

## **Bericht des Magistrats zur Bearbeitung**

Die Maßnahmen Nr. 3 „*Netzwerkmanagement für Cluster und Unternehmensnetzwerke*“, Nr. 4 „*Persönliche Kontakte zu Unternehmen aufbauen und kontinuierlich pflegen*“ und Nr. 5 „*Förderung ansässiger kleinerer und mittlerer Unternehmen intensivieren (pragmatische Hilfestellungen)*“ der Studie „Rüsselsheim 2020“ stehen inhaltlich in einem direkten Zusammenhang und werden als ‚Handlungspaket‘ betrachtet und sind in nachfolgender Übersicht zusammengefasst:

### **Zusammenfassende Übersicht**

Die Maßnahmen zielen auf die intensive Pflege des Unternehmensbestandes in Rüsselsheim. Im Einzelnen geht es um die Maßnahmen

Maßnahme 3: Netzwerkmanagement für Cluster und Unternehmensnetzwerke  
Prüfung bzw. Initiierung von Netzwerken oder Clustern außerhalb der Automobilbranche

1. Initiierung neuer Netzwerke, hier: eines IT-Netzwerkes
2. Zielgruppenspezifische Netzwerke prüfen
  - a. Handwerkskooperation,
  - b. Unternehmerinnen-Netzwerk für Rüsselsheim

Maßnahme 4: Persönliche Kontakte zu Unternehmen aufbauen und kontinuierlich pflegen

Maßnahme 5: Förderung ansässiger kleiner und mittlerer Unternehmen intensivieren

Geplant sind pragmatische Hilfestellungen, die es besonders kleine und mittleren Unternehmen erleichtern, besonders vom Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung zu profitieren.

3. Beratungsleistungen
4. Informations- und Technologietransfer
5. Mittelstandssprechtage
6. Veranstaltung von Weiterbildungsmaßnahmen

## Bearbeitung der Maßnahme 3

### Netzwerkmanagement für Cluster und Unternehmensnetzwerke

Auf Seite 56 der Studie „Rüsselsheim 2020“ wird die Maßnahme 3 wie folgt beschrieben:

*„Weitere Unternehmen in Rüsselsheim, die nicht in der Automotive Branche tätig sind, können ebenfalls in Netzwerken bzw. Unternehmensclustern organisiert sein. Die Wirtschaftsförderung kann im Rahmen eines Netzwerkmanagements deren Bildung anregen, Netzwerke stetig fördern und begleiten. Es bieten sich beispielsweise pragmatische Hilfestellungen bei der Organisation von Einkaufs- und Marketingkooperationen ansässiger Unternehmen an (z.B. Nutzung von Mengeneffekten im Einkauf, gemeinsame Marktforschung, gemeinsamer Kundenservice), um deren Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.“*

In Anlehnung an den Autor Michel E. Porter, der den Cluster-Begriff maßgeblich prägte, werden **Cluster' als eine räumliche Konzentration** („Anhäufung“) von miteinander verbundenen Unternehmen einer oder verwandter Branchen verstanden (Porter 1998). Innerhalb eines ‚Clusters‘ können Austauschbeziehungen stattfinden. Durch Austauschbeziehungen können Unternehmen beispielsweise **Synergieeffekte** erzielen, die für jeden am Austausch Beteiligten eine ‚win-win-Situation‘ (beide Partner profitieren) darstellen kann. Dabei kann der Austausch auf unterschiedliche Weise erfolgen. Bei der Bildung oder Entstehung von ‚Clustern‘ spielt die räumliche Nähe eine besonders wichtige Rolle. Durch die räumliche Nähe kennen sich die Akteure häufig persönlich, was den Austausch erleichtert.

Innerhalb von räumlichen Konzentrationen (Clustern) können sich **Netzwerke in Form von Kooperationen** herausbilden. Diese Kooperationen sind meist zielgerichtet (z.B. durch Bildung strategischer Allianzen oder durch Bildung von Problemallianzen zur Suche nach Lösungen) und dienen beispielsweise dem Knüpfen neuer Kontakte, dem Informationsaustausch über aktuelle Themen, Nutzung von externem Know-how, Verteilung von Risiken (z.B. bei Forschung und Entwicklung), der Kostenreduzierung etc.. Kooperationsformen können sich auf die Bereiche Forschung und Entwicklung (F & E), Beschaffung, Produktion, Absatz, Marktforschung oder Personalentwicklung erstrecken. Von den Akteuren eines Netzwerkes (bzw. einer Kooperation) wird dieses nicht als Selbstzweck verstanden, sondern ist häufig ein (auch temporäres) Mittel zur effektiven und effizienten Erreichung von gemeinsamen Zielen. Akteure kooperieren demnach nur miteinander, wenn sie durch die Kooperation oder Vernetzung ein Ziel erreichen können, das sie alleine nicht hätten erreichen können. Erfolgreiche Kooperationen müssen also einen **Nutzen** für die beteiligten Akteure **darstellen**.

Für **Rüsselsheim** ist insbesondere die Bildung von Netzwerken von Unternehmen, die nicht in der Automobilbranche tätig sind, besonders interessant. Zahlreiche Unternehmen aus Zukunftsbranchen wie **IT, Telekommunikation oder Klimatechnologie** haben zwischenzeitlich Rüsselsheim als Standort gewählt. Erfolgreiche Kooperationen innerhalb einzelner Branchen sowie die ‚Clustering‘ von branchenähnlichen Unternehmen

stellen weitere **Standortvorteile für Rüsselsheim** dar, die es auszubauen bzw. zu unterstützen gilt.

Besonders interessant erscheint hierbei die IT-Branche.

## 1. Initiierung neuer Netzwerke, hier: eines IT-Netzwerkes

Die Studie ‚Rüsselsheim 2020‘ empfiehlt, dass die Wirtschaftsförderung „*im Rahmen eines Netzwerkmanagements deren Bildung anregen, Netzwerke stetig fördern und begleiten*“ sollte (Seite 56). Die Wirtschaftsförderung verfolgt bei der Umsetzung der Maßnahme das Ziel, dass sie Netzwerke anregen, fördern und begleiten kann. **Das ‚Leben‘ des Netzwerkes selbst**, also die konkrete Organisation und Koordination jedoch **sollte von den Beteiligten, d.h., von den jeweiligen Unternehmen selbst ausgehen**.

Dieses Prinzip wird von der Wirtschaftsförderung bei ihren Aktivitäten im Bereich IT-Netzwerk zugrunde gelegt. Die Wirtschaftsförderung hatte bereits in den vergangenen Jahren Kooperationen im IT-Bereich initiiert und gefördert, damals unter dem Begriff ‚get together‘. Die Resonanz ließ jedoch im Laufe der Jahre nach, sodass über die Konzeption erneut nachgedacht werden muss.

Durch **Vereinzeltendenz** ist die IT-Branche, die die Rüsselsheimer Unternehmerlandschaft in zunehmendem Maße prägt, zur Zeit nicht optimal miteinander vernetzt.

Die Wirtschaftsförderung hat geplant, dass ein weiteres Treffen initiiert werden soll, zu dem hochkarätige Referenten zu Fachthemen eingeladen werden sollen, um die zurückhaltende Branche für eine Auftaktveranstaltung zu gewinnen. Bei Erfolg sollen mit diesem Teilnehmerkreis regelmäßige **Treffen** stattfinden. Gemeinsam soll sondiert werden, **welche Kooperationsformen denkbar** sind und **wie eine Vernetzung gelingen kann**. Die Wirtschaftsförderung unterstützt die Bildung ggf. durch Findung von Organisationsstrukturen und begleitet den Prozess.

Für **zwei Veranstaltungen im Jahr 2008** sind insgesamt 4.000 Euro eingeplant.

## 2. Zielgruppenspezifische Netzwerke prüfen (z.B. Handwerk, Frauen)

### 2.1 Initiierung von Handwerkskooperationen:

Im zunehmend **härteren Wettbewerb** im Rahmen der EU sind auch mittelständische Handwerksbetriebe betroffen. Um sich am Markt zu profilieren, **sind Kooperationen geeignet**, dem Kunden neue Angebote zu unterbreiten. Unternehmen können sich ggf. gemeinsam Aufträge erschließen, die sie alleine nicht bekommen hätten. Die räumliche Nähe zueinander erleichtert die Kooperation und wird zum Standortvorteil.

Geplant ist eine mögliche Förderung durch das VerbundWerk (Projekt zur Kooperationsförderung im Handwerk durch Mittel der EU und des Landes Hessen). Weiter ist in 2008 geplant, mit den Partnern Gewerbeverein und Handwerkskammer mögliche **Kooperationsformen zu ermitteln** (z.B. Ein-

kaufs und/oder Marketingkooperationen durch Nutzung von Mengeneffekten, gemeinsame Marktforschung etc.). Es ist eine **Auftaktveranstaltung** mit einer Vortragsreihe und die Begleitung von möglichen Kooperationen durch die Wirtschaftsförderung geplant.

Diese werden im Jahr 2008 aus **laufenden Haushaltsmitteln** der Wirtschaftsförderung bestritten.

## 2.2 Unternehmerinnen-Netzwerk für Rüsselsheim initiieren:

Um die **Potenziale von Frauen** in Rüsselsheim **langfristig zu binden** und die **Diversifikation des Wirtschaftsstandorts** Rüsselsheim zu festigen, ist es besonders wichtig, Unternehmerinnen und Frauen in Führungspositionen in Rüsselsheim ein Plattform zu bieten.

Als **Auftakt** soll der **Hessische Unternehmerinnentag** dienen. Der Hessische Unternehmerinnentag wurde auf Initiative des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung initiiert. Er dient der Vernetzung und dem Austausch von hessischen Unternehmerinnen und wird in Federführung von dem Rationalisierungskuratorium (RKW) organisiert. Der Hessische Unternehmerinnentag fand in der Vergangenheit in Wiesbaden (Schloß Biebrich) statt und wird ab dem Jahr 2008 inhaltlich auf neue Füße gestellt. So soll zunehmend der regionale Charakter betont werden und Unternehmerinnen und Branchen aus der Region vorgestellt werden. Die Wirtschaftsförderung hat nach intensiven Gesprächen erreicht, dass die Auftaktveranstaltung für die neu konzipierte Veranstaltung **im August 2008 in Rüsselsheim** stattfinden wird.

**Ziel** ist es, auch Rüsselsheimer Unternehmerinnen zu dem Hessischen Unternehmerinnentag einzuladen und mit ihnen **ins Gespräch zu kommen**. Die Adressen und Anmeldungen werden in der Nachbereitung dazu dienen, die Unternehmerinnen in Rüsselsheim gezielt anzusprechen und einzuladen, sich untereinander stärker zu vernetzen. So ist angedacht, dass der ‚Unternehmerinnen‘-Begriff erweitert wird auf Frauen in Führungspositionen in Rüsselsheim, die beispielsweise als Referentinnen eingeladen werden könnten oder Frauen, die gerade erst ein Unternehmen gegründet haben, einander unterstützen. Gespräche mit Akteurinnen aus anderen Netzwerken haben bereits stattgefunden. Es ist geplant, die Kontaktstrukturen durch regelmäßige Treffen **(z.B. Businessfrühstück für Unternehmerinnen)** fortzuführen und ggf. bei der Findung von Organisationsstrukturen unterstützend tätig zu sein.

Für das Jahr 2008 werden die Kosten aus **laufenden Mitteln** der Wirtschaftsförderung bestritten.

Je nach Resonanz auf die beschriebenen Aktivitäten in dieser neuen Qualität der Bestandspflege ist die qualifizierte personelle Verstärkung dieses Bereichs der Wirtschaftsförderung ab 2009 notwendig.