotheker. Zahlreiche Hochschulen mit Fachrichtungen wie Biologie, Chemie und Medizintechnik sorgen für hochqualifizierten Nachwuchs und die Expertise des Kompetenzfeldes zieht auch Fachkräfte aus dem Ausland an. Auf dem breiten Gebiet der Technologie überzeugt Deutschland mit einer hohen Dichte an Innovationen in branchenübergreifenden Entwicklungs- und Konstruktionsdisziplinen. Die Spannbreite reicht hierbei von Maschinenbau und Informations- oder Kommunikationstechnologie über optische Technologien, Systemtechnik und Mikroelektronik bis hin zur Automation, Leistungselektronik und Nanotechnologie. Durch ein Netz aus weltweit renommierten Forschungsinstituten, zahlreiche Netzwerke und Initiativen setzt Deutschland Meilensteine in der Entwicklung fortschrittlicher Technologien. Die nationale Branchenkompetenz und deren internationale Wettbewerbsfähigkeit behauptet sich über Kompetenzfelder, deren Stärke durch eine Vielzahl von Wissen schaffenden Einrichtungen in Städten und Regionen geprägt wird.⁵⁸

4.3 Regionale Kompetenzfelder

Regionale Kompetenzfelder verkörpern geografisch konzentrierte Gebiete, in denen eine Vielzahl von Fachkräften und Unternehmen einen gewissen Branchenschwerpunkt, wie bspw. die Biotechnologie, vorantreiben. Zu beobachten ist, dass die Wissensträger hierfür ihre Kompetenzen bündeln (Clustering). Regionale Kompetenzfelder werden deshalb auch als Wirtschafts- und Wissenschaftscluster bezeichnet. Der Begriff Cluster (engl. Traube, Schwarm) wird aus ökonomischer Sicht mit einem Unternehmensnetzwerk in Verbindung gebracht. Klassische Unternehmensnetzwerke agieren jedoch auch überregional, national, wie auch international. Vor allem amerikanische Industriedistrikte haben die Bezeichnung Wirtschafts- und Wissenschaftscluster auf lokaler Ebene geprägt. Porter (2003) geht hinsichtlich der geografischen Konzentration von Clustern auf Regionen ein, die eine Größe von ‚NUTS 2‘ nicht überschreiten (Gebietseinheiten mit maximal 3 Millionen Einwohnern).⁵⁹ Dieser Aspekt ist in Zeiten von Urbanisierungsprozessen kritisch zu betrachten. Beispielsweise leben in Berlin 3,5 Millionen Menschen. Eine Region definiert sich als ⁶⁰„[...] *räumliche Struktur, die sich über geographische, historische, politische, soziale und wirtschaftliche Entwicklungen definiert.*“ Politisch gesehen positionieren sich in diesem Zusammenhang

⁵⁸ Vgl. German Convention Bureau 2015

⁵⁹ Vgl. Europäische Kommission 2014

⁶⁰ Winkler 2015, S. 27

auch einzelne Bundesländer als Regionen. Praxisnaher erscheinen in Anbetracht der vorliegenden Thematik jedoch wirtschaftliche Aspekte. Beispielsweise schlägt Hamburg mit einem Radius von 40 km Einzugsgebiet außerhalb der Stadtgrenze einen (im Volksmund) ‚Speckgürtel‘, der zur Region Hamburg zählt. Hamburg demonstriert damit die Kraft wirtschaftlicher, sozialer und historischer Entwicklungen, die eine Region bestimmen kann. Regionen, in denen Kompetenzfelder entstehen, können demnach Städte inklusive angrenzende Stadtgebiete oder ganze Metropolregionen sein.⁶¹

Cluster sind durch eine hohe Anzahl an synergetisch verbundenen, kooperierenden und konkurrierenden Unternehmen verwandter Branchen, Universitätsinstitute und Forschungseinrichtungen geprägt. Diese bilden ein themenspezifisches Netzwerk, das durch Spezialisierung auf einzelne oder mehrere Wertschöpfungsebenen gekennzeichnet ist. Die Ausrichtung auf ein bestimmtes Kompetenz- bzw. Themenfeld wird hierbei als eines der wichtigsten Kernaspekte von Clustern gedeutet. Zugleich weisen Cluster durch die Kollaboration zwischen den Institutionen einen erhöhten Austausch von Wissen auf. Bieger, Scherer (2003): ⁶²„[Ein Cluster ist ein] Netzwerk von Unternehmen, das in einem engeren regionalen Austausch steht und über den Transfer von explizitem und implizitem Wissen in der Lage ist, zur Kompetenzbildung der beteiligten Unternehmen und zur Stärkung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit beizutragen“. Bathelt, Malmberg, Maskell (2004) prägen diesen erhöhten Wissensaustausch unter dem Begriff „buzz“. Dieser gestaltet sich als ein Transfer von nicht-kodifiziertem Wissen, der durch enge persönliche Kontakte aufgrund räumlicher Nähe befördert wird. Dadurch entwickeln die regionalen Akteure eine gemeinsame Sprache und ein gegenseitiges Vertrauen, was wiederum zu einer höheren Kommunikationsqualität der Clusterbeteiligten beiträgt. Die Qualität der Austauschbeziehungen kann hierbei nicht statisch betrachtet werden, da bspw. regionale Kompetenzfelder im Bereich Automobilbau schwer mit Clusterstandorten verglichen werden können, die sich auf biotechnologische Forschung fokussieren. Wichtig erscheint jedoch für die vorliegende Arbeit, dass regionale Kompetenzfelder eine kollektive Wissensentwicklung auf einem bestimmten Themengebiet anstreben, weshalb ein höherer Wissenstransfer notwendig ist. Im Gegensatz zu klassischen Unternehmensbeziehungen sind Cluster enger verbunden und Erscheinungen, die typischerweise in entwickelten Städten und Regionen auftreten. Kompetenzfelder sind damit integrative Erscheinungen des Wirtschafts- und Wissenschaftsraumes von

⁶¹ Vgl. Porter 2003, S. 32

⁶² Bieger, Scherer 2003, S. 19-20

Städten und Regionen. Angesichts der Flut an Informationen und literarischen Ansätzen dient die nachfolgende Grafik als Interpretation von Clustern in der vorliegenden Arbeit.⁶³

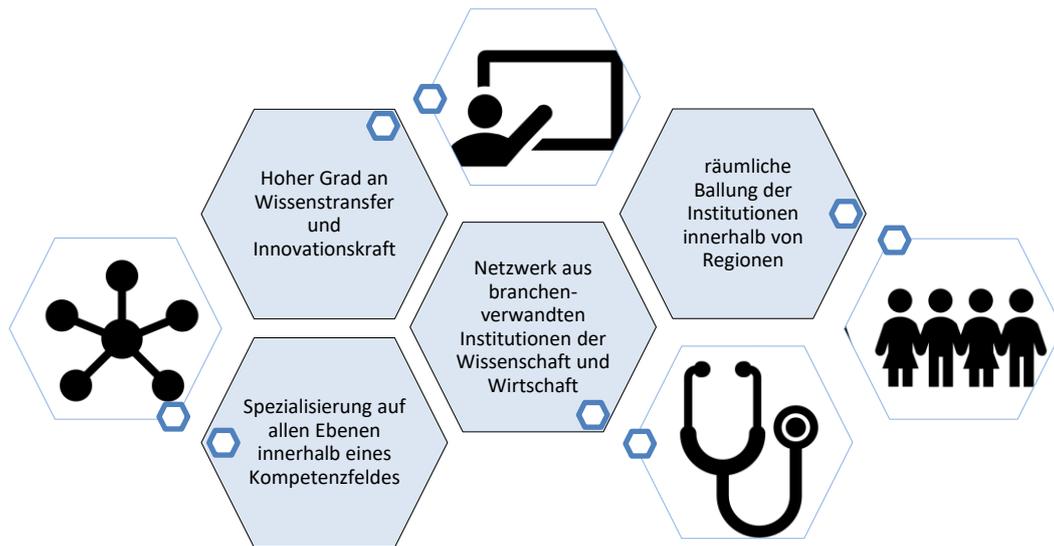


Abbildung 7: Kernmerkmale eines Clusters am Beispiel der Gesundheitsbranche

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung die Schlussfolgerungen im Kapitel 4.3

4.3.1 Praxisbeispiele

Hamburg nimmt als bedeutendster Fernost-Hafen und Chinas Tor nach Europa eine exponierte Rolle im Schwerpunkt Transport und Logistik ein. Norddeutsche Städte, wie Hamburg, Kiel, Bremen und Rostock dominieren ebenso die Schiffsbau-Branche.⁶⁴ Als moderner Knotenpunkt intermodaler Verkehrsträger ist auch der Raum Nürnberg ein wichtiges Zentrum des nationalen Kompetenzfeldes. Mit dem Sitz von Konzernen wie Deutsche Post World Net, DHL, Schenker und Dachser beschäftigt Nürnberg über 20 tausend Menschen. Deutschland konnte 2012 einen Jahresumsatz von 200 Mrd. Euro umsetzen und ist damit der weltweit wichtigste Logistikstandort, woran die Region Nürnberg einen wichtigen Beitrag leistet.⁶⁵ Die Automobilindustrie als umsatzstärkster Wirtschaftszweig des Landes und nach Produktions- und Verkaufszahlen der größte in Europa bildet einen weiteren wichtigen Teil der Kompetenz. Mit Audi, BMW und MAN im Großraum München, Daimler und Porsche in Stuttgart oder Volkswagen in Wolfsburg, haben bedeutende Marken an unterschiedlichen Standorten ihren Hauptsitz. Unterstützt werden die Hauptniederlassungen von einem dichten Netz von Zulieferern an deutschlandweiten Standorten.⁶⁶ Auch die Luft- und Raumfahrtindustrie mit einer Wachstumsrate von jährlich neun Prozent seit Mitte der neunziger Jahre fördert die

⁶³ Vgl. Bathelt, Malmberg, Maskell 2004, S. 98

⁶⁴ Vgl. HIW Hamburg Invest Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH

⁶⁵ Vgl. Wirtschaftsförderung Nürnberg

⁶⁶ Vgl. German Convention Bureau

ationale Branchenkompetenz im Bereich Verkehr, Logistik und Transport. Mit der ESOC in Darmstadt und EADS in Bremen sind wichtige Global Player der Branche in Deutschland vertreten. Nachfolgend werden vier Städte anhand konkreter Fakten vorgestellt, die zur nationalen Kompetenzentwicklung bestimmter Schwerpunkte beitragen. Die Standorte und deren Kraft in einem bestimmten Kompetenzfeld verdeutlichen die Bezeichnung regionaler Branchenkompetenz.⁶⁷

Medizin und Gesundheit

Nürnberg

- Über 250 mittelständische Unternehmen im Bereich Medizin und Gesundheit beschäftigen ca. 70 tausend Mitarbeiter
- Sitz von Global Playern wie Siemens Healthcare oder Novartis Pharma
- Universitätsklinikum Erlangen verfügt über 42 Kliniken, Institute und Abteilungen
- Klinikum Nürnberg gehört zu den größten kommunalen Krankenhäusern Europas
- Seit 2007 Vernetzung von 140 Partnern der Gesundheitsbranche aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesundheitsversorgung im „Medical Valley* Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN)
- Seit 2010 hat das Medical Valley den Status des nationalen Spitzenclusters im Bereich Medizintechnik – verliehen durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung

Tabelle 6: Key Facts Nürnberg als Clusterbeispiel im Bereich Medizin

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. German Convention Bureau

Chemie und Pharma

Mainz

- Im Großraum Mainz befindet sich der Industriepark Frankfurt-Höchst, ein Chemie- und Pharmastandort mit mehr als 90 Unternehmen und rund 22 tausend Beschäftigten
- Mainz ist Sitz bedeutender Unternehmen in der pharmazeutischen Industrie, wie Novo Nordisk, Boehringer Ingelheim und Ganymed Pharmaceuticals
- Max-Planck-Institut für Chemie, sowie das Institut für industrielle Pharmazie als Beispiele der zahlreichen ansässigen Forschungseinrichtungen in Mainz
- „Mainzer Wissenschaftsallianz“ und „Gesundheitskompetenznetz Mainz“ sind wichtige Initiativen des vernetzten Standortes

Tabelle 7: Key Facts Mainz als Beispiel für Cluster im Bereich Chemie und Pharma

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. German Convention Bureau

⁶⁷ Vgl. Wissenschaftsstadt Darmstadt, Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung

Technologie und Innovation

Köln

- Köln ist durch die stark vernetzte Medien- und Kommunikationswirtschaft bekannt als die Fernsehstadt Deutschlands
- etwa ein Drittel des gesamten deutschen Fernsehprogramms wird in Köln produziert
- 50 tausend Arbeitsplätze in der Kreativ- und Medienwirtschaft
- Abdeckung der gesamten Wertschöpfungskette im audio-visuellen Technologiebereich
- MMC Magic Media Company verfügt mit dem Coloneum in Köln und dem Filmcampus Cologne in Hürth über eine der größten und modernsten Studiolandschaften Europas mit einer Nutzfläche von insgesamt 253.000 Quadratmetern
- zwei Filmhochschulen der Stadt, die Kunsthochschule für Medien Köln (KHM) und die Internationale Filmschule Köln bilden qualifizierte Arbeitskräfte in der Region aus

Tabelle 8: Key Facts Köln als Beispiel für Cluster in der Medientechnologie/ IKT

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. German Convention Bureau

Finanzdienstleistungen

Frankfurt am Main

- Als Sitz der Europäischen Zentralbank (EZB) ist Frankfurt am Main die Finanzhauptstadt der Eurozone
- Frankfurt ist Unternehmenssitz bedeutender deutscher Finanzinstitute aber auch Standort für die größten internationalen Banken
- Hinzu kommen weltweit agierende Wirtschaftskanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften wie PWC, die KPMG GmbH oder Ernst & Young
- Sitz von Branchenverbände wie der Verband der Repräsentanten der Auslandsbanken in Deutschland e. V., oder der Bundesverband Investment & Asset-Management e. V.
- Führende Stadt im finanzbezogenen Forschungs- und Bildungssektor - Hochschulen wie die Goethe-Universität und die Frankfurt School of Finance & Management bieten unterschiedlichste Studiengänge und entsprechenden Raum für wissenschaftliche Arbeit

Tabelle 9: Key Facts Frankfurt am Main als Finanzdienstleistungscluster

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. German Convention Bureau

4.3.2 Entstehungs- und Entwicklungstheorien

Aus den vorangegangenen Erläuterungen ist zu entnehmen, dass Wirtschafts- und Wissenschaftscluster branchenverwandte Institutionen sind, die an einem bestimmten Standort zusammenwirken. Die Fusionierung von Wissenschaft und Wirtschaft zielt

jedoch nicht allein auf die Schaffung von Kompetenzfeldern ab. In der Literatur herrscht eine gewisse Uneinigkeit darüber, welche Triebfedern hauptverantwortlich dafür sind, dass sich immer häufiger Cluster bilden. Beckford (2008) stellte diese unterschiedlichen Ansätze gegenüber. Drei Ansätze werden nachfolgend vorgestellt.

Agglomerationsvorteile

Agglomerationsvorteile lassen verlauten, dass die regionale Konzentration branchengleicher Unternehmen auf Standortvorteile zurückzuführen ist. Daher sind Potentiale gemeint, die schon vor der Entstehung von Clustern vorhanden waren. In der Literatur werden dabei ein lokales Angebot an branchenspezifischen Arbeitskräften, die Verfügbarkeit von unternehmensnaher materieller Infrastruktur sowie der Zugang zu Wissen über Produkte und Märkte genannt. Agglomerationen (Ballungen) bedienen sich nach dieser Theorie Lokalisations- und Urbanisationsvorteilen. Unter Lokalisationsvorteilen ist die Verfügbarkeit von Betrieben gleicher Branchen zu verstehen. Die Unternehmensgründung am Standort verspricht sich dadurch größere Kostenvorteile als -nachteile. Gemeint ist hierbei, dass obwohl die direkte Konkurrenz in unmittelbarer Nähe sitzt und damit Wettbewerbsnachteile entstehen können, die gemeinsamen Ressourcen, wie Forschungslabors oder Zuliefererbetriebe, ein Übergewicht an Vorteilen für alle Beteiligten bieten. Urbanisationsvorteile meinen die Existenz vielseitiger Branchen, die zu einer besseren Infrastruktur und engen Verflechtung wirtschaftlicher Aktivitäten führt. Agglomerationsvorteile werden als ein wichtiges Erklärungsmuster für die Kompetenzfeldbildung anerkannt.⁶⁸

Industriedistrikte

Die Theorie der Industriedistrikte bezieht sich zwar vor allem auf produktionsorientierte Branchen, wie die Automobilherstellung, wird jedoch auch als Erklärungsansatz der allgemeinen Clusterentwicklung genutzt. Hierbei werden Lokalisationsvorteile noch weiter ausgereizt. Industriedistrikte wachsen nach diesem Ansatz vor allem durch einen produktionsbezogenen Verflechtungsgrad. So erlangen branchengleiche bzw. verwandte Betriebe externe Vorteile durch eine effektivere Produktion, die durch weitreichende Arbeitsteilung in Form von Netzwerken spezialisierter Kleinunternehmen gekennzeichnet ist. Diese Desintegration des Produktionsprozesses wird auf die wandelnden Rahmenbedingungen der Produktion zurückgeführt (bspw. verkürzte Produktlebenszyklen). Ergebnis ist eine Spezialisierung von Unternehmen auf

⁶⁸ Vgl. Beckford 2008 S.30

bestimmte Glieder der Wertschöpfungskette.⁶⁹ Wesentliche Prozesse und Strukturen der Clusterbildung durch die Theorie von Industriedistrikten sind wie folgt zusammenzufassen:



Abbildung 8: Industriedistrikte als Ansatz für die Clusterentstehung

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Beckord 2008, S.31

Nordische Schule

Die sogenannte ‚Nordische Schule der lernenden Wirtschaft‘ benennt die Innovation zur grundlegenden Triebfeder von regionalen Unternehmensballungen. Die Agglomeration entsteht daher durch die Suche nach Kooperation im Rahmen von zielgerechten Innovationsaktivitäten zwischen Unternehmen sowie Forschungs- und Wissenstransferinstitutionen. Der intensive Wissensaustausch auf der regionalen Ebene leitet dabei einen kollektiven Lernprozess ein, der die Fähigkeit der Akteure erhöht zu innovativen Problemlösungen zu gelangen. In einer innovationsfreundlichen Atmosphäre werden dadurch Wettbewerbsvorteile sowohl für Unternehmen als auch für Forschungseinrichtungen generiert. Das wesentliche Merkmal der Theorie besagt, dass Cluster sich, durch die Übertragung von persönlich gebundenen Formen des Wissens zwischen den lokalen Unternehmen und Institutionen, weiterbilden. Dieses Wissen ist dadurch in einem hohen Maße räumlich gebunden und nicht ohne weiteres an anderen Orten reproduzierbar. Die Bildung bzw. das Wachstum des Clusters geschieht, durch den Bedarf externer Akteure, an dem implizierten und expliziten Wissen teilzuhaben.

⁶⁹ Vgl. Beckford 2008 S.31

Neugründungen am Standort, Netzwerkerweiterungen und die Integration professioneller Arbeitskräfte sind die Folge.⁷⁰

Die drei vorangegangenen Konzepte stehen letztlich nur für einen minimalen Teil der Theorien, die Wachstums- und Entwicklungsfaktoren von Clustern begründen. Um Cluster zu verstehen werden in der Praxis Erklärungsvariablen aller Theorien zu einem vermischten Konzept zusammengeführt. Erklärungsansätze werden daher nicht voneinander getrennt, sodass Autoren von einem „fuzzy concept“ sprechen, wenn es um Cluster geht.⁷¹ Der Autor der vorliegenden Arbeit stellt deshalb keine der drei Theorien in den Vordergrund, sondern nutzt ebenfalls alle Theorien um nachfolgend die Ziele von Clustern festzuhalten. Auch im letzten Kapitel werden rückwirkend Entstehungs- und Entwicklungsansätze betrachtet um Verbindungen zur Tagungs- und Kongresswirtschaft zu erkennen.

4.3.3 Ziele

Um die Ziele der Clusterbildung zu definieren, wird auf die Anführungen von Meier zu Köcker und Buhl (2008) sowie Heidenreich, Miljak (2004) verwiesen. Die erstgenannten Autoren gehen auf Vorteile und Erfolgsfaktoren von Clustern gegenüber allein agierenden Organisationen ein, wohingegen die zweitgenannten sich auf Ziele der räumlichen Ballung konzentrieren. Hierbei sind wie erwähnt auch vorangegangene Entwicklungsansätze wiederzuerkennen:

- Bündelung individueller Spezialisierungen u. Optimierung des Innovationszyklus
- Steigerung der Produktivität durch Kooperationen
- Senkung von Entwicklungs-, Transaktions- und Fertigungskosten
- Verbesserung des Informationsflusses, lokale Lernvorteile und Etablierung interaktionsbasierter Informationsnetzwerke
- Festigung der Marktposition u. Erschließung neuer Absatzmärkte sowie Kunden
- Erweiterung des Angebots- und Produktionsspektrums
- Profilierung des Standorts bzw. Stärkung der regionalen Wettbewerbstätigkeit ⁷²

Nicht überraschend erscheint, dass in erster Linie individuelle Aspekte, wie kostensenkende Gründe zur Clusterbildung führen. Auch die zunehmende Bedeutung

⁷⁰ Vgl. Beckford 2008 S.34-36

⁷¹ ebenda

⁷² Vgl. Meier zu Köcker und Buhl 2008, S. 78

von Qualifikation, Spezialisierung und Innovation sind zu erkennen. Ein Charakteristikum dafür ist der technologische Strukturwandel. Die Wettbewerbstätigkeit von Unternehmen ist heute direkt mit der Fähigkeit verbunden, innovative Produkte, häufig mit dem Einsatz moderner Technologien, hervorzubringen. Heidenreich, Miljak (2004): ⁷³„In einer wissensbasierten Gesellschaft hängt [unternehmerisches] Wachstum davon ab, kontinuierlich Innovationen hervorzubringen, d.h. neue Ideen in neue verbesserte Produkte, Dienstleistungen und Verfahren umzusetzen.“ Die Qualifikationsanforderungen von Beschäftigten, vor allem im Entwicklungs-, Produktions- und Vermarktungsprozess, steigen und werden zu einem wachstumslimitierten Faktor. Um Größen- und Ressourcennachteile im Innovationsbestreben auszugleichen, entstehen vielfach Kooperationsnetzwerke auf regionaler Ebene.⁷⁴

Das oben beschriebene Ziel sich innerhalb einer Destination bzw. Region zu vernetzen hängt unmittelbar mit dem Innovations- und Qualifikationsziel des Kompetenzfeldes zusammen. Cluster können aufgrund der Standortvernetzung eine schnellere Diffusion von Wissen erreichen. Die Zusammenarbeit und enge Vernetzung von Industrie und Wissenschaft eröffnen einer Destination (aus Sicht der Gesamtheit von Unternehmen) Zugang zu neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen. Damit trägt die Fusion immens zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit bei. So fördert die Kompetenz der regionalen Wirtschaft die Einzelunternehmung sowie das städtische Gesamtprofil. Größere Wirtschaften schaffen mehr Wettbewerb, was zur Ansiedlungen von Unternehmen, Vielfalt von Start-Ups, Lieferanten, Produktqualitäten und Dienstleistungen führt. Die Stärkung der regionalen Wettbewerbstätigkeit ist daher nicht nur ein Nebeneffekt, sondern ein zentrales Ziel von Clustern. Weiterhin beschäftigen sich viele Kompetenzfelder auch mit Zukunftsthemen und gesellschaftlichen Belangen. Das fusionierte Know-How von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft schafft demnach nicht selten Innovationen, die neben positiven ökonomischen Effekten auch nachhaltige und soziale Bedürfnisse befriedigt. Hierbei sind Innovationen im Bereich Energie und Umwelt, aber auch Spektren der Gesundheitsbranche gemeint. Kernkompetenzen schaffen Zugang zu bisher nicht erschlossenen Märkten, die einen hohen zukunftsorientierten Kundennutzen bieten.⁷⁵ Cluster entwickeln damit zielgerecht Produkte und Dienstleistungen, die für Konkurrenten schlecht imitierbar und substituierbar sind. Fischer (2008) bezeichnet diese Kompetenzerzeugnisse, welche sich räumlich abgrenzen, als „wettbewerbsfähige Destinationsprodukte“. Sie sind ein

⁷³ Heidenreich, Miljak 2004, S.1

⁷⁴ Vgl. Heidenreich, Miljak 2004 S.1

⁷⁵ Vgl. Farhauer, Kröll 2013, S. 211

Resultat aus koordinierter Zusammenarbeit mehrerer Leistungsträger in einer Destination und sind deshalb nicht mehr nur als organisationale, sondern auch als interorganisationale Kompetenzen zu interpretieren. Clusterstandorte entwickeln sich deshalb vorwiegend in Branchen, die auf nationalem Boden hohe Kompetenzen aufweisen. Gründe dafür liegen in den positiven Bedingungen, wie politische Förderung, Arbeitskräfte- und Forschungspotential, die durch starke Branchen geschaffen werden. Sie entstehen jedoch auch in Branchen, die weniger nationale Kompetenzen aufweisen. Die regionale Ballung dient daher nicht nur dazu, bereits hohe Kompetenzen einer Branche weiter auszubauen, sondern auch dazu, Wissenslücken in Branchen zu schließen und Unternehmensdefizite auszugleichen. Die Bildung von Clustern trägt in beiden Fällen zur Kompetenzentwicklung der Region und der gesamten Branche bei, weshalb der Begriff ‚regionale Branchenkompetenz‘ nicht nur mit starken Branchen in Verbindung gebracht werden kann.⁷⁶

4.3.4 Anforderung an den Standort

Cluster als dynamische Unternehmensnetzwerke haben zu einer differenzierten Nachfrage nach Standortbedingungen geführt. Standortfaktoren, wie Gewerbeflächen werden heute als ubiquitär angesehen. Auch wenn Schemen zur Bewertung von Standortfaktoren eine branchenspezifische Sichtweise erfordern und nicht allgemein für Cluster bewertet werden können, so erfordern sie einen schnellen Zugang zu Wissen und regional gebundenen Kompetenzen. Hierbei sind bspw. bereits existierende Wissenstransfereinrichtungen, Forschungs- und Entwicklungsinstitute oder große Universitäten gemeint. Diese befördern die lokal gebundene Ressource Wissen (sog. *tacit knowledge*). Steiner (2003) stellt diesbezüglich fest, dass Regionen sich als spezielle Standorte für spezielle Produkte und Dienstleistungen qualifizieren müssen. Standorte müssen daher in der Lage sein, Bedingungen zu bieten die eine optimale Vernetzung und Produktivität erzielen.⁷⁷ Im Wettbewerb um Unternehmensansiedlungen, Kapital und hochqualifizierte Akteure stehen Standorte heute in einem globalen Wettbewerb. Es geht darum, dass jede Aktivität der Produktion bzw. einzelne Elemente eines Unternehmensprozesses an den bestmöglichen Standort verlegt werden. Hohe Chancen für die Bildung und Weiterentwicklung von Clustern ergeben sich in letzter Konsequenz dann, wenn die Fragmentierung von Wertschöpfungsebenen innerhalb einer Region auf optimale Bedingungen stößt. Destinationen sind deshalb in der Gegenwart angehalten, Strategien zu entwickeln um

⁷⁶ Vgl. Fischer 2008, S. 143 ff.

⁷⁷ Vgl. Steiner 2003 S. 25

regionale Zusammenarbeit und den Ressourceneinsatz zu fokussieren, Clusterpotentiale zu erkennen und diese zu fördern.⁷⁸

4.3.5 Förderung von Kompetenzfeldern

Aus Sicht der Unternehmen, der wissenschaftlichen Einrichtungen aber auch der Destination entwickelt sich ein immer größer werdendes Interesse daran, Kompetenzfelder zu schaffen bzw. bestehende Cluster zu fördern. Seit fast dreißig Jahren lassen sich clusterbasierte Entwicklungsstrategien als internationales Phänomen in allen entwickelten Industrieländern beobachten. Hierbei wirken die beteiligten Akteure daran, die einschlägigen Kompetenzen der jeweiligen Region zu identifizieren, zu entwickeln, zu vernetzen und der Region damit nach innen wie nach außen ein klares Profil zu geben. Die Diversität der Fördermöglichkeiten und die bisher praktizierten Strategien deutscher Städte lassen keine einheitliche Konzeptvorstellung zu. Um jedoch im Rahmen der vorliegenden Arbeit eine allgemeine Übersicht zu schaffen, werden im Folgenden vier Förderinstrumente vorgestellt, die verstärkt in regionalen Kompetenzfeldern wiederzufinden sind.⁷⁹

Förderungsinstrument	Konzept
Clusterpolitik	Schaffung von Rahmenbedingungen durch (regional-)politische Ebene, die wirtschaftliches Wachstum fördern. Bspw. Finanzierung notwendiger Maßnahmen zur Clusterentfaltung (Subventions-, Bildungs- Forschungs- und Technologiepolitik)
Clusterstrategien	Operationalisierung des Clusterkonzepts als Instrument der Regionalpolitik mit dem Ziel der Ausbildung von Clustern. Clusterstrategien formulieren Wege zur Clusterentwicklung und stellen das Gerüst für die operative Umsetzung dar.
Clusterinitiativen	Organisierte Bemühungen, die das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit von regionalen Clustern steigern. Sie umfassen verflochtene Unternehmen, staatliche Akteure und wissenschaftliche Einrichtungen. Bspw. Verbundinitiativen, wie Silicon Saxony, die eine Weitervernetzung anstreben
Clustermanagement	Strategie wirtschaftsfördernder Akteure (kommunale Wirtschaftsförderung) zur operativen Umsetzung von Clusterstrategien, die sich aus den Vorgaben der Clusterpolitik ergeben.

Tabelle 10: Instrumente der Clusterförderung

Quelle: Vgl. Beckford 2008 S. 26,27

⁷⁸ Vgl. Bieger, Scherer 2003, S.11

⁷⁹ Vgl. Beckford S. 26, 27

4.4 Kompetenzdestination Dresden

Die Betrachtung Dresdens als Kompetenzdestination schließt das vierte Kapitel der vorliegenden Arbeit ab. Bereits im Kapitel 4.3. konnte festgestellt werden, dass die Region Nürnberg nicht nur mit dem Kompetenzfeld Transport und Logistik internationale Bekanntheit trägt, sondern auch im medizinischen Sektor als ‚Medical Valley‘ gilt. Großstädte bringen in vielen Fällen mehrere Schwerpunkte hervor. Die nachfolgenden Erläuterungen sollen demnach aufzeigen, welche Kompetenzfelder Dresden verbirgt und wie die Kompetenzfelder in der sächsischen Landeshauptstadt gefördert werden.

4.4.1 Mikroelektronik/ Informations- und Kommunikationstechnologie

Dresden gilt als Herz der europäischen Mikroelektronik. Jeder zweite in Europa gefertigte Chip stammt aus der sächsischen Landeshauptstadt. Die Stadt genießt als größter und innovativster Mikroelektronikstandort des Kontinents weltweite Anerkennung. Die gesamte Wertschöpfungskette der Mikroelektronik ist in der sächsischen Landeshauptstadt zu finden. Die Kompetenz des Clusters ist in der unternehmerischen Tätigkeit, der universitären und außeruniversitären Forschung sowie in der Clusterförderung zu erkennen. Wichtige Unternehmen, die den Standort prägen sind z.B. die Infineon Technologies Dresden GmbH oder Globalfoundries.⁸⁰

Mikroelektronik/ Informations- und Kommunikationstechnologie

- 1500 Unternehmen mit mehr als 48 Tausend Mitarbeiter im Mikroelektronik Cluster
- Abdeckung der gesamten Wertschöpfungskette in der Mikroelektronik
- Unternehmen erwirtschafteten 2010 knapp 8,7 Milliarden Euro
- TU Dresden als wichtiger Partner in der universitären Forschung von Informationstechnologien und Mikroelektronik
- Enge Vernetzung mit Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen wie Fraunhofer COMEDD, die vor allem Schwerpunkte in der Mikroelektronik aufweisen (außeruniversitäre Forschung)
- Silicon Saxony mit über 300 Mitgliedern größtes Branchennetzwerk Europas in der Halbleiter- und Mikrosystemindustrie (Clusterinitiative)
- Kompetenzfeldmanager als Branchenspezialisten innerhalb der Wirtschaftsförderung zur Vernetzung, Ausbau und Management des Clusters

Tabelle 11: Dresdner Cluster Mikroelektronik/ IKT

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Landeshauptstadt Dresden

⁸⁰ Vgl. Landeshauptstadt Dresden

4.4.2 Life Sciences/ Biotechnologie

Über die Hälfte aller Unternehmen der Biotechnologie in Sachsen sind in Dresden angesiedelt. Die Unternehmen konzentrieren sich auf die medizinische Anwendung moderner Life Sciences, der „roten Biotechnologie“. Zu den Unternehmen, die den Standort prägen gehören GlaxoSmithKline Biologicals, Biotype Diagnostic GmbH und eine Bandbreite an Dienstleistern und Zulieferern, wie die ABX advanced biochemical compounds GmbH. Forschungseinrichtungen, wie das DFG - Zentrum für regenerative Therapien Dresden oder OncoRay - Center for Radiation Research in Oncology tragen maßgeblich zum Erfolg des Standortes und zu wichtigen Erkenntnissen in der Tumorforschung bei.⁸¹

Life Sciences / Biotechnologie

- Über 100 Unternehmen in Dresden und angrenzenden Städten wie Radebeul und Radeberg
- Großes Portfolio biomedizinischer Forschungseinrichtungen, wie das Max-Planck-Institut für molekulare Zellbiologie und Genetik oder das Helmholtzzentrum Dresden-Rossendorf (außeruniversitäre Forschung)
- Biosaxony e.V. als gesamtsächsischer Verein für die Biotechnologie vertritt die Branche regional und global (Clusterinitiative)
- Kompetenzfeldmanager als Branchenspezialisten innerhalb der Wirtschaftsförderung zur Vernetzung, Ausbau und Management des Custers

Tabelle 12: Dresdner Cluster Life Sciences/ Biotechnologie

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Landeshauptstadt Dresden

4.4.3 Software

Mit einem Personalzuwachs von 7,7 Prozent jährlich ist die Softwarebranche in Sachsen ein bedeutender Zukunftsmarkt für Dresden. Als Schnittstelle weiterer Branchen sorgt der IT Bereich dafür, dass Cluster wie bspw. die Mikroelektronik in Dresden so erfolgreich sind. Die Verzahnung des Clusters mit weiteren Branchen schafft wertvolle Synergien, die den Standort Dresden insgesamt voranbringen. Schwerpunktthemen in Dresden sind Automatisierung/ Industrie 4.0, Embedded Systems, IT- Sicherheit, E-Government, Business-Software, Multimedia und neue Medien. Ein innovatives Thema, an dem Wissenschaftler und Unternehmen aktuell arbeiten, ist das „Internet der nächsten Generation“ des 5G Lab Germany an der Technischen Universität Dresden.⁸²

⁸¹ ebenda

⁸² ebenda

Software

- 400 Software- und IT Firmen in Dresden und 10 Tausend Beschäftigte
- Schnittstelle und dynamischer Entwickler weiterer Branchen, wie Mikrosystemtechnik und Biotechnologie – bspw. auch Vernetzung mit der Clusterinitiative Silicon Saxony
- Universitäre Forschung an der Exzellenzuniversität TU Dresden und der HTW in Bereichen der Wirtschaftsinformatik oder Medizinische Informatik
- Außeruniversitäre Forschung an Fraunhofer Institut für integrierte Schaltung
- Kompetenzfeldmanager als Branchenspezialisten innerhalb der Wirtschaftsförderung zur Vernetzung, Ausbau und Management des Clusters

Tabelle 13: Dresdner Cluster Software

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Landeshauptstadt Dresden

4.4.4 Nanotechnologie/ Neue Werkstoffe

Die Werkstoffbranche ist in Dresden vorrangig durch Forschungseinrichtungen aus dem außeruniversitären und universitären Bereich geprägt. So bündeln vier Fraunhofer-Institute und drei Fakultäten der TU Dresden ihre Kompetenzen und decken das gesamte Themenspektrum der Nanoanalytik ab. Das Helmholtz-Zentrum Dresden Rossendorf und zwei Max-Planck-Gesellschaften forschen an der chemischen Physik fester Stoffe oder in Bereichen der Ionenstrahlphysik. Neben traditionsreichen Unternehmen, wie VON ARDENNE GmbH, einer der weltweit führenden Anbieter von Ausrüstungen für industrielle Vakuumprozesse der Plasma- und Elektronenstrahltechnik, ist die Stadt Sitz von jungen Unternehmen der Branche. Zu diesen gehört die Firma EAST-4D, deren Ziel es ist, Flugzeuge durch Carbonfasern leichter und energiesparender zu bauen.⁸³

Nanotechnologie/ Neue Werkstoffe/ Energie

- Sitz von ca. 100 der bundesweit 1000 Unternehmen in der Nanotechnologie
- 2000 Werkstoffwissenschaftler arbeiten an Querschnittstechnologien, welche der Mikroelektronik aber auch starken Dresdner Branchen, wie der Luft- und Raumfahrttechnik Innovationsvorsprünge verschaffen
- Kompetenz liegt vor allem in den Bereichen Energiespeicher, Leichtbau, Photovoltaik
- European Society of Thin Films (EFDS), Solarvalley Mitteldeutschland, Energy Saxony agieren als Netzwerkverbände/ Clusterinitiativen
- Kompetenzfeldmanager als Branchenspezialisten innerhalb der Wirtschaftsförderung

Tabelle 14: Dresdner Cluster Nanotechnologie/ Neue Werkstoffe/ Energie

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Landeshauptstadt Dresden

⁸³ ebenda

Dresden gilt aufgrund der im Kapitel 3.1.3. beschriebenen Forschungsdichte und der vorangegangenen Branchenkompetenzen als innovativer und vernetzter Standort. Unternehmen und Forschungseinrichtungen profitieren in Dresden von der gezielten Herausbildung von ‚Technopolen‘ im Stadtgebiet. Hierbei konzentrieren sich Wissenschafts- und Innovationszentren sowie Firmen des Clusters auf engem Raum. Durch die kurzen Wege der Stadt wird der Wissenstransfer wesentlich effizienter gestaltet, da Kontakte intensiver gepflegt und Forschungsinfrastruktur gemeinsam genutzt werden kann (Siehe Anlage 6). Der Aspekt, dass die vorgestellten Cluster eigenständig wachsen aber auch im Kollektiv synergetische Erfolgsdeterminanten aufweisen (Bsp. Software), spricht für die Entwicklung Dresdens als Kompetenzdestination. Schnittstellenbranchen wie die Luft- und Raumfahrtindustrie, die direkt und indirekt durch das nanotechnologische Cluster mitwachsen entwickeln gleichermaßen das Potential sich zu starken Branchennetzwerken zu entwickeln. EU, Bund und Land fördern diese Entwicklungstendenzen in Dresden und stellen jährlich Fördermittel für Investitionen für Forschung und zur Entwicklung zur Verfügung. Bspw. wurde 2015 der Standort Dresden durch das Mikroelektronikprogramm „ESCEL“ der Europäischen Union mit zwölf Millionen Euro gefördert.⁸⁴

4.5 Zwischenfazit

Unternehmerisches Netzwerken als umfassender Begriff in Form von Allianzen, Wertketten, Supply Chains gehört bei vielen privaten und öffentlichen Unternehmen und zunehmend auch zwischen Organisationen (wie Nicht-Regierungsorganisationen, Gewerkschaften, Verwaltungen in Public-private-Partnerships) inzwischen zum Tagesgeschäft. In der Gegenwart ist die Wettbewerbsfähigkeit einer ganzen Reihe von Branchen nicht mehr ohne eine nachhaltige Vernetzung der Hersteller, Zulieferer und Kunden vorstellbar. Vor allem traditionelle Branchen, wie die Automobil- oder Bauindustrie aber auch moderne Branchen, wie die der Informations- und Kommunikationstechnologie initiieren strategisch ausgerichtete Netzwerke. Durch die intensive Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Forschungsinstitutionen beschleunigt sich der Wissenstransfer, wodurch zum einen Unternehmen innovative Produkte schneller und wettbewerbsfähiger auf den Markt bringen können. Zum anderen finden Forschungseinrichtungen dadurch effektiver passende Wirtschaftspartner für die Umsetzung ihrer Forschungsprojekte. Agieren die Einrichtungen demzufolge nicht mehr auf einzelbetrieblicher Ebene, sondern auf einer Multiakteursebene, so ist eine Koppelung von Kompetenzen die Folge. Cluster stellen eine besondere Form netzwerkender Unternehmen und Einrichtungen dar, denen eine ausgeprägte räumliche

⁸⁴ ebenda

Agglomeration zugeschrieben wird. Deshalb sind Kompetenzentwicklung, Wissensaustausch und Innovationsgenerierung territorial gebunden woraus regionale Branchenkompetenzen entstehen. Diese Prozesse sind an den Erfordernissen der Wissensgesellschaft sowie der fortschreitenden Globalisierung ausgerichtet. Cluster tragen dadurch zur Profilbildung und Positionierung eines Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes bei.⁸⁵ Im folgenden Kapitel werden auf Basis der Erkenntnisse die Wirkungsweisen auf den Kongressstandort betrachtet.

⁸⁵ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

5 Der Einfluss regionaler Branchenkompetenzen auf Kongressstädte

Kongressstädte bedienen sich uneinheitlicher Maßnahmen, um das Veranstaltungspotential des ansässigen Wirtschafts- und Wissenschaftsraumes sowie auch regionaler Kompetenzfelder auszuschöpfen. Strategische Akteure der Tagungs- und Kongresswirtschaft beschäftigen sich mit den Fragen, wie die Ansprache der Cluster am effizientesten erfolgt und wie wissenschaftliche Veranstaltungen in den jeweiligen Branchenfeldern für den Standort gewonnen werden können. Klar ist, dass es keine einheitliche Antwort gibt, da Kongressstandorte nicht einheitlich betrachtet werden können (weiche und harte Standortfaktoren). Aus Sicht des Autors der vorliegenden Arbeit ergibt sich jedoch aus dieser Problemstellung ein wesentlicher Forschungsbedarf, der die Problematik aus umgekehrter Sicht betrachtet. Das wesentliche wissenschaftliche Ziel der Arbeit ist es, zu erkennen welche Wirkungsweisen von Clustern Schnittstellen zur Tagungs- und Kongresswirtschaft öffnen und an welchen Stellen der hohe Veranstaltungsbedarf geweckt wird. Die angestrebten Erkenntnisse sollen daher Synergien zwischen den beiden Forschungsobjekten aufzeigen und erklären, wie die regionalen Branchennetzwerke durch ihre Kompetenzbildung den lokalen Kongressstandort bestärken. Aus diesem Grund war es vorerst notwendig Cluster und ihre gemeinsamen Eigenschaften vorzustellen, ohne dabei die Berührungspunkte mit der Tagungswirtschaft in den Fokus zu setzen. Ebenfalls wurde die Charakteristik der Tagungs- und Kongresswirtschaft individuell beleuchtet, auch wenn der Einfluss des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes als Teil mehrerer Einflussfaktoren schon angeschnitten wurde. Im Folgenden sollen beide Forschungsobjekte fusionieren. Hierzu wurden während der Literaturrecherche Schlüsse gezogen, die eine Reihe synergiebezogener Thesen hervorgebracht haben. Diese Thesen stützen sich in erster Linie auf die kongresswirtschaftliche Behauptung, dass insbesondere Cluster den Kongressstandort fördern und suchen daher nach Indikatoren des Förderprozesses. Die kritische Betrachtung soll realistisch einschätzen, in welchem Maße der Einfluss gegeben ist und demnach den allgemeinen Tenor hinterfragen.

5.1 Literaturrecherche

Gegenwärtige Fachmagazine, wie die ‚TW Tagungswirtschaft‘ beschreiben die fachliche Infrastruktur am Kongressstandort als den größten Erfolgs- und Einflussfaktor. Einige Ansätze dafür entspringen in Veranstaltungsstudien, wie die der EITW. Akribische

Untersuchungen im Tagungs- und Kongresssegment werden auf nationaler Ebene erst seit knapp einem Jahrzehnt betrieben, weshalb die Erkenntnis über die hohe Bedeutung regionaler Branchenkompetenzen noch sehr jung ist. Für die vorliegende Arbeit wurden deshalb die frei zugänglichen Studien der EITW (2007 bis 2016) untersucht. Weiterhin konnten spezielle, nicht frei zugängliche EITW Studien des Kongressstandortes Dresden analysiert werden. Diese wurden für die Bearbeitung des Themas durch die Dresden Marketing GmbH zur Verfügung gestellt. In den öffentlichen Studien ist die Thematik ‚Branchenkompetenzen‘ erst seit dem Jahr 2011 betrachtet worden, womit die Aktualität der Thematik deutlich wird. 2012 konnte festgestellt werden, dass über 70 Prozent befragter Branchen in erster Linie Kongressstandorte für Veranstaltungen bevorzugen, die Kompetenzen in den gleichen Branchensektoren aufweisen. Damit wird klar, welchen Stellenwert der ansässige Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort im Entscheidungsprozess einnimmt.⁸⁶

Jene Erkenntnisse, die im Jahr 2012 durchgeführte Befragung, erwiesen sich als Initiator der Kompetenzfeldstudie der GCB, die als spezifischste Lektüre der Kernthematik anzuerkennen ist. Anhand der WZ2008, der offiziellen deutschen Statistik klassifizierter Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, wurden Brancheninstitutionen in Deutschland betrachtet und bestimmte Schwerpunkte in Städten und Regionen identifiziert. Standorte mit einer verhältnismäßig hohen Anzahl an branchenverwandten bzw. themenorientierten Einrichtungen rückten in den Fokus der Studie. Schlussfolgerungen lässt sich daraus, dass die Anzahl an branchenverwandten Institutionen als wichtige Komponente für den Tagungs- und Kongresstourismus eingestuft wurde. Mit Hilfe des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Zuordnungen von Germany Trade & Invest (GTAI) sowie Studien von TNS Infratest wurden jedoch auch qualitative Aspekte, wie Wirtschafts- und Wissenschaftscluster an Standorten betrachtet. Damit konnten die Themenspezialisierung der Regionen und kollektive Zusammenhänge zwischen Einrichtungen bestätigt werden. In die Aufarbeitung des ‚Kompetenzfeldatlasses‘ wurden nur Kongressstädte, daher Standorte mit gleichzeitig qualitativer Veranstaltungsinfrastruktur, einbezogen. Ziel der Studie war es, das Veranstaltungspotential der Branchen national aber auch in den einzelnen Städten und Regionen weiter zu stärken. Sie sollte deshalb Veranstalter darüber informieren, an welchen Standorten sie einerseits Branchenkompetenzen und andererseits eine gut ausgebaute Kongressinfrastruktur finden. Da die Studie als Marketinginstrument aufgearbeitet wurde, bietet sie zahlreiche Informationen über die Vielseitigkeit an

⁸⁶ Vgl. EITW 2016, S.22

Brancheninstitutionen sowie die verfügbare Kongressinfrastruktur, mit dem Ziel Anreize zu schaffen. Die explizite Charakteristik von Clustern und deren Wirkungsweise wurde jedoch nicht weiter beleuchtet.⁸⁷

Die Thematik bedient sich keiner weiteren literarischen Quelle. Auch wenn Clustern eine allgemein positive Wirkung in der Regionalentwicklung zugesprochen wird, konnten veranstaltungsbezogene Aspekte nur angenommen werden. So wurden Anführungen von Kärcher-Vital (2003) einbezogen, der sich mit regionalen Wachstumsprozessen durch Cluster beschäftigte. Auch Anführungen von Doloreux, Parto (2004) wurden berücksichtigt, da sie innerhalb der Entwicklung von Kompetenzfeldern Bezug zu Wissenstransfereinrichtungen genommen haben. Bathelt, Malmberg und Maskell (2007) wiesen hingegen logische Zusammenhänge zwischen räumlicher Konzentration und erhöhtem persönlichen Austausch auf, weshalb sie Schlüsse zur Bedeutung der Tagungsinfrastruktur in alltäglichen Kommunikationsprozessen gezogen haben. Steiner (2003) konnte Verbindungen zwischen der Themenspezialisierung von Clustern und dem Image von Destinationen als Wissensträger feststellen und implizierte dabei, dass der Standort dadurch Kompetenzen anzieht. Auch Ansichten von Beckford (2008), der kollektive Lernprozesse von Clustern und die Funktionen von Clusterinitiativen sehr intensiv betrachtete, offerierte wichtige Ansätze zur Synergieerkennung. Insgesamt konnten Schnittstellen zum Tagungsgeschäft jedoch nur unzureichend erkannt werden, wodurch der Forschungsbedarf der Arbeit bestätigt wird.

5.2 Thesen

Im Zuge der Literaturrecherche wurden Schlüsse gezogen, weshalb regionale Kompetenzfelder das Kongressgeschäft befördern und welche Determinanten dafür verantwortlich sind. Die Thesen untergliedern sich in drei Hauptfaktoren, die den hohen Einfluss von Kompetenzfeldern auf das lokale Kongressgeschäft kategorisieren. In der darauffolgenden Tabelle werden die Thesen der entscheidenden wissenschaftlichen Grundlage gegenübergestellt:

- Geografische Ballung von Wissen
- Erhöhter Wissenstransferbedarf
- Themenspezialisierung

⁸⁷ Vgl. German Convention Bureau 2015

Geografische Ballung	Thesen
(1) Der Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort ist eine regionale Konzentration von Wissen, interpretiert als Ansammlung von Akteuren in wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Einheiten verschiedener Branchen inklusive bestimmter Kompetenzfelder	(1) <i>Das am Kongressstandort potentielle branchespezifische Veranstaltungsaufkommen steigt aufgrund der quantitativ sehr starken Ausprägung an Einrichtungen im Kompetenzfeld</i>
Wissenstransferbedarf	Thesen
(2) Cluster weisen eine enge Kommunikations-, Forschungs-, Bildungs- und Vertrauensatmosphäre auf und generieren einen erhöhten Wissensaustausch (Spill Over) da sie kollektive Ziele zur Themenspezialisierung verfolgen	(2) <i>Das am Kongressstandort potentielle Aufkommen an Meetings, Seminaren und kleineren Veranstaltungen steigt aufgrund ausgeprägter Beziehungssysteme und der Notwendigkeit Wissen im regionalen Kompetenzfeld zu transferieren</i>
Themenspezialisierung	Thesen
(3) Mit der Erreichung der Themenspezialisierung verfügen Cluster über wertvolles implizites Wissen. Nationale, wie auch internationale Unternehmen wollen an diesem Wissen teilhaben.	(3) <i>Das am Kongressstandort potentielle Veranstaltungsaufkommen steigt aufgrund erhöhtem Aufkommen von Eigen- und Fremdveranstaltungen, die dazu dienen implizites Wissen zu präsentieren und weiterzugeben sowie neue Impulse zu erhalten.</i>
(4) Die Region entwickelt sich dadurch zu einem wichtigen und bekannten Wissensträger innerhalb des Branchenfeldes	(4) <i>Das am Kongressstandort potentielle Veranstaltungsvolumen steigt aufgrund wichtiger internationaler Kongresse und Fachveranstaltungen, die durch die Kompetenz des Standortes angezogen werden</i>

Tabelle 15: Thesen aufstellung

Quelle: Eigendarstellung

5.3 Experteninterviews

Im Zuge der Thesen aufstellung wurde ein Experteninterview erstellt, das die Beweisführung der Arbeit unterstützen und ergänzen soll. Experten auf dem Gebiet der Kernthematik sind grundsätzlich Akteure, die sich mit Kompetenzfeldern und der Kongressbranche beschäftigen und daher synergetische Zusammenhänge belegen bzw. weitestgehend einschätzen können. Die Vorauswahl an Institutionen, in denen Interviewpartner erreicht werden konnten, beschränkte sich vorwiegend auf politische bzw. regionalpolitische Einrichtungen, wie Wirtschaftsförderungen und DMO's bzw.

Stadt-/Kongressmarketingorganisationen. Außerdem wurden auch zentrale Ansprechpartner in Clusterinitiativen als Experten eingestuft, da Clusterinitiativen ein hohes Interesse daran aufweisen, Kompetenzfelder weiter zu vernetzen sowie zu fördern und damit eng mit der Region zusammenarbeiten. Für das Interview konnten sechs Experten aus unterschiedlichen Regionen Deutschlands gewonnen werden, deren differenzierte Betrachtungsweisen starken Einfluss auf die Auswertung genommen haben.

Interviewpartner

Matthias Schultze, Managing Director des German Convention Bureaus e.V., Frankfurt

Birgit Eißner, Leiterin Standort- und Kongressmarketing der Dresden Marketing GmbH

Martin Kunath, Leiter der Geschäftsstelle des Materialforschungsverbunds Dresden e.V.

Herr Bretting, Wirtschaftsförderung Erlangen

Helmut Meyer, Netzwerkmanager der Nanoinitiative Bayern GmbH

Lena Somschor, Veranstaltungsplanerin des European Center for Power Electronics e.V., (ECPE) Nürnberg

Tabelle 16: Interviewpartner

Quelle: Eigendarstellung

5.4 Geografische Ballung von Wissen

Ein wichtiger erster Grundgedanke, der im Kapitel 4 beleuchtet wurde ist die Verbreitung des Wissens. Das Wissen in einer geografischen Konzentration ist maßgeblich dafür verantwortlich wie hoch das Veranstaltungsvolumen in diesem Gebiet ausfällt. Verdeutlicht werden soll dieser Aspekt vorerst durch den gesamten nationalen Raum, bevor Einflüsse der regionalen Ballung von Clustern auf den Kongressstandort beurteilt werden.

5.4.1 Veranstaltungspotential durch nationales Branchenwissen

Nationale Kompetenzfelder der Bundesrepublik, wie im Bereich Logistik/ Verkehr/ Transport, behaupten sich über den Faktor Wissen. Festzustellen ist, dass in diesen Branchen auch das nationale Veranstaltungspotential sehr hoch ist. Der Grund dafür ist das Wissen, in Form von zahlenmäßig vielen Fachkräften und Einrichtungen, sowie der Faktor, dass das benötigte Wissen zur Entwicklung des Kompetenzfeldes auch auf nationalem Boden zu finden ist. Deutschland stellt 850 Tausend Fachkräfte in der Automobilindustrie, das sind 35 Prozent der gesamten Fachkräfte innerhalb der Europäischen Union.⁸⁸ Je mehr Akteure und Einrichtungen einer Branche in Deutschland

⁸⁸ Vgl. Statista 2016

existieren, desto höher ist auch das branchenspezifische Veranstaltungspotential aufgrund des natürlichen Bedarfs an Wissenstransfer der Einrichtungen. Matthias Schultze, Managing Director des German Convention Bureaus e.V.: ⁸⁹„Ein Professor sagte mal, dass da wo kein Wissen ist auch keine Veranstaltungen stattfinden. Hinter dem Wissen stehen immer Akteure, also Menschen. Wenn innerhalb einer geografischen Konzentration [national betrachtet] viele Einrichtungen einer Branche existieren, dann auch viele Menschen bzw. Wissen“. Das Potential steigert sich weiterhin, wenn in Einrichtungen neues Wissen generiert wird, an dem nicht nur Unternehmen im Inland, sondern auch Unternehmen im Ausland teilhaben möchten. Matthias Schultze: ⁹⁰„Wenn Sie die benötigten Kompetenzen an bestimmten deutschen Standorten finden, steigt das Veranstaltungsvolumen [...].“

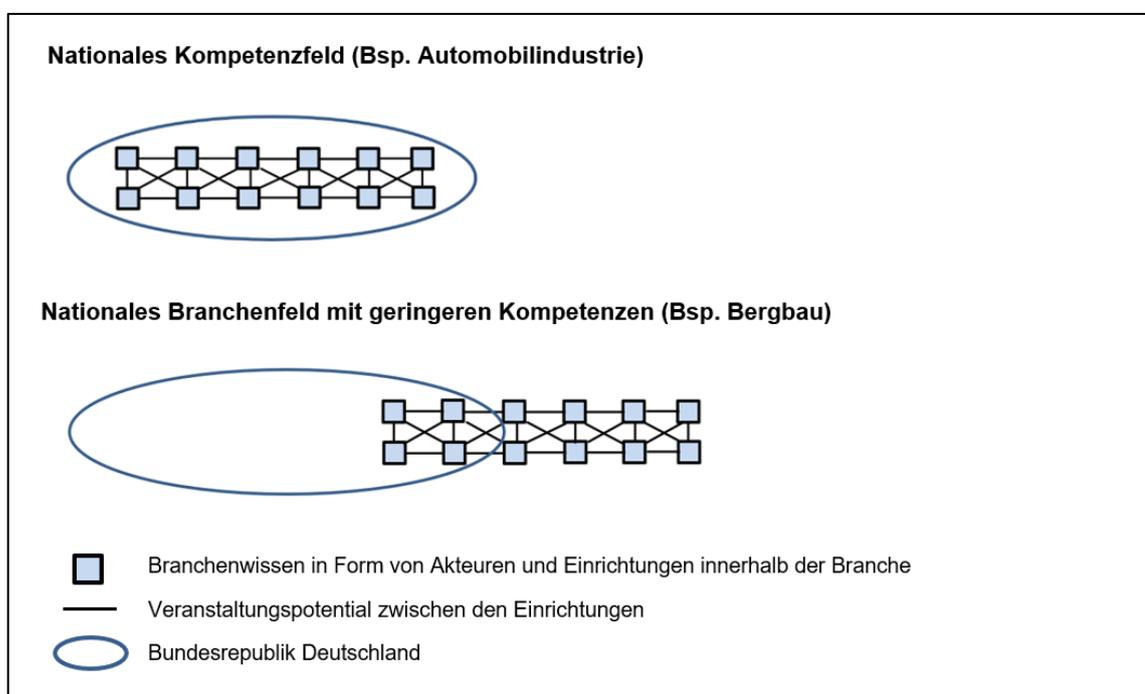


Abbildung 9: Veranstaltungsintensive und veranstaltungsarme Branchen

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Schultze, Experteninterview Anlage 8

Auch wenn das Wissen einer Branche kein greifbarer Faktor ist, wird die Anzahl und Vielfalt an Arbeitskräften und Institutionen als eine wichtige Größe der Kompetenz anerkannt. Für die Kongressbranche ist der quantitative Faktor besonders relevant. Das Wissen, interpretiert als Aufkommen an humanitären Kräften und Einrichtungen, beeinflusst das nationale Volumen an branchenspezifischen Veranstaltungen erheblich.

⁸⁹ Schultze, Experteninterview Anlage 8

⁹⁰ ebenda

5.4.2 Veranstaltungspotential durch regionales Branchenwissen

Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorte sind in diesem Kontext als geografischer Wissensträger diverser Branchen zu verstehen, unabhängig davon ob es sich um Clusterstandorte handelt oder nicht. Sie unterstehen in erster Linie dem Wissen und dem Veranstaltungspotential der Branchen. Da Inhalte und Beweggründe für Tagungen und Kongresse in Einrichtungen entstehen, sorgt die dichte Ansiedlung von Wirtschaftsunternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen für eine Entwicklung potentieller Veranstaltungsthemen, von denen ein Bruchteil lokal durchgeführt werden. Wie hoch der Einfluss auf den Kongressstandort wirklich ist, zeigt sich am Beispiel Dresden. 2016 konnte das Tagungsbarometer der EITW feststellen, dass 70 Prozent aller Veranstaltungen in Dresden durch Veranstalter in regionalen Einrichtungen geplant wurden. Die Statistik verdeutlicht, dass das Veranstaltungsvolumen in Städten zu großen Teilen durch den regionalen Wirtschaftsstandort projiziert wird. Diese lokale Kundschaft der Kongressbranche sorgt für eine kontinuierliche Grundauslastung mit Betriebs- und Aktionärsversammlungen, Kick-off-Meetings, internen Firmenveranstaltungen und Transfermechanismen zwischen Unternehmen am Standort und externen Unternehmen. Auch wenn durch die lokale Organisation nicht zwingend alle Teilnehmer aus der Region stammen, ist die Hauptquelle des jährlichen Veranstaltungsvolumens von Destinationen den Einrichtungen am Standort zuzuschreiben. Am Beispiel Dresden resultierten die verbliebenen 30 Prozent aus weiter entfernten Destinationen. Auch wenn sich die Planer dieses Prozentsatzes aus diversen Gründen (Kapitel 3) für die sächsische Landeshauptstadt entschieden haben könnten, ist nicht auszuschließen, dass geschäftliche Beziehungsverflechtungen Einfluss genommen haben. Die Einrichtungen am Standort und deren gegebener Veranstaltungsbedarf ist folglich die wichtigste Größe im Kongressgeschäft von Städten und Regionen. Damit wird allein die Bedeutung der Regionalität deutlich. Unabhängig von qualitativen Faktoren, wie das Clustering oder anderen Beziehungssystemen zwischen Einrichtungen, behauptet sich der Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort als Kern des ansässigen Kongressgeschäftes.⁹¹

Da es sich bei regionalen Kompetenzfeldern um integrative Erscheinungen am Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort handelt, sind diese durch ihr hohes Volumen an Einrichtungen und Akteuren ein wichtiger Teil im beschriebenen Prozess. Martin Kunath, Geschäftsstellenleiter des Materialforschungsverbands Dresden e.V.:⁹² „[...] da sie den Standort zahlenmäßig prägen und damit auch [...] das Veranstaltungsaufkommen

⁹¹ Vgl. Meeting- und Eventbarometer Dresden 2016, S. 45

⁹² Kunath, Experteninterview Anlage 12

beeinflussen.“ Damit ist allein die starre quantitative Betrachtung von Clustern, als Bündel lokaler Institutionen, Grund für die Aussage, dass Kompetenzfelder hohen Einfluss auf das Kongressgeschäft von Destination nehmen. Für die Kongressmetropole Leipzig sind deshalb ihre drei ansässigen Cluster besonders wichtig, da die hohe Anzahl an Akteuren und Einrichtungen den Tagungsmarkt nachhaltig beeinflussen. Zu diesen gehören das Kompetenzfeld Gesundheitswirtschaft und Biotechnologie mit rund 35 Tausend Fachkräften, Energie und Umwelt mit 12 Tausend und die Automobilindustrie mit 11,5 Tausend Menschen. Im Jahr 2015 konnten ein Drittel der Veranstaltungen im Congress Center Leipzig (CCL) den drei Kompetenzfeldern der Stadt zugeordnet werden.⁹³ Diesen Zusammenhang zeigt auch die im Jahr 2016 durchgeführte Studie der EITW in Dresden, bei der 19 Einrichtungen der ansässigen Kongressinfrastruktur ihr Veranstaltungsvolumen offenlegten. Die Ergebnisse wurden daraufhin nach Branchenschwerpunkten sortiert.

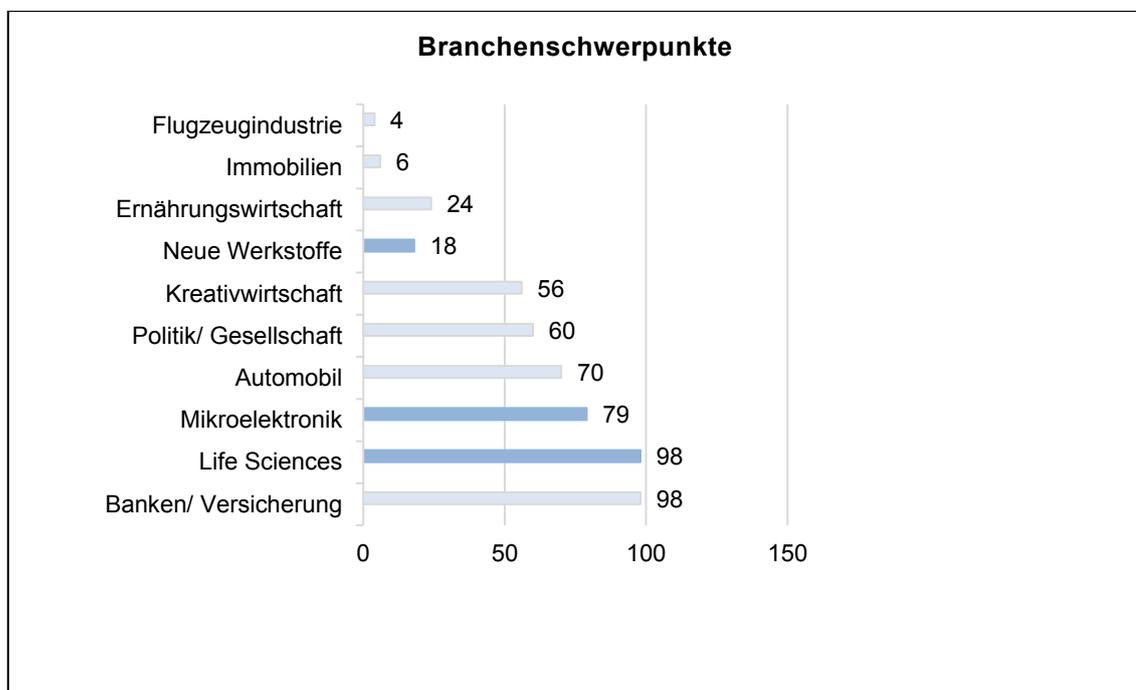


Abbildung 10: Veranstaltungsschwerpunkte nach Branchen in Dresden 2016

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Meeting- und Eventbarometer Dresden 2016, S.44

Unklar ist, zu welchen Anteilen es sich hierbei um lokal und dezentral organisierte Veranstaltungen handelt. Zu erkennen ist jedoch, dass sich alle in 4.4 aufgeführten Kompetenzfelder, bis auf die Softwarebranche, in der Statistik wiederfinden. Vor allem Life Sciences sowie die Mikroelektronik bestimmen das Veranstaltungsvolumen. Da sich die Softwarebranche wie erwähnt als Schnittstellenbranche in Dresden positioniert liegt die Vermutung nahe, dass in einer Vielzahl der Branchenveranstaltungen auch das

⁹³ Vgl. Stadt Leipzig 2018

Thema Software Einfluss nahm. Weiterhin muss die Aussagekraft der Studie kritisch betrachtet werden. Da weniger als ein Drittel der Anbieter in Dresden befragt werden konnten, sind die Ergebnisse nicht vollumfänglich verwendbar, weisen jedoch wichtige Tendenzen auf, dass die Existenz von Clustern ein erhöhtes Veranstaltungspotential erzeugt. Diese Auffassung teilt auch Interviewpartnerin Frau Somschor, Veranstaltungsorganisatorin der Clusterinitiative European Center for Power Electronics e.V. Nürnberg: ⁹⁴„[...] tatsächlich ist die ansässige Kompetenz meiner Meinung nach der wesentlichste Faktor. Gerade am Beispiel Nürnberg zeigt sich, dass viele Fachveranstaltungen im Elektronikbereich [als ansässiges Cluster] hier stattfinden, obwohl beispielsweise die Flug- und Hotel-Infrastruktur nicht die beste ist [...]. Regionale Kompetenzfelder, interpretiert als die quantitative Gesamtheit lokaler und regionaler Einrichtungen, initiieren das potentielle Kongressgeschäft in hohem Maße. In den letzten Jahren hat das Veranstaltungsvolumen in Deutschland um insgesamt 25 Prozent zugenommen, wovon deutsche Kongressstädte profitieren. Schultze begründet diese Entwicklung durch die verstärkte Fusionierung von Wirtschaft und Wissenschaft. Er impliziert dabei, dass durch die Wissensentwicklung in Kompetenzfeldern auch vermehrt veranstaltungsrelevante Themenstellungen entstehen.⁹⁵ Der Gewinn für Kongressstädte wie Dresden liegt darin, dass die Wissensentwicklung im Bereich Mikroelektronik territorial stattfindet, weshalb veranstaltungsrelevante Themen am Standort entstehen und auch vorrangig dort gesucht werden. Damit geht er auf den qualitativen Faktor von Wirtschafts- und Wissenschaftsclustern ein - dem erhöhten Wissenstransferbedarf.⁹⁶

5.5 Erhöhter Wissenstransferbedarf im Cluster

Die quantitative Betrachtung der Institutionen und deren Wirkung auf den Kongressstandort beleuchtet nur einseitig den Einfluss. Um die Wirkung der Kompetenz einschätzen zu können, mussten qualitative Aspekte in synergetischen Prozessen untersucht werden. Cluster weisen neben einer ausgeprägten räumlichen Nähe und der hohen Anzahl an branchenverwandten Einrichtungen eine Verbundenheit auf, die sich von normalen Geschäftsbeziehungen abhebt. Im Folgenden werden kompetenzbildende Prozesse in Clustern betrachtet, die das Tagungs- und Kongressgeschäft befördern.

5.5.1 Veranstaltungsfördernde Kommunikationsatmosphäre

Der Wissensaustausch ist, wie aus der vorliegenden Arbeit zu entnehmen, die Prämisse der Tagungswirtschaft. Da dieser Indikator in Clustern intensiver ist, erzeugen sie ein

⁹⁴ Somschor, Experteninterview Anlage 11

⁹⁵ Vgl. Schultze, Experteninterview Anlage 8

⁹⁶ Vgl. Meeting- und Eventbarometer Dresden 2016, S.44

erhöhtes Veranstaltungspotential. Gerade die Effekte räumlicher Konzentration von Clustern bekräftigen diesen Gedankengang. Sie prägen die lokale Kommunikation und den engen Austausch von Informationen, wie bereits die Ansätze der Nordischen Schule (Kapitel 4.3.2) verlauten ließen. Bathelt, Malmberg und Maskell (2002) beschreiben den erhöhten Austausch von Wissen stark mit Face-to-Face Kontakten und persönlichen Treffen am Standort, wie auch Helmut Meyer, Netzwerkmanager der Nanoinitiative Bayern GmbH aus praktischer Erfahrung bestätigt: ⁹⁷„Cluster und Netzwerke funktionieren nur dann, wenn regelmäßige Treffen stattfinden, kleinere Treffen bei einzelnen Partnern und größere an entsprechenden Veranstaltungsorten.“ Cluster kommunizieren im Sinne einer gemeinsam getragenen Entwicklungsversion. Hierzu ist Vertrauen unter den Akteuren notwendig, welches nur durch eine dauerhafte Zusammenarbeit aufgebaut werden kann. ⁹⁸ Damit diese Basis gewährleistet werden kann, muss vor allem die Existenz von Clusterinitiativen, wie beispielsweise der Verbund biosaxony e.V. langfristig gesichert werden. Clusterinitiativen fungieren als Schnittstelle zwischen den Einrichtungen im Kompetenzfeld und organisieren Netzwerktreffen.

Hierbei wurde die Schlussfolgerung gezogen, dass besonders Kompetenzfelder, mit ihren verknüpften Einrichtungen, lokale Orte des persönlichen Austauschs benötigen, um den alltäglichen Kommunikationsprozessen einen Rahmen zu geben. Damit werden wichtige Schnittstellen zur Tagungs- und Kongressbranche geschaffen. Harald Bretting, Wirtschaftsförderung Erlangen: ⁹⁹„[...] ja, der Austausch findet häufig über persönliche Treffen statt. Gerade durch informelle Treffen wird in Clustern ein Mehrwert geschaffen. [...] Orte des persönlichen Austauschs sind extrem wichtig. In unserem Fall sind das Medical Valley Center Erlangen und das Medical Valley Center Forchheim hervorzuheben.“ Kleinere Meetingräume sind dabei unerlässlich, da spontane und flexible Netzwerktreffen nicht zwangsläufig eine hohe Teilnehmerzahl aufweisen: ¹⁰⁰„Ich sehe hier die kleineren Veranstaltungsorte im Vordergrund, da dort unzählige Veranstaltungen abgehalten werden [...]“. In diesem Zusammenhang werden aus finanziellen Gründen hauptsächlich hausinterne Kapazitäten genutzt. Um regional gebundenes Wissen umzuschlagen sind jedoch auch nah gelegene, unabhängige Orte des Austausches von Bedeutung. Veranstaltungsstätten schaffen somit zusätzlichen Raum.

⁹⁷ Meyer, Experteninterview Anlage 10

⁹⁸ Vgl. Bathelt, Malmberg, Maskell 2002, S. 104 ff.

⁹⁹ Bretting, Experteninterview Anlage 13

¹⁰⁰ ebenda

5.5.2 Lokalisierte Bildung als Triebfeder für Seminare und Weiterbildungen

Neben der besonderen Kommunikationsatmosphäre am Standort erzeugen auch lokale Lernprozesse Synergien zur Tagungs- und Kongressbranche. Die Verbundenheit kooperierender und konkurrierender Einrichtungen im Kompetenzfeld und deren gemeinsame Spezialisierung setzen den Transfer von explizitem und implizitem Wissen voraus. Lokale Transfermechanismen des Wissens unterstützen die Kompetenzentwicklung am Standort. Bereits in der Vorstellung des Entwicklungsansatzes der Industriedistrikte wurden Weiterbildungs-, Forschungs- und Schulungsorte als infrastrukturelle Voraussetzungen erwähnt. Weiterbildungsmaßnahmen dienen vor allem zur Kompetenzsteigerung in den Bereichen Führung, Projektsteuerung, Wissensmanagement oder Finanzierung. Auch die technische Fort- und Weiterbildung wird dadurch gewährleistet. Zugleich diese Bildungsmaßnahmen in allein agierenden Unternehmensstrukturen zu finden sind, wird davon ausgegangen, dass Kompetenzfelder durch kollektive Lernprozesse einen erhöhten Bedarf aufweisen. Bildungs- bzw. Weiterbildungsstätten werden deshalb neben Kommunikationsplattformen eine besondere Bedeutung in Clustern zugeschrieben.¹⁰¹ Wie bedeutsam die Nutzung der Tagungsinfrastruktur als Interpretation einer Wissenstransfer- und Bildungseinrichtung im Cluster ist, erscheint trotzdem fraglich. Praxisnahe Aussagen von Interviewpartnern in Clusterinitiativen bestätigen, dass die Buchung von Veranstaltungslocations meist im Zusammenhang mit Seminaren und Weiterbildungen steht: Lena Somschor, Veranstaltungsorganisatorin ECPE e.V.: ¹⁰²„Ja, da zum Beispiel auch Aus- und Fortbildungsveranstaltungen in direkter räumlicher Nähe stattfinden können [...] Die Form des Wissensaustauschs über Webinare oder e-learning-Plattformen kann nur ergänzend genutzt werden.“ Die standortgebundene Weitergabe von nicht-kodifiziertem Wissen prägt die Eigenschaften von Clustern, wovon die Meetingbranche profitiert.

5.5.3 Wissenschaftliche Treffen durch die Forschungs- und Innovationskraft

Im Gegensatz zum Wissen als imaginäre Größe sind Innovationen eine greifbare Größe, die der Kompetenzdestination nachhaltig zugeordnet werden kann. Die regionale Branchenkompetenz wird dadurch transparent wahrgenommen. Ein zentrales Ziel von Clustern ist deshalb der Innovationserfolg, um sich den wachsenden Anforderungen der wissensbasierten Gesellschaft zu stellen. Ideen und Wissen in neue oder verbesserte Produkte, Dienstleistungen und Verfahren umzusetzen steht im Mittelpunkt der Handlungen. Insbesondere durch die Verbundenheit mit Forschungs- und

¹⁰¹ Vgl. Doloreux, Parto 2004

¹⁰² Lena Somschor, Experteninterview Anlage 11

Entwicklungseinrichtungen wird Clustern eine höhere Forschungsrate zugetragen, wie auch Interviewpartnerin Birgit Eißner, Leiterin des Kongress- und Standortmarketings der Dresden Marketing GmbH, am Beispiel der Elbmetropole bestätigt: ¹⁰³„[...] Die Cluster am Standort sind generell sehr forschungsintensiv und innovativ.“ Die innovativen Zielsetzungen von Clustern sind hierbei verantwortlich dafür, dass sich Einrichtungen sehr oft auf Ebenen der Leistungserstellung bewegen, die sich mit der Forschung und Weiterentwicklung von Produkten, Dienstleistungen oder Verfahren beschäftigen. Forschung fördert wissenschaftlichen Austausch und Kompetenz, wiederum sind diese Indikatoren eine wichtige Triebfeder für Veranstaltungen. Steiner (2003) teilt Clustern eine erhöhte Innovationskraft zu, da die Innovation kein Vorgang ist, der in Isolation geschieht. Es ist in der Regel nicht der einzelne Erfinder und auch nicht der einzelne Betrieb der Neues hervorbringt, sondern sind es Teams und Netzwerke von Forschern, Entwicklern, Managern und Marketingstrategen, deren Zusammenwirken ein funktionierendes Umfeld inklusive Tagungsinfrastruktur voraussetzt.¹⁰⁴ Die regionale Branchenkompetenz entwickelt sich durch kollektive Spezialisierungs- und Innovationsziele der Akteure. Wissenschaftliche Kolloquien, Treffen von Forschungsteams oder Start-up Veranstaltungen sind Teil der verstärkten Forschungs- und Innovationsprozesse. Matthias Schultze: ¹⁰⁵„Orte des persönlichen Treffens sind besonders wichtig. Sie sind ein Inkubator für neues Wissen. Aus den Themen des Treffens entstehen andere Themen und neue Erkenntnisse. Wenn sich mehrere Menschen zu einem Thema Treffen und bspw. Experten hinzugezogen werden entstehen wichtige Prozesse. Die Tagungs- und Kongresswirtschaft profitiert klar davon.“

5.6 Themenspezialisierung

Die vorangegangenen Erläuterungen zu Kommunikations- Weiterbildungs- und Forschungsprozessen auf lokaler Ebene können als Bausteine der Themenspezialisierung von Clustern gesehen werden. Das netzwerkgebundenen Ziel, ein Kompetenzfeld zu schaffen, erfordert deshalb koordinierte Zusammenarbeit und (Weiter-)Bildung auf engstem Raum. Hierbei fördert die Tagungsinfrastruktur als Schnittstelle lokale Kommunikations- und Weiterbildungsprozesse sowie Forschungs- und Innovationsaktivitäten. Das Veranstaltungssegment fungiert damit als kontinuierlich genutzter Wissensumschlagsplatz auf dem Weg zur Themenspezialisierung. Eine noch größere Bedeutung kann der Kongressinfrastruktur zugeschrieben werden, wenn die

¹⁰³ Eißner, Experteninterview Anlage 9

¹⁰⁴ Vgl. Steiner 2003, S. 74, 75

¹⁰⁵ Schultze, Experteninterview Anlage 8

Themenexzellenz vorgestellt werden soll. Hierbei sind Veranstaltungen mit einem Fachpublikum von mehreren hundert bis tausenden Tagungs- und Kongressreisenden gemeint.

5.6.1 Themenspezifische Eigenveranstaltungen

Von den Akteuren am Standort, eigenständig initiierte Themenveranstaltungen sind eine wichtige Plattform für die Entwicklung des Kompetenzfeldes. Branchentagungen erzeugen einen nationalen und internationalen Austausch im jeweiligen Sektor, wie auch Birgit Eißner weiß: ¹⁰⁶„[Themenspezifische Veranstaltungen] ermöglichen die Entwicklung von Clustern über den eigenen inneren Austausch hinaus.“ Eigene Tagungen erhöhen die Aufmerksamkeit des Clusters, unterstreichen die Kompetenz der Akteure am Standort und diskutieren aktuelle Themen im jeweiligen Branchenbereich: Matthias Schulze: ¹⁰⁷„Veranstaltungen sind ein wichtiges Marketinginstrument aber gleichzeitig sind sie auch wirksam um Themen voran zu bringen. Nach wichtigen Veranstaltungen wachsen oftmals Organisationsprozesse und Problemlösungen werden vorangetrieben. Diese Wirkung wird unter dem Erbe einer Veranstaltung verstanden.“ Die Netzwerkerweiterung und folglich die Wissenserweiterung steht hierbei im Fokus, weshalb Clusterinitiativen ein erhöhtes Interesse daran aufweisen eigene Veranstaltungen zu erzeugen. Cluster profilieren in Form von Eigenveranstaltungen ihren Stellenwert und präsentieren das Wissen des Standortes, weshalb der bevorzugte Ort der eigenen Tagung in der Regel der ansässige Kongressstandort ist: Lena Somschor ¹⁰⁸„Konferenzen mit Bezug zur Branche werden bewusst versucht in der Region zu halten. Dies hat natürlich auch logistische und kosten-spezifische Gründe.“ So können im Rahmen von Fachmessen und Tagungen spezialisierte Fachkräfte beworben oder Anstöße für Unternehmensgründungen am Standort geschaffen werden. Das Aufgebot von branchengleichen Institutionen in der Region erhöht dabei die Chance Konferenzen, Kongresse und Tagungen zu organisieren. So unterstützen Unternehmen im Cluster die Eigenveranstaltungen ökonomisch sowie durch ihr Wissen, indem sie als Partner oder Sponsor agieren. Zudem bieten sich Werksbesichtigungen innovativer Betriebe und das Heranziehen von Keynote- Rednern aus der ansässigen Branche, als Ergänzung des eigenen Programms an. Weitere finanzielle, ökonomische und qualitative Aspekte sind in den nachfolgenden Punkten zu erkennen:

¹⁰⁶ Eißner, Experteninterview Anlage 9

¹⁰⁷ Schulze, Experteninterview Anlage 8

¹⁰⁸ Somschor, Experteninterview Anlage 11

- Einbeziehung regionaler Unternehmen als Aussteller bei Firmenmessen
- Vorstellung innovativer Produkte
- Professoren und Wissenschaftler als hochrangige Referenten
- Unterstützung durch Experten im Beirat der Veranstaltung

Die Kompetenz der Cluster ist der entscheidende Indikator dafür, ob Tagungen und Kongresse nachhaltig etabliert werden können und wie hoch das Interesse externer Akteure daran ist, am Wissen teilhaben zu wollen. Festzustellen ist, dass bedeutende Kompetenzstandorte durch die oben genannten Vorteile vergleichsweise oft eigenständig Tagungen und Kongresse ins Leben rufen, weshalb die Kongressstatistik in regionalen Kompetenzfeldern steigt. Clusterspezifische Eigenveranstaltungen, wie die in Leipzig annual stattfindende World Conference on Regenerative Medicine (WCRM) bewirken, dass Standorte ihre Branchenkompetenz auf reale Weise vorstellen, festigen und weiterentwickeln können. Das wirtschaftliche und wissenschaftliche Umfeld aber auch das infrastrukturelle und gesellschaftliche Stadtbild im Cluster wird dadurch sichtbar und das Image gefördert. Der vorhandene Bedarf neues Wissen in Form von Veranstaltungen nach außen zu tragen, sowie die Fähigkeit, gebündelte Kräfte und vernetztes Wissen in die Etablierung einer Branchenveranstaltung einzusetzen, sind Kernaspekte, weshalb Cluster eine Vielzahl von Themenveranstaltungen organisieren. Für das lokale Tagungsgeschäft, aber auch für die gesamte Destination, ergeben sich daraus wertvolle Synergien. Zum einen weisen genannte hohe Teilnehmerzahlen auf, wovon das Kongressgeschäft und die Stadt ökonomisch profitiert, zum anderen sind erfolgreich durchgeführte Tagungen und Kongresse auch Aushängeschilder für die Veranstaltungsdestination und erhöhen die Reputation einer Stadt. Matthias Schulze:¹⁰⁹ „Daher beeinflussen Cluster, sowie der gesamte Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort das Image der Kongressstadt durch die Projizierung von Themen und Themenveranstaltungen.“ Eigenveranstaltungen fördern das Tagungsgeschäft immens, da eine Vielzahl von Tagungs- und Konferenzreisenden die Destination besuchen, Hotels auslasten und wie in Tabelle 3 beschrieben, am Standort konsumieren. Die Themenspezialisierung als kumulierender Prozess des regionalen Kompetenzfeldes bedient den Kongressstandort mit eigenständig herbeigerufenen Veranstaltungen aufgrund von Vernetzungs- Kommunikations- und Bildungsprozessen sowie aus Image- und Prestige Gründen.

¹⁰⁹ Schulze, Experteninterview Anlage 8

5.6.2 Anziehung von Fremdveranstaltungen

Die in der Kongressstadt herrschende Kompetenz bietet deshalb auch Anreiz für Fremdveranstaltungen. National und international agierende Unternehmen und Verbände entscheiden sich aufgrund diverser Beziehungsverflechtungen mit den Clustern für die Durchführung von Tagungen am Standort. Regionale Branchennetzwerke schaffen es durch gebündelte Kompetenzen zu wichtigen Erkenntnissen zu gelangen, die lokal bzw. regional gebunden sind. Somit verfügt der Standort über nicht-ubiquitäres Wissen. Neben dem verfügbaren expliziten Wissen auf nationalem Boden prädestinieren sich Cluster durch neues Wissen, woran branchenverwandte Einrichtungen außerhalb des Clusters teilnehmen möchten. Nationale und internationale Veranstalter wählen somit bevorzugt Kongressstandorte, an denen sie ein geeignetes Umfeld bzw. Publikum für die eigene Veranstaltung vorfinden, um eigene Interessen zu kommunizieren, sich vernetzen zu können und eine gewisse Teilhabe an neuem Wissen zu erlangen. Weiterhin können durch die Vielzahl branchenverwandter Einrichtungen am Clusterstandort potentielle Aussteller, Sponsoren oder Partner gewonnen werden. Auch die Möglichkeit, hochrangige Wissenschaftler als Referenten am Zielort zu gewinnen ist wahrscheinlicher und erhöht zusätzlich den Mehrwert der Veranstaltungen. Schlussendlich bevorzugen Veranstalter schon allein deshalb Tagungsstädte mit ihren Branchenkompetenzen, da an diesen Standorten oftmals große Player einen Sitz haben. Beispielsweise wird die Automobilindustrie in Leipzig mit Namen wie Porsche und BMW in Verbindung gebracht.¹¹⁰ Die Kompetenz des Clusters gewinnt dadurch an internationaler Strahlkraft. Zusammengefasst schätzen externe Veranstalter die Expertise der Cluster und beziehen diese in die Standortwahl ein. Je höher das Wissen des Clusters, desto wahrscheinlicher werden dadurch branchenspezifische Fremdveranstaltungen angezogen. Clusterinterne Akteure begrüßen diese Entwicklung, da sie sich im Rahmen der Fremdveranstaltung weiternetzen und weiterbilden können oder Werbemaßnahmen vornehmen können. Auch der Austausch von Best-Practice-Erfahrungen verhilft zur Wissensentwicklung. Weiterhin fördern Fremdveranstaltungen das Image als Kompetenzstandort, da die Destination aufgrund des verfügbaren Wissens gewählt wurde. Auch der Bedarf externes Wissen in das Cluster zu integrieren ist hierbei gegeben. Eine starke institutionelle Einbettung ökonomischer Beziehungen birgt die Gefahr der Abschottung gegen externe Einflüsse und somit den Verlust von wichtigen Impulsen zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit. Die nachhaltige Öffnung des Kompetenzfeldes nach außen ist von zentraler Bedeutung, wenn der Anschluss an internationale Märkte und Technologien nicht abreißen soll. Lena

¹¹⁰ Vgl. Stadt Leipzig 2018

Somscher: ¹¹¹ „Das tatsächliche Aufeinandertreffen der Akteure bietet im Gegensatz dazu die Möglichkeit einer direkten Auseinandersetzung mit neuen oder auch alternativen Konzepten und Ansätzen. Das Kennenlernen des aktuellen Stands der Forschung im vorwettbewerblichen Bereich lebt zudem vom Treffen direkter Konkurrenten auf neutralem Boden.“

5.6.3 Treffpunkt internationaler Fachveranstaltungen

Clusterstandorte genießen durch diese wettbewerbsfähigen Destinationsprodukte hohes Ansehen und ziehen mit ihrer Themenspezialisierung etablierte Fachmessen und internationale Kongresse an. Birgit Eißner: ¹¹² „[Cluster] kommen dabei zu neuem Wissen und zu neuen Erkenntnissen. Das wiederum bewirkt die Initiierung neuer Kongresse bzw. werden etablierte Kongresse an den Standort gezogen. Dort sitzt die Kompetenz“. Im Wettbewerb um wichtige Branchenveranstaltungen, die oft mehrere tausend Teilnehmer mit sich bringen, kommen daher Standorte in Frage, die eine hohe bzw. die höchste Branchenkompetenz im jeweiligen Segment aufweisen. Für die vorliegende Arbeit ist dieser Faktor essentiell, da eine synergetische Verbindung zwischen Themenspezialisierung von Clustern und wichtigen internationalen Fachveranstaltungen deutlich wird, unabhängig davon ob der Standort einmaliger oder mehrmaliger Austragungsort ist. Als Beispiel hierfür kann die medizinische Fakultät der Universität Leipzig aufgeführt werden, die mit mehr als dreitausend Studierenden zu den größten Fakultäten Deutschlands gehört. Laut Dr. Torsten Schöneberg, Professor für molekulare Biochemie hat die Universität großes Interesse daran medizinische Kongresse nach Leipzig zu holen, um damit ihr Ansehen zu festigen: ¹¹³ „In der Medizin sind Kongresse essenziell, als Treffpunkt für den wissenschaftlichen Austausch“. Die Kraft dieser unikalen Veranstaltungen kann am Beispiel des Kongresses der Federation of European Microbiological Societies (FEMS) verdeutlicht werden. 2013 konnte Leipzig mit seinen Clustern im Bereich der Biotechnologie diesen branchengleichen Kongress anziehen. Die Dachorganisation FEMS vereinigt 46 mikrobiologische Fachgesellschaften aus 36 europäischen Ländern und repräsentiert damit etwa vierzigtausend Wissenschaftler. Zum FEMS-Kongress im Congress Center Leipzig reisten rund zweitausend Teilnehmer aus Europa, Amerika und Asien an. Als Chairman der Veranstaltung fungierte Professor Hauke Harms, Leiter des Departments für Mikrobiologie im Helmholtz Zentrum für Umweltforschung – UFZ Leipzig. Diese Besetzung zeigt auf, welchen Einfluss Akteure im Kompetenzfeld einnehmen. Prominente Gäste waren unter anderem Nobelpreisträger und politische Funktionäre der Europäischen Union. Das

¹¹¹ Somschor, Experteninterview Anlage 11

¹¹² Eißner, Experteninterview Anlage 9

¹¹³ Schöneberg 2013

Medieninteresse kennzeichnete die Wirkung des Kongresses. Die Wahrnehmung vor Ort und die populärwissenschaftlichen Berichte förderten nachhaltig das Image Leipzigs als Biotechnologiestandort.¹¹⁴

Auch in Dresden spiegelte sich in den letzten Jahren die Kompetenz anhand von wichtigen Branchenveranstaltungen wider. Die ‚SEMICON Europa‘, das führende Forum für die Halbleiter- und Mikroelektronik in Europa, oder die ‚Nanofair‘, ein im Turnus von zwei Jahren stattfindender internationaler Kongress mit Fachausstellung zum Thema Nanotechnologien, sind Beispiele dafür, dass eine hohe regionale Branchenkompetenz die wichtigsten Branchenveranstaltungen anzieht. Cluster prägen den Status innovativer Destinationen, weshalb besonders an Clusterstandorten bedeutende Kongresse und Messen der jeweiligen Branche zu finden sind. Im Jahr 2018 haben sich gegenwärtig neun internationale Kongresse aufgrund der Kompetenzbereiche (Mikro-)Elektronik/IKT für die Landeshauptstadt Dresden entschieden. Diese Entwicklung ist ein klares Zeichen dafür, dass Dresden in der High-Tech-Branche zunehmend ein anerkannter Standort ist und Branchenkompetenzen den Kongressstandort fördern.¹¹⁵

Internationaler Kongress	Datum
DATE- Design, Automation & Test in Europe	19.03. – 23.03.2018
Smart Systems Integration	11.04. – 12.04.2018
APC/M Conference	16.04. – 18.04.2018
13th Silicon Saxony Day	29.05.2018
ESSCIRC and ESSDERC Conference	03.09. – 06.09.2018
ESTC – Electronic System-Integration Technology Conference	18.09. – 21.09.2018
Printing for Fabrication	24.09. – 28.09.2018
5G Summit	25.09.2018
SAW Symposium	01.10. – 02.10.2018

Tabelle 17: Wichtige Kongresse im Dresdner Kompetenzfeld Mikrotechnologie/ IKT

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. Silicon Saxony 2018

¹¹⁴ Vgl. businessFORUM Gesellschaft für Verbands- und Industriemarketing mbH

¹¹⁵ Vgl. Silicon Saxony e.V. 2018

5.7 Einfluss- und Wirkungsmodell

Die vorangegangenen Bewertungen bestätigen, dass Wirtschafts- und Wissenschaftscluster einen bemerkbaren Einfluss auf das Veranstaltungsvolumen des ansässigen Kongressstandortes ausüben. Der Tenor der Branche konnte damit wissenschaftlich belegt werden. Der Nutzen der Ergebnisse für die Kongressbranche sowie für regionale Kompetenzfelder wird im nachfolgendem Unterkapitel betrachtet. Vorerst sollen jedoch die Erkenntnisse über veranstaltungsfördernde Clusterprozesse in einem Einfluss- und Wirkungsmodell aufgezeigt werden. Für die Anfertigung des Modells konnte keine Grundlage verwendet werden, weshalb es im Rahmen der vorliegenden Arbeit neu konzipiert wurde. Wie erwähnt können Kompetenzfelder nicht einheitlich betrachtet werden, weshalb clusterbezogene Entwicklungsvariablen im Modell nicht deckungsgleich in jedem Kompetenzfeld wiederzufinden sind. Es konnten jedoch innerhalb der Forschungsstrategie charakteristische Merkmale und Ziele allgemeingültig definiert werden. Weiterhin sind resultierende Veranstaltungsformen vielmehr als potentielle, statt tatsächliche Größe gemeint. Hierbei wird erneut auf das Gesamtkonstrukt harter und weicher Standortfaktoren verwiesen, die in der Heranführung zum Kernthema betrachtet worden sind. Die Einfluss- und Wirkungsweisen des Modells sollen aufzeigen, dass kompetenzbildende Prozesse das Tagungs- und Kongressgeschäft mit vielseitigen Veranstaltungsformen beliefert.

Legende

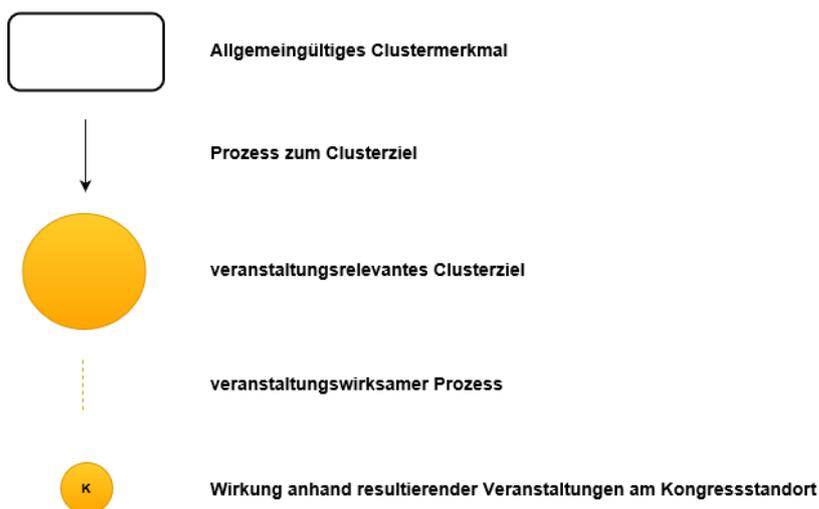
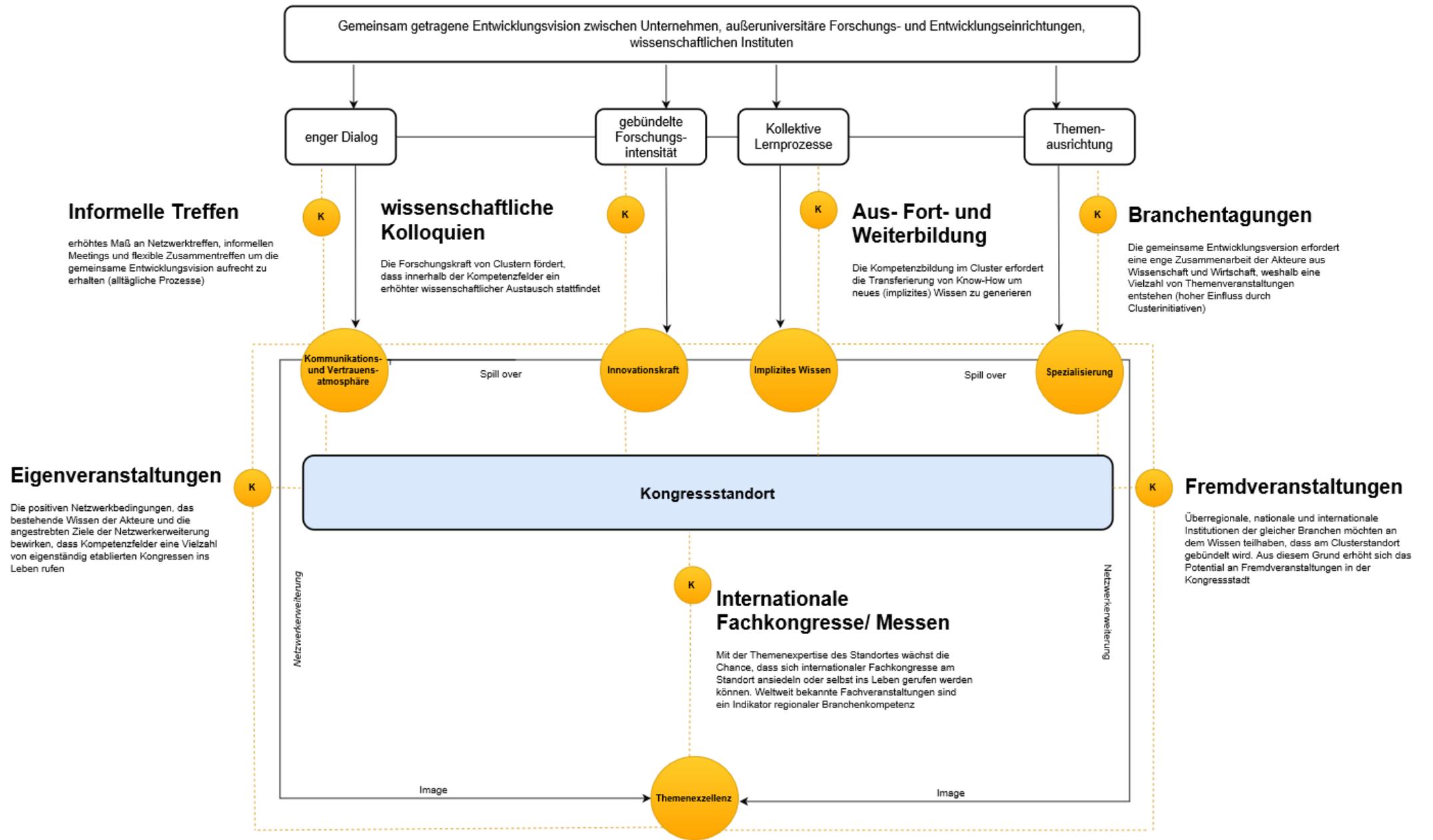


Abbildung 11: Legende zum nachfolgenden Einfluss- und Wirkungsmodell

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Vgl. nachfolgendes Modell

veranstaltungsfördernde Prozesse am Kongressstandort durch die Kompetenzbildung von Clustern



5.8 Nutzen und Mehrwert der Ergebnisse

Deutschland gilt als eine der führenden Meeting-Destinationen weltweit. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, eine breite Kongressinfrastruktur und die internationale Verkehrsanbindung spielen dabei nach wie vor eine wichtige Rolle. Doch angesichts des zunehmenden Wettbewerbs der Kongresswirtschaft sind europäische Städte gefordert mit Wissen hervorzustechen. Das Wissen deutscher Branchen stellt sich als wichtige Determinante des wachsenden Tagungs- und Kongresstourismus in Deutschland heraus. Das hohe Veranstaltungspotential von nationalen Branchen fördert die Meeting Industry eigenständig. Deutschland als eine der führenden Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorte Europas bietet Kongressstädten durch Wissen und Wissensentwicklung optimalen Content für themenspezifische Veranstaltungen: Matthias Schultze, Managing Director des German Convention Bureaus: ¹¹⁶„Kongressstandorte existieren in diesem Sinne ja nicht. Jeder Teilnehmer eines Kongresses ist ja eigentlich ein Teilnehmer an einem spezifischen Thema, wie Radiologie oder Biotechnologie [...]“. Die Ergebnisse verdeutlichen ebenso, dass Kongressstädte am stärksten vom ansässigen Wirtschafts- und Wissenschaftsraum profitieren, da das Veranstaltungsvolumen vorrangig lokal übertragen wird. Cluster verstärken diesen Prozess, indem sie durch die regionale Konzentration den Wirtschaftsstandort zahlenmäßig stärken. Viel wichtiger für die Kongressstädte sind jedoch qualitative Faktoren der Kompetenzbildung und die Themenexzellenz.

5.8.1 Nutzen für regionale Kompetenzfelder

Die prinzipielle Voraussetzung der Kongressinfrastruktur für die Entwicklung von Kompetenzfeldern konnte in alltäglichen Kommunikations-, Weiterbildungs- und Forschungsprozessen nicht festgestellt werden. In vielen Fällen verfügen die Einrichtungen über genügend Inhouse Kapazitäten. Der Wissenstransfer zwischen den Einrichtungen fragt jedoch auch nach unabhängigen Orten, da interne Möglichkeiten den Bedarf nicht ansatzweise abdecken. Sind diese nicht oder nur zum Teil vorhanden, weichen Veranstaltungsplaner extern aus, wobei dadurch die eigentliche Clusteraktivität (synergetische Vorteile am Standort) vermindert wird. Aus diesem Grund kann nicht davon gesprochen werden, dass wirtschaftlich bedeutsame Städte gleichzeitig starke Kongressstädte sind. Die Lichtstadt Jena beispielsweise ist international für ihre Kompetenzfelder im Bereich Optik und Photonik bekannt. Auch Schnittstellenbranchen, wie die Gesundheitstechnologie oder die Präzisionstechnik sind dadurch stark in der

¹¹⁶ Schultze, Experteninterview Anlage 8

thüringischen Stadt vertreten.¹¹⁷ Eine aktuelle Studie belegt, dass das hohe Veranstaltungspotential der Destination in den letzten Jahren an Standorte, wie Erfurt oder Weimar übergegangen ist. Gründe dafür konnten in der unzureichenden Kongressinfrastruktur, vor allem durch das fehlende Kongresscenter, gefunden werden.¹¹⁸ Lena Somscher: ¹¹⁹„[...] *Fehlende Lokalitäten (auch im Bezug auf unterschiedliche Preissegmente) oder die Ausrichtung [der Veranstaltungseinrichtung] auf andere Zielgruppen (z.B. Familienfeiern), können auf Dauer zum Abwandern von Veranstaltungsreihen in andere Ballungsräume führen*“. Kompetenzfelder sollten daher ein gewisses Interesse daran haben, eine funktionierende Kongressinfrastruktur am Standort vorzufinden. Somit kann sie als clusterförderndes Standortmilieu bezeichnet werden. Martin Kunath, MFD Geschäftsstellenleiter des Materialforschungsverbands Dresden: ¹²⁰„*Vorhandene Kongressinfrastruktur ist eine hinreichende, aber keine notwendige Voraussetzung für Innovationsprozesse [...]*“. Zu erkennen ist, dass die Tagungs- und Kongressinfrastruktur vielmehr eine positive Bedingung und ein lokaler Wegbegleiter ist, der die alltäglichen Wissensaspekte von Clustern unterstützt. Birgit Eißner, Leiterin Standort- und Kongressmarketing der Dresden Marketing GmbH: ¹²¹„*Im Umkehrschluss hat auch eine attraktive, moderne Kongressinfrastruktur Einfluss auf die Entwicklung von Clustern [...]*“.

Die Kongressinfrastruktur wird für Cluster jedoch spätestens dann bedeutsam, wenn die Themenspezialisierung große Eigen- und Fremdveranstaltungen nach sich ziehen soll. Das Image als internationaler Treffpunkt der Branche kann nur gewährleistet werden, wenn diese Veranstaltungen dauerhaft am Clusterstandort realisierbar sind. Fachmessen mit begleitenden Fachkongressen erfordern hohe Kapazitäten und zahlreiche Kongressdienstleister am Standort. Sind diese unzureichend vorhanden, etablieren sich bedeutende Veranstaltungen nicht im Cluster oder wandern ab, wodurch das Image und zugleich die Kompetenzentwicklung vermindert wird. Birgit Eißner: ¹²²„*Mit Kongressen gibt es gesellschaftlichen Input, Wissen kommt in die Stadt, in die Institute und Unternehmen.*“ Wenn es Veranstaltern über Kongresse gelingt, führende Fachkreise in die Region zu bringen, in der sie ihre Forschung oder ihre Geschäfte betreiben, hilft dies extrem dabei, die eigene Reputation aufzubauen. Der Bedarf ist daher existent, insbesondere wenn es um Standortprofilierung bzw. Imageaspekte geht.

¹¹⁷ Vgl. Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH

¹¹⁸ Vgl. Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, S. 41

¹¹⁹ Somschor, Experteninterview Anlage 11

¹²⁰ Kunath, Experteninterview Anlage 12

¹²¹ Eißner, Experteninterview Anlage 9

¹²² ebenda

Fachliche Kongresse festigen dadurch den Stellenwert als Wissensstandort. Um solche Veranstaltungen zu organisieren, braucht es jedoch ein eng geflochtenes Netz und Sponsoren, weshalb viele Akteure nicht die Initiative ergreifen möchten. Kompetenzfelder bieten diese Aspekte, weshalb Professoren an Universitäten und Direktoren von Instituten optimale Bedingungen geboten bekommen, die genutzt werden sollten. Dadurch, dass das Thema fest in der Stadt verankert ist und Verbindungen innerhalb der Branche i.d.R. stabil sind, fällt es auch leichter ein Umfeld zu generieren, das zur Zielgruppe passt. Hierbei sind Rahmenprogramme gemeint, die thematisch umgesetzt werden können. Viel wichtiger sind jedoch Partner der Kongressbranche in der Stadt, die nicht nur die Rahmenbedingungen schaffen, sondern auch die thematischen Hintergründe und Bedürfnisse kennen. Das gegebene Potential bestmöglich auszuschöpfen setzt letztlich die prinzipielle Existenz, Qualität und Diversität von Veranstaltungsstätten voraus. Matthias Schulze, Managing Director des German Convention Bureaus e.V. bestätigt: ¹²³„Es geht also um die Inhalte, weniger um den Ort - daher Content First. Ist jedoch kein Kongresszentrum vorhanden kann der Content nicht erfolgen. Die Kongressinfrastruktur ist demnach die Basis [im Wissenstransferprozess] [...]“.

5.8.2 Nutzen für Kongressstädte

Bereits der Vergleich zwischen Schreiber (2002) und Schreiber (2012) zeigte auf, dass in der Vergangenheit wissenschaftliche und wirtschaftliche Aspekte geringeren Einfluss auf die Standortentscheidung nahmen als in der Gegenwart. Wurden früher Tagungen und Kongresse von Unternehmen und Verbänden seltener durchgeführt und besondere Destinationen gesucht, geht es in Zeiten der Globalisierung vor allem um Effizienz, Kostenminimierung und verstärkt um den Wissenstransfer. Leistungsträger müssen sich bewusst werden, dass heute weniger touristische Argumente, sondern deutlich mehr Fach- und Wirtschaftsthemen zählen. Auch die reine Profilierung über das Angebot der Kongressinfrastruktur und ihre Kapazitäten reicht nicht aus, da sich deutsche Kongressstädte immer mehr angleichen. Es geht vielmehr um die Inhalte und damit um die wahren Beweggründe für Kongresse. Die Betrachtung der Märkte, insbesondere der ansässigen und deren Bedürfnisse muss in den Mittelpunkt des Handelns gerückt werden. Um das Potential des lokalen Wirtschafts- und Wissenschaftsraumes auszuschöpfen, sollten die Branchen fachbezogener betrachtet werden und nicht nur der Kontakt zum Veranstaltungsplaner gesucht werden. Die vorliegende Arbeit bietet hierfür einen wichtigen Impuls. Diesbezüglich hat sich auch das German Convention Bureau anders aufgestellt als noch vor fünf oder zehn Jahren. Die Studien gehen in die

¹²³ Schultze, Experteninterview Anlage 8

Tiefe - an die Betrachtung der Branchen. Diesen Ansatz sollten auch Kongressstädte weiter verinnerlichen und offensiv Anknüpfungspunkte zur lokalen Wirtschaft und Wissenschaft schaffen. Sie müssen sich über ihre wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Standortvorteile sowie dahinterliegende Prozesse im Klaren sein und sie ins Zentrum ihrer Bemühungen stellen. Convention Bureaus in Hamburg oder Köln gehen mit gutem Beispiel voran und beschäftigen mehrere Clustermanager, die sich ausschließlich auf die Kompetenzfelder der Region konzentrieren, woran Convention Bureaus in Dresden oder Leipzig anknüpfen sollten.¹²⁴ Diese Entwicklung bestätigt die Relevanz von Clustern für die Meeting Industry. Kompetenzfelder sind in der Theorie lokale Netzwerke, die im Kollektiv fungieren. In der Praxis ist jedoch jedes Cluster anders aufgestellt und branchenabhängig zu betrachten. Ziel sollte es deshalb für Convention Bureaus aber auch für Messebetreiber und Kongresszentren sein, Verbindungen zwischen den Netzwerken am Standort zu erkennen. Branchenzugehörige Institutionen, Organisationen und Unternehmen sowie damit zusammenhängende Veranstaltungen am Standort müssen identifiziert werden. Je mehr sich eine Kongressstadt auf die ansässigen Branchen spezialisiert, desto wahrscheinlicher erkennen sie den hohen Bedarf, den es auszuschöpfen gilt. So können auch im Sinne der Kompetenzfelder Kongresse akquiriert werden, die zu den Schwerpunktthemen des Standortes passen.

Die Akteure dürfen nicht nur als Full-Service Partner zur Verfügung stehen, sondern müssen die Entwicklungen am Standort beobachten, um engen Kontakt zu Wissenschaftlern und Unternehmern aufzubauen. Die vorliegende Arbeit bestärkt vor allem die Aussage, dass der Kontakt zu Clusterinitiativen intensiv gestaltet werden muss, da jene Organisationen über hohes Wissen verfügen, dass sich auf Prozesse im Kompetenzfeld bezieht. Auch der Aspekt, dass Clusterinitiativen die Fortentwicklung des Kompetenzfeldes anstreben, erhöht die Chancen gemeinsame Strategien zu entwickeln. Veranstaltungsstudien der EITW zeigen auf, dass die Entscheidungsprozesse in der Kongressplanung vorrangig in der Leitung oder den Fachabteilungen von Unternehmen, wissenschaftlichen Einrichtungen und Verbänden getroffen werden.¹²⁵ Das breite Spektrum an Arbeitskräften bringt nicht selten Unternehmer, Wissenschaftler oder Professoren hervor, die deutschland- oder europaweit als Experten auf bestimmten Gebieten gelten. Das Renommee dieser Personen kann bereits ausreichen, um Kongresse des Fachgebietes aufzustellen oder anzuziehen. An dieser Stelle ist es wichtig, dass Akteure die Leistungsfähigkeit der Veranstaltungshäuser kennen und diese in Anspruch nehmen. Umgekehrt muss Wissen über die ansässigen Kompetenzfelder

¹²⁴ Vgl. Hamburg Convention Bureau

¹²⁵ Vgl. EITW 2013, S.26

und die Verbindung zu den wirklichen Entscheidern bestehen. Wenn es eine Koryphäe auf einem bestimmten Gebiet gibt, müssen sich die Betreiber fragen, warum es noch keine Fachveranstaltung gibt. Die Kongressbranche muss sich, ähnlich wie die Cluster selbst, mit den Einrichtungen und Persönlichkeiten am Standort vernetzen, um gemeinsam mit den Akteuren Kongresse zu etablieren oder anzuziehen. Ein wichtiger Meilenstein für das Kongressgeschäft ist dabei die vertragliche Vereinbarung über die gemeinsame Einwerbung von Kongressen zwischen Akteuren im regionalen Kompetenzfeld und Leistungsträgern der Kongressbranche. So schaffen die Parteien beste Voraussetzungen dafür, zu erkennen welche internationalen Veranstaltungen es gibt, was für den Standort realisierbar ist, welche Trends und neuen Kongressformate Erfolg versprechen könnten und welche Themen Potential für einen völlig neuen Kongress bieten. So konnte bspw. durch die Kooperation zwischen dem Leipziger Fraunhofer-Institut für Zelltherapie, der Leipziger Universität mit ihrem entsprechenden Lehrstuhl sowie der Leipziger Messe die World Conference on Regenerative Medicine ins Leben gerufen werden. 2005 erlebte der Kongress, der sich unter anderem mit der Stammzellforschung befasst, seine Premiere mit 250 Teilnehmern. 2013 kamen bereits rund tausend Teilnehmer, zu 60 Prozent aus dem Ausland, um Wissensanteile an der Grundlagenforschung zu erlangen. Im Wettbewerb der stärksten deutschen Kongressdestinationen, wie Berlin, Hamburg, Köln aber auch Leipzig und Dresden wird diese Nähe zur Wissenschaft und Wirtschaft immer bedeutender.¹²⁶

¹²⁶ Vgl. EITW 2009, S.39

6 Schlussbetrachtung

Mit der Bestätigung aller Thesen und der Erkenntnis, dass im weltweiten Geschäft einer Kongressstadt das wirkliche Potential unmittelbar in der Region liegt wird deutlich, wie wichtig die Identifikation mit dem ansässigen Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort ist. Da hierbei je nach Kompetenzfeld gesundheitliche, logistische oder bspw. auch technologische Themen in den Vordergrund rücken, kommt erneut die Frage auf, ob sich die Tagungs- und Kongressbranche von touristischen Aspekten entfernt. Am Ende der vorliegenden Arbeit bleibt zumindest festzustellen, dass sie immer weiter an die Wirtschaft heranrückt, um Zugang zu den Netzwerken zu erlangen und Teil dieser Partnerschaften zu werden. Zugleich muss auch den branchenverwandten Institutionen am Standort bewusst werden, dass eine professionelle Kongressinfrastruktur die Entwicklung des Clusters unterstützt, weshalb gemeinsame Entwicklungsperspektiven im Interesse der Akteure stehen sollten. Langfristige Beziehungen können dafür sorgen, dass die Veranstaltungshäuser sich auf thematische Schwerpunkte ausrichten und damit die gemeinsam getragene Entwicklungsvision befördern. Wenn es gelingt die Kompetenzfelder besser zu verstehen, kann die Kongressbranche nicht nur realisieren, dass sie selbst davon profitiert, sie unterstützt damit auch, dass der wissenschaftliche und wirtschaftliche Stellenwert am Standort wächst. Am Ende entscheidet das Wissen über die Branchen und das Netzwerk vor Ort über den Erfolg von Kongressstädten.

Quellenverzeichnis

Literaturquellen

- Schreiber, Michael-Thaddäus (2002): Kongress- und Tagungsmanagement [Herausgeber]; Beckmann Klaus, Cornelsen Verlag GmbH, Berlin
- Haedrich Günther, Kaspar Claude, Klemm Kristiane, Kreilkamp Edgar (1998): Tourismusmanagement – Tourismusmarketing und Fremdenverkehrsplanung, Walter de Gruyter GmbH, Berlin
- Naumann, M. & Hammer, M., (2006): Der Markt der Geschäftsreisen - Nachfrage- und Angebotsstrukturen. In: Freyer Walter, Naumann M. & Schröder A., [Herausgeber]; Geschäftsreise-Tourismus Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management. Dresden: FIT-Forschungsinstitut für Tourismus, Dresden
- Beckmann, Klaus (2003): Das professionelle 1 x 1: Seminar-, Tagungs- und Kongressmanagement: Veranstaltungsdidaktik und – design. Projektmanagement, Durchführung und Nachbereitung [Herausgeber] AUMA Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Cornelsen Verlag GmbH, Berlin
- Gugg, E. (1972): Der Kongressreiseverkehr. Schriftenreihe des Deutschen Wissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr, Deutscher Volksverlag, München
- Schreiber, Michael-Thaddäus (2012): Kongresse, Tagungen und Events - Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, Cornelsen Verlag GmbH, Berlin
- Goschmann, Klaus (2000): Medien am Point of Interest – Arbeitslexikon Messen, Ausstellungen, Events, Kongresse, Tagungen, Incentives, Sponsoring, FairCon Publications + Services, Mannheim
- Silvers, Julia Rutherford (2012): Professional event coordination, John Wiley & Sons, Hoboken: New Jersey
- Luttermann, Dirk (2006): Entwicklung einer Marketingstrategie für das Segment Tagungen und Kongresse am Beispiel der LTU Arena in Düsseldorf, Fachhochschule Braunschweig/ Wolfenbüttel
- Henschel, U. Karla, Axel Gruner, Burkhard von Freyberg (2013): Hotelmanagement (4.Auflage), Cornelson Verlag GmbH, Berlin
- Thießen, Friedrich (2005): Weiche Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdisziplinäre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung, Duncker & Humblot, Berlin
- Tasci, Asli D. A. und Kozak, Metin (2006): destination brands vs. destination images: Do we know what we mean?, Mugla University, Türkei

- Beckford, Claas (2008): Förderung und Entwicklung von Clustern als Strategie der Wirtschaftsförderung in Sachsen – Vorschläge zur Umsetzung eines integrativen Clustermanagements, Technische Universität Chemnitz
- Bieger, Thomas; Scherer, Roland (2003): Clustering und integratives Standortmanagement – von einem theoretischen Konzept zu konkreten Handlungsstrategien, Haupt, Bern
- Bathelt, Harald; Malmberg, Anders; Maskell, Peter (2004): Cluster and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation – progress in human geography, Uppsala University, Schweden
- Kubartz, Bodo (2003): Wirtschaftliche, soziale und geographische Aspekte in Innovationsnetzwerken, Fraunhofer Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung, Karlsruhe
- Porter, Michael E. (2003): The economic performance of regions, Harvard Business School, Boston
- Andersson, Thomas; Schwaag-Serger, Sylvia; Sörvik, Jens (2004): The cluster policies whitebook, Malmö
- Meyer und Köcker zu Buhl (2008): Kompetenznetze initiieren und weiterentwickeln, Cornelson Verlag GmbH, Berlin
- Heidenreich, Martin; Miljak, Verdana (2004): Die Erneuerung regionaler Fähigkeiten. Clusterpolitik in Leipzig und Nürnberg, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh
- Farhauer, Oliver; Kröll, Alexandra (2007): Standorttheorien. Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden
- Fischer, Elisabeth (2008): Das kompetenzorientierte Management der touristischen Destination. Identifikation und Entwicklung kooperativer Kernkompetenzen, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- Doloreux, David; Parto Saeed (2004): Regional Innovation Systems. A critical synthesis, United Nations University, Maastricht
- Winker, Andreas (2015): Räumliche Differenzierung und lokale Entwicklung. Divergente Transformationspfade am Beispiel serbischer Kommunen, University of Bamberg Press, Bamberg

Elektronische Quellen

- World Tourism Organization (UNWTO): Understanding Tourism: Basic Glossary, URL: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> [18.10.2017]
- Europäisches Institut für TagungsWirtschaft an der Hochschule Harz: Meeting und Eventbarometer 2007 bis 2017 URL: https://eitw.de/drupal_6_22/node/19 [10.04.2018]

- Europäisches Institut für TagungsWirtschaft an der Hochschule Harz: Meeting und Eventbarometer Dresden, URL: <https://oc.marketing-dresden.cloud/index.php/s/0AJO4nk9V8EyXHy> [22.02.2018]
- Hamburg Convention Bureau GmbH URL: <https://www.hamburg-convention.com/das-hcb/conventions/wer-wir-sind-was-wir-tun> [01.04.2018]
- Statista GmbH: Die größten Städte in Deutschland nach Einwohnerzahl zum 31. Dezember 2016, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1353/umfrage/> [01.04.2018]
- Statista: GmbH: Europäische Union: Bruttoinlandsprodukt (BIP) in den Mitgliedsstaaten in jeweiligen Preisen im Jahr 2017 (in Milliarden Euro), URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/188776/umfrage/bruttoinlandsprodukt-bip-in-den-eu-laendern/> [01.04.2018]
- <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/188776/umfrage/bruttoinlandsprodukt-bip-in-den-eu-laendern/einwohnerzahlen-der-grossstaedte-deutschlands/> [09.11.2017]
- International Congress an Convention Association (ICCA): <https://www.iccaworld.org/searchsite.cfm?cx=010512806986151457630%3A69yazfikppk&cof=FORID%3A11&ie=UTF-8&spgid=250&q=german+ranking> [09.11.2017]
- Regionomica GmbH: Dresdner Verkehrsraum: <http://www.regionomica.de/Dresden-download.html> [04.12.2017]
- ADAC e.V.: ADAC Monitor 2017 - "Mobil in der Stadt": Städte im Osten spitze URL: <https://www.adac.de/der-adac/verein/aktuelles/mobilitaets-monitor/> [12.12.2017]
- Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG: Glücksfall an der Elbe, URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/vermischtes/oepnv-verkehr-leipzig-dresden-100.html> [12.12.2017]
- Deutsches Kundeninstitut (DKI) GmbH & Co KG: Flughafen Ranking 2016: In Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG, URL: <https://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/flughafen-ranking-2016-das-sind-deutschlands-beste-flughaefen/14640398.html> [14.12.2017]
- Maritim Hotel & Internationales Congress Center Dresden: Lage und Anfahrt, URL: <https://www.dresden-congresscenter.de/de/lage-und-anfahrt> [07.01.2018]
- Benchmark Event GmbH: Konferenzen und Tagungen, URL: <http://www.kurlaender-palais.com/Home.html> [03.01.2018]
- Landeshauptstadt Dresden: Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Dresden, URL: <http://invest.dresden.de/> [05.01.2018]

- Dresden Marketing GmbH: Kongress- und Standortmarketing, URL: <https://dmg.dresden.de/de/stadtmarketing/kongress-standort-marketing/kongressmarketing/kongressmarketing.php> [14.01.2018]
- Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V. (DFG): Gottfried Wilhelm Leibniz-Preis, URL: http://www.dfg.de/download/pdf/geofoerderte_projekte/preistraeger/gwl-preis/leibniz_preistraeger_86_18.pdf [14.01.2018]
- Intermedia Solutions GmbH: Dresden Stadt der Kunst und Wissenschaften, URL: <http://reisezieledeutschland.de/dresden-stadt-der-kunst-und-wissenschaft/> [10.01.2018]
- Deutsche Gesellschaft für Gastroenterologie, Verdauungs- und Stoffwechselkrankheiten (DVGS): 72. Jahrestagung der Viszeralmedizin, URL: <https://www.viszeralmedizin.com/programm/wissenschaftliches-programm/highlights/> [10.01.2018]
- Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG: Brandmeyer Stadtmarkenmonitor 2015, URL: <https://www.brandmeyer-markenberatung.de> [01.04.2018]
[/veroeffentlichungen/studien/brandmeyer-stadtmarken-monitor-deutschland-2015](#)
- Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH: Definition Branche, URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/branche-27701> [20.01.2018]
- Statistisches Bundesamt, Wiesbaden: Klassifikation der Wirtschaftszweige Ausgabe 2008, URL: https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/GueterWirtschaftsklassifikationen/klassifikationwz2008_erl.pdf?__blob=publicationFile [20.01.2018]
- Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 2012 (BMU): Wirtschaftsstandort Deutschland, URL: <https://www.bmu.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen-tourismus/wirtschaft-und-umwelt/> [21.01.2018]
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (bmwi) 2008: Kompetenznetze initiieren und weiterentwickeln, URL: <https://www.clusterportal-bw.de/.../kompetenznetze-initiieren-und-weiterentwickeln/> [04.04.2018]
- German Convention Bureau e.V.: Deutschland Kompetent, URL: <https://www.gcb.de/de/deutschland-entdecken/regionale-branchenschwerpunkte.html> [21.02.2018]
- HIW Hamburg Invest Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH: Logistik; URL: <http://www.hamburg-invest.com/branchen/2036944/logistik/> [23.01.2018]
- Wirtschaftsförderung Nürnberg: Logistik und logistikaffine Dienstleistungen, URL: https://www.nuernberg.de/internet/wirtschaft/verkehr_logistik.html [23.01.2018]
- Stadt Wolfsburg: Standortkennzahlen, URL: <https://www.wolfsburg.de>

/wirtschaft/wirtschaften-und-investieren/standortkennzahlen [23.01.2018]

- Landeshauptstadt Mainz: Mainzer Gesundheitswirtschaft, URL: <https://www.mainz.de/wirtschaft/strukturfoerderung/gesundheitswirtschaft.php> [24.01.2018]
- Industrie- und Handelskammer zu Köln: Medienstadt Köln, URL: <https://www.medienstadt.koeln/> [24.01.2018]
- Wirtschaftsförderung Frankfurt: Finanz- + Versicherungswirtschaft, URL: <http://frankfurt-business.net/standort-frankfurt/branchenfokus/finanz-versicherungswirtschaft/> [24.01.2018]
- Sunfire GmbH: Kompetenz und Leidenschaft, URL: <http://www.sunfire.de/de/unternehmen/management> [06.03.2018]
- Stadt Leipzig, Amt für Wirtschaftsförderung: Energiemetropole Leipzig, URL: <https://www.energiemetropole-leipzig.de/de/> [13.03.2018]
- Professor Dr. Torsten Schöneber in businessFORUM Gesellschaft für Verbands- und Industriemarketing mbH, URL: http://www.verbaende.com/verband-tagung/artikel/2014/vr201405_Leipzig_vernetzt_sich.php [16.03.2018]
- Silicon Saxony e.V.: Dresden 2018, URL: <https://www.silicon-saxony.de/dresden2018/> [28.03.2018]
- Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH: Kompetenzfelder auf Wachstumskurs, URL: <http://www.jenawirtschaft.de/standort/kompetenzfelder/> [28.03.2018]
- Freizeit- und Tourismusberatung GmbH (ift): Tourismusstrategie für die Lichtstadt Jena 2017 – 2015, URL: <https://www.jenakultur.de/fm/2316/Tourismusstrategie%20Lichtstadt%20Jena.pdf> [29.03.2018]

Eidesstaatliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig angefertigt, nicht anderweitig zu Prüfungszwecken vorgelegt und keine anderen, als die angegebenen Hilfsmittel, verwendet habe. Sämtliche wesentlich verwendeten Textausschnitte, Zitate oder Inhalte anderer Verfasser, wurden ausdrücklich als solche gekennzeichnet.

Görlitz, den 16.04.2018

Sebastian Sotero