



NORD
LB

Voraussetzungen und Effekte regionaler Clusterkonzepte

Leipzig, 15. November 2006

Dr. Arno Brandt

■ Gliederung

1. Cluster-Konzept
2. Messung von Clustern
3. Cluster-Politik



1. Cluster-Konzept



■ Cluster-Definition

Kluster:

„was dicht und dick zusammensitzt“

(Grimmsches Wörterbuch)

■ Cluster-Definition

Ein Cluster ist eine räumliche Konzentration vernetzter Unternehmen und Institutionen (Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen, Kammern, Verbände etc.), die sich auf miteinander verwandte Wirtschaftszweige beziehen.

räumliche Konzentration



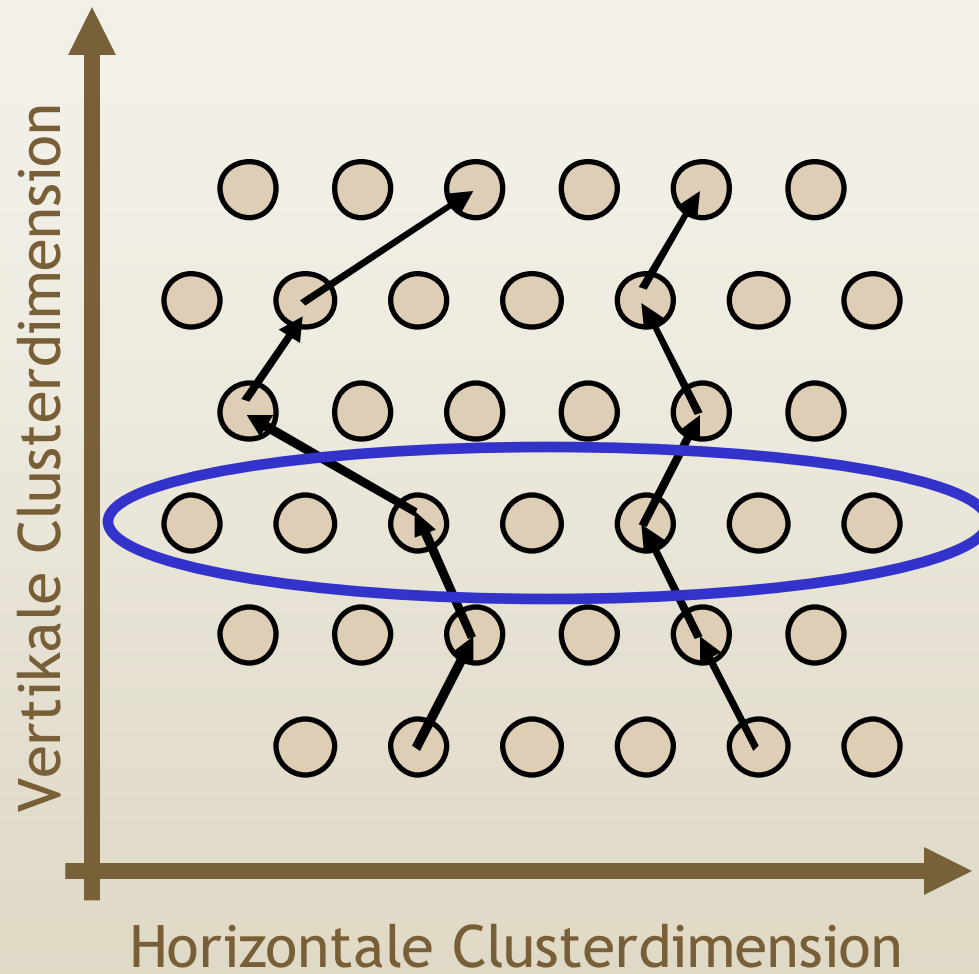
Potenzial

Vernetzung



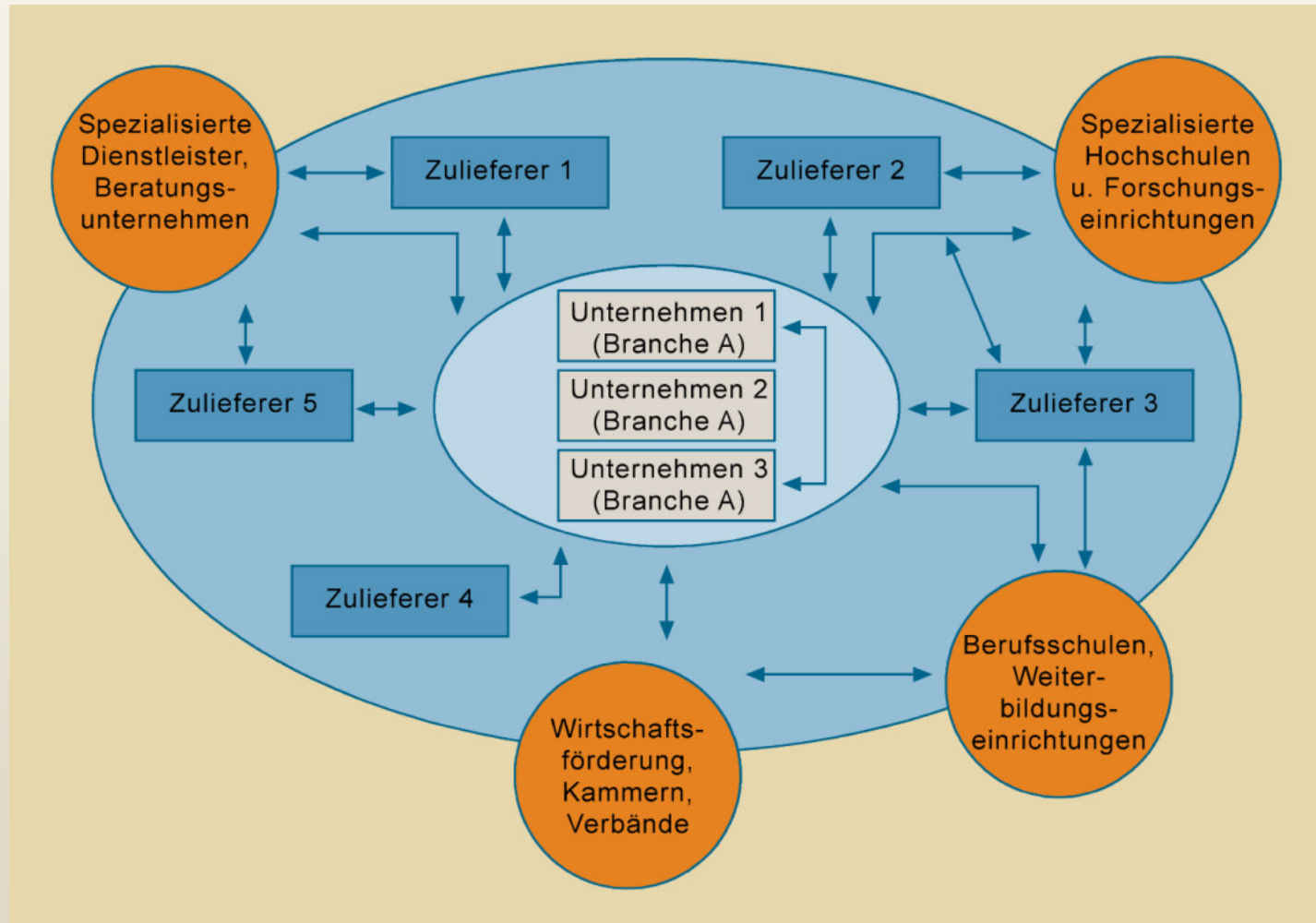
Bedingung

Clusterdimensionen



(nach: Dr. Ivo Mossig)

Netzwerkstruktur eines Clusters

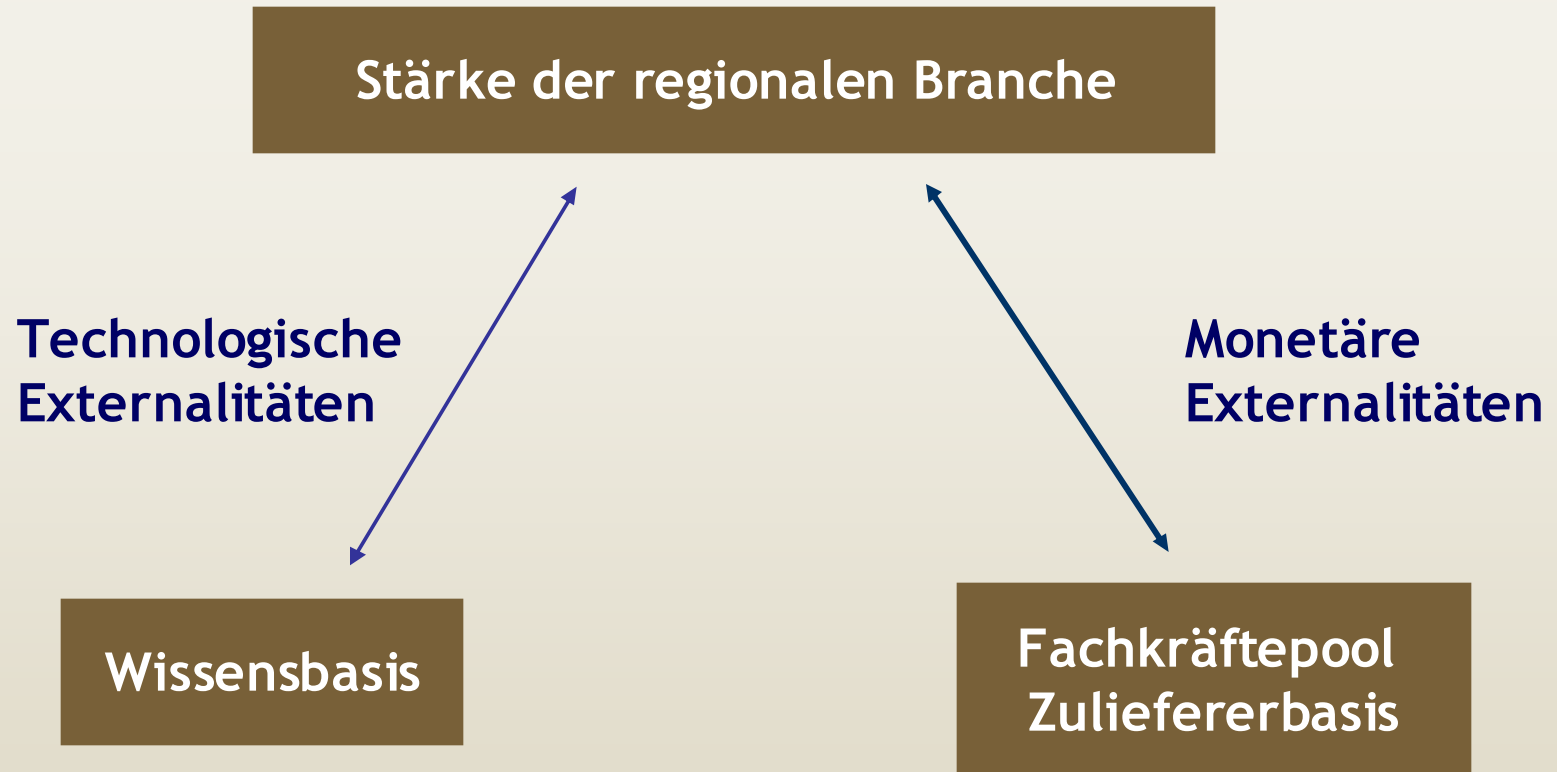


■ Ökonomische Argumente

- spezialisierter Arbeitskräftepool
- spezifische Inputs/Infrastruktur
- Wissensspillover

(Krugman, Marshall)

■ Ökonomische Vorteile von Clustern (Krugman)



(Krugman 1999, S. 114f.)

■ Ökonomische Vorteile von Clustern (Krugman)

„Technologische Externalitäten“

Indem Unternehmen wechselseitig voneinander lernen, kann sich eine regionale Wissensbasis entwickeln, die den Vorsprung der Branche weiter ausbaut.

„Monetäre Externalitäten“

Eine starke Branche bietet einen großen Markt für Fachkräfte und Zulieferer. Das Vorhandensein eines flexiblen Arbeitskräftepools und einer effizienten Zulieferbasis erhöht wiederum das Gesamt-potenzial der Branche und festigt ihre Stellung im Markt.

(Krugman 1999, S. 114f.)

■ Welche Vorteile bietet also ein Cluster?

- Großes Potenzial an qualifizierten Fachkräften
- Wissensaustausch und Kooperationen werden erleichtert (Synergien)
- Nähe zu spezialisierten Dienstleistern, Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen
- durch die Nähe von Zulieferern und Abnehmern geringere Kosten für Vertragsanbahnung usw.
- positive Imageeffekte

- **aber:** potenzielle Anfälligkeit bei Branchenkrise

A long, modern glass and metal walkway with a person walking in the distance. The walkway is enclosed by a dark metal frame and glass panels, with a polished floor. The ceiling is a complex, geometric structure of white metal beams and glass panels. The background shows a large, multi-story building with a glass facade.

2. Messung von Clustern

■ Clustertypologie

Das funktionierende Cluster

Intensive Kooperationsverflechtungen lösen Lern- und Synergieeffekte aus, die zu Produktivitätssteigerungen führen und die regionale Wettbewerbsfähigkeit erhöhen; hohe Innovationsfähigkeit und hohe Zahl von Existenzgründungen

Das unausgeschöpfte Cluster

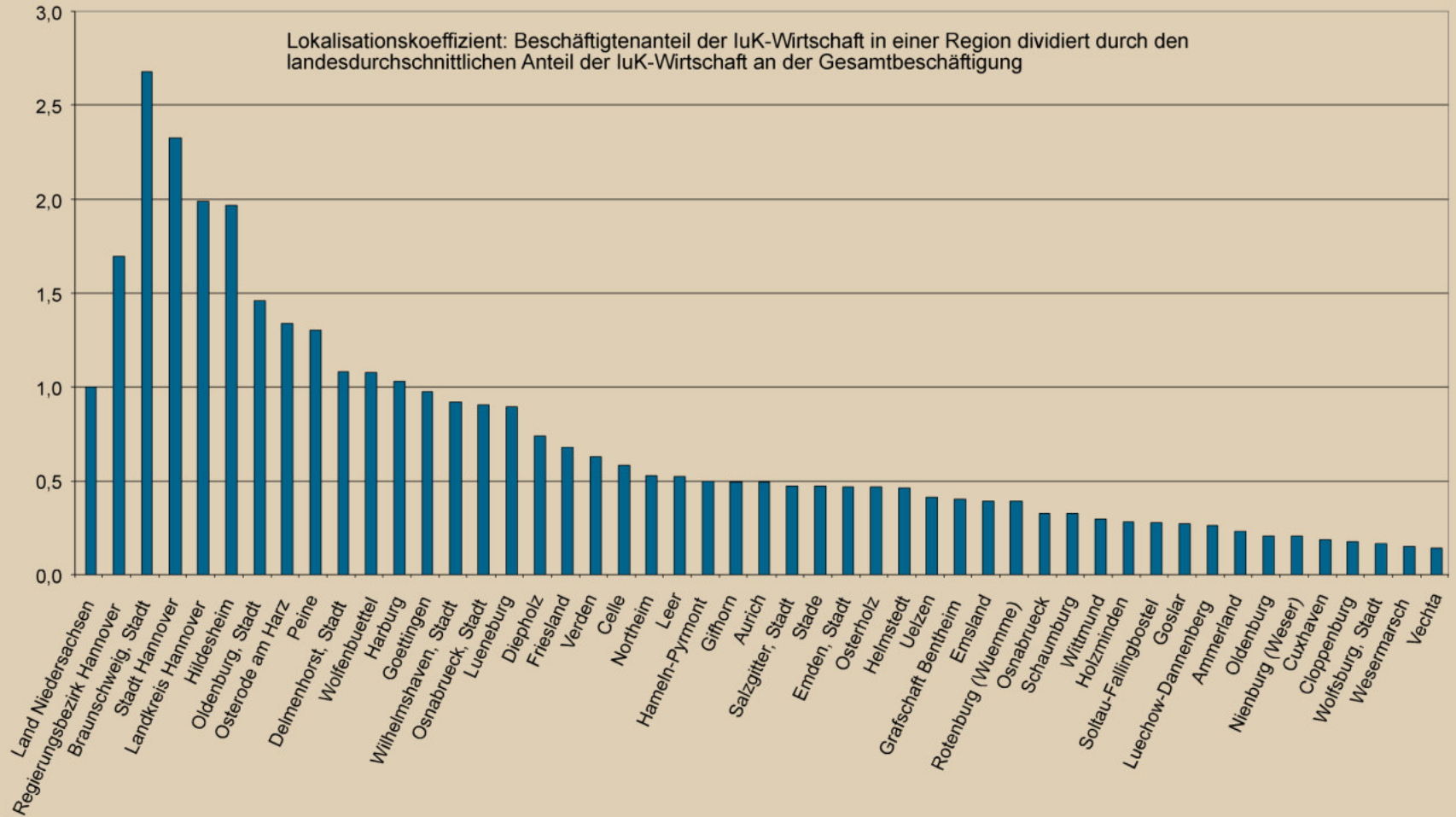
kritische Masse an Betrieben ist vorhanden, fehlende oder schwach ausgeprägte Kooperationsverflechtungen verhindern jedoch Lern- und Synergieeffekte; Fehlen einer gemeinsamen Vision

Das potenzielle Cluster

verfügt über einzelne Clusterelemente, es fehlen jedoch wichtige Faktoren, die Agglomerationsvorteile auslösen (kritische Masse an Betrieben, schwache technologische Basis, geringe Kooperationsintensität, fehlender politischen Wille)

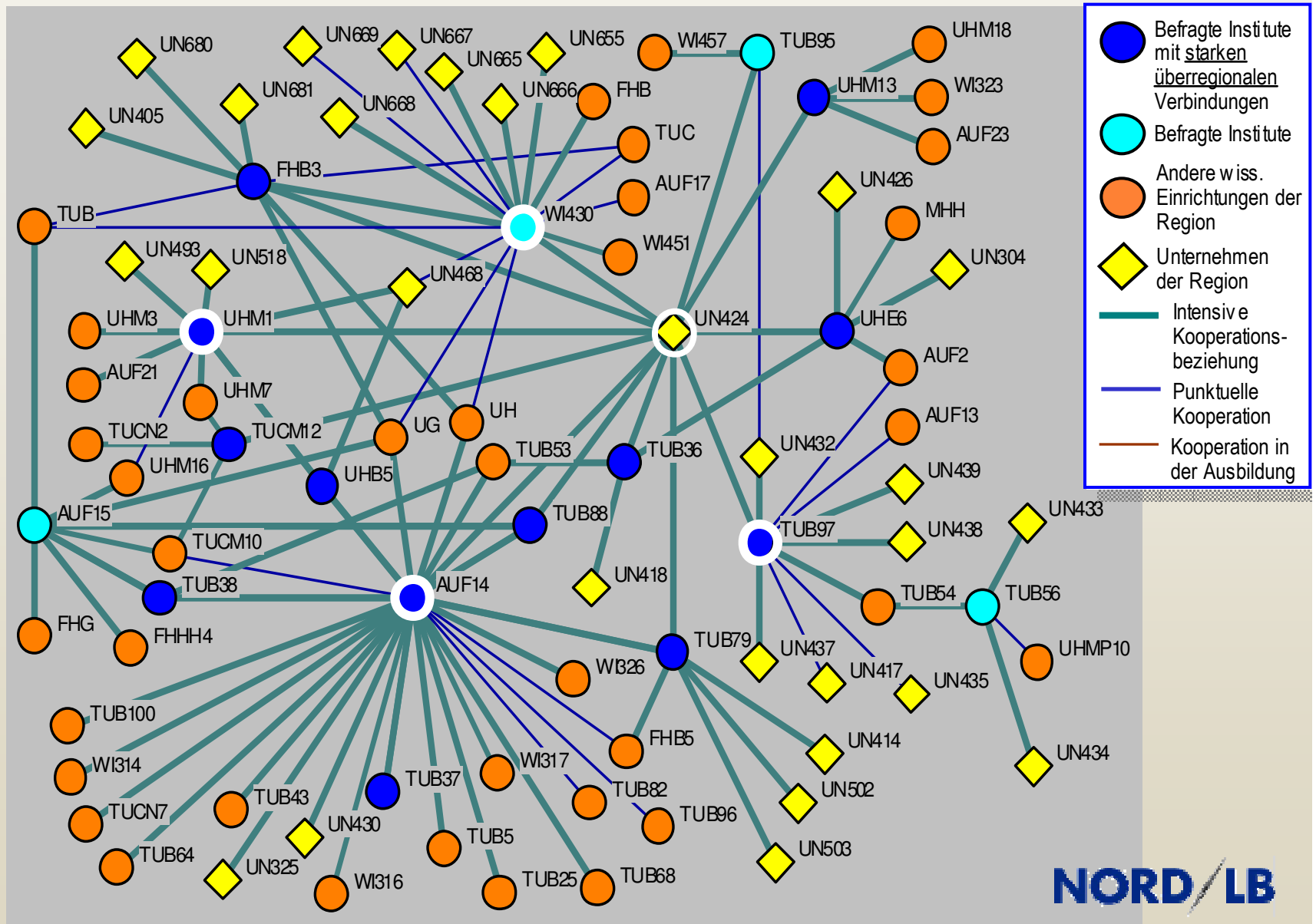
(Rosenfeld 1997)

Messbarkeit von Clustern



Regionale Vernetzung im Kompetenzfeld **Mobilitätswirtschaft**

(Strassenfahrzeugbau, Luft- u. Raumfahrt, Schienenfahrzeugbau)



3. Cluster-Politik



■ Politische Gestaltbarkeit

- „...the stories of the founding of high technology clusters are less romantic. In general the new high technology clusters were the product less of intrepid individuals than of visionary bureaucrats...“

(Krugman 1999, S. 64)

■ Clusterpolitik

Politik kann durch gezielte Strategien und Projekte die Herausbildung und Stabilisierung von Clustern befördern.

aber:

- Clusterpolitik kann nur bottom-up erfolgen
- Clusterpotenzial muss gegeben sein
- Zentrale Erfolgsvoraussetzung ist die Identifikation der regionalen Akteure mit Projekten und Strategien

■ Clusterpolitische Gestaltungsansätze

- Stärkung der Kooperationen untereinander (Branchen-dialog, Leitprojekte...)
- Ergänzung der Clusterstruktur durch gezielte Ansiedlung, Neu- bzw. Ausgründungen (z. B. Ausbau komplementärer Dienstleistungen)
- Komplettierung Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen
- Aktivitäten zur Verbesserung des Image (Standort-marketing, Fachveranstaltungen, branchenspezifische Flächenangebote...)

■ Clusterbildung und unternehmerisches Eigeninteresse

„Wenn eine Clusterbildung Vorteile für die beteiligten Unternehmen verspricht, sollte sie eigentlich auch aus Eigeninteresse zustande kommen.“

(Sachverständigenrat 2004/2005, S. 641)

■ Marktversagen und Clusterbildung

- Öffentliche Gut-Charakter der Clustervorteile (Externe Effekte)
- Time lags, Inkubationsphase, Netzwerkeffekte, kritische Massen
- Informationsprobleme/Kosten (insbesondere in der Gründungsphase)



Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit

NORD/LB