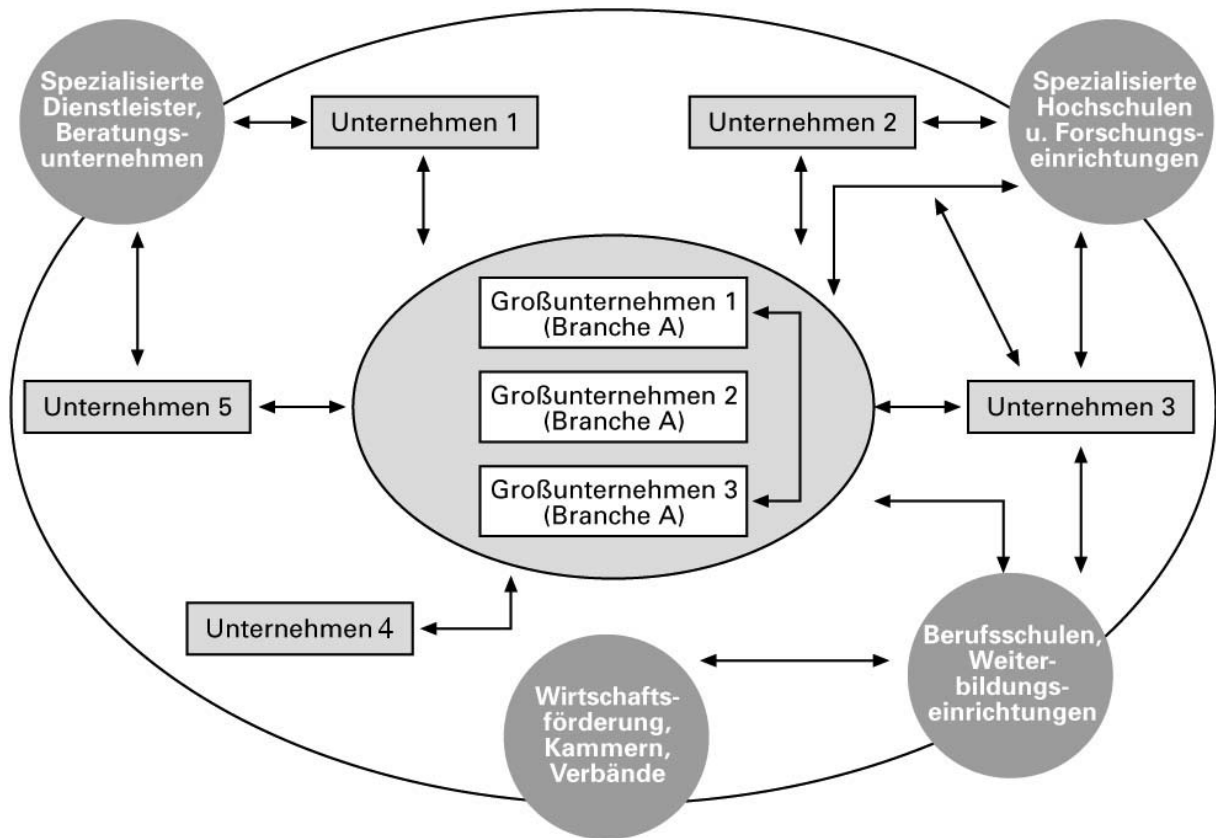


# IWECO

**Wirtschaftsförderung  
Cluster-Effekte**

# IWECO



## Wirtschaftsförderung

### Regionen der Wirtschaft

Bestimmte Regionen wie Silicon Valley in Kalifornien (IT-Wirtschaft), Seattle und Toulouse (Luftfahrtindustrie), München (Biotechnologie) oder Stuttgart und Braunschweig/Wolfsburg (Fahrzeugbau) weisen eine extrem hohe Konzentration von Betrieben einer Branche auf und stehen mehr als andere Standorte für eine ausgeprägte Kompetenz und Innovationsfähigkeit auf diesen Feldern. Derartige Spezialisierungen und Stärken sind zumeist das Ergebnis von begünstigenden, wenn nicht gar einzigartigen Bedingungen, die einzelne Branchen in einer Region vorfinden. Diese Bedingungen waren früher meistens natürlicher Art (z. B. Bodenschätze, Küstenlage) und sind heute zumeist die Folge einer räumlichen Konzentration von Kompetenzen durch eine große Dichte an Betrieben einer Branche, hervorragende Hochschulen und einen hoch spezialisierten Arbeitskräftepool. Diese Regionen weisen für Unternehmen eine höhere Attraktivität auf als andere, Betriebe entwickeln sich hier dynamischer als anderswo, und die Betriebe vor Ort profitieren zumeist von dem ausgezeichneten Ruf ihrer Standorte.

# IWECO

## 1. Cluster-Effekte

Die so entstehenden regionalen Konzentrationen spezialisierter Unternehmen werden als Cluster bezeichnet. Zu einem Cluster gehören in der Regel nicht nur Betriebe mit branchenähnlicher Ausrichtung und Produktpalette, sondern auch vor- und nachgelagerte Dienstleistungsunternehmen, die im Idealfall die gesamte Wertschöpfungskette abdecken, sowie Hersteller komplementärer Produkte oder anderer Branchen, die ähnliche Fertigkeiten, Vorprodukte oder Technologien benötigen. Ferner umfasst ein Cluster zumeist eine spezialisierte Infrastruktur und ein Netzwerk von Institutionen wie Forschungs-, Qualifizierungs- und Beratungseinrichtungen, die unterstützende Leistungen erbringen.

Die einzelnen Unternehmen eines solchen Clusters können durch ihre Einbettung in ein spezialisiertes Umfeld im Gegensatz zu isolierten Unternehmen auf eine Reihe von externen Effekten zurückgreifen.

### 1.1 Spezialisierter Arbeitsmarkt

große Anzahl von bereits vorhandenen qualifizierten Fachkräften; reduziert Einarbeitungszeiten und Einarbeitungskosten und erhöht die Qualifikation im Unternehmen.

### 1.2 Regelmäßige persönliche Kontakte

zwischen Betrieben und deren Mitarbeitern ermöglichen:

- Vertrauen
- Routinen
- Kooperationen
- Entwicklungspartnerschaften
- geringe Transaktionskosten
- Servicekooperation
- neue komplexe Produkte und Leistungen für neue Märkte

### 1.3 Regionale Wissensbasis

Wissenstransfer nicht nur von explizitem, sondern auch von implizitem Wissen durch „Wissens-Spillover“. Durch direkte Kontakte zwischen Unternehmen und durch den Wechsel von Mitarbeitern zwischen den einzelnen Unternehmen innerhalb des Clusters erhöht sich das gegenseitige Wissen über Produkte, Prozesse und Innovationen. Dadurch entsteht mit der Zeit eine regionale Wissensbasis. In der Region ansässige Unternehmen können dadurch auf mehr Wissen zurückgreifen als andere.

# IWECO

## **1.4 Spezialisierte Dienstleistungsanbieter**

Innerhalb des Clusters kommt es zu spezialisierten Dienstleistungsangeboten, die auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten sind. Durch Spezialisierung und Konkurrenz vor Ort verbessern sich Qualität und Kosteneffektivität von Dienstleistungen. Spezialisten senken Zeit- und Kostenaufwand bei der Lösung komplexer Probleme.

## **1.5 Spezialisierte Forschung**

in Technologiefeldern der vorhandenen Unternehmen.

## **1.6 Spezialisierte Erfahrung**

bei Banken, Kammern und öffentlichen Institutionen mit Unternehmen der Branche.

## **1.7 Das positive Image eines Clusters**

fördert intern die Zusammenarbeit und Identifikation, verbessert in hohem Maße Absatzchancen und zieht Unternehmen und Fachkräfte in die Region.

## 2. Regionale Wirtschaftspolitik

Die Entstehung von Clustern und Netzwerken lässt sich durch regionale Wirtschaftspolitik erheblich beeinflussen. Waren die räumlichen Bedingungen für die Entstehung von Clustern früher häufig an natürliche Ressourcen wie Bodenschätze oder den Zugang zum Meer gekoppelt, so spielen diese natürlichen Faktoren im Bereich der Hochtechnologie nahezu keine Rolle mehr. Stattdessen sind es andere, beeinflussbare Ressourcen, die den Vorsprung einzelner Regionen gegenüber anderen begründen. Dazu gehören u.a. exzellente Forschungseinrichtungen, spezialisierte Dienstleistungsbetriebe, eine große Zahl qualifizierter Fachkräfte und angesammeltes Know-how.

Regionale Wirtschaftspolitik kann bei der Entwicklung von Clustern eine aktive Rolle spielen. Sie kann Entwicklungen beeinflussen und unterstützen sowie das Umfeld der Betriebe verbessern. Dafür muss sie vorhandene Ansätze für Cluster-Strukturen zunächst lokalisieren und insbesondere auch Trends und Potenziale erkennen. Handlungsansätze für die regionale Wirtschaftsförderung sind in diesem Zusammenhang:

- *Die Verbesserung der Cluster-spezifischen Infrastruktur.*
- *Die Verdichtung der zwischenbetrieblichen Beziehungen und Kontakte durch gezielte Kooperationsförderung.*
- *Die gezielte Unterstützung von Unternehmensgründungen und -ansiedlungen in diesem Bereich.*
- *Die Herausarbeitung von Kooperationsprojekten und Leitbildern für den regionalen Cluster.*
- *Die Schaffung von Verantwortlichkeiten und Anlaufstellen (wie z. B. Entwicklungsgesellschaften), die nach innen koordinierend und nach außen profilierend wirken.*
- *Die Schaffung einer Leitnachfrage für innovative neue Produkte durch öffentlich geförderte Modellprojekte.*

### **3. Technologieparks und Hightech-Campus-Projekte**

Eine besondere Form räumlicher Nähe entsteht durch die Einrichtung von Technologieparks, in denen unterschiedliche Betriebe und Einrichtungen mit starker Technologieorientierung in direkter Nachbarschaft zueinander arbeiten. Derartige Technologieparks entstehen zur Zeit in vielen Städten im In- und Ausland. Sie bilden Kristallisationspunkte des jeweiligen regionalen innovativen Potenzials und bieten Unternehmen attraktive Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Entfaltung. Zentrum dieser Technologieparks sind oftmals Forschungseinrichtungen (häufig Fraunhofer-Institute) oder Hochschul-Einrichtungen.

Bei diesen Parks, die den Charakter eines Hightech-Campus haben, steht Kooperation zwischen Forschung und Betrieben im Vordergrund. In anderen Fällen bilden Forschungszentren großer Unternehmen den Motor von Technologieparks. In Abgrenzung zu Gründer- und Technologiezentren, die vor allem jungen Unternehmen in der Start-up-Phase preiswerte Räumlichkeiten und Hilfestellungen bieten sollen, sind Technologieparks auf etabliertere Unternehmen, häufig auf Unternehmen in der Wachstumsphase, ausgerichtet. Sie bieten ein hochwertiges, oftmals architektonisch anspruchsvoll gestaltetes Umfeld und zumeist ein umfassendes Angebot an komplementärer Infrastruktur aus Gastronomie, Tagungsmöglichkeiten, Gebäudemanagement sowie Einzelhandel und Freizeitmöglichkeiten für die Beschäftigten. Nicht zuletzt diese Infrastruktur ist für viele Unternehmen ein wichtiger Grund, Technologieparks als Standort zu wählen.

Entscheidende Vorteile von Technologieparks und Hightech-Campus-Projekten sind:

#### **3.1 die Erleichterung von Kooperationen durch persönliche Kontakte**

Durch die räumliche Nähe werden persönliche Kontakte erleichtert, die oftmals Kooperationen begründen oder vertiefen und die Entstehung innovativer Netzwerke fördern. Durch regelmäßige persönliche Kontakte wird zudem Wissen ausgetauscht und gemeinsam weiterentwickelt, es entstehen Wissens-Spillover, bei denen durch Informationsaustausch häufig interessante Ideen in die richtigen Köpfe gelangen, die aus diesen Ideen innovative und marktfähige Produkte entwickeln. Durch diese Effekte wird gemeinsames Wissen um intelligente Problemlösungen angehäuft, das in dieser Form anderswo nicht existiert. Daraus können sich schließlich innovative Milieus entwickeln, die nicht nur besonders kreativ, sondern auch attraktiv für andere Spezialisten sind.

In manchen Wissenschaftsparks kommt es zusätzlich zu einer Herausbildung eines „Wirklichkeitsbewusstseins“, das nicht nur die gemeinsame Wissensbasis stärkt und das Image verbessert, sondern auch auf Vertrauen basierende Kooperationen im Bereich unternehmerischer Randfunktionen wie Marketing und Logistik ermöglicht. Dieses wiederum senkt die regelmäßig anfallenden, unveränderbaren Kosten der einzelnen Unternehmen.

### **3.2 die Förderung von Partnerschaften zwischen Forschungseinrichtungen und Unternehmen**

Eine Nachbarschaft von Forschung und Unternehmen fördert die Kooperation und damit die Umsetzung von wissenschaftlichen Erkenntnissen in marktfähige Produkte. Unternehmen können sich bei auftauchenden Problemen leichter und mit geringerer Schwellenangst, also unterhalb von größeren Aufträgen, Unterstützung durch Forschungseinrichtungen sichern, insbesondere wenn eine regelmäßige Zusammenarbeit existiert. Diese Vereinfachung von Kooperation wird von Unternehmen in Technologieparks als einer der entscheidenden Standortvorteile bewertet. Für Forschungseinrichtungen ist die Nähe zu Hochschultechnologie-Unternehmen insbesondere im Hinblick auf privatwirtschaftliche Forschungsaufträge und regelmäßige Kooperation interessant. Zudem können die Hochschulen ihren Absolventen attraktive Praktikums- und Diplommöglichkeiten in direkter Nachbarschaft bieten, was nicht nur die Position der jeweiligen Hochschule stärkt, sondern auch für die Unternehmen förderlich ist.

### **3.3 die Nutzung einer attraktiven Infrastruktur**

In Technologieparks wird zumeist eine komplette Infrastruktur mit zahlreichen Leistungen für Unternehmen und Beschäftigte angeboten. Zu typischen unternehmensnahen Dienstleistungen in Technologieparks gehören Kommunikationsinfrastruktur, Gebäudemanagement, Sicherheit, Beratungsleistungen, Seminare, Fachmessen und Hotelleriebetriebe. Die Unternehmen haben zudem oft Möglichkeiten einer flexiblen Raumnutzung und erhalten bei Bedarf in der Regel zügig Erweiterungsflächen. Innerhalb der Parks bestehen daneben meistens attraktive Gastronomieangebote, oftmals auch Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten und in einzelnen Fällen Kinderbetreuungseinrichtungen.

### **3.4 der Zugriff auf gemeinsame Einrichtungen und Apparate**

Die gemeinschaftliche Nutzung von Einrichtungen (Kantinen, Konferenz- und Ausstellungsräumen etc.) senkt Kosten im Vergleich zur Unterhaltung mehrerer solcher Einrichtungen durch die einzelnen Unternehmen und ermöglicht es auch kleineren Betrieben, auf derartige Einrichtungen zurückzugreifen. Dies gilt in gleichem Maße für Apparaturen und Testverfahren, vor allem in Branchen wie der Biotechnologie. Hier wird überhaupt erst durch den Zugriff auf gemeinsame Apparate oder auf Einrichtungen einer Hochschule Forschung möglich.

# IWECO

## **3.5 die Erleichterung der Personalrekrutierung und -bindung für die Betriebe**

Innerhalb eines Technologiepark-Umfeldes verbessern sich nicht zuletzt durch die Bekanntheit des Unternehmensstandorts und die Anhäufung von Unternehmen einer Branche die Möglichkeiten der Personalrekrutierung. Dies gilt umso mehr, wenn Hochschuleinrichtungen in unmittelbarer Nachbarschaft sind und so frühzeitig Kontakte zu Absolventen hergestellt werden können.

Durch attraktive Infrastruktur sowie eine angenehme und kreative Arbeitsumgebung erhöht sich zudem die Motivation und Identifikation der Beschäftigten mit dem eigenen Unternehmen. Dadurch werden Beschäftigte nicht zuletzt auch stärker an ihren Betrieb gebunden. Für sie selbst kann sich durch das Ambiente und die Infrastruktur nicht nur die Arbeitszufriedenheit verbessern, es entstehen auch neue Möglichkeiten zur Verbindung von Arbeitsort und der Nutzung privater Dienstleistungsangebote im Alltag.

## **3.6 die Imagewirkung für die Unternehmen, aber auch für Stadt und Region**

Ein wesentlicher Faktor für die Attraktivität von Technologieparks aus der Sicht von Unternehmen ist die Imagefunktion des Parks, der Partneruniversität oder der vor Ort ansässigen Großunternehmen. Kleinen Unternehmen, die sich mangels Bekanntheit auf dem Markt allein nicht behaupten können, wird durch den „guten Namen“ und das Prestige des Wissenschaftsparks die Akquisition von Kunden erleichtert bzw. erst ermöglicht. Untersuchungen zeigen, dass Hochtechnologie-Unternehmen Technologieparks insbesondere wegen des damit verbundenen Prestiges und des von benachbarten Forschungseinrichtungen abstrahlenden Images als Standort bevorzugen. Wegen dieser Vorteile sind Unternehmen auch bereit, höhere Standortkosten auf sich zu nehmen.

Eine positive Imagewirkung existiert daneben gerade auch für die Städte und Regionen. Forschungskompetenzen und Hightech-Produktionen werden so nicht versteckt, sondern durch Technologieparks attraktiv und vor allem in großer Fülle präsentiert. Die Parks werden so zu Leitprojekten und Schaufenstern für technologische Entwicklungen und demonstrieren die Innovationsfähigkeit des Standortes.

Die genannten Gründe können zu deutlichen Wettbewerbsvorteilen für Unternehmen, die sich in Technologieparks und Hightech-Campus-Projekten ansiedeln, gegenüber Betrieben führen, die sich in einer isolierten räumlichen Situation befinden.

## **4. Nachfolgend ein Auszug aus dem Mediengutachten des Landes Rheinland-Pfalz zur Region Koblenz**

### **4.1 Region Koblenz**

Betrachtet man die Region Koblenz, so lässt sich ein weniger eindeutiges Medienprofil als für die Region Kaiserslautern ableiten. In der Region Koblenz ist ein Schwerpunkt im Primärbereich der Medien im Bereich Print-Medien zu erkennen. Dieser ist allerdings nicht so stark in der Region verankert, wie dies beispielsweise in Kaiserslautern der Fall ist. Der Schwerpunkt ruht fast ausschließlich auf der Wirtschaft und wird durch das Hochschul- und Forschungswesen wenig untermauert.

Darüber hinaus sind in der Region Koblenz zahlreiche Unternehmen angesiedelt, die Dienstleistungen im Internet-Bereich anbieten (z. B. United Internet, Cham@leon AG) und auch Lösungen für eGovernment entwickeln.

Im Sekundärbereich ist die Bundeswehr zu nennen, die durch das IT-Amt große Kompetenz im Bereich der Medien am Standort Koblenz vereint. Hier allerdings von einem etablierten Schwerpunkt oder Regionenprofil zu sprechen, ist gewagt, man kann eher von Keimzellen sprechen, aus denen ein vollwertiges Regionenprofil entwickelt werden kann.

### **4.2 Struktur der Medienregion Koblenz**

Die Region Koblenz umfasst geographisch das Gebiet der zehn Landkreise Ahrweiler, Altenkirchen, Bad Kreuznach, Birkenfeld, Cochem-Zell, Mayen-Koblenz, Neuwied, Rhein-Hunsrück-Kreis, Rhein-Lahn-Kreis und Westerwaldkreis sowie der kreisfreien Stadt Koblenz. Insgesamt leben in dieser Region mehr als 1,5 Mio. Einwohner auf einer Fläche von ca. 8.100 qkm.

### **4.3 Standortfaktoren**

Für Medien- und IT-Unternehmen in der Region sind die Telekommunikationskosten, das Angebot an qualifiziertem Personal, Weiterbildungsangebote, die Kosten von Gewerbeflächen und Büromieten die wichtigsten Standortfaktoren. Vor allem die Kosten der Gewerbeflächen und der Telekommunikation werden durch die Unternehmen positiver als im Landesdurchschnitt bewertet. Dies wird u. a. positiv durch das Angebot an Breitband- und Datendienstleistungen durch die Unternehmen Deutsche Telekom, Kevag Telekom und United Internet beeinflusst. Insgesamt belegt die Region Koblenz bei der Bewertung der Standortfaktoren der Regionen Platz 3.

## **4.4 Wirtschaft**

Die Region Koblenz ist die größte und wirtschaftlich stärkste Region und trägt zur rheinland-pfälzischen Gesamtwirtschaft (gemessen an der Bruttowertschöpfung) einen Beitrag von 34,9 % bei. Die Region beheimatet allerdings 37,6 % der Einwohner des Landes und erwirtschaftet dementsprechend eine vergleichsweise niedrige Bruttowertschöpfung je Einwohner. Der Arbeitsmarkt in der Region Koblenz zeichnet sich durch eine moderate Arbeitslosigkeit (7,3 % im Jahr 2001) im Vergleich der Regionen aus. Der Anteil der Erwerbstätigen an der Gesamtbevölkerung liegt leicht unter dem Rheinland-Pfalz-Durchschnitt.

## **4.5 Medien- und IT-Wirtschaft**

Im Primärbereich der Medien- und IT-Wirtschaft nimmt Koblenz eine gute Position ein: In der Region Koblenz haben sich 35,1 %, nämlich 2.675 der insgesamt 7.624 Medien- und IT-Unternehmen angesiedelt. Diese Unternehmen sind zu 6,32 % dem Bereich der Audiovisuellen Medien, zu 17,16 % den Print-Medien, zu 31,66 % dem Bereich IT/Internet und zu 44,82 % dem Bereich der Werbung zuzurechnen. An dieser Stelle sei angemerkt, dass diese prozentualen Angaben nicht mit der Verteilung der Umsätze der Medien- und IT-Unternehmen gleichzusetzen sind. Legt man die Umsätze prozentual auf die einzelnen Regionen und die in den Regionen ansässigen Medien- und IT-Unternehmen um, so stellt sich heraus, dass die Region Koblenz im Bereich Print-Medien die stärkste Position im Vergleich der Regionen einnimmt. Dies gilt sowohl für die absolute Anzahl an Print-Unternehmen in der Region als auch für die erwirtschafteten Umsätze in dieser Branche.

Als Leuchtturm-Unternehmen der Region Koblenz im Primärbereich der Medien- und IT-Wirtschaft sind die Rhein-Zeitung und RZ-Online zu nennen, die durch die Entwicklung und Implementierung des im Internet abrufbaren ePapers ein innovatives und zukunftsweisendes Publikations-Verfahren entwickelt haben. Darüber hinaus ist die United Internet AG, ein Internet-Service-Provider mit 2,1 Mio. Nutzern in Deutschland, zu erwähnen, die ca. 3.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Weiter sind in der Region bedeutende Unternehmen der Privatwirtschaft (z. B. Cham@leon AG, SER Solutions Deutschland GmbH, ISB AG) und Institute (z. B. Institut für Wirtschafts- und Verwaltungsinformatik an der Universität Koblenz) vertreten, die eng mit öffentlichen Einrichtungen im Bereich Verwaltungsmodernisierung zusammenarbeiten und innovative Dienstleistungen im Bereich eGovernment entwickeln.

# IWECO

Die Region Koblenz verfügt auch über Medien- und IT-Wirtschaft im Sekundärbereich. Prominente Beispiele sind das IT-Amt der Bundeswehr, Kimberley Clark, Lohmann, Rasselstein und das Statistische Landesamt, die beispielsweise mit modernen Datenbank- und Archivierungssystemen arbeiten und diese weiterentwickeln.

## **4.6 Universitäten**

Die Universität Koblenz-Landau (z. B. Computervisualistik, Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik) und die Fachhochschule Koblenz (z. B. Elektrotechnik und Informationstechnik) bieten Studiengänge im Bereich der Medien an. Zudem ist mit der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung eine wichtige Einrichtung in der Region Koblenz vertreten, die eine Affinität der Region zu Fragestellungen der öffentlichen Verwaltung begründet.

Der Schwerpunkt der Region Koblenz im Bereich der Print-Medien wird auch durch die Anzahl der Auszubildenden in Print-Berufen belegt. Hier führt die Region bei der Anzahl von Print-Auszubildenden je Print-Medienunternehmen. Koblenz hat auch über alle Bereiche der Medien- und IT-Wirtschaft hinweg die meisten Auszubildenden in Medien- und IT-Berufen je Medien- und IT-Unternehmen in Rheinland-Pfalz.

## **4.7 Forschung und Entwicklung**

Die Region Koblenz verfügt über einige außeruniversitäre Forschungsinstitute, die aber keinen Medienbezug aufweisen. An der Universität wird Forschung z. B. in den Bereichen Informatik, Softwaretechnik, Computerlinguistik und Kommunikationspsychologie betrieben. Zudem wird im Rahmen der Erziehungs- und Bildungswissenschaften im Bereich des multimedialen und computergestützten Lernens geforscht. Das Bundeswehrkrankenhaus ist auch in der Forschung tätig.

## **4.8 Stärken und Entwicklungspotenziale bezüglich Medien- und IT-Trends**

Es wurde bereits festgestellt, dass in der Region Koblenz im Primärbereich der Medien- und IT-Wirtschaft ein Schwerpunkt bei den Print-Medien festzustellen ist. Zudem verfügt die Region Koblenz über Institutionen und Unternehmen, die einen zweiten Schwerpunkt im Bereich der Medienanwendungen im öffentlichen Raum (z. B. in Form von eGovernment) erkennen lassen. Hier sind das IT-Amt der Bundeswehr und Unternehmen zu nennen, die IT-Anwendungen für den öffentlichen Bereich konzipieren (z. B. Cham@leon AG, SER Solutions Deutschland GmbH). Diese Schwerpunkte finden allerdings ihren Ursprung nicht in der

# IWECO

Hochschul- und Forschungslandschaft der Region. Sie liegen vielmehr in der Branchenstruktur begründet, die durch einige sehr innovative Firmen ergänzt wird.

Betrachtet man nun diese inhaltlichen Schwerpunkte, die sich am Standort Koblenz etabliert haben, so stellt sich die Frage, welcher inhaltliche Schwerpunkt die zukünftige Entwicklung der Region positiv beeinflussen kann bzw. das Wachstum eines Medienclusters weiter fördert. Der Einzug moderner digitaler Produktionsverfahren im Druck- und Verlagsbereich ist eine notwendige Voraussetzung für die Druck- und Verlagsindustrie, um im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld zu bestehen.

## **4.9 eMedien**

Neben dem „klassischen“ Druck von Inhalten gewinnt jedoch zunehmend der Vertrieb über alternative Kanäle (z. B. ePaper, Online-Angebote, mobile Angebote) an Bedeutung. Hierzu ist es notwendig, sowohl die Prozesse und technischen Systeme zur Bearbeitung von digitalen Inhalten als auch zum Vertrieb dieser Inhalte über verschiedene Kanäle zu beherrschen (allg. Management von Multimedia-Inhalten).

Im Bereich der eServices werden zurzeit eGovernment-Angebote sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene diskutiert und erste Angebote sind eingeführt. Die eGovernment-Angebote betreffen sowohl die Einwohner als auch die Wirtschaft von Rheinland-Pfalz und werden aufgrund von Potenzialen zur Effizienzsteigerung und Vereinfachung in der Zukunft voraussichtlich zunehmen. Eine Grundlage für die Nutzung von eGovernment-Angeboten sind die notwendige Internet-Infrastruktur sowie die jeweiligen technischen Anwendungen.



Abb.: Bewertung der Komponenten der Medienregion Koblenz entlang des Clustermodells

## **5. Stärken und Entwicklungspotenziale der Region entlang des Cluster-Modells**

Betrachtet man die Region Koblenz, so lässt sich ein sehr viel weniger eindeutiges Medienprofil als für die Region Kaiserslautern ableiten. In der Region Koblenz ist ein Schwerpunkt im Primärbereich der Medien im Bereich Print-Medien und IT/Internet zu erkennen. Eng mit dem Thema IT/Internet sind dabei eGovernment-Lösungen verbunden. Der vorhandene Schwerpunkt der Region Koblenz ist allerdings nicht so stark in der Region verankert, wie dies beispielsweise in Kaiserslautern der Fall ist. Der Schwerpunkt ruht hier fast ausschließlich auf der Wirtschaft und wird durch das Hochschul- und Forschungswesen wenig untermauert.

Im Sekundärbereich ist die Bundeswehr zu nennen, die durch das IT-Amt große Kompetenz im Bereich der Medien am Standort Koblenz vereint. Hier allerdings von einem etablierten Schwerpunkt oder Regionenprofil zu sprechen, ist gewagt, man kann eher von Keimzellen sprechen, aus denen ein vollwertiges und wahrnehmbares medienrelevantes Regionenprofil entwickelt werden kann. Im Einzelnen sehen die Komponenten des Medienclusters Koblenz um den Schwerpunkt Print und Bundeswehr wie folgt aus:

### **5.1 Hochschule als Kern:**

Die Universität Koblenz-Landau und die Fachhochschule Koblenz könnten den Kern des Medienclusters Koblenz darstellen. Momentan gibt es schon ein Angebot an medienrelevanten Studiengängen, die aber nur sekundäre Relevanz für den Print-Bereich bzw. für die medienrelevanten Bereiche der öffentlichen Institutionen haben.

Die Fachhochschule für öffentliche Verwaltung hat hingegen eine sehr viel höhere Relevanz bzgl. der vermittelten Lehrinhalte. Die hier angebotenen Studiengänge können die Basis für eine stärkere Ausprägung des Regionenprofils um das Thema Medien und öffentliche Verwaltung darstellen. Um das Regionenprofil in die Richtung Print und IT/Internet weiter auszubauen, bedarf es einer Stärkung und Ergänzung des existierenden Hochschulangebots.

## **5.2 Angewandte Forschungsinstitute:**

Um die Universität Koblenz-Landau und die Fachhochschule Koblenz haben sich keine thematisch passenden Institute für angewandte Forschung angesiedelt, die das Know-how der Hochschulen ergänzen und vertiefen. Es wird zwar innerhalb der Hochschulen in studiengangsnahen Bereichen geforscht, da diese Inhalte aber keine direkte Verbindung mit den sich in der Entstehung befindlichen Schwerpunktthemen haben, sind diese Forschungsthematiken nachrangig zu betrachten.

## **5.3 Medien- und IT-Unternehmen:**

Wie schon beschrieben, haben die Unternehmen Schwerpunkte im Bereich der Print-Medien und im Bereich Zulieferdienstleistungen für öffentliche Verwaltungen gebildet. Der erste Schwerpunkt ist zahlenmäßig sehr viel stärker in der Region manifestiert und wird auch breiter inner- und außerhalb der Landesgrenzen wahrgenommen. Der zweite Schwerpunkt hingegen ruht auf einigen wenigen Unternehmen, die in ihrem Geschäftsfeld zwar eine große Wahrnehmung für die Innovationskraft ihrer Lösungen, aber bis dato nur einen geringen Beitrag zur Profilergebnung der Region Koblenz beitragen.

Das Technologiezentrum hat zur Gründung von Medien- und IT-Unternehmen in der Region einen wichtigen Beitrag geleistet, aber darüber hinaus findet man in der Region nur wenige Ansätze zur Förderung der Gründungstätigkeit von Unternehmen (z. B. dezidierte Mediengewerbegebiete etc.). Die Initiierung weiterer Aktivitäten zur strukturellen Förderung der Unternehmensansiedlung im Bereich von Profilierungsthemen kann hier zur Stärkung und Schärfung des Regionenprofils Koblenz beitragen.

## **5.4 Forschungslabore großer Unternehmen:**

In einem starken, profilierten Mediencluster bedarf es neben Hochschulen, Forschungseinrichtungen sowie Medien- und IT-Unternehmen im Primärbereich auch Unternehmen im Primär- und Sekundärbereich, die in eigenen Forschungseinrichtungen Innovationen entwickeln. So werden weitere Arbeitsplätze geschaffen, die aus dem Unternehmenswachstum durch Innovationen und den daraus gewonnenen Wettbewerbsvorteilen resultieren.

Koblenz verfügt hier über recht wenige Unternehmen, die eigene Forschung betreiben. Neben dem IT-Amt der Bundeswehr betreiben nur wenige Unternehmen eigene Forschungsaktivitäten, die einen Medienbezug haben. Hier bestehen große Entwicklungspotenziale, die für die Weiterentwicklung der Medienregion mit einem eigenen, gut wahrnehmbaren Medienprofil unbedingt vonnöten sind.

## **5.5 Entwicklungs- und Produktionsbereiche großer Unternehmen:**

Aus Forschung müssen konkrete Produkte und Dienstleistungen entstehen, um Wirtschaftswachstum zu ermöglichen. Hier hat die Region Koblenz bis dato wenige große Medien- und Nicht-Medienunternehmen (z. B. Kimberly-Clark, Lohmann, United Internet), die im Bereich der Schwerpunktthemen ihr Geschäft betreiben und eine Vielzahl an Arbeitsplätzen schaffen. Durch die Ansiedlung von großen Unternehmen im Sekundärbereich könnten weitere qualifizierte IT- und Medien-Arbeitsplätze in der Region geschaffen werden.