
**Lokale Netzwerke und Cluster
in der US-amerikanischen
Film- und Fernsehindustrie
in Hollywood (Los Angeles County)**

DIPLOMARBEIT
Humboldt-Universität zu Berlin
Geographisches Institut

eingereicht von: **Lech Suwala**

Gutachter: **Prof. Dr. Elmar Kulke**
Dr. Sebastian Kinder

Berlin, den 14. Juni 2006

Vorwort

Die Idee zu dieser Arbeit entstand während eines Studienjahres (September 2003 bis April 2004) in den USA im September 2003 an der University of California, Irvine. Besonderer Dank gilt hierbei Herrn Prof. Dr. Elmar Kulke, der dieses Vorhaben durch seine fachliche Betreuung bereits während des NEURUS-Continental-Seminars im Oktober 2003 in Chicago in die richtigen Bahnen lenken ließ und seitdem fortwährend als motivierender Diskussionspartner allzeit zur Verfügung stand.

Nach anfänglichen Startschwierigkeiten in der „neuen Welt“ wurde ich sehr herzlich an der School of Social Ecology am Department of Policy, Planning, and Design in Irvine aufgenommen. Besonders hervorzuheben sind die Lehrstühle Stokols, Suarez-Villa und Boarnet. Dabei ermöglichte mir Prof. Marlon Boarnet, Ph.D. neben fachlicher und administrativer Betreuung auch eine Verlängerung des Aufenthalts um ein weiteres Trimester. Ohne Letzteres wäre die empirische Untersuchung, welche zwischen Januar und April 2004 in Los Angeles stattfand, nicht möglich gewesen.

Desweiteren sind einige Personen hervorzuheben, die mir besonders während der Zeit in Kalifornien, ob in administrativer, fachlicher, menschlicher oder logistischer Hinsicht sehr weiter geholfen haben. Allen voran möchte ich Omar Yousef danken, in dem ich einen außergewöhnlichen Freund gefunden habe und der es oberdrein die lange Zeit als mein „Room-Mate“ ausgehalten hatte. Zudem wäre dieses Unternehmen ohne Desyl Wood, Alison Nelson und Ralph B. McLaughlin nur reine Utopie.

Ferner möchte ich mich bei Dr. Sebastian Kinder, Prof. Luis Suarez-Villa und Prof. A. J. Scott von der University of California, Los Angeles für die kontextspezifische Expertise bedanken.

Für die fachpraktischen Gespräche danke ich Sebastian Bäumler und Jo Heim.

Schießlich wäre diese Arbeit ohne das Korrektorat unter Mitwirkung von Johanna Schulze und Dr. Christian Jerger nicht möglich gewesen. Ein stiller Dank auch an Minh Vu für die geistige Unterstützung.

Zu guter letzt danke ich meinen Eltern, Krystyna und Josef Suwala, für ihre ideelle und materielle Unterstützung und dafür, dass sie immer an mich glauben.

Berlin, im Juni 2006

Lech Suwala

3-4 Verfestigung und Wachstum bestehender Cluster durch Projektnetzwerke in der Film- und Fernsehindustrie.....	49
3-4-1 Der Produktionskomplex Hollywoods.....	50
3-4 2 Projekthafte Organisation der Unternehmensnetzwerke.....	52
4. Produktionscluster und Unternehmensnetzwerke in Hollywood.....	56
4-1 Clustervermutung im Großraum Los Angeles.....	56
4-1-1 Wertschöpfungskette der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood....	56
4-1-2 Regionalstatische Analyse.....	57
4-2 Identifikation konkreter Produktionscluster.....	60
4-2-1 Allgemeine Strukturmerkmale des Samples.....	60
4-2-2 Das Untersuchungsgebiet und die Befragungsmethode.....	63
4-2-2-1 Hollywood.....	64
4-2-2-2 Santa Monica.....	65
4-2-2-3 San Fernando Tal.....	67
4-3 Analyse der Produktionscluster.....	69
4-3-1 Charakteristika der Unternehmen.....	69
4-3-2 Standortentscheidungsprozesse.....	73
4-3-3 Netzwerkanalyse.....	78
4-3-3-1 Das Unternehmensnetzwerk.....	78
4-3-3-2 Das Transaktionsnetzwerk.....	80
4-3-3-3 Das Kommunikationsnetzwerk.....	87
4-3-3-4 Informelle Netzwerke.....	90
4-4 Vergleich der Clusterprofile.....	91
5. Fazit.....	95
5-1 Überprüfung der Grundannahmen.....	95
5-2 Lokale Knoten in globalen Netzwerken.....	97
Literaturverzeichnis.....	99
Anhang A – Begleitbrief und Questionnaire.....	107
Anhang B – Abbildungen und Tabellen zur Kartographie d. Untersuchungsgebietes	115
Anhang C – Abbildungen und Tabellen zur Netzwerkanalyse.....	119
Anhang D – Eidesstattliche Erklärung.....	129

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Modell der geographischen Industrialisierung.....	9
Abb. 2: Methodische Vorgehensweise.....	16
Abb. 3: Analyseebenen eines Clusters.....	17
Abb. 4: Grundlegende Elemente einer Wertschöpfungskette in der Filmwirtschaft.....	18
Abb. 5: Aufbau des Gesprächsleitfadens zur Unternehmensbefragung.....	22
Abb. 6: Schema zu Organisationsformen in der Film- und Fernsehindustrie.....	26
Abb. 7: Räumliche Verteilung der Unternehmen für Filmproduktion in Los Angeles um 1915.....	34
Abb. 8: Ursprünge und Gründungsaktivitäten ausgewählter <i>Majors</i> im Raum Los Angeles.....	35
Abb. 9: Räumliche Verteilung der Unternehmen für Filmproduktion in Los Angeles um 1930.....	37
Abb. 10: Durchschnittliche Betriebsgrößen in Kalifornien und den übrigen Vereinigten Staaten, 1921-1937.....	38
Abb. 11: Organisationsstruktur eines Film- und Fernsehkonglomerates, 2002-2004.....	47
Abb. 12: Räumliche Struktur der Filmindustrie.....	47
Abb. 13: Räumliche Struktur der Fernsehindustrie.....	47
Abb. 14: Analyse der <i>Runaway</i> -Produktion.....	48
Abb. 15: Schema des Hollywood-Produktionskomplexes.....	50
Abb. 16: Schema eines Projektnetzwerks in der Produktion von Film- und Fernsehindustrie in Hollywood.....	52
Abb. 17: Wohnorte der Mitglieder der <i>Writers Guild West</i>	53
Abb. 18: Wohnorte der Mitglieder der <i>IATSE local 80</i> (Handwerker / Bühnenbauern).....	53
Abb. 19: Wertschöpfungskette in der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood.....	57
Abb. 20: Hierarchie innerhalb des Samples.....	61
Abb. 21: Häufigkeiten von Unternehmen der Film- und Fernsehindustrie nach Postleitzahlbezirken in Los Angeles County.....	62
Abb. 22: Film- und Fernsehcluster in Hollywood (<i>Paramount Pictures</i>).....	64
Abb. 23: Film- und Fernsehcluster in Santa Monica (<i>Metro-Goldwyn-Mayer</i>).....	66
Abb. 24: Film- und Fernsehcluster im San Fernando Tal (<i>Universal, Warner, Disney</i>).....	68
Abb. 25: Tätigkeitsfelder der befragten Betriebe in der Kernproduktion.....	69
Abb. 26: Tätigkeitsfelder der befragten Betriebe in der Postproduktion.....	70
Abb. 27: Entwicklung des festen Mitarbeiterstamms sowie der freien Mitarbeiter.....	72
Abb. 28: Umsätze der befragten Unternehmen und deren Entwicklung.....	73
Abb. 29: Gründungsaktivitäten der befragten Betriebe.....	75

Abb. 30: Relevanz von Standortfaktoren in den einzelnen Clustern.....	76
Abb. 31: Relevanz von Standortfaktoren zu verschiedenen Zeitpunkten.....	77
Abb. 32: Herkunft der Transaktionspartner nach ihrer Funktion in der Wertkette.....	83
Abb. 33: Verteilung der Standorte von Transaktionspartnern.....	83
Abb. 34: Art und Weise der Zusammenarbeit mit den Transaktionspartnern.....	84
Abb. 35: Zweck der Kommunikation mit regionalen Institutionen.....	89
Abb. B-1: Räumliche Verteilung von Standorten der Unternehmen in der Film- und Fernsehindustrie.....	115
Abb. B-2: Zusammensetzung der Betriebsgrößen in den einzelnen Clustern im Bereich der Produktion, 1994-2003.....	117
Abb. C-1: Unternehmensnetzwerk.....	119
Abb. C-2: Transaktionsnetzwerk.....	121
Abb. C-3: Exklusive Transaktionsnetzwerke der <i>Majors</i>	122
Abb. C-4: Transaktionsnetzwerk des Clusters in Hollywood.....	123
Abb. C-5: Transaktionsnetzwerk des Clusters in Santa Monica.....	124
Abb. C-6: Transaktionsnetzwerk des Clusters im San Fernando Tal.....	125
Abb. C-7: Kommunikationsnetzwerk.....	126
Abb. C-8: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Kernproduktion in den einzelnen Clustern, SIC 7812 und NAICS 512110, 1994-2003.....	128
Abb. C-9: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Postproduktion in den einzelnen Clustern, NAICS 512119, 1994-2003.....	128

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Determinanten von Transaktionskosten.....	12
Tab. 2: Clusterkonfigurationen in Abhängigkeit von räumlichen Transaktionskosten und lokalen externen Effekten.....	14
Tab. 3: Gliederungsschema des <i>North American Industry Classification System</i> (NAICS)	18
Tab. 4: Zentrale Variablen zur Erklärung von Clustern und Netzwerken in Hollywood.....	27
Tab. 5: Erste Studiobauten im Raum Los Angeles.....	30
Tab. 6: Revolutionäre Innovationen in Hollywood.....	36
Tab. 7: Anzahl und Anteil von Filmproduktionen nach Organisationstyp, 1960-1980.....	44
Tab. 8: Anzahl der Produktionsunternehmen in der Filmindustrie im Raum Los Angeles, 1966-1982.....	44
Tab. 9: Betriebe, Umsätze und Mitarbeiter in der Film- und Fernsehindustrie (Produktion) in Los Angeles County und in den USA, 2002.....	58
Tab. 10: Analyse der Strukturkomponenten (Shift-Analyse) für ein Produktionscluster Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County, 1997-2002.....	58
Tab. 11: Konzentrationsgrad der vier bzw. acht größten Unternehmen, 2002.....	59
Tab. 12: Funktionale Struktur des Samples.....	61
Tab. 13: Funktionale Struktur der Produktion in Los Angeles County.....	62
Tab. 14: Funktionale Struktur der Postproduktion in Los Angeles County.....	62
Tab. 15: Funktionale Struktur der Betriebe in Hollywood.....	65
Tab. 16: Funktionale Struktur der Betriebe in Santa Monica.....	67
Tab. 17: Funktionale Struktur der Betriebe im San Fernando Tal.....	68
Tab. 18: Betriebsgrößen der befragten Unternehmen.....	70
Tab. 19: Gründungsdaten der befragten Unternehmen.....	74
Tab. 20: Grad der Verbundenheit der Akteure im Unternehmensnetz.....	80
Tab. 21: Grad der Verbundenheit der Akteure im Unternehmensnetz einzelner Cluster.....	80
Tab. 22: Grad der Verbundenheit der Akteure im Transaktionsnetz.....	81
Tab. 23: Position regionaler Institutionen im Kommunikationsnetz.....	87
Tab. 24: Position regionaler Institutionen im Kommunikationsnetz einzelner Cluster.....	89
Tab. 25: Kriterien zum Vergleich der Clusterqualität.....	92
Tab. B-1: Häufigkeiten von Unternehmen in bestimmten Postleitzahlbezirken.....	116
Tab. B-2: Detaillierte Darstellung der Gründungsprozesse in den einzelnen Clustern.....	118
Tab. C-1: Beispiele einer symmetrischen Soziomatrix für das ungerichtete Unternehmensnetzwerk im Cluster San Fernando Tal.....	120
Tab. C-2: Stärke-Schwache-Profile der Cluster anhand ausgewählter Kriterien.....	127

Abkürzungsverzeichnis

3D	Dritte Dimension
ABC	American Broadcasting Company
AMPAS	Academy of Motion Picture Arts and Sciences
AMPTP	Alliance of Motion Picture and Television Producers
AN	Animation
ARCGIS	computergestütztes Geographisches Informationssystem
AWN	Animation World Network
BB	Blockbuster
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CalArts	California Institute of the Arts
CBS	Columbia Broadcasting System
CEO	Chief Executive Officer
CM	Commercial
EMI	Electrical and Musical Industries
FM	Film
Fin-Syn	Financial interest und syndication
GATS	General Agreement on Trade in Services
GCC	Global Commodity Chains
GREMI	Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs
HCD	Hollywood Creative Directory
HW	Hollywood
IATSE	International Alliance of Theatrical Stage Employees, Moving Picture Technicians, Artists and Allied Crafts of the United States, Its Territories and Canada
IFTA	Independent Film and Television Alliance
IMPC	Independent Moving Picture Company
Inc.	Incorporated
ITA	Information Technology Agreement
km	Kilometer

LA	Los Angeles
LL	Large and Location-Based Entertainment
MFT	Movie for Television
MGM	Metro-Goldwyn-Mayer
Mio.	Million (en)
MOW	Movie of the Week
MP	Motion Picture
MPAA	Motion Picture Association of America
MPPC	Motion Picture Patents Company
MPPDA	Motion Picture Producers and Distributors of America
Mrd.	Milliarde (n)
MTV	Music Television
NAICS	North American Industry Classification System
NBC	National Broadcasting Company
NYMP	New York Motion Picture Company
OT	Other Entertainment Companies
PGA	Producers Guild of America
RKO	Radio-Keith-Orpheum Pictures
SD	Sound
SF	San Fernando Tal
SGA	Screenwriters Guild of America
SIC	Standard Industrial Classification
SM	Santa Monica
techn.	technisch
TIME	(Telekommunikations-, Informations-, Medien-, Elektronik-) Industrien
TV	Television
UCI	University of California, Irvine
UCLA	University of California, Los Angeles
USC	University of Southern California
VD	Video
WGA	Writers Guild of America
ZIP	Zone Improvement Plan
z.B.	zum Beispiel

1. Einleitung

Eines der charakteristischen Merkmale zeitgenössischer Gesellschaft in den führenden Industrienationen dieser Welt ist die auffällige Konvergenz zwischen den Domänen der Wirtschaft und der Kultur. Ausgedehnte Bereiche der modernen Ökonomie tragen dabei einen signifikanten kulturellen Inhalt in ihren Produkten, während Kultur selbst in Form von Gütern und Dienstleistungen auf kapitalistischen Konkurrenzmärkten durch privatwirtschaftliche Akteure angeboten wird. Diese Entwicklungen werden auch als die „*aestheticization of the economy*“ oder „*the commodification of culture*“ (Lash / Urry 1994) bezeichnet.

Einen besonders spannenden Fall dieser Interaktion unterbreitet die Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County in den Vereinigten Staaten. Los Angeles County hat zwischen 1962 und 1996 eine Zunahme der Beschäftigten in den Kulturindustrien um das 2,5-Fache (von 166.199 auf 412.392) vollzogen (Scott 1996 S.310f., 2000 S.175). Folglich hat diese Untersuchung in Kalifornien stattgefunden und den Wirtschaftszweig der Film- und Fernsehindustrie zum Gegenstand.

Im deutschsprachigen Raum waren es im industriellen Sektor meist High-Tech-Branchen oder die beschäftigungsintensiven Bereiche des verarbeitenden Gewerbes, wie der Automobilbau, Maschinenbau und die chemische Industrie sowie im Dienstleistungssektor die wissensintensiven unternehmensorientierten Dienstleistungen, bei denen die Suche nach Erklärungen für Wachstum und Beschäftigung auf lokaler und regionaler Ebene im Rahmen empirischer Arbeiten stattfand (Mossig 2005 S.98f.).

1-1 Die Kulturökonomie als Zukunftsmodell räumlicher Organisation

Als neue Wachstumsbranchen sind in den letzten Jahren die Wirtschaftszweige der Kulturökonomie entdeckt worden. Das besondere Augenmerk ergibt sich vor allem aus den ausgesprochen positiven Wachstumsraten und Beschäftigungseffekten, die seit den 80er Jahren (Scott 2004c S.463) offensichtlich auf einer strukturellen Grundlage erzielt worden sind, die sich erheblich von den erstgenannten Sektoren unterscheidet (Mossig 2005 S.97).

Die Kulturindustrien werden im Englischen als *cultural-products industries* (Scott 1996 S.306f., 2004c S.461ff.) oder als Branchen der Kulturökonomie bezeichnet (Krätke 2002 S.70ff., Mossig 2004 S.252).

Sie umfassen neben immobilien Produkten wie Erholungskomplexen, innerstädtischen Kulturbezirken sowie saisonalen kulturellen Veranstaltungen (Festivals, Feiertagsumzüge, Sportereignisse) mobile Produkte, die sich in kommerzieller Handwerkskunst, designintensiven Dienstleistungen oder medienverwandten Branchen manifestieren (Scott 2004c S.471). Die Film- und Fernsehindustrie gehört zu den Kernbranchen der Kulturökonomie¹.

Dabei ist Kreativität und multitalentiertes Humankapital notwendig, die wesentlich stärker auf persönlichen Begabungen fußen und durch universitäre Ausbildungswege weit weniger erlernbar sind (Mossig 2005 S.98f.). Innovationsprozesse finden somit eher in Analogie zu *Schumpeters* „schöpferischer Zerstörung“ statt (Scott 2006 S.1).

Im Gegensatz zu den anderen Wachstumsbranchen dienen die produzierten Kulturgüter und Dienstleistungen weniger einem praktischen Anwendungsnutzen, sondern fallen durch ästhetische, symbolische oder expressive Attribute auf (Bourdieu 1971 S.55ff., Mossig 2004 S.253).

Diese Eigenschaften haben dazu beigetragen, dass sich in den Branchen der Kulturökonomie besondere Organisationsstrukturen hinsichtlich der Bezugs- und Produktionssysteme etabliert haben (Mossig 2004 S.253). Es wird erwartet, dass sich diese Strukturen in naher Zukunft auch in anderen Wirtschaftszweigen durchsetzen (Florida 2002). Dementsprechend wird auch von einer Vorreiterrolle der Kulturökonomie gesprochen, „[...] indem sie institutionelle Formen der kreativen und wissensbasierten Produktion, der zwischenbetrieblichen Arbeitsteilung und räumlichen Organisation, der flexibilisierten Arbeit [...] von neuen Produkten in immer kürzeren Zyklen hervorbringt“ (Krätke 2002 S.8).

1-2 Grundannahmen und Zielsetzung der Untersuchung

Aus diesem Grund sollen diese Phänomene anhand des Beispiels der Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County untersucht werden. Aus wirtschaftsgeographischer Sicht kann dabei primär die räumliche Nähe als Einflussfaktor auf regionalwirtschaftliche Entwicklungsprozesse angesehen werden, indem sie als erklärende Variable für regional unterschiedliche Entwicklungspfade interpretiert wird.

Ausgangspunkt dieser Arbeit ist somit die Annahme, dass räumliche Nähe in der **Produktion** von Film- und Fernsehsendungen trotz der zunehmenden Globalisierung und Digitalisierung immer noch maßgeblich ist.

¹ Diese Taxonomie wird von *Scott* vorgeschlagen. Selbstverständlich ließen sich Produkte und Dienstleistungen der Kulturökonomie auch anders gliedern (Mossig 2005 S.99).

Vorangegangene Studien in Los Angeles von *Scott* 1996, 2002, 2004a, 2004b, 2005 haben gezeigt, dass eine größere Konzentration von Film- und Fernsehbetrieben im Agglomerationsraum Los Angeles vorhanden ist. Dennoch mangelt es an qualitativen Untersuchungen.

Gleichzeitig könnte man auch davon ausgehen, dass aufgrund der zunehmend interaktiven und digitalen Produktionsweise in der Film- und Fernsehindustrie infolge des Fortschritts im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien Unternehmen dieses Wirtschaftszweiges unabhängig von der räumlichen Nähe zu ihren Geschäftspartnern sind. Folglich könnten die Betriebe auch zufällig konzentriert sein. Zudem attestieren *Aksoy* und *Robins* „Hollywood is everywhere“ (*Aksoy / Robins* 1992 S.19) und formulieren so eine konträre Position. Diese These scheint der raumabhängigen Produktionsweise der Filmwirtschaft zu widersprechen.

In der Studie wird dabei folgenden Vermutungen nachgegangen: Medienprodukte im Sinne von Film- und Fernsehsendungen bedürfen der Interaktion. Ihre Herstellung erfolgt somit nicht durch einen einzelnen Akteur, sondern vielmehr durch Kooperation gemeinsam agierender, formal aber selbstständiger Wirtschaftssubjekte.

Die dargestellten Thesen wurden mit Hilfe der Befragung einzelner Unternehmen untersucht. Dabei baut die eingangs aufgestellte Hypothese auf verschiedenen Forschungsfragen auf. Die wesentlichen Fragen, die mit dieser Studie beantwortet werden sollen, sind, ob sich Cluster und Netzwerke zwischen den Betrieben der Film- und Fernsehindustrie nachweisen lassen, wie diese konstruiert sind, ob diese bekannten theoretischen Modellen entsprechen und mit welchen Erfolgsgrößen diese beschrieben werden können. Um einen Einblick in potentielle Netzwerkstrukturen zu erhalten, ist die Kenntnis der Entstehungsgeschichte der Cluster notwendig. Ferner spielen bei der zeitlichen Entwicklung des Clusters Gründungs- und Standortentscheidungsprozesse eine große Rolle.

Zur Operationalisierung und Beantwortung dieser Forschungsfragen wurde das Befragungsdesign in drei Komplexe unterteilt: die Positionierung, die Standortwahl sowie die Beziehungen der Unternehmen.

Um letztere Frage sachgerecht zu beantworten, bedarf es in Kapitel 2 zunächst der Darstellung theoretischer und methodischer Grundlagen, die die Entstehung, Identifizierung

und Untersuchung von Clustern und Netzwerken beleuchten und Letzteres in einen wirtschaftsgeographischen Zusammenhang stellen. Dabei kann die gegenwärtige Situation konkreter Cluster und vorhandener Netzwerke erst nach einer ausführlichen Auseinandersetzung mit der Historie des Clusters richtig eingeschätzt werden. Dies geschieht mit Hilfe des Modells der geographischen Industrialisierung am Beispiel Hollywoods in Kapitel 3. Aufbauend auf diesem Fundament werden in Kapitel 4 anhand eines Schemas von *Scott* (Scott 2002 S.964) verschiedene lokale Produktionscluster und Unternehmensnetzwerke in Los Angeles County beschrieben und analysiert. Im Schlussabschnitt ist zu prüfen, wie die Thesen zu bewerten und welche strukturpolitischen Maßnahmen zu empfehlen sind.

2. Theoretische und methodische Grundlagen

In diesem Kapitel werden die wichtigsten theoretischen und methodischen Grundlagen für die Arbeit gelegt. Sie dienen als Fundament für die Darstellungen über die Entwicklung der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood (Kapitel 3) sowie der dort durchgeführten empirischen Erhebung über lokale Produktionscluster und Unternehmensnetzwerke (Kapitel 4).

Zunächst werden hier Theorien zur Entstehung von Clustern und Netzwerken vorgestellt (2-1). Darauf aufbauend wird die methodische Vorgehensweise erläutert (2-2), bevor eine abschließende Diskussion die Wirtschaftsgeographie und das sogenannte „New Hollywood“ in Beziehung setzt (2-3).

2-1 Cluster und Netzwerke: Theoretische Erklärungsansätze

Für die Begriffe Cluster und Netzwerk existiert eine Vielzahl theoretischer Herangehensweisen, Definitionen sowie Begründungen, die zudem sehr interdisziplinäre Ursprünge haben².

Allein im Bereich der Wirtschaftsgeographie subsumiert *Kulke* gegenwärtig vier viel diskutierte Ansätze, die externe Vernetzungen von Betrieben und Unternehmen erklären (*Kulke* 2004 S.113ff.).

Zu diesen Modellen gehört der Ansatz der Industriedistrikte (*Marschall* 1920, 1927), der Branchen-Cluster (*Porter* 1990, 1998, 2000), der innovativen (oder kreativen) Milieus der französischen Forschungsgruppe GREMI (*Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs*) (*Aydalet* 1986, *Camagni* 1991, *Crevoisier / Maillant* 1991) sowie das Konzept der geographischen Industrialisierung (*Storper / Walker* 1989).

Trotz der Vielzahl der angeführten Modelle zur Erklärung der räumlichen Konzentration von bestimmter Industrien haben alle denselben Grundgedanken. Dabei begünstigt insbesondere die räumliche Nähe die wirtschaftliche Entwicklung sowie die Generierung von Wissen und Innovationen (*Schamp* 2000 S.150f.).

Aus dieser Tatsache heraus ist auch der Clusterbegriff in der Öffentlichkeit, vor allem durch die Arbeiten von *Porter* (1990, 1998, 2000), bekannt geworden. Er argumentiert, dass

² *Sydow* fasst beispielsweise eine mannigfaltige Auswahl an Theorien zur Erklärung von Netzwerken zusammen. Neben klassischen ökonomischen Theorien wie der Transaktionskostentheorie, der Prinzipal-Agenten-Theorie oder der Spieltheorie können auch Konzepte des strategischen Managements (Resource-based-View, Kernkompetenzenansatz, Relational-View) zur Begründung der Existenz von Netzwerken herangezogen werden. Darüber hinaus erweisen sich auch andere Interorganisationstheorien wie die klassische und neuere Systemtheorie, die Strukturierungstheorie, der Resource Dependence Approach und neo-institutionalistische oder populationsökologische Ansätze als hilfreich (*Sydow* 1992).

räumliche Nähe zu anderen Akteuren innerhalb eines regionalen oder nationalen Territoriums die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Branchen erhöhen kann. Ein Cluster ist nach *Porter* „[...] a geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities. The geographic scope of a cluster can range from a single city or state to a country or even group of countries” (Porter 2000 S.254).

Daraus wird die Definition eines Clusters für diese Arbeit abgeleitet: Demnach werden im Folgenden unter Clustern räumliche Konzentrationen von Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Intermediären einer Branche oder verwandter Branchen verstanden, die in der Regel durch eine Wertschöpfungskette verbunden sind (Porter 1998 S.78). Die regionale Integration von Unternehmen und Einrichtungen mit Hilfe der Kooperation und des Informationsaustausches ist demnach ein konstitutives Moment des Clusterbegriffs (Rehfeld 1999 S.44f.). Des Weiteren ist es wichtig, auf die besondere Qualität der Verflechtungsbeziehungen hinzuweisen, damit Cluster von zufälligen Ansammlungen von Unternehmen gleicher Branchen getrennt werden (Rehfeld 1999 S.45, 66, Mossig 2006 S.1).

Durch die räumliche Konzentration können Agglomerationsvorteile angenommen werden, die vor allem in Form positiver externer Effekte wie dem Zugang zu spezialisiertem Humankapital, Vorleistungen und *Spill-over* von Informationen auftreten.

Obwohl die Betrachtung der räumlichen Nähe als konzentrationsfördernde Determinante bereits in klassische Industriestandorttheorien (z.B. Weber 1909) Eingang fand, verschob sich der Fokus der Überlegungen von materiellen Verflechtungen hin zu immateriellen Verflechtungen. Sind es in den klassischen Theorien die Transportkosten, die sich durch räumliche Nähe verringern lassen, haben jüngere Ansätze die Bedeutung von Transaktionskosten im Sinn (Kulke 2004 S.112).

Insbesondere die Betrachtung der Transaktionskosten ist unerlässlich, wenn die Begründung des zweiten wichtigen Untersuchungsgegenstandes, der Entstehung von Netzwerken zwischen Unternehmen, zu Rate gezogen werden soll. Es zeigt sich, dass Strukturen, die zur Herstellung von Filmen und TV-Sendungen in lokalen Netzwerken entstehen, durch ein hohes Maß an zwischenbetrieblicher Arbeitsteilung und flexibler Spezialisierung (Piore / Sabel 1985) der beteiligten Unternehmen gekennzeichnet sind. Dabei formieren sich die Netzwerke projektbezogen und meist temporär (DeFillippi / Arthur 1998 S.129, Windeler / Sydow 2001, Grabher 2002, Sydow / Staber 2002, Mossig 2004, Sydow / Windeler 2004).

Netzwerke stellen damit „eine auf die Realisierung von Wettbewerbsvorteilen zielende Organisationsform ökonomischer Aktivitäten zwischen Markt und Hierarchie dar, die sich

durch komplex-reziproke, eher kooperative denn kompetitive und relativ stabile Beziehungen zwischen mehr als zwei rechtlich selbständigen, wirtschaftlich jedoch teilweise abhängigen Unternehmen dar“ (Sydow 1992 S.82). Eine wichtige Erweiterung erfährt diese Definition durch *Mitchells* „specific set of linkages among a defined set of actors, with the additional property that the characteristics of these linkages as a whole may be used to interpret the social behaviour of the actors involved“ (Mitchell 1969 S.2). Die sozialen Beziehungen zwischen den Akteuren werden hervorgehoben. Weitere konstitutive Bestandteile des Netzwerkes sind die räumliche, kulturelle, institutionelle und organisatorische Nähe (Bathelt 1998 S.249ff.). Netzwerke können somit als personale und organisatorische Verflechtungen aufgefasst werden, deren primär nur organisatorischer Ansatz durch eine soziale und regionale Komponente vervollständigt wird (Schamp 2000 S.66).

Aus der Vernetzung resultieren altbekannte ökonomische Vorteile wie geringere Produktionskosten durch die Erzielung von *economies of scale* und *economies of scope*, Transaktionskostenvorteile, die Abstimmung von Produktpaletten oder die Diversifikation von Risiken (Kulke 2004 S.112). Darüber hinaus können sich in Netzwerken gemeinsame Lern- und Innovationsprozesse (Lundvall 1988, Gertler 1995) durch den Transfer stillen und impliziten Wissens (Polyani 1966) im Rahmen persönlicher Kontakte (Storper / Venables 2004) ergeben, die infolge von Erscheinungen wie der lokalen *embeddedness* (Dicken / Forsgren / Malmberg 1994) begünstigt werden.

Während Netzwerke aktiv initiierte und koordinierte Organisationsformen darstellen, die sich häufig durch enge Austauschbeziehungen mit kooperativen Elementen auszeichnen, stellen Cluster typische und unaffektiert entstehende Eigenschaften sich entwickelnder Volkswirtschaften dar (Günther 2003).

Nähere Ausführungen zur eigentlichen Entstehung und zum Wachstum von Clustern und Netzwerken bieten die zwei folgenden Abschnitte, wo unter Zuhilfenahme des Modells der geographischen Industrialisierung (2-1-1) (Storper / Walker 1989) sowie der Transaktionskostentheorie (2-1-2) (Williamson 1975, 1985) und deren räumlicher Erweiterung (Scott 1988a, 1988b, 1998) Grundlagen für erste Beziehungsmuster und Strukturen in der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood umrissen werden.

2-1-1 Das Modell der geographischen Industrialisierung

Sollen Entstehung und Wachstum von Clustern näher beleuchtet werden, muss die in der traditionellen Raumwirtschaftslehre vorgenommene Fixierung auf Standortfaktoren und Transportkosten überwunden werden. Hierzu empfiehlt sich eine dynamisch-evolutionäre Sicht (Bathelt 1991), um regionale Gründungsentscheidungen zu rekonstruieren und somit soziale und ökonomische Prozesse zu verstehen, die der Entwicklung von Clustern zugrunde liegen.

Ein hierfür geeigneter Ansatz ist das Modell der geographischen Industrialisierung³ der Kalifornischen Schule⁴ von *Storper* und *Walker* 1989, welches den aktiven, raumprägenden Charakter „how industries produce regions“ (*Storper / Walker* 1989 S.70ff.) des ökonomischen Entwicklungsprozesses betont. Somit wird die traditionelle Sichtweise aufgegeben, wonach Regionen aufgrund ihrer vorgegebenen Ausstattung mit Standortfaktoren bestimmte Industrien anziehen. Vielmehr ist es so, dass „[...] industries create regional resources and not the other way around. The composition of inputs in an industry and the scope of the market are the result of innovations in product, process, and organization that generate competitive advantage, dynamic economies, and high rates of accumulation. [...] Thus firms and sectors generate their own input histories, and those of their chosen regions, at the same time. It follows that the central motor of regional development is not industry location as a response to prior resource endowments, but geographical industrialization as a process of growth and resource creation“ (*Storper / Walker* 1989 S.96). Subsumierend lässt sich festhalten, dass die Unternehmen ihre Standortumgebung selbst formen und gestalten. Das Modell der geographischen Industrialisierung ermöglicht es, Cluster zeitlich zu typisieren. Gleichzeitig ist der Ansatz geeignet die Diskontinuität, Offenheit und Ausdifferenzierung industrieller und regionalökonomischer Entwicklungspfade aufzuzeigen (*Krätke / Scheuplein* 2001 S.16). Diese industriellen Entwicklungspfade können nach *Storper* und *Walker* in vier raumwirksame Phasen unterschieden werden, die eine Industriebranche durchläuft. Die erste Abbildung verdeutlicht Prozesse, die während der Lokalisierung, der selektiven Clusterung, der Dispersion sowie der Verlagerung stattfinden.

³ Das Modell der geographischen Industrialisierung legt dabei den Schwerpunkt auf räumliche Konzentrationen moderner und innovativer Produktionen (*Dannenberg / Kulke* 2005 S.2). Diese werden auch in der Film- und Fernsehindustrie vorzufinden sein.

⁴ Die wichtigsten Vertreter der Kalifornischen Schule sind *Scott*, *Storper* und *Walker*, die durch ihre theoretischen Grundlagen (*Scott* 1988a, 1988b, 1998; *Storper* 1997, *Storper / Walker* 1989) sowie durch eine Vielzahl empirischer Untersuchungen (z.B. *Christoperson / Storper* 1986, 1989, *Scott* 1988a, 1988b, 1999, 2000, 2002, 2004a, 2004b, 2005) die Argumente des Modells begründen.

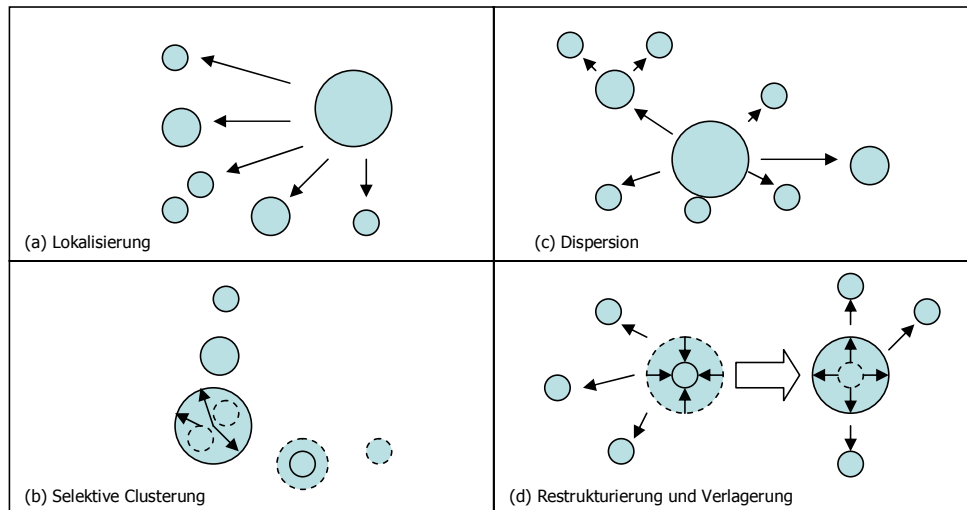


Abbildung 1 Modell der geographischen Industrialisierung
 Quelle: Storper / Walker 1989 S.71

In der ersten Phase, der Lokalisation, haben Unternehmen und Betriebe eines neuen, expandierenden Industriezweiges noch große Freiheiten bezüglich der Standortwahl. Dieses Phänomen wird auch „windows of locational opportunity“ (Storper / Walker 1989 S.75) genannt und erklärt, weshalb neue, schnell wachsende Industrien an Standorten abseits der bestehenden, altindustrialisierten Ballungen entstanden sind. Diese Wahlfreiheiten werden mit völlig neuen Anforderungen an spezielle Input- und Outputverflechtungen begründet, so dass viele neue Standorte in Frage kommen. Obwohl die Wahl des neuen Standortes kaum prognostizierbar ist, schaffen sich Pionierbetriebe der jeweiligen Branche aufgrund der enormen Wachstumsdynamik passende Umfeldbedingungen. Diese gestalterische Eigenschaft der Industrie wird auch als „locational capabilities“ (Storper / Walker 1989 S.73) bezeichnet. Sie “[...] refer to the capacity of a plant, firm or industry to secure what it needs – labor, suppliers, buyers – at a given location [...]” (Storper / Walker 1989 S.73). Dieses Umfeld bewirkt dann den Zulauf von mobilen Produktionsfaktoren wie Arbeitskräften oder Kapital und ist oft auf Zufälligkeiten, individuelle Entscheidungen der ersten Unternehmerpersönlichkeiten oder historische Ereignisse zurückzuführen. Somit ist die Lokalisierungsphase einer Branche erst im Nachhinein rekursiv zu bestimmen, indem mittels einer Analyse die einzelnen Gründungs- und Entwicklungspfade der jeweiligen Unternehmen rekonstruiert werden (Mossig 2006 S.4).

Während der zweiten Phase, der selektiven Clusterung, kommt es dann zu einem eigendynamischen Wachstumsprozess und zu fortschreitender Konzentration an einem Standort. Die räumliche Konzentration resultiert entweder aus internen Ersparnissen innerhalb vertikal integrierter Großunternehmen oder entsteht durch externe Ersparnisse im Rahmen

lokalisierter Produktionskomplexe mit vertikal desintegrierten Betrieben (Scott 1988a S.19ff., 1988b S.30f.). Durch die Differenzierung steigen die Anreize für weitere Betriebsansiedlungen in Form von Neugründungen und *Spin-offs* sowie *vice versa* (Nuhn 1989). Besonders in dieser Phase macht Mossig auf die Bedeutung von *Spin-off*-Gründungen aufmerksam (Mossig 2002 S.3, 2006 S.8f). Dabei wird im Rahmen der Saatbeet- und Inkubatorhypothese die Annahme getroffen, dass lokale *Spin-off*-Gründungen ungleiche räumliche Verteilungen annehmen (Hayter 1997 S.225, Schamp 2000 S.41f., Bathelt / Glückler 2002 S.203f.). Voraussetzung hierfür ist die Ansiedlung von Pionierbetrieben in der Lokalisationsphase in der Funktion von Inkubatorunternehmen, um ein Saatbeet für *Spin-off*-Gründungen zu kreieren. Dabei tragen *Spin-off*-Gründungen zur Entstehung einer räumlichen Konzentration durch die wachsende Anzahl der Betriebe bei, weil die Neugründungen meist im lokalen Umfeld des Gründers oder des vorherigen Arbeitgebers stattfinden⁵ (Sternberg 1998 S.39f., Tamásy 2005 S.132f.).

Resümierend kommt es zur Ausbildung dauerhafter Agglomerationsvorteile.

Überschreiten diese von der Industrie geschaffenen Agglomerationsvorteile eine bestimmte kritische Schwelle kommt es zu einer erheblichen Einschränkung der räumlichen Wahlfreiheit bis „[...] the window of locational opportunity shuts with the generation of massive place-bound external and internal economies of scale and processes of reproduction“ (Storper / Walker 1989 S.82f.). Gleichzeitig wächst dieses Zentrum infolge der Vernetzungsvorteile überproportional, während andere Standorte derselben Branche stagnieren oder schrumpfen. Somit durchlaufen die Standorte aufgrund ihres eigentümlichen, regionalen Kontextes individuelle industrielle Entwicklungspfade, weil die Clusterungsprozesse selektiv stattfinden (Bathelt / Glückler 2002 S.208f.).

Obwohl sich in der nächsten Phase Stagnations- und Schrumpfungstendenzen der etablierten Industriestandorte einstellen können, wird die industrielle Dispersion vordergründig als ein Prozess zur Erschließung neuer Wachstumsperepherien (*growth peripheries*) interpretiert (Storper / Walker 1989 S.86f.). Ziel dieses Vorgangs ist das Vordringen in neue Märkte infolge des sich verstärkenden Wettbewerbs sowie die Sicherung und Stärkung bestehender Produktions- und Standortschwerpunkte. Eine strukturelle Schwächung der Kerne geht davon nicht aus, da die zentralen Unternehmensfunktionen wie der Hauptsitz oder die Forschung und Entwicklung erhalten bleiben, während die standardisierten Teile der Produktion und des Vertriebs aus Kostengründen verlagert werden (Mossig 2006 S.5).

⁵ Mossig spricht in diesem Zusammenhang der Gründungsaktivität eine Multiplikatorwirkung im Clusterungsprozess zu, da mit jeder neuen Niederlassung das Saatbeet vergrößert und immer mehr Unternehmen selbst zu möglichen Inkubatoren werden (Mossig 2006 S.9).

Sind radikale Neuorientierungen einer Industrie im Sinne von Produkt-, Prozess- oder Organisationsinnovationen (Kulke 2004 S.82) die Ursache für den Wandel, kann es zu einer Verlagerung der Wachstumskerne (*shifting centers*) kommen. Der industrielle Entwicklungspfad wird somit trotz der Existenz von Kernen und Wachstumsperipherien in das Ausgangsstadium der Lokalisierung versetzt. Neue Gravitationszentren können durch industrielle Erneuerungsprozesse und die sich abermals geöffneten *windows of locational opportunity* entstehen. Diese Erneuerungsprozesse können in einem Kontinuum stattfinden, dessen Reichweite sich von Umstrukturierungen innerhalb bestehender Industrieregionen bis zur vollständigen Ablösung vormaliger Zentren erstreckt (Storper / Walker 1989 S.91f.).

Resümierend erfolgt für die weitere theoretisch-konzeptionelle Betrachtung der industriellen Entwicklungspfade eine eindeutige Trennung der Prozesse, die zur Bildung einer räumlichen Konzentration führen, von den Vorteilen, die sich aus einer bereits existierenden Konzentration ergeben und die Persistenz und das Wachstum des Clusters belegen können (Mossig 2006 S.14).

Dabei muss unterstrichen werden, dass mit Hilfe des Konzepts der geographischen Industrialisierung die Erfassung des industriellen Entwicklungspfades einer konkreten Branche, in diesem Fall der US-amerikanischen Film- und Fernsehindustrie, lediglich *ex post* rekonstruiert werden kann. *Ex ante*-Betrachtungen in Form von Prognosen über zukünftige Standorte expandierender Branchen sind in der Regel nicht möglich (Schamp 2000 S.152).

Das Besondere des Konzeptes von *Storper / Walker* für die vorliegende Studie über Cluster und Netzwerke ist die explizite Einbeziehung von Transaktionskosten. „In growing industries, roundaboutness generates dense and complicated transactional relationships between firms. The greater the transactional cost, the greater the likelihood that producers will agglomerate in order to reduce them, because spatial proximity is still a fundamental way to bring people and firms together, to share knowledge and to solve problems” (Storper / Walker 1989 S.80). Damit kann auch aus räumlicher Perspektive die Entstehung zwischenbetrieblicher Beziehungen, also von Netzwerken, begründet werden.

2-1-2 Der Transaktionskostenansatz und seine räumliche Erweiterung

Eingangs muss aber die Frage geklärt werden, wann es eigentlich zur Bildung von Netzwerken zwischen Unternehmen kommt. Hierzu liefert *Williamson* (1975, 1985) mit dem Transaktionskostenansatz einen wertvollen Beitrag. Ziel dieses Ansatzes der neuen Institutionenökonomik ist die Erklärung organisatorischer Lösungsmöglichkeiten zur

optimalen und effizienten Absicherung von Investitionen, die eine oder mehrere Vertragsparteien an die jeweils anderen Transaktionspartner in verschiedenen Formen (Markt/ Netzwerk/ Hierarchie) binden (Sydow 1992). Infolge einer immateriellen Verflechtung, sprich Transaktion, erfolgt der Austausch von Verfügungsrechten einer Leistung zwischen Wirtschaftssubjekten. Die Kosten, die im Zusammenhang mit der Bestimmung, Übertragung und Durchsetzung von Verfügungsrechten entstehen, werden Transaktionskosten genannt (Picot 1982 S.274f.). Sie können zeitlich in Informations- und Kommunikationskosten differenziert werden, wobei Anbahnungskosten und Vereinbarungskosten vor der eigentlichen Transaktion stattfinden, während Kosten der Kontrolle und der Anpassung *ex post* auftreten, wie Tabelle 1 zeigt (Coase 1937, Williamson 1985).

Anbahnungskosten	<i>Ex ante</i>	Kontrollkosten	<i>Ex post</i>
Vereinbarungskosten		Anpassungskosten	

Tabelle 1 Determinanten von Transaktionskosten

Quelle: eigene Darstellung nach Coase 1937, Williamson 1985

Im Endeffekt können Transaktionskosten auch als Beherrschungs- und Überwachungskosten interpretiert werden, wobei die Höhe einer Transaktion von deren Eigenschaften abhängt. *Williamson* 1985 differenziert diesbezüglich nach der Spezifität, Häufigkeit und Unsicherheit. Dabei sind Transaktionskosten umso höher, je größer die damit verbundene Spezifität, Häufigkeit und Unsicherheit ist (Bertram 1992 S.216ff.). Oberste Prämisse ist es nun, Transaktionen zwischen den technisch trennbaren Schnittstellen im Produktionsprozess so zu organisieren, dass die Transaktionskosten minimal sind (Bathelt / Glückler 2002 S.156). Gleichzeitig sind bei dieser Minimierung Annahmen über die begrenzte Rationalität und das opportunistische Verhalten der Individuen zu beachten (Williamson 1985 S.32). Aus dieser Kalkulation ergibt sich die Notwendigkeit zur Klärung eines *make-or-buy*-Problems, wobei Austauschbeziehungen mit niedrigen Transaktionskosten über den Markt abgewickelt werden, während bei hohen Transaktionskosten eine Integration in die Unternehmenshierarchie erfolgt (Williamson 1990 S.88ff.). Zwischen den beiden Extremen Markt und Hierarchie existieren mannigfaltige Formen unternehmensübergreifender Netzwerke wie beispielsweise die strategische Allianz, das Joint Venture, die Subunternehmerschaft oder *Private-Public-Partnerships* (Sydow 1992 S.104ff.).

Damit kann der Grad der Internalisierung oder Externalisierung eines Unternehmens beschrieben werden. In einen räumlichen Zusammenhang gebracht, kann angenommen werden, dass ein zunehmender Grad externer Arbeitsteilung eine Zunahme von Transaktionen zwischen den Unternehmen erforderlich macht, wobei zeit- und entfernungsabhängige Kosten

entstehen (Krätke / Scheuplein 2001 S.13). Genau diese Essenz, also den Transfer dieses Ansatzes in die Wirtschaftsgeographie, leistet *Scott* mit seinen Arbeiten (Scott 1988a S.21ff., 1988b S.35ff., 1998 S.83ff.). Diese räumliche Erweiterung des Transaktionskostenansatzes demonstriert, dass räumliche Nähe Transaktionskosten zwischen Unternehmen senkt, da so Unsicherheit und opportunistisches Verhalten verringert werden (Scott 1988b S.37). Dabei wirkt die räumliche Nähe bei der Organisation der Produktion in mehrfacher Weise transaktionskostensenkend:

- (a) Verringerung der Anbahnungskosten: Innerhalb von Industrieballungen verringern sich die Kosten der Informationssuche und -beschaffung, zudem wird der Informationstransfer beschleunigt, da aufwendige Suchprozesse nicht notwendig sind, um Zulieferer ausfindig zu machen oder technische Probleme zu lösen (Scott 1988a S.39f.).
- (b) Verringerung der Vereinbarungskosten: Sind Betriebe räumlich konzentriert, werden Kosten der Verhandlung, der Vertragsformulierung und der Einigung reduziert, da durch räumliche Nähe Kommunikationsvorteile entstehen, die sich in sogenannten *untraded interdependencies*, also gemeinsamen Konventionen, manifestieren (Storper 1997 S.28ff., Bathelt / Glückler 2002 S.214).
- (c) Verringerung der Kontrollkosten: Agglomerationen führen weiterhin dazu, dass Kosten bezüglich der Sicherstellung von Terminen, Qualität oder des Preises sowie eventuelle Geheimhaltungskosten abnehmen, da aufgrund räumlicher Nähe der Prozess der Vertrauensbildung (Harrison 1992 S.475ff.) erheblich erleichtert wird.
- (d) Verringerung der Anpassungskosten: Räumliche Nähe vereinfacht Anpassungsprozesse zwischen Unternehmen der gleichen Wertschöpfungskette, da regelmäßige Treffen zur Abstimmung der Produktion öfter arrangiert werden können (Bathelt / Glückler 2002 S.159).

Je höher also die Transaktionskosten pro Produkteinheit sind, desto intensiver werden die betroffenen Unternehmen bemüht sein, sich in räumlich nahestehenden Strukturen anzusiedeln (Scott 1998 S.83ff., Krätke / Scheuplein 2001 S.14).

Setzt man nun klassische Agglomerationsvorteile wie *economies of scale* mit den transaktionskostentheoretisch begründeten Agglomerationsvorteilen wie *agglomeration economies*⁶ (Bathelt / Glückler 2002 S.137) in Beziehung, kann sich ein mit dem technischen und organisatorischen Wandel wechselndes optimales Verhältnis von internen und externen Kosten einstellen (Scott 1988a S.38). Das Resultat sind unterschiedliche

⁶ *Agglomeration economies* stehen für Lokalisations- oder Urbanisationsvorteile (Bathelt / Glückler 2002 S.128).

Organisationsstrukturen der vertikalen (Des-)Integration, die zugleich eine räumliche Dimension besitzen (Scott 1983 S.238 in Staudacher 2005 S.91). Vertikale (Des-) Integrationsprozesse sind dabei unterschiedlich mit der räumlichen Konzentration in den Branchen verknüpft und führen zu sehr verschiedenen räumlichen Konfigurationen (Scott 1998 S.87).

<i>Ausmaß der lokalen externen Effekte</i>	<i>Höhe der räumlichen Transaktionskosten</i>		
	<i>generell niedrig</i>	<i>Gemischt niedrig / hoch</i>	<i>generell hoch</i>
<i>gering</i>	<i>Räumliche Entropie</i>	<i>Zufällige Standortmuster mit Ansätzen lokaler Marktverdichtung</i>	<i>Kleine, abgegrenzte Cluster mit regionaler Versorgung</i>
<i>hoch</i>	<i>Kleine, miteinander verbundene Cluster</i>	<i>Super-Cluster</i>	<i>Kleine, nicht miteinander verbundene Cluster</i>

Tabelle 2 Clusterkonfigurationen in Abhängigkeit von räumlichen Transaktionskosten und lokalen externen Effekten

Quelle: Scott 1998 S.87

Die Clusterung kann damit als Funktion der räumlichen Transaktionskosten pro Produkteinheit sowie des branchenabhängigen Ausmaßes der lokalen externen Effekte bestimmt werden, wie Tabelle 2 verdeutlicht (Scott 1988a S.52, Scott 1998 S.86ff.). Durch den Einbezug externer Effekte lässt sich auch die Größe des Clusters ableiten. Dabei kann es unter Umständen auch zur Entstehung von Super-Clustern kommen, wenn die räumlichen Transaktionen eine hybride Struktur aufweisen und hohe lokalisierte externe Effekte anfallen (Scott 1998 S.88f.). Neben den räumlichen Agglomerationsanreizen aufgrund externer Effekte kommt es auch zu heterogenen räumlichen Verflechtungs- und Kommunikationsbeziehungen. Durch die hybride Struktur der Transaktionen finden einige clusterintern statt, andere clusterextern. In der Folge werden durch clusterexterne Transaktionen expandierende Märkte erschlossen. Dabei erfolgt ein Wachstumstransfer in die Cluster und stärkt durch clusterinterne Beziehungen bestehende Strukturen. Daraus resultiert ein sich selbst verstärkender Wachstumsprozess, der zur Entstehung großer Industrieballungen führt (Scott 1998 S.90).

Diese bis hier sehr auf Kostenargumente fokussierte Betrachtungsweise der Entstehung von Netzwerken und Clustern ist bei weitem nicht die einzige Ursache dieser Prozesse. Will man eine auf deskriptive und quantitative Aspekte beruhende Darstellung der räumlichen Beziehungen überwinden, sind auch Kriterien wie Reziprozität, Vertrauen, Identität,

Kommunikation, Macht, Reputation, Flexibilität, Offenheit, Technologie oder Wissen einzubeziehen (Kulke 2004 S.112).

Viele dieser Aspekte wurden dennoch von den Vertretern der Kalifornischen Schule ausreichend gewürdigt ⁷. So schlägt *Storper* eine komplexere Sicht regionaler Wachstumsprozesse vor, indem er das Modell der geographischen Industrialisierung um die angesprochenen *untraded interdependencies* (Storper 1997 S.27ff.) erweitert. Diese haben die Form von Konventionen, informellen Regeln und Gewohnheiten und sind an bestimmte Orte oder Personen gebunden (Salais / Storper 1992 S.171). Somit sind „[...] tangled informal networks of useful knowledge about local production methods, business conditions, and employment practices are an intrinsic element of community consciousness and help to keep the whole system functioning smoothly“ (Scott 1988a S.39). Sind diese Transaktionsformen lokalisiert, können sie regionspezifische Vorteile erzeugen (Storper 1997 S.79, Bathelt / Glückler 2002 S.32).

Somit lassen sich insbesondere die ökonomischen Beziehungen nicht von sozialen Beziehungen zwischen den Wirtschaftssubjekten trennen und spielen auch aus der räumlichen Perspektive die tragende Rolle. Durch ihre Einbettung (Granovetter 1990 S.89) sind sie kontextspezifisch und erfahrungsabhängig (Bathelt / Glückler 2002 S.162).

Diesem Umstand trägt auch die, durch die soziale Komponente, erweiterte Definition von Netzwerken⁸ Rechnung.

2-2 Methodische Vorgehensweise

Nachdem das allgemeine theoretische Fundament für die Entstehung von Clustern und Netzwerken gelegt wurde und wichtige Bausteine herausgearbeitet worden sind, soll darauf aufbauend die Methodik beschrieben werden, mit deren Hilfe die einzelnen Komponenten visualisiert werden, die zur Erfassung der lokalen Cluster und Netzwerke in der Film- und Fernsehindustrie nötig sind. Dabei lehnt sich die methodische Vorgehensweise eng an die Studie „Produktionscluster in Ostdeutschland“ von *Krätke* und *Scheuplein* (Krätke / Scheuplein 2001) an. Im Folgenden handelt es sich also um eine Mischung aus qualitativen und quantitativen Methoden. Einen Gesamtüberblick über den Ablauf des Vorhabens bietet Abbildung 2. Grundsätzlich lässt sich das methodische Vorgehen in vier Phasen unterteilen:

⁷ Beispielsweise beziehen *Storper / Walker* explizit die Technologie mit ein (Storper / Walker 1989 S.99ff.), *Harrison* beleuchtet das Vertrauen (Harrison 1992 S.475ff.), *Storper* 1997 bringt das Modell in Verbindung mit der Wissensstruktur (Storper 1997 S.79). Neuere Studien wie die von *Mossig* heben die Relevanz von Steuerungs- und Machtaspekten hervor (Mossig 2004 S.260f.).

⁸ Siehe Seite 7.

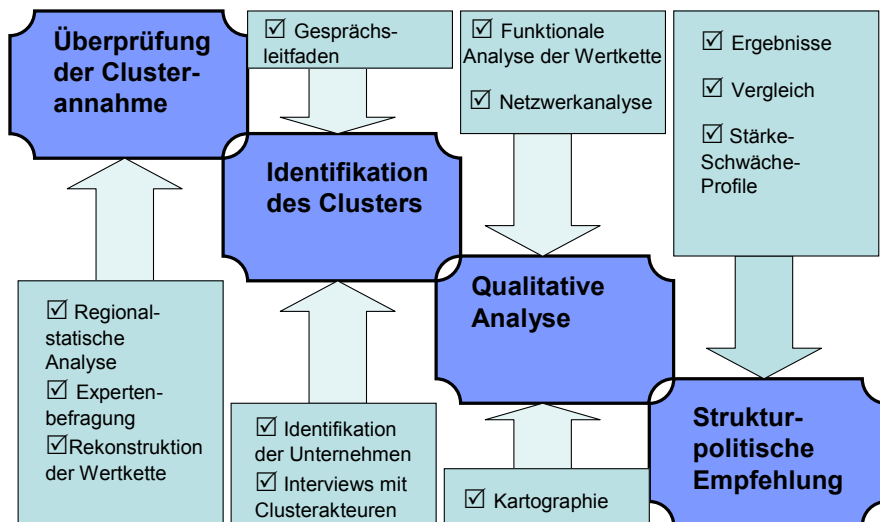


Abbildung 2 Methodische Vorgehensweise

Quelle: eigene Darstellung

- (a) Die Überprüfung der Clusterannahme: Hier werden mit Hilfe allgemeiner und zugänglicher statistischer Daten ⁹ regionalstatische Analysen von Standortkonzentrationen der Film- und Fernsehindustrie durchgeführt. Diese ersten Wegweiser werden durch Expertenbefragungen komplettiert. Darauf aufbauend erfolgt die Rekonstruktion der Wertschöpfungskette, die wiederum mit den statistischen Daten neue Erkenntnisse liefern kann.
- (b) Identifikation des eigentlichen Clusters: Hat sich die Vermutung bestätigt, werden mit Hilfe von Branchenverzeichnissen und Datenbanken die konkreten Unternehmen und Institutionen innerhalb des Clusters ausfindig gemacht und anschließend befragt.
- (c) Qualitätsanalyse: Nach der Auswertung der Befragung wird die funktionale Struktur der Cluster anhand der Wertschöpfungskette durchgeführt. Eine räumliche Netzwerkanalyse sowie eine detaillierte kartographische Darstellung ausgewählter Netzwerke der Cluster visualisiert dann die qualitativen Verflechtungen.
- (d) Strukturpolitische Empfehlung: Die Ergebnisse aus den Schritten (a) bis (c) münden dann in regionalpolitischen Empfehlungen. Dabei werden zunächst die untersuchten Cluster untereinander verglichen und Stärke-Schwäche-Profile der einzelnen Konfigurationen erstellt.

Die nächsten zwei Unterabschnitte dienen der Darlegung der wichtigsten Instrumente zur Identifizierung und Analyse von Clustern und Netzwerken, wobei der Schwerpunkt auf

⁹ Statistische Daten im Sinne öffentlich zugänglicher Daten des *US Department of Commerce*. Hierzu gehört das *US Census Bureau* mit seinem *Economic Census* oder die *County Business Patterns*.

Ausführungen zu Wertschöpfungsketten und der Wirtschaftszweigssystematik (2-2-1) sowie der räumlichen Netzwerkanalyse (2-2-2) liegt.

2-2-1 Identifizierung und Untersuchung von Clustern

Um die analytische Ergiebigkeit dieses Ansatzes zu verdeutlichen, wird zunächst das Konzept der Wertschöpfungskette als Bezugspunkt für die Analyse von Clustern definiert und erläutert. Dabei ist die Bedeutung eines Clusters für die regionale Entwicklung herauszuarbeiten, daher empfiehlt es sich, nach drei Betrachtungsebenen zu differenzieren: der Konzentration, der Verdichtung sowie der Einbindung, wie Abbildung 3 zeigt (Rehfeld 1999 S.43ff., Krätke / Scheuplein 2001 S.35f, 57ff.).

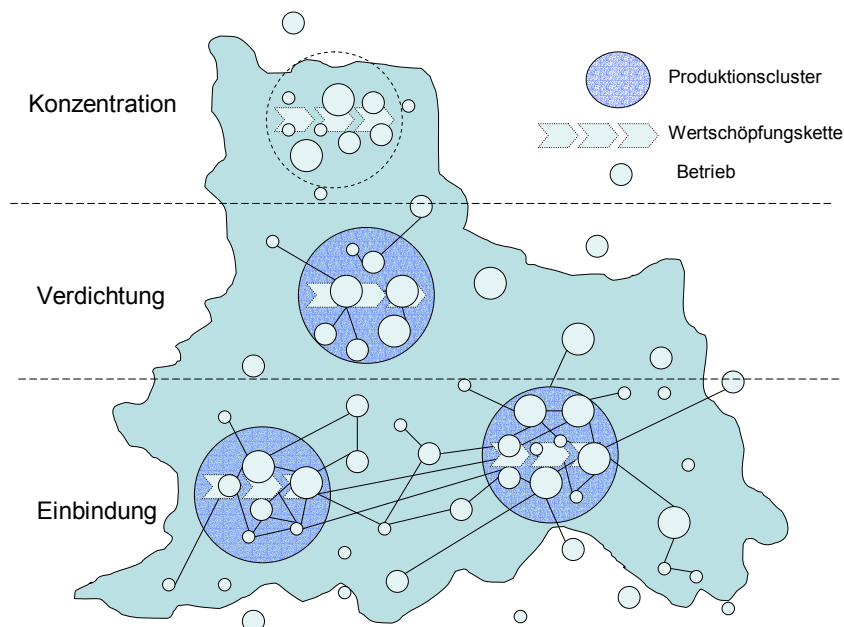


Abbildung 3 Analyseebenen eines Clusters

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Rehfeld 1999 S.44

Erstens erlaubt die Analyse der geographischen Verteilung der Elemente einer Produktionskette Aussagen zur Konzentration. Dabei können sich diese Elemente, aus den in der Theorie dargelegten Gründen, in Form von Clustern auf einige Regionen konzentrieren (Rehfeld 1999 S.44). Will man zweitens dann eine zufällige regionale Konzentration von einem Cluster unterscheiden, muss eine Verdichtung festgestellt werden.

Dabei „ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass sich die Beziehungen innerhalb eines Produktionsclusters, bedingt durch die aus der räumlichen Nähe resultierenden Möglichkeiten, verdichten“ (Rehfeld 1999 S.45). Voraussetzung sind gemeinsame Bezugspunkte von Betrieben einer Produktionskette (Rehfeld 1999 S.66f.). Diese Verdichtung tritt dann

beispielsweise in Form einer gemeinsamen Infrastruktur, zwischenbetrieblicher Verflechtungen oder Kommunikationsbeziehungen in Erscheinung

Drittens ist ein Cluster nicht mit der Wirtschaftsstruktur einer Region identisch, oftmals auch nicht dominierend. Deshalb ist die Frage nach der regionalen Einbindung des Clusters gerechtfertigt. Das Spektrum möglicher Einbindungen reicht von isolierten Clustern in einer fragmentierten Wirtschaftsstruktur bis zu einer regionalen Ökonomie mit dichten Netzwerken und eng miteinander verflochtenen Clustern¹⁰ (Rehfeld 1999 S.82ff.).

Ansatzpunkt für das methodische Vorgehen ist die eingangs statuierte Arbeitsdefinition¹¹, also das Verständnis von regionalen Clustern als räumlich konzentrierter Wertschöpfungsketten im Sinne eines branchenübergreifenden Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhangs von Unternehmen mit unterstützenden Institutionen wie Universitäten, Verbänden, Förderungs-, Transfer- und Technologiezentren (Krätke / Scheuplein 2001 S.72).

Dabei steht das Analyseinstrument der Wertschöpfungskette¹² im Mittelpunkt. Die Wertschöpfungskette, welche arbeitsteilig miteinander verflochtene Prozesse und soziale Interaktionen aufweist, ist eine Abfolge von Funktionen, die dem Produkt auf jeder Stufe einen Wert zufügt (Dicken / Thrift 1992 S.275ff., Porter 1998 S.63ff., Bathelt / Glückler 2002 S.30, Staudacher 2005 S.84). Sie beinhaltet alle materiellen und immateriellen Leistungen, von der Entwicklung der Produktidee über den tatsächlichen Produktionsprozess bis zur Vermarktung und Vertrieb sowie dem Konsum der Produkte (Krätke / Scheuplein 2001 S.35).

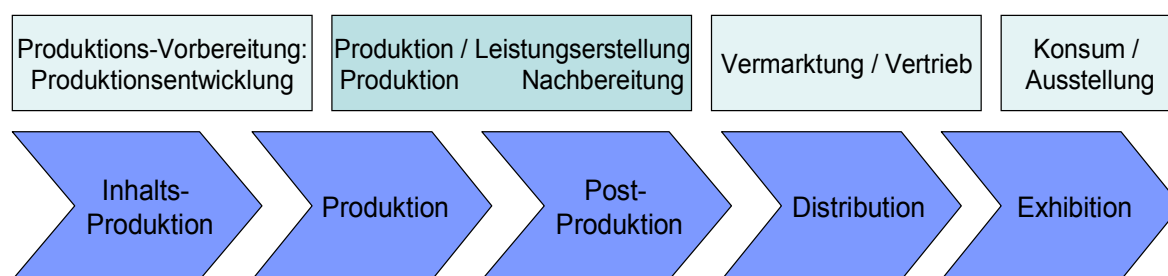


Abbildung 4 Grundlegende Elemente einer Wertschöpfungskette in der Filmwirtschaft

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Porter 1990, Rehfeld 1999

Abbildung 4 verdeutlicht die Zusammenhänge innerhalb der Wertschöpfungskette. Diese kann als eine Sequenz vertikal gestaffelter Unternehmen grob in die Bereiche der Produktvorbereitung und -entwicklung, der Leistungserstellung sowie des Vertriebs differenziert werden (Krätke / Scheuplein 2001 S.17f., 51f.).

¹⁰ Eine Typisierung regionaler Clusterformationen und ihrer Einbindung in die Region wird von Krätke und Scheuplein vorgenommen (Krätke / Scheuplein 2001 S.59f).

¹¹ Siehe Seite 6.

¹² Alternativ für den Begriff Wertschöpfungskette werden auch Termini wie Wertsystem (*value system*) (Porter 1998 S.78), Produktions- oder Wertkette (*value chain*) (Czamanski / de Ablas 1979 S.62) verwendet.

Zu Beginn der Untersuchung, ob und welche Cluster in einer Region vorhanden sind, sind vorab zwei Fragen zu klären.

Erstens: Existieren im Untersuchungsraum überhaupt Clusterformationen in der betreffenden Industrie? Dabei bietet sich als erster Schritt bei der Identifikation von Clustern die regionalstatische Analyse von Standortkonzentrationen an (Krätke / Scheuplein 2001 S.73). Hierfür wird eine Aufstellung der nationalen sowie regionalen Wirtschaftsaktivitäten der Film- und Fernsehindustrie (USA, Kalifornien, Los Angeles County) nach Anzahl der Unternehmen, Beschäftigten und des Umsatzes aus der Wirtschaftszweigssystematik verwendet. Auch wenn viele Autoren (z.B. Scott 1996 S.309, 2000 S.7, Rehfeld 1999 S.178) die Wirtschaftszweigssystematik der amtlichen Statistik für nicht zweckmäßig halten, um die funktionalen Beziehungen von Clustern abzubilden, ist sie meist für den methodischen Fortschritt unumgänglich. Dieses liegt einerseits an der Fülle der zugänglichen Daten für quantitative Untersuchungen und andererseits an der gewissen Ordnung, die sie beinhaltet (Krätke / Scheuplein 2001 S.20). Die aktuelle Wirtschaftszweigssystematik der USA, das *North American Industry Classification System* (NAICS), wurde 1997 eingeführt und ist der Nachfolger der *Standard Industrial Classification* (SIC), die die offizielle Statistik für die Zeit der Nachkriegsjahre (ab 1954) war (US Census Bureau 2004-2005 S.VII, Scott 2005 S.59). Tabelle 3 zeigt die Gliederung der NAICS.

Code	Ebene	Verschlüsselung	Beispiel
51	Hauptsektor	11-92	51: Information
512	Subsektor	511-519	512: Motion Picture and Sound Recording Industries
5121	Industrielle Gruppen	5121-5122	5121: Motion Picture and Video Industries
51211	Industrielle Klassen*	51211-51219	51211: Motion Picture and Video Production
512110	Industrien	512110 – 512119	512110: Motion Picture and Video Production

Tabelle 3 Gliederungsschema des North American Industry Classification System (NAICS)

* Industrielle Klassen werden in 51211 Motion Picture and Video **Production**, 51212 Motion Picture and Video **Distribution**, 51213 Motion Picture and Video **Exhibition**, 51219 Postproduction Services and Other Motion Picture and Video Industries gegliedert. Diese Unterteilung würde dem klassischen Verständnis der Wertschöpfungskette (siehe Abbildung 4, S.18) entsprechen.

Quelle: eigene Darstellung nach US Census Bureau 2004-2005

Die Systematik der NAICS orientiert sich an einer *Top-down*-Methode (siehe Tabelle 3), die alle Ebenen der Wirtschaftszweigklassifikation nach den charakteristischen Waren und Dienstleistungen sortiert. Dabei werden die 20 zweistelligen NAICS-Hauptsektoren in 100 dreistellige Subsektoren unterteilt. Ferner werden noch 317 industrielle Gruppen mit

vierstelliger Kodierung sowie 1179 Industrien mit sechsstelliger Verschlüsselung ausgewiesen (US Census Bureau 2004-2005). Die statistischen Einheiten (z.B. Unternehmen, Betriebe) werden entsprechend ihrer wirtschaftlichen Haupttätigkeit in die jeweiligen Kategorien unterteilt. Die Haupttätigkeit (*primary activity*) wird über die Tätigkeit determiniert, die den größten Beitrag zur Wertschöpfung eines Erzeugnisses leistet (US Census Bureau 2004-2005).

Diese Daten dienen dann als Grundlage für Maßzahlen, mit denen die Betrachtungsebene der Konzentration abgebildet werden kann. Dabei werden Maßzahlen verwendet, die die absolute oder relative Konzentration¹³ (Standortquotient, Lokalisationsquotient, GINI-Koeffizient) darstellen (Krätke / Scheuplein 2001 S.38). Stets stellt sich dabei die Frage nach den Entwicklungsaussichten, so dass die Aufstellung auch Angaben zur Entwicklungsdynamik (Veränderung der Anzahl der Unternehmen, der Beschäftigten oder der Umsätze) enthalten sollte. Eine solche Aufstellung macht horizontale Partial-Cluster im Sinne von einzelnen übermäßig repräsentierten Wertschöpfungsketten-Gliedern zugänglich (Krätke / Scheuplein 2001 S.73). Diese verkörpern aber noch keine Cluster, sondern eine regionale Konzentration von Unternehmen im gleichen Glied der Wertkette (Rehfeld 1999 S.45). Bevor weitere Schritte erfolgen, sollte die zweite Frage geklärt werden.

Zweitens: Auf welche konkreten Wertschöpfungsketten soll sich die Suche erstrecken? Die Zugehörigkeit und die tatsächliche Position der einzelnen Unternehmen im Wertsystem wird jeweils durch die realen Produktionsverflechtungen determiniert. Dabei ist die Wertschöpfungskette nicht als bloße Auflistung der Bearbeitungsphasen eines Produktes einzuordnen. Vielmehr können neben materiell-technologischen auch ökonomische Interdependenzen sichtbar gemacht werden (Rehfeld 1999 S.47). Deshalb kann ein durchaus komplexes Muster der zwischenbetrieblichen Arbeitsteilung entstehen, wobei zwischen einem Cluster-Kern und einem Cluster-Umfeld differenziert werden sollte. Die regionalstatistischen Daten werden also mit dem Konzept der Wertschöpfungskette verknüpft (Krätke / Scheuplein 2001 S.52, 76ff.). Dabei wird zunächst der Cluster-Kern identifiziert.

In der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood wären dies die *Majors* bzw. die TV-Konzerne, bei denen die Fäden der Zulieferer zusammenlaufen. Diese strategischen Schlüsselakteure sind es dann, die aufgrund ihrer Hierarchiestellung oder durch das Zusammenwirken im Verbund (kooperative) Kernkompetenzen (Prahalad / Hamel 1991 S.82ff., Duschek 1998 S.232ff.) innerhalb des Clusters besitzen und entscheidende

¹³ Alle verwendeten Maßzahlen werden je nach Wichtigkeit und Komplexität entweder direkt oder im Anhang erläutert.

Wettbewerbsvorteile generieren. Zum Clusterumfeld gehören dann nachgeordnete Funktionen¹⁴, die seltener Kontakte zu anderen Kettenmitgliedern unterhalten. Die Festlegung der Anfangs- und Endpunkte einer Wertschöpfungskette ist dabei fallbezogen zu treffen (Krätke / Scheuplein 2001 S.51f.). Dabei können auch Vor- und Zwischenprodukte als Endpunkte der Wertkette definiert werden (Krätke / Scheuplein 2001 S.35).

Die Kontrollphase der Clustervermutung wird schließlich durch zwei Expertenbefragungen¹⁵ abgerundet.

Soll aus der Tatsache der räumlichen Konzentration auf eine Verdichtung in Form unterschiedlicher zwischenbetrieblicher Beziehungen geschlossen werden, bedarf es der Identifikation des eigentlichen regionalen Clusters. Diese erfolgt auf der Basis der Rekonstruktion und Größenbestimmung des Clusters durch Erfassung der konkreten Unternehmen innerhalb des Verbundes sowie Interviews mit einigen Clusterakteuren (Krätke/Scheuplein 2001 S. 80). Im Rahmen dieser Untersuchung wurde dabei eine eigene Datenbank mit über 1500 Unternehmen und Betrieben aus den Branchenverzeichnissen¹⁶ der *Hollywood Creative Directory*, des *Hollywood Reporter* sowie *Variety* zusammengestellt. Diese Unternehmen und Betriebe wurden dann hinsichtlich ihrer Standorte¹⁷ drei verschiedenen Clustern zugeordnet. Maßgeblich für die Wahl sowohl der Ballungen als auch der Gravitationszentren der Cluster waren die Produktionsstätten und Hauptsitze der sogenannten *Majors*, der großen Produktionsunternehmen Hollywoods. Das Ergebnis dieses Arbeitsschrittes ist eine Liste konkret lokalisierter Unternehmen, die den Kern des regionalen Clusters ausmachen (Krätke / Scheuplein 2001 S.81). Diese Liste wird zur Vorbereitung der Unternehmensbefragung und der anschließenden Qualitätsanalyse benötigt.

2-2-2 Einbindung der Cluster in die Region

Soll eine Verdichtung der Wertkette im Sinne eines Produktionsclusters sowie dessen Einbindung in die Region¹⁸ im Rahmen von Netzwerken nachgewiesen werden (Rehfeld 1999 S.45, Krätke / Scheuplein 2001 S.58ff.), bedarf es eines problemgerichteten

¹⁴ In dieser Studie gehörten dazu Aktivitäten der Postproduktion, auf die später im Detail eingegangen wird.

¹⁵ Zu den Experten gehörten die Professoren *Scott* von der *University of California, Los Angeles (UCLA)* sowie *Villa-Suarez* von der *University of California, Irvine (UCI)*, die im Zeitraum Januar bis April 2004 zu diesem Thema konsultiert wurden.

¹⁶ Dabei erwies sich das *Blu-Book Film, TV and Commercial Production Directory* (Los Angeles: Hollywood Reporter, jährlich erscheinend) als wichtigste Quelle für die Erstellung der Datenbank. Weitere sinnvolle Informationen konnten auf den Webseiten von *Hollywood Creative Directory* (<http://www.hcdonline.com>) sowie von *Variety* (<http://www.variety.com>) eingeholt werden.

¹⁷ Dabei wurden bestimmte Postleitzahlbezirke (*Zip-Codes*) um die Produktionsstätten der *Majors* als Richthilfen benutzt.

¹⁸ Siehe Abbildung 3 auf Seite 17.

Interviewleitfadens. Der Gesprächsleitfaden bildet dabei die Vorstufe für die qualitative Analyse, zu deren Bestandteilen eine funktionale Analyse der Wertschöpfungskette sowie eine räumliche Netzwerkanalyse und Darstellung gehören. Die Unternehmensbefragung¹⁹ wurde dabei teils schriftlich und teils mündlich, je nach Erreichbarkeit der Akteure, durchgeführt. Um den im Theorieabschnitt herausgearbeiteten Erkenntnisinteressen gerecht zu werden, wurde die folgende Vorgehensweise im Rahmen des Leitfadens gewählt:

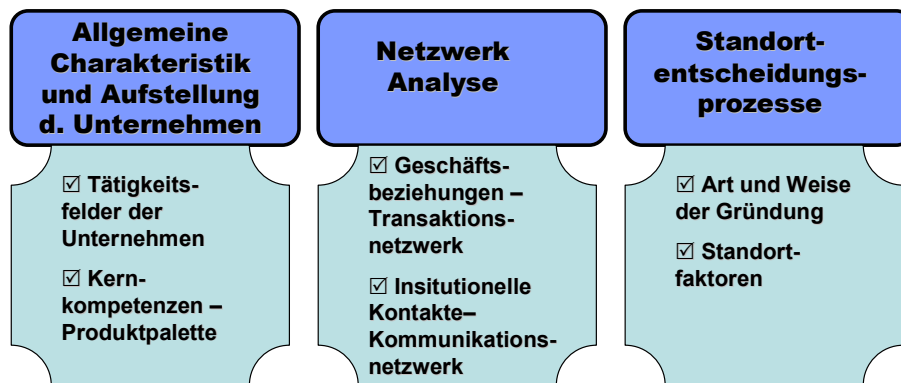


Abbildung 5 Aufbau des Gesprächsleitfadens zur Unternehmensbefragung
 Quelle: eigene Darstellung

Folglich sind drei große Fragenkomplexe zu unterscheiden :

(a) Die allgemeine Charakteristik und die Aufstellung der Unternehmen: Aus der Basis von „harten“ Unternehmenszahlen wie den Angaben zur Zahl der Beschäftigten, des Umsatzes und ihrer Entwicklung sowie Tätigkeitsfeldern und Kernkompetenzen wird eine funktionale Analyse der Wertschöpfungskette vorgenommen.

(b) Standortentscheidung und Gründungsprozesse: Die gewonnenen Daten aus (a) werden hier durch die Bewertung von Standortfaktoren ergänzt, wobei die Relevanz der Standortfaktoren aus heutiger Sicht und zum Zeitpunkt der Gründung beurteilt wird. Die Gründungsprozesse selbst sind es dann auch, die näher beleuchtet werden, um Lokalisationsmechanismen und selektive Clusterungsprozesse besser zu verstehen (Mossig 2006 S.8f.).

(c) Die Netzwerkanalyse: Sie bildet das Herzstück der qualitativen Analyse und untersucht das Beziehungsnetz der Clusterakteure. Die Annahme, die der Netzwerkanalyse zugrunde liegt, ist die Tatsache, dass Entwicklungspotentiale eines Clusters nicht nur von übergreifenden Marktentwicklungen und Branchentendenzen, sondern vor allem von der „Qualität der sozialen Organisation der Clusterformation“ (Krätke / Scheuplein 2001 S.62) abhängig sind.

¹⁹ Der vollständige Gesprächsleitfaden befindet sich im Anhang A (ab Seite 108), die einzelnen statistischen Daten zur Auswertung der Unternehmensbefragung sind in Kapitel 4 zu finden.

In diesem Zusammenhang wird oftmals der Begriff des „sozialen Kapitals“ benutzt (Bourdieu 1983 S.188ff.). Das soziale Kapital richtet sich auf soziale Erklärungen des wirtschaftlichen Lebens und versucht dabei, die in wirtschaftlichen Handlungen eingeschlossenen Arten und Konstellationen sozialer Beziehungen ausfindig zu machen (Woolcock 1998, Krätke 2002 S.37). Da in der gesellschaftlichen Wirklichkeit Austauschbeziehungen sowohl sozialer als auch wirtschaftlicher Art sind, können auch Transaktionsbeziehungen wirtschaftlicher Akteure als soziale Beziehungen verstanden werden, die potentiell soziales Kapital generieren (Krätke 2002 S.41). Diesbezüglich ist es eine große Herausforderung für wirtschaftsgeographische Studien, die Struktur der Verflechtungsbeziehungen von Clustern zu erfassen und vergleichbar zu machen (Krätke / Scheuplein 2001 S.58).

Dabei werden zwei Arten von Beziehungen ergründet: das Transaktionsnetz sowie das Kommunikationsnetz. „Das Transaktionsnetz (als Netz der Transaktionsbeziehungen) der Clusterunternehmen beinhaltet reale wirtschaftliche Austausch- bzw. Geschäftsbeziehungen“ (Krätke / Scheuplein 2001 S.65). Die Transaktionsbeziehungen umfassen sowohl horizontale als auch vertikale Verflechtungen sowie einen Informationsaustausch²⁰. Demgegenüber wird das Kommunikationsnetz als ein eher lockeres Kontaktnetz interpretiert, das den Informationsfluss zwischen Unternehmen und Einrichtungen ermöglicht. Hierbei stehen institutionelle und regulative Aspekte und nicht Geschäftsbeziehungen im Vordergrund (Krätke / Scheuplein 2001 S.34f.). Eine nicht unerhebliche Rolle, vor allem in der Film- und Fernsehindustrie, spielen aufgrund des projekthaften Arbeitsprozesses zusätzlich informelle und latente Netzwerke, die eine schwer erfassbare, dritte Beziehungsebene im Sinne eines Karteikartenpools bilden, auf die jederzeit zurückgegriffen werden kann (Sydow / Windeler 1999 S.47). Folglich verbirgt sich hinter dem Terminus Netzwerk in diesem Kontext eine Verflechtung von Transaktions- und Kommunikationsbeziehungen von Clusterakteuren (Krätke/ Scheuplein 2001 S.63). Die Qualität der Analyse besteht in der Möglichkeit, Aussagen über Netzwerkeigenschaften (Netzwerkdichte, Netzwerkkohäsion und Netzwerkzentralisierung) zu treffen sowie die überregionalen Beziehungen der Clusterakteure zu ergründen und in quantifizierbarer Weise vergleichbar zu machen. Neben der Analyse des Beziehungsnetzes können auf der Ebene der einzelnen Akteure die Zentralität und der Grad der Verbundenheit dargestellt werden (Jansen 1999 S.103ff., 123ff.).

²⁰ Selbstverständlich beinhaltet auch das Transaktionsnetz mehr oder weniger intensive Kommunikationsbeziehungen, dennoch handelt es sich hier vordergründig um Geschäftsbeziehungen (Krätke / Scheuplein 2001 S.61).

Um diese Aussagen allerdings aus dem Beziehungsnetz der Clusterunternehmen ableiten zu können, bedarf es zunächst der Aufstellung sogenannter Ego-Netze²¹ aller befragten Akteure (Jansen 1999 S.99ff.). Anschließend werden dann alle Ego-Netze in eine Matrix-Darstellung überführt, um eine Übersicht über das Beziehungsnetz des Clusters zu erhalten. Bei dieser Transformation sind Soziogramme und Soziomatrizen zu verwenden (Jansen 1999 58f., 96, Krätke / Scheuplein 2001 S.65).

Ausgehend von Soziomatrizen werden dann netzwerkanalytische Maßzahlen²² berechnet. Ein zentrales Kriterium ist die Dichte des Beziehungsnetzes im Cluster, welche sich über den Grad der Verbundenheit der Akteure bestimmen lässt (Krätke 2002 S.118ff.). Diese Beziehungskapazität sozialer und ökonomischer Akteure, welche Prozesse der Wissensgenerierung und der Leistungsfähigkeit in einem Netzwerk beeinflusst, ist allerdings begrenzt. Freundschafts- und Verwandtschaftsnetzwerke mit 10 bis 15 Personen haben maximale Dichtewerte von 0,4. Eine allseitige Verbundenheit (Wert=1) ist dabei nicht gegeben (Jansen 1999 S.89, Krätke 2002 S.118). Mit wachsender Größe des Netzwerks nimmt dabei die Dichte ab. So sind Freundschaftsnetzwerke dichter als Kommunikationsnetzwerke, die wiederum dichter sind als Unternehmensnetzwerke (Jansen 1999 S.105). Weitere Maßzahlen, die zu Hilfe genommen werden, dokumentieren dabei die Netzwerkposition der Akteure. Zu ihnen gehören der *degree*, der den Grad der Einbindung eines Akteurs und die Stärke seiner Verbindungen mit allen anderen Akteuren im gesamten Beziehungsnetz beschreibt. Somit gibt er Auskunft über die Zentralität seiner Netzwerkposition (Jansen 1999 S.125f.).

Ein Problem dieser Analyse ist, dass nur die Erfassung eines Partialnetzes realisierbar ist, da zum einen nicht alle Unternehmen befragt werden können und zum anderen erst durch die Befragung neue Akteure identifiziert werden (Krätke / Scheuplein 2001 S.64). Dennoch erlaubt dieses Partialnetz Rückschlüsse auf Eigenschaften des gesamten Clusters²³.

Wurden die Beziehungsnetze der Cluster anhand geeigneter Maße ausgewertet, empfiehlt sich die Visualisierung der räumlichen Struktur (Krätke / Scheuplein 2001 S.82f.). Im Rahmen

²¹ Ego-Netze enthalten das vollständige Beziehungsgeflecht eines bestimmten Clusterakteurs und werden normalerweise in Soziogrammen anschaulich dargestellt. Für das Beispiel eines Ego-Netzes stehen in Abbildung C-7 auf Seite 126 die roten Kommunikationsbeziehungen des Akteurs (K1). Ein Soziogramm des Clusters vom San Fernando Tal ist bspw. aus Tabelle C-1 auf Seite 120 ersichtlich.

²² Alle hier vorgestellten netzwerkanalytischen Maßzahlen werden im Anhang bzw. in der statistischen Einzelauswertung (Kapitel 4) noch genauer umschrieben.

²³ Diese Übertragung ist nicht unproblematisch, deswegen folgern Krätke / Scheuplein, dass diese Vorgehensweise „nur mit gewissen Einschränkungen vertretbar ist– doch im Vergleich zu den vorherrschenden ‚schwachen‘ Aussagen zu Netzwerkeigenschaften konkreter Clusterformationen, wird hier immerhin ein ausgewiesener Teil von Akteuren [...] dargestellt“ (Krätke / Scheuplein 2001 S.66). Des Weiteren ist diese Vorgehensweise durch die Stichprobentheorie etabliert, die in der Sozialforschung seit den 60er Jahren ein leistungsfähiges Instrument ist, wie Erfolge in der Markt- und Wahlforschung belegen (Jansen 1999 S.80).

dieser Analyse wurden dabei die Adressen der konkreten Clusterakteure aus der Datenbank in das Programm *ARCGIS* transferiert. Mit Hilfe eines Zusatztools konnte die Lokalisation jedes Akteurs determiniert und automatisch kartiert werden. Das Ergebnis war ein räumliches Verteilungsmuster.

Bevor im letzten Schritt dann strukturpolitische Empfehlungen gegeben werden und die endgültige Einschätzung der Einbindung der Cluster und ihrer Netzwerke in die Region stattfindet, werden die Resultate der empirischen Erhebung miteinander verglichen. Daraus können dann Stärken und Schwächen der einzelnen Cluster abgeleitet werden, die in konkrete Empfehlungen und Programme münden.

2-3 Die Wirtschaftsgeographie und die „New-Hollywood-Diskussion“

Den Abschluss dieses Kapitels bildet eine Übersicht über die Literatur zum Thema Film- und Fernsehindustrie in Hollywood. Ziel dieses Unterfangens ist die Ausarbeitung der wichtigsten Untersuchungskriterien aus dem mannigfaltigen Schrifttum für die empirische Untersuchung. Dabei werden die wichtigsten Studien, ihre Herangehensweise und ihre Erkenntnisinteressen erläutert sowie in einen wirtschaftsgeographischen Kontext gefasst. Zudem unterstreicht diese Diskussion die zentrale Frage, die der Arbeit zugrunde liegt, und schützt so vor Missverständnissen, wie sie die nachfolgende Diskussion zu Tage fördert. Als reichhaltige Quelle erweist sich dabei die sogenannte „New Hollywood Debate“ (Scott 2002 S.958, 2005 S.36), die zwischen *Storper* und *Aksoy / Robins* Anfang der 90er Jahre stattgefunden hat (Aksoy/ Robins 1992, Storper 1989, 1993).

Ausgangspunkt für diese Debatte waren die wirtschaftsgeographischen Pionierarbeiten von *Christopherson / Storper* auf diesem Gebiet Ende der 80er Jahre (Christopherson / Storper 1986, Storper / Christopherson 1987, 1989, Storper 1989). Darin wird die industrielle Organisation Hollywoods als „the break-up of the studio system and the emergence of a new flexibly specialized Hollywood“ (Scott 2002 S.959) charakterisiert, wobei die Entwicklung mit „a loss of control by the majors over production“ (Storper 1993 S.482) einherging.

Kern dieser Aussage ist, dass sich die Produktionsmethoden in Hollywood im Laufe der Zeit von einer Art fordistischer Massenproduktion in Richtung der flexiblen Spezialisierung verschoben haben, wie Abbildung 6 veranschaulicht (Scott 2005 S.39).

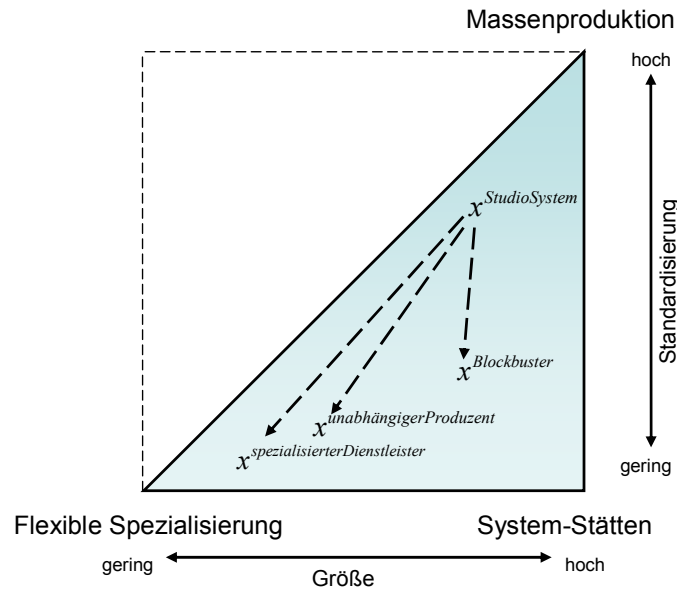


Abbildung 6 Schema zu Organisationsformen in der Film- und Fernsehindustrie²⁴

* Dabei symbolisiert $x^{\text{StudioSystem}}$ die vorherrschende organisationale Konfiguration der Filmindustrie zur Zeit des Studio Systems (1925-1945), $x^{\text{Blockbuster}}$ der heutigen Majors bei der Produktion eines High-Budget-Films, $x^{\text{unabhängigerProduzent}}$ eines heutigen Independents und $x^{\text{spezialisierterDienstleister}}$ eines spezialisierten Zulieferers.

Quelle: leicht verändert nach Scott 2002 S.960

Aksoy / Robins werfen Storper vor, im post-fordistischen Enthusiasmus, ausgelöst durch das Buch „Ende der Massenproduktion“ (Piore / Sabel 1985), die Film- und Fernsehindustrie in Hollywood voreilig als flexibles Netzwerk zu kategorisieren (Aksoy / Robins 1992 S.5ff.). Vielmehr argumentieren Letztere, man müsse Hollywood trotz dieser Reorganisation von Aktivitäten immer noch als eine von einigen wenigen großen Produktionsunternehmen dominierte Industrie ansehen, weil „by holding on their power as national and international distribution networks, the majors were able to use their financial muscle to dominate the film business and to squeeze or to use the independent production companies“ (Aksoy / Robins 1992 S.9). Dabei sehen Aksoy / Robins ihr Modell durch die Entwicklung der Eigentumsstruktur der Film- und Fernsehindustrie im Sinne der Herausbildung von riesiger Medienkonglomeraten²⁵ bestätigt.

Zudem sind Unternehmen ihrer Meinung nach „not as a locus of rational choice and calculation of transaction costs, but as an institution of power“ (Véron 1999 S.10) zu verstehen.

²⁴ Der Terminus der System-Stätten stammt aus dem Bereich der Hochtechnologie-Branchen. Er bezeichnet Unternehmen, deren Ausbringungsmenge an Produkten über einen gewissen Zeitraum relativ gering ist, diese Produkteinheiten aber gleichzeitig entweder sehr kapital- oder arbeitsintensiv sind (Scott 2004c S.467).

²⁵ In diesem Kontext ist das Stichwort „corporate power“ zu erwähnen, welches im Zuge der Mode von *Mergers/Aquisitions* entstand und in der Praxis zu Medienkonzernen wie *TimeWarner Inc.* (wozu *Warner Bros.* gehört) oder *Viacom Inc.* (wozu *Paramount Pictures* gehört) führte.

Damit wird implizit der neoklassische Ansatz der Transaktionskostentheorie (Coase 1937, Williamson 1975, 1985) zurückgewiesen, dem zugrunde liegt, dass Unternehmen ihre optimale Strategie stets durch die Externalisierung und Internalisierung bestimmter Funktionen auswählen. *Aksoy / Robins* folgern daraus: „Hollywood is now everywhere“ (Aksoy / Robins 1992 S.19). Dabei befindet sich der Streitpunkt zwischen beiden Parteien „precisely there, in the notion that geography does not matter“ (Véron 1999 S.10, Scott 2005 S.38).

Aber gerade das ist die Essenz, die dieser Arbeit zugrunde liegt, die zeigen will: „Geography matters“. Auch Véron sieht die Stärke der Arbeiten von *Christopherson* und *Storper* darin, dass sie eine plausible Erklärung dafür liefern, warum Hollywood dort ist, wo die Film- und Fernsehproduktion stattfindet (Véron 1999 S.9ff.).

„The role of production organization (2), i.e. dense transactional relations (1) between firms geographically concentrated (3) with low costs of negotiating, that produces increasing returns, seems to account for Hollywood’s competitive advantage“ (Véron 1999 S.10).

In diesem Statement werden alle wichtigen Eckpfeiler für die weitere Analyse genannt, geht es hier doch um Produktions- und nicht um Vertriebsstrukturen:

(1) <i>Transaktionsbeziehungen</i>	→ Erklärung von Clustern und Netzwerken in der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood
(2) <i>Organisation der Produktion</i>	
(3) <i>Räumliche Konzentration (als entscheidende Variable)</i>	

Tabelle 4 Zentrale Variablen zur Erklärung von Clustern und Netzwerken in Hollywood
Quelle: eigene Darstellung

Deswegen liefert diese Debatte das Handwerkszeug für die gezielte Analyse der Literatur (Kapitel 3) unter den drei oben genannten Punkten für die empirische Untersuchung (Kapitel 4) aus wirtschaftsgeographischer Sicht. Dabei werden die drei oberen Determinanten sukzessive in das Modell der geographischen Industrialisierung eingebunden.

3. Die Film- und Fernsehindustrie in Hollywood

In diesem Kapitel wird der industrielle Entwicklungspfad der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood anhand des Modells der geographischen Industrialisierung (Storper / Walker 1989) beschrieben. Dies wird mit Hilfe der fachspezifischen Literatur und der Fokussierung auf die in Kapitel 2 herausgearbeiteten Determinanten bewerkstelligt, die auch in der empirischen Untersuchung maßgebend sind. Zu den wichtigsten Einflussvariablen des wirtschaftsgeographischen Entwicklungspfades der Filmwirtschaft gehören die Organisation der Produktion, die Transaktions- und Kommunikationsbedingungen, technische Innovationen, Arbeitsbeziehungen sowie die räumliche Verteilung der Unternehmen und der Akteure. Letzteres ist von Nöten, denn „many questions about geographical industrialization cannot be answered without reference to other fundamental features of capitalist production [...]” (Storper / Walker 1989 S.124).

Dieser Arbeitsschritt soll das erforderliche Grundverständnis für die Entwicklung sowie Rahmenbedingungen, Koordinationsmuster und Standorte der Industrie liefern. Er kann als Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Situation vor der Durchführung der empirischen Untersuchung verstanden werden. In den vier Teilabschnitten werden die Phasen industrieller Entwicklungspfade etwas modifiziert deutlich gemacht. Dabei wird zunächst über die Lokalisation und die Ursprünge der amerikanischen Filmindustrie (3-1) gesprochen, bevor selektive Clusterungsprozesse in den Epochen des *Studio Systems* und der Fernsehtechnologie (3-2) hervorgehoben werden. Ferner werden Dispersionsprozesse, die die Film- und Fernsehindustrie im Zeitalter der Globalisierung berühren (3-3), erfasst. Schließlich werden die Strukturen, die letztendlich dazu geführt haben, dass bestehende Cluster gewachsen sind und sich verfestigt haben (3-4), separat aufgeführt.

3-1 Lokalisation und Ursprünge der Filmindustrie in Hollywood

Wie eingangs erwähnt, eignet sich das Modell der geographischen Industrialisierung nur *ex post*, um die Entstehung von Clustern in der Film- und Fernsehindustrie zu erörtern (Schamp 2000 S.152, Mossig 2006 S.5). Dementsprechend können Vermutungen und Argumente nur im Nachhinein eine Erklärung für den Entwicklungspfad der Industrie liefern.

Folglich lautet die grundlegende Frage, die sich in der Lokalisationsphase stellt: Warum siedelte sich die amerikanische Filmindustrie gerade in Hollywood an?

3-1-1 Die Anfänge der Filmindustrie in den Vereinigten Staaten

Die Frage ist umso berechtigter, konzentrierte sich doch die Filmproduktion in den Vereinigten Staaten an der Wende zum 20. Jahrhundert im Großraum New York-New Jersey. Das war auch der Standort der zwei damals führenden Unternehmen, der *Edison Manufacturing Company* sowie der *American Mutoscope and Biograph Company* (Scott 2005 S.12). Der Produktionsprozess glich zuerst einer Imitation der schaustellerischen Handwerkskunst und wurde von kleinen Teams begleitet, deren Mitglieder daran arbeiteten, ein individuelles Produkt herzustellen. Trotz ihres künstlerischen Ursprungs wurden dabei Filme von Beginn an, lediglich als Unterhaltung angesehen (Christopherson / Storper 1986 S.306). Die zu dieser Zeit produzierten Filme umfassten meist ein kurzes Schauspiel und wurden auf Bühnen von Varietés oder sogenannten *Nickelodeons* uraufgeführt. Die *Nickelodeons* waren umfunktionierte Bühnentheater, die von 1905 bis 1910 stundenlange Filmdarbietungen präsentierten. Diese Form der Aufführung sollte sich später als eine der grundlegenden Säulen Hollywoods erweisen (Gomery 2000 S.20). Bedingt durch diese neu entstandene Infrastruktur stiegen auch die Besucherzahlen in der ersten Dekade des 20. Jahrhunderts so rasant an, dass auch die Produktionsfirmen im Nordosten der USA ohne weiteres expandieren konnten²⁶. Im Jahre 1908 wurde unter der Führung der beiden führenden Unternehmen ein offizielles Kartell namens *Motion Picture Patents Company* (MPPC) gegründet, besser bekannt als „the Trust“²⁷ (Bailo 1976b S.104, Mezas / Kuperman 2000 S.217). *The Trust* wirkte als eine Art Holding für die Patente ihrer Mitglieder und sicherte damit ein Monopol für die fortschrittlichste Technologie hinsichtlich der Ausstattung für Filmdreh und -ausstrahlung. In der Folge gelang es dieser Vereinigung, durch ihre Lizenzierung auch eine massive Kontrolle über alle Schritte der Wertschöpfungskette zu erlangen (Enright 1995 S.111). Den Höhepunkt ihrer Macht erreichte *the Trust* 1910, als zusätzlich die *General Film Company* gegründet wurde, die als zentrale Verleihinstitution für die Filme ihrer Mitglieder agierte sowie Sanktionen gegen Kinobesitzer bei Handel mit anderen Produktionsfirmen aussprechen konnte (Scott 2005 S.18, Mezas / Kuperman 2000 S.222f.).

Dabei war es für Produktionsunternehmen an der Tagesordnung, Filme in städtischen und ländlichen Kulissen zu drehen, immer auf der Suche nach neuen faszinierenden

²⁶ Es entstanden erste Filialen von Produktionsunternehmen aus New York-New Jersey in Städten wie Chicago (*Essanay Studios, Selig Polyscope Company*) oder Philadelphia (*Lubin Film Company*) (Scott 2005 S.17).

²⁷ Neben den zwei damals führenden Unternehmen (*Edison Manufacturing Company* und *American Mutoscope and Biograph Company*) gehörten die *Essanay Studios, Kalem Company, Lubin Film Company, Selig Polyscope Company* sowie die *Vitagraph Company* neben den drei Verleihfirmen *Kleine Optical Company, Méliès* und *Pathé Frères* der *Trust* an (Bailo 1976b S.104f.).

Bühnenbildern. Aufgrund klimatischer Bedingungen stießen diese Vorhaben durch kalte Winter vor allem im Nordwesten der USA an ihre Grenzen, so dass es Filmteams aus Schauspielern und technischem Personal immer wieder in die Süd- und Weststaaten zog, um neue Möglichkeiten für Filmdreh zu ergründen (Scott 2005 S.12).

3-1-2 Erste Niederlassungen in Hollywood

Einer dieser bevorzugten Standorte, welcher die Filmemacher fesselte, war neben Dutzenden anderer Plätze wie Jacksonville, Palm Beach (Florida), Phoenix (Arizona), Niles, Santa Barbara, San Diego (alle Kalifornien) der Großraum Los Angeles (Scott 2005 S.18).

Dabei war zunächst Jacksonville der Favorit unter den peripheren Standorten, wobei dort unter anderem Produktionsunternehmen wie *Kalem*, *Lubin*, *Selig*, *Thanhouser* und *Vim Comedy* ihren Tätigkeiten nachgingen (Ponti 1992). Erst nach und nach wurde Südkalifornien für den Film entdeckt, die Initialzündung als Drehstandort war der Film *The Count of Monte Christo* der *Selig Polyscope Company* im Winter 1907/ 1908 (Véron 1999 S.6). *William Selig*, ein Chicagoer Filmemacher und Vorsitzender letzterer Firma, war es dann auch, der 1909 das erste dauerhafte Studio in der Gegend um Los Angeles gründete. Es lag östlich von Hollywood in der Gemeinde Edendale (heute Glendale). Das erste Studio in Hollywood entstand dabei unter der Regie der *Nestor Film Corporation* im Jahre 1910 (Enright 1995 S.111f.). Ihm folgten innerhalb der nächsten Jahre viele weitere Studiobauten, unter ihnen auch durch Mitglieder der *Motion Picture Patents Company* (MPPC).

Jahr des Studiobaus in Los Angeles	Firmennamen	Ort
1909	<i>Selig Polyscope Company*</i> (MPPC) <i>New York Motion Picture Company</i>	<i>Edendale</i> <i>Hollywood</i>
1910	<i>Vitagraph Company*</i> (MPPC) <i>Biograph Company*</i> (MPPC)	<i>Hollywood</i> <i>Hollywood</i>
1911	<i>Nestor Film Corporation</i> <i>Independent Motion Picture Company</i>	<i>Hollywood</i> <i>Glendale</i>

Tabelle 5 Erste Studiobauten im Raum Los Angeles

* Zugehörigkeit zur MPPC in New York

Quelle: eigene Darstellung nach Hampton 1931, 1970, Enright 1995 S.112, Scott 2005 S.18

Ende des Jahres 1912 waren bereits 17 Produktionsunternehmen in Los Angeles ansässig. Dennoch hatten die meisten dieser Unternehmen ihre Headquarters immer noch im Nordosten der USA und die, mit Abstand, größten Produktionsstudios standen im Agglomerationsraum New York. Dabei behielt New York zweifelsohne seine Vormachtstellung als das Hauptzentrum der Filmproduktion in den Vereinigten Staaten (Scott 2005 S.18).

Müsste ein kritischer Beobachter der US-amerikanischen Filmindustrie um das Jahr 1912 / 1913 eine räumliche Analyse erstellen, so würde er neben der kontinuierlichen Dominanz New Yorks als primären Standort der Filmemacher zwei kurz zuvor entstandene Clusterungen dezentralisierter Produktionseinheiten in Jacksonville und Los Angeles feststellen. Zusätzlich waren zahlreiche Studios in vielen anderen Teilen der USA verstreut (Scott 2005 S.19).

Bis dahin war Hollywood nur eine periphere und verlängerte Werkbank großer Produktionsunternehmen aus New York.

Die nächste Frage, die aufgeworfen werden muss ist, was schließlich den Ausschlag für Hollywood als neues Produktionszentrum gab.

Ein klassisches, oft zitiertes Argument für Südkalifornien ist „as a location for the motion picture industry, not only because of the region’s warm sunny climate and mild winters but also because of the diversity of landscapes that it offered” (Spencer 1911 S.768, zit. in: Scott 2005 S.13)²⁸. Ferner hätten es aber auch andere Standorte in Kalifornien zu Clusterungen bringen können, wie Santa Barbara, wo die *American Film Company* residierte, Niles im Raum San Francisco mit *Bronco Billy Films* einem Ableger von *Essanay* oder die *Balboa Studios* in Long Beach, die es zu kleinen Clusterungen hätten bringen können (Scott 2005 S.19). Eine zweite Begründung für Los Angeles als günstigen Standort für das Filmemachen ist die relativ weite Distanz zu New York. Hierbei geht es aber in erster Linie um die Nähe zu Mexiko und die Flucht vor dem Zugriff der Staatsgewalt bei eventueller Übertretung der Lizenzrechte gegenüber der übermächtigen MPPC (Enright 1995 S.112, Scott 2005 S.13). Dieses Argument wird aber durch den Blick auf Tabelle 5 und Abbildung 7 entkräftet, sieht man doch, dass auch zahlreiche Repräsentanzen der MPPC vor Ort waren. Des weiteren wird die Nichtregulierung der Arbeitsverhältnisse im Raum Los Angeles bis 1935 als Lokalisationsgrund angegeben (Sklar 1975), wobei man dann auch durchaus willkürlich weitere klassische Vorteile von Peripherien wie niedrige Landpreise aufzählen könnte, die an allen Standorten des Hinterlandes existent waren. Zudem behauptet *Hampton*, San Francisco hätte einen klaren Lokalisationsvorteil gegenüber Los Angeles aufgrund der feindseligen Haltung durch die puritanische Atmosphäre gegenüber dem Filmbusiness gehabt (Hampton 1931). Im Großen und Ganzen lässt sich aber sagen, dass diese Argumente nicht schlagkräftig genug sind, um die Lokalisation der Filmindustrie in Hollywood zu erklären. Folglich dokumentieren *Scott* und *Véron* die Ansammlung der Betriebe in Hollywood bis 1912 als

²⁸ *Véron* präzisiert dabei die Vorzüge Hollywoods nochmals, indem er schildert, „it has a wide range of topography within a 50-mile radius of Hollywood, including mountains, valleys, forests, lakes, islands, seacoasts and deserts” (*Véron* 1999 S.6). Wahrscheinlich spielten auch die Lichtverhältnisse, bei den damals leistungsschwachen Kameras mit ihrer langen Belichtungszeit, eine nicht zu unterschätzende Rolle (HW 7).

„arbitrary outcome“ (Scott 2005 S.19) oder „chance“ (Véron 1999 S.8), sprich Willkür und Zufall (Scott 2005 S.33). Dabei hätte sich dieser Zufall auch an anderen Standorten ereignen können. Weiter schreibt *Scott* der Mundpropaganda einen Anteil an der Wahl Hollywoods frei nach *Krugmans self-fulfilling prophecies*²⁹ (Krugman 1991 S.30f.) zu, wobei „the outcome was probably encouraged by casual but self-reinforcing gossip about the merits of the region for camera work as itinerant film crews reported back to their peers in the Northeast“ (Scott 2005 S.19).

An diesem Punkt kann man die Annahmen des Modells der geographischen Industrialisierung gut Revue passieren lassen.³⁰ Deutlich wird, dass New York das Zentrum der Industrie ist, wobei viele kleine Ansiedlungen in der Peripherie, infolge der raschen Expansion der Branche durch *windows of locational opportunity*, auftauchen. Zusätzlich treten *locational capabilities* auf, wobei die Industrie selbst ihre Arbeits-, Zuliefer- und Absatzmärkte durch die mobilen Produktionsfaktoren Arbeit und Kapital schafft. Durch die Existenz eines ausreichend großen Marktes ging der Produktionsprozess immer mehr in Richtung eines standardisierten Produktes (Storper 1997 S.83). Das spekulative Kapital, welches erforderlich war, um Filme zu produzieren, floss aus den Einnahmen der Varietés und *Nickelodeons* (Christopherson / Storper 1986 S.306). Dennoch lässt sich bis zu diesem Zeitpunkt sagen, dass Hollywood lediglich ein Satellitendistrikt (Markusen 1996 S.297ff., S.304f.) New Yorks war (Scott 2005 S.19). Letztlich ist die Ansammlung von Unternehmen eher auf individuelle Entscheidungen von Unternehmer- und Schauspielerpersönlichkeiten wie *William Selig* 1909, *Thomas Ince* 1911³¹, *Carl Laemmle* 1912³², *Cecil B. DeMille* 1913³³ oder *Charles Chaplin* 1913 zurückzuführen, die sich hier ansiedelten oder Filme drehten (Enright 1995 S.111, Véron 1999 S.6, Scott 2005 S.22).

Für die eigene empirische Untersuchung sind aus den Ausführungen über die Lokalisationsphase somit Fragen über die individuellen Beweggründe der Unternehmensgründer, also Standortfaktoren zum Zeitpunkt der Gründung, zu stellen.

²⁹ Als „self-fulfilling prophecies“ bezeichnet *Krugman* eine menschliche Überzeugung, die den anfänglichen Vorteil eines bestehenden Standortes gegenüber einem neuen Standort eliminiert. Dieses kann als eine Teilerklärung für die Westverschiebung der Industrie in den USA verwendet werden. „Thus the belief that West is the land of opportunity turns out to be a self-fulfilling prophecy. If everyone had faith in the East, of course, East would have gotten the industry“ (Krugman 1991 S.31).

³⁰ Siehe Abbildung 1, Stadium (a), auf Seite 9.

³¹ *Thomas Ince* sollte später aufgrund seiner Managementqualitäten in die Geschichte Hollywoods eingehen. Er war unter anderem für die Erfindung des „continuity script“ (Storper 1997 S.84) verantwortlich.

³² *Carl Laemmle* sollte ein Jahr später (1912) *Universal Pictures* aus einem Zusammenschluss von *IMPC* mit *Powers*, *Rex*, *Nestor*, *Champion* und *Bison* gründen (Véron 1999 S.6f.). Hierzu siehe auch Abbildung 8, Seite 35.

³³ *Cecil B. DeMille* kam auf Zuruf der *Lasky Feature Play Company* 1913 nach Hollywood und filmte *The Squaw Man* in einer Scheune in der Nähe der Kreuzung *Sunset Boulevard / Vine Street* (siehe Abbildung 7, Seite 34), welcher der erste Hollywood-Film mit internationalem Erfolg werden sollte (Christopherson / Storper 1986 S.306, Scott 2005 S.21).

3-2 Selektive Clusterung – Aufstieg und gleichzeitig Fall Hollywoods?

Der nächste große Abschnitt umfasst die Geschichte Hollywoods von 1914 bis in die späten 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts. Die Zeitspanne ist speziell so gewählt, da hier immer wieder selektive Clusterungsprozesse auftraten, auch wenn diese durch Restrukturierungsphasen³⁴ unterbrochen wurden. Selbstverständlich muss man aber dennoch Hollywood und insbesondere dem Agglomerationsraum Los Angeles seit dem Ende des Ersten Weltkriegs die Hegemonialstellung in der amerikanischen und internationalen Filmindustrie zuschreiben. Die erste Frage, die es hiermit zu beantworten gilt ist, wie es Hollywood gelang, New York den Rang abzulaufen. Zunächst wird der Aufstieg Hollywoods von einem peripheren, industriellen Satellitendistrikt New Yorks beschrieben, wobei Gründungsaktivitäten eine immense Rolle spielten (3-2-1).

Die zweite Frage lautet, wie es Hollywood geschafft hat, der weltweit dominierende Akteur in dieser Kulturbranche bei relativer räumlicher Persistenz zu bleiben. Die Antwort darauf geben die zwei anschließenden Unterabschnitte, die durch die Goldene Ära Hollywoods (1920-1948) mit der Herausbildung des *Studio Systems* (3-2-2) sowie dessen Niedergang und einer neuen Zeitrechnung in den ersten vier Dekaden (ca. 1950-1990) der Nachkriegszeit charakterisiert werden (3-2-3)³⁵.

3-2-1 Der Aufstieg Hollywoods

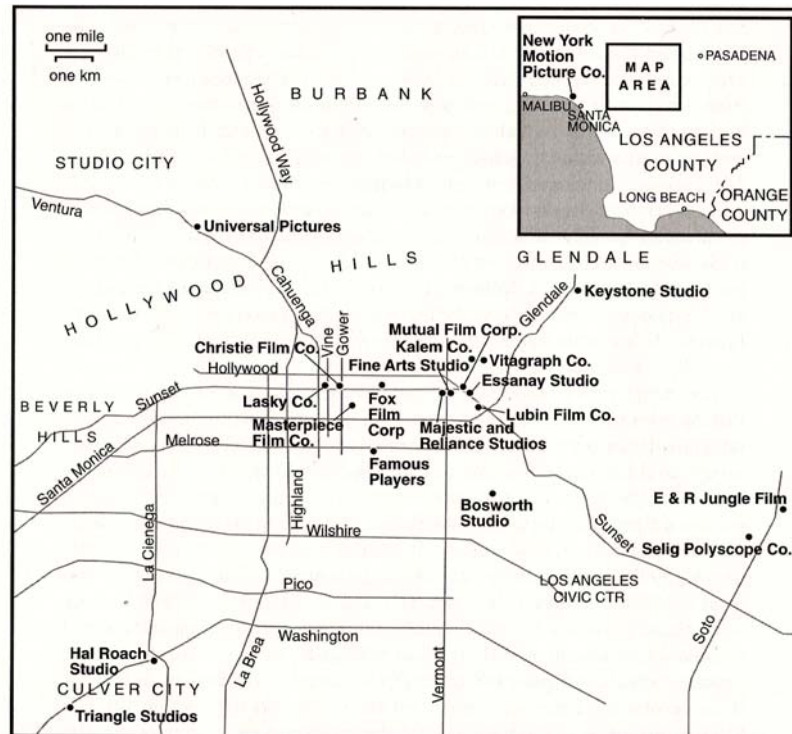
Erst in den Jahren zwischen 1912 und 1915 attestiert *Scott* der Filmindustrie in Hollywood „to show signs that a process of internal transformation and development change was occurring“ (Scott 2005 S.19). Abbildung 7 zeigt die räumliche Verteilung der Produktionsunternehmen im Agglomerationsraum Los Angeles um das Jahr 1915. Dabei nehmen Hollywood und die angrenzenden Gebiete die Gestalt eines idealtypischen *Marschall'schen* Industriedistriktes (Markusen 1996 S.297) an. Kennzeichnend hierfür ist die räumliche Konzentration von kleinen und mittleren Unternehmen einer Branche mit intensiven lokalen und reziproken Verflechtungen (Kulke 2004 S.114). *Schatz* datiert 1914 als das Jahr des Durchbruchs (Schatz 1983 S.35).

³⁴ Siehe Abbildung 1, Stadium (b) und (d), Seite 9.

³⁵ Diese zeitliche Gliederung der Geschichte Hollywoods ließe sich natürlich auch nach anderen Gesichtspunkten wie technologischen Errungenschaften, wie der Einführung des Tons, der Farbbilder oder des Fernsehens, auskleiden (Gomery 2000 S.20). Diese Differenzierung würde aber nicht dem Erkenntnisinteresse dieser Arbeit genügen.

Abbildung 7
Räumliche Verteilung
der Unternehmen für
Filmproduktion in Los
Angeles um 1915

Quelle: Scott 2005 S.20



Scott sieht das Jahr 1915 als „Hollywood’s critical take-off as an industrial complex [...] when an extraordinary potent combination of commercial and cultural forces [...] came together, and when Hollywood was finally transformed from its status as a simple branch-plant extension of New York’s motion picture industry to a composite system with a strong endogenous dynamic of development” (Scott 2005 S.23). Bereits im selben Jahr wurden die aggregierten Gehaltszahlungen für die 15000 beschäftigten Arbeiter in der lokalen Filmindustrie auf 15 Mio. Dollar geschätzt (Palmer 1938 S.191, 198), was damals 60% der amerikanischen Produktion entsprach (Véron 1999 S.6). Nach 1915 wuchs neben der Zahl der Beschäftigten auch die Zahl der Unternehmen sowohl in absoluter als auch relativer Hinsicht überproportional gegenüber dem Rest der USA an (Scott 2005 S.23). Dabei schloss Los Angeles mit 37 Studios auch in dieser Hinsicht zu New York mit 45 Studios auf, während andere periphere Orte wie Jacksonville mit sieben Studios und Chicago mit sechs Studios deutlich zurückfielen (Motion Picture News 1918).

Eine noch deutlichere Sprache unterstreicht die Tatsache, dass Kalifornien bereits 1919 für 80% der weltweit hergestellten Filme verantwortlich war³⁶ (Davis 1993).

³⁶ Die Zahl ist aber durch das Andauern des Ersten Weltkrieges (1914-1918) in Europa zu relativieren. Bis dahin (1905 -1914) waren nämlich die *Gaumont Studios* in La Villette in der Nähe von Paris die größten ihrer Art. Zudem war deren Besitzer, die französische *Pathé Frères Company*, damals ein *Global Player* in der Filmindustrie mit Niederlassungen in Spanien (1906), Russland (1907), Italien (1909), England (1910) und als Mitglied der MPPC (siehe Fußnote 26, Seite 29) auch in den USA vertreten (Véron 1999 S.8).

Doch welche Ereignisse führten zu dieser Entwicklung? Die Ursachen für den eigendynamischen Wachstumsprozess sind in Gründungsaktivitäten, Produkt-, Prozess- und Organisationsinnovationen einzelner Unternehmerpersönlichkeiten zu suchen.

Vor allem in dieser Zeit wurden die meisten bis heute noch bekannten Unternehmen in Los Angeles gegründet oder hatten ihren Ursprung in den damaligen Gründungsaktivitäten, wie Abbildung 8 zeigt. Diese Unternehmen fungierten meist als Inkubatorunternehmen im Sinne eines Saatbeets für weitere Gründungen. Dabei zeigt die Abbildung nur ausgewählte Aktivitäten, die sich im Raum Los Angeles / Hollywood abgespielt haben. Die zwei gestrichelten Linien markieren jeweils die Zeitspanne des eigentlichen Aufstiegs Hollywoods.

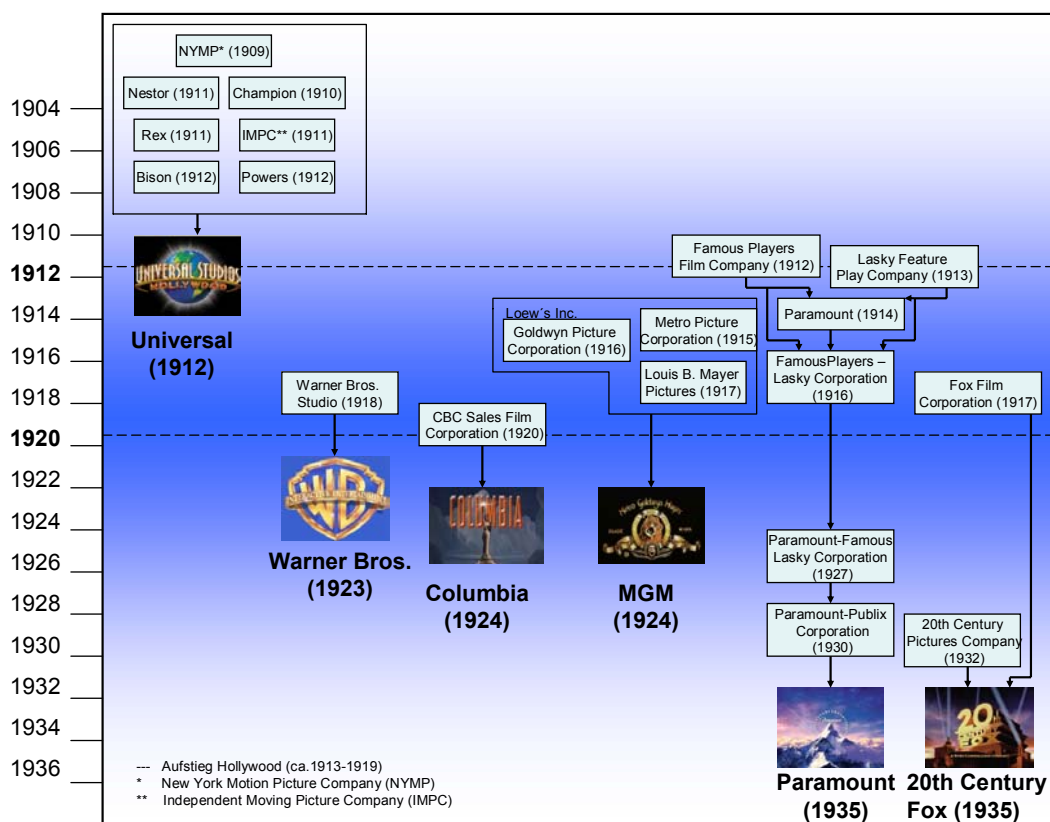


Abbildung 8 Ursprünge und Gründungsaktivitäten ausgewählter Majors im Raum Los Angeles

Quellen: eigene Darstellung nach Hampton 1931, Schatz 1983, Véron 1999, Scott 2005 und diversen Verzeichnissen

Ferner fanden wichtige Produkt-, Prozess- und Organisationsinnovationen in Hollywood statt, die zu einer radikalen Umorientierung in der Filmindustrie führten und diesem Standort ein einzigartiges Produktionssystem sowie einen lokalen Arbeitsmarkt verschafften (Scott 2005 S.20). Die Innovationen sind eng mit den Namen *Adolph Zukor*, *Thomas Ince* und *D.W.Griffith* verbunden. Letztere Interdependenz wird in Tabelle 6 veranschaulicht.

Art der Innovation	Initiator	Innovation
Organisationsinnovation	<i>Adolph Zukor</i>	<i>Integration der Produktion und Distribution</i>
Prozessinnovation	<i>Thomas Ince</i>	<i>formula picture, continuity script,</i>
	<i>D. W. Griffith</i>	<i>Konzeption der filmischen Unterhaltung (close-up, flash-back, fade-out)</i>
Produktinnovation	<i>Thomas Ince</i>	<i>Star System</i>
	<i>D. W. Griffith</i>	<i>Big-Budget-Films</i>

Tabelle 6 Revolutionäre Innovationen in Hollywood

Quellen: eigene Darstellung nach Christopherson / Storper 1986 S.306f., Storper 1997 S.84f., Mezias / Kuperman 2000 S.215ff., Scott 2005 S.22f.

Hervorzuheben sind insbesondere die Integration von Produktion und Distribution in eine Unternehmung durch vertraglich gebundene Aussteller³⁷, die Absatzmärkte sicherten (Storper 1997 S.84) und das *continuity script*, welches es erlaubte, Szenen in Sequenzen zu drehen, um die Produktionseffizienz zu steigern (Christopherson / Storper 1986 S.307). Diese Erfindungen „shaped the production process in the image of the assembly line, as in the auto and machinery industries“ (Christopherson / Storper 1986 S.306). Folglich entstanden durch die Rationalisierung des Fertigungsprozesses Filmproduktionseinrichtungen wie das *Griffith's Arts Studio* oder *Inceville*, die die ganze Palette der benötigten Dienstleistungen für die Herstellung eines Films bedienten (Scott 2005 S.22). Mit Hilfe der Fließbandfertigung wurde ein standardisiertes Produkt für die Massen fabriziert³⁸.

Gleichzeitig wurde der Aufstieg Hollywoods von zwei exogenen Faktoren begünstigt: zum einen den Ersten Weltkrieg, der den industriellen Fortschritt in Europa unterbrach (Véron 1999 S.8), und zum anderen durch die falsche Strategie der MPPC in New York, die auf das Erwirtschaften von Monopolrenten ausgerichtet, war statt Innovationen zu generieren³⁹ (Scott 2005 S.18).

Übertragen auf das Modell von *Storper / Walker* lässt sich der selektive Clusterungsprozess gut simulieren. Während andere periphere Standorte wie Jacksonville schrumpfen und zurückfallen, entwickelt sich der Großraum Los Angeles überproportional und läuft dem alten Zentrum New York den Rang ab. Dabei spielen radikale Prozess- und Produktinnovationen

³⁷ Hierfür hatte *Adolph Zukor* landesweit 6000 Kinobühnen vertraglich mit seinen *Paramount Pictures* binden können, die jeweils drei bis vier Filme pro Woche von der Schmiede bekamen (Storper 1997 S.84).

³⁸ Die Methoden einer Art Massenproduktion *à la Henry Ford* spiegelten sich auch in den Firmennamen wie *Universal Manufacturing Company* wider (Christopherson / Storper 1986 S.306).

³⁹ *The Trust* musste infolge der Kartellbildung dem *Department of Justice* (Justizministerium) ihre Kalkulationen offen legen. Dabei wurde die Strategie auf die reine Abschöpfung von Monopolrenten sichtbar. Ab 1915 spielte die MPPC dann keine große Rolle mehr, bevor sie 1918 völlig von der Bildfläche verschwand (Scott 2005 S.18).

eine große Rolle. Es kommt zu einer fortschreitenden Konzentration in der Gegend um Los Angeles zunächst durch die externen Ersparnisse eines *Marschall'schen* Industriedistriktes sowie im weiteren Verlauf infolge von *economies of scale* durch die vertikale Integration von Produktion und Vertrieb. Folglich schließen sich die *windows of locational opportunity*, dabei hätte der industrielle Komplex durchaus auch an einem anderen Standort der USA entstehen können (Scott 2005 S.24).

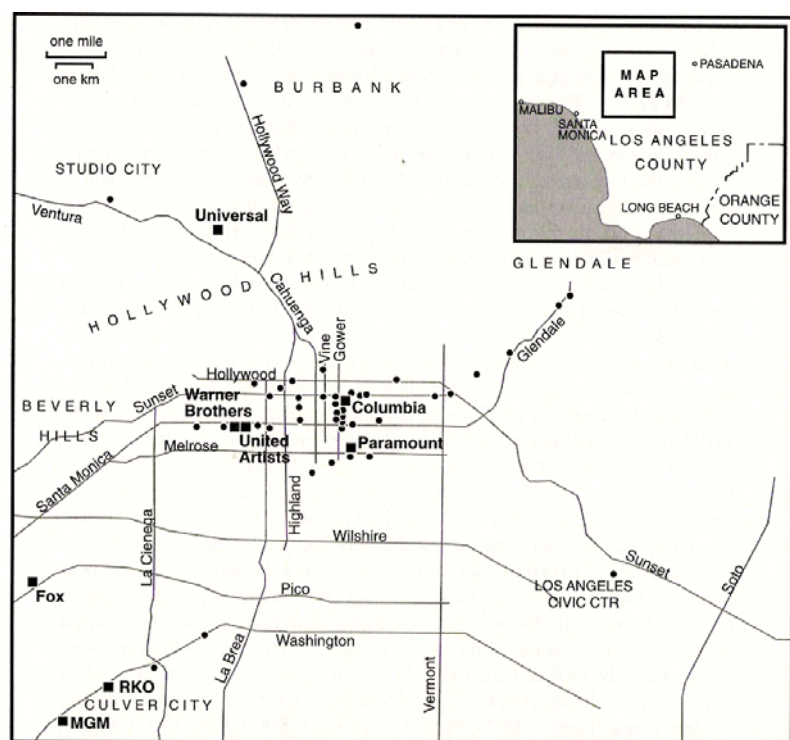
Für die empirische Untersuchung lassen sich aus diesen Erkenntnissen interessante Fragen bezüglich der Art und Weise der Gründung ableiten. Dabei sollte die Einschätzung von Standortfaktoren zwei Zeitpunkte enthalten, um so eine Entwicklung nachvollziehen zu können.

3-2-2 Goldene Ära Hollywoods

Dem rasanten Aufstieg Hollywoods (ca.1914-1920) folgte die Goldene Ära Hollywoods (Storper / Christopherson 1987 S.106), geprägt durch das *Studio System* Mitte der 20er Jahre bis in die späten 40er Jahre des 20. Jahrhunderts (Storper / Christopherson 1989 S.333, Enright 1995 S.112, Storper 1997 S.85, Gomery 2000 S.21, Scott 2005 S.27). Das *Studio System* entsprang dem managementorientierten Modell Hollywoods von *Ince* und *Zukor* mit den Charakteristika einer oligopolistischen Struktur und einer fabrikähnlichen Organisation innerhalb der Studios durch die vertikale Integration aller Schritte der Wertschöpfungskette von Produktion über Vertrieb bis hin zur Ausstellung (Christopherson / Storper 1986 S.307). Die räumliche Verteilung der Unternehmen um das Jahr 1930 zeigt Abbildung 9.

Abbildung 9
Räumliche Verteilung
der Unternehmen für
Filmproduktion in Los
Angeles um 1930

Quelle: Scott 2005 S.28

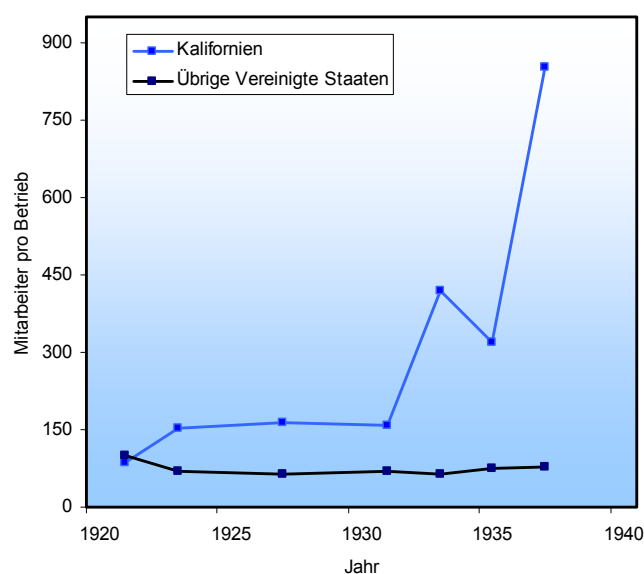


Dabei lässt sich erkennen, dass Hollywood während der Goldenen Ära durch acht Gesellschaften beherrscht wurde, auch *Majors* genannt, umgeben von einer Reihe kleinerer *Independents*⁴⁰. Zu den sogenannten „Großen Fünf“ gehörten *Paramount*, *Loew's* (später *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM)), *Fox Film* (später *20th Century Fox*), *Warner Bros.* und *Radio-Keith-Orpheum* (RKO). Diese Unternehmen waren über alle Schritte der Wertschöpfungskette integriert (Gomery 2000 S.21). Daneben existierten die „Kleinen Drei“, namentlich *Columbia*, *United Artists* und *Universal Pictures*, wobei *Columbia* und *Universal Pictures* Produktion und Vertrieb integriert hatten und keine eigenen Kinos besaßen, während *United Artists* ausschließlich Filme für unabhängige Produzenten vertrieb (Enright 1995 S.112). Räumlich gesehen hatte sich gegenüber 1915 (Abbildung 7) eine leichte Westverschiebung in Richtung des Zentrums Hollywoods abgezeichnet, wobei während der vorangegangenen 15 Jahre zusätzlich die Zahl der örtlichen Betriebe anstieg (Scott 2005 S.27).

Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass sich einige *Majors* in peripheren Lagen wie Culver City (RKO, MGM) oder dem San Fernando Valley (*Universal Pictures*) ansiedelten, wo sie günstigen Grund für ihre raumintensiven Tonbühnen und Utensilienlager erwerben konnten. Demgegenüber entwickelte sich in der Gegend der *Gower Street* zwischen dem *Sunset* und dem *Santa Monica Boulevard* eine Clusterung unabhängiger Produktionsfirmen, die kostengünstige *B-Movies* herstellten⁴¹. Daraus lassen sich die Ursprünge für das heutige räumliche Verteilungsmuster der Industrie herleiten. Diese fließen auch in die Auswahl der Cluster in der empirischen Untersuchung ein.

Abbildung 10 Durchschnittliche Betriebsgrößen in Kalifornien und den übrigen Vereinigten Staaten, 1921-1937

Quelle: eigene Darstellung nach Scott 2005 S.29



⁴⁰ Durch die Entstehung des *Studio Systems* wurde die grundlegende Differenzierung der Filmindustrie zwischen *Majors* (Hauptbetrieben) und *Independents* (unabhängigen Produzenten) konstituiert, die heute noch in Hollywood gebräuchlich ist. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden Unternehmen als *Independents* bezeichnet, die nicht Mitglied des New Yorker Kartells MPPC waren (Scott 2005 S.27).

⁴¹ Siehe Abbildung 9, Seite 37.

Anschließend stellt sich die Frage, welche Umstände zu dieser Struktur führten. Die räumliche Struktur kann dabei durch die Agglomerationsvorteile infolge zweier Mechanismen begründet werden: Die *Majors* wuchsen dabei durch Akquisition und Fusion mit anderen Unternehmen und konnten so interne Ersparnisse durch Größenvorteile infolge der vertikalen Integration generieren. Gleichzeitig stiegen die durchschnittlichen Betriebsgrößen, wie Abbildung 10 zeigt.

Voraussetzung hierfür waren sichere Absatzmärkte durch den Besitz eigener Bühnen, die die produzierten Filme ausstrahlten, oder durch „blind-booking or block-booking strategies“⁴² (Scott 2005 S.28) in Konkurrenzmärkten. 1944 verdienten die fünf *Majors* an 73% der nationalen Theatereinnahmen und hielten Beteiligungen an 4424 Filmbühnen, was etwa ein Viertel aller Schauplätze in den USA bedeutete (Waterman 1982 S.16f.). Wie wichtig die Kontrolle über die Schauplätze war, verdeutlicht *Gomery*: “ Production accounted for only 5 percent of the major studio assets in the 1940s. Distribution accounted for 1 percent and exhibition (theaters) 94 percent” (Gomery 1986 S.8). Folglich war es der Besitz von Filmtheatern und nicht der von Produktionsstudios, der den Status Hollywoods untermauerte (Gomery 2000 S.21). Ferner wurden große Teile des ganzen Produktionsprozesses, bestehend aus den wichtigsten Aufgaben der Filmdrehs⁴³, internalisiert, so dass sogar Langzeitverträge für Schauspieler die Regel waren. Dieses mündete in einer rigiden, sozialen und ökonomischen Hierarchie, was zu familiären Verhältnissen⁴⁴ und hohen Eintrittsbarrieren in die Industrie führte (Christopherson / Storper 1986 S.307).

Auf der anderen Seite konnten aber auch unabhängige Produzenten durch räumliche Nähe externe Ersparnisse infolge von Transaktionskostenvorteilen und Spezialisierung erwirtschaften. Dabei waren bei weitem nicht nur ökonomische Variablen von Belang, vielmehr „the studio system [...] functioned via a strong set of regional conventions, interpersonal relations, and processes of imitation, all within a fiercely competitive environment” (Storper 1997 S.85). Aus den Konventionen, welche die Beziehungen zwischen den Studios und den Arbeitern regelten, entwickelte sich bereits vor 1920 eine einzigartige Businesskultur in Hollywood (Storper 1997 S.86). Dies vollzog sich erstaunlicherweise, obwohl die Headquarters der wichtigsten Produktionsfirmen immer noch in New York verblieben. Dabei

⁴² Bei diesen Strategien wurden Kapazitäten in unabhängigen Filmtheatern abgeschöpft, um Produzentenrenten zu steigern, indem durch Reservierungen der Sendeplätze andere Filme aus dem Markt gedrängt wurden.

⁴³ Zu den wichtigsten Aufgaben zur Herstellung eines Filmes gehörten damals „writing, directing, acting, soundstage operation, musical composition and performance, film editing and so on“ (Scott 2005 S.28).

⁴⁴ Mit familiären Verhältnissen sind zum einen die damals existierenden Handwerkszünfte gemeint, die meist nur Weißen zugänglich waren, wobei die Vermittlung spezieller Fähigkeiten auf Vater-Sohn-Beziehungen beruhten und die Ausbildungszeit die exklusive Eintrittskarte in die Industrie war, zum anderen durch den patriarchalischen Führungsstil der Studiobosse (Storper / Christopherson 1987 S.334, Enright 1995 S.113).

verhandelten Hollywood und New York über Budgets, Zeitpläne, Gehälter und Investitionen. Die CEOs⁴⁵ in New York trafen dabei die wichtigsten Entscheidungen und nicht die Studiobosse in Hollywood⁴⁶ (Enright 1995 S.113). Die örtliche Trennung der Funktionen dauerte bis in die siebziger Jahre (Scott 2005 S.32). Sie ist ein hervorragendes Beispiel für ausgeprägte externe Verflechtungen des Clusters.

Dennoch waren das bei weitem nicht die einzigen Ursachen für eine Clusterung. Vielmehr entstand in dieser Phase ab etwa 1925 ein institutionelles Umfeld. Ebenso wie viele andere industrielle Distrikte verschaffte sich auch Hollywood eine idiosynkratische Struktur von Institutionen, als Antwort auf die Macht der Großunternehmen und um den Aufgaben der Koordination und der Gleichberechtigung Herr zu werden (Scott 2005 S.30). In dieser Zeit wurden alle wichtigen Gewerkschaften und Vereinigungen der Industrie gegründet. Zu nennen wären die *Motion Picture Producers and Distributors of America* (MPPDA), die Vorgängerorganisation der *Motion Picture Association of America* (MPAA) und die *Academy of Motion Picture Arts and Sciences* (AMPAS)⁴⁷ (Véron 1999 S.11f.).

Diese Phase der selektiven Clusterung verdeutlicht, dass das überproportionale Wachstum dieses Ballungsraumes aufgrund seiner clusterinternen und -externen Verflechtungen erfolgte. Die Erkenntnisse dieses Abschnitts bilden den Rumpf der empirischen Untersuchung. Dabei verdeutlichen sie die Relevanz des Transaktions- und Kommunikationsnetzwerkes innerhalb eines Clusters sowie dessen institutionelle Einbettung und überregionale Einbindung.

3-2-3 Die Krise des *Studios Systems*

Nachdem Hollywood in der Goldenen Ära zu einer Art „mature oligopoly“ (Bailo 1976a S.215ff.) gereift war, erschütterten drei Ereignisse die Struktur der Industrie so beträchtlich, dass eine Neuorientierung unabwendbar war. Insofern ist auch hier immer wieder selektive Clusterung aktiv, die aber deutlich von Restrukturierungsprozessen überlagert ist. Ursächlich für die Neuausrichtung waren das *Paramount-Urteil* (3-2-3-1), die soziale Transformation in den USA sowie die Einführung des Fernsehens (3-2-3-2) (Gomery 2000 S.21). Die Konsequenz war letztendlich die flexible Spezialisierung in der Film- und Fernsehproduktion (3-2-3-3) im Rahmen einer vertikalen Desintegration (Storper / Christopherson 1987).

⁴⁵ CEO steht für *Chief Executive Officer* und kann mit dem Vorstandsvorsitzenden einer Aktiengesellschaft in Deutschland, also mit der Person an der Spitze eines Unternehmens, gleichgesetzt werden.

⁴⁶ Die physikalische Trennung der Wertschöpfungskette hatte auch etwas Positives: Während die Studiobosse in Hollywood dem kreativen Milieu angehörten und sich auf Produktionsaufgaben konzentrieren konnten, verblieben finanzielle Belange, Vermarktungs- und Ausstellungspflichten in New York (Enright 1995 S.113).

⁴⁷ Heutzutage übt die AMPAS überwiegend nur noch eine *Benchmarking*-Funktion für schauspielerische Begabung und filmische Produktion in Form der *Oscar*-Verleihung aus. Die Preisverleihung ist zum Qualitätsstandard der Industrie avanciert (Véron 1999 S.11).

3-2-3-1 Das *Paramount*-Urteil

Der erste exogene Schock für die bis dahin relativ stabilen Verhältnisse in der Filmindustrie war das *Paramount*-Urteil. Der Erlass (US vs. *Paramount Pictures*, 334 US 131 1948) (De Vany 2004 S.187ff.) zwang die acht dominierenden Unternehmen, sich von ihren Theaterketten zu trennen. Es folgte der Zusammenbruch der sicheren Absatzmärkte sowie die Steigerung der Risiken, verbunden mit der Filmproduktion. Die Erträge eines Films konnten nun stark variieren (De Vany 2004 S.24,197ff.), so dass die Studios die Zahl der produzierten Filme stark zurückfahren mussten, da die Organisation der Produktion auf der Basis von Größenvorteilen nicht mehr gerechtfertigt werden konnte (Christopherson / Storper 1986 S.308). Langzeitverträge und Umfang der Belegschaft sowie die Palette angebotener Leistungen mussten stark eingeschränkt werden, um die Fixkosten der Studios zu reduzieren (Storper / Christopherson 1987 S.106). Resümierend fand eine Ausgliederung zahlreicher Funktionen aus der vormals integrierten Wertschöpfungskette statt.

3-2-3-2 Die Geburtsstunde der Fernsehindustrie

Fast zeitgleich zu diesem Erlass veränderten demographische und technologische Errungenschaften die Größe und Entwicklungsperspektiven des Marktes für Kinofilme. Dabei ging die erfolgreiche Einführung des Fernsehens Hand in Hand mit der hohen, nachkriegsbedingten Entstehungsrate von Familien sowie den dadurch ausgelösten Suburbanisationsprozessen. Die ehemals stark besuchten *Downtown*-Kinos waren nun außerhalb der Reichweite der in die Randlagen migrierten Hauptzielgruppe der jungen Erwachsenen. Erst nach und nach entstanden Autokinos (*Drive-in theaters*) (Storper 1997 S.86). Dabei hatte die Fernsehertechnologie ihre Genese außerhalb der Filmindustrie und wurde so zunächst als inferiores Produkt betrachtet. Zusätzlich zu den funktionellen Unterschieden entsprang die Fernsehindustrie auch räumlich getrennt von der Filmindustrie in New York, wo die drei wichtigsten Fernsehstationen (ABC, CBS und NBC) ihren Sitz hatten (Scott 2004a S.183). In dem Jahrzehnt unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg lieferten sich beide Industrien einen harten Konkurrenzkampf um die Gunst des Publikums. Die Folge war, dass immer mehr Zuschauer dem Fernsehen⁴⁸ als ihrer bevorzugten Form der Ablenkung Tribut zollten, da „going out to the movies suddenly became a relatively expensive night out, requiring a long journey downtown“ (Gomery 2000 S.23). Diese Phänomene stürzten die Filmindustrie in die tiefste Krise ihrer bisherigen Geschichte (Scott 2005 S.61).

⁴⁸ Die Zahl der Fernsehgeräte in den USA stieg von 1 Mio. im Jahre 1949 auf 84 Mio. im Jahre 1969. Im gleichen Zeitraum stieg der Anteil der Haushalte mit Fernsehgerät von 2,3% auf 95% (Enright 1995 S.115).

3-2-3-3 Konvergenz und flexible Spezialisierung in der Film- und Fernsehindustrie

Folglich ist von Interesse, wie die Filmindustrie in Hollywood die Bedrohung durch das Fernsehen infolge erodierender Märkte bewältigen konnte und welche Auswirkungen ein mögliches neues Organisationsmodell auf die räumliche Konfiguration haben sollte.

War der industrielle Entwicklungspfad in Hollywood möglicherweise durch die bahnbrechende Erfindung des Fernsehens zu einem Ende gekommen und in der Folge Dispersions- oder gar Verlagerungsprozessen ausgesetzt? Oder würde sich die Filmindustrie durch entsprechende Maßnahmen in der vorhandenen Clusterung restrukturieren?

Letzteres war der Fall, als Hollywood Ende der 50er Jahre die Fernsehindustrie für sich entdeckt hatte und eigens spezialisierte Abteilungen für Fernsehprogramme gegründet wurden. Dabei wurde das neue Medium überdies als weiterer Vertriebskanal für eigene Produkte benutzt. Der Antagonismus wich und beide Industrien wurden unwiderruflich miteinander verbunden, was den langsamen und schrittweisen Aufstieg des sogenannten „Neuen Hollywoods“ aus den Trümmern des alten *Studio Systems* bedeutete (Schatz 1983, Scott 2002 S.958, 2004b S.38). 1960 wurden schon etwa 40% der Fernsehproduktion des Landes in Hollywood abgewickelt, heute sind es über 90%. Obwohl die wichtigsten Fernsehstationen ihre Hauptsitze immer noch in New York haben, ist Südkalifornien zweifelsfrei das Zentrum der US-amerikanischen Fernsehproduktion (Scott 2004a S.184).

Selbstverständlich war das nicht der einzige Anlass, weshalb Hollywood seine Dominanz aufrechterhalten konnte. Die Industrie begann durch qualitative Flexibilität die reduzierten Ausbringungsmengen an Kinofilmen zu kompensieren, indem sie Strategien der Innovation und Produktdifferenzierung verfolgte⁴⁹ (Storper 1997 S.88). Zu den Innovationen gehörten vor allem *Technicolor*, *Cinerama* und *3D*, die den Kinofilm revolutionierten und „all aimed at constitutioning the image of the film as an event, rather than an everyday experience“ (Christopherson / Storper 1986 S.309).

Mit ihnen schossen aber auch die durchschnittlichen Produktionskosten eines Films in astronomische Höhen, da erhöhte Aufmerksamkeit gegenüber dem individuellen Filmprojekt

⁴⁹ Dennoch war die Transformation schwierig und mit Rückschlägen behaftet. So versuchten die *Majors* in den 60er Jahren die Absatzmärkte durch die internationale Integration der Exhibition zu stabilisieren. Dabei wurden große Kinoketten in Europa aufgekauft (Storper 1997 S.91). Des weiteren bemühten sie sich, den TV-Markt zu dominieren, mussten aber aufgrund der hohen Fixkosten ihrer Anlagen, Überkapazitäten und des hohen gewerkschaftlichen Organisationsgrades bestimmte Segmente des Marktes an kleinere Studios (*Mini-Majors*) und *Independents* abgeben. Und eben diese unabhängigen Produktionsfirmen bedienten neu entstandene Segmente, obwohl sie ursprünglich als Subunternehmer der *Majors* für bestimmte Leistungen agierten (Christopherson / Storper 1986 S.310). Die gesunkene Konkurrenzfähigkeit der *Majors* erhöhte die Präsenz europäischer Produzenten auf dem amerikanischen Markt während dieser Periode. Die Importquote für ausländische Filme stieg von 7% im Jahre 1943 auf über 70% Anfang der 60er Jahre (Storper 1997 S.92). Das Jahr 1970 markiert durch hohe Verluste den absoluten Tiefpunkt für die *Majors*. Auf der Suche nach einer neuen Strategie wurden die Produktionsanlagen von nun an als „profit centers“ (Storper 1997 S.93) betrachtet.

auch größere Ausgaben für Personal, Marketing und Werbung zur Folge hatte. Während der Epoche des *Studio Systems* betrug die Kosten etwa 500000 Dollar, 1952 1 Mio. Dollar und 1970 1,5 Mio. pro Film, bevor sie in den 70er und 80er Jahren explodierten. 1980 waren dabei knapp 10 Mio. Dollar pro Film zu veranschlagen⁵⁰ (Enright 1995 S.115). Diese Strategie der Produktdifferenzierung erhöhte die Nachfrage nach spezialisierten Dienstleistungen – zum ersten Mal war von individuellen Projekten die Rede.

Doch wie sollte man so etwas organisieren?

Von den 50er bis Ende der 60er Jahre beherrschten die *Major Studios* den Produktionsablauf mit einer hybriden Struktur, die sich in der Reduzierung der eigenen Kapazitäten manifestierte sowie die *Independents* mit einschloss. Nach der Rezession Anfang der 70er Jahre begann sich eine einzigartige industrielle Struktur herauszukristallisieren (Scott 2004b S.38). Zum einen hatten die *Majors* weiterhin die Finanzierung und den Vertrieb von sogenannten *Blockbustern* fest im Griff und stiegen signifikant in die Produktion von Fernsehprogrammen ein, zum anderen wurde der feste Stamm an Arbeitskräften reduziert und Produktionsanlagen verkauft, um weitere Überkapazitäten abzubauen (Storper / Christopherson 1987 S.106, Scott 2002 S.958).

Der Produktionsprozess wurde „no longer carried out within the firm but instead has moved out to the external market, carried out through a series of transactions linking firms and individuals together“ (Storper / Christopherson 1987 S.107). Dabei verwandelten sich die *Majors* in Schaltstellen vertikal desintegrierter Produktionsnetzwerke, während gleichzeitig viele kleine flexibel spezialisierte⁵¹ Unternehmen in vielen Subsektoren gegründet wurden, die eine große Bandbreite an direkten und indirekten Dienstleistungen aller Art für eben diese *Majors* anboten (Christopherson / Storper 1986 S.319). Dieser Trend zur vertikalen Desintegration kann indirekt durch die Struktur der Industrie nachgewiesen werden, wie Tabelle 7 zeigt. Dabei erhöhte sich der Anteil der Produktion der *Independents* von 28% im Jahre 1960 auf 58% im Jahre 1980, während sich der Anteil der *Majors* von 66% mehr als halbierte.

⁵⁰ Die Ausgaben sind jedoch stets zum Wert der Währung zu sehen. Dabei steht der 20-fachen nominalen Erhöhung der Produktionskosten für einen Kinofilm im Zeitraum zwischen 1940 und 1980 lediglich eine reale Vervierfachung gegenüber (diskontiert in Dollar des Jahres 1967) (Storper 1997 S.89).

⁵¹ Unter kleinen „flexibel spezialisierten“ Unternehmen werden Subunternehmer verstanden, die ihre Risiken reduzieren, indem sie vielfältige Abnehmer mit diversen Produkten bedienen. Obwohl sie sich auf übergeordnete Funktionen (z.B. Bühnenausstattung, Filmmusik, Filmedition) spezialisieren, sind sie imstande eine große Bandbreite an Produkten und Dienstleistungen anzubieten (Christopherson / Storper 1986 S.313).

	1960	1965	1970	1975	1980	Gesamt
Major	100(66%)	130(68%)	96(46%)	81(33%)	69(31%)	476(47%)
Independent	42(28%)	40(21%)	93(44%)	138(56%)	129(58%)	442(43%)
Mini-Major	9 (6%)	20(11%)	18(9%)	24(10%)	24(11%)	95(9%)
Gesamt	151	190	207	243	222	1013

Tabelle 7 Anzahl und Anteil von Filmproduktionen nach Organisationstyp, 1960-1980

Quelle: Storper / Christopherson 1987 S.108, Storper 1989 S.286, Storper 1997 S.94

Die sechs *Majors* (*Paramount, 20th Century Fox, MGM, Warner Bros., Columbia*) waren im Betrachtungszeitraum für 47% der Produktionen zuständig, die drei *Mini-Majors* (*Disney, Cannon, Orion*) für 9% und unabhängige Produzenten für 43%. Der Rest (1%) wurde von TV-Produktionsunternehmen ausgetragen (Storper / Christopherson 1987 S.107, Enright 1995 S.115).

Dabei konnte der Hang zur vertikalen Desintegration auch anhand der Analyse der Gründungsdaten und der Art und Weise der Beschäftigung belegt werden. Diese Analysemethoden fließen auch in die eigene empirische Untersuchung ein.

Geht man von einem relativ stabilen Output der Industrie zwischen 1966 und 1982 aus und betrachtet gleichzeitig Tabelle 8, also die immense Zunahme der Unternehmenszahl, sieht man einen Gründungsboom infolge vertikaler Desintegration, verbunden mit der Flexibilisierung der Arbeitsverhältnisse (Christopherson / Storper 1986 S.312, Enright 1995 S.119f, Storper 1997 S.95).

Tabelle 8 Anzahl der Produktionsunternehmen in der Filmindustrie im Raum Los Angeles, 1966-1982

Quelle: Christopherson / Storper 1986 S.311f., Storper 1989 S.286f.

	1966	1974	1982
Kategorie: Produktion			
<i>Produktionsunternehmen</i>	563	709	1473
<i>Requisite</i>	66	33	184
<i>Edition</i>	4	31	113
<i>Bühnen</i>	13	24	76
<i>Licht</i>	2	16	23
Kategorie: Postproduktion			
<i>Musik</i>	20	33	187
<i>Verarbeitung</i>	43	76	55
<i>Effekte</i>	10	27	42

Resümierend lassen sich selektive Clusterungsprozesse in Hollywood beobachten, die aber eine Folge von Restrukturierungsmaßnahmen des bereits vorhandenen Clusters sind. Zweifelsohne hätte es in den späten 60er bzw. Anfang der 70er Jahre durchaus zu Verlagerungsprozessen *à la Storper / Walker* in Richtung Europa kommen können, waren

hier doch die Märkte aufgrund der fehlenden Deregulierung relativ stabil. Nichtsdestotrotz nimmt der industrielle Entwicklungspfad hier einen anderen Verlauf. Es kommt zu einer Restrukturierung in Los Angeles selbst, die „was marked by a transformation of the so-called old Hollywood, centered on the vertically integrated studio system, to a new Hollywood characterized by much more vertically disintegrated production process and significant externalization of many the detailed tasks of film-making“ (Scott 2004b S.38). Dadurch wurde ein Industriekomplex geschaffen, dessen Fundament auf einem ausgeklügelten System zwischenbetrieblicher Beziehungen steht⁵². Diese Transaktionen umfassen *Face-to-face* Kontakte, detaillierten Austausch von Informationen, Kurz- und Langfristverträge mit Subunternehmern sowie mannigfaltige In- und Outputverflechtungen. Folglich haben diese Transaktionen raumabhängige Kostenstrukturen (Storper / Christopherson 1987 S.108f.) und verstärken die agglomerativen Kräfte, die die Wettbewerbsvorteile des regionalen Clusters sichern (Scott 2002 S.959). Ausführungen zur Qualität dieser Transaktions- und Kommunikationsnetzwerke erfolgen in Unterabschnitt (3-4).

3-3 Dispersionsprozesse durch die Globalisierung Hollywoods?

Abschließend wird die gegenwärtige Struktur der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood beschrieben. Sie ist besonders wichtig, denn sie bildet den Ausgangspunkt für die empirische Untersuchung und Auswertung. Dabei werden Konvergenzprozesse benachbarter Branchen von Film- und Fernsehindustrie (3-3-1) und Dispersionstendenzen im Zuge der Globalisierung Hollywoods (3-3-2) sowie ihre Auswirkungen auf das organisationale und räumliche Gefüge aufgezeigt. Von außerordentlichem Interesse sind dabei die regionalen Cluster und ihre Netzwerkstrukturen.

3-3-1 Globale Medienkonzerne und virtuelle Integration

Die Film- und Fernsehindustrie wurde besonders im letzten Jahrzehnt von einer Welle technischer Innovationen beeinflusst, allen voran der Kommerzialisierung von Informationen. „Information became a commodity and traditional industry boundaries defining advertising, communications, financial services, and media entertainment began to `morph` and merge, producing new megasectors, such as `entertainment`“ (Christopherson 2002 S.2004).

⁵² Hier spielt auch die eingangs erwähnte Spezifität der Transaktionskosten eine Rolle, wobei „firm-specific assets were replaced by industry-specific assets“ (Storper 1997 S.99). Dies ist besonders erwähnenswert, wird doch die Organisationsform hauptsächlich durch die investitionsbedingte Spezifität der Transaktionen determiniert (Tsang 2000 S.218).

Sie führte infolge einer Verschmelzung benachbarter Branchen wie Film, Fernsehen, Musik, Video, Multimedia, Merchandising und Freizeit (Storper 1997 S.96, Scott 2002 S.961) zu einer Unterhaltungsindustrie⁵³ im Sinne eines horizontal integrierten Komplexes (Storper / Christopherson 1986 S.317). Die neu entstandenen Unterhaltungsprodukte genießen so überlappende Prozessabläufe und Absatzmärkte (Christopherson / Storper 1987 S.107).

So erwirtschaftet ein produzierter Kinofilm zusätzlich immense Erträge aus der Vermarktung von Übertragungsrechten für freies empfangbares und Kabelfernsehen, aus Lizenzen für Heimvideos sowie aus *Spin-off*-Produkten wie Soundtracks, Computerspielen, Spielzeug, Textilien, Büchern oder beispielsweise Vergnügungsparks (Scott 2002 S.969, Scott 2004a S.186). Dabei verstärkt „the formation of a filmed entertainment industry complex [...] the existence of external economies of scale. [...] The horizontal recombination of tasks of different output sectors results in intersectoral scale economies“ (Storper 1997 S.101).

Die Konsequenz dieser Entwicklung ist die Entstehung moderner Multimedia-Konglomerate⁵⁴. *Scott* begründet das Vorhandensein dieser Konglomerate mit geographischen und wirtschaftlichen Aspekten, indem „the modern media-entertainment conglomerate accordingly functions as a sort of parallel in economic space to industrial cluster in geographic space, i.e. as an economic collective, with the difference that if, in the one case, the relevant synergies are activated under the umbrella of common ownership, in the other they owe their genesis to geographic proximity“ (Scott 2002 S.961).

Die Organisationsstruktur dieser *Mergers* und *Aquisitions* in der Film- und Fernsehindustrie spiegelt sich aber nicht mehr in Form vertikaler Integration des alten *Studio Systems* wider, sondern ist eher von einer virtuellen Integration geprägt (Christopherson 1996). Dabei wird dieses Produktionssystem als virtuell integriert verstanden, da zum einen Zulieferfirmen der *Majors* immer noch rechtlich unabhängige Körperschaften darstellen, zum anderen aber stark durch langfristige und oftmals exklusive Verträge in eine bestimmte Wertschöpfungsstufe integriert sind und somit in eine Quasi-Abhängigkeit gebracht werden. Dieses wird so gehandhabt, damit Anschuldigungen bezüglich der *antitrust violation*⁵⁵ unterbleiben und der Anschein gewahrt bleibt, dass unterschiedliche Unternehmen im Produktionsprozess involviert sind. In der Realität ist die Integration natürlich existent, da die wichtigsten

⁵³ In der Literatur wird auch von der Konvergenz der sogenannten TIME (Telekommunikations-, Informations-, Medien-, Elektronik-) Industrien gesprochen (Grauer / Merten 1997 S.35, Hacker 2002 S.26).

⁵⁴ Diese Entwicklung wurde auch durch die Lockerung der sogenannten *Fin-Syn*-(*financial interest and syndication*) Regel und die erhöhte Toleranz des US-amerikanischen Justizministeriums bei Verstößen gegen das *Paramount*-Urteil begünstigt. So konnten die *Majors* infolge dieser Deregulierung (aufgrund der *Laissez-faire* Politik der *Reagan*-Administration (Balio 1998 S.61)) teilweise wieder in Filmtheater investieren und TV-Stationen dürften ihr ausgestrahltes Programm mehrfach vermarkten sowie eigene Sender auf den Markt bringen (Christopherson 2002 S.2005ff.).

⁵⁵ Gemeint sind damit Verletzungen und Verstöße gegen das amerikanische Kartellrecht.

Entscheidungen von Top-Management-Ebenen der Medienkonzerne gefällt werden (Christopherson 2002 S.2008). Deshalb werden im Folgenden die wirtschaftlichen Vorteile in Form von *Corporate-governance*-Strukturen und Vorteile durch räumliche Konzentration vorgestellt.

Eingangs muss noch erwähnt werden, dass sich die Film- und Fernsehindustrie sehr ähnlich sind, teilweise in gleichen Körperschaften zu finden sind. Man vergleiche bspw. die organisationale und räumliche Struktur der Industrie. Dabei werden beide Branchen von einer geringen Zahl an *Majors (Television Networks)* dominiert, die selbst in noch größere und expandierende Medienkonzerne eingebettet sind und von einer Schar kleiner unabhängiger Produktionsfirmen umgeben werden⁵⁶ (Scott 2004a S.189). Die oben genannten Merkmale dokumentieren Abbildungen 11, 12 und 13.

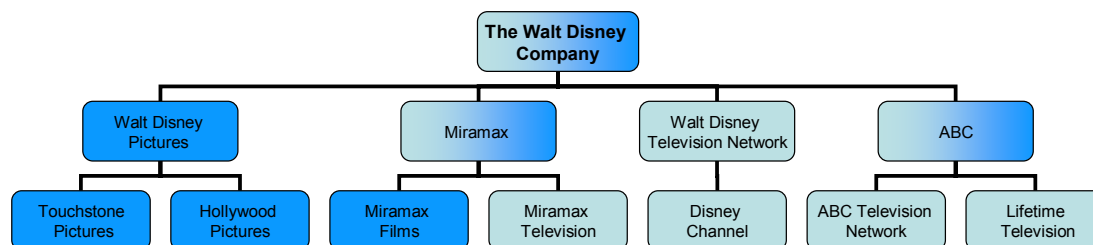


Abbildung 11 Organisationsstruktur eines Film- und Fernsehkonglomerates, 2002-2004

* Nur relevante Divisionen sind aufgeführt: **Dunkelblaue Felder** symbolisieren Einheiten der Filmproduktion, **hellblaue Felder** Einheiten der Fernsehproduktion sowie **hybride Felder** Einheiten, die beides ausüben.

Quelle: eigene Darstellung nach Scott 2002 S.962, 2004a S.185

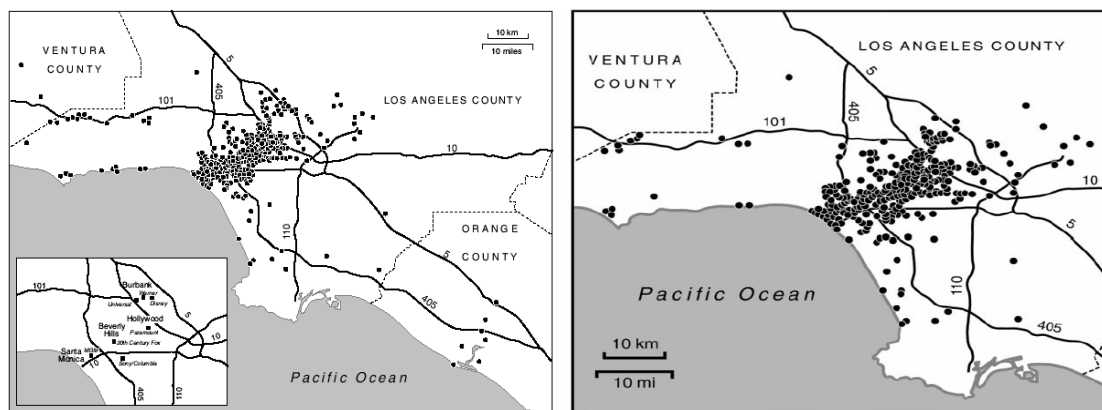


Abbildung 12 und 13 Räumliche Struktur der Film- (links) und Fernsehindustrie (rechts)

Quelle: Scott 2002 S.966, Scott 2004a S.194

⁵⁶ Dieses Statement muss etwas relativiert werden. Die Konzentrationsindizes für die vier und acht größten Unternehmen in der jeweiligen Branche sind sehr verschieden. Während 1997 die Fernsehindustrie Werte von 22,1% (vier größte Unternehmen) und 30,6% (acht größte Unternehmen) für die USA aufwies, lag die vergleichbare Statistik in der Filmindustrie bei 53,6% sowie 60,6%. Hierbei erkennt man die unterschiedlichen internen Ersparnisse durch Größenvorteile (*internal economies of scale*) innerhalb der Branche. Dabei sind Produzenten von TV-Sendungen in weniger aufwendige Produktionen verwickelt als ihre Kollegen aus der Filmbranche (Scott 2004a S.189). Dies wird auch ersichtlich, wenn man die durchschnittlichen Produktionskosten für jeweils eine Stunde ausgestrahlter TV-Sendung (2 Mio. Dollar) mit den eines *Blockbusters* (75 Mio. Dollar) vergleicht (Scott 2004a S.186). Somit neigt die Filmindustrie noch stärker zur räumlichen Konzentration als die Fernsehindustrie.

Dabei werden die *Majors* von global operierenden Medienkonglomeraten gesteuert, so dass akkreditiert werden kann, dass „Hollywood seems to be moving towards participation in the same types of global-commodity chains⁵⁷ structures that characterize many other industries today, from clothing to aircraft” (Scott 2004a S.202). Das räumliche Muster der beiden Branchen ist kaum zu unterscheiden, wie Abbildungen 12 und 13 beweisen. Dabei clustert sich das Gros der Industrie in einer relativ überschaubaren Gegend um das Zentrum Hollywood auf einer Südwest-Nordost-Achse von Santa Monica über Beverly Hills bis zum San Fernando Tal und Burbank.

3-3-2 Die *Runaway-Produktion*

Trotz dieser starken Persistenz Hollywoods als räumliches und ökonomisches Cluster wird die Agglomeration immer mehr von Dispersionsprozessen erodiert. Dabei gehen die Meinungen auseinander, ob die Dispersion das Ballungszentrum stärkt oder schwächt (Lukinbeal 1998, MONITOR 1999, Coe 2001, EIDC 2001, Scott 2002, 2004a, 2004b).

Ausgangspunkt für die Betrachtung der Dezentralisierung von Produktionsaktivitäten ist ein einfaches Modell nach *Scott*, wie Abbildung 14 veranschaulicht.

c_H^0	= Fixkosten in Hollywood
c_S^0	= Fixkosten am peripheren Standort
c_H	= Durchschnittskosten (Hollywood)
c_S	= Durchschnittskosten (Peripherie)
t_{BB}	= Transaktionskosten (Blockbuster)
t_{MFT}	= Transaktionskosten (TV - Sendung)

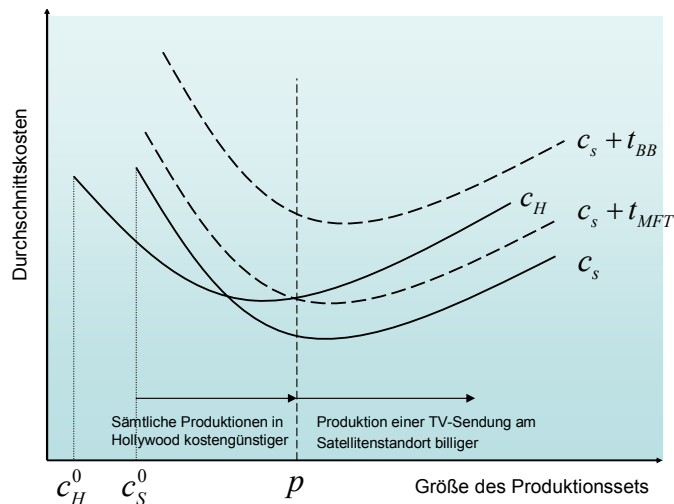


Abbildung 14 Analyse der Runaway-Produktion

Quelle: leicht verändert in Anlehnung an Scott 2002 S.967

Dabei zahlt sich die Produktion eines Sets p oder eines größeren Sets an peripheren Standorten aus, wenn niedrige Transaktionskosten t_{MFT} zwischen dem Zentrum in Hollywood und dem Satellitenstandort zu den durchschnittlichen Kosten c_S am Satellitenstandort addiert werden. Dies ist vor allem bei der Produktion von sogenannten standardisierten TV-Sendungen der Fall, während Filme mit hohem Budgeteinsatz und dem Kostenverlauf $c_S + t_{BB}$

⁵⁷ Das Konzept der *global commodity chains* (GCC, globale Warenketten) (Gereffi / Korzeniewicz 1994, Gereffi 1996) verknüpft räumliche Aspekte der lokalen Konzentration einer Industrie mit den beobachtbaren globalen Produktionsnetzungen (Kulke 2004 S.121).

die *Runaway*-Produktion nicht rechtfertigen. Somit lässt sich resümierend festhalten, dass vor allen TV-Sendungen und „Movie-for-Television-Filme (MFT)“ (Scott 2002 S.967) in Satellitenstandorten produziert werden. Dennoch ist die Gefahr vorhanden, dass die Dezentralisierungsdynamik die Transaktions- und Kommunikationskosten zwischen Hollywood und peripheren Standorten weiter reduziert, so dass bald auch weniger standardisierte Projekte in Satellitenstandorten rentabel werden (Scott 2004a S.199f.). Neben diesen wirtschaftlichen *runaways* existieren auch kreative *runaways* (MONITOR 1999). Zu den wichtigsten Satellitenstandorten gehören Vancouver⁵⁸ und Toronto in Kanada (Coe 2001 S.1754). Sie machten zwischen 63% und 81% der *Runaway*-Produktion zwischen den Jahren 1980 und 1999 aus (Monitor 1999). Neben Kanada und Australien gehören Großbritannien und Mexiko zu den Adressen der *Runaway*-Produktion (Scott 2002 S.967). Daneben gibt es natürlich andere „Hochburgen“ der Fernseh- und Filmproduktion wie London, Paris, Rom, Peking, Hongkong, Tokio, Mexiko City, Sydney oder Mumbai / Bollywood, gegen die sich Hollywood im Zuge der Globalisierung auf hart umkämpften internationalen Märkten behaupten muss. Dabei zeigen historische Beispiele ehemals erfolgreicher und dominanter Industriecluster wie Manchester und Detroit, dass die Stellung Hollywoods keinesfalls gesichert ist (Scott 2004b S.57). Insofern bleibt abzuwarten, ob konkurrierende Filmstandorte infolge der Dispersion lediglich verlängerte Werkbänke Hollywoods oder ernstzunehmende Konkurrenten werden.

Erkenntnisse aus diesem Abschnitt spiegeln sich bei der empirischen Untersuchung in der Relevanz der Standortfaktoren und zukünftigen Absichten der Unternehmer wider.

3-4 Verfestigung und Wachstum bestehender Cluster durch Projektnetzwerke in der Fernseh- und Filmindustrie

Nach der eher deskriptiven Darstellung der gegenwärtigen Situation Hollywoods gibt dieser Abschnitt einen Einblick in qualitative Dimension der Transaktions- und Kommunikationsnetzwerke. Er rechtfertigt die bisherige räumliche Persistenz Hollywoods. Dabei wird zunächst der Produktionskomplex Hollywoods konzeptualisiert (3-4-1), bevor die projektformige Kooperation in Unternehmensnetzwerken (3-4-2) hervorgehoben wird. Besonderes Augenmerk genießen dabei Arbeitsprozesse und informelle Strukturen, Gewerkschaften und Verbände als auch Manager und Agenten, die in ihrem komplexen, rekursiven Zusammenspiel den einzigartigen Wettbewerbsvorteil Hollywoods als räumliche Agglomeration manifestieren.

⁵⁸ Coe zeigt in seiner Studie die Entwicklung eines *Marshall'schen* Satellitendistrikts *à la* Markusen 1996 in der Filmindustrie in Vancouver (Kanada) (Coe 2001).

3-4-1 Der Produktionskomplex Hollywoods

Um zu verstehen, weshalb es zur Verfestigung und zum Wachstum bestehender Cluster in Hollywood kommt, bedarf es einer multidimensionalen Betrachtungsweise des Produktionskomplexes der Film- und Fernsehindustrie. Diese Herausforderung leistet das Konzept von *Scott* in Abbildung 15, welches das Mediencluster Hollywoods schematisch darstellt, wobei clusterinterne und clusterexterne Verflechtungen sichtbar werden⁵⁹ (Scott 2002 S.964, 2005 S.47f.).

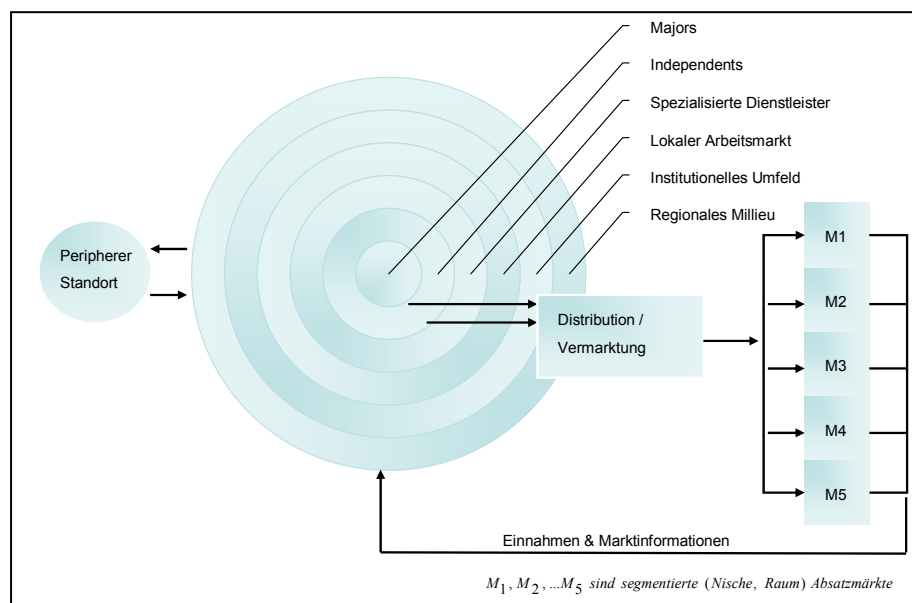


Abbildung 15 Schema des Hollywood-Produktionskomplexes

Quelle: Scott 2002 S.964

Erst so können Stärken und Schwächen eines Clusters erkannt und strukturpolitische Maßnahmen gezielt eingeleitet werden. Diese Sichtweise wird auch in der empirischen Untersuchung verwendet. Dabei besitzt Hollywood gegenwärtig vier Schlüsselmerkmale funktionaler und organisatorischer Art (Scott 2002 S.965, 2005 S.47f.):

- (1) Eine Vielzahl überlappender Produktionsnetzwerke in verschiedenen Stadien der vertikalen Desintegration. Die Knoten dieser Netzwerke sind die *Majors*, die *Independents* (unabhängige Produzenten) sowie flexibel spezialisierte Anbieter verschiedener Dienstleistungen vom Drehbuchautor bis zum Filmeditor (die drei innersten Ringe).
- (2) Einen lokalen Arbeitsmarkt mit einer großen Anzahl von Einzelpersonen, die sich nach Talent, Erfahrung und Arbeitsweisen gliedern lassen. Dabei wird dieser Arbeitsmarkt stets durch neue Kreative aus der ganzen Welt aufgefüllt (vierter Ring).

⁵⁹ Das Schema des Produktionskomplexes findet in der empirischen Untersuchung mit Hilfe der im methodischen Teil angesprochenen Analyseebenen eines Clusters (siehe Abbildung 3, Seite 17) seine Anwendung.

(3) Ein institutionelles Umfeld, bestehend aus zahllosen Organisationen, Verbänden, Gewerkschaften und staatlichen Einrichtungen, die gegenüber Unternehmen und Arbeitern eine Koordinations- und Vermittlungsfunktion verrichten. Dabei haben einige Organisationen einen entscheidenden Einfluss auf den Werdegang der Industrie⁶⁰ (fünfter Ring).

(4) Subsumierend sind alle bisher genannten Ringe in ein regionales Milieu (äußerster Ring) eingebettet. Dieses regionale Milieu beinhaltet kontextgebundene, geographische und historische Eigenheiten, die aus den Punkten (1) bis (3) hervorgehen und gleichzeitig als Quelle für die Kernkompetenzen der Industrie dienen. Diese Kernkompetenzen reichen „from the cinematic traditions that are embedded [...] in the very fabric of Hollywood as a production locale, through the conventionalized background landscapes of Southern California, to the synergy-laden potentials offered by proximity to the region’s many other cultural-products industries” (Molotch 1996 S.237).

Alle diese Kriterien führen zu positiven, lokalen externen Effekten, die das Mediencluster Hollywoods auszeichnen. Sie führen zu niedrigen Transaktionskosten infolge zunehmender Skaleneffekte durch interne Ersparnisse in Form von Größenvorteilen und Vielfalt (*economies of scale and scope*) sowie externe Ersparnisse (*agglomeration economies*) und konstituieren so den einzigartigen Wettbewerbsvorteil (Scott 2005 S.48).

Wie diese clusterinternen Verflechtungen (alle Ringe) aufrechterhalten werden können, beschreibt die projekthafte Organisation der Unternehmensnetzwerke (3-4-2) im nächsten Unterabschnitt.

Clusterexterne Verflechtungen zeigen die Interaktion mit peripheren Standorten sowie die kritische und reflexive Verbindung zu den Absatzmärkten durch die Vertriebskanäle. Dabei durchläuft das regionale Cluster verschiedene Stadien innerhalb seiner Existenz, wobei es temporär in relativ rigiden Konfigurationen im Sinne von zeitlichen *lock-ins* (Grabher 1993) verharrt, wie es in den vergangenen Kapiteln in Form des *Studio Systems*, der flexiblen Spezialisierung und gegenwärtig der Medienkonglomerate eindrucksvoll gezeigt wurde.

⁶⁰ Hierbei ist explizit die MPPA gemeint, deren Einfluss besonders detailliert in Fußnote 111 auf Seite 88 beschrieben wird.

3-4-2 Projekthafte Organisation der Unternehmensnetzwerke

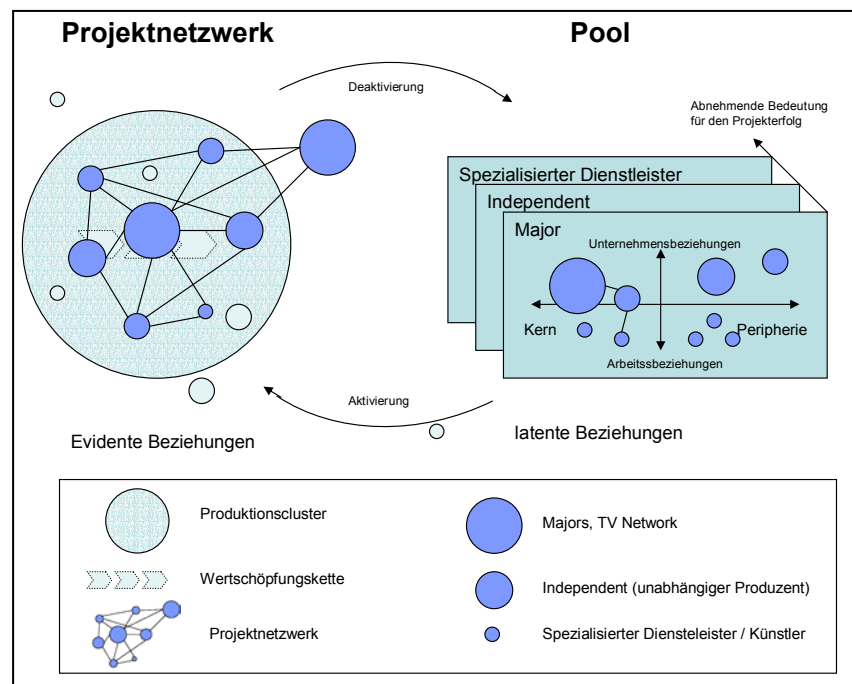
Abschließend werden die Akteure und die Institutionen betrachtet, die die clusterinternen Verflechtungen stabilisieren und der räumlichen Agglomeration den Wettbewerbsvorteil verleihen. Sie bilden auch in der empirischen Untersuchung einen wesentlichen, wenn auch schwer erfassbaren Teil und tragen erheblich zum Verständnis der Persistenz von Clustern bei. Die wichtigste Frage, die es hier zu erörtern gilt, ist, welche Strukturen nötig sind, um das eben beschriebene Mediencluster Hollywoods räumlich so konzentriert zu organisieren.

Viele Studien haben gezeigt, dass die Produktionsstrukturen zur Herstellung von Filmen und Fernsehprogrammen meist in lokalisierten Netzwerken erfolgen, die sich projektförmig formieren (Sydow / Windeler 1999, Blair / Grey / Randle 2001, Krätke / Scheuplein 2001, Christopherson 2002, Sydow / Staber 2002, Mossig 2002, 2004).

Werden Kinofilme und TV-Sendungen als Projekte verstanden, so lässt sich von einer projektbezogenen Zusammenstellung der Wertschöpfungskette sprechen (Mossig 2004 S.259). Dabei ist das Projektnetzwerk eine Kooperation zwischen mehreren Unternehmen oder Individuen zur Abwicklung einer zeitlich begrenzten Aktivität (Sydow / Windeler 1999 S.45). Hierbei entstehen die evidenten Geschäftsbeziehungen (Transaktionsnetzwerk) innerhalb des Projektnetzwerkes und werden durch latente Beziehungen (Kommunikationsnetzwerk) aus einem Pool ergänzt, wie Abbildung 16 zeigt.

Abbildung 16 Schema eines Projektnetzwerks in der Produktion von Film- und Fernsehindustrie in Hollywood

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Sydow / Windeler 1999 S.43ff., 47ff.



Der Grund für die Wahl dieser Organisationsform bei Film und Fernsehen ist eine extrem hohe Flexibilität, die sich in der Vermeidung von Auslastungsproblemen, Kostenvorteilen und einer hohen Motivation der Akteure niederschlägt. Neben einem hohen Umsetzungsgrad und

anspruchsvollen Zielsetzungen zeichnet sich das Projektnetzwerk durch flache Hierarchien aus (Ibert 2003 S.5ff.).

Um die regionale Einbindung der Netzwerke sicherzustellen, die sich konkret zur Produktion einer Sendung formieren, bedarf es allerdings weiterer Koordinationsmechanismen wie Kommunikationsnetzwerke, informeller Netzwerke und sozialer Beziehungen (Maskell / Malmberg 2002). Diese Mechanismen werden dabei durch die enge Bindung des lokalen Arbeitsmarktes und institutionellen Umfelds sowie des institutionellen Umfelds zu den Unternehmen aktiviert. Wie man sieht, sind Intermediäre von hoher Relevanz, ob als Organisationen, Verbände, Gewerkschaften oder als Einzelpersonen. Sie sind die kollektive Antwort sowohl auf die Unsicherheit als auch auf die mögliche Unordnung des Arbeitsmarktes in Hollywood und korrigieren das Marktversagen durch die räumliche Nähe zu Unternehmen sowie Arbeitern (Sydow / Staber 2002, Scott 2005 S.122). Zusätzlich sind sie „by its function as a bridge between the residential and production spaces of the city“ (Scott 2005 S.118) essentiell.

Betrachtet man einmal die lokale Verteilung der Wohnorte zweier Verbände um das Zentrum des Arbeitsmarktes in Hollywood⁶¹, wird klar, dass eine hohe räumliche Übereinstimmung zwischen dem Wohn- und Arbeitsort besteht⁶².

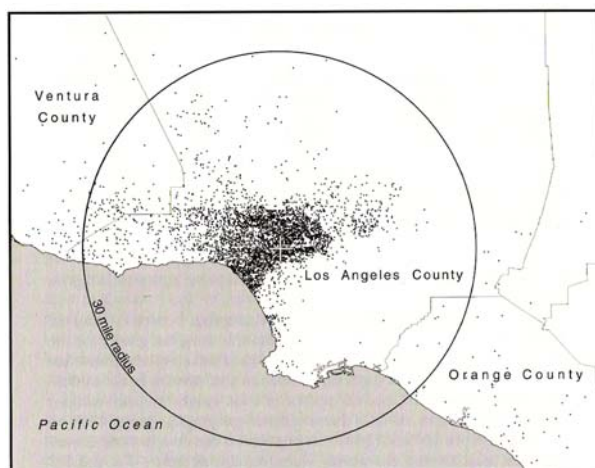


Abbildung 17 Wohnorte der Mitglieder der Writers Guild West

Quelle: Scott 2005 S.125

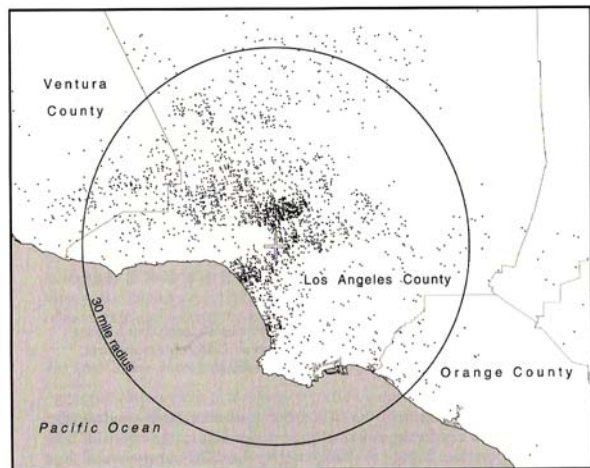


Abbildung 18 Wohnorte der Mitglieder der IATSE (Handwerker / Bühnenbauern)

Quelle: Scott 2005 S.124

⁶¹ Das Zentrum des Arbeitsmarktes in Hollywood ist vertraglich seitens der Gewerkschaften und Verbände (*unions and guilds*) auf die Kreuzung von *Beverly* und *La Cienega Boulevard* fixiert und ist durch die Kreuze in den Abbildungen 17 und 18 ersichtlich. „This point marks the center of the thirty miles circle conventionally used in union and guild collective-bargaining agreements to differentiate work locations where normal contracts prevail from locations where special allowances for travel need to be made“ (Scott 2005 S.125).

⁶² Als Arbeitsorte sind die Abbildungen 12 und 13, Seite 47, zu Rate zu ziehen. Dabei lassen sich ähnliche Konzentrationsmuster wie bei der räumlichen Verteilung der Unternehmensstandorte feststellen. Entlang einer Südwest-Nordost-Achse mit dem Mittelpunkt in Hollywood verteilen sich größtenteils die Wohnorte.

Bei der Wahl der Institutionen wurden gezielt zwei Verbände ausgewählt, deren Mitglieder zwei sehr unterschiedliche Segmente des Arbeitsmarktes bedienen. Obwohl 93,3% der Mitglieder beider Gruppen sogar innerhalb eines 15-Meilen-Radius um das Zentrum des Arbeitsmarktes wohnen, ergeben sich doch signifikante Unterschiede zwischen den beiden Kohorten. Dabei sind die Mitglieder der *Writers Guild West*⁶³ stärker um das Zentrum konzentriert als die Bühnenbauer und handwerklichen Serviceleute der IATSE, die eher in den Vororten wohnen. Interessant ist dabei zu erwähnen, dass 16,5% der Mitglieder der *Writers Guilds West* außerhalb Südkaliforniens leben (Scott 2005 S.123).

Was auf den ersten Blick ungewöhnlich klingt, wird durch eine Studie über Projektnetzwerke und gewerkschaftlichen Organisationsgrad sowie deren räumliche Auswirkungen in der Medienindustrie bestätigt (Christopherson 2002).

Danach wird der Arbeitsmarkt in *Old-Media* und *New-Media*-Projektmitarbeiter segmentiert⁶⁴. Dabei haben *New-Media*-Angestellte und ihre Arbeitgeber im Gegensatz zu *Old-Media*-Arbeitskräften keine vermittelnden Institutionen, die Arbeitsstandards etablieren, Tätigkeiten in Projekten definieren und das Projektmanagement fördern. Die Folge ist eine stärkere Abhängigkeit von interpersonalen Beziehungen, um Referenzen, Reputation, Legitimität und Vertrauen aufrechtzuerhalten und einen passenden Arbeitsplatz zu finden. Dieser Umstand schränkt den Aktionsradius der Angestellten auf bestimmte Regionen ein (Christopherson 2002 S.2003).

Es zählt eben nicht nur *Know-how* sondern auch *Know-who* (Blanc / Sierra 1999 S.199ff). Persönliche Vermittler in Form von Agenten, Managern und Casting-Direktoren sind dazu notwendig (Scott 2005 S.130).

Deswegen lässt sich festhalten, dass „although this unionized workforce is still dependent on and embedded in a distinct regional production complex, the costs of operating beyond the regional scale are lower than for their no unionized colleagues in the new media” (Christopherson 2002 S.2013). Ursächlich hierfür sind die hohen Transaktionskosten zwischen *New-Media*-Angestellten und ihren Arbeitgebern durch „the entrepreneurial cast of the industry” (Christopherson 2002 S.2001).

Intermediäre der *New-Media*-Berufsgruppen konzentrieren sich eher auf die Produkte und Dienstleistungen der Industrie als auf gezielte Wünsche des Metiers. Insofern hilft die

⁶³ Die *Writers Guild West* ist eine Vereinigung der Drehbuchautoren (Scott 2005 S.122ff.).

⁶⁴ Mit *Old-Media*-Angestellten sind Projektmitarbeiter aus der klassischen Film- und Fernsehbranche gemeint. *New-Media*-Angestellte lassen sich demgegenüber keiner Branche richtig zuordnen und werden in die Multimedia-, Entertainment- und Infotainment-Sparten gesteckt. Dieses hat mit der Konvergenz der bereits beschriebenen TIME-Industrien zu tun (Christopherson 2002 S.2003). Dazu gehören vor allem Berufsgruppen aus der „Digital Visual Effects Industry“ wie Scanner, Softwareprogrammierer und Webdesigner (Scott 2005 S.103).

Formalisierung der Berufsgruppen und die eher rigide Abgrenzung der Arbeitszuweisung, eine gewisse Ordnung in projektförmige Produktionsprozesse zu bringen (Sydow / Staber 2002). Auch Machtasymmetrien dienen zu einer Stabilisierung des Projektnetzwerkes, indem eine klare Zuweisung der Zuständigkeiten erfolgt (Mossig 2002 S.4f., 2004 S.260f.).

Weitere Instrumente für die soziale Koordination der projektförmigen Unternehmensnetzwerke sind Vereinigungen⁶⁵ wie die *Academy of Motion Picture Arts and Sciences*, deren Veranstaltungen und Messen als große Jobbörsen fungieren, sowie Universitäten, Ausbildungsstätten und Agenturen⁶⁶, die gegebenenfalls Arbeitskräfte mit erforderlichen Qualifikationen versehen (Scott 2005 S.130ff.).

Damit könnte man meinen, dass die räumliche Nähe trotz der Globalisierung der Medienkonzerne aufgrund des projektförmigen Produktionsprozesses der Film- und Fernsehindustrie an Bedeutung gewonnen hat. Um das Wachstum und die Verfestigung des Clusters Hollywood nachzuvollziehen, die den Wettbewerbsvorteil dieser Region konstituieren, bedarf es aber zunächst der detaillierten und qualitativen Betrachtung der einzelnen Komponenten der projektförmigen Vernetzung. Diese qualitative Analyse soll im Folgenden in der empirischen Untersuchung erfolgen.

⁶⁵ Diese Vereinigungen gründen Foren, um Interessen homogener Berufsgruppen zu diskutieren und zu vertreten. Dabei werden zweckmäßige Information, Kontakte, gegenseitige Hilfe oder Trainingsprogramme bereitgestellt. Beispiele sind *The Production Assistants Association*, *The Society of Motion Picture and TV Art Directors* oder *The Stuntmen's Association* (Scott 2005 S.130f.).

⁶⁶ Zu den wichtigsten Institutionen dieses Genres gehören *The School of Cinema and Television* an der *University of Southern California* (USC) und *The School of Theater, Film and Television* an der *University of California, Los Angeles* (UCLA) (Véron 1999 S.11, Scott 2005 S.132).

4. Produktionscluster und Unternehmensnetzwerke in Hollywood

Das Vorgehen der empirischen Untersuchung hält sich dabei an die vier in Abbildung 2 auf Seite 16 vorgenommenen Schritte und soll nachstehend alle aus der Theorie (Kapitel 2), Historie und Entwicklung (Kapitel 3) der Industrie gewonnenen Erkenntnisse in einer adäquaten Umsetzung wiedergeben. Abermals sollte die grundsätzliche Frage dieser Arbeit aufgeworfen werden: Ist die Produktion in der Film- und Fernsehindustrie raumabhängig oder nicht?

So wird zunächst die Annahme eines Produktionsclusters im Großraum Los Angeles überprüft (4-1), bevor konkrete Cluster identifiziert (4-2) und analysiert (4-3) werden. Den Abschluss bildet ein Vergleich der Cluster untereinander, der die Erstellung eines Stärke-Schwäche-Profiles erlaubt (4-4). Um diesem Ansatz Geltung zu verschaffen, ist erstens eine eindeutige Definition der Film- und Fernsehindustrie notwendig, zweitens ist das Gewicht des lokalen Potentials in den Vereinigten Staaten und innerhalb der regionalen Ökonomie einzuschätzen und drittens ist die Struktur und Qualität der lokalen Industrie aufzuzeigen.

4-1 Clustervermutung im Großraum Los Angeles

Sicherlich liegt die Behauptung nahe, dass der Großraum Los Angeles das amerikanische sowie globale Zentrum der Film- und Fernsehproduktion ist, würden doch die meisten Deutschen den Begriff Hollywood dahingehend einordnen. Dennoch stellt sich die Frage ob, „Hollywood“ auch in Hollywood produziert wird, stellen *Aksoy / Robins* doch fest, „Hollywood is everywhere“ (*Aksoy / Robins* 1992 S.19). Um erste Anhaltspunkte für ein Cluster Film- und Fernsehindustrie in Hollywood zusammenzutragen, empfiehlt es sich daher, über offiziell zugängliche Statistiken eine regionalstatische Analyse zu machen sowie eine Wertschöpfungskette dieser Industrie zu rekonstruieren.

4-1-1 Wertschöpfungskette der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood

Die Film- und Fernsehwirtschaft⁶⁷ wird als ein integrierter Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhang im Sinne einer Wertschöpfungskette betrachtet. Dabei können vereinfachend gemäß den Abbildungen 4 und 19 fünf zeitlich hintereinander gestaffelte Produktionsstufen unterschieden werden: die Inhaltsproduktion (Pre-Produktion), die eigentliche Aufnahme (Produktion), die Nachbereitung (Post-Produktion), die Vermarktung und der Vertrieb (Distribution) sowie die Ausstellung und der Konsum (Exhibition).

⁶⁷ Dabei werden Film- und Fernsehindustrie zusammengefasst, da organisationale und räumliche Strukturen sehr ähnlich sind (siehe Abbildungen 11 bis 13, Seite 47) und viele Unternehmen in beiden Segmenten vertreten sind.

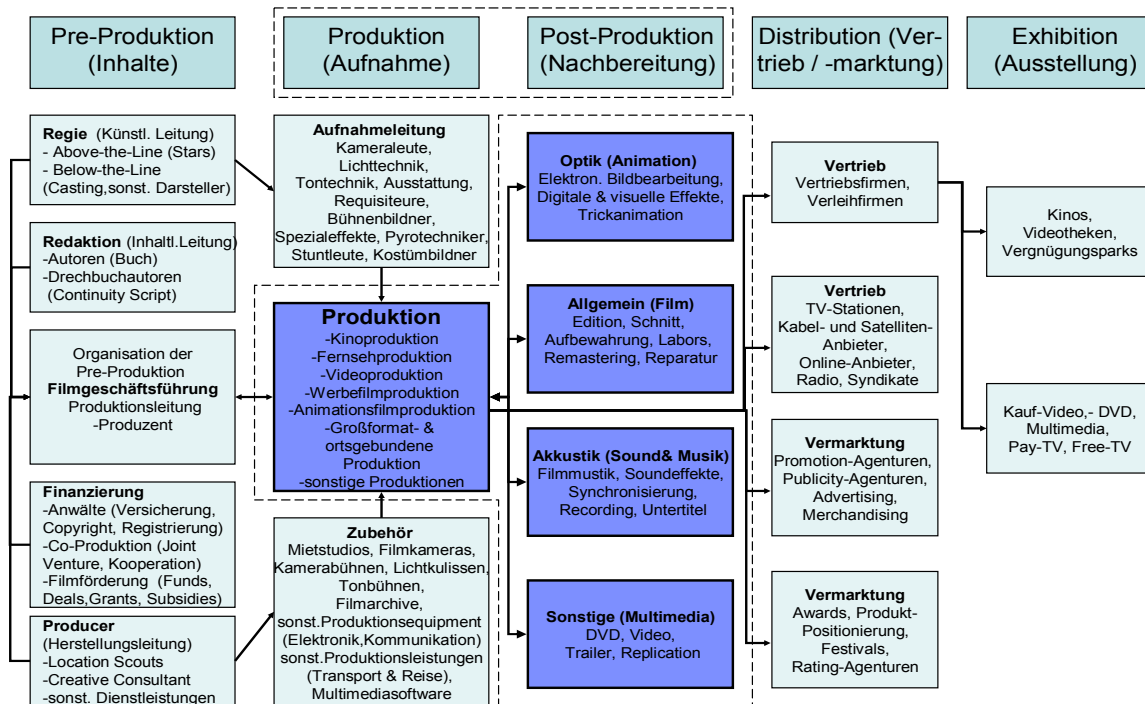


Abbildung 19 Wertschöpfungskette in der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Cones 1992, Hollywood Creative Directory 2001

Dabei kann die Film- und Fernsehproduktion als der eigentliche Kern der Industrie (Clusterkern) aufgefasst werden, wobei die diversen Aktivitäten der Postproduktion (Cluster-Umfeld) eng mit ihm verbunden sind und somit zur unmittelbaren Produktion dazugezählt werden. Diese Abgrenzung wird im Folgenden als die Definition der Film- und Fernsehproduktion im Rahmen dieser Arbeit verwendet (dunkelblaue Felder), da hier die strategischen Entscheidungen über die Art der Film- und Fernsehprojekte, deren Finanzierung, Zulieferer und Vertrieb fallen.

4-1-2 Regionalstatische Analyse

Um die quantitativen Verhältnisse der dargestellten Wertschöpfungskette abzuschätzen, wird die amtliche Statistik des *US Department of Commerce* hinzugezogen. Allerdings sind die statistischen Datenreihen des *US Census Bureau* (SIC, NAICS) nur eingeschränkt auf die Darstellung solcher Produktionsketten anwendbar. Der genannte Cluster-Kern der Industrie, die Produktionstätigkeit, ist in der offiziellen Statistik unter NAICS 51211 *Motion Picture and Video Production* zu fassen. Das Clusterumfeld wird mit NAICS 51219 *Postproduction Services and Other Motion Picture and Video Industries* erschlossen.

Tabelle 9 veranschaulicht, dass ein Drittel aller Betriebe und zwei Drittel aller Umsätze der Film- und Fernsehproduktion der USA im Großraum Los Angeles stattfinden. Ähnliche

Anteile lassen sich auch bei den zum Clusterumfeld gehörenden Tätigkeiten der Postproduktion feststellen.

NAICS-Code	Vereinigte Staaten			Los Angeles County		
	Betriebe	Umsätze (Mrd. \$)	Mitarbeiter	Betriebe	Umsätze (Mrd. \$)	Mitarbeiter
51211 Kern	11163 (100%)	46,76 (100%)	111112 (100%)	3425 (31%)	31,50 (67%)	64131 (58%)
51219 Umfeld	2163 (100%)	4,17 (100%)	26371 (100%)	709 (33%)	2,34 (56%)	12947 (49%)

Tabelle 9 Betriebe, Umsätze und Mitarbeiter in der Film- und Fernsehindustrie (Produktion) in Los Angeles County und in den USA, 2002

Quelle: US Census Bureau 2004-2005

Diese Zahlen lassen auf eine sehr starke räumliche Konzentration im Produktionssegment der Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County schließen. Interessant dabei ist der Anteil der Umsätze (relativ zum Anteil der Betriebe), der hier erwirtschaftet wird. Dieser Vergleich sagt aus, dass im Produktionszentrum der Industrie eindeutig die wichtigsten strategischen und finanziellen Entscheidungen getroffen werden. Eine zweite Betrachtung gibt Auskunft über die wirtschaftliche Entwicklung der Branche in den letzten fünf Jahren.

Differenz zwischen 1997 und 2002	51211 (Motion Picture and Video Production) (Kern)	51219 (Postproduction and Other Motion Picture Services)
Betriebe, 2002 (absolute Änderung, 1997-2002)	3425 (+600)	709 (-207)
Brancheneffekt (USA)	27,18%	-35,97%
Regionaleffekt (LA County)	-5,95%	+13,36%
Umsätze, 2002 (absolute Änderung, 1997-2002)	31,50 Mrd. \$ (+18,08 Mrd. \$)	2,34 Mrd. \$ (+0,315 Mrd. \$)
Brancheneffekt (USA)	132,04%	-8,01%
Regionaleffekt (LA County)	+2,71%	+23,59%
Mitarbeiter, 2002 (absolute Änderung, 1997-2002)	64131 (+27554)	12947 (+86)
Brancheneffekt (USA)	32,97%	-21,59%
Regionaleffekt (LA County)	+5,83%	+22,29%

Tabelle 10 Analyse der Strukturkomponenten (Shift-Analyse) für ein Produktionscluster Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County, 1997-2002

Quelle: eigene Berechnungen nach US Census Bureau 2000-2001, 2004-2005

Mittels der Analyse der Strukturkomponenten (*Shift-Analyse*) lässt sich ein Regionaleffekt herausfiltern, indem die Differenz aus der tatsächlichen Veränderung der Region Los Angeles County der Entwicklung gegenübergestellt wird, die eingetreten wäre, wenn sich die Region

wie der übergeordnete Bezugsraum USA entwickelt hätte. Wie man erkennt, waren Wachstumsraten der Betriebe bei der Kernproduktion leicht unter dem Landesdurchschnitt (negativer Regionaleffekt), obwohl sie absolut deutlich gestiegen sind. Demgegenüber stieg die Zahl der Beschäftigten und der Umsätze etwas stärker an. Im Bereich der Postproduktion lässt sich dabei ein deutlich positiver Regionaleffekt ausmachen, obwohl das Segment kaum Wachstum erfuhr. Zusammengefasst lassen sich die Zahlen wie folgt interpretieren:

Während die Kernproduktion weiterhin boomt, verhält sich der Bereich der Postproduktion relativ stabil. Im Großen und Ganzen schneidet der Großraum Los Angeles besser ab als der Landesdurchschnitt, so dass man von einer Konkurrenz peripherer Standorte innerhalb der USA nicht sprechen kann. Des Weiteren nimmt die Zahl der Betriebe in der Postproduktion ab, was auf die Integration flexibel spezialisierter Dienstleister in größere Unternehmen hindeutet. Die Neigung zu Medienkonglomeraten unterstreicht auch der immense Umsatzsprung bei relativ moderaten Beschäftigungs- und Betriebszuwächsen⁶⁸. Diese Tatsache spiegelt auch Tabelle 11 wider.

NAICS-Code	Unternehmen* (Anzahl)	Konzentrations- grad** (Prozent)
51211 Motion Picture and Video Production (Kern)		
Grundgesamtheit	11163	
4 größten Konzerne	96	49,2%
8 größten Konzerne	175	67,5%
51219 Postproduction Services and Other Motion Picture Industries (Umfeld)		
Grundgesamtheit	2163	
4 größten Konzerne	38	30,0%
8 größten Konzerne	44	38,3%

Tabelle 11 Konzentrationsgrad der vier bzw. acht größten Unternehmen, 2002

* Unternehmen mit Verflechtungen zu einem Konzern

** Konzentrationsgrad der n-größten Unternehmen anhand der ausgewiesenen Umsätze dieser Konzerne

Quelle: US Census Bureau 2004-2005 Report No. EC02-51SS-SZ, S.80-81

Allein die vier größten Konzerne in der Kernproduktion erwirtschaften knapp die Hälfte aller Umsätze der Film- und Fernsehbranche in den USA und besitzen 96 Unternehmen. Die acht

⁶⁸ Eigenen Berechnungen zufolge blieb gleichzeitig die durchschnittliche Betriebsgröße eines Unternehmens in der Kernproduktion in Los Angeles County zwischen 1993 und 2003 konstant auf dem Niveau von 12,5 Mitarbeitern und somit deutlich über den mittleren Betriebsgrößen der USA von ca. 8,5 Beschäftigten in diesem Zeitraum (US Census Bureau 1993-2003a, 1993-2003b). Dennoch sind diese Zahlen mit Vorsicht zu genießen. Ähnliche Studien von Scott kamen zu anderen Ergebnissen, weil „in the absence of suitable statistics at the individual firm level, analysis of the precise mechanism at work here must await further research“ (Scott 2002a S.966). Zudem werden einige Medienkonglomerate wie *TimeWarner Inc.* in der Statistik nicht unter NAICS 512110 (*Motion Picture and Video Production*), sondern unter NAICS 511 (*Publishing Industries*) geführt, so dass diese Trends schwer nachzuvollziehen sind (US Census Bureau 2004-2005).

größten bringen es auf über zwei Drittel der Umsätze in 175 Unternehmen⁶⁹. Dieser körperschaftliche Konzentrationsgrad fällt in der Postproduktion etwas moderater aus.

Auf diesen Ausführungen kann also die Vermutung eines Produktionsclusters Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County gestützt werden, obwohl es sich streng genommen bisher nur um die Konzentration von Unternehmen der gleichen Wertschöpfungskette handelt.

4-2 Identifikation konkreter Produktionscluster

Nachdem die Film- und Fernsehindustrie anhand der Wertschöpfungskette eindeutig für die Arbeit abgegrenzt wurde und grobe räumliche Strukturen aufgezeigt wurden, die auf eine starke räumliche Konzentration hinweisen, soll der Verdacht auf Cluster erhärtet werden.

Dazu wurden zwei Experten⁷⁰ befragt, um einen Ansatz für die Identifizierung konkreter Clusterunternehmen zu entwickeln. Dabei wurden die Branchenverzeichnisse des *Hollywood Creative Directory* und *The Hollywood Reporter* zur Hilfe genommen, um eine Unternehmensdatenbank zu erstellen. Sie erwiesen sich als reichhaltige Quelle für die Identifizierung konkreter Unternehmen. Ferner wurden nur Unternehmen in Betracht gezogen, die sich innerhalb der Bezirksgrenzen von Los Angeles County befanden.

4-2-1 Allgemeine Strukturmerkmale des Samples

Insgesamt konnten so in Los Angeles County 2075 Unternehmen der Wertschöpfungsstufen Produktion und Postproduktion innerhalb von 523 Postleitzahlbezirken⁷¹ identifiziert werden, wobei 1656 Unternehmen auch konkreten Standorten zugeordnet werden konnten. Diese 1656 Unternehmen konnten kartiert werden. Abbildung B-1 zeigt die funktionale Struktur und räumliche Verteilung der Unternehmen⁷².

Hinsichtlich ihrer Hierarchie im Produktionsprozess können die Betriebe in drei Kategorien differenziert werden. Diese Gliederung wurde auch in Abbildung B-1 und sonstigen Karten verwendet⁷³. Dabei laufen die Fäden je nach Art und Umfang des Projektes entweder bei den *Majors* oder den leitenden Produzenten zusammen. Die sieben *Majors* (*Fox*, *Metro-Goldwyn-*

⁶⁹ Deshalb spricht Christopherson auch von virtueller Integration, wobei viele Unternehmen eine gewisse Scheinselbständigkeit führen und vielmehr exklusiv in konkrete Produktionsabläufe großer Medienkonglomerate eingebunden sind (Christopherson 2002 S.2007f.).

⁷⁰ Siehe Fußnote 14, Seite 21.

⁷¹ *Zip-Codes* (US-amerikanische Postleitzahlen) sind fünfstellig. Dabei konnten alle zu Los Angeles County gehörenden ermittelt werden. So konnten sonstige Unternehmen bspw. aus Orange County, Riverside County oder der *Bay-Area* (San Francisco) frühzeitig herausgefiltert werden.

⁷² Alle Abbildungen und Tabellen mit dem Kürzel *B-* sind aufgrund ihrer Größe und der damit verbundenen Übersichtlichkeit in Anhang B (ab Seite 115) zu finden.

⁷³ Große Sterne symbolisieren *Majors*, kleine Sterne Sparten der *Majors*, goldene Dreiecke leitende Produzenten, blaue Punkte Betriebe der Kernproduktion und grüne Punkte Betriebe der Postproduktion.

Mayer, Paramount, Sony, Universal, Walt Disney, Warner Bros.) sind in noch größere Medienkonglomerate⁷⁴ eingebunden, verfügen aber selber über 92 quasi-unabhängige Betriebe oder Sparten im Bereich der Produktion und Postproduktion. Daneben existieren 47 leitende Produzenten, die wirtschaftlich unabhängig sind und deshalb auch als *Independents*⁷⁵ bezeichnet werden.

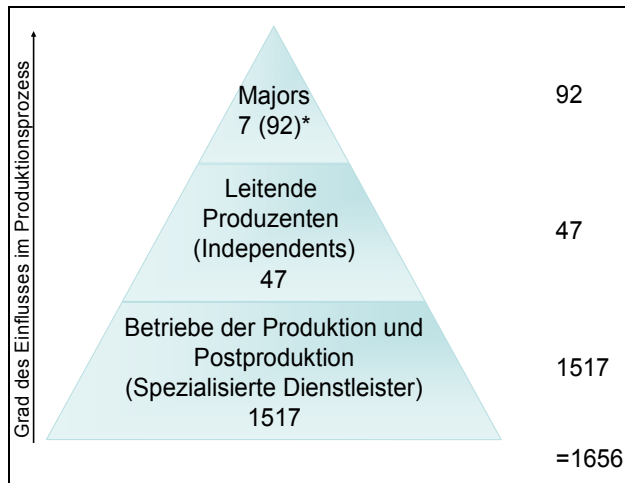


Abb.20 Hierarchie innerhalb des Samples
Quelle: eigene Darstellung

Art des Betriebs	Anzahl (Anteil)
Insgesamt	1656 (100%)
Majors	7 (0,1%)
* <i>Sparten</i>	92 (5,6%)
Leitende Produzenten	47 (2,8%)
Spezialisierte Dienstleister	1517 (91,6%)
<i>Produktion</i>	845 (51,0%)
<i>Postproduktion</i>	672 (40,6%)

Tab.12 Funktionale Struktur des Samples
Quelle: eigene Darstellung

Letztere werden durch eine große Schar flexibel spezialisierter Dienstleister der Kern- und Postproduktion komplettiert. Diese Betriebe machen über 90% bzw. 97%⁷⁶ der in diesen Wertschöpfungsstufen operierenden Unternehmen aus. Sie können weiter in die Bereiche Kernproduktion (845 Betriebe) und Postproduktion (672 Betriebe) gegliedert werden. Die funktionale Struktur dieser beiden Segmente ist in den Tabellen 13 und 14 dargestellt. Es fällt auf, dass die Dienstleister trotz ihrer Spezialisierung flexibel genug sind, eine breite Palette an Leistungen anzubieten. So verhindern sie etwaige *lock-in*-Effekte oder starke Abhängigkeiten gegenüber den übermächtigen Produzenten, bieten auf der anderen Seite aber individuelle und passgenaue Leistungen an. Dabei ist ein Drittel der Unternehmen der Kernproduktion gleichzeitig in die Film- und Fernsehproduktion verstrickt und fast 80% bedienen zumindest eines der beiden Segmente.

⁷⁴ Bspw. gehört Fox zur australischen News Corporation und Paramount zur Viacom-Gruppe.

⁷⁵ Leitende Produzenten (*Independents*) sind oftmals kleinere Imperien als die der großen Konglomerate, in die die *Majors* eingebunden sind. Ein Beispiel hierfür wäre Saban Entertainment, an der Spitze mit dem israelischen Produzenten Haim Saban, die in Los Angeles am Wilshire Boulevard sitzen und die im Jahre 2003 die Sat1Pro7Media AG übernommen haben (Economist 2003). Als *Independents* werden aber auch viele kleinere Produzenten bezeichnet, die hier aufgrund ihrer geringen Einflussnahme auf den Produktionsprozess unter den spezialisierten Dienstleistern im Bereich der Kernproduktion subsumiert wurden.

⁷⁶ Falls die quasi-unabhängigen Betriebe und Sparten nicht als eigenständige Unternehmen verstanden werden.

Produktion	Anzahl (Anteil)	Postproduktion	Anzahl (Anteil)
Insgesamt	845 (51,0%)	Insgesamt	672 (40,6%)
davon (Mehrfachspezialisierung möglich)		davon (Mehrfachspezialisierung möglich)	
Filmproduktion	59,0%	Film	54,8%
Fernsehproduktion	48,9%	Video	40,6%
Werbefilmproduktion	20,7%	Sound-Musik	31,3%
Videoproduktion	18,0%	Animation	18,3%
Animationsproduktion	11,4%		
Sonstige Produktion	8,4%		

Tabelle 13 Funktionale Struktur der Produktion in Los Angeles County

Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

Tabelle 14 Funktionale Struktur der Postproduktion in Los Angeles County

Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

Insgesamt umfassen diese 1656 Unternehmen die drei innersten Ringe hinsichtlich der Kern- und Postproduktion des Produktionskomplexes Hollywood⁷⁷. Dabei vereinigen sieben Städte innerhalb des Ballungsraumes Los Angeles über 85% der Betriebe auf sich⁷⁸.

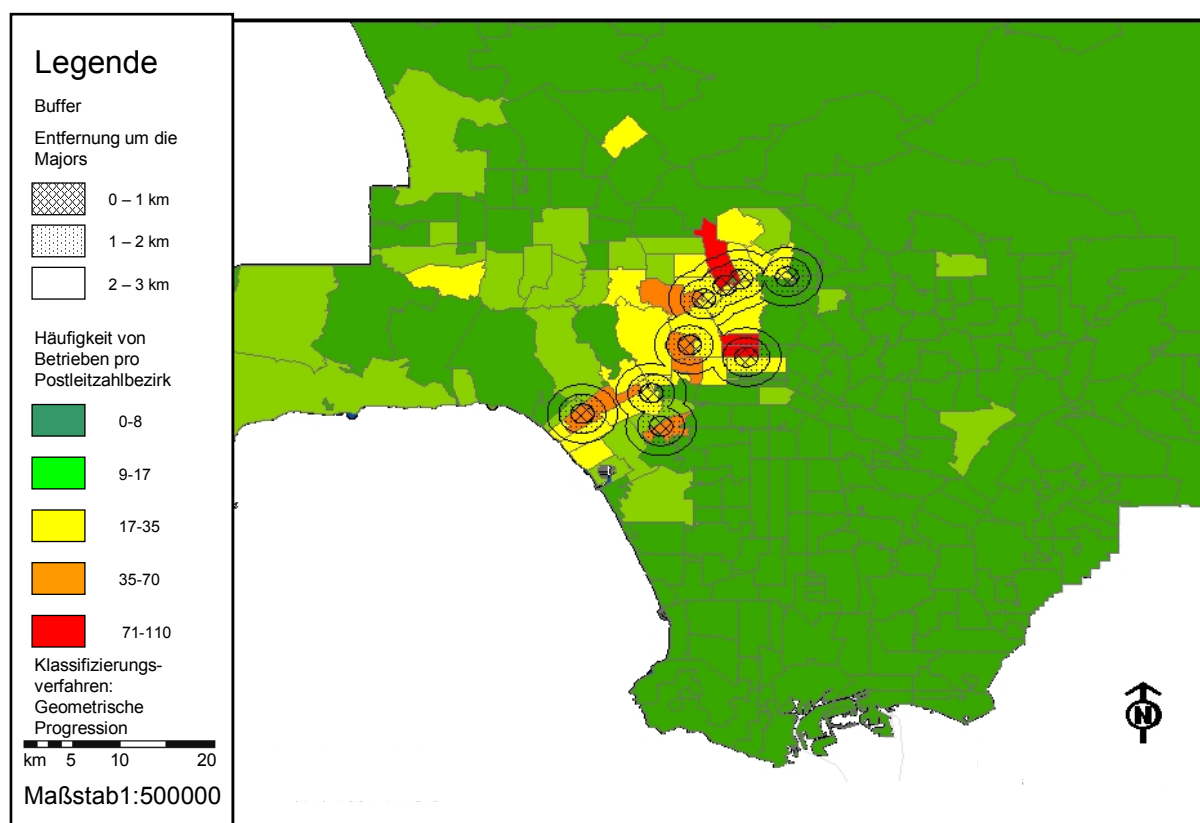


Abbildung 21 Häufigkeiten von Unternehmen der Film- und Fernsehindustrie nach Postleitzahlbezirken in Los Angeles County (N=1656 Unternehmen)

Quelle: eigene Darstellung

⁷⁷ Siehe Abbildung 15, Seite 50.

⁷⁸ Allein in Los Angeles sind 47% der Unternehmen ansässig, gefolgt von Burbank (13%), Santa Monica (10%), Beverly Hills (6%), Culver City (4%), West Hollywood (3%) und Glendale (2%).

Aus der räumlichen Verteilung der Standorte wurden nun Gruppen gebildet, die gleiche Postleitzahlbezirke besaßen, wobei bestimmte lokale Bezirke sehr starke Häufigkeiten, also räumliche Konzentrationen, aufwiesen⁷⁹. Wie sich herausstellte, konzentriert sich das Gros der spezialisierten Dienstleister um die Produktionsstätten der *Majors*. Daraus konnten neun Cluster identifiziert werden. Dabei wurden die Hauptsitze der *Majors* als Gravitationszentren der Cluster gewählt.

4-2-2 Das Untersuchungsgebiet und die Befragungsmethode

Drei dieser Cluster mit ähnlicher Unternehmensanzahl wurden für die weitere Untersuchung ausgewählt. So sollte ein späterer Vergleich der Cluster untereinander möglich sein. Zudem wurden Cluster ausgesucht, die räumlich relativ weit voneinander entfernt sind, um Überlappungen zu vermeiden und bestimmte Entstehungsprozesse zu veranschaulichen. Folglich werden die drei Verdichtungen „Hollywood“, „San Fernando Tal“ und „Santa Monica“ vorgestellt.

Diese umfassen jeweils um die 200 Unternehmen, wobei knapp 20 zufällig ausgewählte Unternehmen eines jeden Clusters befragt wurden. Den Kern der empirischen Untersuchung bilden somit 53 leitfadengestützte Interviews mit Unternehmensvertretern. Nach einem Pretest mit zwei Unternehmen wurde der Gesprächsleitfaden an Branchen- und Produktspezifika angepasst. Vor der Befragung ging den Befragten ein Begleitbrief über das Vorhaben zu und die Beteiligten wurden nochmals telefonisch benachrichtigt, wobei zu diesem Zeitpunkt der Gesprächsleitfaden den Unternehmern vorlag⁸⁰. Die Interviews wurden im Zeitraum Januar bis April 2004 durchgeführt, wobei es sich um 23 mündliche Befragungen mit einer durchschnittlichen Dauer von 30 Minuten sowie um 18 telefonische Befragungen (im Durchschnitt 20 Minuten) und 12 schriftliche Befragungen aufgrund des begrenzten Zeitbudgets einiger Unternehmen handelte. Des Weiteren wurde versucht, einen kompetenten Gesprächspartner aus den Reihen der *Majors* ausfindig zu machen, der einen gewissen Überblick über die komplexen Geschäftsvorgänge des Konzerns hinsichtlich Produktions- und Postproduktionsaktivitäten hatte⁸¹. Die überwiegende Zahl der

⁷⁹ Eine detaillierte Übersicht über die Häufigkeiten der einzelnen Postleitzahlbezirke und der Zusammensetzung ausgewählter Cluster gibt Tabelle B-1, Seite 116, im Anhang B.

⁸⁰ Es wurden insgesamt knapp 200 Briefe verschickt und über 120 Unternehmer telefonisch kontaktiert. Der Begleitbrief sowie der komplette Gesprächsleitfaden (Questionnaire) sind im Anhang A (ab Seite 107) einzusehen.

⁸¹ Zusätzliche Informationen zu Produktions- und Postproduktionsaktivitäten der *Majors* konnten über die hervorragende Datenbank von *Variety* eingeholt werden (<http://www.variety.com>).

Ansprechpartner waren Vertreter aus der mittleren Managementebene, selten war es möglich, mit den Geschäftsführern zu sprechen, so dass die Daten mit Vorsicht zu genießen sind.

4-2-2-1 Hollywood

Das Cluster Hollywood ist die „Wiege“ der Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County. Wie bereits in aller Ausführlichkeit beschrieben, entstand hier die erste Agglomeration von Unternehmen der Filmwirtschaft⁸². Abbildung 22 visualisiert dabei die räumliche Verteilung der Unternehmen. Eine auffällig starke Konzentration von Betrieben ist nordwestlich der *Paramount*-Studios zu erkennen.

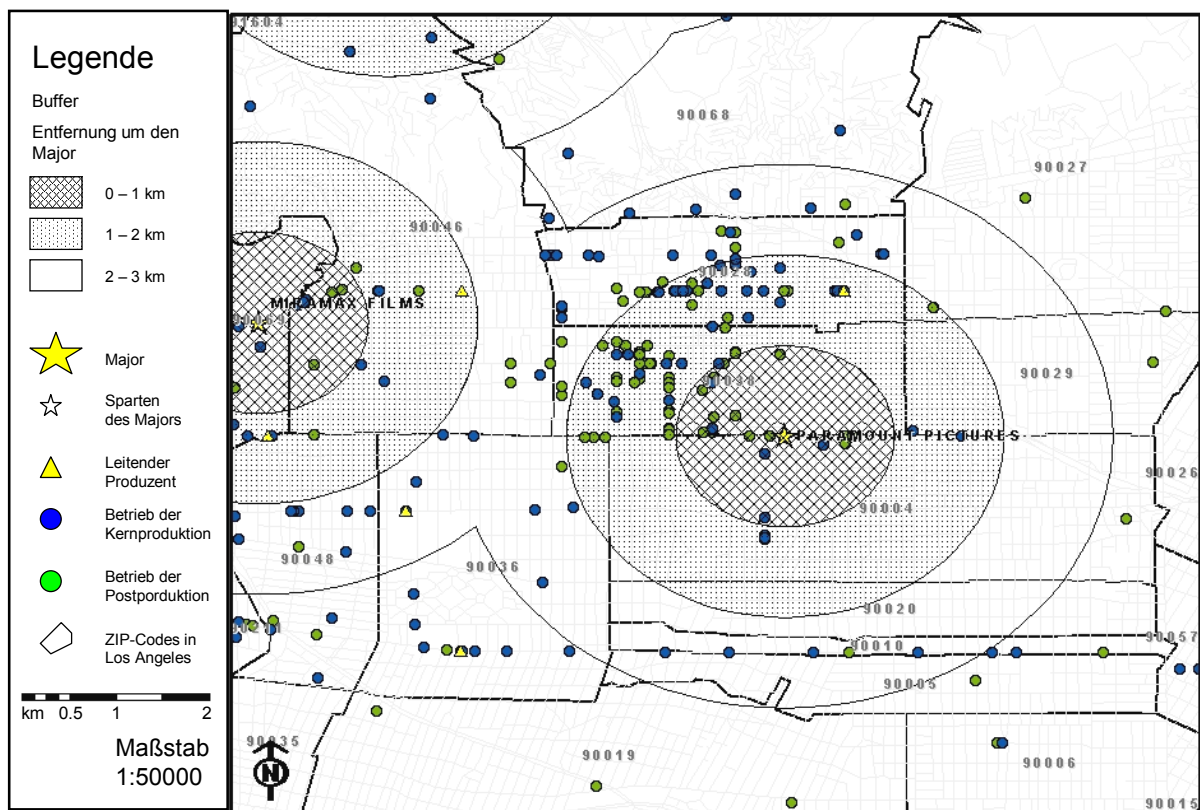


Abbildung 22 Film- und Fernsehcluster in Hollywood (Paramount Pictures)

Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

Dementsprechend wurden die Unternehmen der Postleitzahlbezirke 90028, 90038 in das Cluster aufgenommen. Gemäß Tabelle B-1⁸³ sind es die Bezirke mit der größten Anzahl an Betrieben (110 Betriebe (90038), 86 Betriebe (90028)). Somit umfasst das Cluster Hollywood 196 Unternehmen, darunter einen *Major* mit sechs quasi-abhängigen Unternehmen sowie ein leitender Produzent. Das Cluster besitzt folgende funktionale Struktur:

⁸² Letztere illustrieren die Abbildungen 7 auf Seite 34 und 9 auf Seite 37.

⁸³ Siehe hierzu in den Anhang B auf Seite 116.

Cluster in Hollywood (N=196 (100%))			
(a) Majors und Sparten*	Anzahl (Anteil)	(b) Leitende Produzenten	Anzahl (Anteil)
<i>Insgesamt</i>	7 (3,6%)	<i>Insgesamt</i>	1 (0,5%)
<i>Davon</i>			
<i>Major</i>	1 (0,5%)		
<i>Sparten</i>	6 (3,1%)		
(c) Spezialisierte Dienstleister (N=188 (95,9%))			
Produktion	Anzahl (Anteil)	Postproduktion	Anzahl (Anteil)
<i>Insgesamt</i>	76 (38,8%)	<i>Insgesamt</i>	112 (57,1%)
<i>davon (Mehrfachspezialisierung möglich)</i>		<i>davon (Mehrfachspezialisierung möglich)</i>	
<i>Filmproduktion</i>	48,7%	<i>Film</i>	66,1%
<i>Fernsehproduktion</i>	48,7%	<i>Sound-Musik</i>	50,9%
<i>Werbefilmproduktion</i>	39,5%	<i>Video</i>	41,1%
<i>Videoproduktion</i>	13,2%	<i>Animation</i>	10,2%
<i>Animationsproduktion</i>	11,8%		
<i>Sonstige Produktion</i>	9,2%		

Tabelle 15 Funktionale Struktur der Betriebe in Hollywood

Quellen: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

Vergleicht man die funktionale Struktur mit dem übergeordneten Bezugsraum Los Angeles⁸⁴, so ist die Werbefilmproduktion sowie die Postproduktion in dem Ressort Film und Sound deutlich überrepräsentiert. Zudem ist der Anteil der spezialisierten Dienstleister in der Postproduktion ungewöhnlich hoch. Aus diesem Sample wurden nun 16 Unternehmen und ein Vertreter des *Majors* befragt, so dass die Analyse 17 Unternehmen umfasst, von denen zehn ihre Haupttätigkeit im Bereich der Produktion und sieben im Bereich der Postproduktion ausübten⁸⁵. Die befragten Unternehmen werden in der Analyse genauer beschrieben.

4-2-2-2 Santa Monica

Das zweite untersuchte Cluster befindet sich in Santa Monica. Von der Entstehung her ist es die jüngste Ballung. Dabei schwappten erste Unternehmen der Film- und Fernsehproduktion erst Ende der 60er Jahre von Beverly Hills und Culver City Richtung Westen. Heutzutage wird dem Cluster ein hohes Wachstumspotential zugeschrieben, nicht nur wegen der Nähe

⁸⁴ Siehe Tabellen 13 und 14 auf Seite 62.

⁸⁵ Sicherlich ist das Sample nicht repräsentativ, dennoch wird es aufgrund des Umfanges dieser Industrie in Los Angeles wohl kaum möglich sein solch, eine qualitative Analyse durchzuführen. Letzteres gilt auch für die nächsten beiden Cluster.

zum Pazifik. Neben *Metro-Goldwyn-Mayer* haben sich MTV und EMI hier niedergelassen und sind in den letzten Jahren stark expandiert (Los Angeles Times 1995b). Abbildung 23 zeigt die räumliche Ballung. Dabei ist das Cluster nicht so stark konzentriert wie in Hollywood, vielmehr gibt es partielle Ballungen in der Nähe des *Majors* (90404 und 90025), am *Santa Monica Pier / 3rd Street Promenade* (90401) und in Venice südlich von Santa Monica (90291). Im Folgenden werden daher die Postleitzahlbezirke 90025 (Los Angeles), 90401, 90403, 90404, 90405 (Santa Monica) und 90291 (Venice) unter dem Cluster Santa Monica subsumiert.

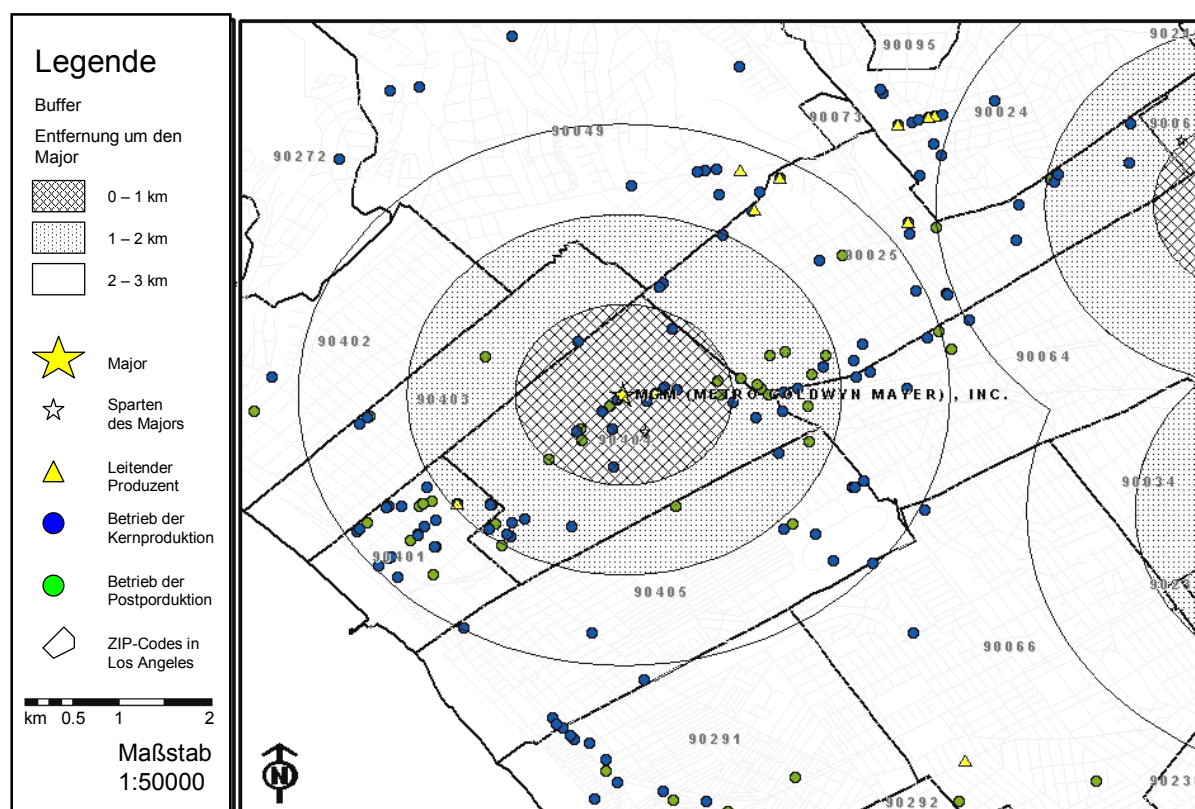


Abbildung 23 Film- und Fernsehcluster in Santa Monica (Metro-Goldwyn-Mayer)

Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

Das Cluster besteht somit aus 219 Unternehmen, von denen 199 den speziellen Dienstleistern zuzurechnen sind. Des weiteren existieren neben *Metro-Goldwyn-Mayer* als *Major* elf Zweigstellen diverser *Majors* und acht leitende Produzenten. Die funktionale Struktur entspricht weitgehend der des übergeordneten Bezugsraumes. Einzig die Nachbereitung von Videofilmen ist überrepräsentiert. Wiederum wurden 17 Unternehmen befragt und ein Repräsentant des *Majors* aufgesucht, wobei zehn Betriebe in der Produktion und acht in der Postproduktion anzusiedeln sind. Tabelle 16 zeigt die funktionale Struktur der Betriebe in Santa Monica.

Cluster in Santa Monica (N=219 (100%))			
(a) Majors und Sparten*	Anzahl (Anteil)	(b) Leitende Produzenten	Anzahl (Anteil)
<i>Insgesamt</i>	12 (5,5%)	<i>Insgesamt</i>	8 (3,8%)
<i>Davon</i>			
<i>Major</i>	1 (0,4%)		
<i>Sparten</i>	11 (5,1%)		
(c) Spezialisierte Dienstleister (N=199 (90,7%))			
Produktion	Anzahl (Anteil)	Postproduktion	Anzahl (Anteil)
<i>Insgesamt</i>	108 (49,3%)	<i>Insgesamt</i>	91 (41,6%)
<i>davon (Mehrfachspezialisierung möglich)</i>		<i>davon (Mehrfachspezialisierung möglich)</i>	
<i>Filmproduktion</i>	60,2%	<i>Video</i>	58,3%
<i>Fernsehproduktion</i>	44,4%	<i>Film</i>	49,4%
<i>Werbefilmproduktion</i>	22,2%	<i>Sound-Musik</i>	31,9%
<i>Videoproduktion</i>	16,7%	<i>Animation</i>	15,4%
<i>Animationsproduktion</i>	10,2%		
<i>Sonstige Produktion</i>	7,4%		

Tabelle 16 Funktionale Struktur der Betriebe in Santa Monica

Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

4-2-2-3 San Fernando Tal

Das dritte Cluster befindet sich im San Fernando Tal, nördlich des Ursprungsgebietes von Hollywood. Obwohl sich die *Majors* hier bereits in der 20er Jahren des letzten Jahrhunderts niedergelassen hatten, erfuhr das Cluster seinen eigentlichen Boom mit der Einführung des Fernsehens in den ersten beiden Dekaden nach dem Zweiten Weltkrieg (Los Angeles Times 1995a).

Abbildung 24 gibt das lokale Verteilungsmuster wieder. Dieses Cluster hat eine längliche Form und erstreckt sich vom Westen über Universal City (91608) und North Hollywood (91602) entlang der Produktionsstätten von *Warner Bros.* (91522) und *Walt Disney* (91521) hin bis in den Osten Burbanks. Stellvertretend für dieses Cluster stehen die oben genannten Postleitzahlbezirke sowie die Stadt Burbank (91502, 91505, 91506, 91522). Funktional gesehen umfasst das Cluster 235 Unternehmen, davon 190 spezielle Dienstleister, sieben leitende Produzenten sowie drei *Majors* mit 35 Zweigstellen. Letztere sind in dieser Ballung signifikant überrepräsentiert. Obwohl auch diese Ballung alle Stufen der Wertschöpfungskette beinhaltet, kann von einer Spezialisierung im Sinne der Animationsproduktion und der Nachbereitung von Filmen und Videos gesprochen werden.

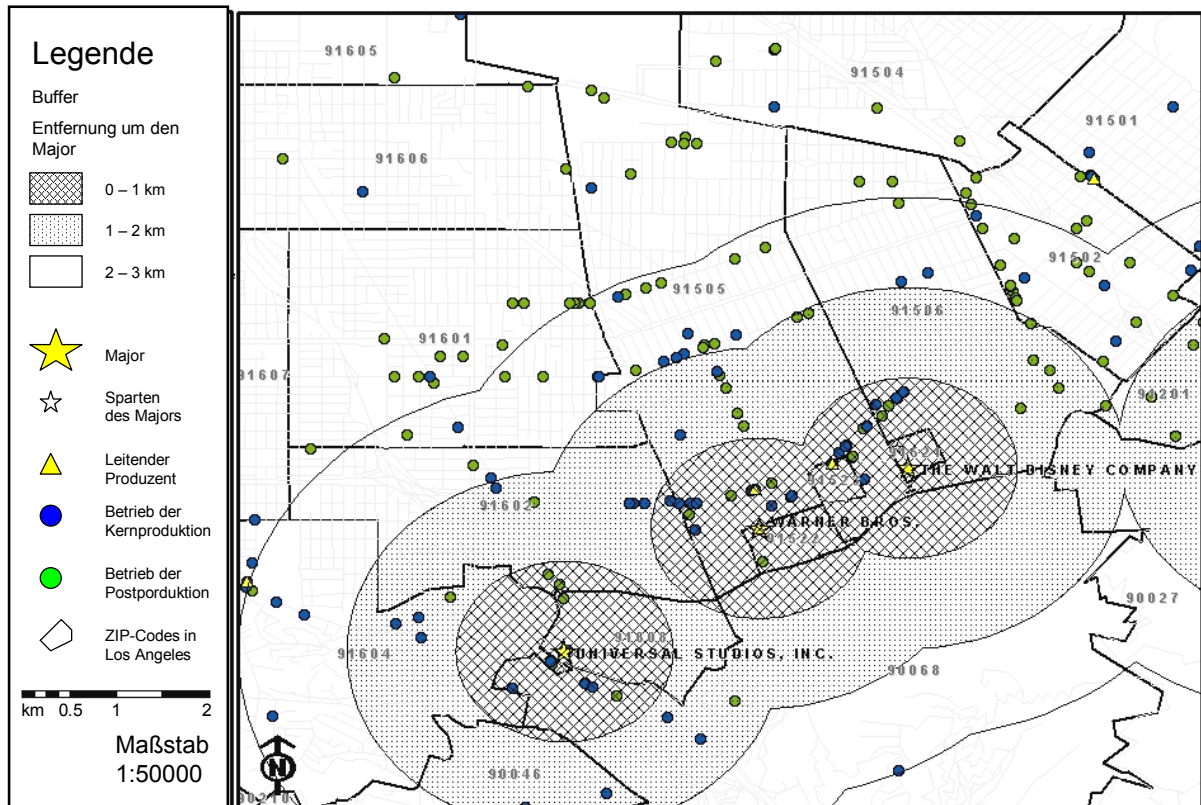


Abbildung 24 Film- und Fernsehcluster im San Fernando Tal (Universal, Warner, Disney)
Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004

Cluster San Fernando Tal (n=235 (100%))			
(a) Majors und Sparten*	Anzahl (Anteil)	(b) Leitende Produzenten	Anzahl (Anteil)
Insgesamt	38 (16,2%)	Insgesamt	7 (2,9%)
Davon			
Major	3 (1,3%)		
Sparten	35(14,9%)		
(c) Spezialisierte Dienstleister (n=190 (80,9%))			
Produktion	Anzahl (Anteil)	Postproduktion	Anzahl (Anteil)
Insgesamt	81 (34,5%)	Insgesamt	109 (46,4%)
davon (Mehrfachspezialisierung möglich)		davon (Mehrfachspezialisierung möglich)	
Filmproduktion	49,4%	Film	63,3%
Fernsehproduktion	42,0%	Video	57,8%
Animationsproduktion	21,0%	Sound-Musik	36,7%
Videoproduktion	14,8%	Animation	14,7%
Werbefilmproduktion	8,6%		
Sonstige Produktion	11,1%		

Tabelle 17 Funktionale Struktur der Betriebe im San Fernando Tal

Quelle: eigene Darstellung n. HCD 2001-2004

Tabelle 17 zeigt die Positionierung der einzelnen Betriebe in der Wertschöpfungskette.

Im Rahmen dieses Clusters wurden 15 Unternehmen befragt, zwei Vertreter von *Majors* konsultiert und Information über einen *Major* indirekt über einen Experten eingeholt.

Funktional gesehen umfasst das Cluster 235 Unternehmen, davon 190 spezielle Dienstleister, sieben leitende Produzenten sowie drei *Majors* mit 35 Zweigstellen. Letztere sind in dieser Ballung signifikant überrepräsentiert. Obwohl auch diese Ballung alle Stufen der Wertschöpfungskette beinhaltet, kann von einer Spezialisierung im Sinne der Animationsproduktion und der Nachbereitung von Filmen und Videos gesprochen werden. Im Rahmen dieses Clusters wurden 15 Unternehmen befragt, zwei Vertreter von *Majors* konsultiert und Information über einen *Major* indirekt über einen Experten eingeholt.

4-3 Analyse der Produktionscluster

Die Analyse der Produktionscluster orientiert sich eng am Aufbau des Gesprächsleitfadens und umfasst deshalb drei Teile, die die allgemeine Charakteristik sowie die Positionierung der Unternehmen, deren Standortentscheidungsprozesse sowie eine Netzwerkanalyse beinhalten.

4-3-1 Charakteristika der Unternehmen

Neben harten ökonomischen Determinanten wie Mitarbeitern und Umsatz sowie deren Entwicklung werden die Tätigkeitsfelder der befragten Betriebe klassifiziert. Letzteres geschieht im Sinne der bereits verwendeten funktionalen Gliederung der Produktion und Postproduktion sowie der jeweiligen Teilbereiche in den Abbildungen 25 und 26. Demnach verteilt sich die Grundgesamtheit der 53 befragten Unternehmen auf 32 Betriebe, die in der Produktion tätig sind, und 21 Betriebe, die ihr Hauptaugenmerk auf die Postproduktion legen.

Abbildung 25
Tätigkeitsfelder der befragten Betriebe in der Kernproduktion

Quelle: eigene Darstellung

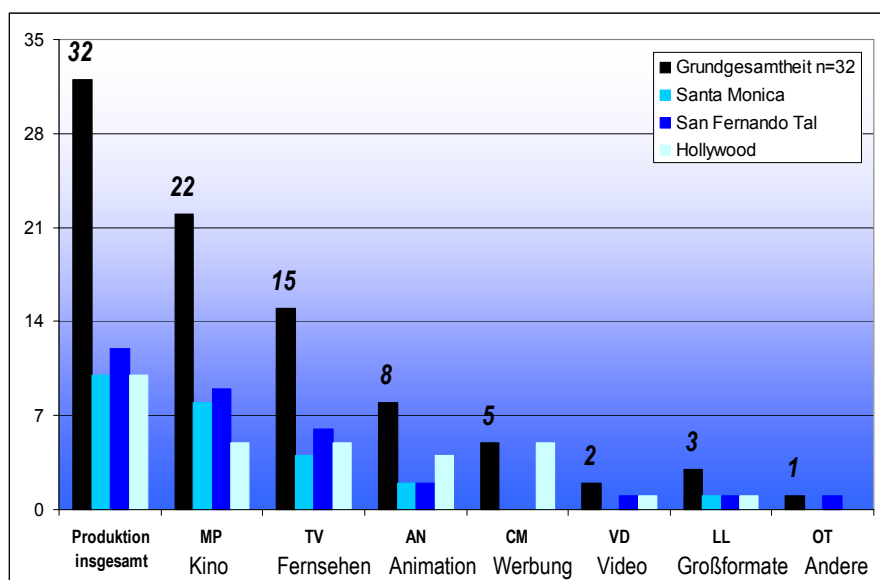
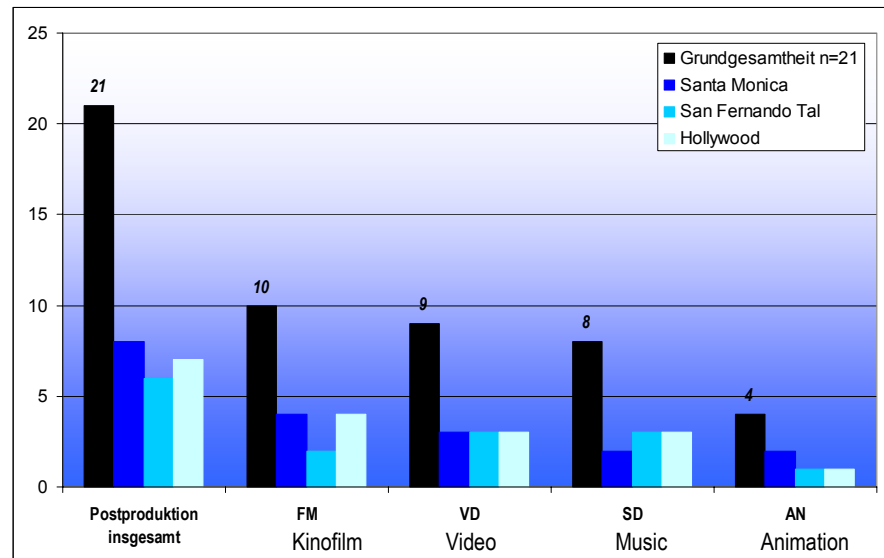


Abbildung 26
Tätigkeitsfelder der
befragten Betriebe in
der Postproduktion

Quelle: eigene
Darstellung



Innerhalb der einzelnen Cluster ist das Verhältnis der befragten Betriebe zwischen der Produktion und Postproduktion relativ gleich⁸⁶, was auch als guter Vergleichsmaßstab für weitere Ausführungen dient. Darüber hinaus weisen alle drei Cluster fast die komplette Bandbreite an Produktions- und Postproduktionsfunktionen auf, einzige Ausnahme ist die Werbefilmproduktion, die nur in Hollywood vertreten ist. Den Fokus bildet jeweils die Filmproduktion und -nachbearbeitung. Die Betriebsgrößen der befragten Unternehmen reichen vom Ein-Mann-Geschäft bis zu den über 7300 Beschäftigten starken *Majors*. Die Intervalle der Betriebsgrößen hinsichtlich der Erwerbspersonen⁸⁷ in Tabelle 18 richten sich aufgrund von Vergleichszwecken an der Gliederung der offiziellen Statistik des *US Census Bureaus*.

Mitarbeiter	1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-249	250-499	500-999	>1000
Santa Monica	6	-	3	3	1	2	1	1	1
San Fernando	6	1	3	3	-	2	-	-	3
Hollywood	2	3	3	5	-	1	2	-	1
Insgesamt	14	4	9	11	1	5	3	1	5
(in %)	26	8	17	21	2	9	6	2	9
Durchschn. Beschäftigte	2,9	6,3	12,8	25,9	52,0	150	292	875	k. A.

Tabelle 18 Betriebsgrößen der befragten Unternehmen (N=53)

Quelle: eigene Darstellung

⁸⁶ Während in Santa Monica und Hollywood jeweils zehn Betriebe in der Produktion sowie acht (SM) und sieben (HW) in der Postproduktion tätig sind, sind es im San Fernando Tal derer zwölf (P) bzw. sechs (PP). Selbstverständlich wird nur die Haupttätigkeit in Betracht gezogen, wobei einige Betriebe eine weitaus breitere Produktpalette anbieten.

⁸⁷ Es wurden aufgrund der projektabhängigen Arbeitsweise nur die festen Mitarbeiter einbezogen.

Bezogen auf die offiziellen Angaben zu den Betriebsgrößen dieser Cluster in Abbildung B-2 ergeben sich einige Abweichungen⁸⁸.

Während die Kleinstbetriebe (ein bis vier Beschäftigte) mit knapp über einem Viertel an der Zahl stark unterrepräsentiert sind, sind mittelgroße Betriebe (20 bis 49 Beschäftigten) mit 21% zahlreich vorhanden, Betriebe mit 100 bis 249 Beschäftigten sowie die großen Medienkonglomerate sind stark überrepräsentiert. Interessant ist auch die Struktur innerhalb der Cluster. Dabei sind in Hollywood Betriebe mit 20 bis 49 Beschäftigten am häufigsten vorhanden. Demgegenüber sind es in Santa Monica und im San Fernando Tal die Kleinstbetriebe, wobei letztgenannte räumliche Ballung vor allem durch *Majors* beeinflusst wird. Die Zahlen spiegeln die Vermutungen einzelner befragter Akteure (SF5, SM3, HW6) wider⁸⁹. „The good old Hollywood district today functions more as a cinematic heritage and a tourist attraction at the same time. Famous locations around Gower and Vine Street have been bought or rented by striving medium-sized firms, whereas huge feature film production companies are located in Burbank, Culver or Studio City. The plain reason is space availability. Even suburban districts like Northridge or Chatsworth in the North are catching up“ (HW6). Demgegenüber ist das Cluster im San Fernando Tal durch eine auftragsbedingte oder projekthafte Zusammenarbeit zwischen *Majors* und flexibel spezialisierten Dienstleistern gekennzeichnet und entspricht bis heute der von *Christopherson* und *Storper* (1986) Ende der 80er Jahre beschriebenen Struktur. „Feature film studios and TV networks keep us alive!“ (SF5). Diese Dualität ist in Santa Monica nicht so stark ausgeprägt, vielmehr sind unterschiedliche Betriebsgrößen vorhanden. „EMI and MTV moved to Santa Monica several years ago. Once known cause of producing music they are now even shootin´ movies. Borders have diminished; it is hard to distinguish whether or not you are in the moving picture industry. They call it entertainment“ (SM3). Dieses Statement unterstreicht die Konvergenz der Unterhaltungsindustrie und verwässert etwas diese Dualität.

Dabei spielen freie Mitarbeiter eine immer größere Rolle und werden je nach Auftragslage und Projektumfang hinzugezogen. Folglich war die genaue Anzahl der freien Mitarbeiter nur in sehr wenigen Fällen festzustellen, vielmehr wurden oftmals Intervalle bezüglich der freien Beschäftigten angegeben. Dies ist ein erstes Zeichen für einen relativ unregulierten Arbeitsmarkt. Insofern macht es mehr Sinn, neben absoluten Zahlen auch die Entwicklungstendenzen der Beschäftigungsverhältnisse anzugeben.

⁸⁸ Siehe Anhang B, Seite 117.

⁸⁹ Im Folgenden werden für befragte Unternehmen aus den einzelnen Clustern folgende Kürzel verwendet: SM für Santa Monica, HW für Hollywood sowie SF für das San Fernando Tal.

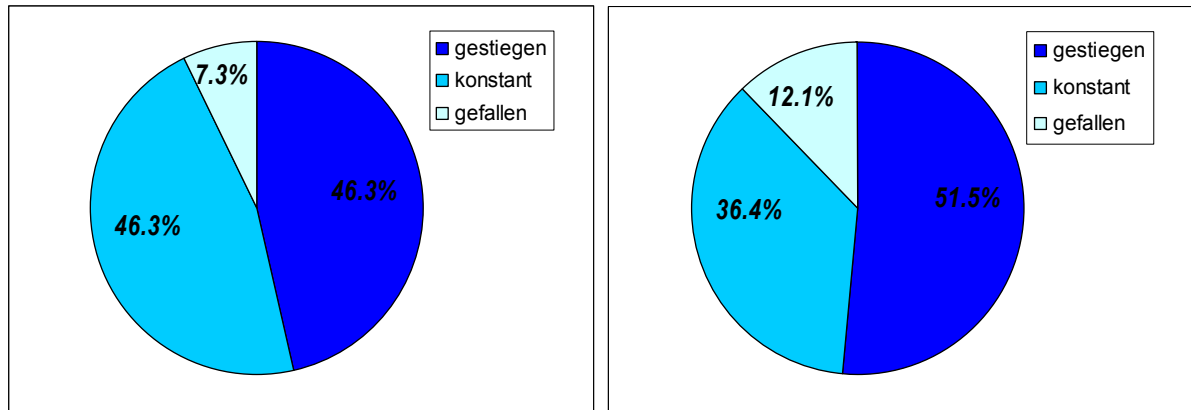


Abbildung 27 Entwicklung des festen Mitarbeiterstamms (links) (N=41) sowie der freien Mitarbeiter (rechts) (N=33)

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 27 verdeutlicht, dass fast jeder zweite Betrieb eine Erwerbszunahme sowohl seitens der festen als auch der freien Mitarbeiter⁹⁰ verzeichnen konnte.

Letzteres wurde auch für den Umsatz gemacht, obwohl hier eine absolute Klassifizierung gemäß Umsatzvolumen entsprechend indirekt das Kontinuum der Betriebsgrößen wiedergibt⁹¹. Das Sample setzt sich also auch hinsichtlich des Umsatzes aus verschiedensten Unternehmensgrößen zusammen. Kleine und mittlere Unternehmen stehen den großen *Majors* gegenüber. Dementsprechend schwanken auch die jährlichen Umsatzvolumina zwischen 93500 und 9 Mrd. Dollar. Ähnlich wie bei den Zahlen zu den Erwerbspersonen schlägt sich der positive Trend auch in der Umsatzentwicklung nieder, auch wenn fast jeder fünfte Betrieb Umsatzeinbußen vermelden muss. Dieses ist insbesondere in Santa Monica der Fall, einschränkend sei jedoch vermerkt, dass hier fünf der befragten Betriebe kurz vor der Schließung standen⁹².

Was auf den ersten Blick ein ungewöhnliches Sample darstellt, illustriert auf der anderen Seite die Grundzüge dieser Industrie in Los Angeles County vom selbständigen Spezialisten der visuellen Effekte (SM3) bis zum vertikal und virtuell integrierten Medienkonglomerat (HW10).

⁹⁰ Leider konnten hier nur unvollständige Angaben eingeholt werden, was teils an den undurchsichtigen Arbeitsstrukturen, teils an der Mitteilungsbefugnis der Gesprächspartner lag. Gleiches gilt auch für die Umsätze in Abbildung 28. Immer wieder tauchten andere temporäre Arbeitsformen wie „Projectagent“ oder „Freelancer“ auf. Letztere wurden in die Kategorie der freien Mitarbeiter eingeordnet, obwohl hierzu wohl auch feste „freie“ Erwerbspersonen gehören.

⁹¹ Hier lag die Schwierigkeit bei der Abgrenzung einzelner Zweigstellen vom Mutterkonzern, oftmals lagen den Gesprächspartnern nur Zahlen des Gesamtkonzerns vor.

⁹² Dabei war die Ursache der Schließung auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Wie Tabelle B-2 auf Seite 118 verdeutlicht, sind neben klassischen finanziellen Motiven auch ein altersbedingter Rücktritt, eine schlichte Auflösung oder Verwirrung der Betriebe angegeben.

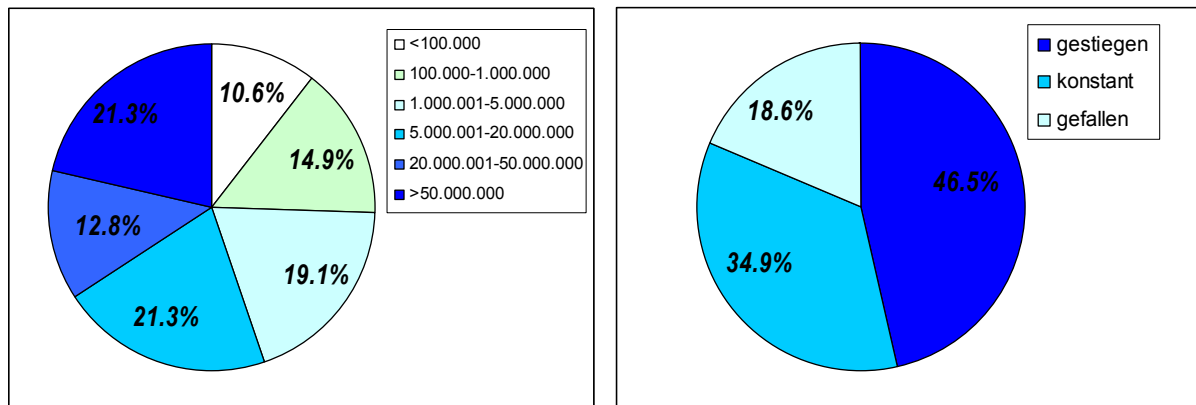


Abbildung 28 Umsätze der befragten Unternehmen (N=52) und deren Entwicklung (N=43)
 Quelle: eigene Darstellung

Deswegen wird im Zusammenhang mit der Film- und Fernsehindustrie in Hollywood auch von einem „bifurcated production system“ (Scott 2002 S.961) oder „tripartite system“ (Scott 2002 S.964) gesprochen. Dieser Segmentierung der Betriebe bezüglich ihrer Hierarchie im Produktionsprozess wird das bereits vorgestellte Modell in Abbildung 15 mit den drei innersten Ringen ebenfalls gerecht.

4-3-2 Standortentscheidungsprozesse

Der zweite große Themenkomplex der Analyse umfasst Standortentscheidungsprozesse der befragten Unternehmen. Durch die Einbeziehung branchenspezifischer Arbeitsweisen und Produktionsstrukturen sollen Standortkriterien der Film- und Fernsehindustrie aufgezeigt werden. Da diese Arbeit die Clusterung und Vernetzung der Betriebe untersucht, ist zunächst die Art und Weise der Gründung von Belang. Neben Ort und Zeit der Unternehmensgründung wurde auch nach Gründungsprozessen wie Neugründungen, Ausgründungen (*Spin-offs*), Verlagerungen und Filialgründungen gefragt. Sie sind entscheidend bei der Entstehung und Entwicklung von Clustern und eröffnen im Rahmen der Inkubator- und Saatbeethypothese weitere Hinweise, die eine aktuelle Einordnung der Cluster in das Modell der geographischen Industrialisierung erlauben. Diese Ereignisse sind im Rahmen der in Kapitel 3 beschriebenen Historie zu sehen. Weitere Fragen, die es noch zu beantworten gilt, betreffen die gezielte Standortsuche, mögliche Alternativstandorte oder den Einfluss des Wohnortes bzw. der Bildungsanstalt. Resümierend lässt sich fragen, ob der gegenwärtige Sitz der Unternehmen das Produkt einer rationalen Standortsuche ist. Hierfür wurden eigens 14 Faktoren zusammengetragen, die von den Befragten nach der Wichtigkeit für ihre Standortentscheidung bewertet werden sollen. Da hier lokale Cluster und Netzwerke erklärt werden sollen und die räumliche Konzentration eine Rolle spielt, liegt das Augenmerk des

Fragebogens auf der Einschätzung von Nähe⁹³. Nähe zu Zulieferern, strategischen Partnern oder zu Vermittlungs- und Transfereinrichtungen bildet neben harten Standortfaktoren wie bspw. der lokalen Infrastruktur sowie weichen unternehmens- und personenbezogenen Standortfaktoren (Image des Standorts, kulturelles und soziales Umfeld) das Spektrum des Erkenntnisinteresses. Zudem wurden die Gewerbetreibenden gebeten, sämtliche Faktoren aus heutiger Sicht und zum Zeitpunkt der Niederlassung zu evaluieren. Dieses sollte eine Längsschnittsbetrachtung möglich machen.

Wie eingangs bereits angesprochen, divergieren die befragten Unternehmen nicht nur hinsichtlich ihrer Umsätze und ihrer Beschäftigtenzahl sondern auch hinsichtlich ihrer Gründungsdaten. Die Spanne reicht zwischen dem Jahr 1912 (SF18) eines großen *Majors* und 2002 (SM17) eines Kinofilmproduzenten. Die folgende Tabelle unterstreicht die Heterogenität dieses Samples.

Gründungsjahr / Standort	Bis 1930	1931-1960	1961-1980	1981-1990	1991-2000	Ab 2001
<i>Santa Monica</i>	1	-	1	7	8	1
<i>San Fernando Tal</i>	3	-	4	7	4	-
<i>Hollywood</i>	1	1	1	9	4	1
Insgesamt	5	1	6	23	16	2

Tabelle 19 Gründungsdaten der befragten Unternehmen (N=53)

Quelle: eigene Darstellung

Die Intervalle der Dekaden sind jeweils so angeordnet, dass die einzelnen Epochen Hollywoods sichtbar werden, damit der Werdegang der Cluster analysiert werden kann⁹⁴.

Betrachtet man das gesamte Sample als Aggregationsebene, fällt auf, dass vor allem in den beiden letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts die meisten Gründungen stattgefunden haben. Dies ist nicht weiter verwunderlich, haben doch die Reorganisation der Industrie in den späten 70er Jahren und die Deregulierungsmaßnahmen seitens der *Reagan*-Administration ab Anfang der 80er Jahre zur flexiblen Spezialisierung geführt und somit einen Gründungsboom ausgelöst. Der Peak der Gründungsaktivität liegt hier zwischen 1981 und 1990 mit 23 Gründungen. In den turbulenten Jahren zwischen 1961 und 1980 fanden immerhin noch sechs Gründungen statt, wo hingegen die Epoche 1931 bis 1960 nur eine einzige Gründung aufweist. Letzteres lässt sich dadurch erklären, dass es nach der Konsolidierungsphase des *Studio Systems* und durch die Auswirkungen des *Paramount*-Urteils bis 1960 kaum zu neuen

⁹³ Ein Blick auf den Standortkatalog des Questionnaires im Anhang A auf den Seiten 113 und 114 zeigt die Ausrichtung der Standortfaktoren auf räumliche Nähe. Denn sie ist die Schlüsseldeterminante, um Netzwerke und Cluster zu erklären, um denn Sinn und Zweck des Forschungsvorhabens zu erklären.

⁹⁴ Siehe zum Verständnis dieser Einteilung die Kapitel 3-1 bis 3-4.

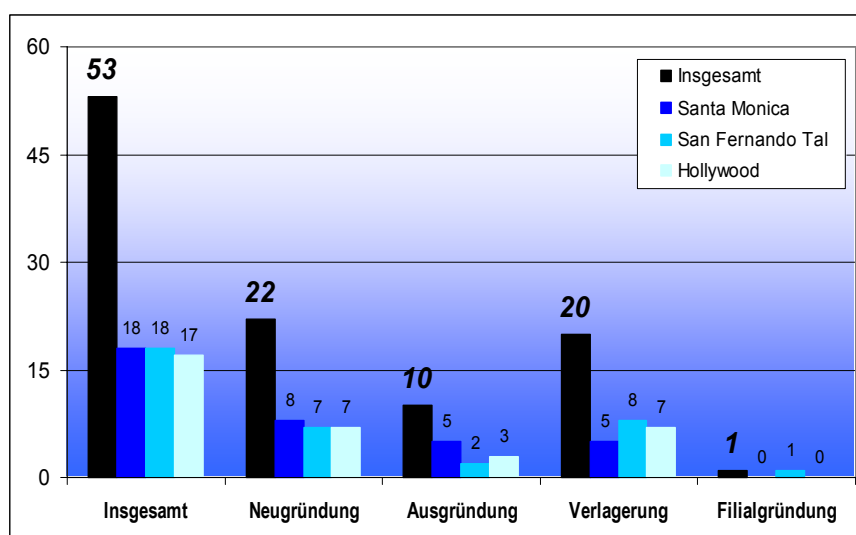
Niederlassungen kam. In der Zeit bis 1930, also unmittelbar vor der Goldenen Ära Hollywoods, sind fünf Gründungen im Sample enthalten, die von den *Majors* (SM1, HW10, SF11, 14, 18) abstammen. Das durchschnittliche Alter eines Unternehmens beträgt etwa 20 Jahre. Betrachtet man hingegen die einzelnen Cluster, lassen sich anhand der Gründungsaktivitäten interessante Schlussfolgerungen ziehen. Die Cluster Hollywood sowie San Fernando Tal sind auf der Basis, der im Sample enthaltenen Unternehmen, in etwa gleich alt, das Cluster Santa Monica ist in etwa sieben Jahre jünger. Hier wurden die meisten Betriebe auch zwischen 1991 und 2000 ins Leben gerufen⁹⁵.

Diese Befunde entsprechen der Auffassung, dass die ersten Unternehmen der Film- und Fernsehindustrie erst in den 60er und 70er Jahren nach Santa Monica kamen.

Doch weshalb hat das Cluster Hollywood als Ursprungsgebiet der Industrie nicht das höchste Durchschnittsalter im Sample? Diese Frage lässt sich durch folgende Argumente beantworten. Erstens gibt es nur noch wenige Betriebe außer den *Majors*, die in der Zeit vor dem *Paramount*-Urteil eröffnet worden sind und heute noch bestehen⁹⁶. Zweitens stammen allein vier Gründungen im San Fernando Tal aus der Zeit von 1961 bis 1980, diese Epoche ist auch als die Geburtsstunde dieses Clusters zu verstehen. Drittens müssen die einzelnen Gründungsprozesse im Detail betrachtet werden, um zu sehen, dass in Hollywood viele Unternehmen ansässig sind, die erst später an diesen Standort verlagert wurden. Eine gute Übersicht hierzu bietet Abbildung 29. Sie illustriert die Art der Gründungsaktivitäten, dabei sind Neugründungen und Verlagerungen dominierend⁹⁷.

Abbildung 29
Gründungsaktivitäten
der befragten Betriebe

Quelle: eigene
Darstellung



⁹⁵ Sicherlich hat die Einschränkung im Jahre 1991 sowie die vollständige Abschaffung der *Fin-Syn*-Regeln im Jahre 1993 dazu beigetragen (Véron 1999 S.11ff.). Siehe dazu auch Fußnote 53, Seite 46.

⁹⁶ Bei der Ermittlung des Durchschnittsalters der Unternehmen in einem Cluster wurde im Cluster San Fernando Tal nur ein *Major* Studio mit in die Kalkulation aufgenommen, da das Durchschnittsalter aufgrund der drei lokalisierten *Majors* sonst auf knapp 30 Jahre zu datieren wäre.

⁹⁷ Hierzu eine detaillierte Analyse in Tabelle B-2 auf Seite 118.

Diese halten sich in San Fernando und Hollywood in etwa die Waage. Neben den zahlreichen Neugründungen traditionsreicher Betriebe in den 80er Jahren ist die Betrachtung von Verlagerungen erwähnenswert.

Der Aufstieg ehemals kleiner und mittlerer Unternehmen hat zu einer Verlagerung aus Randgebieten wie Sun Valley (SF2) oder Westlake Village (HW9) an die prestigeträchtigen Standorte Hollywoods und Burbanks geführt. Gründe hierfür sind, wie aus den Abbildungen 30 und 31 ersichtlich, in der besseren lokalen Infrastruktur, lokalen Marktchancen oder der Reputation der Standorte zu suchen.

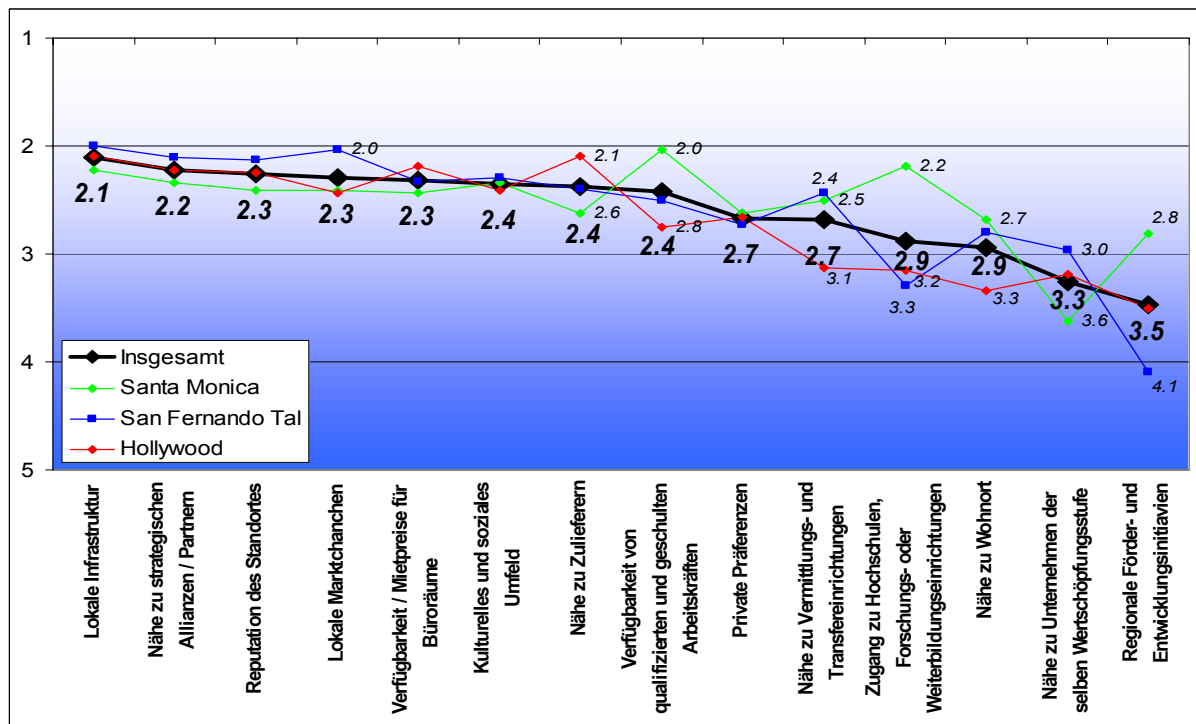


Abbildung 30 Relevanz von Standortfaktoren in den einzelnen Clustern (N=48)

* Von den Majors konnten keine Informationen eingeholt werden.

Quelle: eigene Darstellung

In Santa Monica sind hingegen auch Ausgründungen gut vertreten, was auf die Nähe und Wichtigkeit universitärer und schulischer Weiterbildungseinrichtungen hinweist. Dieses spiegelt auch die differenzierte Betrachtung der Standortfaktoren wider. Vor allem der Zugang zu Hochschulen, Forschungs- oder Weiterbildungseinrichtungen (SM, Note 2,2) oder die Verfügbarkeit qualifizierten und geschulten Personals (SM, Note 2,0) sind in Santa Monica im Gegensatz zu den beiden anderen Clustern besonders gefragt. Unlängst ist es eben ein Mix aus harten (Verfügbarkeit von Büroräumen) und weichen unternehmens- und personenbezogenen (Reputation des Standortes und kulturelles / soziales Umfeld) Standortfaktoren, der den Ausschlag für die Standortentscheidung gibt. Dennoch haben harte Standortfaktoren keineswegs ihre Bedeutung verloren, wie die Längsschnittsbetrachtung der

Kriterien illustriert. Abbildung 31 zeigt, dass gerade die klassischen harten Standortfaktoren wie die lokale Infrastruktur, lokale Marktchancen oder die Mietpreise für Büroräume zum Zeitpunkt der Niederlassung in allen drei Clustern noch ein wenig besser abschneiden als der Rest.

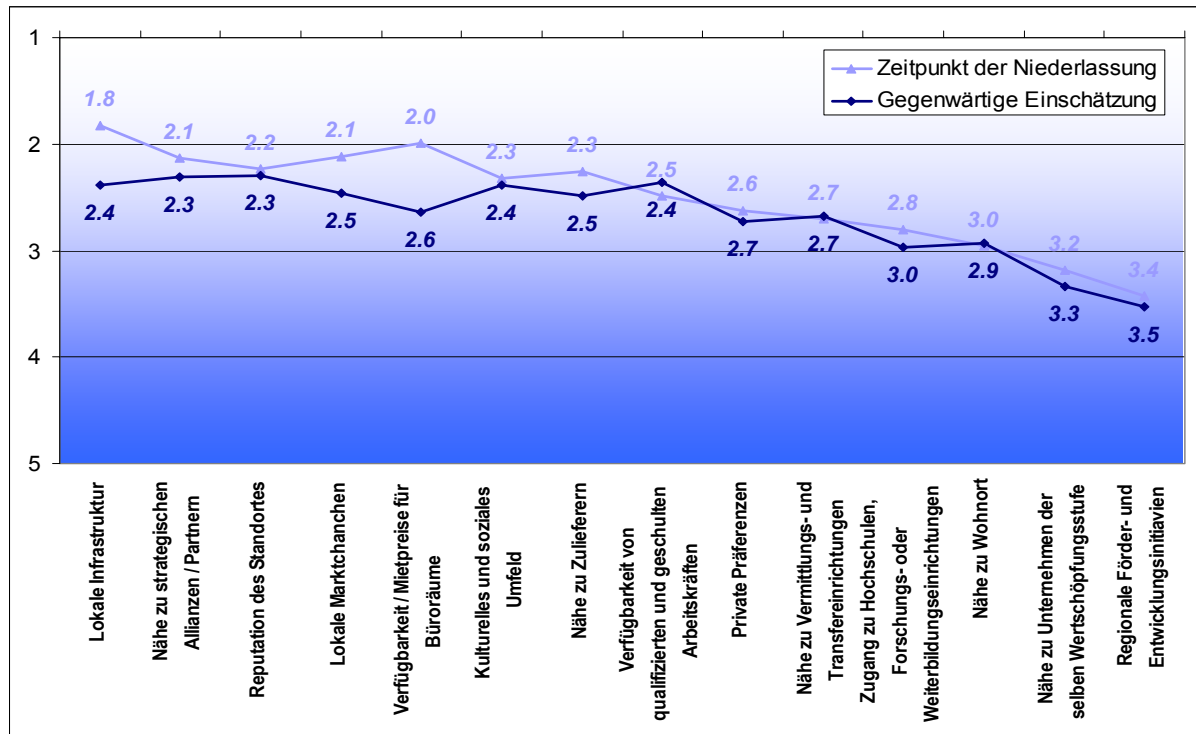


Abbildung 31 Relevanz von Standortfaktoren zu verschiedenen Zeitpunkten (N=48)

* Von den Majors konnten keine Informationen eingeholt werden.

Quelle: eigene Darstellung

Obwohl regionale Förder- und Entwicklungsinitiativen eine nachgeordnete Rolle spielen, werden sie innerhalb der Cluster relativ unterschiedlich bewertet. Besonders in Santa Monica ist das der Fall, wo diese Impulse als wichtig erachtet werden. Dies hat sicherlich mit der Konvergenz der Unterhaltungsindustrien und der aufkommenden Unsicherheit innerhalb dieses relativ jungen Clusters zu tun, bei dem diese lokalpolitischen Instrumente als unterstützende Koordinationsmechanismen angesehen werden (bspw. SM2, 4, 6, 12, 15). Im San Fernando Tal sind es hingegen in hohem Maße immer noch die Gewerkschaften, die die Arbeitsprozesse regulieren und solche Maßnahmen zusammen mit der Präsenz finanzstarker *Majors* als nebensächlich erscheinen lassen (SF4, 9).

Trotzdem ist bisher recht wenig über die Vernetzung der Cluster gesagt worden. Um dies zu erreichen und den Zweck dieser Arbeit zu erfüllen, lohnt ein Blick auf die Nähe zu Kunden, Zulieferern, strategischen Partnern sowie Unternehmen derselben Wertschöpfungsstufe.

Während die Nähe zu strategischen Partnern (Note 2,2) und Zulieferern (Note 2,4) als wichtig erachtet wird, ist Letztere bei Unternehmen derselben Wertschöpfungsstufe (Note 3,3)

unerwünscht. Motive dafür sind Konkurrenzgedanken vieler befragter Unternehmer (bspw. SM18, SF15, HW12) sowie deren Existenzängste. „It’s like in a water pond full of piranhas. You’ll be better the first one to grab the chunk of meat thrown into that basin. Because next time you’ll probably not exist anymore“ (HW12). Wie sich dabei die Nähe zu Unternehmen vor- oder nachgelagerter Wertschöpfungsstufen in einer Vernetzung oder eben Nicht-Vernetzung der Betriebe untereinander niederschlägt, ist die Aufgabe der Netzwerkanalyse.

4-3-3 Netzwerkanalyse

Da die grundsätzlichen Aufgaben der Netzwerkanalyse bereits im methodischen Teil beschrieben wurden, wird hier nur kurz auf das Ziel des Vorgehens verwiesen. Das Hauptanliegen dieses Schrittes ist das Aufzeigen der „Qualität der sozialen Organisation der Clusterformation“ (Krätke / Scheuplein 2001) in Form potentieller Netzwerke, die nicht nur von konjunkturellen Zyklen oder Branchentendenzen abhängig sind. Dabei werden vier Ebenen der strukturellen Netzwerkforschung benutzt, um dieses schwer erfassbare Merkmal zu dokumentieren: das Unternehmensnetzwerk, das Transaktionsnetzwerk, das Kommunikationsnetzwerk sowie informelle Netzwerke.

4-3-3-1 Das Unternehmensnetzwerk

Zunächst wird im Rahmen des Unternehmensnetzwerks die Vernetzung zwischen den befragten Betrieben beschrieben. Abbildung C-1 zeigt das Unternehmensnetzwerk⁹⁸. Die Sterne markieren die fünf in die Analyse einbezogenen *Majors* und die gestrichelte Aura jeweils deren Produktionsgelände. Die drei Rechtecke beschreiben die Cluster Santa Monica im Westen, Hollywood im Südosten und das San Fernando Tal im Nordosten⁹⁹.

Mittels dieser Illustration können so clusterinterne und -externe Verbindungen, in anderen Worten die Einbindung des Clusters in die Region, herausgearbeitet werden. Hierbei handelt es sich um ungerichtete Transaktionsbeziehungen. Visuell lässt sich ein partielles Unternehmensnetzwerk ausmachen, obwohl die Hälfte der Unternehmen in Santa Monica und in Hollywood nicht daran teilnehmen. Das am häufigsten in das Unternehmensnetzwerk eingebundene Cluster ist zweifelsohne das San Fernando Tal. Letzteres gilt sowohl für die clusterinternen als auch die clusterexternen Beziehungen. Dabei symbolisieren die roten Verbindungen die clusterinterne Dimension.

⁹⁸ Sämtliche Abbildungen und Tabellen zur Netzwerkanalyse (4-3) sind im Anhang C ab Seite 119 einzusehen.

⁹⁹ Diese schematische Darstellungsweise wurde bewusst ausgewählt, um so wenig wie möglich Rückschlüsse auf die befragten Unternehmen zu garantieren. So soll die Privatsphäre der Betriebe gewährleistet werden. Gleichzeitig erlauben die abstrakten Grenzen die räumliche Zuordnung.

Die clusterinternen Verbindungen lassen sich auch analytisch unter Zuhilfenahme von Soziomatrizen¹⁰⁰ anhand der Netzwerkdichte vergleichen. Die Netzwerkdichte des gesamten Unternehmensnetzwerks (N=53) ist mit 0,048 (also knapp 5% an allen möglichen Verbindungen) relativ gering¹⁰¹.

Berechnung der Netzwerkdichte:

$$\Delta_k = \frac{\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N x_{ijk}}{N(N-1)} \quad \text{für } i \neq j \quad \Delta_{UNW} = \frac{66+66}{53(52-1)} = 0,048$$

San Fernando Tal:

Santa Monica:

Hollywood:

$$\Delta_{UNW_{SF}} = \frac{24+24}{18(18-1)} = 0,157 \quad \Delta_{UNW_{SM}} = \frac{6+6}{18(18-1)} = 0,039 \quad \Delta_{UNW_{HW}} = \frac{10+10}{17(16-1)} = 0,074$$

Vergleicht man dagegen die Netzwerkdichten der jeweiligen Cluster, offenbaren sich deutliche Differenzen. Während in Santa Monica die Netzwerkdichte mit knapp 4% noch geringer ist, sind Hollywood und das San Fernando Tal weitaus stärker integriert. Der Wert aus dem Cluster San Fernando Tal von 0,157 ist als sehr hoch einzuschätzen und entspricht dem des Transaktionsnetzes in der Filmwirtschaft in Potsdam / Babelsberg (Krätke / Scheuplein 2001 S.121f.). Betrachtet man das Unternehmensnetzwerk von Santa Monica, sieht man, dass der dort ansässige *Major* (SM1) clusterintern nur eine Transaktionsbeziehung zu einem unabhängigen Filmproduzenten (SM2) unterhält. Dies ist in Hollywood und im San Fernando Tal ganz anders, hier lassen sich die *Majors* (HW10, SF11, 14, 18) mit jeweils drei bis fünf clusterinternen Verbindungen klar als die zentralen Akteure identifizieren. Auch bei den clusterexternen Verflechtungen entpuppen sich die *Majors* als fokale Unternehmen. Ein geeignetes Maß, den Grad der Verbundenheit der Akteure zu bestimmen, ist die *degree*-basierte Zentralität $C_D(n_i)$, die in den vorliegenden, ungerichteten symmetrischen Netzwerken, dem *degree* d_i des befragten Unternehmens entspricht (Jansen 1999 S.125).

$$\text{Berechnung der } degree\text{-basierten Zentralität: } C_D(n_i) = d_i = \sum_j x_{ij} = \sum_j x_{ji} \quad \text{für } i \neq j$$

Um den Grad der Verbundenheit vergleichbar zu machen, wird das Maß standardisiert.

$$C'_D(n_i) = d_i / (n-1) * 100 \quad \text{Bsp. } C'_D(SF18) = 8 / (53-1) * 100 = 15,38$$

Die nachstehenden Tabellen 20 und 21 verdeutlichen die standardisierten *degree*-Werte der zentralsten Akteure im Unternehmensnetzwerk insgesamt sowie in den einzelnen Clustern.

¹⁰⁰ Anhang C zeigt bspw. die Soziomatrix für das San Fernando Cluster in Tabelle C-1 auf Seite 119.

¹⁰¹ Erstaunlicherweise gleicht der Wert demjenigen in der Studie von Krätke und Scheuplein zur Holzwirtschaft Brandenburgs (0,044) (Krätke / Scheuplein 2001 S.171f.).

Rang	Akteur	degree	Funktion	Beschäftigungsklasse
1	SF18	15,38	Major-Studio	>1000
2	HW10	11,53	Major-Studio	>1000
2	SF14	11,53	Major-Studio	>1000
4	SF11	9,69	Major-Studio	>1000
5	SM1	7,69	Major-Studio	>1000
6	SF12	5,77	Leitender Produzent	100-249
6	SF17	5,77	Kinofilmproduzent	20-49

Tabelle 20 Grad der Verbundenheit der Akteure im Unternehmensnetz (N=53)

Quelle: eigene Darstellung

Rg.	Akteur	degree	Rg.	Akteur	degree	Rg.	Akteur	degree
1	SM1	5,88	1	HW10	31,25	1	SF18	29,41
1	SM13	5,88	2	HW4	6,25	2	SF14	23,53
1	SM14	5,88	2	HW6	6,25	3	SF11	17,64

Tabelle 21 Grad der Verbundenheit der Akteure im Unternehmensnetz einzelner Cluster (N=17 (HW);N=18 (SM, SF))

Quelle: eigene Darstellung

Die fünf Unternehmen mit den höchsten *degree*-Werten sind die *Major*-Studios, sowohl im gesamten Netzwerk als auch in den einzelnen Clustern. Dabei ist die fokale Stellung dieser Konglomerate in den Clustern Hollywood und San Fernando Tal noch herausragender mit bspw. 31,25 (HW10), während der *Major* in Santa Monica deutlich dahinter liegt 5,88 (SM1). Ursache hierfür ist die Verlagerung dieses *Majors* nach Santa Monica im Jahre 2001. Folglich ist er clusterextern weitaus öfter verbunden als in Santa Monica selbst. Sonstige Betriebe, die mehr als einmal vernetzt sind, stammen alle aus dem San Fernando Tal (SF7, SF12, SF13). Darunter ist ein leitender Produzent (SF7), ein Kinofilm- und TV-Produzent (SF12) sowie ein Kinofilmproduzent (SF13) zu finden.

4-3-3-2 Transaktionsnetzwerk

Bevor eine ausführliche und vergleichende Analyse erfolgt, wenden wir uns dem Transaktionsnetzwerk zu. Bei einem Transaktionsnetzwerk sind die vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Zulieferer und Kunden) sowie Kooperationspartner von Bedeutung, da sie die Geschäftsbeziehungen erfassen. Insgesamt sind neben den 53 befragten Unternehmen weitere 242 Transaktionspartner identifiziert worden, so dass das Transaktionsnetzwerk aus 295 Akteuren besteht.

Abbildung C-2 auf der Seite 121 in Anhang C zeigt die immensen Relationen des Netzes. Was auf den ersten Blick ein undurchschaubares Geflecht darstellt, kann durch partielle

Betrachtungen entschlüsselt werden. Doch zunächst einmal wird das Transaktionsnetzwerk im Allgemeinen beschrieben. Aufgrund der stark gestiegenen Anzahl der Akteure (N=295) ist die Netzwerkdicke des gesamten Transaktionsnetzwerkes der befragten Unternehmen erheblich zurückgegangen, obwohl es rein visuell ein kaum zu durchdringendes Gespinnst darstellt:

$$\Delta_{TNW} = \frac{668 + 668}{295(295 - 1)} = 0,015^{102}.$$

Trotz dieses Umstandes ist der Grad der Verbundenheit (*degree*) der *Major*-Studios immer noch mit Abstand der höchste. Des weiteren ist hier noch ein anderer über die Befragung erfasster *Major* (x106) vertreten. Der Animations- und Werbefilmproduzent (HW4) ist zudem eine Baufirma aus New York mit zahlreichen nationalen Geschäftspartnern in New York und Florida. Interessanterweise ist auch ein Zubehörverleiher (x79) aus Los Angeles sehr stark integriert. Er hat sich auf den Verleih von Kamerakränen, Gestellen, Sockeln und sonstigen Tragvorrichtungen eigens für die Filmwirtschaft spezialisiert und ist so etwas wie der Standardlieferant dieses Equipments bei jeder größeren Produktion¹⁰³. Schließlich ist auch noch ein kleiner Betrieb für Musiknachbearbeitung (SF5) überdurchschnittlich eingebunden. Ursache hierfür ist eine exklusive Kooperation mit den *Grammy-Award*-Machern¹⁰⁴.

Rang	Akteur	degree	Funktion	Beschäftigungsklasse
1	SM1	6,46	Major-Studio	>1000
1	HW10	6,46	Major-Studio	>1000
3	SF11	5,78	Major-Studio	>1000
3	SF18	5,78	Major-Studio	>1000
5	SF14	5,44	Major-Studio	>1000
6	HW4	4,08	Animations- und Werbefilmproduzent	20-49
7	SM16	3,74	Kinofilmproduzent	100-249
8	SF5	3,06	Postproduktion –Musik	5-9
8	x106	3,06	Major-Studio	>1000
10	x79	2,72	Zubehör / Equipment	N.A

Tabelle 22 Grad der Verbundenheit der Akteure im Transaktionsnetz (N=295)

Quelle: eigene Darstellung

¹⁰² Diese niedrige Netzwerkdicke wird jedoch dadurch relativiert, dass die durch die Befragung erfassten Transaktionspartner nicht selbst befragt wurden. Somit konnten weitere mögliche Querverbindungen nicht erhoben werden. Folglich leiden alle weiteren Ergebnisse hinsichtlich des Transaktionsnetzwerkes unter diesem Umstand, da mit jedem zunehmenden Netzwerkakteur (*n*) die Anzahl der möglichen Verbindungen um (*n-1*) steigt. Das heißt, kommt bei einem Netzwerk von 250 Teilnehmern ein 251ster Akteur hinzu, steigt die Anzahl der potentiellen Verbindungen um 250.

¹⁰³ Dieser Verleiher (x79) hat zudem Zweigstellen in Florida, Texas, Kanada und England.

¹⁰⁴ Der *Grammy-Award* sind der wichtigste Musikpreis in Hollywood und gilt als *Oscar* der Musik.

Weshalb die *Majors* auch weiterhin ihre hegemoniale Position aufrechterhalten, versteht man erst, wenn man ihre Vertragsstruktur unter die Lupe nimmt. Abbildung C-3 veranschaulicht diesen Umstand. Wie man sieht, kooperieren die *Majors* mit zahlreichen Partnern und Lieferanten mit Hilfe von Exklusivverträgen. Besitzer dieser Firmen sind entweder bekannte und erfahrene Industrie Größen mit einzigartigen Kernkompetenzen, gut betuchte Produzenten und Investoren oder sogenanntes *Above-the-Line*-Personal im Sinne von Regisseuren oder hochdotierten Schauspielern. Diese schließen befristete Verträge (meist projektabhängig) für eine gewisse Anzahl von Filmen, die in der Regel fünf Jahre nicht überschreiten (Variety 2004, 2005). Sie fungieren als Zugpferde für die Produktionen.

Dennoch ist damit noch nicht gesagt, woher die Transaktionspartner stammen und wie die Art der Kooperation aussieht. Hier stellt sich die zentrale Frage nach der Einbindung in die Region am deutlichsten. Die *Majors* binden ihre Exklusivpartner meist räumlich eng an sich, so dass sie innerhalb ihrer Studiohäuser (gestrichelte Aura um die *Majors*) mit ihnen zusammenarbeiten. Die neueste Entwicklung aber zeigt, dass sich in den letzten Jahren viele dieser Exklusivpartner in Santa Monica niedergelassen haben, wo sie immer mehr Gleichgesinnte antreffen (Variety 2000-2005).

Blickt man zurück auf das gesamte Transaktionsnetzwerk, so sind unter den 242 Transaktionspartnern 115 Kooperationspartner, 71 Zulieferer und 56 Kunden, wobei durch jedes Cluster jeweils ca. ein Drittel der Geschäftspartner erfasst worden ist¹⁰⁵. Dabei ist die Herkunft der 242 Transaktionspartner zu 72,3% auf der regionalen Ebene (Los Angeles County) anzusiedeln. Nur knapp über ein Viertel der Beziehungen (27,9%) haben einen nationalen oder globalen Maßstab. Im Folgenden ist es wünschenswert, die drei partiellen Transaktionsnetzwerke der jeweiligen Cluster in den Abbildungen C-4, C-5, C-6 im Anhang C im Auge zu behalten¹⁰⁶. Spitzenreiter dieser sehr hohen regionalen Einbindungen ist das Cluster San Fernando Tal, welches 77,9% seiner Beziehungen mit regionalen Partnern unterhält. Dieses lässt sich auch visuell an der relativ spärlichen Anzahl der Transaktionspartner auf der nationalen und globalen Ebene in Abbildung C-6 feststellen.

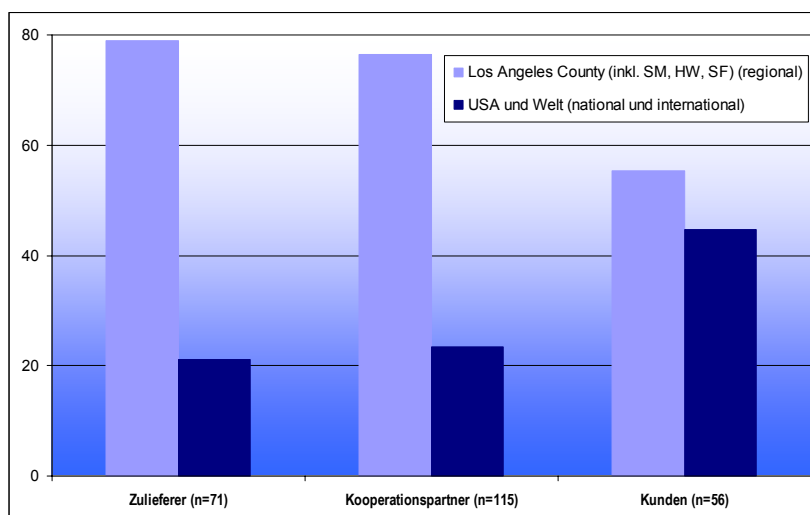
Interessanter ist es jedoch, die Herkunft der Geschäftsbeziehungen gemäß ihrer Funktion zu betrachten. Abbildung 32 visualisiert diesen Umstand und verdeutlicht gleichzeitig, dass Lieferanten- und Kooperationsbeziehungen überwiegend in der Region abgewickelt werden, während Beziehungen zu Kunden größere Distanzen besitzen.

¹⁰⁵ So konnten durch die befragten Unternehmen 95 Geschäftsbeziehungen im San Fernando Tal, 90 in Santa Monica und 86 in Hollywood ausfindig gemacht werden. Diese in etwa gleichen Relationen sind wichtig, damit die Cluster miteinander verglichen werden können. Da des Öfteren gleiche Geschäftspartner genannt worden sind, ergaben sich daraus nur 242 Transaktionspartner.

¹⁰⁶ Die roten Linien symbolisieren direkte Verbindungen zwischen den befragten Unternehmen.

Abbildung 32 Herkunft der Transaktionspartner nach ihrer Funktion in der Wertkette (N=242)

Quelle: eigene Darstellung



Da hier eine große Zahl unabhängiger Filmproduzenten und *Majors* befragt wurde, bei denen die Ressourcen gebündelt werden, kann auch davon ausgegangen werden, dass oftmals fertige Produkte regionale Grenzen überschreiten (bspw. HW1, SM11, SF3).

Einen weiteren Hinweis auf die starke Konzentration der Produktion innerhalb der Region zeigt auch die detaillierte Aufschlüsselung von Standorten der Geschäftspartner in Abbildung 33. Die Geschäftspartner stammen zu etwa einem Drittel aus Los Angeles County. Des Weiteren sind die lokalen Beziehungen maßgebend, dabei hat jeder fünfte Geschäftspartner einen clusterinternen Ursprung.

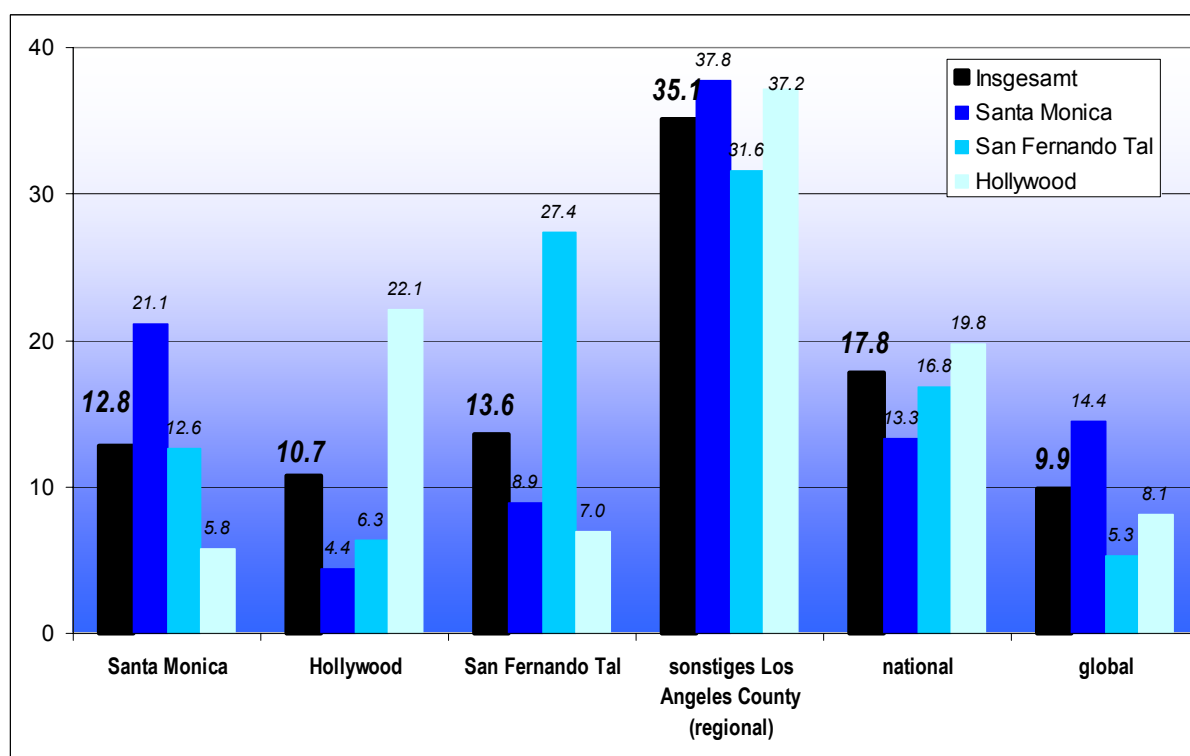


Abbildung 33 Verteilung der Standorte von Transaktionspartnern (N=242)

Quelle: eigene Darstellung

Da fast die Hälfte aller Geschäftspartner (47,5%, N=115) gleichzeitig Kooperationspartner sind, kann oftmals nicht mehr von klassischen Beziehungen zu Betrieben von vor- oder nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Lieferanten und Kunden) gesprochen werden. Vielmehr sind es oftmals temporäre, auf ein Projekt bezogene Beziehungen, die hier dominierend sind, unabhängig davon, ob sie vertikaler oder horizontaler Natur sind¹⁰⁷. Diese Vermutung wird durch Abbildung 34 unterstützt.

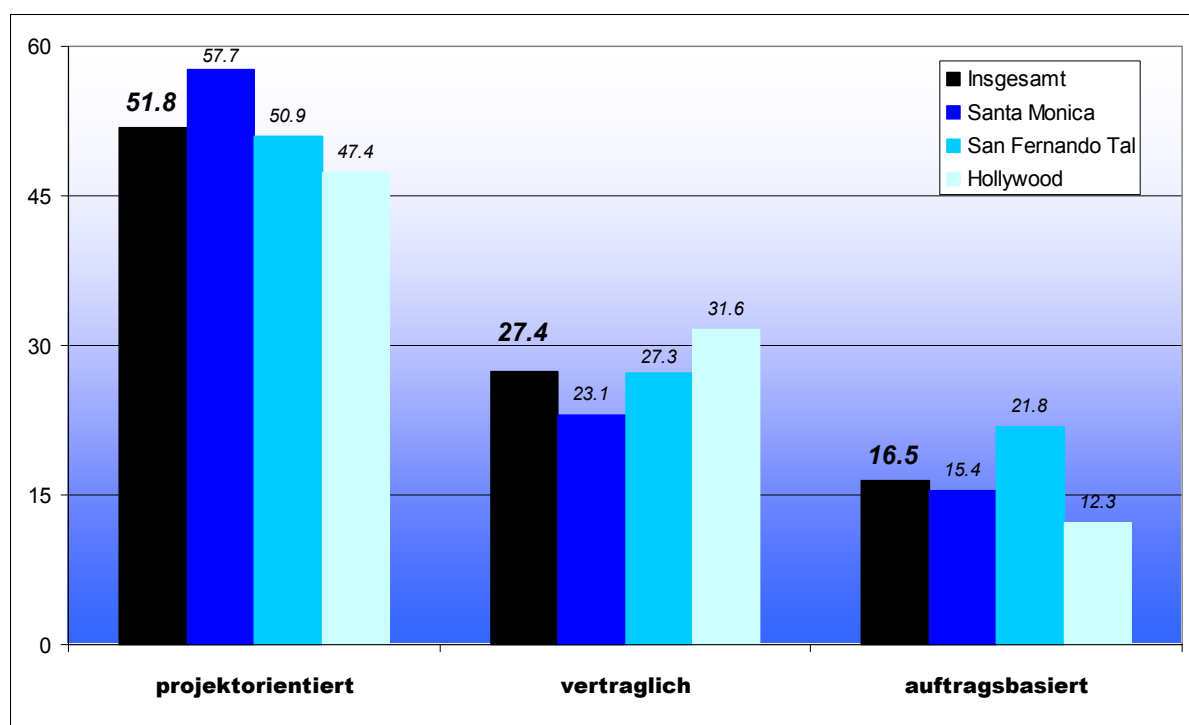


Abbildung 34 Art und Weise der Zusammenarbeit mit den Transaktionspartnern (N=242)
 Quelle: eigene Darstellung

Im gesamten Transaktionsnetzwerk sind knapp über die Hälfte der Geschäftsbeziehungen (51,8%) projektorientierter Natur. Die vertragliche und auftragsbasierte Zusammenarbeit ist dieser Projekthaftigkeit untergeordnet. Zudem entfallen weitere 5% der Beziehungen auf andere Formen, die hier nicht separat dargestellt sind. An dieser Stelle muss abermals auf die Fragilität der Daten hingewiesen werden. Differenziert man nach den jeweiligen Clustern, wird deutlich, dass in allen Clustern die Mehrzahl der Beziehungen projektorientiert ist, in Hollywood immer noch ein hoher Anteil vertraglich geregelt und im San Fernando Tal auftragsbasiert ist. Doch welche Logik steht dahinter? Da Santa Monica das mit Abstand jüngste Cluster ist, könnte man vermuten, dass hier die Betriebe relativ unabhängig

¹⁰⁷ Wie bereits in Abbildung 16 auf Seite 52 dargestellt, kann von sogenannten Projektnetzwerken gesprochen werden, wo ein Pool an latenten Beziehungen bei Bedarf aktiviert wird und nach Projektende wieder in die Passivität verfällt. Dieses führt aber auch dazu, dass „everybody already somehow worked with everyone“ (HW4). Dieses kann als branchenspezifisches Merkmal der Fernseh- und Filmindustrie angesehen werden und verwässert so etwas die Aussagekraft der identifizierten Beziehungen.

voneinander an Projekten teilnehmen und sich keine gewachsene Struktur entwickelt hat¹⁰⁸, während in Hollywood der hohe Anteil an der Werbefilmproduktion dazu geführt hat, dass überdurchschnittlich viele vertraglich geregelte Arbeitsbeziehungen mit branchenfremden Auftraggebern existieren (bspw. HW6, 11). Daneben gibt es Produzenten von Fernsehserien, die aufgrund der längeren Zeiträume bei der Herstellung der standardisierten Outputs (TV-Serien) eine vertragliche Bindung mit ihren Partnern unterhalten (HW9). Der hohe Anteil an auftragsbasierten Beziehungen im San Fernando Tal kann mit der Dominanz der *Majors* begründet werden, die oftmals neben den Exklusivverträgen mit der *Crème de la Crème* der Industrie in regelmäßigen Abständen quasi-abhängige Lieferanten in Aufträge einbinden, um den Schein ihrer Selbständigkeit zu wahren¹⁰⁹. „The big studio lots mainly offered home for my business and assured sufficient work at all times in exchange for loyalty“ (SF16).

Die Netzwerkdicke der einzelnen Cluster ist relativ gleich $\Delta_{TNW_{SM}} = \frac{210+210}{109(109-1)} = 0,036$

$\Delta_{TNW_{HW}} = \frac{202+202}{109(109-1)} = 0,034$ und $\Delta_{TNW_{SF}} = \frac{266+266}{123(123-1)} = 0,035$, aber zweieinhalbmal so

hoch wie die des gesamten Transaktionsnetzes (0,015). Auch innerhalb dieser Cluster sind die *Majors* erwartungsgemäß hinsichtlich des Grades der Verbundenheit das Maß der Dinge. Die einzige Ausnahme bildet ein unabhängiger aus Ungarn stammender Filmproduzent (SM16), der seit über 30 Jahren in Santa Monica unter verschiedenen Firmennamen tätig war und deshalb eine überdurchschnittliche Einbindung genießt. Letzteres verleiht den einzelnen lokalen Clustern auch eine höhere *degree*-basierte Netzwerkzentralisierung. Sie erfasst, ob einer der Netzwerkakteure in herausragendem Maße an den direkten Beziehungen anderer Akteure im Netzwerk beteiligt ist (Jansen 1999 S.133).

Berechnung der Netzwerkzentralisierung: $C_{DN} = \frac{\sum_{i=1}^n [C_D(n^*) - C_D(n_i)]}{n^2 - 3n + 2} * 100$

Dabei wird die Summe über die Differenz der standardisierten *degree*-Werte aller Akteure $C_D(n_i)$ zum standardisierten *degree*-Wert des zentralsten Akteurs $C_D(n^*)$ gebildet und durch die maximal mögliche Summe der Abweichungen zwischen dem zentralsten Akteur und allen anderen Akteuren $(n-1)(n-2) = (n^2-3n+2)$ in einem Netzwerk der Größe n dividiert.

Somit ergeben sich folgende Zahlen für die einzelnen Cluster, bspw. für Santa Monica:

$$C_{DN(SM)} = \frac{1625}{(109^2 - 3*109 + 2)} * 100 = 14,06.$$

¹⁰⁸ Wie schon in Abbildung C-2 gezeigt wurde, existierten deshalb lediglich drei clusterinterne Verbindungen.

¹⁰⁹ Deswegen wurde von virtueller Integration der *Majors* gesprochen (Christopherson 2002).

Dabei ist die Netzwerkzentralisierung auch in Hollywood mit $C_{DN(HW)} = 14,86$ ähnlich hoch, während sie im San Fernando Tal aufgrund mehrerer *Majors* und weiterer gut integrierter Akteure bei $C_{DN(SF)} = 10,19$ liegt.

Die Netzwerkzentralisierung gilt als Maß für die Problemlösungskapazität eines Verbundes. Dabei wird Geschwindigkeit und Effizienz der Aufgabenbearbeitung, die Zufriedenheit der Mitglieder, ihre Wahrnehmung von Führung sowie die Organisations- und Konfliktfähigkeit des Verbundes in Zusammenhang mit der Stellung des zentralen Akteurs gebracht (Jansen 1999 S.132). Die hier erhaltenen Ergebnisse sind aber mit Vorsicht zu genießen. So ist die hohe Netzwerkzentralisierung in Hollywood auch auf eine hohe Fragmentierung des Netzwerks zurückzuführen. Zudem kann eine hohe Zentralisierung das Netzwerk störanfälliger machen, falls der fokale Akteur in Schwierigkeiten kommt. Das gesamte Transaktionsnetzwerk ist erwartungsgemäß weitaus weniger stark zentralisiert und erreicht einen Wert von nur $C_{DN(TNW)} = 1,96$. So könnte man vermuten, dass die Problemlösungskapazität im Cluster Los Angeles County sehr gering ist.

Deshalb stellt sich die Frage, weshalb die Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles so stark konzentriert und erfolgreich ist, wenn die Netzwerke bis auf das Unternehmensnetzwerk im San Fernando Tal relativ dürftig vernetzt und wenig zentralisiert sind. Kann überhaupt von Clustern gesprochen werden?

Um diese Frage ausreichend beantworten zu können, bedarf es weiterer Erklärungsmechanismen. Erstens handelt es sich bei der Befragung um eine Stichprobe von lediglich 3% an der Gesamtzahl aller existierenden Unternehmen. Zudem wurden die durch die Erhebung erfassten Betriebe nicht selbst befragt. Zweitens lässt sich die Fragmentierung der Transaktionsnetze mit dem von *Scott* postulierten Modell Hollywoods (*Scott* 2002 S.964) und eines „gespaltenen Produktionssystems“ (*Scott* 2002 S.961) in Abbildung 15 erklären. Demnach existieren neben den *Majors* die unabhängigen Produzenten (*Independents*) und eben diese Unabhängigkeit hat auch zur Folge, dass diese Betriebe gezielt ihre eigenen Netze aufbauen und in diesen insularen Teilnetzen Aufgaben schnell und effizient gelöst werden. Am besten ist die Fragmentierung visuell am Cluster Hollywood zu sehen. Zu diesen unabhängigen Produzenten gehören z.B. HW1, HW7, SF4, SF9, SM3. „We have our own web all over the world. Not the majors, but a vast array of highly creative people in Los Angeles keeps us in motion“ (HW1).

4-3-3-3 Das Kommunikationsnetzwerk

Des weiteren bedarf es auch der Erfassung des Kommunikationsnetzes der befragten Unternehmen, um abschätzen zu können, ob ein Cluster vorhanden ist. Damit werden die Ringe 4 (lokaler Arbeitsmarkt) und 5 (institutionelles Umfeld) aus *Scotts* Modell erfasst.

Hierbei wurde explizit nach Kontakten zu öffentlichen und privaten Verbänden, Agenturen sowie Bildungseinrichtungen gefragt. Wie Abbildung C-7 zeigt, stehen alle befragten Unternehmen mindestens mit einer Institution in Kontakt. Dabei lassen sich die relevanten Institutionen nach dem Grad der Verbundenheit mit den Produktionsbetrieben in Los Angeles County in eine Rangfolge bringen. Das hierfür geeignete Maß ist der *In-degree*. Er gleicht dem *degree*, quantifiziert aber die auf einen Akteur entfallenden Wahlen und beinhaltet somit die Richtung der Beziehung (Jansen 1999 S.98). Er ist ein Ausdruck für die Positionszentralität der jeweiligen Institution im Kommunikationsnetz der regionalen Clusterformation.

<i>Rang</i>	<i>Akteur</i>	<i>In-degree</i>	<i>Name und Funktion</i>
1	K1	14,88	<i>Motion Picture Association of America (MPAA) (Interessenvertretung der Industrie)</i>
2	K9	6,61	<i>Alliance of Motion Picture and Television Producers (AMPTP) (Gewerkschaft)</i>
2	K17	6,61	<i>IATSE¹¹⁰ local 695 for Production Sound Technicians, Television Engineers, Video Assistant Technicians and Studio Projectionists (Verband technischer Arbeiter)</i>
4	K2	5,79	<i>University of California, Los Angeles (UCLA) (Bildungseinrichtung)</i>
5	K5	4,13	<i>Independent Film and Television Alliance (IFTA) (Gewerkschaft)</i>
5	K10	4,13	<i>Writers Guild of America, West (WGA) (Verband der Drehbuchautoren)</i>
5	K31	4,13	<i>University of Southern California (USC) (Bildungseinrichtung)</i>
8	K32	3,31	<i>Producers Guild of America (PGA) (Verband der Film- und Fernsehproduzenten)</i>
8	K33	3,31	<i>Screen Actors Guild (SGA) (Vereinigung der Schauspieler)</i>
8	K36	3,31	<i>Animation World Network (AWN) (Interessenvereinigung der Zeichentrickkunst)</i>
8	K58	3,31	<i>California Institute of the Arts (CalArts) (Bildungseinrichtung)</i>

Tabelle 23 Position regionaler Institutionen im Kommunikationsnetz (N=121)

* Über die befragten 53 Unternehmen konnten 68 Institutionen erfasst werden; es ergeben sich also 121 Akteure.

Quelle: eigene Darstellung

¹¹⁰ IATSE ist dabei ein lokaler Zusammenschluss kreativer *Below-the-Line*-Arbeiter.

An erster Stelle steht die *Motion Picture Association of America* (MPAA) (K1), wie Tabelle 23 andeutet. Darüber hinaus ist das Ego-Netzwerk der MPAA in Abbildung C-7 im Anhang C rot hervorgehoben. Die MPAA kann als Sprechorgan der Industrie angesehen werden, hat in allen Teilen der Welt Dependancen und beinhaltet alle sieben *Majors* als gewichtige Mitglieder. Die MPAA-Broschüre beschreibt hervorragend den Kern dieser Vertretung, die „serves as a leader and advocate for major producers and distributors of entertainment programming for television, cable, home video and future delivery systems not imagined“ (Véron 1999 S.12).

Darüber hinaus hat die MPAA auch den größten *In-degree*, wenn man nach den jeweiligen Clustern differenziert. Wie einflussreich die MPAA ist, zeigt ihre Führungsstruktur, an deren Spitze zwischen 1966 und 2004 *Jack Valenti* stand, ehemaliger Berater von Präsident *Johnson*, vehementer Urheberrechtsschützer und einer der bestbezahlten Lobbyisten der USA. Seinen sehr guten Beziehungen nach Washington ist es zu verdanken, dass bspw. die *Fin-Syn*-Auflagen 1993 nach langem Kampf abgeschafft wurden (Véron 1999 S.9, 11f.). Dieser Einfluss ist auch außenpolitisch zu spüren, wo die US-Regierung in den GATS-Verhandlungsrunden¹¹¹ vor allem bei der Debatte über audiovisuelle Dienstleistungen oder den digitalen Handel stets eine Pro-MPAA-Attitüde abgibt (Hauser / Wunsch-Vincent 2004 S.58ff.). Somit ist die Regierung der USA als eine wichtige Einflussdeterminante für den Erfolg des Clusters einzubeziehen. An zweiter Stelle folgt die mächtige Gewerkschaft AMPTP (K9), welche insbesondere die Arbeitsbeziehungen diverser Berufsgruppen regelt. Ihr untergeordnet sind dementsprechend auch Verbände wie WGA (K10), PGA (K32) und SAG (K33), die hier ebenfalls wichtige Institutionen darstellen und Drehbuchautoren, Produzenten oder Schauspieler vertreten. Selbstverständlich sind auch *Below-the-Line*-Beschäftigte mit der IATSE als lokale Interessenverbände wie bspw. die IATSE *local 695* (K17) für Filmmusiktechniker im Sample gut vertreten und organisiert. Deshalb werden Kontakte zu dieser Vereinigung aufrechterhalten (SM7, 10, 15, HW5, 6, 13, SF5, 9). Als weitere wichtige Interessenvertretung ist die IFTA (K5) zu nennen, die das Pendant der MPAA für unabhängige Filme- und Fernsehmacher darstellt (Véron 1999 S.12).

¹¹¹ Das GATS (*General Agreement on Trade in Services*) ist ein allgemeines Übereinkommen über den Handel mit Dienstleistungen. Bei weiteren für die Film- und Fernsehindustrie wichtigen Abkommen wie dem ITA (*Information Technology Agreement*), welches das Abschaffen von Zöllen für physische Medien- und Datenträger postuliert, vertritt die US-amerikanische Regierung die liberalste Einstellung, also quasi die MPAA-Meinung auf internationaler Ebene. Durch die Aufhebung von Handelsbeschränkungen kann Hollywood so seinen komparativen Vorteil ausnutzen und in neue Märkte vordringen (Hauser / Wunsch-Vincent 2004 S.58ff.). Die zunehmende Piraterie bei Musik und Filme hat sogar so weit geführt, dass die US-Regierung unter der *Bush*-Administration 2002 eine *Digital Trade Agenda* mit einer „Fast-Track Authority“ aufgesetzt hat, um durch zügige und konsequente Entscheidungen den Schaden für die amerikanische Medienindustrie gering zu halten (Wunsch-Vincent 2003 S.9, 11f.).

SM Rg.	Akteur	In-degree	HW Rg.	Akteur	In-degree	SF Rg.	Akteur	In-degree
1	K1	9,09	1	K1	9,43	1	K1	17,78
2	K11	5,45	2	K38	7,55	2	K9	8,89
2	K17	5,45	2	K31	7,55	3	K13	6,67

Tabelle 24 Position regionaler Institutionen im Kommunikationsnetz einzelner Cluster
(N=55 (SM), N=54 (HW), N=46 (SF))

Quelle: eigene Darstellung

Somit erlangt die eben noch unübersichtliche Industrie- und Clusterformation starke und prägende Konturen.

Diese politische und gewerkschaftliche Integration ist es auch, die die scheinbar volatilen Ertragschancen und Absatzmärkte sowie ungerichteten Arbeitsverhältnisse aufwiegt und das Cluster stabilisiert. Die sozio-politische Einbindung manifestiert sich auch bei dem Zweck der Kommunikation, wie Abbildung 35 illustriert, wobei primäre Anliegen dem Schutz des intellektuellen Eigentums (22,7%) seitens der Interessenvertretungen sowie der Beratung und Unterstützung (33%) seitens der Gewerkschaften gewidmet sind.

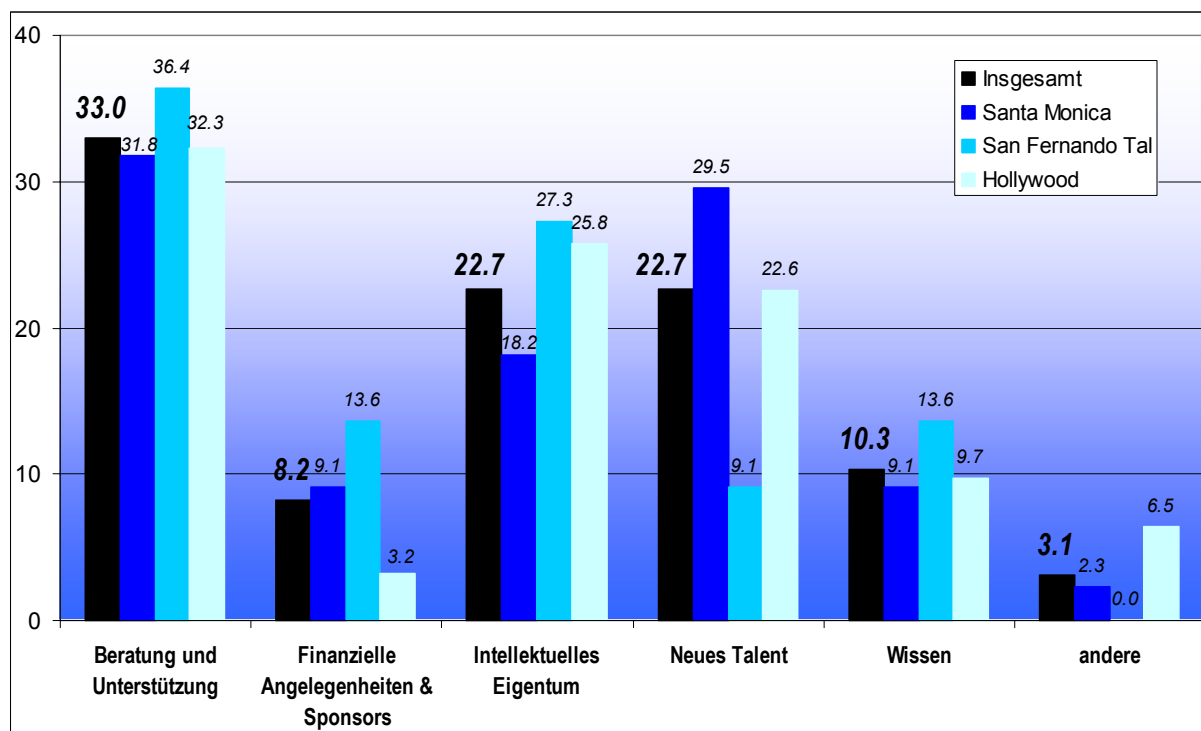


Abbildung 35 Zweck der Kommunikation mit regionalen Institutionen (N=97)

Quelle: eigene Darstellung

Die wichtigsten Anliegen werden durch die Rekrutierung und Vermittlung qualifizierter Beschäftigter vervollständigt, weshalb auch einige Bildungseinrichtungen wie die UCLA (K2), USC (K31) oder CalArts (K58) zu den wichtigsten Kommunikationspartnern gehören. Besonders hoch ist letzteres Anliegen mit 29,5% in Santa Monica, was den überragenden

Stellenwert beim Zugang zu Hochschul-, Forschungs- und Weiterbildungseinrichtungen im Rahmen der Standortfaktoren (Note 2,2) in Abbildung 30 rechtfertigt. Einschränkend muss aber auch gesagt werden, dass lokale Verbände des IATSE im Bereich der *Below-the-Line*-Mitarbeiter ebenfalls diese Aufgaben erfüllen. Deshalb gehört auch der IATSE *local 80* der Kulissenarbeiter und Bühnenbauer (K13) im San Fernando Tal in Tabelle 24 zu den drei zentralsten Institutionen. Erstaunlicherweise sind finanzielle Angelegenheiten sowie die Wissensvermittlung eher nachstehende Motive. Im Rahmen finanzieller Angelegenheiten ließen sich die wenigsten der befragten Betriebe „in die Karten schauen“, so dass diese Kategorie unterbewertet ist. Neben den fragilen Finanzierungsaktivitäten ist sicherlich der Diskretionsschutz der Investoren Grund dafür. Das Statement eines interviewten Unternehmers „Are you going down to business, or are you taking about going down to business?“ (HW8) sagt wohl ganz gut aus, dass ungern über das Geld gesprochen wird. Durch den stabilisierenden Einfluss der *Majors* gaben immerhin jeweils 13,6% der Unternehmen im San Fernando Tal an, dass der Zweck ihrer Kontakte der Austausch technischen Wissens und die Absicherung finanzieller Vorhaben ist. Diese Offenheit spricht für stabilere Strukturen in diesem Cluster als in Santa Monica und Hollywood. Des weiteren bemühen sich hier lediglich 9,1% der Unternehmen um die Rekrutierung neuer Mitarbeiter, da hier vor allem der IATSE *local 80* (K13) die Vermittlung fördert und so den lokalen Arbeitsmarkt harmonisiert.

4-3-3-4 Informelle Netzwerke

Schließlich fehlt noch ein letzter Punkt, um das Wesen der Cluster zu beschreiben: die informellen Kontakte. Er ist sicherlich der heikelste Punkt, da es schwierig ist seine Ausprägung zu quantifizieren. Dementsprechend wurde hier eine offene Frage gestellt und eher auf die Qualität der Antworten geachtet. Über drei Viertel der befragten Unternehmen gaben informellen Kontakten die Funktion eines fundamentalen Standbeins im Sinne der Kooperation und Koordination in ihrer Industrie. „That’s the fluid“ (HW1). Diese Kontakte lassen sich am besten bei diversen Verleihungen, Ausstellungen, Fachmessen oder Festivals auffrischen, die als Vermittlungsbörsen dienen. Dabei entstehen latente Beziehungen, die bei Bedarf im Rahmen von Projektnetzwerken aktiviert werden¹¹². Erweist sich die Zusammenarbeit als erfolgreich oder fruchtbar, kommt es wiederholt zur identischen Teambildung. „I’d rather work with the same director again. It saves a lot of time not explaining your own ideas over and over again. Language is ambivalent, you need a perfect match between people in charge“ (SM17). Dabei seien Vertrauen, Zuverlässigkeit sowie Reputation

¹¹² Siehe nochmals Abbildung 16 auf Seite 52.

wichtige Kriterien, so dass das Motto „You’re only as good as your last job“ (Blair 2001) breite Zustimmung aufgrund der großen Masse der Fachkräfte genießt. „The director I worked with signed a big contract with Sony for a feature film next year. [...] Yes, of course I’ll be in the team. The team consists of familiar individuals from earlier successful projects” (SF7). Oftmals wird daher auf Empfehlungen befreundeter Unternehmer Wert gelegt.

Bei der Untersuchung wurde mehrfach erwähnt, dass opportunistisches Verhalten und die daraus resultierende Verhaltensunsicherheit sowie der Mangel an Vertrauen in die Kompetenz und Zuverlässigkeit der Anderen die Entwicklung von Kooperationen wesentlich behindern. Somit vermindert die räumliche Nähe die Unsicherheit innerhalb der Cluster und erlaubt den einzelnen Unternehmen gleichzeitig den Zugriff auf einen weit gefächerten Pool von Spezialisten bei der Durchführung eines Projektes. Aufgrund der immensen Produktionskosten wird von den Akteuren verlangt, umgehend verfügbar zu sein. „You should be always on time and available, buddy. Otherwise it’ll cost you big opportunities“ (HW4). So ist es kein Wunder, dass der überwiegende Teil des bei der Produktion von Fernseh- oder Filmsendungen beschäftigten Personals vom Kabelträger bis zur Filmdiva im Agglomerationsraum Los Angeles wohnhaft ist¹¹³. *Face-to-face* Kontakte sind dabei das „Salz in der Suppe“. „Whenever you are in need for a good deal when it comes to cameras, lighting, sound or different equipment, avoid arranging anything on the phone. Presence opens doors. Build a relationship, show engagement and after some time you’ll get extras” (HW15). In diesen Clustern entwickeln sich dann durch rationale und strukturelle Einbettung Bräuche, Regeln und Konventionen, die die Einzigartigkeit der regionalen Milieus Hollywoods (äußerster Ring im Modell, Abbildung 15) ausmachen.

4-4 Vergleich der Clusterprofile

Abschließend erfolgt eine Gegenüberstellung der Cluster Santa Monica, Hollywood und San Fernando Tal sowie des Aggregationsraumes Los Angeles im Sinne eines Stärke-Schwäche-Profiles. Dies dient zur Einordnung der einzelnen Formationen in das Modell der geographischen Industrialisierung im Schlussteil.

Als Vergleich für die Clusterqualität werden sieben Kriterien herangezogen, wobei fünf explizit aus der Untersuchung stammen und zwei weitere implizit aus Letzterer abzuleiten sind. Diese Vorgehensweise ist eng an *Krätke / Scheuplein* 2001 angelehnt (Krätke / Scheuplein 2001 S.186ff.).

¹¹³ Als Beispiele hierzu siehe nochmals die Abbildungen 17 und 18 auf Seite 53.

Die nachstehende Tabelle zeigt die ausgewählten Determinanten¹¹⁴.

	<i>Kriterium und Spezifizierung</i>
<i>E1</i>	<i>Ausmaß der Funktionsdifferenzierung im Cluster</i>
<i>E2</i>	<i>Netzwerkdichte (im Unternehmensnetzwerk)</i>
<i>E3</i>	<i>Netzwerkkohäsion (Anzahl der Fragmente)</i>
<i>E4</i>	<i>Netzwerkzentralisierung (im Transaktionsnetzwerk)</i>
<i>E5</i>	<i>Überregionale Transaktionsbeziehungen (national und global)</i>
<i>I6</i>	<i>Räumliche Verdichtung (Nähe) der Unternehmen (innerhalb des Clusters)</i>
<i>I7</i>	<i>Qualität der institutionellen Infrastruktur (anhand der Vielseitigkeit, Spezifik und des Nutzungsgrads im Kommunikationsnetzwerk)</i>

Tabelle 25 Kriterien zum Vergleich der Clusterqualität

Quelle: eigene Darstellung nach Krätke / Scheuplein 2001 S.186

Während die ersten fünf Variablen direkt aus der Untersuchung übernommen werden können, bedarf es bei den letzten beiden einer genaueren Erläuterung. Die geographische Verdichtung der Unternehmen innerhalb eines Clusters (I6) kann infolge der Kartierung der Betriebe direkt aus den Abbildungen 22, 23 und 24 entnommen werden. Wie in der Regionalwissenschaft üblich, wird das als erleichternde Bedingung für Transaktions- und Kommunikationsbeziehungen zwischen den Cluster-Akteuren verstanden (Krätke / Scheuplein 2001 S.187).

Zuletzt wird noch die Qualität der institutionellen Infrastruktur (I7) berücksichtigt. So wird bspw. geprüft, ob die wichtigsten Institutionen auf die Film- und Fernsehbranche zugeschnitten sind und welches Leistungsprogramm sie anbieten. Eine passgenaue Form und ein kontinuierlicher Nutzungsgrad der institutionellen Struktur können für das Produktionscluster von Vorteil sein (Lutz / Sydow 2000).

Tabelle C-2 in Anhang C auf Seite 127 eröffnet eine Gesamtübersicht, listet alle Kriterien untereinander auf und stellt die drei untersuchten Cluster gegenüber. Zu Vergleichszwecken wurde auch das gesamte Sample mit aufgenommen, um die Clusterprofile besser bewerten zu können. Das Cluster San Fernando Tal entspricht weitgehend der „Idealvorstellung“ eines funktionsfähigen Produktionsclusters: Die Clusterformation ist durch eine ausgeprägte interne Funktionsdifferenzierung des Clusters gekennzeichnet, wobei vor allem die Überrepräsentanz der *Majors* der Ballung Stabilität verleiht. Die clusterinterne Vernetzung ist zudem durch eine hohe Netzwerkdichte charakterisiert und weist die höchste Kohäsion auf. Die

¹¹⁴ Selbstverständlich können auch weitere Erfolgsgrößen einer Clusterformation wie Beschäftigten- oder Umsatzentwicklung sowie Neugründungen und Neuansiedlungen verwendet werden. In unserem Fall wird darauf verzichtet, weil hier teils unvollständige Angaben gemacht wurden oder branchenspezifische Strukturen wie die Erfassung freier Mitarbeiter solchen Erhebungen im Wege stehen. Siehe nochmals die Ausführungen in den Fußnoten 89 für die Mitarbeiter und 90 für den Umsatz auf Seite 72.

Netzwerkzentralisierung ist mit ca. 10% nicht die höchste, dennoch lassen sich in diesem Cluster gleich drei fokale Betriebe (SF11, 14, 18) feststellen, so dass die Last auf mehreren Schultern verteilt ist. Zudem ist diese vergleichsweise heterarchische Struktur weitaus weniger störanfällig, falls ein fokaler Betrieb ausscheidet¹¹⁵. Auch überregional ist das Cluster gut eingebunden, lediglich die weltweite Vernetzung ist noch ausbaufähig. Insgesamt hat das Cluster eine längliche Form und verläuft von Südwesten (North Hollywood) nach Nordosten (Burbank). Diese Form ist aber eher auf geomorphologische Eigenheiten des Naturraumes zurückzuführen. Die Betriebe sind relativ gleichmäßig innerhalb der Talsohle verteilt. Die große Stärke dieses Clusters erschließt sich aber erst, wenn man die Qualität der institutionellen Struktur betrachtet. Denn diese ist es erst, die einen großen Anteil zum komparativen Vorteil des Clusters beisteuert und alle vorherigen Determinanten in einen Zusammenhang bringt. Durch die hervorragende sozio-politische Einbettung gelingt es dem Cluster regionsintern und -extern zu brillieren. Vor allem die Interessenverbände der MPAA (K1) und IFTA (K5) haben eine starke Lobby im Kongress und vertreten sowohl *Majors* als auch unabhängige Produzenten nach außen. Darüber hinaus gehören die Gewerkschaft AMPTP (K9) und die IATSE *local 80* (K13) wie Tabelle 24 zeigt, zu den koordinierenden Elementen hinsichtlich des Arbeitsmarktes und der Etablierung einer gemeinsamen Identität. Das Cluster Hollywood kennzeichnet ein Produktionscluster, das insgesamt günstige regionale und überregionale Vernetzungsqualitäten hat, jedoch eine geringe Netzwerkkohäsion aufweist. Es ergibt sich eine starke Fragmentierung der Clusterbausteine und ein Zerfall in insulare Teilnetze. Der Grund hierfür ist sicherlich im Leistungsspektrum der Betriebe zu suchen. Der hohe Anteil an Unternehmen der Postproduktion, die im Sample die niedrigsten Vernetzungsraten hatten, zusammen mit der überdurchschnittlichen Zahl an Werbeproduzenten mit exklusiver vertraglicher Bindung zu branchenfremden Kunden lässt, trotz der idealen Form der geographischen Verdichtung dieser Ballung, kaum ein interagierendes Cluster zu. Obwohl das Cluster die höchste Netzwerkzentralisierung innehat, erscheint der *Major* (HW10) clusterintern eher wie eine Kathedrale in der Wüste. Vielleicht kommt hier das dualistische Produktionssystem gut zum Ausdruck. Auf jeden Fall führt diese starke Polarisierung zu keiner einheitlichen institutionellen Infrastruktur, so dass bspw. *The*

¹¹⁵ Die sehr hohe Netzwerkzentralisierung von 49,5% wie bei der Studie von Krätke / Scheuplein 2001 (Krätke / Scheuplein 2001 S.135f.), ist meiner Meinung nach unterschiedlich zu interpretieren. Einerseits kann durch den zentralen Akteur sicherlich die Effizienz und Geschwindigkeit der Aufgabenbetreuung durch klare Hierarchien und Führungszuweisung gesteigert werden. Auf der anderen Seite sind das Cluster und weitere Clusterakteure meist auf diesen Protagonisten angewiesen. Diese klaren Machtasymmetrien und die daraus entstehende Abhängigkeit innerhalb des Clusters kann zu *lock-in*-Effekten und zum Verlust von Flexibilität und Innovationsbereitschaft des Clusters führen. Die Folge ist eine Verfilzung des Clusters. Deshalb ist eine Netzwerkzentralisierung jenseits der 30% eher als problematisch einzustufen.

City of LA (K38) auf Rang 2 der wichtigsten vermittelnden Einrichtungen aufgeführt wird, was sicherlich keine optimale Einrichtung ist, um das Produktionscluster Hollywood zu stimulieren¹¹⁶. Diese fehlende sozio-politische Einbettung lässt das Cluster stagnieren, wie auch Abbildungen C-8 und C-9 anhand der Zahl der Betriebe aus der offiziellen Statistik beweisen. Sicherlich ist eine Ursache dafür auch eine spätere Verlagerung der Betriebe nach Hollywood, die natürlich gewachsenen Strukturen und Konventionen im Wege steht.

Das Cluster Santa Monica ist die jüngste aller Ballungen. Dementsprechend ist dieses Produktionscluster intern mit einer sehr geringen Netzwerkdichte ausgestattet, obwohl die regionale und überregionale Vernetzung hervorragend ausgebildet ist. Doch im Gegensatz zu Hollywood liegt es hier nicht am Leistungsspektrum der Betriebe, sondern an der Art und Weise der Zusammenarbeit. Der beträchtliche Prozentsatz an projektförmiger Kooperation (57,7%) verschleiert die Aussage über eventuell latent vorhandene clusterinterne Beziehungen. Maßgeblich ist aber auch die reale geographische Verdichtung des Clusters. So lassen sich drei relativ isolierte Cluster in der Nähe des *Majors*, am *Santa Monica Pier* und in Venice identifizieren. Dennoch ist die Netzwerkkohäsion überraschend hoch, so dass über Ecken und Enden irgendwie doch vieles zusammenhängt. Sicherlich gehört diesem Cluster die Zukunft, dennoch ist die Qualität des institutionellen Umfeldes als mittelmäßig einzustufen, da keine Kontinuität bei den Kontakten zu den vermittelnden Einrichtungen besteht. In Anbetracht der Konvergenz des Komplexes zu einer Unterhaltungsindustrie und der zunehmenden Deregulierung der Arbeitsmärkte wäre es angebracht, diese Anstalten als koordinierende Elemente zu nutzen.

Das gesamte Cluster des Agglomerationsraumes Los Angeles wirkt auf den ersten Blick wie ein undurchdringliches Geflecht. Aufgrund der erheblichen Masse der Akteure ($N=295$) fällt die Netzwerkzentralisierung recht gering aus. Die Netzwerkdichte liegt aufgrund der Selektion der einzelnen Teilcluster und deren räumlicher Trennung nur bei 5%. Dennoch kann man trotz dieser gewollten Segmentierung das Potential dieses Gesamtclusters erkennen. Ein Blick auf das Kommunikationsnetzwerk zeigt dessen große Kohäsion. So könnte man denken, dies sei lediglich ein Cluster. Über diesen Zusammenhalt hinsichtlich der vielfältigen institutionellen Infrastruktur sowie des virtuellen Netzes latenter und temporärer Beziehungen lässt sich die soziale Qualität der Clusterformation erahnen. Erst diese sozio-politische Einbettung in Verbindung mit Transaktionsbeziehungen und räumlicher Nähe schafft einzigartige Kernkompetenzen und einen komparativen Vorteil. Um weitere Aussagen zum Gesamtcluster zu machen, bedarf es weiterer Studien und Forschung.

¹¹⁶ Einige befragte Akteure (HW3, 11, 14) unterhalten diese Kontakte zur *City of LA* (K38) zu touristischen Zwecken. So sehen sich viele Besucher aus aller Welt die teils historischen Produktionsanlagen an.

5. Fazit

Ausgehend von zwei gegensätzlichen Thesen, denen zufolge die Produktionsweise in der Film- und Fernsehindustrie raumabhängig bzw. raumunabhängig sei, wurden Cluster und Netzwerke dieser Branche in Los Angeles County untersucht. In diesem Rahmen wurde geprüft, ob Kooperationen zwischen Betrieben der Filmwirtschaft räumliche Nähe bedingen und ob diese Agglomerationen eine Vernetzung aufweisen.

5-1 Überprüfung der Grundannahmen

Insgesamt konnte durch die empirische Untersuchung gezeigt werden, dass eine Konzentration, Verdichtung und Einbindung der Branche in die Region besteht. Das Ausmaß dieser Einbindung variiert aber erheblich mit den einzelnen lokalen Clustern. Dabei wurde unter Zuhilfenahme zweier Modelle explizit die Entstehungsgeschichte und Vernetzung der einzelnen Cluster rekonstruiert. So ließ sich anhand des Konzeptes der geographischen Industrialisierung (Storper / Walker 1989) neben der räumlichen auch eine zeitliche Einordnung der Ballungen vornehmen. Hierbei wurden Prozesse, die zur Bildung der Konzentration, und Vorteile, die aus der Existenz der Konzentration entstanden, analytisch getrennt. Ferner war es möglich, mit dem Schema des Produktionskomplexes von Hollywood (Scott 2002) die räumliche Einbindung der Cluster in die Region anhand zahlreicher Dimensionen aufzuzeigen.

Dabei war festzustellen, dass sich das Cluster San Fernando Tal in der Hochphase der selektiven Clusterung befindet, also einen in sich geschlossenen Verbund mit mannigfaltigen clusterinternen und -externen Produktionsprozessen darstellt. Seine eigentliche Stärke entfaltet dieses Cluster aber erst durch seine sozio-politische Einbettung in das regionale Milieu. Die räumliche Nähe vereinfacht dabei die Organisation der Produktionsabläufe erheblich. Sie trägt auf formeller und informeller Ebene zur Senkung von Transaktionskosten, schnelleren Reaktionszeiten und der Bildung von Vertrauen, Flexibilität und Identität bei. Die Folge sind zahlreiche Kontakte und Kooperationen, die sich in einer erheblichen Vernetzung innerhalb des Clusters niederschlagen. Das passgenaue institutionelle Umfeld erhöht durch seine spezifische Koordination zusätzlich die Problemlösungskapazität, die aufgrund dreier fokaler Unternehmen keinen monostrukturellen Engpässen ausgesetzt ist.

Im Gegensatz dazu ist das Cluster Hollywood von Restrukturierungs- und gar Verlagerungsprozessen gekennzeichnet. Trotz seiner langen Geschichte wurde das Cluster im Zuge betrieblicher Migration immer wieder geschwächt, so dass sich keine einheitlichen Konventionen herausbilden konnten. Zusätzlich ist dieser Standort durch seine Tradition als Zentrum unabhängiger Filmproduzenten unterentwickelt, was formelle Geschäftsbeziehungen zum fokalen *Major* anbelangt. Die Konsequenz ist eine Vielzahl insularer Teilnetze, die eine Steuerung und einen Zusammenhalt des Clusters erschweren. Folglich sind die institutionellen Kontakte unkoordiniert, obwohl das Cluster extern gut eingebunden ist. Durch einen hohen Anteil an stabilen und vertraglich geregelten Geschäftsbeziehungen tritt die räumliche Nähe etwas in den Hintergrund, obwohl dynamische Agglomerationsvorteile existieren.

Die Frage bleibt, ob sich dieses Cluster den erodierenden Kräften hingibt und schrumpft oder ob es durch geeignete Restrukturierungsmaßnahmen zu neuer Vitalität erweckt werden kann. Strukturpolitische Maßnahmen sind an die geringe Netzwerkkohäsion zu knüpfen.

Vielleicht bedarf die Analyse aber auch einer stärkeren Beachtung informeller Seilschaften, da sich das gespaltene Produktionssystem in den letzten 30 Jahren bewährt hat.

Das Cluster in Santa Monica ist im Übergang aus der Phase der Lokalisierung in die Phase der selektiven Clusterung. Wie die Abbildungen C-8 und C-9 illustrieren, erfährt es einen regen Zulauf an Unternehmen. Gleichzeitig gibt es einen überproportionalen Anteil an Ausgründungen und Betriebsschließungen, was auf eine „Konsolidierungsphase“ des Clusters hindeutet. Im Zuge der Konvergenz der Unterhaltungsindustrien werden neben kreativen Begabungen auch klassische Fähigkeiten aus dem Bereich der Wirtschaft und des Rechts nachgefragt. Das junge Cluster, bei dem sich die *windows of locational opportunity* noch nicht geschlossen haben, versucht diesem Umstand gerecht zu werden. Die räumliche Nähe des Clusters zu Forschungs- und Weiterbildungseinrichtungen ist eine neue Facette der Industrie, wie zahlreiche Kontakte zu angrenzenden Universitäten (UCLA, USC) bestätigen. Die Lokalisierungsphase ist noch nicht abgeschlossen, da innerhalb des Clusters noch drei etwa gleich große Ballungen existieren. Hohe Anteile an projektorientierter Arbeit und die neue Berufsauffassung von *New-Media*-Angestellten lassen formelle Beziehungen und den institutionellen Nutzungsgrad in den Hintergrund treten. Dennoch erlaubt die räumliche Nähe erst die Herausbildung dieser speziellen Organisationsformen in urbanen Zentren. Soll im Rahmen des Clusters eine weitere expansive Entwicklung stattfinden, müssen lokalpolitische Koordinationsinstrumente stärker eingebunden werden.

Die Annahme, dass der Herstellungsprozess dieser Industrie durch Kooperationen charakterisiert ist, die zudem durch räumliche Nähe getragen werden, kann an dieser Stelle bestätigt werden. Damit kann die konträre Eingangsthese, wonach die Produktionsweise in der Film- und Fernsehindustrie raumunabhängig ist, im Bereich der Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County als nicht zutreffend eingestuft werden.

5-2 Lokale Knoten in globalen Netzwerken

Wie kommen nun *Aksoy* und *Robins* zu dem Standpunkt, dass Hollywood überall sein soll, wenn die Produktionsstrukturen doch eher lokaler Natur sind? Spielen Globalisierung und Digitalisierung also doch keine Rolle bei der Produktion? Aber weshalb ist Hollywood auf der Welt so omnipräsent?

Die Antwort liegt in den clusterexternen Vernetzungen. Dabei muss das gesamte untersuchte Cluster in Los Angeles trotz der proklamierten lokalen Einbindung der Produktion in der Lage sein, seine Produkte nach außen zu vermarkten. Diese Herausforderung meistert Hollywood mit seinen *Major*-Studios, wobei „large multinational corporations play a decisive role across the entire functional and spatial field of economic activity, both in coordinating local production networks and in operating worldwide distribution and marketing system“ (Scott 2004c S.473). Dieses Statement relativiert die These von *Aksoy* und *Robins*, denn nicht die **Produktion**, sondern die Vermarktung und der Vertrieb (**Distribution**) vollzieht sich weltweit über mächtige Konzerne, die Verbindungen zwischen den einzelnen Agglomerationen herstellen. Deswegen wird diese Struktur auch als lokale Knoten in globalen Netzwerken bezeichnet (Amin / Thrift 1992, Mossig 2005 S.105f.).

Bezogen auf die Produktion lässt sich aber festhalten, dass die perfektionierten web-basierten Vertriebssysteme sowie die Digitalisierung fertiger Produkte nicht notwendigerweise zur Dispersion der Produktion selbst führen (Currah 2003 S.65f.).

Ganz im Gegenteil, vielmehr stärkt die Globalisierung dank dem „räumlichen Fließvermögen“ der fertigen Produkte, regionale Agglomerationen, weil sie durch gestiegene Exporte zur Expansion lokaler Produktionsverbände führt. Begleitend dazu erfolgt eine differenziertere Arbeitsteilung, die die Clusterbildung verstärkt. Somit existieren lokale Produktionsstrukturen neben Globalisierungsprozessen als komplementäre Phänomene unter

spezifischen sozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen (Storper 1997, Scott 2004c S.472).

Die einzige, aber nicht zu unterschätzende Ausnahme stellen die erodierenden Kräfte der *Runaway*-Produktion dar. Wie bereits gezeigt, entstehen bei geringen externen Transaktionskosten Anreize, Produktionsaktivitäten in billigere Satellitenstandorte wie Vancouver oder Toronto zu verlagern.

Schließlich und endlich war die Studie ein Versuch, etwas Licht in die lokalen Produktionscluster und Netzwerke in der Film- und Fernsehindustrie in Los Angeles County zu bringen. Dabei erkennt man trotz dieser kleinen Grundgesamtheit allzu leicht, welche Gravitationswirkung dieser Produktionskomplex als Ganzes ausstrahlt.

Ähnlich wie Basisinnovationen in herkömmlichen Industriesektoren sind design-intensive Prototypen, künstlerische Stilrichtungen oder kreative Rudimente in Kulturbranchen wie der Film- und Fernsehindustrie Gegenstand radikaler Umstrukturierungen. Ursachen sind teils Verschiebungen im Konsumentenverhalten, teils Produkt-, Prozess oder Organisationsinnovationen in Produktionsabläufen (Scott 2006 S.12). Dieses wurde auch eindrucksvoll am Beispiel der Entstehungsgeschichte des Clusters Los Angeles County als Ganzes gezeigt, wo Hollywood mit einer Reihe solcher dramatischen Veränderungen, vor allem dem ästhetischen Wandel, fertig geworden ist, der den Übergang vom klassischen *Studio System* ins das „New Hollywood“ Ende der 40er Jahre einleitete.

Daher ist es höchst unwahrscheinlich, dass die raumgebundene Produktionsweise in Hollywood in den nächsten Jahrzehnten verschwindet.

Literaturverzeichnis

- Aksoy, A. / Robins, K. (1992):** Hollywood for the 21st century: Global competition for critical mass in image markets. In: *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 16, S.1-22.
- Amin, A. / Thrift, N. (1992):** Neo-Marshallian nodes in global networks. In: *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 16, S.571-581.
- Aydalot, P. (Hrsg.) (1986):** Milieux innovateurs en Europe. Paris: GREMI.
- Balio, T. (1976a):** A mature oligopoly, 1930-1948. In: *Balio, T. (Hrsg.): The American film industry*. Madison: University of Wisconsin Press, S.213-227.
- Balio, T. (1976b):** Struggles for control, 1908-1930. In: *Balio, T. (Hrsg.): The American film industry*. Madison: University of Wisconsin Press, S.103-118.
- Balio, T. (1998):** A major presence in all of the world's important markets – The globalization of Hollywood in the 1990s. In: *Neale, S. / Smith, M. (Hrsg.): Contemporary Hollywood Cinema*. London, New York: Routledge, S.58-73.
- Bathelt, H. (1991):** Schlüsseltechnologie-Industrien: Standortverhalten und Einfluß auf den regionalen Strukturwandel in den USA. Berlin: Springer.
- Bathelt, H. (1998):** Regionales Wachstum in vernetzten Strukturen: Konzeptioneller Überblick und kritische Bewertung des Phänomens „Drittes Italien“. In: *Die Erde*, Jg. 129, S.247-271.
- Bathelt, H. / Glückler, J. (2002):** Wirtschaftsgeographie: Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. Stuttgart: UTB (Ulmer).
- Bertram, H. (1992):** Industrieller Wandel und neue Formen der Kooperation: Ein transaktionskostenanalytischer Ansatz am Beispiel der Automobilindustrie. In: *Geographische Zeitschrift*, Jg. 80, S.214-229.
- Blair, H. (2001):** You're only as good as your last job: The labour process and labour market in the British film industry. In: *Work, Employment and Society*, Vol. 15, Issue 1, S.149-169.
- Blair, H. / Grey, S. / Randle, K. (2001):** Working in film - Employment in a project-based industry. In: *Personnel Review*, Vol. 30, Issue 1-2, S.170-185.
- Blanc, H / Sierra, C. (1999):** The internalization of R&D by multinationals: A trade-off between external and internal proximity. In: *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 23, S.187-206.
- Bourdieu, P. (1971):** Le marché des biens symboliques. In: *L'Année Sociologique*, Vol. 22, S.49-126.
- Bourdieu, P. (1983):** Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: *Kreckel, R. (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten*. Göttingen: Soziale Welt – Sonderheft 2, S.183-198.
- Camagni, R. (1991):** Introduction: From the local “milieu” to innovation through cooperation networks. In: *Camagni, R. (Hrsg.): Innovation networks: Spatial perspectives*. London, New York: Belhaven Press, S.1-9.
- Caves, R.E. (2003):** Contracts between art and commerce. In: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 17, No. 2, S.73-83.
- Christopherson, S. (1996):** Industrial relations in an international industry, film production. In: *Gray, L. / Seeber, R. (Hrsg.): Under the stars, industrial relations in the entertainment media industries*. Ithaca (NY): Cornell University Press, S.86-112.
- Christopherson, S. (2002):** Project work in context: Regulatory change and the new geography of media. In: *Environment and Planning A*, Vol. 34, S.2003-2015.

- Christopherson, S. / Storper, M. (1986):** The city as studio, the world as back lot: The impact of vertical disintegration on the location of the motion picture industry. *In: Environment and Planning D: Society and Space, Vol. 4, S.305-320.*
- Christopherson, S. / Storper, M. (1989):** The effects of flexible specialization on industrial politics and the labor market: The motion picture industry. *In: Industrial and Labor Relations Review, Vol. 42, No. 3, S.331-347.*
- Coase, R. H. (1937):** The nature of the firm. *In: Economica, Vol. 4, S.386-405.*
- Coe, N. M. (2001):** A Hybrid Agglomeration? The development of a Satellite-Marshallian industrial district in Vancouver's film industry. *In: Urban Studies, Vol. 38, No.10, S.1753-1775.*
- Cones, J. W. (1992):** Film finance and distribution: a dictionary of terms. Hollywood: Silman-James Press.
- Corts, K. S. (2001):** The strategic effects of vertical market structure: Common agency and divisionalization in the US motion picture industry. *In: Journal of Economics & Management Strategy, Vol. 10, No. 4, S.509-528.*
- Crevoisier, O. / Maillat, D. (1991):** Milieu, industrial organization and territorial production system: Towards a new theory of spatial development. *In: Camagni, R. (Hrsg.): Innovation networks: Spatial perspectives.* London, New York: Belhaven Press, S.13-34.
- Currah, A. (2003):** Digital effects in the spatial economy of film: Towards a research agenda. *In: Area, Vol. 35, Issue 1, S.64-73.*
- Czamanski, S. / de Ablas, A. (1979):** Identification of industrial clusters and complexes: A comparison of methods and findings. *In: Urban Studies Vol. 16, S.61-80.*
- Dannenbergh, P. / Kulke, E. (2005):** Zur Bedeutung des landwirtschaftlichen Clusters für ländliche Räume. *In: SUTRA- Working Paper, Nr. 8, Berlin: Humboldt-Universität.*
- Davis, R. L. (1993):** The glamour factory: Inside Hollywood's big Studio System. Dallas: Southern Methodist University Press.
- De Fillippi, R. J. / Arthur, M. B. (1998):** Paradox in project-based enterprise: The case of film-making. *In: California Management Review, Vol. 40, S.125-139.*
- De Vany, A. (2004):** Hollywood economics. How extreme uncertainty shapes the film industry. London: Routledge
- Dicken, P. / Thrift, N. (1992):** The organization of production and the production of organization: Why business enterprises matter in the study of geographical industrialization. *In: Transactions of the Institute of British Geographers, Vol. 17, S.279-291.*
- Dicken, P. / Forsgren, M. / Malmberg, A. (1994):** The local embeddedness of transnational corporations. *In: Amin, A. / Thrift, N. (Hrsg.): Globalization, institutions, and regional development in Europe.* Oxford, New York: Oxford University Press, S.23-45.
- Duschek, S. (1998):** Kooperative Kernkompetenzen – Zum Management einzigartiger Netzwerkressourcen. *In: Zeitschrift Führung+Organisation, Jg. 67, Ausgabe 4, S.230-236.*
- EIDC (2001):** MOWs – A three-year study: An analysis of television movies of the week, 1997-1998, 1998-1999, and 1999-2000. Los Angeles: Entertainment Industry Development Corporation.
- Enright, M. J. (1995):** Organization and coordination in geographically concentrated industries. *In: Lamoreaux, N. / Raff, D. (Hrsg.): Coordination and information- Historical perspectives on the organization of enterprise.* Chicago, London, S.103-146.
- Economist, the (2003):** Barbarian at the gates? *Ausgabe vom 4. Oktober 2003.* London, S.51.

- Florida, R. (2002):** The rise of the creative class – and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.
- Gereffi, G. (1996):** Global commodity chains: New forms of coordination and control among nations and firms in international industries. In: *Competition and Change, Vol. 1*, S.427-439.
- Gereffi, G. / Korzeniewicz, M. (Hrsg.) (1994):** Commodity chains and global capitalism. Westport (CT): Praeger.
- Gertler, M. (1995):** 'Being there': Proximity, organization, and culture in the development and adoption of advanced manufacturing technologies. In: *Journal of Economic Geography, Vol. 71*, S.1-26.
- Gomery, D. (1986):** The Hollywood Studio System. New York: St. Martin's Press.
- Gomery, D. (1998):** Hollywood corporate business practice and periodizing contemporary film history. In: *Neale, S. / Smith, M. (Hrsg.): Contemporary Hollywood Cinema*. London, New York: Routledge, S.47-57.
- Gomery, D. (2000):** Hollywood as industry. In: *Hill, J. / Gibson, P. (Hrsg.): American cinema and Hollywood – Critical approaches*. Oxford, S.19-28.
- Grabher, G. (1993):** The weakness of strong ties: the lock-in of regional development in the Ruhr area. In: *Grabher, G. (Hrsg.): The embedded firm. On the socioeconomics of industrial networks*. London, New York: Routledge, S. 255–277.
- Grabher, G. (2002):** Fragile sector, robust practice: project ecologies in new media. In: *Environment and Planning A, Vol. 34, Issue 11*, S.1911-1926.
- Grauer, M. / Merten, U. (1997):** Multimedia: Entwurf, Entwicklung und Einsatz in betrieblichen Informationssystemen. Berlin: Springer.
- Granovetter, M. (1973):** The strength of weak ties. In: *American Journal of Sociology, Vol. 78*, S.1360–1380.
- Granovetter, M. (1985):** Economic action and social structure: The problem of embeddedness. In: *American Journal of Sociology, Vol. 91*, S.481-510.
- Granovetter, M. (1990):** The old and the new economic sociology: A history and an agenda. In: *Friedland, R. / Robertson, A. F. (Hrsg.): Beyond the marketplace. Rethinking economic and society*. New York: Aldine de Gruyter, S.89-112.
- Günther, R. (2003):** Innovation cooperation in East Germany – only a half-way success? Halle (Saale): Institut für Wirtschaftsforschung Halle IWH.
- Hacker, T. H. (2002):** Unternehmensnetzwerke in der Multimediabranche: Relevanz und Gestaltung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Hampton, B. B. (1931):** A history of the movies. New York: Covici, Friede.
- Hampton, B. B. (1970):** A history of the American film industry: From its beginnings to 1931. New York: Dover.
- Harrison, B. (1992):** Industrial districts: Old wine in new bottles? In: *Regional Studies, Vol. 26*, S.469-483.
- Hauser, H. / Wunsch-Vincent, S. (2004):** US proposals for free trade in digital media products: Multilateral vs. regional efforts. In: *Stanoevska-Slabeva, Katarina (Hrsg.): Digital Economy – Anspruch und Wirklichkeit*. Heidelberg: Springer, S. 55-68.
- Hayter, R. (1997):** The dynamics of industrial location: The factory, the firm and the production system. Chichester, New York: Wiley.

- Hollywood Creative Directory (HCD) (2001-2004):** Blue book production directory. Los Angeles: Hollywood Creative Directory & The Hollywood Reporter.
- Ibert, O. (2003):** Projekte und Innovation. Projektorientierung in der Entwicklungsplanung als Antwort auf das Problem der Organisation von Innovation. *In: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 61*, S.3-12.
- Jansen, D. (1999):** Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Opladen: Leske + Budrich.
- Krätke, S. (2002):** Medienstadt – Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion. Opladen: Leske + Budrich.
- Krätke, S. / Scheuplein, C. (2001):** Produktionscluster in Ostdeutschland – Methoden der Identifizierung und Analyse. Hamburg: VSA Verlag.
- Krugman, P. (1991):** Geography and trade. Cambridge (Mass.), London. MIT Press.
- Kulke, E. (2004):** Wirtschaftsgeographie. Paderborn: UTB (Schöningh).
- Lampel, J. / Shamsie, J. (2003):** Capabilities in motion: New organizational forms and the reshaping of the Hollywood movie industry. *In: Journal of Management Studies, Vol. 40, Issue 8*, S.2189-2210.
- Lash, S. / Urry, J. (1994):** Economies of signs and space. London: Sage.
- Los Angeles Times (1995a):** Entertainment draws most growth in area. *Ausgabe vom 19. April 1995*. Los Angeles. S.3.
- Los Angeles Times (1995b):** Santa Monica, a.k.a. Hollywood West. *Ausgabe vom 27. August 1995*. Los Angeles. S.84.
- Lukinbeal, C. (1998):** Reel-to-reel urban geographies: the top five cinematic cities in North America. *In: The California Geographer, Vol. 38*, S.64-78.
- Lundvall, B. A. (1988):** Innovation as an interactive process: From user-producer interaction to the national system of innovation. *In: Dosi, G. / Freeman, C. / Nelson, R. / Silverberg, G. / Soete, L. (Hrsg.): Technical change and economic theory*. London: Pinter, S.349-369.
- Lutz, A. / Sydow, J. (2000):** Content-Produktion in der Region – Zur Notwendigkeit und Schwierigkeit der politischen Förderung einer projektbasierten Dienstleistungsindustrie. *Vortragsmanuskript*. Berlin.
- Maillat, D. (1998):** Vom ‘Industrial District’ zum innovativen Milieu: Ein Beitrag zur Analyse der lokalen Produktionssysteme. *In: Geographische Zeitschrift, Jg. 86*, S.1–15.
- Malmberg, A. / Maskell, P. (2002):** The elusive concept of localisation economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering. *In: Environment and Planning A, Vol. 34*, S. 429-449.
- Markusen, A. (1996):** Sticky places in slippery space: A typology of industrial districts. *In: Economic Geography, Vol. 72*, S.293-313.
- Marshall, A. (1920):** Principles of economics. Philadelphia: Porcupine Press.
- Marshall, A. (1927):** Industry and trade. A study of industrial technique and business organization and the influences on the conditions of various classes and nations. London: Macmillan.
- Mezias, S. J. / Kuperman, J. C. (2000):** The community dynamics of entrepreneurship: The birth of the American film industry, 1895–1929. *In: Journal of Business Venturing, Vol. 16*, S.209–233.
- Mitchell, J. C. (1969):** The concept and use of social networks. *In: Mitchell, J. C. (Hrsg.): Social networks in urban situations*. Manchester: Manchester University Press, S.1-32.

- Molotoch, H. (1996):** LA as design product: how art works in a regional economy. *In: Scott A. J. / Soja, E. W. (Hrsg.): The city: Los Angeles and urban theory at the end of the twentieth century.* Berkeley, Los Angeles: University of California Press, S. 225–275.
- MONITOR (1999):** US runaway film and television production study report. Santa Monica: Monitor Company.
- Mossig, I. (2002):** The founding of new firms and efficient decision-making structures in localized production networks. The example of television production in the Cologne Media Cluster (Germany). *Paper prepared for the 42nd European congress of the European Regional Science Association (ERSA), Dortmund (Germany,) 27.-31. August 2002.* Gießen.
- Mossig, I. (2004):** Steuerung lokalisierter Projektnetzwerke am Beispiel der Produktion von TV-Sendungen in den Medienclustern München und Köln. *In: Erdkunde, Jg. 58, S.252-268.*
- Mossig, I. (2005):** Die Branchen der Kulturökonomie als Untersuchungsgegenstand der Wirtschaftsgeographie. *In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Jg. 49, Heft 2, S.97-110.*
- Mossig, I. (2006):** Entstehungs- und Wachstumspfade von Clustern: Konzeptionelle Ansätze und empirische Beispiele. *In: Schätzl, L. /Kiese, M. (Hrsg.): Cluster und Regionalentwicklung.* Münster: Lit-Verlag (im Druck).
- Motion Picture News (1918):** Motion picture studio directory, Los Angeles.
- Nuhn, H. (1989):** Technologische Innovation und industrielle Entwicklung: Silicon Valley – Modell zukünftiger Regionalentwicklung. *In: Geographische Rundschau, Jg. 41, S.258-265.*
- Palmer, E. O. (1938):** History of Hollywood. New York: Doubleday.
- Picot, A. (1982):** Transaktionskostenansatz in der Organisationstheorie: Stand der Diskussion und Aussagewert. *In: Die Betriebswirtschaft, Jg. 42, S.267-284.*
- Piore, M. J. / Sabel, C. F. (1985):** Das Ende der Massenproduktion. Studie über die Requalifizierung der Arbeit und die Rückkehr der Ökonomie in die Gesellschaft. Berlin: Wagenbach.
- Polanyi, M. (1966):** The tacit dimension. New York: Doubleday.
- Ponti, J. (1992):** Hollywood East. Orlando: Tribune Publishing.
- Porter, M. E (1990):** The competitive advantage of nations. New York: Free Press.
- Porter, M. E (1998):** Nationale Wettbewerbsvorteile: Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt. Wien.
- Porter, M. E (2000):** Locations, clusters, and company strategy. *In: Clark, G. L. / Feldman, M. P. / Gertler, G.S. (Hrsg.): The Oxford handbook of economic geography.* Oxford: Oxford University Press, S.253-274.
- Prahalad, C. K. / Hamel, G. (1990):** The core competence of the corporation. *In: Harvard Business Review, Vol. 68, Issue 3, S.79-91.*
- Rehfeld, D. (1999):** Produktionscluster. Konzeption, Analysen und Strategien für eine Neuorientierung der regionalen Strukturpolitik. München: Rainer Hampp Verlag.
- Salais, R. / Storper, M. (Hrsg.) (1992):** Pathways to industrialization and regional development. London: Routledge.
- Schamp, E. (2000):** Vernetzte Produktion: Industriegeographie aus institutioneller Perspektive. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Schatz, T. (1983):** Old Hollywood / New Hollywood ritual, art and industry. Ann Arbor: UMI Research Press.

- Schätzl, L. (1996):** Wirtschaftsgeographie 1, Theorie. 6. überarb. und erw. Aufl., Paderborn: UTB (Schöningh).
- Schumpeter, J. A. (1942):** Capitalism, socialism and democracy. New York: Harper and Row.
- Scott, A. J. (1983):** Industrial organization and the logic of intra-metropolitan location: Theoretical considerations. In: *Journal of Economic Geography*, Vol. 59, S.233-250.
- Scott, A. J. (1988a):** New industrial spaces: Flexible production organization, and regional development in North America and Western Europe. London: Pion.
- Scott, A. J. (1988b):** Metropolis: From the Division of Labor to Urban Form. Los Angeles: University of California Press.
- Scott, A. J. (1996):** The craft, fashion, and cultural-products industries of Los Angeles: Competitive dynamics and policy dilemmas in a multisectoral image-producing complex. In: *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 86, S.306-323.
- Scott, A. J. (1998):** Regions and the world economy: The coming shape of global production, competition, and political order. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Scott, A. J. (1999):** The US recorded music industry: On the relations between organization, location, and creativity in the cultural economy. In: *Environment and Planning A*, Vol. 31, S.1965-1984.
- Scott, A. J. (2000):** The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries. London: Sage.
- Scott, A. J. (2002):** A new map of Hollywood: The production and distribution of American Motion Pictures. In: *Regional Studies*, Vol. 36, Issue 9, S.957-975.
- Scott, A. J. (2004a):** The other Hollywood: The organizational and geographic bases of television-program production. In: *Media, Culture & Society*, Vol. 26, Issue 2, S.183-205.
- Scott, A. J. (2004b):** Hollywood and the world: The geography of motion-picture distribution and marketing. In: *Review of International Political Economy*, Vol. 11, Issue 1, S.33-61.
- Scott, A. J. (2004c):** Cultural-products industries and urban economic development: Prospects for growth and market contestation in global context. In: *Urban Affairs Review*, Vol. 39, No. 4, S.461-490.
- Scott, A. J. (2005):** On Hollywood: The place, the industry. Princeton: Princeton University Press.
- Scott, A. J. (2006):** Entrepreneurship, innovation, and industrial development: Geography and the creative field revisited. In: *Small Business Economics*, Vol. 26, S.1-24.
- Sklar, R. (1975):** Movie-made America: A social history of American movies. New York: Random House.
- Spencer, R. V. (1911):** Los Angeles as a producing center. In: *Moving Picture World*, Vol. 8, No. 14, S.768.
- Staudacher, C. (2005):** Wirtschaftsgeographie regionaler Systeme. Wien: WUV Universitätsverlag.
- Sternberg, R. (1998):** Technopolitik und High-Tech Regionen – ein internationaler Vergleich. 2. Aufl., Hamburg: Lit-Verlag.
- Storper, M. (1989):** The transition to flexible specialization and regional industrial agglomerations: The case of the US motion-picture industry. In: *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 3, S.273-305.

Storper, M. (1993): Flexible specialization in Hollywood: a response to Aksoy and Robins. In: *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 17, S.479-484.

Storper, M. (1997): The regional world: territorial development in a global economy. New York: The Guilford Press.

Storper, M. / Christopherson, S. (1987): Flexible specialization and regional industrial agglomerations: The case of the U.S. motion-picture industry. In: *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 77, Issue 1, S.104-177.

Storper, M. / Venables, A. J. (2004): Buzz: Face-to-face contact and the urban economy. In: *Journal of Economic Geography*, Vol. 4, S.351-370.

Storper, M. / Walker, R. (1989): The capitalist imperative: Territory, technology, and industrial growth. Oxford, New York: Basil Blackwell.

Sydow, J. (1992): Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation. Wiesbaden: Gabler.

Sydow, J. / Windeler, A. (1999): Projektnetzwerke: Management von (mehr als) temporären Systemen. In: *Sydow, J. / Windeler, A. (Hrsg.) (2004): Organisation der Content-Produktion*. Wiesbaden: VS Verlag, S.27-54.

Sydow, J. / Staber, U. (2002): The institutional embeddedness of project networks: The case of content production in German television, In: *Regional Studies*, Vol. 36, S.215-227.

Tamásy, C. (2005): Determinanten des regionalen Gründungsgeschehens. Münster: Lit-Verlag.

Tsang, E. (2000): Transaction cost and resource-based explanations of joint ventures: A comparison and synthesis. In: *Organization Studies*, Vol. 21, Issue 1, S.215-242.

US Census Bureau (1993-2003a): 1993-2003 County Business Patterns. USA. CBPXX-1, <http://censtats.census.gov/>, (letzter Zugriff: 21/1/06) Washington: US Department of Commerce.

US Census Bureau (1993-2003b): 1993-2003 County Business Patterns. California. CBPXX-6, <http://censtats.census.gov/>, (letzter Zugriff: 26/1/06) Washington: US Department of Commerce.

US Census Bureau (1994-1997): 1994-1997 Zip Code Business Patterns (SIC). 90004-91608. for SIC 7812 and 7819, <http://censtats.census.gov/>, (letzter Zugriff: 3/3/06) Washington: US Department of Commerce.

US Census Bureau (1998-2003): 1998-2003 Zip Code Business Patterns (NAICS). 90004-91608, for SIC 512110 and 512119, <http://censtats.census.gov/>, (letzter Zugriff: 3/3/06) Washington: US Department of Commerce.

US Census Bureau (2000-2001): Diverse 1997 Economic Census Industry Reports: No. EC97S51S-LS, EC97S51S-SB, EC97S51S-SM, EC97S51S-SZ, <http://www.census.gov/epcd/ec97/>, (letzter Zugriff: 3/3/06) Washington: US Department of Commerce.

US Census Bureau (2004-2005): Diverse 2002 Economic Census Industry Reports: No. EC02-51A-1US, EC02-51A-CA, EC02-51I-07, EC02-51SL-LS, EC02-51SS-SZ, EC02-5188A-CA, <http://www.census.gov/epcd/ec02/>, (letzter Zugriff: 3/3/06) Washington: US Department of Commerce.

Variety (2000-2005): Facts on Pacts 2000-2005. <http://www.variety.com>, (letzter Zugriff: 22/1/06) Los Angeles.

Variety (2004): Think you got a deal? *Ausgabe vom 14. November 2004*, <http://www.variety.com>, (letzter Zugriff: 22/1/06) Los Angeles.

- Variety (2005):** H'wood deals start to unreel? *Ausgabe vom 1. Mai 2005*, <http://www.variety.com>, (letzter Zugriff: 22/1/06) Los Angeles.
- Véron, L. (1999):** The competitive advantage of Hollywood industry. In: *Columbia International Affairs on Line*, <https://www.cc.columbia.edu/sec/dlc/ciao/wps/ve101>, (letzter Zugriff: 4/4/05) University of Southern California.
- Waterman, D. (1982):** The structural development of the motion picture industry. In: *American Economist*, Vol. 26, Issue 1, S.16-27.
- Weber, A. (1909):** Über den Standort der Industrien. Erster Teil: Reine Theorie des Standorts. Tübingen: Mohr (Siebeck).
- Wessel, K. (1996):** Empirisches Arbeiten in der Wirtschafts- und Sozialgeographie. Paderborn: UTB (Schöningh).
- Williamson, O. E. (1975):** Markets and hierarchies: Analysis and anti-trust implications. New York: Free Press.
- Williamson, O. E. (1985):** The economic institutions of capitalism. Firms, markets, relational contracting. New York: Free Press.
- Williamson, O. E. (1990):** Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen. Tübingen: Mohr (Siebeck).
- Windeler, A. / Lutz, A. / Wirth, C. (2000):** Netzwerksteuerung durch Selektion – Die Produktion von Fernsehserien in Projektnetzwerken. In: *Sydow, J. / Windeler, A. (Hrsg.): Steuerung von Netzwerken*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S.178-205.
- Windeler, A. / Sydow, J. (2001):** Project networks and changing industry practices - collaborative content production in the German television industry. In: *Organization Studies*, Vol. 22, No. 6, S. 1035-1060.
- Woolcock, M. (1998):** Social capital and economic development. Toward a theoretical synthesis and policy framework. In: *Theory and Society*, Vol. 27, S.151-208.
- Wunsch-Vincent, S. (2003):** The digital trade agenda of the U.S.: parallel tracks of bilateral, regional and multilateral liberalization. In: *Außenwirtschaft*, Jg. 58, Heft 1, S.7-46.



UNIVERSITY OF CALI-
FORNIA, IRVINE

IRVINE, CA 92697-7075

Lech Suwala

Planning, Policy, and Design

Ph: 949-679-1725

202 Social Ecology I

Mail: l.suwala@gmx.de

Company XXX

XXXX Boulevard

9XXXX City

Los Angeles, January 04

Survey for entrepreneurs in the motion picture / television industry

Dear entrepreneur,

The aim of this survey is to develop recommendations for appropriate local and regional policies for urban clusters in the motion-picture and television industry. Therefore, I would like to sketch an overview of the current situation as well as linkages between establishments especially in the production and postproduction sector.

Of considerable interest is your assessment as an entrepreneur for future development and perspectives. Further research belongs to business relationships, institutional and personal contacts which help you to keep your business operating. This data is necessary to demonstrate the structure of such production clusters.

Hence, I ask you to complete the attached survey and send it back by April 8th 2004.

Please feel free to schedule an appointment (personal, phone) whenever fits best for you and contact me. Anyway, I will call approx. two weeks after reception of this letter to ask you about your opinion.

All compiled information will be kept strictly confidential, will remain anonymous and will be exclusively used for the scientific evaluation. **Neither will any report or publication contain any names nor will it be possible to identify any person or firm!**

Please keep in mind, your business can profit from the results of this report. I appreciate your support. The entire report will be delivered upon request for free. So do not hesitate to contact me any time you want: **Lech Suwala Ph: 949-679-1725 E-Mail: l.suwala@gmx.de**

Thank you for your support!

Best Regards,

Lech Suwala
Research Scholar

Department of Policy, Planning and Design, University of California, IRVINE

Date: _____ Company: _____

Cluster: (1) SM / (2) HW / (3) SF



UNIVERSITY OF CALIFORNIA, IRVINE
Planning, Policy, and Design
IRVINE, CA 92697-7075

Lech Suwala
Ph: 949-679-1725
Mail: l.suwala@gmx.de

Please classify your company's location:

- Hollywood Cluster
- San Fernando Valley Cluster
- Santa Monica Cluster

I. General characteristics and positioning of companies

I.a Positioning

(1) Which are / is the main operating sphere (market area) for your company?

(2) Please describe your 3 most important products:

II. Network analysis

II.a Business relationships – network of transactions

Who are your most important business partners?

⇒ *Suppliers, Customers, Co-operation partners*

(1) Who are your 3 most important customers?

Question about the most important customers - and their spatial origin (Hollywood, San Fernando Valley, Santa Monica, Los Angeles County, California, USA, international)

Customer characteristics (motion-picture industry, television, music, different sectors etc.)

What are the arrangements of the relationship?

- order-work
- project-based
- contractually-tied
- other

Who was the first customer you had cooperated with?

(2) Who are your 3 most important suppliers?

Question about the most important suppliers - and their spatial origin (Hollywood, San Fernando Valley, Santa Monica, Los Angeles County, California, USA, international)

Customer characteristics (Motion-picture industry, television, music, different sectors etc.)

What are the arrangements of the relationship?

- order-work
- project-based
- contractually-tied
- other

Who was the first customer you had cooperated with?

(3) Who are your 3 most important cooperation partners?

Question about the most important cooperation partners - and their spatial origin (Hollywood, San Fernando Valley, Santa Monica, Los Angeles County, California, USA, international)

Customer characteristics (Motion-picture industry, television, music, different sectors etc.)

What are the arrangements of the relationship?

- order-work
- project-based
- contractually-tied
- other

Who was the first partner you had cooperated with?

II.b Institutional contacts – the communication network

(1) Do you have any contacts to the following institutions / facilities / agencies?

MPA, AMPTP

IATSE locals

Universities (UCLA, USC, film colleges etc.)

City of LA, Santa Monica, etc.

Professional Guilds (Screen Actors, Writers etc.)

Other Associations (Production Assistants Associations, Women in film etc.)

Academy of Motion Picture Arts and Sciences

Other locals

Date: _____ Company: _____

Cluster: (1) SM / (2) HW / (3) SF

(2) What is the frequency of those contacts?

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> daily | <input type="checkbox"/> semi-annually |
| <input type="checkbox"/> weekly | <input type="checkbox"/> annually |
| <input type="checkbox"/> monthly | <input type="checkbox"/> other |

(3) What is the content of information exchange?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> consultation & support | <input type="checkbox"/> financial promotion |
| <input type="checkbox"/> protection of interests / intellectual property | <input type="checkbox"/> discovering new talent |
| <input type="checkbox"/> exchange of technical knowledge | <input type="checkbox"/> other |

II.c Relationships to further participants

1. Are there any contacts to participants you have not mentioned yet?

- Yes
- _____
- No → see questions (II.a) about the most important business partners and the following

II.d Informal contacts

(1) To what extent, are informal contacts important for your business?

- Open question (daily business, big events, awards, festivals etc.)
- _____
- _____

III. Foundation and the decision of location

III.a Establishment

(1) When and where was your company founded?

- Year _____ Location _____

2. Your company has been ...

(2a) established in Hollywood / San Fernando Valley / Santa Monica Cluster at the present location?

- _____
- Does this location result because of a scouting?
- _____
- Were there alternatives in Los Angeles County?
- _____
- Why did you finally decide to open your business here?
- _____
- Did your domicile have an influence on your decision?
- _____

(2b) Spin-off (from University / enterprise)

- _____
- Does this location result because of a scouting?
- _____
- Were there alternatives in Los Angeles County?
- _____

Date: _____ Company: _____

Cluster: (1) SM / (2) HW / (3) SF

Why did you finally decide to open your business here?

Did your domicile have an influence on your decision?
(proximity to the university from where the spin-off origins)
(proximity to the enterprise from where the spin-off origins)

(2c) Branch

How long are you at the present location?

Where is the company headquartered?

Does this location result because of a scouting?

Were there alternatives in Los Angeles County?

Why did you finally decide to open your business here?

Did your domicile have an influence on your decision?
(proximity to the university from where the spin-off origins)
(proximity to the enterprise from where the spin-off origins)

(2d) Shift

How long are you at the present location?

Where is the company headquartered?

Does this location result because of a scouting?

Were there alternatives in Los Angeles County?

Why did you finally decide to open your business here?

Did your domicile have an influence on your decision?
(proximity to the university from where the spin-off origins)
(proximity to the enterprise from where the spin-off origins)

III.b Location

1. Which were the three main factors most influential on the decision of your location in favor to the Hollywood / San Fernando Valley / Santa Monica Cluster?

2. Which importance did the following criteria have on the decision of your location at the time of your foundation?

⇒ Appendix 1

Date: _____ Company: _____

Cluster: (1) SM / (2) HW / (3) SF

3. Which importance would the following criteria have on the decision of your location today?

⇒ Appendix 2

4. What is your overall opinion about your present location?

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> outstanding | <input type="checkbox"/> defective |
| <input type="checkbox"/> advisable | <input type="checkbox"/> insufficient |
| <input type="checkbox"/> satisfactory | |

I.b General characteristics of your company (important for the industry's structure!)

(1) How many employees (incl. owner) are working for your company?

(2a) How many permanent employees are working for your company?

(2b) Did the number of permanent employees change since the founding?

-
- increase
-
- same level
-
- decrease

(3a) How many freelance employees are working for your company?

(3b) Did the number of freelance employees change since the founding?

-
- increase
-
- same level
-
- decrease

(4) How do you estimate your job-situation in the close future?

-
- excellent
-
- good
-
- adequate
-
- poor
-
- insufficient

(5a) How did your receipts develop in the recent past?

-
- increased
-
- same level
-
- decreased

(5b) Please sort your receipts in 2003 (in \$)

To the following categories:

-
- < 100.000
-
-
- 100.000 – 1.000.000
-
-
- 1.000.001 - 5.000.000
-
-
- 5.000.001 - 20.000.000
-
-
- 20.000.001 - 50.000.000
-
-
- > 50.000.000

I appreciate your support!

-
- I would like to obtain the results of this report for free.

Please name an agent and a phone number for contingent queries:

Agent : _____ Phone: _____

Appendix 1 **Location factors and their significance at the moment of the decision for today's location**

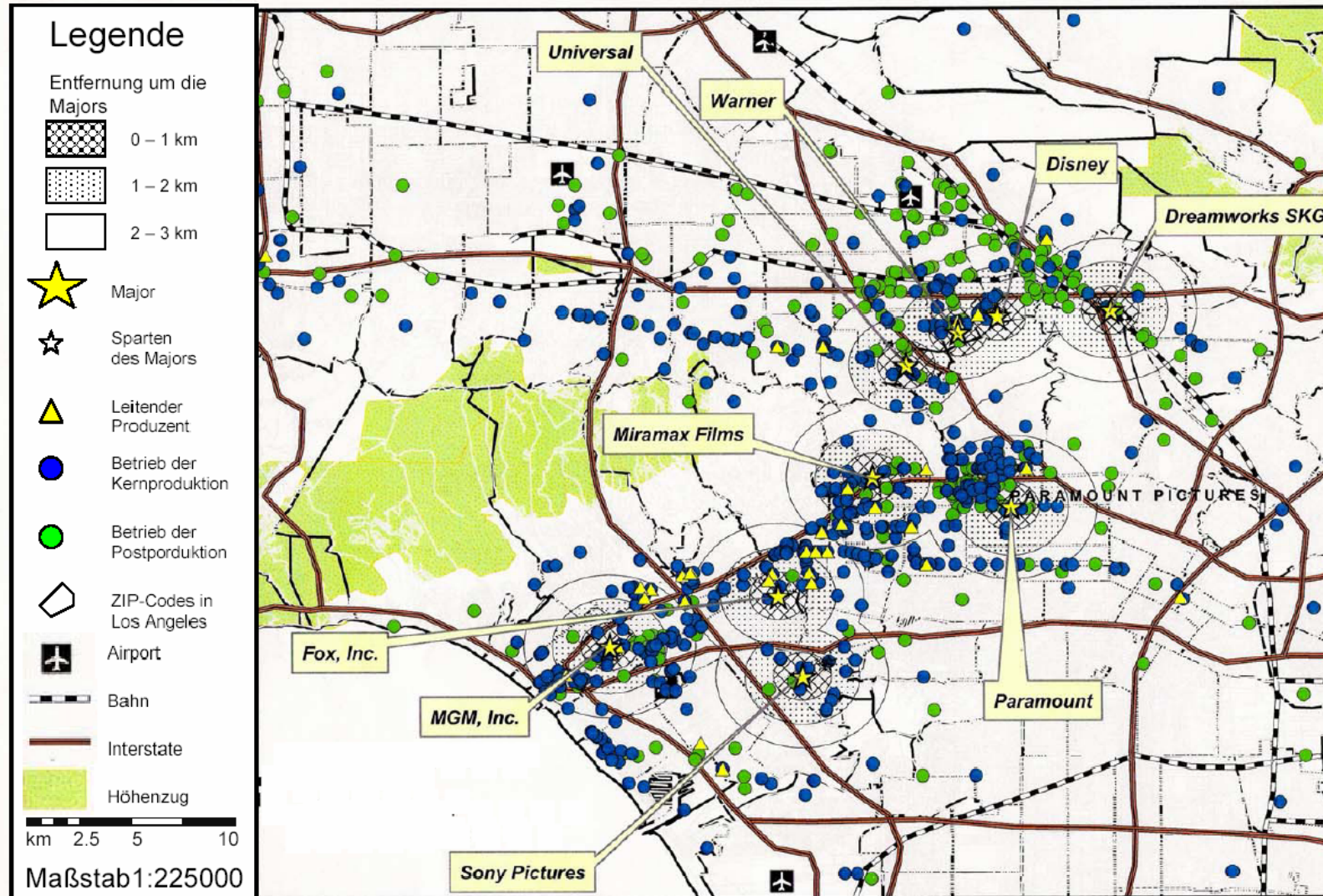
Location indicator	Very important	Important	Indifferent	Unimportant	Very unimportant
Local market opportunities					
Proximity to suppliers					
Proximity to strategic alliances / partners					
Proximity to companies from the same industry on a 2- and 3-digit-level (SIC 78xx, NAICS 512xxx)					
Local infrastructure					
Availability & Rents for offices					
Proximity to home					
Access to universities, colleges, film academies or research and educational facilities					
Availability of qualified and educated labor force					
Regional incentives or development programs					
Proximity to advice agencies and transfer facilities					
Cultural and social environment					
Reputation of location					
Private reasons					

Date: _____ Company: _____

Cluster: (1) SM / (2) HW / (3) SF

Appendix 2 **Location factors and their present assessment**

Location indicator	Very important	Important	Indifferent	Unimportant	Very unimportant
Local market opportunities					
Proximity to suppliers					
Proximity to strategic alliances / partners					
Proximity to companies from the same industry on a 2- and 3-digit-level (SIC 78xx, NAICS 520xx)					
Local infrastructure					
Availability & Rents for offices					
Proximity to home					
Access to universities, colleges, film academies or research and educational facilities					
Availability of qualified and educated labor force					
Regional incentives or development programs					
Proximity to advice agencies and transfer facilities					
Cultural and social environment					
Reputation of location					
Private reasons					



*Abbildung B-1 Räumliche Verteilung von Standorten der Unternehmen in der Film- und Fernsehindustrie (N=1656)
Quelle: eigene Darstellung nach HCD 2001-2004*

	Häufigkeit	spez. Dienstleister	ltd. Produzent	Major	Cluster	Weitere Cluster	Major	Bezirk	City
1	90038	110	103		7	Hollywood		Paramount	Los Angeles
2	90028	86	85	1		Hollywood		Hollywood	Los Angeles
3	91505	78	75	1	2	San Fernando Valley		Burbank	Burbank
4	90404	70	56	2	12	Santa Monica	Metro-Goldwyn-Mayer	Santa Monica	Santa Monica
5	90232	64	42	1	21		Culver City	Sony / Cloumbia Tri Star	Culver City
6	90401	55	52	3		Santa Monica		Santa Monica	Santa Monica
7	90069	53	50	3			West Hollywood	West Hollywood	West Hollywood
8	91604	48	46	2			North Hollywood	Studio City	Los Angeles
9	91502	43	42	1		San Fernando Valley		Burbank	Burbank
10	90025	38	35	3		Santa Monica		West Los Angeles	Los Angeles
11	90046	37	36	1			West Hollywood	Mount Olympus	Los Angeles
12	90048	34	33	1			West Hollywood	Los Angeles	Los Angeles
13	90210	32	30	2			Beverly Hills	Beverly Hills	Beverly Hills
14	90212	31	28	3			Beverly Hills	Beverly Hills	Beverly Hills
15	90211	30	30				Beverly Hills	Beverly Hills	Beverly Hills
16	90068	29	29				North Hollywood	Hollywood Hills	Los Angeles
17	90067	29	27	2			Beverly Hills	20th Century Fox	Century City
18	91522	29	13	2	14	San Fernando Valley		Warner Bros.	Burbank
19	90024	28	22	6			Beverly Hills	Westwood	Los Angeles
20	90036	27	23	4			West Hollywood	Los Angeles	Los Angeles
21	90035	27	10	3	14			Fox	Los Angeles
22	91601	24	24				North Hollywood	North Hollywood	Los Angeles
23	91521	24	11		13	San Fernando Valley		Disney	Burbank
24	91608	23	14		9	San Fernando Valley		Universal	Universal City
25	90291	22	22			Santa Monica		Venice	Los Angeles
26	90405	21	21			Santa Monica		Santa Monica	Santa Monica
27	91423	20	20				North Hollywood	Sherman Oaks	Los Angeles
28	90066	18	17	1			Culver City	Los Angeles	Los Angeles
29	91602	17	17			San Fernando Valley		Toluca Lake	Los Angeles
30	90004	17	17			Hollywood		Los Angeles	Los Angeles
31	91506	16	16			San Fernando Valley		Burbank	Burbank
.
36	90403	13	13			Santa Monica		Santa Monica	Santa Monica
66	91523	5	2	3		San Fernando Valley		Burbank	Burbank

1656 1517 47 92 in 523 Postleitzahlbezirken von Los Angeles County

Tabelle B-1 Häufigkeiten von Unternehmen in bestimmten Postleitzahlbezirken

Quelle: eigene Darstellung

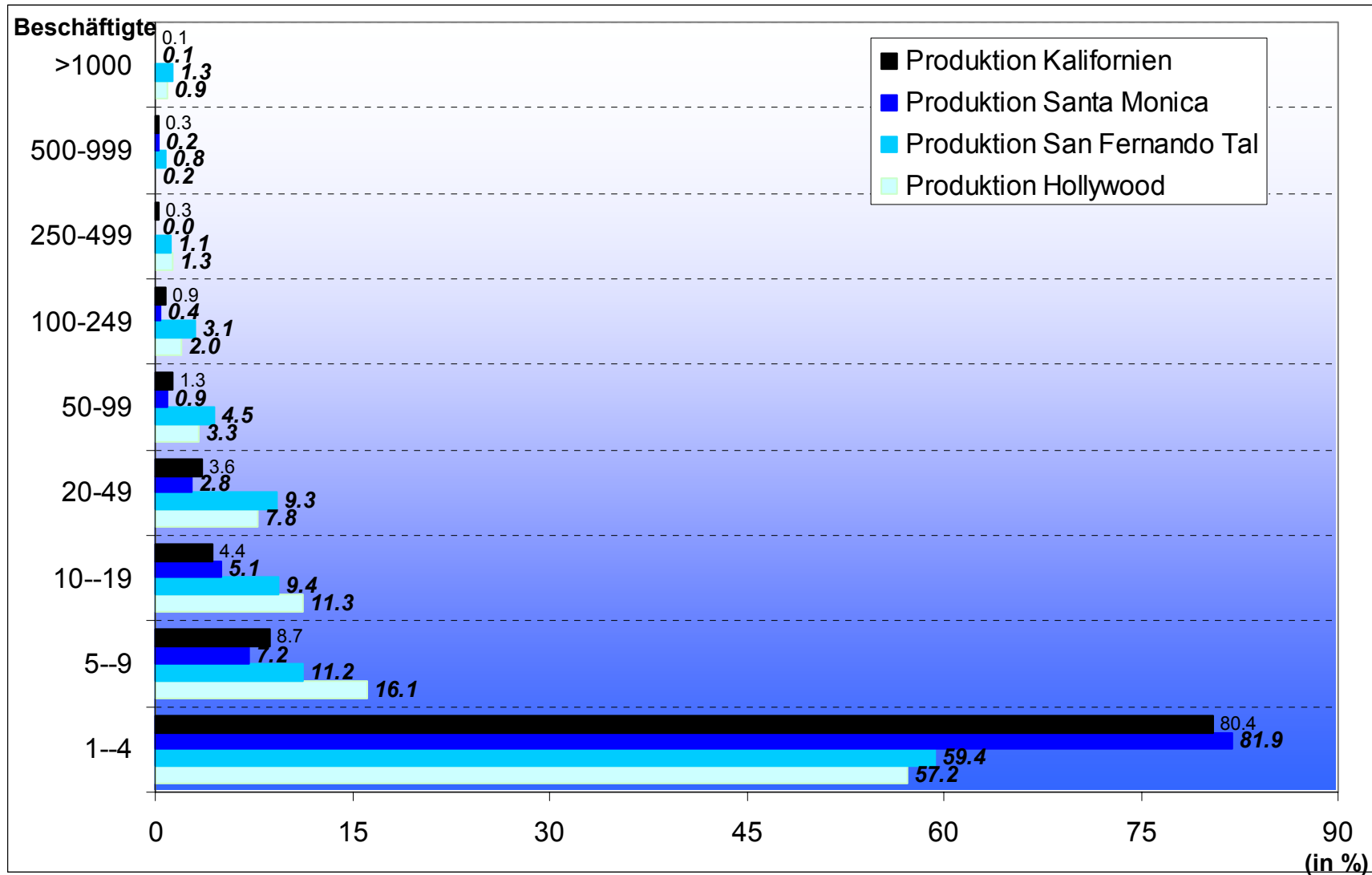


Abbildung B-2 Zusammensetzung der Betriebsgrößen in den einzelnen Clustern im Bereich der Produktion, 1994-2003

Quelle: eigene Darstellung nach US Census Bureau 1994-1997, 1998-2003

Santa Monica								
Betrieb	Gründung	Art und Weise	Neugründung (gleicher Standort)			Zweigstelle (mit Zentrale in..)		Extras
			Standort	Ausgründung	Verlagerung von	in..	in..	
SM1	1924/1936	Verlagerung			LA(2001)			
SM2	1987	Neugründung	SM					
SM3	1982	Neugründung	SM					
SM4	1985	Ausgründung		USA				
SM5	1998	Neugründung	SM					kurz vor der Stilllegung
SM6	1998	Verlagerung			SM			
SM7	2000	Verlagerung			LA			kurz vor der Stilllegung
SM8	1997	Ausgründung		SM				forfeited (verwirkt)
SM9	1998	Neugründung	SM					kurz vor der Stilllegung
SM10	1979	Verlagerung			HW			
SM11	1992	Ausgründung		SM (1999)				
SM12	1985	Ausgründung		LA				kurz vor der Stilllegung
SM13	1998	Neugründung	SM					
SM14	1984	Ausgründung		USA			Co-Zentrale mit New York	
SM15	1992	Neugründung	SM					Wohnsitz des Inhabers in Malibu
SM16	1990	Neugründung	SM					
SM17	2002	Neugründung	SM					
SM18	1990	Verlagerung			SM			

Hollywood								
Betrieb	Gründung	Art und Weise	Neugründung (gleicher Standort)			Zweigstelle (mit Zentrale in..)		Extras
			Standort	Ausgründung	Verlagerung von	in..	in..	
HW2	1990	Neugründung	HW					
HW3	1985	Verlagerung			LA			
HW4	1987	Verlagerung			Adams, MA (USA)			
HW5	2001	Neugründung	HW					kurz vor der Stilllegung
HW6	1983	Ausgründung		HW				
HW7	1999	Verlagerung			HW			
HW8	1958	Neugründung	HW					altersbedingter Rücktritt vom Geschäft
HW9	1990	Verlagerung			LA (Westlake Village)			
HW10	1928	Ausgründung		HW				Zusammenschluss
HW11	1982	Verlagerung			SM		Division von Raleigh Corp.	
HW12	1981	Neugründung	HW					
HW13	1991	Ausgründung		HW (1999)				dissolved (aufgelöst)
HW14	1983	Neugründung	HW					
HW15	1985	Verlagerung			LA (Torrance)			
HW16	1961	Neugründung	HW				inzwischen Co-Zentrale in Anaheim	ab 2003
HW17	1992	Verlagerung			LA (Glendale)			kurz vor der Stilllegung

San Fernando Tal								
Betrieb	Gründung	Art und Weise	Neugründung (gleicher Standort)			Zweigstelle (mit Zentrale in..)		Extras
			Standort	Ausgründung	Verlagerung von	in..	in..	
SF1	1983	Verlagerung			England			kurz vor der Stilllegung
SF2	1990	Verlagerung			LA (San Fernando)			
SF3	1977	Verlagerung			LA (Sun Valley)			
SF4	1990	Verlagerung			SF			
SF5	1995	Neugründung	SF					
SF6	1974	Neugründung	SF					
SF7	1986	Neugründung	SF					
SF8	1993	Verlagerung			LA (Sherman Oaks)			
SF9	2000	Neugründung	SF					
SF10	1980	Verlagerung			LA			
SF11	1922/ 1938	Neugründung	SF	SF (1938)				einer Art Outsourcing
SF12	1987	Verlagerung			SM			
SF13	1991	Verlagerung			LA (Sherman Oaks)			
SF14	1924/1926	Neugründung / Ausgründung	SF	1924 / 1926			Headquarter zusammen mit USA (NY)	
SF15	1980	Zweigstelle					USA (NY)	
SF16	1968 / 1987	Ausgründung / Verlagerung			LA (Beverly Hills)			
SF17	1990	Ausgründung / Verlagerung		1990	LA (Beverly Hills)			
SF18	1912/1918	Neugründung / Ausgründung	SF	1918				

Tabelle B-2 Detaillierte Darstellung der Gründungsprozesse in den einzelnen Clustern
 Quelle: eigene Darstellung

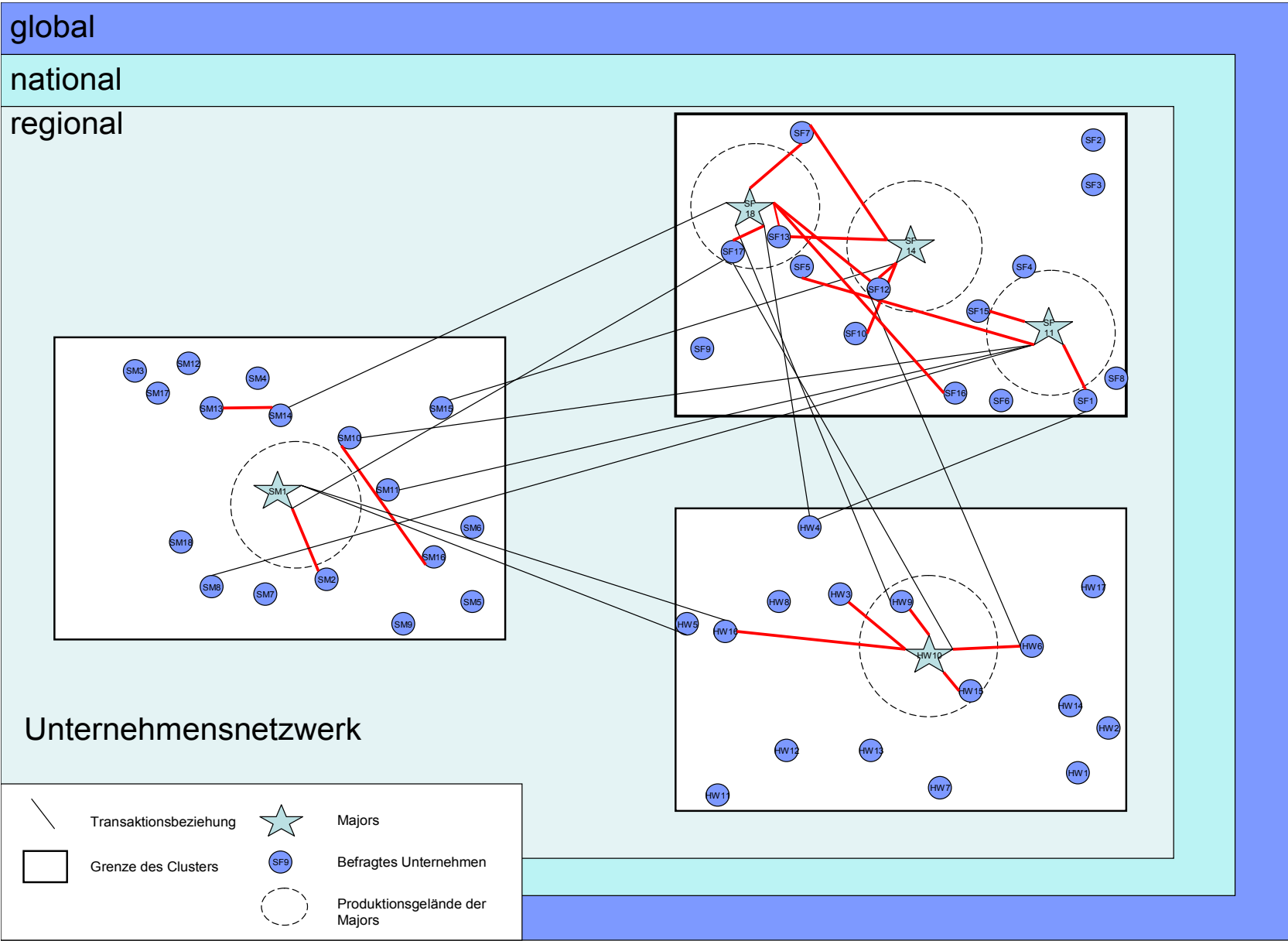


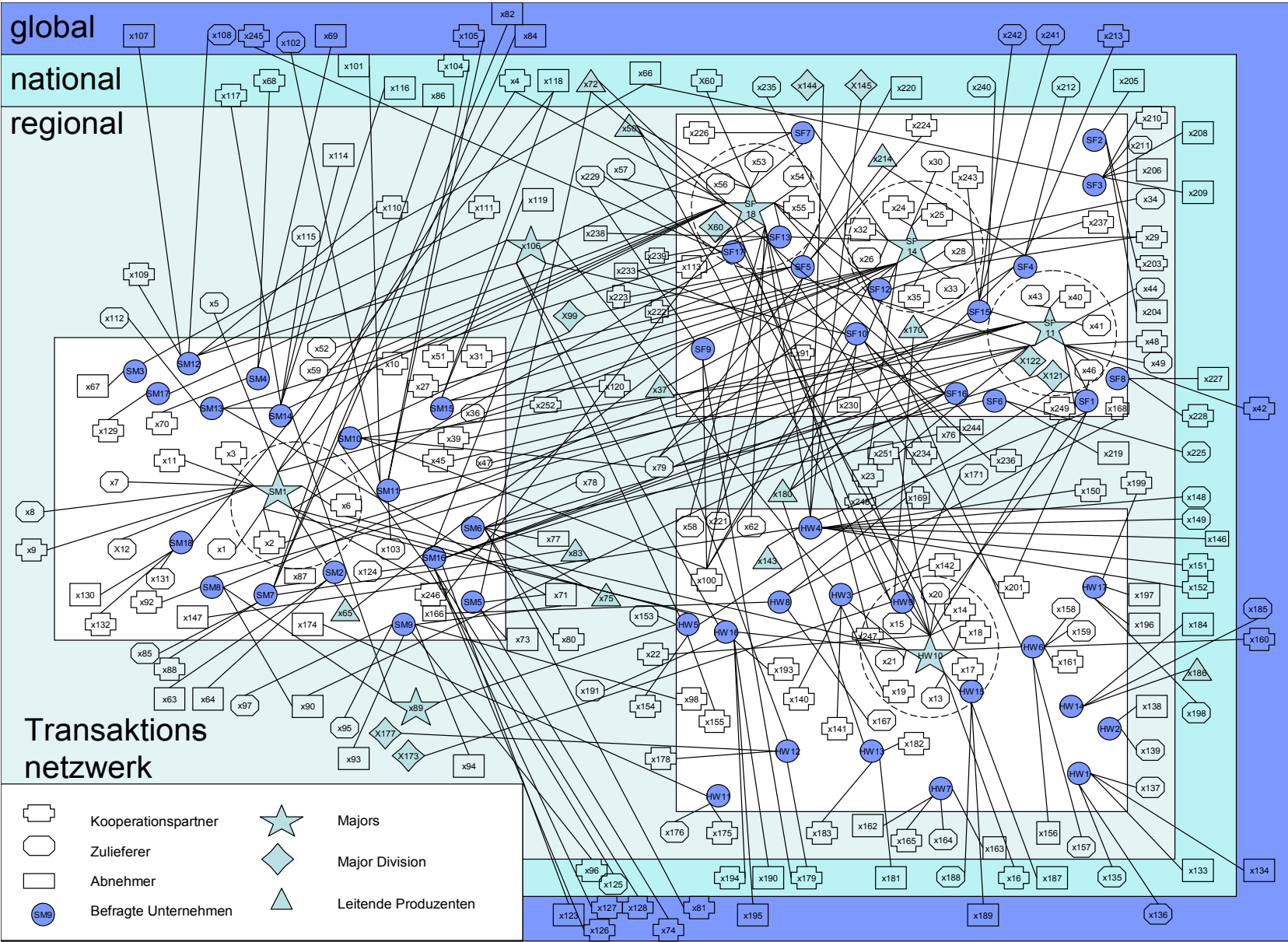
Abbildung C-1 Unternehmensnetzwerk

Quelle: eigene Darstellung

	SF 1	SF 2	SF 3	SF 4	SF 5	SF 6	SF 7	SF 8	SF 9	SF 10	SF 11	SF 12	SF 13	SF 14	SF 15	SF 16	SF 17	SF 18	
SF1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
SF2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SF3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SF4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SF5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
SF6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SF7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2
SF8	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SF9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SF10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
SF11	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	3
SF12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2
SF13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2
SF14	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	4
SF15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
SF16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
SF17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
SF18	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	5
	1	0	0	0	1	0	2	0	0	1	3	2	2	4	1	1	1	5	24

$(2*(12+12) / (18*(18-1)))= 0.1569$

*Tabelle C-1 Beispiele einer symmetrischen Soziomatrix für das ungerichtete Unternehmensnetzwerk im Cluster San Fernando Tal
Quelle: eigene Darstellung*



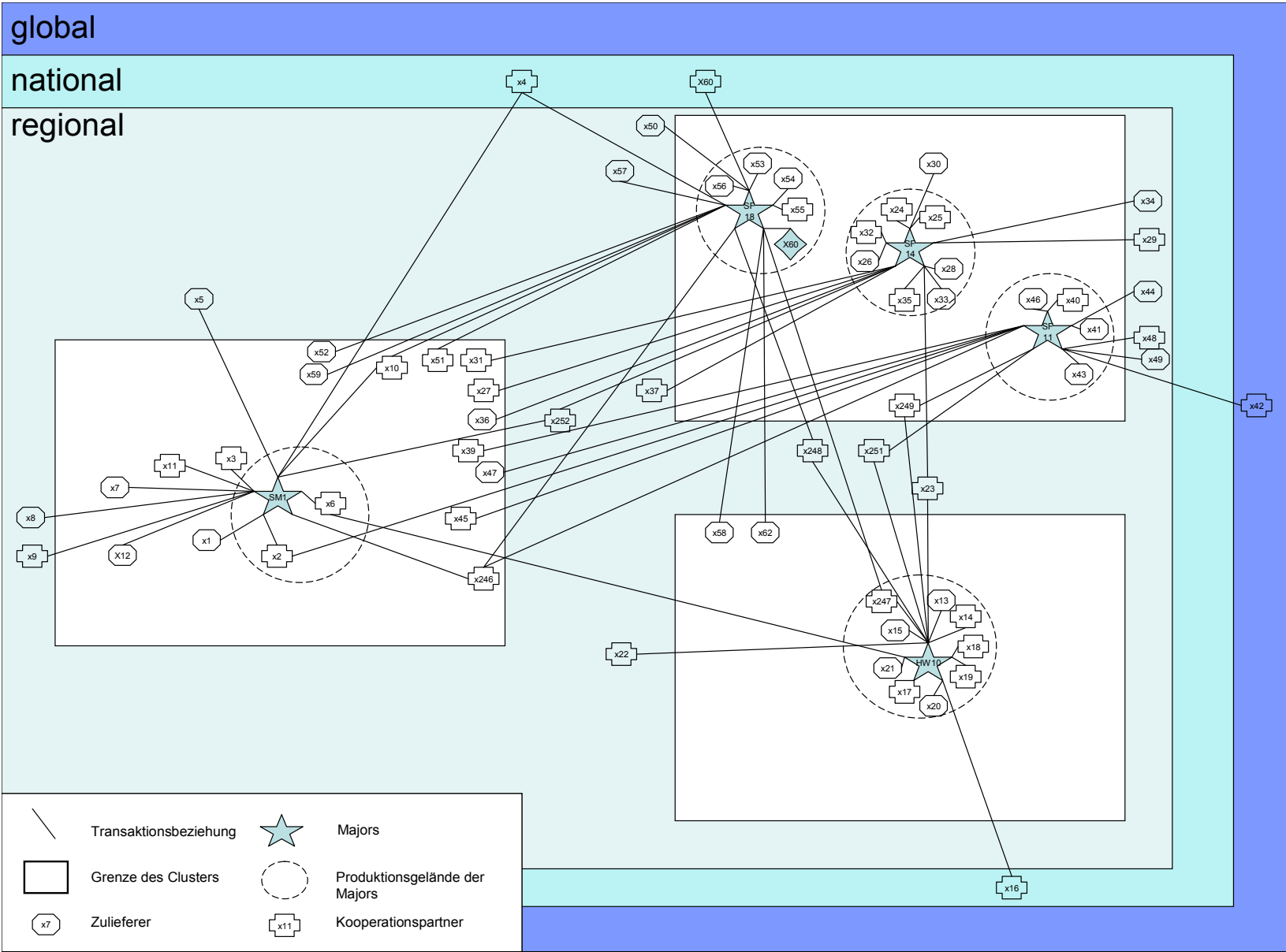


Abbildung C-3
Exklusive
Transaktions-
netzwerke der
Majors

Quelle:
eigene
Darstellung

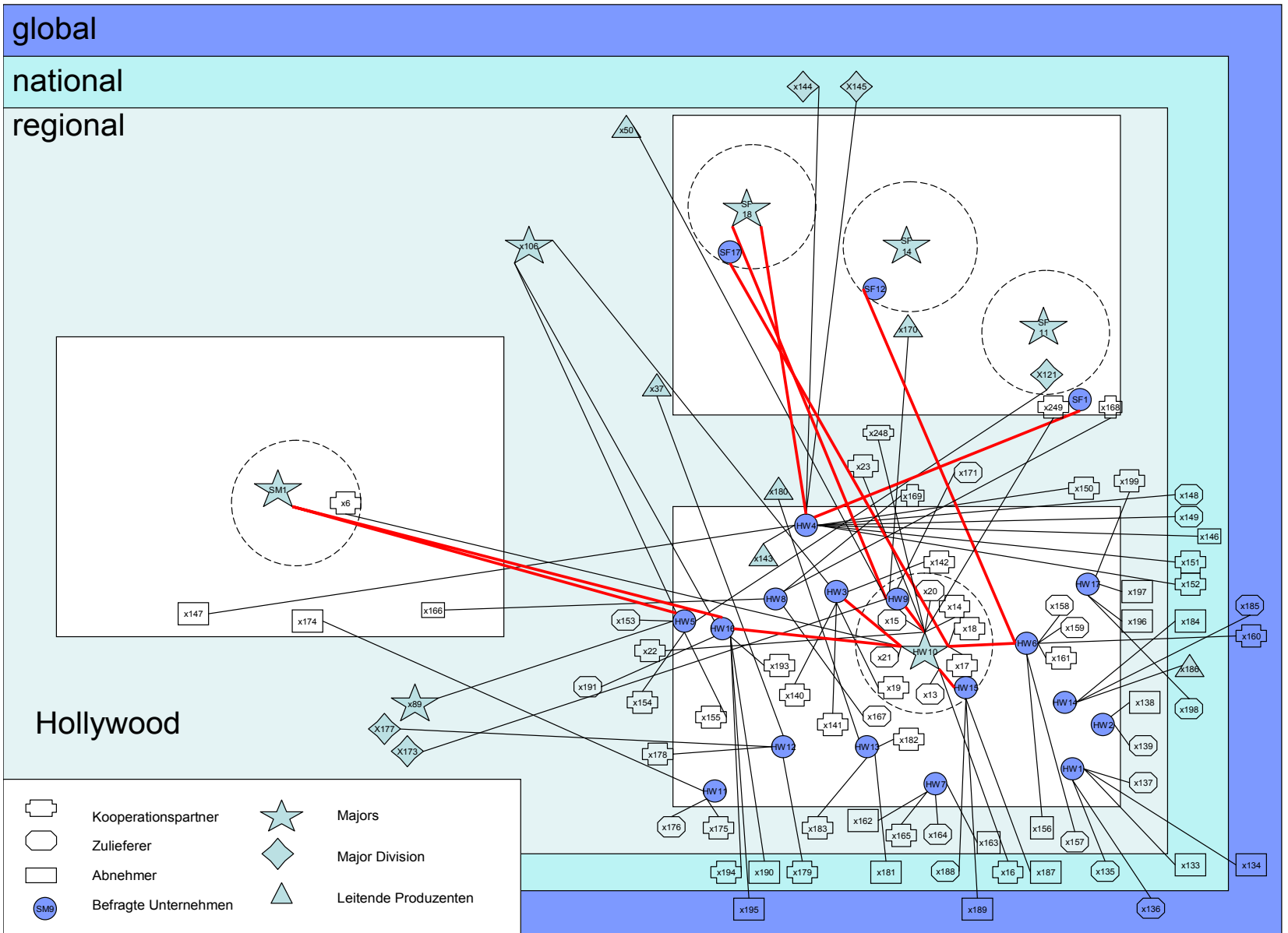


Abbildung C-4
Transaktions-
netzwerk des
Clusters in
Hollywood

**Rote Verbindungen stehen für direkte Beziehungen zwischen den befragten Unternehmen.*

Quelle: eigene Darstellung

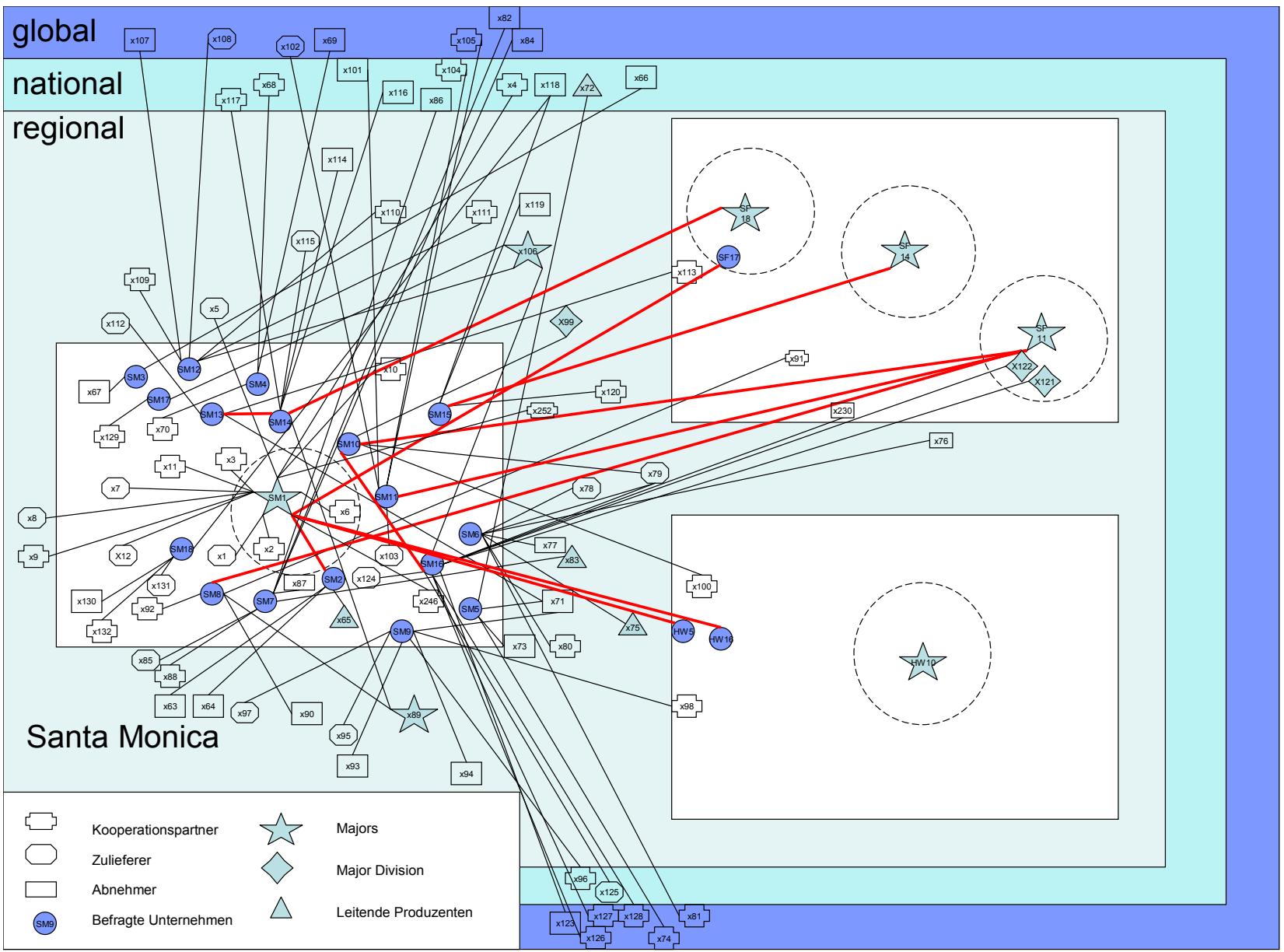


Abbildung C-5
Transaktions-
netzwerk des
Clusters in Santa
Monica

**Rote Verbindungen*
stehen für direkte
Beziehungen zwischen
den befragten
Unternehmen.

Quelle:
eigene
Darstellung

- | | | | |
|--|----------------------|--|----------------------|
| | Kooperationspartner | | Majors |
| | Zulieferer | | Major Division |
| | Abnehmer | | Leitende Produzenten |
| | Befragte Unternehmen | | |

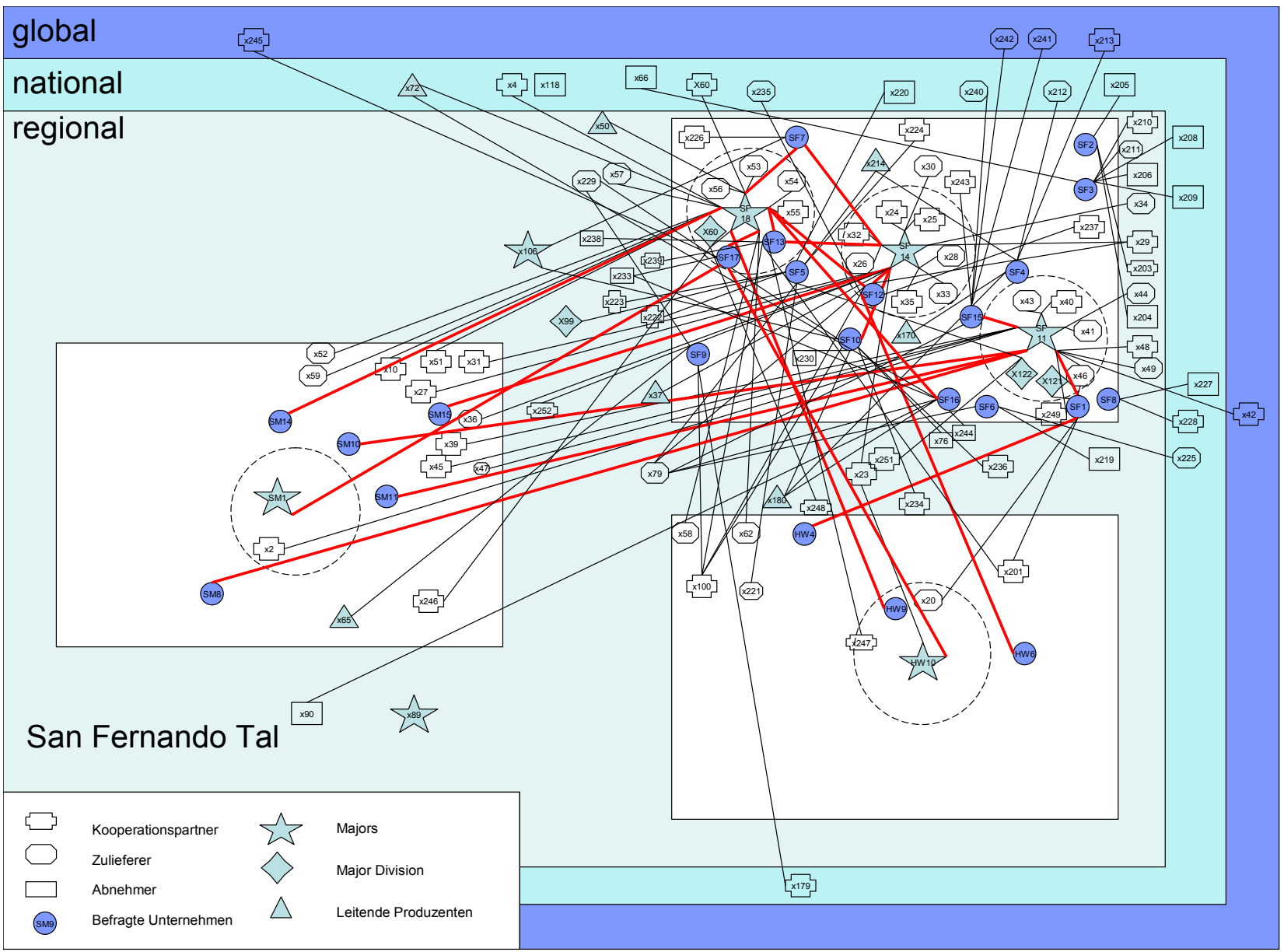









Abbildung C-6
Transaktions-
netzwerk des
Clusters im San
Fernando Tal

*Rote Verbindungen
 stehen für direkte
 Beziehungen zwischen
 den befragten
 Unternehmen.

Quelle:
 eigene
 Darstellung

- | | | | |
|---|----------------------|---|----------------------|
|  | Kooperationspartner |  | Majors |
|  | Zulieferer |  | Major Division |
|  | Abnehmer |  | Leitende Produzenten |
|  | Befragte Unternehmen | | |

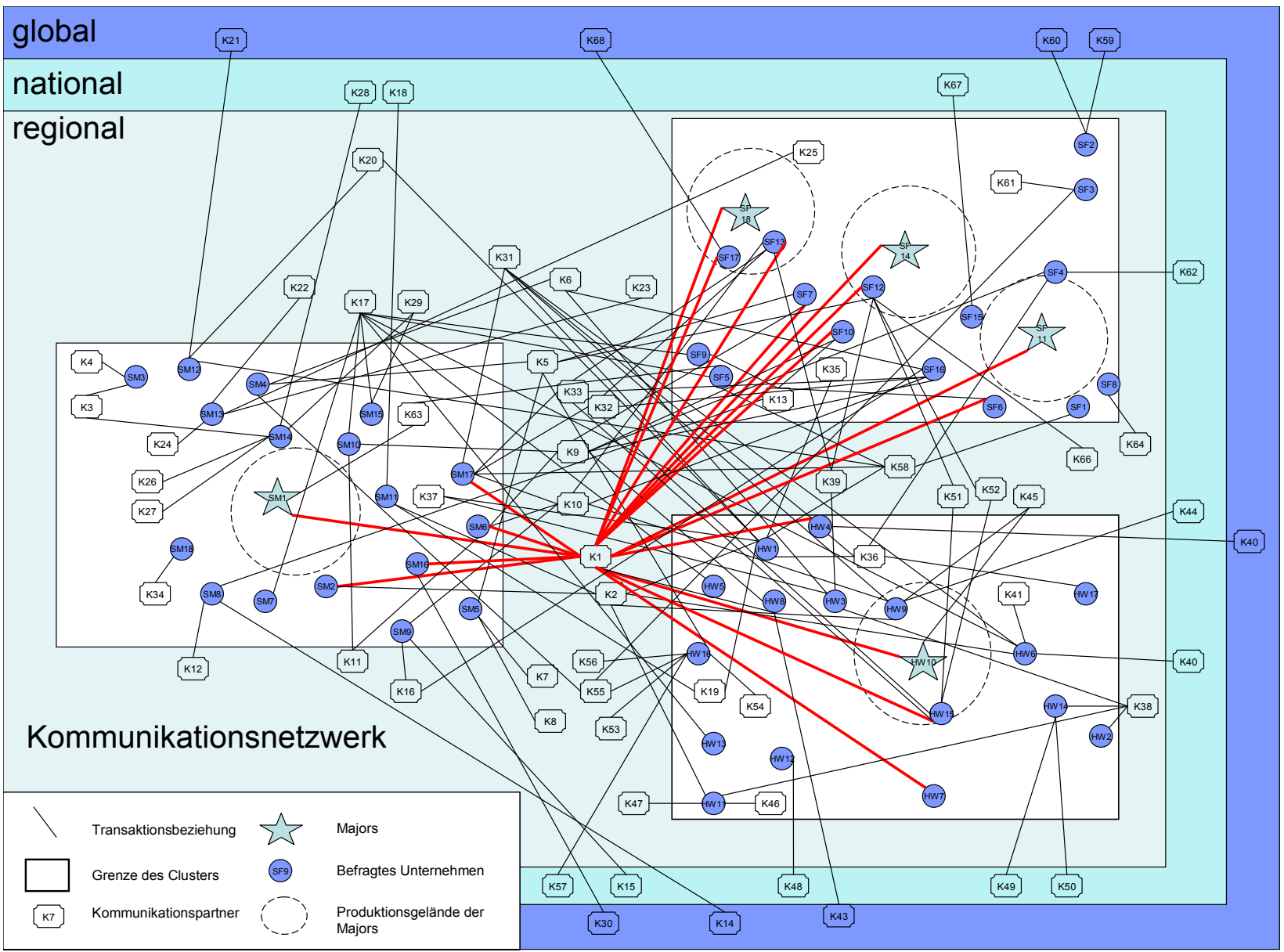


Abbildung C-7
Kommunikations-
netzwerk

*Rote Verbindungen
stehen für das Ego-
Netzwerk der
zentralsten Institution
(MPAA, K1).

Quelle:
eigene
Darstellung

	<i>Cluster</i>	<i>Los Angeles County (N=53)</i>	<i>Santa Monica (N=18)</i>	<i>Hollywood (N=17)</i>	<i>San Fernando Tal (N=18)</i>
<i>Kriterien</i>	<i>Vergleichswert bzw. Bewertungsgrundlage</i>	<i>Gesamtbewertung</i>	<i>Gesamtbewertung</i>	<i>Gesamtbewertung</i>	<i>Gesamtbewertung</i>
<i>E1 Funktionsdifferenzierung</i>	<i>Leistungsspektrum der Clusterunternehmen</i>	<i>Komplett, v.a. Produktion von Film und Fernsehen</i>	<i>Komplett</i>	<i>Komplett, v.a. Werbeproduktion, Postproduktion (allgemein)</i>	<i>Komplett, v.a. Majors und Animationsfilmproduktion</i>
<i>E2 Netzwerk-Dichte</i>	$\Delta_k = \frac{\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N x_{ijk}}{N(N-1)} * 100 \text{ für } i \neq j$ <i>(Unternehmensnetzwerk)</i>	4,8%	3,9%	7,4%	15,7%
<i>E3 Netzwerk-Kohäsion</i>	<i>Zahl der insularen Teilnetze im Cluster</i>	13	5	10	4
<i>E4 Netzwerk-Zentralisierung</i>	$C_{DN} = \frac{\sum_{i=1}^n [C_D(n^*) - C_D(n_i)]}{n^2 - 3n + 2} * 100$ <i>(Transaktionsnetzwerk)</i>	2,0%	14,1%	14,9%	10,2%
<i>E5 Externe Transaktionsbeziehungen</i>	<i>Anteil der überregionalen Verbindungen zu nationalen oder globalen Partnern</i>	27,7% 17,8% (national) 9,9% (global)	27,8% 13,3% (national) 14,4% (global)	27,9% 19,8% (national) 8,1% (global)	22,1% 16,5% (national) 5,3% (global)
<i>I6 Geo-graphische Verdichtung</i>	<i>Kartographie des Standortmusters (Räumliche Nähe)</i>	<i>3 isolierte, aber miteinander vernetzte Cluster</i>	<i>3 partielle Ballungen</i>	<i>Dichte räumliche Konzentration in Form e. Clusters</i>	<i>Längliches Cluster entlang eines Tals</i>
<i>I7 Qualität der institutionellen Infrastruktur</i>	<i>Bewertung regionaler Institutionen (Kommunikationsnetzwerk)</i>	<i>Gut, vielfältig und passgenau</i>	<i>Mittel, geringer Nutzungsgrad</i>	<i>Schlecht, zu unspezifisch</i>	<i>Sehr gut, Verbände und Gewerkschaften</i>

Tabelle C-2 Stärke-Schwäche-Profile der Cluster anhand ausgewählter Kriterien

Quelle: eigene Darstellung

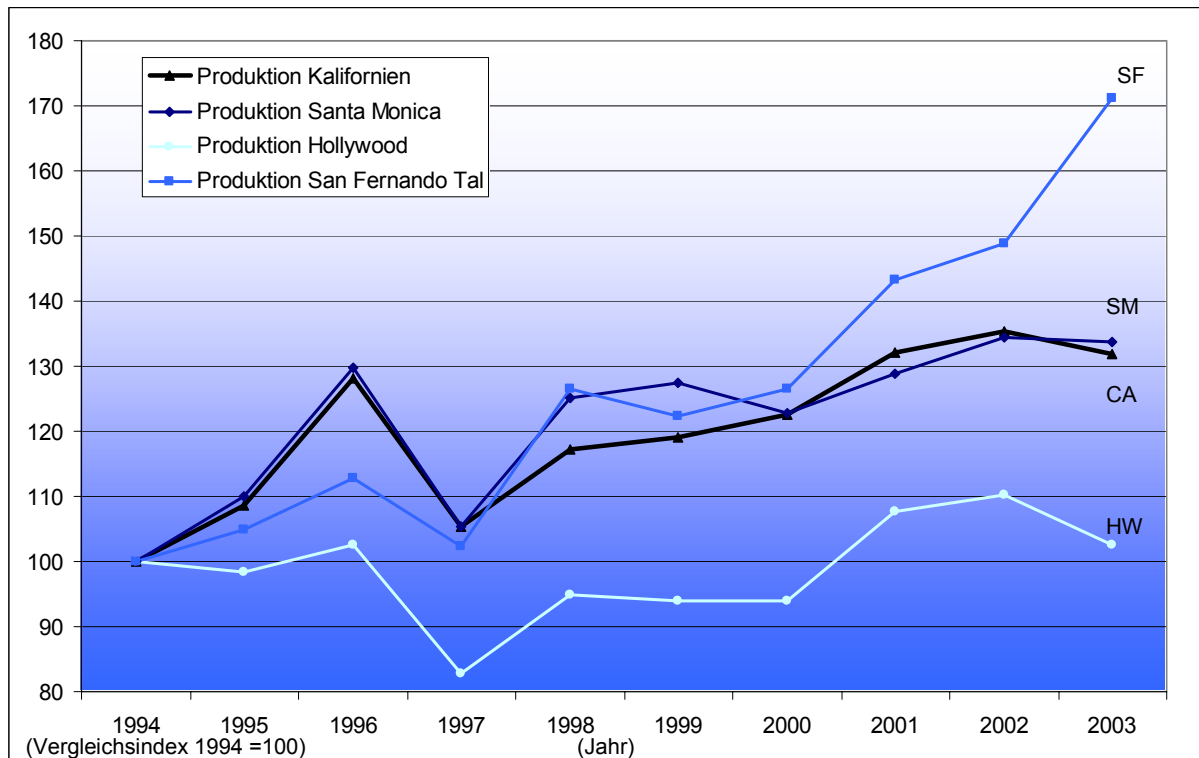


Abbildung C-8 Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Kernproduktion in den einzelnen Clustern, SIC 7812 und NAICS 512110, 1994-2003

* Als Vergleichsindex dient das Jahr 1994, bei in etwa konstanten Betriebsgrößen.

Quelle: eigene Darstellung nach US Census Bureau 1994-1997, 1998-2003

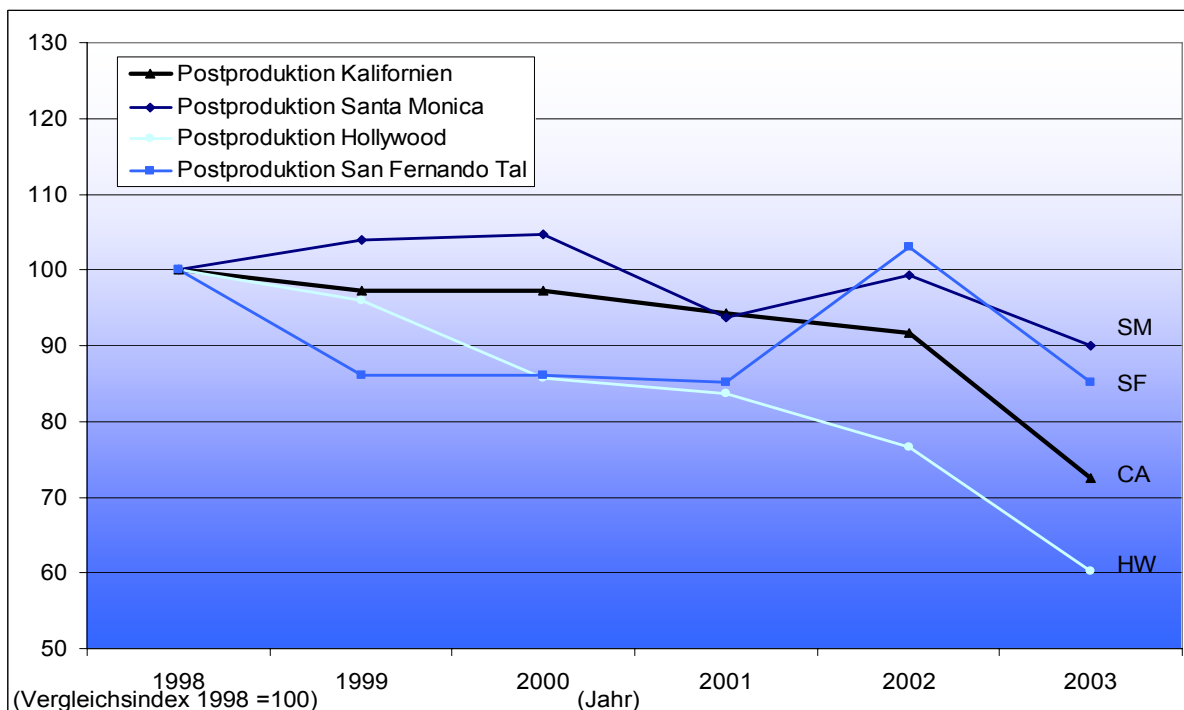


Abbildung C-9 Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Postproduktion in den einzelnen Clustern, NAICS 512119, 1998-2003

* Als Vergleichsindex dient das Jahr 1998, bei in etwa konstanten Betriebsgrößen; diese Zahlen werden hier erst ab 1998 ausgewiesen, da die frühere Einteilung des SIC 7819 mit der NAICS 512119 nicht kompatibel ist (US Census Bureau 2004-2005).

Quelle: eigene Darstellung nach US Census Bureau 1998-2003

Erklärung

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Inhalte sind als solche kenntlich gemacht.

Berlin, den 14. Juni 2006

Unterschrift

(Lech Suwala)