

Wochenbericht

Wirtschaftliche Vernetzung in der Region Berlin-Brandenburg ausbauen

Das DIW Berlin hat im Frühjahr 2007 den Leistungsaustausch von Berliner und Brandenburger Unternehmen untersucht, die nach ihren Tätigkeitsschwerpunkten den für die Region wichtigsten „Branchenkompetenzfeldern“ zuzurechnen sind. Die Unternehmen beider Länder nutzen gleichermaßen und unabhängig von Ländergrenzen die Potentiale, die ihnen die Absatz- und Bezugsmärkte der Region bieten. Insgesamt gesehen ist die Bedeutung der regionalen Märkte für die Unternehmen jedoch gering. Der größte Teil der Produktion wird anderswo in Deutschland und insbesondere im Ausland abgesetzt. Dies belegt die starke Einbindung der in der Region ansässigen Unternehmen in die internationale Arbeitsteilung. Auch die wichtigsten Bezugsmärkte liegen im übrigen Deutschland und im Ausland. Die Potentiale für eine weitere Intensivierung der Absatz- und Bezugsverflechtung in der Region sind eher gering.

Entwicklungspotentiale bestehen hingegen bei Kooperationsbeziehungen. Bei der Identifizierung von Kooperationsfeldern, bei der Vermittlung von Kooperationspartnern und der Organisation der Zusammenarbeit in der Region spielen schon jetzt geförderte Netzwerke eine wesentliche Rolle. Die Förderung sollte fortgesetzt und wenn möglich intensiviert werden.

Das DIW Berlin hatte den Leistungsaustausch der Unternehmen in der Region Berlin-Brandenburg erstmals vor zehn Jahren umfassend untersucht.¹ Damals hatte sich unter anderem gezeigt, dass Brandenburg für West-Berliner Unternehmen weder als Bezugs- noch als Absatzmarkt große Bedeutung hatte, Brandenburger Unternehmen mit Sitz im Berliner Umland hingegen relativ viel aus Berlin bezogen oder dorthin lieferten und dass es Potentiale für eine Intensivierung der Leistungsverflechtung zwischen den Unternehmen der Region gab.

Seither hat sich die Struktur der Industrie beider Bundesländer tiefgreifend verändert, und auch die Dienstleistungsbranchen beider Gebiete haben ihre Tätigkeitsfelder zum Teil deutlich verlagert. Über Folgen dieser Entwicklung für die Austauschbeziehungen der Unternehmen in der Region und den derzeit erreichten Stand lagen nur wenige Informationen vor. Das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg und die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen des

¹ Vgl. Eickelpasch, A., Pfeiffer, I.: Untersuchung der Bezüge und Lieferungen der Brandenburger Wirtschaft von und zu Unternehmen innerhalb des Landes, mit Berlin und dem übrigen Bundesgebiet sowie zum Ausland. Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Brandenburg, Berlin 1996.

Alexander Eickelpasch
aeickelpasch@diw.de

Ingo Pfeiffer
ipfeiffer@diw.de

Inhalt

Wirtschaftliche Vernetzung in
der Region Berlin-Brandenburg
ausbauen
Seite **541**

Kasten

Die Innovationsstrategien von Berlin und Brandenburg

In Brandenburg und Berlin wird, wie in vielen anderen Regionen, seit geraumer Zeit eine Wirtschaftspolitik nach dem Prinzip „Stärken stärken“ betrieben. In der Region wurde eine Reihe von „Kompetenzfeldern“ identifiziert, die nach den Kriterien „vorhandenes Potential“ und „Entwicklungschancen“ als förderwürdig eingestuft werden. Wichtigstes Instrument der Entwicklung dieser Felder ist die Stärkung der Zusammenarbeit der Unternehmen durch Förderung der Vernetzung.¹ Die Berliner Innovationspolitik fördert im Rahmen der Ende 2005 vorgestellten „kohärenten Innovationsstrategie“ („Quadrigaprozess“) neben der Gesundheitswirtschaft fünf weitere Kompetenzfelder.² Im Rahmen der Neuausrichtung der Brandenburger Wirtschaftsförderung wurden 16 als zukunftssträftig eingestufte „Branchenkompetenzfelder“ identifiziert. Auswahlkriterien

waren neben der gegenwärtigen Bedeutung und den Entwicklungsperspektiven explizit auch die regionalen Vernetzungspotentiale.³

Einbezogen in die Untersuchung wurden Felder, die sowohl in der Brandenburger als auch in der Berliner Innovationspolitik als förderungswürdig identifiziert wurden, ergänzt um Felder, die für Brandenburg von besonderem Interesse sind. Im Einzelnen handelt es sich um die folgenden neun Felder: Biotechnologie/Life Science/Medizintechnik, Logistik, Geoinformationswirtschaft, Luftfahrttechnik, Automotive, Mechatronik/Metall, Optik, Schienenverkehrstechnik und Energietechnik. Die Bedeutung von Informationen über den Stand der intraregionalen Leistungsverflechtung auf diesen Feldern, über ihre Potentiale und über mögliche weitere Ansatzpunkte zu ihrer Stärkung für die regionale Wirtschaftspolitik ist evident.

¹ Porter, M. E.: Locations, Clusters and Company Strategy. In: The Oxford Handbook of Economic Geography, Oxford 2000.

² Senat von Berlin: Innovationsbericht des Landes Berlin. Berlin 2006.

³ Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg: Landesinnovationskonzept Brandenburg 2006. Potsdam 2006.

Landes Berlin beauftragten daher das DIW Berlin damit, den Leistungsaustausch zwischen Berliner und Brandenburger Unternehmen zu untersuchen und auszuloten, ob und wie die Wirtschaftspolitik diesen Austausch weiter stärken soll und kann.² Die Untersuchung konzentriert sich auf solche Unternehmen, die bestimmten regionalen „Kompetenzfeldern“ zuzurechnen sind (Kasten).

schriftliche Befragung bei 1 700 Unternehmen, die nach ihren Tätigkeitsschwerpunkten ausgewählten „Branchenkompetenzfeldern“ zuzurechnen sind, erhoben. Hinzu kamen Interviews mit Vertretern von Förderinstitutionen, die auf den betreffenden Kompetenzfeldern tätig sind.³

Die erforderlichen Informationen zur Regionalstruktur der Absatz- und Bezugsmärkte der Unternehmen sowie ihrer Kooperationsbeziehungen wurden durch eine im Frühjahr 2007 durchgeführte

Umsatz nach Absatzgebieten

Die Bedeutung des jeweiligen Nachbarlandes als Absatzmarkt ist für die Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, insgesamt relativ gering. Die Berliner Unternehmen des Berichtskreises setzen 53 % ihrer Produktion im Ausland und weitere 32 % in Deutschland, außerhalb der Region Berlin-Brandenburg, ab (Abbildung 1). An dritter Stelle steht der Berliner Markt mit 11 % Umsatzanteil. Auf Abnehmer in Brandenburg entfallen 4 % des Umsatzes, dies zu gleichen Teilen auf das Berliner Umland und auf die entfernteren Gebiete Brandenburgs. Für kleinere Berliner Unternehmen ist der heimische Markt wichtiger als für größere. Die Bedeutung des Brandenburger Marktes ist für

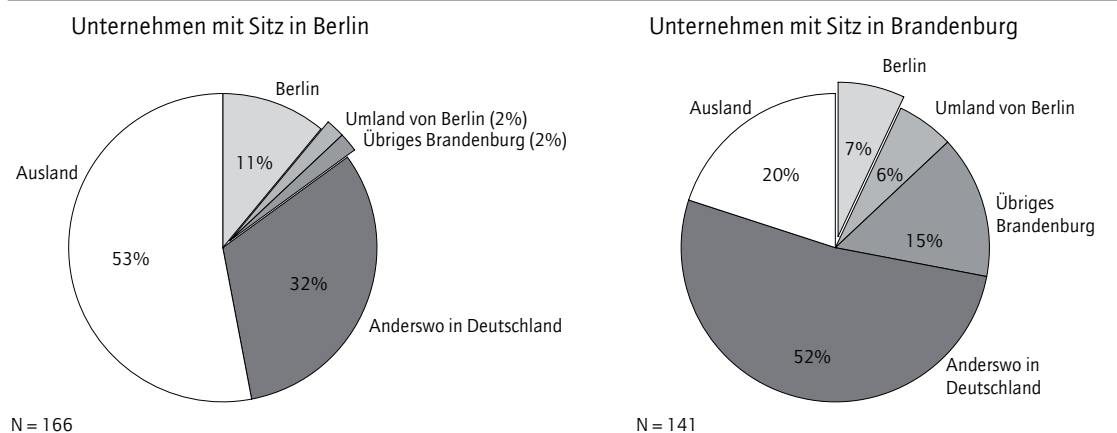
² Eickelpasch, A. Geppert, K., Pfeiffer I. unter Mitarbeit von Gernitz, U.: Wirtschaftliche Verflechtung zwischen Berlin und Brandenburg. Berlin 2007. Die Studie umfasst neben den hier vorgestellten Themen auch eine Analyse der innerregionalen Absatz- und Bezugsbeziehungen auf der Basis der Umfragen der IHK von Brandenburg und Berlin. Zudem wurde die Bedeutung der Länderfusion für die wirtschaftlichen Aktivitäten der Unternehmen untersucht. Die Langfassung der Studie ist beim Wirtschaftsministerium des Landes Brandenburg unter www.wirtschaft.brandenburg.de/cms/media.php/gsid=lbn1.a.1312.de/Bericht_Verfl.pdf oder bei der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen unter www.berlin.de/imperia/md/content/sen-wirtschaft/diw2007.pdf kostenlos erhältlich. Die Berliner und Brandenburger Industrie- und Handelskammern haben im Rahmen ihrer Konjunkturumfragen 2001 bis 2005 auch Fragen zur Intensität und zur Art der Beziehungen der Unternehmen zu Unternehmen des Nachbarlandes gestellt. Die Ergebnisse sind im Gutachten enthalten, werden hier aber aus Platzgründen nicht dargestellt. Hinweise auf den Stand der Verflechtung zwischen Brandenburger und Berliner Unternehmen ergab eine Studie des DIW Berlin aus dem Jahre 2002, in der die Nachfrage der Berliner Industrie nach Vorleistungen, insbesondere solcher aus dem Dienstleistungssektor, untersucht wurde. Die Angaben ließen den Schluss zu, dass sich – zumindest im Dienstleistungsbereich – die intraregionale Verflechtung kaum verändert hatte. Vgl. Pfeiffer, I., Ring, P.: Das verarbeitende Gewerbe Berlins im Strukturwandel. Tätigkeitsprofil und Verflechtung mit dem Dienstleistungssektor. Berlin 2002.

³ Mit 329 verwertbaren Antworten betrug die Rücklaufquote bei der Befragung 22 %. Zwei Drittel der Antworten entfallen auf Unternehmen des produzierenden Gewerbes, ein Drittel auf Dienstleistungsunternehmen. Knapp 60 % der Unternehmen haben weniger als 10, ein knappes Zehntel hat mehr als 100 Beschäftigte. Insgesamt beschäftigen diese Unternehmen rund 12 000 Personen. Ihr Umsatz lag 2006 bei 1,7 Mrd. Euro und ihr Vorleistungsbezug bei 763 Mill. Euro. 138 Unternehmen haben ihren Sitz in Brandenburg, davon etwa die Hälfte im Umland Berlins (engerer Verflechtungsraum).

Abbildung 1

Absatz der Unternehmen¹ nach Regionen 2006

Anteile in %



¹ Berichtskreis Kompetenzfelder, siehe Kasten.

Quelle: Befragung des DIW Berlin im Jahr 2007.

DIW Berlin 2007

große wie für kleine Unternehmen hingegen gleichermaßen gering.

Für die Brandenburger Unternehmen des Berichtskreises liegen die wichtigsten Absatzregionen ebenfalls außerhalb von Brandenburg und Berlin: 72% des gesamten Umsatzes entfallen auf Abnehmer mit Sitz außerhalb der Region, allerdings ist anders als in Berlin hier der nationale Markt wichtiger als der internationale. Unternehmen mit Sitz im Berliner Umland sind etwas stärker exportorientiert als solche außerhalb des engeren Verflechtungsraums. Kleinere Unternehmen sind – wie im Falle Berlins – weniger fernabsatzorientiert als große. Den zweiten Rang

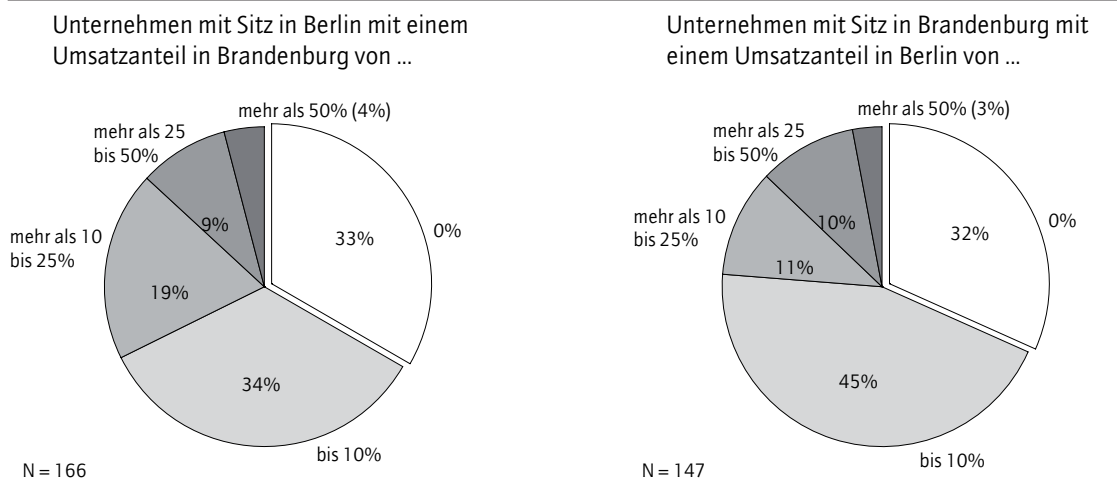
unter den Absatzgebieten nimmt für die befragten Brandenburger Unternehmen Brandenburg selbst ein. Ein Fünftel der Leistungen werden im Land abgesetzt. Der Berliner Markt spielt sowohl für die im Berliner Umland als auch für die in weiterer Entfernung ansässigen Brandenburger Unternehmen mit einem Umsatzanteil von 8% bzw. 7% eine relativ geringe Rolle.

Betrachtet man allein die Bedeutung des jeweiligen Nachbarlandes als Absatzmarkt für die einzelnen Unternehmen, so zeigt sich, dass 4% der Berliner Unternehmen überwiegend Kunden in Brandenburg beliefern. Für die große Mehrheit der Unternehmen

Abbildung 2

Unternehmen¹ nach der Bedeutung ihres Absatzes im Nachbarland 2006

Anteile in %



¹ Berichtskreis Kompetenzfelder, siehe Kasten.

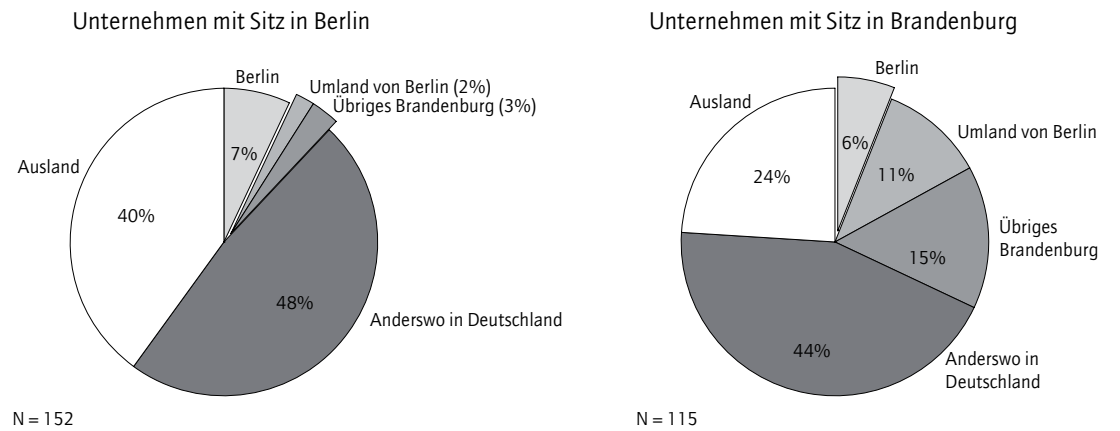
Quelle: Befragung des DIW Berlin im Jahr 2007.

DIW Berlin 2007

Abbildung 3

Bezüge der Unternehmen¹ nach Regionen 2006

Anteile in %

¹ Berichtskreis Kompetenzfelder, siehe Kasten.

Quelle: Befragung des DIW Berlin im Jahr 2007.

DIW Berlin 2007

ist Brandenburg hingegen als Absatzgebiet relativ unbedeutend: Ein Drittel der Unternehmen liefert nichts, ein weiteres Drittel nur bis zu einem Zehntel seiner Produktion dorthin (Abbildung 2).

Für Brandenburg zeigt sich ein fast gleiches Bild: 3% der Unternehmen liefern mehr als die Hälfte ihrer Produktion nach Berlin, ein Drittel nichts und knapp die Hälfte nur bis zu einem Zehntel. Zwischen Unternehmen mit Sitz im Berliner Umland und solchen aus dem übrigen Brandenburg sind die Unterschiede dabei gering.

Die Potentiale für eine Intensivierung des Absatzes auf den Märkten des Nachbarlandes werden von den Unternehmen eher zurückhaltend eingeschätzt. Von den in Berlin oder im Berliner Umland ansässigen Unternehmen erwarten zwei Fünftel in den nächsten zwei Jahren Veränderungen ihrer Absatzschwerpunkte. Von den Unternehmen im übrigen Brandenburg ist es lediglich ein knappes Drittel. Insgesamt signalisieren die Erwartungen der Unternehmen einen leichten Bedeutungsverlust der regionalen Märkte und dementsprechend eine Zunahme des überregionalen Absatzes. Auf ein wachsendes regionales Absatzpotential für die heimischen Unternehmen kann aus diesen Befunden also nicht geschlossen werden.

Bezüge nach Herkunftsgebieten

Auch bei den Bezügen sind die Unternehmen stark überregional orientiert: Fast 90% des Vorleistungsvolumens der Berliner und rund zwei Drittel der Vorleistungen der Brandenburger Unternehmen des Berichtskreises stammen von Lieferanten außerhalb der

Region (Abbildung 3). Dies ist vor allem Ausdruck des hohen Gewichts überregionaler Vorleistungen der Unternehmen des produzierenden Gewerbes. Nennenswerte Anteile intraregionaler Vorleistungen – 34% (Berlin) und 50% (Brandenburg) – zeigen sich allein bei den Dienstleistungsunternehmen.

Die Bedeutung Berlins als Markt für Vorleistungsgüter ist für die ausgewählten Berliner und Brandenburger Unternehmen mit 7% bzw. 6% des Vorleistungsbezuges etwa gleich groß, die Bedeutung des Brandenburger Marktes ist für die dort ansässigen Unternehmen aber mit 26% des Vorleistungsbezuges wesentlich größer als für die Berliner (5%). Dieses Muster – eine relativ große Bedeutung des nahen regionalen Bezugsmarktes – zeigt sich auch für die einzelnen Teilräume Brandenburgs. Der Anteil der Unternehmen mit einer Bezugsquote von mehr als 50% aus dem Nachbarland beträgt in Berlin 5%, in Brandenburg 4% (Abbildung 4). Auch der Anteil derjenigen, die nichts aus dem Nachbarland beziehen, ist etwa gleich hoch (53% und 55%).

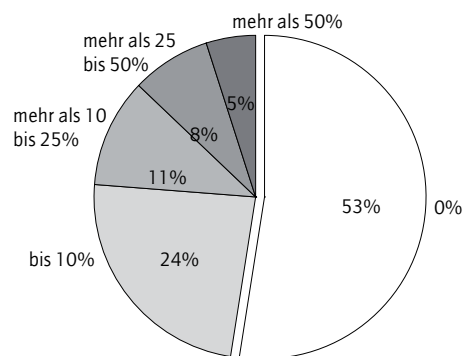
Nur ein kleiner Teil der Berliner Unternehmen, 12%, beabsichtigt, künftig Vorleistungen stärker als bisher aus der Region zu beziehen. 27% sind noch unentschieden. Bei den Brandenburger Unternehmen liegen die Verhältnisse ähnlich (14% bzw. 23%). Unternehmen, die mehr Leistungen als bisher aus der Region beziehen wollen, rechnen zumeist mit steigendem Absatz und damit – bei unveränderter regionaler Vorleistungsquote – mit steigendem Vorleistungsbezug. Der Effekt des insgesamt zu erwartenden zusätzlichen Bezugsvolumens auf die regionale Vorleistungsnachfrage dürfte aber gering sein, da diese Unternehmen nur einen relativ kleinen Anteil am gesamten Bezugsvolumen haben.

Abbildung 4

Unternehmen¹ nach der Bedeutung ihrer Bezüge aus dem Nachbarland 2006

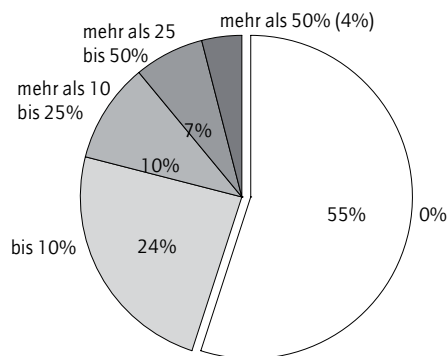
Anteile in %

Unternehmen mit Sitz in Berlin mit einem Bezugsanteil in Brandenburg von ...



N = 152

Unternehmen mit Sitz in Brandenburg mit einem Bezugsanteil in Berlin von ...



N = 115

¹ Berichtskreis Kompetenzfelder, siehe Kasten.

Quelle: Befragung des DIW Berlin im Jahr 2007.

DIW Berlin 2007

Kooperationen

Zu den wirtschaftlich relevanten Elementen des Leistungsaustauschs der Unternehmen zählen neben Lieferungen und Bezügen von Waren oder Dienstleistungen auch die verschiedenen Formen der Zusammenarbeit, vor allem bei komplexen Produktionsprozessen.⁴ Forschung und Entwicklung, Einkauf und Vermarktung sind die schon „klassischen“ Felder der Kooperationen, aber grundsätzlich eignet sich fast jede Tätigkeit der Unternehmen dafür. In Anbetracht der Bedeutung von Kooperationsbeziehungen für den Clusteringprozess wurde in der Befragung versucht, die ganze Palette der Kooperationsfelder zu erfassen: Produktion bzw. Leistungserstellung, Nutzung technischer Anlagen, Produktentwicklung, Forschung, Vertrieb/Außendienst sowie Aus- und Weiterbildung. Als Partner wurden nicht nur Unternehmen sondern auch Hochschulen (einschließlich Forschungseinrichtungen) betrachtet.

Den Befragungsergebnissen zufolge kooperieren 81% der Berliner und 84% der Brandenburger Unternehmen auf einem oder mehreren der genannten Felder (Tabelle 1). Kooperationen mit anderen Unternehmen sind dabei die Regel, während etwa die Hälfte der Unternehmen zusätzlich mit Hochschulen zusammenarbeitet. Unterschiede zwischen Berliner und Brandenburger Unternehmen sind hierbei sehr gering, das gilt auch für Unternehmen im Berliner

⁴ Der Sprachgebrauch ist uneinheitlich. Vor allem in der Unternehmenspraxis wird nicht immer genau zwischen einfachen Kunden-/Lieferantenbeziehungen und weitergehenden Formen der Zusammenarbeit unterschieden. Dies erschwert die Abfrage derartiger Sachverhalte und damit auch die Ergebnisinterpretation.

Umland und im übrigen Brandenburg. Systematische Unterschiede zwischen großen und kleinen Unternehmen sind ebenfalls nicht erkennbar.

Unternehmen, die keine Kooperationsbeziehungen unterhalten, begründen dies zumeist mit schlechten Erfahrungen oder dem Mangel an geeigneten Partnern. Nur wenige Unternehmen gaben an, keine Kooperationspartner zu benötigen.

Am häufigsten wird im Bereich der Leistungserstellung kooperiert (etwa drei Fünftel aller Unternehmen) und am wenigsten im Vertrieb/Außendienst (etwa ein Drittel aller Unternehmen). In den anderen Feldern kooperieren etwa zwei Fünftel der Unternehmen. Zwischen Berliner und der Brandenburger Unternehmen zeigen sich dabei kaum Unterschiede.

44% der Berliner und 53% der Brandenburger Unternehmen pflegen Kooperationsbeziehungen zu Partnern außerhalb der Region Berlin-Brandenburg. Häufiger noch wird aber mit regionalen Partnern kooperiert. Knapp zwei Drittel der Berliner und Brandenburger Unternehmen haben Partner im jeweils eigenen Bundesland. Innerhalb Brandenburgs zeigt sich eine ausgeprägte Orientierung auf die eigene Region, insbesondere bei Unternehmen des äußeren Entwicklungsraums.

Offenbar spielen auch bei den Kooperationsbeziehungen sachliche Aspekte und nicht die Landesgrenzen die entscheidende Rolle: 38% der Berliner Unternehmen kooperieren mit Partnern in Brandenburg und 35% der Brandenburger Unternehmen

Tabelle 1

Sitz der Kooperationspartner von Unternehmen¹ nach Kooperationsfeldern 2006

In % der Unternehmen der jeweiligen Region

	Kooperationspartner haben ihren Sitz ...					Überhaupt kooperierende Unternehmen
	... in Berlin	... in Brandenburg			... anderswo	
		Insgesamt	... im Umland von Berlin	... im übrigen Brandenburg		
Unternehmen mit Sitz in Berlin (N=172)	63	38	24	27	44	81
<i>Darunter:</i>						
Produktion/Leistungserstellung	37	19	12	13	26	56
Nutzung technischer Anlagen	28	13	10	5	10	42
Produktentwicklung	22	13	8	9	20	44
Forschung	28	14	8	9	19	45
Vertrieb/Außendienst	12	9	6	4	11	26
Aus- und Weiterbildung	30	9	7	5	14	41
Unternehmen mit Sitz in Brandenburg (N=155)	35	66	28	57	53	84
<i>Darunter:</i>						
Produktion/Leistungserstellung	17	42	17	33	28	62
Nutzung technischer Anlagen	9	26	12	18	11	43
Produktentwicklung	12	26	8	21	21	44
Forschung	14	23	6	19	21	43
Vertrieb/Außendienst	6	14	5	12	21	36
Aus- und Weiterbildung	10	35	9	29	15	49
Unternehmen im Umland von Berlin (N=74)	47	63	36	50	55	86
Unternehmen im übrigen Brandenburg (N=81)	25	69	20	64	51	81

1 Berichtskreis Kompetenzfelder, siehe Kasten. Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: Befragung des DIW Berlin im Jahr 2007.

DIW Berlin 2007

mit Berliner Partnern. Die Umlandunternehmen kooperieren weitaus häufiger mit Berliner Partnern (47%) als die Unternehmen im übrigen Brandenburg (25%). Dies ist ein Indiz dafür, dass räumliche Nähe Kooperationen begünstigt.

Allerdings ist die Bedeutung von Nähe relativ und hängt offenbar mit den Tätigkeitsfeldern und der Verfügbarkeit geeigneter Partner in den Kompetenzfeldern zusammen:

- Bei unmittelbar produktionsbezogenen Kooperationen wie der gemeinsamen Nutzung technischer Anlagen sowie bei der Aus- und Weiterbildung überwiegt die regionale Orientierung, bei Forschung und Entwicklung sind überregionale und regionale Orientierung etwa gleich häufig.
- Unter den neun Kompetenzfeldern gibt es nur zwei, bei denen der Anteil der Unternehmen, die mit Partnern im Nachbarland kooperieren, in Berlin und in Brandenburg etwa gleich sind. In vier Kompetenzfeldern kooperieren Berliner Unternehmen häufiger mit Brandenburger Partnern als Brandenburger Unternehmen mit Berliner Partnern, in drei Kompetenzfeldern ist es umgekehrt (Tabelle 2).

Das hier beobachtete Muster von Häufigkeit und räumlicher Verteilung von Kooperationsbeziehungen könnte von der Sampleauswahl beeinflusst sein, da es sich um Bereiche handelt, in denen der Aufbau von Kooperationsbeziehungen mit Partnern in der

Region gezielt unterstützt wird. Allerdings arbeitet nur ein kleiner Teil der Sampleunternehmen in geförderten Netzwerken mit.

Eine Intensivierung der Kooperationsbeziehungen mit Partnern in der Region ist wahrscheinlich. Keines der befragten Unternehmen will Kooperationen aufgeben oder einschränken, und jeweils ein Drittel der Berliner und der Brandenburger Unternehmen will Kooperationsbeziehungen in der Region ausbauen. Die Zusammenarbeit soll vor allem in der Produktion, in der Forschung und in der Produktentwicklung verstärkt werden.

Zusammenfassung und Fazit

Den vorgestellten Befunden zufolge nutzen die Unternehmen beider Länder unabhängig von Ländergrenzen die Potentiale, die die Absatz- und Bezugsmärkte der Region bieten. Die Ländergrenzen spielen dabei keine Rolle, wie die gleichmäßige Verteilung der Tätigkeit der Unternehmen beider Länder im jeweiligen Nachbarland zeigt: Brandenburg hat für Berliner Unternehmen nach Umsatzanteil und Anteil der betroffenen Unternehmen etwa die gleiche Bedeutung als Absatz- und als Bezugsmarkt wie Berlin für Brandenburger Unternehmen. Dabei haben sich gegenüber 1995 die Austauschrelationen insgesamt nur wenig verändert. Die länderübergreifende Kooperation ist hingegen auf beiden Seiten häufiger geworden.

Tabelle 2

Kooperationsfelder der Unternehmen nach Branchenkompetenzfeldern¹ 2006

In %

	Alle Felder	Anteil der Unternehmen, die mit Partnern im Nachbarland auf den Feldern ... kooperieren						Zahl der Unternehmen
		Produktion/ Leistungs- erstellung	Nutzung technischer Anlagen	Produkt- entwicklung	Forschung	Vertrieb/ Außendienst	Aus- und Weiter- bildung	
Unternehmen mit Sitz in Berlin	38	19	13	13	14	9	9	172
<i>Darunter: Branchenkompetenzfeld</i>								
Biotechnologie/Life Science/Medizintechnik	38	20	18	16	20	11	11	45
Logistik	56	33	22	0	0	22	0	9
Geoinformationswirtschaft	38	8	8	31	15	8	23	13
Luftfahrttechnik	83	33	17	50	83	17	17	6
Automotive	43	17	20	17	20	13	10	30
Mechatronik/Metall	31	20	4	6	10	4	8	51
Optik	49	17	14	26	29	17	17	35
Schienenverkehrstechnik	43	29	29	21	21	7	14	14
Energietechnik	30	25	20	10	10	10	5	20
Unternehmen mit Sitz in Brandenburg	35	17	9	12	14	6	10	155
<i>Darunter: Branchenkompetenzfeld</i>								
Biotechnologie/Life Science/Medizintechnik	56	15	13	23	31	10	13	39
Logistik	32	11	11	0	5	11	5	19
Geoinformationswirtschaft	53	35	29	24	29	0	24	17
Luftfahrttechnik	29	0	0	0	14	0	14	7
Automotive	35	22	13	17	17	4	4	23
Mechatronik/Metall	28	17	4	9	4	6	9	47
Optik	35	26	17	13	9	0	0	23
Schienenverkehrstechnik	40	20	0	20	40	0	20	5
Energietechnik	40	20	7	20	20	7	7	15

1 Berichtskreis Kompetenzfelder, siehe Kasten. Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: Befragung des DIW Berlin im Jahr 2007.

DIW Berlin 2007

Insgesamt gesehen ist der regionale Markt für die ausgewählten Unternehmen jedoch relativ unbedeutend. Der größte Teil der Produktion beider Bundesländer wird anderswo in Deutschland und insbesondere im Ausland abgesetzt. Auch die wichtigsten Bezugsmärkte der Unternehmen liegen im übrigen Deutschland und im Ausland.

Für die Zukunft erwarten die Unternehmen vorwiegend eine Steigerung des überregionalen Absatzes. Ein kleinerer Teil beabsichtigt zwar, den Bezug von Waren und Dienstleistungen aus der Region zu verstärken, aber überwiegend in Folge einer erwarteten Umsatzsteigerung. Die Substitution überregionaler Bezüge durch regionale dürfte dagegen eher selten sein.

Weiter zunehmen dürfte hingegen die Kooperation in der Region, den Aussagen der Unternehmen und den Einschätzungen der Gesprächspartner aus den Netzwerken zufolge nicht zuletzt deshalb, weil der Nutzen von Kooperationen immer mehr erkannt wird und auch die Chancen, geeignete Partner zu finden, größer werden.

In dieser Konstellation stellt sich die Frage, ob und in welcher Form die Wirtschaftspolitik auf den

Prozess des Leistungsaustauschs der Unternehmen Einfluss nehmen kann und soll. Bemerkenswert ist, dass nur wenige Unternehmen externe Unterstützung zur Verbesserung ihrer länderübergreifenden Tätigkeiten wünschen. Ihre Anregungen betreffen vielmehr die Bereitstellung von Informationen über potentielle Lieferanten oder Kooperationspartner oder die Unterstützung bei der Anbahnung von Kontakten.

Informationen über potentielle Partner werden seitens der Unternehmensverbände, der Kammern wie auch der Netzwerke bereitgestellt, und sie werden auch nachgefragt. Eine breitere und, zumindest langfristig, positive Wirkung ist vor allem von einem Ausbau der Kooperationsbeziehungen zu erwarten. Schon jetzt spielen Netzwerke nach Einschätzung der befragten Netzwerkmanager eine wesentliche Rolle bei der Identifizierung von Kooperationsfeldern und bei der Vermittlung von Kooperationspartnern und leisten insofern einen spürbaren Beitrag zum Erfolg der angeschlossenen Unternehmen. Die Förderung derartiger Netzwerke scheint der richtige Ansatz zu sein. Jedoch sollte überlegt werden, die Netzwerkförderung stärker noch als bereits geschehen über die Ländergrenzen hinweg einheitlich zu gestalten.

JEL Classification:
D85, L14, O38

Keywords:
Regional networks,
Cluster,
Innovation policy

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin

Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran (Vizepräsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Alfred Steinherr
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
PD Dr. Elke Holst
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent./min.

Reklamationen können nur innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen des Wochenberichts angenommen werden; danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements spätestens
6 Wochen vor Jahresende

ISSN 0012-1304

Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum, Berlin

Druck

Walter Grützmaker GmbH & Co. KG, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an die Stabsabteilung Information und Organisation des DIW Berlin (Kundenservice@diw.de) zulässig.

Industrietagung

27.–28.09.2007

Vorläufiges Programm

1. Tag (Donnerstag, 27. September 2007)

- 10.00 Uhr **Eröffnung**
Dr. Alexander Fisher, Geschäftsführer des DIW Berlin
Einführung und Moderation
Prof. Dr. Georg Meran, Vize-Präsident des DIW Berlin
- 10.15 Uhr **Lage der Weltwirtschaft und der deutschen Wirtschaft**
Dr. Stefan Kooths, DIW Berlin/Abteilung Konjunktur
- 11.15 Uhr **Schwerpunktthema Finanzdienstleistungen**
- 12.00 Uhr **Diskussion**
- 12.30 Uhr Das DIW Berlin lädt zum Büffet ein
- 13.30 Uhr **Entwicklungen in der Industrie**
Dr. Dorothea Lucke, DIW Berlin
- 14.15 Uhr **Vorträge der Branchenreferenten**
- ca. 15.30 Uhr Kaffeepause
- ca. 18.00 Uhr Ende des ersten Tags

2. Tag (Freitag, 28. September 2007)

- 9.00 Uhr **Vorträge der Branchenreferenten**
- 10.30 Uhr Kaffeepause
- 10.45 Uhr **Vorträge der Branchenreferenten**
- 13.00 Uhr Das DIW Berlin lädt zum Mittagsimbiss ein
- ca. 14.00 Uhr Ende des zweiten Tags

Tagungsbeitrag

Der Tagungsbeitrag beträgt 500 Euro. Wenn Sie nur an einem Tag teilnehmen wollen, beträgt er 300 Euro. Für Mitglieder der Vereinigung der Freunde des DIW Berlin (VdF) ist die Teilnahme kostenfrei. Ihre Anmeldung senden Sie bitte an: industrietagung@diw.de

Tagungsort

DIW Berlin, Konferenzsaal, Mohrenstr. 58, 10117 Berlin

Kontakt

Auskünfte zu inhaltlichen Fragen erhalten Sie bei Frau Dr. Dorothea Lucke (E-Mail: dulucke@netscape.net).

Managing Coordinator: Herr Ralf Messer
(Tel. 030-897 89 569, Fax: 030 897 89 119, E-Mail: industrietagung@diw.de)