



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie



---

# Expedition Clusterinitiative

---

*Eine Reise zu acht „go-cluster“-Mitgliedern*



# Impressum

## **Herausgeber**

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)  
Öffentlichkeitsarbeit  
10115 Berlin  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

## **Gestaltung**

VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

## **Stand**

Januar 2020

## **Bildnachweis**

© Nickolay Khoroshkov (Titel), © VDI/VDE-IT (Seite 6– 11, 15, 22, 27–33, 36), © IRSA – Lackfabrik Irmgard Sallinger GmbH (Seite 12), © econ industries (Seite 13), © Synergeticon GmbH (Seite 18), © MoWiN.net (Seite 19), © Jungheinrich Vertrieb Deutschland AG & Co. KG (Seite 20), © Fraunhofer IPMS (Seite 23), © SAP (Seite 24), © Olaf Malzahn, Presse Foto Nord (Seite 26), © Gaming-Aid e.V. (Seite 34), © Interlake (Seite 35)

## **Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:**

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie  
Referat Öffentlichkeitsarbeit  
E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

## **Zentraler Bestellservice:**

Telefon: 030 182722721  
Bestellfax: 030 18102722721

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	5
NIRO macht den dynamischen Unterschied! .....	6
Innovationen in der bayerischen Chemiebranche fördern .....	10
Nach oben gibt es keine Grenzen: Luftfahrt in der Metropolregion Hamburg .....	14
Im Herzen von Deutschland für die Mobilität von morgen .....	18
Das Herz der europäischen Mikroelektronik schlägt in Sachsen.....	21
Norddeutschland als Leuchtturm der deutschen Ernährungswirtschaft .....	25
Die Bodenseeregion als digitale Vorzeigeregion .....	29
Eine Vernetzungsplattform für die Medien- und Digitalwirtschaft in Berlin und Brandenburg .....	32
Das Programm „go-cluster“.....	36

Um die Lesbarkeit dieser Publikation möglichst nutzerfreundlich zu gestalten, wird an einigen Stellen die allgemeine Bezeichnung (Mitarbeiter, Experten etc.) gewählt. Wo nicht explizit ausgewiesen ist die weibliche Form selbstverständlich ebenfalls gemeint.



# Einleitung

In Deutschland gibt es eine vielfältige Clusterlandschaft mit Clusterverbänden in allen Regionen. Das Programm „go-cluster“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie vereint mehr als 80 besonders leistungsstarke, exzellente Innovationscluster. Die Vorteile einer langjährigen Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und weiteren Kooperationspartnern sind eindeutig: Gemeinsam sind alle stärker und es kann mehr erreicht werden! Die Erfolgsfaktoren, wodurch Innovationscluster leistungsstark und sehr wettbewerbsfähig werden, sind zahlreich. Die Basis ist jedoch in der Regel ein professionelles Clustermanagement.

Doch was genau passiert eigentlich hinter den Kulissen einer Clusterinitiative? Wie sind die Abläufe, wer arbeitet mit wem zusammen und was für Aufgaben übernimmt das Clustermanagement? Die eine Antwort gibt es nicht, im Gegenteil: Die Antworten auf diese Fragen sind genauso bunt und vielfältig wie die Clusterinitiativen selbst. Je nach Technologiefeld, Zielen der Zusammenarbeit und Organisationsform unterscheiden sich die Arbeits- und Funktionsweisen.

Im Zuge der „2. Clusterwoche Deutschland“ im Jahr 2019 hat sich das Team des Programms „go-cluster“ vor Ort selbst ein Bild gemacht. Es wurden acht Mitglieder aus ganz unterschiedlichen Regionen und Technologiefeldern

ausgewählt. Entstanden sind acht spannende und zeitlose Reportagen, in denen sowohl die jeweiligen Clustermanagements als auch einige Akteure aus dem Cluster selbst zu Wort kommen. Mehr über die Bandbreite, Arbeitsweise und die Gesichter hinter „go-cluster“ können Sie auf den folgenden Seiten nachlesen.

Natürlich ist das nur ein beispielhafter Auszug. Alle Innovationscluster des Programms „go-cluster“ sind einzigartig und herausragend. Sie tragen mit ihren Leistungen deutlich zur Wertschöpfung in Deutschland bei und haben mit ihrer Innovationskraft Vorbildcharakter. Es wird in der Zukunft viele weitere Einblicke dieser Art in die Clusterwelt geben.

In der Zwischenzeit finden Sie unter [www.clusterplattform.de](http://www.clusterplattform.de) alle Informationen und Ansprechpartner, einen Überblick über die deutsche Clusterlandschaft und Clusterpolitik sowie weitere „ClusterERFOLGE“ von den Innovationsclustern des Programms „go-cluster“.



# NIRO macht den dynamischen Unterschied!



Das NIRO-Team: Insa Kunz (byNIRO GmbH), Ingrid Lange, Anja Zühlsdorf, Margarita Grünstern und Ludmila Riewe (v. l. n. r.).

Ein klarer und sonniger, aber kalter Tag im November in Lüdenscheid: In den Veranstaltungsräumen der ERCO GmbH, dem international führenden Spezialisten für Architekturbeleuchtung mit LED-Technologie und zugleich Mitglied bei NIRO, kommen Teilnehmende zur 12. Mitgliederversammlung der Clusterinitiative zusammen.

NIRO steht für das „Netzwerk Industrie RuhrOst e.V.“, ist also ein Verbund von Produktions- und Maschinenbau-

unternehmen der Region. Der Kreis Unna, das Ruhrgebiet, das Münsterland und das angrenzende Sauerland sind dabei vor allem mittelständisch geprägt. Hier gibt es viele familiengeführte Unternehmen, oft regelrechte Hidden Champions, die man so „in der Provinz“ nicht vermutet hätte. Ein Ziel des Netzwerks ist es, diese sichtbarer zu machen.

Geschäftsführerin von NIRO ist Ingrid Lange, und sie hat eine Hypothese: „Je digitaler unser Leben wird, umso mehr

muss ich das durch persönliche Kontakte kompensieren, durch Nähe, durch Gespräche.“ Und genau diese Nähe sucht sie, gemeinsam mit ihrem Team aus vier Mitarbeiterinnen (und einem Hund) in der Geschäftsstelle in Unna, zu den mittlerweile 66 Mitgliedern des Netzwerks täglich.

Gestartet ist NIRO im November 2006 mit acht Gründungsmitgliedern, schon nach vier Jahren waren es etwa 50. Die Initiative für das Netzwerk kam aus der Wirtschaftsförderung Kreis Unna: Hier entstand die Idee, Unternehmen – vor allem die in der Region ansässigen KMU – stärker miteinander zu vernetzen, um die Region zu stärken und dem Wettbewerb gemeinsam besser zu begegnen.

## Was genau bietet NIRO?

NIRO hat seine Dienstleistungen in Handlungsfeldern definiert: Einkauf, Logistik und Import/Export, Innovation, Industrie 4.0, Personal und Marketing. In diesen Handlungsfeldern gibt es ganz unterschiedliche Kommunikations- und Begegnungsformate für die Mitglieder.

Der Einkauf hat seit der Gründung eine besonders exponierte Rolle: Wenn Unternehmen gemeinsam einkaufen, können Konditionen besser verhandelt werden. Dazu kommen die Einkaufsleiter von NIRO-Mitgliedsunternehmen in Verhandlungsgruppen zusammen und definieren ihre Einkaufsthemen. Daraufhin werden die entsprechenden Bedarfe bei den Mitgliedsunternehmen abgefragt und Ausschreibungen für die Lieferanten gemacht. Die konkrete Verhandlung der Rahmenverträge steht im nächsten Schritt an, bevor die Mitgliedsunternehmen den Rahmenverträgen beitreten können. Eine wirklich innovative und partizipative Sache! Darüber hinaus organisiert die Geschäftsstelle in enger Abstimmung mit den Mitgliedern auch Informationsveranstaltungen, wenn es z. B. Gesetzesänderungen gibt

oder besondere politische Situationen bestehen – wie vor kurzem zum Thema Brexit.

Auch Nicht-Mitgliedsunternehmen der Region profitieren davon: Mit der Gründung der 100-prozentigen Tochtergesellschaft byNIRO GmbH im Jahr 2012 wurde die Nutzung der Rahmenverträge zum gemeinsamen Einkauf für alle interessierten Produktionsunternehmen deutschlandweit geöffnet; mittlerweile gibt es über 150 Kunden in der Region.

In den anderen Handlungsfeldern gibt es neben den klassischen Impulsvorträgen Arbeitsgruppen, Erfahrungsaustausche und das Format der kollegialen Fallberatung. Ein Beispiel aus dem Alltag: An einem Workshop zum Thema Instandhaltung und Wartung waren insgesamt 23 Instand-



**Jens te Kaat, Geschäftsführer der Kueppers Solutions GmbH und Vorstandssprecher von NIRO e.V.:** „Durch Kooperationen kann man bestimmte Dinge aufbauen, ich bin ja ein Kooperationsfreak und halte absolut viel davon, dass sich jeder auf das konzentriert, was er wirklich gut kann und versucht, die Dinge, die er nicht so gut kann, von anderen Stellen zu adaptieren.“

haltungsverantwortliche bei einem Unternehmen vor Ort und haben das dortige Konzept angeschaut. Alle Teilnehmenden haben aufgeschrieben, was sie gut oder weniger gut fanden und wo sie Chancen und Risiken sehen. Schließlich wurden in kleinen Arbeitsgruppen die Ergebnisse noch einmal vertieft diskutiert und gemeinsam dem Gastgeber vorgestellt. So entstand ein sehr großer Lerneffekt, denn wenn Experten mit fundiertem Know-how Anregungen geben, dann ist das Beratung pur. Das geht natürlich nur mit viel gegenseitigem Vertrauen.



**Stefan Bubenzer, Einkaufsleiter Eisenbau Krämer GmbH:**  
**„Wesentliche Vorteile sind die Zusammenarbeit mit Kollegen aus anderen Einkaufsabteilungen der verbundenen Unternehmen, der Austausch in der NIRO-Organisation – von Fragen des täglichen Arbeitens bis hin zu taktischen und strategischen Fragestellungen –, die Benchmark und letzten Endes auch die Inspiration. Für Einkaufsleiter wie mich ist auch die Bündelung von Einkaufsvolumina wichtig. Wir sind gemeinsam einfach attraktiver für Lieferanten, die man sonst als Einzelunternehmen nicht für sich gewinnen kann. Oder zumindest nicht zu diesen Konditionen.“**

In NIRO-Wissen, dem Intranet des Netzwerks, ist verzeichnet, wer in welchem Unternehmen für welches Thema verantwortlich ist. So kann die Geschäftsstelle die genau auf die Bedarfe passenden Termine organisieren, die zuständigen Mitarbeiter einladen und auch im Nachgang passende Ansprechpartner zueinander bringen. Ingrid Lange sieht sich und ihr Team wie folgt: „Wir sind wie die Spinne im Netz und verstehen uns als Katalysator. Die perfekte Situation ist ja eigentlich, wenn wir überflüssig sind und sich die Mitglieder untereinander so gut kennen, dass sie wissen, wer wen zu welchem Thema anrufen kann.“

Über NIRO-Wissen wird auch das Veranstaltungsmanagement organisiert und unterschiedliche Themenräume bieten die Möglichkeit für den Austausch von Dokumenten und Unterlagen – z. B. von Formularen, die andere auch nutzen könnten. Dort gibt es auch eine Suche/Biete-Plattform, wo beispielsweise Fertigungskapazitäten angeboten werden. Darüber hinaus bietet das NIRO-Wissen ein Bewerberportal.

## Fachkräfte sichern mit der NIRO-Akademie

Aus dem Handlungsfeld Personal heraus ist die Idee entstanden, Weiterbildungs- und Qualifizierungsveranstaltungen anzubieten. Gerade für KMU ist eine effiziente und regionale, dennoch professionelle Qualifizierung ein wichtiges Anliegen. Die NIRO-Akademie identifiziert im Dialog mit den Mitgliedern die speziellen Bedürfnisse und organisiert entsprechend bedarfsgerechte Workshops und Trainings. Dazu gibt es gemeinsam mit den Mitgliedern entwickelte Programme, wie z. B. das Programm „Betriebliche Führungskräfte“. Hier werden über ein dreiviertel Jahr Meister und Vorarbeiter aus der Produktion für ihre Führungsaufgabe fit gemacht. Daneben gibt es auch „Talente Plus“, ein spezielles Fortbildungsprogramm für junge



Talente in den Unternehmen, das die Entwicklung von Soft Skills und Projektarbeit beinhaltet. Eine wichtige Aufgabe, die KMU aufgrund ihrer Strukturen oft selbst nicht übernehmen können. Da kann das Netzwerk einspringen, diese Aufgabe übernehmen und „Talente vernetzen“. Wenn diese über das Programm für ein Jahr zusammen arbeiten, dann schweißt das zusammen: Sie sind dann hinterher für die Netzwerkarbeit besonders sensibilisiert.

### Schließen sich Netzwerkgedanke und Wettbewerb nicht aus?

Eine der wichtigsten Regeln bei NIRO ist, dass keine direkten Wettbewerbsunternehmen zugelassen werden und deshalb auch eine hoch vertrauliche Zusammenarbeit möglich ist. Ein Beispiel: Es gibt einen bestimmten Werkstoff, den man in Branche A und Branche B benutzen kann, in Branche A ist Unternehmen X tätig und in Branche B ist Unternehmen Y tätig – so gibt es keine Probleme, das Thema gemeinsam auf die Spur zu bringen. Diese Exklusivität soll in NIRO erhalten werden, deshalb gibt es auch eine Obergrenze von maximal 80 Mitgliedern. Je größer ein Netzwerk ist, desto aufwendiger ist die Kommunikation der Beteiligten. Deshalb ist auch für Ingrid Lange wichtig, dass sich die Mitglieder persönlich kennen: „Netzwerk heißt, dass Menschen etwas miteinander tun: Und wenn ich weiß, ich kann einen Ansprechpartner in einem anderen Unternehmen in einer viertel Stunde besuchen, dann tu ich das. Wenn ich drei Stunden fahren muss, überleg ich mir das dreimal, ob ich in den direkten Kontakt gehe.“ Klein, aber fein und regional – das ist hier das Motto.



**Stefan Leutloff, Geschäftsführer Schmöle GmbH: „Die Mitgliedschaft in NIRO rechnet sich hundertprozentig, alleine schon über den Einkaufspool haben wir die Mitgliedsbeiträge sofort wieder raus. Alles, was darüber hinaus kommt, das Netzwerken, die Möglichkeiten, sich gegenseitig zu unterstützen, die kollegiale Fallberatung, die Weiterbildung, das NIRO Wissen usw. macht die Sache rein wirtschaftlich sehr profitabel.“**



**Netzwerk Industrie RuhrOst e. V.  
(NIRO)**

#### **Ansprechpartnerin:**

Ingrid Lange

+49 2303 27 - 3190

E-Mail: [info@ni-ro.de](mailto:info@ni-ro.de)

[www.ni-ro.de](http://www.ni-ro.de)

# Innovationen in der bayerischen Chemiebranche fördern



Ein Teil des Teams vom Chemie-Cluster Bayern um Dr. Patrick Prühs.

Im Februar kamen etwa 50 Personen im Innovationspark Augsburg zum Fachforum „Digitale Transformation“ zusammen. Auf der Veranstaltung, die das Chemie-Cluster Bayern gemeinsam mit dem Zentrum Digitalisierung Bayern organisierte, wurde über die Digitalisierung in der vielfältigen Chemiebranche diskutiert.

Es sind Veranstaltungen wie diese, die die derzeit etwa 120 Mitglieder des Chemie-Clusters Bayern wahrnehmen können. Das ist natürlich nur ein kleiner Teil der Dienstleistungen, wie Clustermanager Dr. Patrick Prühs betont: „Einfach gesagt: Wir wollen unsere Mitglieder dabei unterstützen, Produkt- und Prozessinnovationen zu entwickeln oder auch marktreife Lösungen in neue, sowohl nationale als auch internationale Märkte einzuführen.“

Dr. Prühs ist seit Anfang 2018 Clustergeschäftsführer und unterstützte bereits davor das 2006 im Rahmen der Cluster-Offensive Bayern gegründete Chemie-Cluster Bayern. Aus dieser Cluster-Offensive waren mehrere Netzwerke unterschiedlicher Ausrichtung hervorgegangen. Die bayerischen Chemieverbände (VCI e.V./VBCI e.V.) hatten sich bei der Gründung des Clusters stark engagiert und sind mit Dr. Günter von Au als Sprecher des Clusterbeirats noch heute aktiv vertreten. Ziel war von Anfang an eine stärkere Vernetzung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, um Innovationen voranzutreiben und sich am Bedarf der Industrien auszurichten. Auch in nachgelagerten Wertschöpfungsketten sind Chemieprodukte unverzichtbar.

## Zielgerichtete Angebote für eine diverse Branche

Mitglieder des Chemie-Clusters Bayern sind Unternehmen (darunter Global Player wie die Wacker Chemie AG, Clariant Produkte Deutschland GmbH, Roche Diagnostics GmbH, Linde AG), Forschungseinrichtungen und Universitäten – aber vor allem viele klein- und mittelständische Unternehmen (KMU). Viele KMU sind weitestgehend unbekannt, aber auf ihrem jeweiligen Spezialgebiet zählen sie häufig zu den sogenannten Hidden Champions, die man sowohl in den Metropolregionen Nürnberg und München als auch in ländlichen Regionen findet. Die bayerische Chemiebranche mit knapp 156.000 Beschäftigten ist sehr divers.

Dr. Prühs und sein Team stehen vor der täglichen Herausforderung, ihr Dienstleistungsspektrum für die individuellen Bedürfnisse maßzuschneidern und anzupassen: „Unterschiedliche Mitglieder benötigen einfach auch unterschiedliche Angebote – die Chemiebranche ist sehr breit aufgestellt. Als Chemie-Cluster Bayern sind wir offen für jegliche Ideen! Durch direkte Gespräche mit unseren



**Lilo Sallinger, Geschäftsführerin IRSA – Lackfabrik Irmgard Sallinger GmbH: „Wir haben ein innovatives Produkt im Bereich biologischer Trockner entwickelt, konnten die Umsetzung aber aufgrund fehlender Ressourcen nicht selbst vollenden. Da hat uns das Cluster geholfen, Fördermittel zu erhalten, und wir haben nun einen Kooperationspartner gefunden, mit dem wir das zusammen umsetzen können. Gerade für uns kleinere Unternehmen – wir sind 14 Mitarbeiter – muss Innovationsfähigkeit im Fokus stehen, sonst kann man gar nicht überleben. Das ist alleine nicht zu schaffen und ich bin dem Chemie-Cluster Bayern sehr dankbar für die Hilfe!“**

Mitgliedern entwickeln wir neue Formate. So führen beispielsweise neue Verbindungen innerhalb einer Branche zu neuen branchenübergreifenden Wertschöpfungsketten.“

Im Fokus steht natürlich die Vernetzung: Dafür stellt das Clustermanagement beispielsweise branchenübergreifende Verbände zusammen, betreibt klassisches Business Development, koordiniert die Einwerbung von Drittmitteln, übernimmt Fördermittelberatung und Projektmanagement

und leistet projektbegleitende Transferdienste. Regelmäßige Veranstaltungen, wie die Workshop-Reihe „Chemie trifft ...“, in der die Clustermitglieder einen tieferen Einblick in die Entwicklungsprozesse industrieller Schlüsselkunden erhalten, oder auch ganz individuelle, themenspezifische Formate, wie das eingangs erwähnte Fachforum, ergänzen die Angebotspalette. Konferenzen, Messeauftritte und ein zweiwöchiger Newsletter sorgen für Sichtbarkeit und Informationsfluss.

## Interdisziplinäre Themen der Zukunft

Sichtbarkeit und Information sind wichtige Stichwörter, denn auch die zukünftigen Herausforderungen des Clustermanagements sind vielfältig. Aktuell steht wie in vielen anderen Branchen die Sicherung von Nachwuchs und Fachkräften stark im Fokus, da ein Großteil der Arbeitnehmer in der chemischen Industrie in den nächsten zehn Jahren in den Ruhestand gehen wird. Wie geht man damit um? Wie finden eben jene Hidden Champions in der bayerischen Provinz einen Nachfolger, um auch weiterhin Innovationen hervorzubringen?

Zudem gibt es derzeit im Bereich Nachhaltigkeit viele neue Projekte: Biobasierte Verpackungen rücken in den Blick, und die Nachfrage nach alternativen Rohstoffquellen steigt. Dr. Patrick Prühs nennt ein Beispiel aus dem Alltag: „Da kommt eine Anfrage aus dem Netzwerk: Jemand benötigt Pigmente aus nachwachsenden Rohstoffen, die auf Labels oder Folien aufgetragen werden sollen. So werden wir auf ganz neue Firmen aufmerksam, die wir auf eine Mitgliedschaft ansprechen, um sie zielgerichtet mit bestehenden Mitgliedern zu vernetzen.“ Deswegen hat das Clustermanagement 2017 z. B. auch damit begonnen, Start-ups in der Chemieindustrie zu identifizieren. So sollen Technologietreiber frühzeitig erkannt und mit etablierten Unterneh-

men in Kontakt gebracht werden. Mittlerweile gibt es eine deutschlandweite Datenbank von über 200 Start-ups. Die etablierten Firmen wiederum haben häufig keinen Überblick zu den Start-ups, nicht jedes Unternehmen leistet sich ein Tech-Scouting oder gar einen Incubator bzw. Accelerator.

Und hier kommt das Chemie-Cluster Bayern ins Spiel, das im letzten Jahr diverse „Matches“ identifiziert und zusammengebracht hat. Das gegenseitige Interesse nimmt stetig zu.



**Reinhard Schmidt, CEO econ industries: „Die Zusammenarbeit mit dem Team vom Chemie-Cluster Bayern macht einfach Spaß! Was uns eine Menge bringt, ist das Networking mit den Chemiebetrieben. So erhalten wir einen Einblick, was in unserem Themenbereich – der Verwertung von Industrieabfällen – gefordert ist. Und überhaupt: So lernen wir sie kennen! Gerade zu großen Chemieunternehmen hätten wir sonst nicht so direkt Kontakt. Da diese aber ebenfalls Mitglieder im Chemie-Cluster Bayern sind, können wir darüber auch einen neuen Kundenkreis erreichen, denn eigentlich sind wir bisher vorwiegend im Ausland aktiv.“**

So werden auch disruptive Innovationen vorangetrieben, ein weiteres wichtiges Zukunftsthema, dem sich das Chemie-Cluster Bayern in den nächsten Jahren widmen will.

## Im Team erfolgreich, auch international

Strategische Allianzen mit internationalen Chemiestandorten in Europa, Asien und den USA stärken die Wettbewerbsfähigkeit der Cluster-Mitglieder und sind daher auch für das Chemie-Cluster Bayern wichtig. So ergeben sich beispielsweise durch EU-Projekte Anfragen internationaler Partner, die wiederum den Mitgliedern zugutekommen. Der Kontakt zu Clustern in anderen Ländern ist ebenfalls lohnenswert: Erst neulich suchte beispielsweise ein Mitgliedsunternehmen einen Partner in Südfrankreich, der innerhalb kürzester Zeit über das französische Pendant des Chemie-Clusters Bayern vermittelt werden konnte. Solche Momente sind für Patrick Prühs und sein Team echte Highlights.

Aktuell stellen sich sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den täglichen Herausforderungen. Dieses interdisziplinäre Team besticht mit Schwerpunkten in Chemie, Biotechnologie und Verfahrenstechnik, aber auch Expertinnen und Experten für Internationalisierung, für EU-Projekte bis hin zu Wirtschaftswissenschaften, wobei auch digitale Transformation und eine Start-up-Kultur eine wichtige Rolle spielen.

Besondere Erfolge sind es auch, wenn Firmen zusammengebracht werden können, die bislang keine Kommunikation miteinander hatten, wodurch beispielsweise Innovationen vorangetrieben werden konnten. „An uns ist ein großer Hersteller im Luftfahrtbereich herantreten – eigentlich kein klassisches Mitgliedsunternehmen – mit einer chemischen Frage zu einer Produktneuentwicklung, weil deren

bestehende Produkte künftig neuen Regularien unterliegen. Durch unser Netzwerk konnten wir einen Kontakt vermitteln und freuen uns sehr, dass beide Firmen mittlerweile an einer Machbarkeitsstudie arbeiten – eine wirkliche Innovation.“

Diese Innovationen wären ohne die Vermittlung durch das Chemie-Cluster Bayern nicht zustande gekommen, deshalb wollen Dr. Patrick Prühs und sein Team auch in Zukunft daran arbeiten, die Position der bayerischen Chemie als industrieller Effizienztreiber zu erhalten und auszubauen.



**Chemie-Cluster Bayern**

**Ansprechpartner:**

Dr. Patrick Prühs

+ 49 89 189 4168 - 10

E-Mail: [info@chemiecluster-bayern.de](mailto:info@chemiecluster-bayern.de)

[www.chemiecluster-bayern.de](http://www.chemiecluster-bayern.de)



# Nach oben gibt es keine Grenzen: Luftfahrt in der Metropolregion Hamburg



Das Team von Hamburg Aviation um den Geschäftsführer Dr. Franz Josef Kirschfink (2. Reihe, 3. v. l.).

Von seinem Büro aus kann Clustermanager Dr. Franz Josef Kirschfink die Elbphilharmonie, das neue Wahrzeichen von Hamburg, sehen. Die Musik spielt hier aber ganz woanders: Hamburg Aviation ist das Luftfahrtcluster für die Metropolregion Hamburg – aktuell der drittgrößte zivile Luftfahrtstandort der Welt.

Die Metropolregion erstreckt sich über ca. 100 mal 60 Kilometer und umfasst um die fünf Millionen Einwohner.

Über 40.000 Personen davon sind direkt in der Luftfahrt beschäftigt. Die Gründung des Clusters geht auf eine Initiative im Jahr 2001 zurück, als Airbus am Standort Hamburg einen Teil der A380-Produktion aufbauen und gleichzeitig den Bau der A320-Familie deutlich ausweiten wollte. Dafür waren viele Ingenieure und weitere Fachkräfte nötig. Gespräche mit der Stadt Hamburg führten dazu, dass sich eine Qualifizierungsinitiative Luftfahrt gegründet hat – das war der Startpunkt des Clusters. Der nächste Meilenstein war

2007 die Bewerbung als Spitzencluster, für die sich Akteure aus Wissenschaft, Unternehmen und Stadt gemeinsam engagierten und 2008 die erste Luftfahrtstrategie für den Standort Hamburg entwickelten. Nach dem Gewinn des Spitzencluster-Wettbewerbs nahm das Cluster weiter Fahrt auf und mündete 2011 in der Gründung des Hamburg Aviation e.V. als Clustermanagementorganisation, mit damals zwei Mitarbeitenden.

### **Eine solide Basis, drei Säulen und eine Menge mehr**

Seit fünf Jahren ist Dr. Franz Josef Kirschfink dabei und hat mittlerweile ein Team aus zwölf Personen. Die Geschäftsstelle des Clusters ist die solide Basis: Als Hamburg Aviation Office setzt das Team die im Cluster beschlossenen Maßnahmen um. Ihr Ziel ist es, die Mitglieder von Hamburg Aviation zu vernetzen, die Fachkräfteentwicklung zu befördern, den Wissenstransfer auszubauen und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu verbessern. Daran wird in drei Gruppen gearbeitet: Community Management, wo man sich um die Mitglieder und Kooperationen kümmert, Internationalisierung sowie Marketing/PR/Events.

Die konkrete Umsetzung erfolgt in verschiedenen Formaten: Es gibt passgenaue Veranstaltungen mit intensiven Networking-Anteilen – die größte ist das Hamburg Aviation Forum, das dreimal im Jahr stattfindet. Hier kommen im Schnitt 200 Teilnehmende zusammen und tauschen sich über Trends und Technologien in der Luftfahrt aus. Weitere Themen, die beispielsweise in Barcamps oder Workshops bearbeitet werden, reichen vom Employer Branding über Finanzierung bis hin zu neuen Kooperationsformen. Ist genügend Interesse da, kann aus so einem Thema auch eine Arbeitsgruppe entstehen. Mit vielfältigen Instrumenten der Außendarstellung unterstützt das Team der Geschäftsstelle

die Mitglieder ebenfalls: Auf der Website und über mehrere Social-Media-Kanäle wird umfassend informiert. Auf allen großen internationalen Messen zum Thema Luftfahrt präsentiert sich das Luftfahrtcluster auf Gemeinschaftsständen.

Die drei inhaltlichen Säulen der Clusterarbeit sind Forschung und Innovation, Personal und Qualifikation sowie Zulieferketten und KMU-Services. Die Säule Forschung und Innovation wird vom ZAL (Zentrum für Angewandte Luftfahrtforschung) moderiert. Hier werden unternehmensübergreifend in modernster Infrastruktur neue Technologien für die zivile Luftfahrtindustrie erforscht und entwickelt. Seit 2016 gibt es das TechCenter, wo auf knapp 26.000 Quadratmetern Nutzfläche ca. 600 Mitarbeiter Platz finden: „Sowas wie ein Silicon Valley der Luftfahrt auf kleinem Raum, eine einmalige Einrichtung in Europa zum Thema Luftfahrt“, beschreibt es Dr. Kirschfink.

Die Säule Personal und Qualifikation wird vom HCAT+ e.V. gesteuert: Ziel ist es, eine zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildungslandschaft zu schaffen und Personal an die Luftfahrt in der Metropolregion Hamburg zu binden. Dafür werden u. a. neue Studiengänge entwickelt, im Hamburg Center of Aviation Training zudem auch Schulungen in neuen Technologien angeboten – aktuell z. B. im vom Bund geförderten Projekt DigiNet.Air, in dem Weiterbildungsangebote für KMU auf dem Weg in die Digitalisierung entwickelt werden.

Die dritte Säule Zulieferketten und KMU-Services wird von den Verbänden Hanse Aerospace e.V. und HECAS e.V. moderiert, die große Expertise für KMU bzw. für Ingenieurdienstleister vereinen. Hier geht es vor allem darum, die Lieferkette auszubauen und weiterzuentwickeln und auch die kleinen und mittleren Akteure am Standort in bestehende Lieferketten zu integrieren. Das Luftfahrtcluster

engagiert sich zudem in der Supply Chain Excellence Initiative, in der alle regionalen und bundesweiten Netzwerke der deutschen Luftfahrt vereint sind.

## Mitgliederstruktur spiegelt Vielfalt des Clusters

Zum Start 2011 vereinte das Luftfahrtcluster 15 Gründungsmitglieder, darunter die großen Industrieakteure Airbus, Lufthansa Technik, Hamburg Airport, die Verbände Hanse-Aerospace, HECAS und BDLI, die Institute und Forschungseinrichtungen DLR, HCAT+ und ZAL sowie die vier Hamburger Hochschulen. Auch Hamburg Invest sowie die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (BWVI) sind dabei. Bis heute ist das Netzwerk auf etwa 175 Mitglieder stark gewachsen, darunter sind ca. 130 KMU. Dr. Franz Josef Kirschfink sieht ein Potenzial von etwa 60 Firmen, die man noch binden könnte bzw. von der Ansiedlung in der Metropolregion überzeugen möchte: „Überzeugung ist das Stichwort, wir machen keine gezielte Werbung. Uns ist es wichtig, dass die Unternehmen selber die Mehrwerte einer Mitgliedschaft sehen. Die Stimmung unserer Mitglieder ist für uns sehr wichtig, in persönlichem Kontakt und Besuchen versuchen wir zu erfahren, was gerade besonders interessiert. Darauf abgestimmt kreieren wir neue Angebote, für KMU entwickeln wir z. B. gerade Ideen, wie sie sich Dualstudenten teilen können. Gerade sind wir auch wieder inmitten eines Strategieprozesses, in den wir alle Mitglieder einbinden: Was ist euch besonders wichtig, was braucht ihr?“

## Internationalisierung und besondere Highlights

Es liegt in der Luft: Internationalisierung spielt in der Branche eine große Rolle, die Ausdehnung der Lieferantengrundbasis über die Kontinente hinweg nimmt zu. Dafür wurde eine Internationalisierungsstrategie erarbeitet, speziell für KMU in der Luftfahrt, die nun konsequent umgesetzt wird und auch ein Highlight für den Clustermanager ist: „Wir haben mit Portugal, Brasilien und Kanada drei Hauptregionen identifiziert, mit denen wir kooperieren. Besonders mit Quebec gibt es bereits konkrete Forschungsprojekte, da haben wir schon viel gelernt und der Kontakt wächst. Erst neulich war eine Delegation von 40 Kanadiern hier – schön zu sehen, wie das Fruchte trägt!“ Darüber hinaus wird von Hamburg aus die European Aerospace Cluster Partnership geführt: eine seit zehn Jahren bestehende europaweite Clusterinitiative, in der aktuell 43 Cluster aus 18 Ländern vertreten sind.

Ein weiteres besonderes Highlight im Cluster ist das Thema Flugzeugkabine: Der Standort Hamburg ist das Zentrum weltweit für dieses Thema – und will es bleiben. Seit 2007 gibt es den Crystal Cabin Award, der von einer internationalen Jury in verschiedenen Kategorien vergeben wird. „Das kann man sich ein bisschen vorstellen wie bei den Oscars. Wir bekommen da immer enorm viel Presseresonanz, auch weil sich jeder Mensch darunter etwas vorstellen kann und vielleicht hofft, das selber einmal im Flugzeug erleben zu können“, sagt Dr. Kirschfink. Der Award hat Firmen und Einzelpersonen bereits große Aufmerksamkeit und dadurch Geschäftserfolge beschert, das macht Dr. Kirschfink auch sehr froh: „Ein Beispiel: Krüger Aviation aus Barsbüttel, die u. a. Badspiegel auf Kunststoffbasis für Flugzeuge herstellen – die waren vor drei Jahren Finalist und 2019 erneut auf der Shortlist und haben durch die internationale Presseresonanz eine enorme weltweite Aufmerksamkeit erfahren.“

Das Thema Start-ups in der Luftfahrt hat auch deutlich an Fahrt aufgenommen. Durch Initiativen aus dem Cluster – vor allem von Airbus und Lufthansa Technik – konnten Ideen in einer Acceleratorphase entwickelt werden, mittlerweile sind mehrere Start-ups erfolgreich am Markt. Ein Beispiel ist jetlite, das ein Produkt zur Verringerung des Jetlags auf Langstreckenflügen beiträgt.

Eine Evaluation der Uni Freiburg attestierte dem Luftfahrtcluster kürzlich einen sehr hohen Vernetzungsgrad zwischen den Akteuren. Kein Wunder, bei so viel Aktivität!



**Hamburg Aviation e. V.**

**Ansprechpartnerin:**

Kirsten Schümer

+49 40 227019-0

E-Mail: [info@hamburg-aviation.de](mailto:info@hamburg-aviation.de)

[www.hamburg-aviation.de](http://www.hamburg-aviation.de)



**David Küstner, Geschäftsführer Synergeticon GmbH:** „Das Hamburg Aviation Cluster bietet gerade jungen Unternehmen wie Synergeticon durch das Netzwerk und die Veranstaltungen eine gute Plattform, sich zu präsentieren und die Wahrnehmung zu erhalten, die für den Marktzugang nötig ist. Darüber hinaus bietet das Cluster ein gemeinsames Forum für den Kontakt zur öffentlichen Hand und vor allem zu wissenschaftlichen Institutionen, seien es Forschungsinstitute oder Universitäten. Diese Kontakte schätzen wir sehr, da wir neues Wissen schnell erschließen und in wirtschaftlich sinnvolle Produkte für die Industrie umsetzen können. Dies beschleunigt Innovation. Die Clusterinitiative vereinfacht außerdem unseren Recruiting-Prozess, da wir gezielt luftfahrtbegeisterte Menschen ansprechen und so die besten Talente in diesem Bereich finden können. Denn nur durch die Begeisterung und Leidenschaft unserer Mitarbeiter können wir unsere Vision umsetzen.“

# Im Herzen von Deutschland für die Mobilität von morgen



Das Team des MoWiN.net e.V. um Dr. Astrid Szogs (3. v. l.).

Das Gießhaus der Universität Kassel ist eines der wenigen erhaltenen Baudenkmäler aus der Zeit der Frühindustrialisierung und der perfekte Ort für die 15. Mitgliederversammlung des MoWiN.net e.V. am 5. März 2019.

Das Netzwerk der Mobilitätswirtschaft in Nordhessen wurde 2004 als gemeinnütziger Verein gegründet und ist an das Regionalmanagement Nordhessen angedockt. Entstanden ist es aus der Universität Kassel heraus mit dem Ziel, den

Mobilitäts- und Logistiksektor in Nordhessen zu stärken und zu unterstützen. Dafür kamen 28 Gründungsmitglieder aus Wissenschaft und Wirtschaft zusammen. Heute weist MoWiN.net bereits um die 130 Mitglieder auf. Die Universität Kassel ist nach wie vor mit verschiedenen Fachbereichen aktiv engagiert, ebenso wie das Fraunhofer IWES. Überwiegend sind die Mitglieder aber Unternehmen der Region Nordhessen – Logistikdienstleister, Unternehmen aus der Elektromobilität, aus der Bahntechnik, dem Mobilitätsma-



nagement, öffentlichen Verkehrssystemen, Fahrzeugbau sowie ein paar große Unternehmen, wie z. B. VW und B. Braun Melsungen. Im September 2015 hat Astrid Szogs die Clusterleitung übernommen und schätzt besonders die herzliche Atmosphäre und den Zusammenhalt: „Ungefähr die Hälfte der Mitglieder kenne ich inzwischen gut persönlich, ich fühle mich sehr wohl in dem Kreis. Es ist eine sehr unkomplizierte, nette und angenehme Arbeitsweise.“

### „Miteinander mehr bewegen“ als Leitmotiv von MoWiN.net – und vom Clustermanagement

Die sehr vielseitigen Aufgaben sind in fünf Handlungsfeldern definiert: Forschung und Entwicklung, Personal, International Business, Marketing und Kooperationsmanagement. Die Umsetzung geht Astrid Szogs mit ihrem Team gemeinsam an. Dabei ist auch das Informelle für das Team wichtiger Baustein im Alltag: „Mitdenken, Projekte anstoßen und Leute zusammenbringen, Fördermittel akquirieren, Anträge schreiben und einreichen. Einen typischen Tag als Clustermanagerin gibt es eigentlich nicht.“, so Szogs. Insgesamt arbeiten vier Personen im Team und sind zuständig für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, Mitgliederpflege, Backoffice und Projektmanagement. Letzten Endes geht aber alles Hand in Hand und wird gemeinsam umgesetzt, dabei werden selbstverständlich auch Impulse aus dem Netzwerk mit aufgenommen.

Eine ganze Palette an Formaten steht für die Umsetzung zur Verfügung und wird bedarfsgerecht weiterentwickelt: Wichtig für die informellen Kontakte sind vor allem die Netzwerktreffen, die ca. vier- bis achtmal im Jahr stattfinden, darunter auch gemeinsame Besuche von Sportveranstaltungen wie Eishockey. Astrid Szogs: „Das ist echtes Teambuilding! Da gibt es dann einen Fachvortrag und im Anschluss kommt man in lockerer Atmosphäre zusam-



**Jens Meißner, Serviceleiter Jungheinrich Vertrieb Deutschland AG & Co. KG:** „MoWiN.net verfügt zum einen über die hohe Kompetenz in allen Bereichen der Mobilitätswirtschaft und zum anderen über ein großes Netzwerk, welches die Kontaktaufnahme und den Erfahrungsaustausch zu Mitgliedern ermöglicht, und wovon wir alle profitieren können. Wir schätzen es sehr, Teil dieses Netzwerks zu sein.“

men – diese Formate sind für das Networking sehr beliebt.“ Das gleiche findet auch bei Mitgliedsunternehmen statt: Ein Unternehmen lädt ein, es gibt z. B. eine Führung durch die Produktion und dann ein informelles Get-together – solche Treffen bieten unheimlich viel Wissenstransfer. Ergänzt wird das Portfolio durch Konferenzen und Fachkongresse, z. B. den Logistik-Tag, besondere Events wie die Logistik-Nacht, ein Kooperationsforum, Gemeinschaftsstände auf Messen wie der transport logistic – und natürlich gibt es auch klassische Newsletter sowie Veröffentlichungen.

## Mobilitätswirtschaft als stärkster Wirtschaftszweig in Nordhessen

Als traditionell bedeutende Branche hat die Mobilitätswirtschaft in den letzten 15 Jahren noch einmal deutlich an Fahrt aufgenommen. Seit der deutschen Wiedervereinigung liegt die Region um Kassel im Herzen von Deutschland und Nordhessen ist Zentrum der Automobilindustrie, innovativer Bahntechnikstandort und europäisches Logistikzentrum. Also: Die Lage als Mobilitätsstandort ist optimal! Das wissen auch die mehr als 76.000 Beschäftigten in der Mobilitätswirtschaft in der Region, das sind etwa 20 Prozent der gesamten Arbeitsplätze. Für diese positive Entwicklung und heutige Position ist das Cluster nicht allein verantwortlich, hat aber sicher mit dazu beigetragen, Arbeitsplätze zu schaffen und Kooperationen anzuregen.

## Themen, die bewegen

MoWiN.net bearbeitet aktuell diverse Themen in unterschiedlichsten Vorhaben, von Elektromobilität über Logistik bis zum Einsatz von Drohnen für den Personen- und Güterverkehr. Auch Querschnittsthemen, z. B. der demographische Wandel und Künstliche Intelligenz, sind wie in den meisten Clusterinitiativen und Unternehmen an der Tagesordnung. Darüber hinaus gibt es Kooperationen zu Big Data und Kontakte zu Experten an der Schnittstelle von Mobilität, Logistik und IT. 2017 startete die vom Programm „go-cluster“ unterstützte Innovations- und Start-up-Strategie „MoWiN-Up“. Ziel dieses Projekts war es, Start-ups aus der Branche mit etablierten Akteuren des Netzwerks zusammenzubringen. Daraus sind bereits Kooperationen entstanden. Das „MoWiN Innovation Lab“ hat sich aus dieser Strategie heraus entwickelt und soll als neues Kooperationsformat den MoWiN.net-Mitgliedern die Möglichkeit bieten, ihre innovativen Ideen professio-

nell bewerten zu lassen: dazu gibt es einen Workshop im Science Park Kassel, danach validiert ein speziell auf die Idee passendes Expertenpanel die Tragfähigkeit. Ziel ist es, kooperative FuE-Projekte durch die Vernetzung von Unternehmen und Universität hervorzubringen. Eine neue Initiative seit 2018 ist das Projekt „Urban Air Mobility“: Hier geht es um die nachhaltige Erschließung des Luftraums durch neue Technologien und Konzepte, insbesondere für den urbanen Güter- und Personentransport. Die Region Nordhessen kann und soll hier eine europäische Vorreiterrolle einnehmen. Ein besonderes Highlight steht 2019 auch noch an: MoWiN.net wird 15 Jahre jung und das wird im Spätsommer gebührend gefeiert.

All das sind natürlich nur Einblicke in die spannende und vielfältige Arbeit des Clusters. Auch in der Zukunft wollen Astrid Szogs und das gesamte Team des MoWiN.net die Vernetzung voranbringen, Impulse aus dem Netzwerk aufgreifen und spannende neue Partner und Projekte gewinnen. Ziel: Die Region Nordhessen soll noch stärker als Mobilitäts- und Logistikstandort wahrgenommen werden. Die Ampeln dafür stehen auf Grün!



**MoWiN.net e. V.**

### **Ansprechpartnerin:**

Dr. Astrid Szogs

+49 561 97062-27

E-Mail: [info@regionnordhessen.de](mailto:info@regionnordhessen.de)

[www.mowin.net](http://www.mowin.net)

# Das Herz der europäischen Mikroelektronik schlägt in Sachsen



Ein Teil des Teams von Silicon Saxony um den Geschäftsführer Frank Bösenberg (5. v. l.).

Zu Besuch in der Geschäftsstelle des Silicon Saxony an einem strahlend schönen Frühlingstag in Dresden: Frank Bösenberg kommt gerade zurück von einem Projektmeeting in Delft, war kurz davor noch in Singapur und ist am nächsten Tag nach Breslau unterwegs. Im Sinn hat er dabei jedoch immer eins: Den Wirtschaftsstandort Sachsen im Bereich Hardware, Software und Konnektivität stärken.

Wie das gelingt? Gemeinsam! Frank Bösenberg ist seit 2014 im Silicon Saxony e.V. engagiert und dort seit Dezember 2018 auch Vorstandsmitglied und Clustermanager. Mit rund 350 Mitgliedern ist es das größte Hightech-Netzwerk Sachsens und eines der größten Mikroelektronik- und IT-Cluster Deutschlands und Europas.

Seit den 1970er Jahren ist Sachsen stark in der Mikroelektronik. Die Clusterinitiative selbst gibt es seit knapp 20 Jahren, die Gründung erfolgte im Jahr 2000 – zunächst mit etwa 35 Mitgliedern. Initialzündung für die Bildung eines Netzwerks war ein gemeinsamer Auftritt der im Bereich Mikroelektronik (von Insidern auch Halbleiterei genannt) existierenden Unternehmen unter dem Dach Silicon Saxony auf der Messe SEMICON in München. Ursprüngliches Ziel war vor allem die Vernetzung der Mitglieder innerhalb der Region, also vor allem die kleinen mit den damals existierenden großen (Siemens, später Infineon und AMD) zusammenzubringen und gemeinsame Geschäfte zu generieren.

Heute verbindet Silicon Saxony als eigenfinanzierter Verein Unternehmen, Dienstleister, Hochschulen/Universitäten, Forschungsinstitute, öffentliche Einrichtungen sowie branchenrelevante Start-ups am Wirtschaftsstandort Sachsen und darüber hinaus – es gibt sogar einzelne Mitglieder in München, Hamburg oder gar Sizilien. Dabei wird die gesamte Wertschöpfungskette der Mikroelektronik abgedeckt, von Zulieferunternehmen bis zu den Produktionsfirmen Globalfoundries, Infineon, XFab, Bosch; hinzu kommen Softwarefirmen (z. B. SAP, T-Systems Multimedia Solutions) – das ist das absolute Alleinstellungsmerkmal der Region. Deren Wünsche und Leistungen in Einklang zu bringen, stellt Frank Bösenberg und das Team der Geschäftsstelle täglich vor neue Herausforderungen.

### Wie werden die Mitglieder konkret unterstützt?

Derzeit arbeiten elf Personen im Clustermanagement – darunter ein Auszubildender – und kümmern sich um Events, Kommunikation, administrative Aufgaben. Zum Team gehören auch Spezialisten für die Bereiche Software und Hardware. „Darüber hinaus haben wir etwa 30 Leute,



**Johannes Kade, Business Development Manager am Fraunhofer IPMS: „Ich bin ein Riesenfan des Networkings: In den 15 Jahren unserer Mitgliedschaft in Silicon Saxony haben wir bereits wertvolle Geschäftsbeziehungen aufbauen können, Konsortien gebildet und Projekte generiert. Die Teilnahme an Messen, wie beispielweise an der SEMICON West in San Francisco, ist gemeinsam viel sinnvoller – so wird der Standort Sachsen als Gesamtes wahrgenommen. Zudem unterliegt die Mikroelektronik, als Schlüsseltechnologie einem ständigen Innovationsdruck und Silicon Saxony unterstützt uns bei der Vermittlung von passenden Partnern für Forschungskonsortien.“**

die ehrenamtlich tätig sind, auf die wir als Geschäftsstelle zurückgreifen. Wir erhalten Anfragen quer durch die Bank: Z. B. aktuell möchte jemand eine ganz dünne Wolframfolie haben und wir versuchen dann, die richtigen Partner zu finden. Dabei hilft, dass wir im Team sehr eng zusammensitzen und der Austausch sehr schnell leistbar ist“, erläutert Frank Bösenberg.

Die Aufgaben haben er und das Team in fünf Feldern definiert: Information und Kommunikation, also das Aufbereiten und Verteilen von branchenrelevanten Informationen der Mitglieder und anderer Akteure; Vernetzung der Mitglieder innerhalb der Region sowie darüber hinaus durch Veranstaltungen; Unterstützung beim Standortmarketing, beispielsweise durch Gemeinschaftsstände auf relevanten Messen in Deutschland, Europa und der Welt; Interessenvertretung auf regionaler, nationaler und EU-Ebene gegenüber der Politik sowie Kooperations- und Projektanbahnung, also die Durchführung von Innovationsprojekten.

Natürlich sind die Bedarfe der Mitglieder unterschiedlich. Für einige steht das Standortmarketing im Fokus und sie beteiligen sich hauptsächlich an Messen, andere wiederum sehen den Mehrwert in der Interessenvertretung: „Die sehen uns vor allem als Kanal, ihre Wünsche an die Politik heranzutragen. Eins eint aber alle unsere Mitglieder: Vernetzt werden wollen sie alle. Wer mit wem und mit welchem Ziel, müssen wir herauskriegen.“ Auch die Themen, die bearbeitet werden, spiegeln die Bedürfnisse der Mitglieder. Aktuell stehen vor allem Industrie 4.0, Automatisierung und natürlich auch Künstliche Intelligenz (KI) im Fokus.

Dazu gibt es dann Veranstaltungen, insgesamt etwa 50 pro Jahr. Darunter sind kleinere, eher interne Arbeitskreise – derzeit 17 an der Zahl zu Themen wie RFID, KI, Personalentwicklung –, wo man sich hands-on mit durchaus unterschiedlichen Zielrichtungen austauscht. Darüber hinaus gibt es Konferenzen, größere mitgliederinterne Events zur Vernetzung (Foren, Club Night, Sommerfest), die Jahreshauptversammlung, gremieninterne Events wie einen Strategietag, Arbeitskreisleitertreffen oder Veranstaltungen zur strategischen Ausrichtung von Ehrenamtlichen. Der jährliche Silicon Saxony Day vermischt all das ein bisschen und ist das Hauptevent des Jahres. Newsletter und natürlich der persönliche Kontakt zu den Mitgliedern sind

sowieso unverzichtbar. Anspruch der Geschäftsstelle ist es, jedes Mitglied mindestens einmal im Jahr zu sehen und zu sprechen – auf Veranstaltungen oder bei Vor-Ort-Besuchen.

## Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft

Eines ist Frank Bösenberg noch wichtig zu betonen. „Der (fast) alleinige Verdienst für die heute so starke Position des Silicon Saxony e.V. gebührt der jahrelangen Geschäftsfüh-



**Mirko Paul, Innovationsmanager SAP: „Silicon Saxony versetzt uns in die Lage, die drei Säulen Hardware, Software und Konnektivität anwenderfreundlich zusammenzubringen. Dafür bietet der Smart Systems Hub – Enabling IoT die besten Voraussetzungen. SAP treibt Co-Innovation in diesem exzellenten sächsischen Öko-System von Spitzenforschung, mittelständisch geprägten Anwendern und Start-ups voran, wir bringen unsere internationale Softwareentwicklungskompetenz und Implementierungserfahrung sowie internationale Verfügbarkeit und umfangreiche Kundenbasis in das Netzwerk ein. Dafür sind wir in Arbeitskreisen des Silicon Saxony zu KI, Start-ups, Software und Ausbildung engagiert und auch Premium-Partner des Smart Systems Hub.“**



rerin Gitta Haupold, die als treibende Kraft und voller Elan für den nachhaltigen Aufbau gesorgt hat. Ihre ruhige, überlegte Branchenkommunikation war in Krisenzeiten, deren Auswirkungen auch Europas führenden Halbleiterstandort trafen, ein souveräner Gegenpol. Unter ihrer Führung entwickelte sich Silicon Saxony e.V. zu einer Marke als weltweit respektierter Branchenverband.“

Ein großes Highlight für das Netzwerk in der Vergangenheit war die Ansiedlung von Bosch – deren größtes Einzelinvestment in der Firmengeschichte. Am Ende gab es ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit Singapur und man entschied sich für Dresden. Das Vorhandensein des starken Branchenverbandes Silicon Saxony war dabei sicher nicht der alleinige Grund, aber die Netzwerkarbeit der vergangenen Jahre hat den Standort Sachsen definitiv noch einmal attraktiver gemacht und mit zu dieser Entscheidung beigetragen.

Die fortschreitende Internationalisierung des Netzwerks ist ein wichtiges Anliegen und wird auch die Zukunft prägen. Bereits jetzt hat sich Silicon Saxony mit seinen europäischen Pendanten zu einem Metacenter Silicon Europe zusammengeschlossen. Ziel ist es, industrie- und organisationsübergreifende Kooperationen und Innovationen zu schaffen, um die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Mikroelektronikindustrie gegenüber Asien und den USA nachhaltig zu sichern. Gemeinsame Projekte laufen schon, viele Aktionen werden noch folgen.

Die engere Verzahnung von Wirtschaft und Wissenschaft über die Branchen hinweg zum Smart Systems Hub wurde durch Silicon Saxony mitinitiiert: Hier werden Hardware, Software und Konnektivität zusammengedacht und

erforscht. Grundidee ist es, die Vielzahl bereits vorhandener Infrastrukturen, Initiativen, Themen und Verbände zu nutzen, daher ist es logisch, dass viele Akteure aus dem Branchennetzwerk beteiligt sind.

Die Ausgangslage für den Hard- und Software-Standort Sachsen ist bestens – auch dank eines starken Netzwerks mit starken Leistungen.



**Silicon Saxony e.V.**

**Ansprechpartner:**

Frank Bösenberg

+49 351 8925-888

E-Mail: [info@silicon-saxony.de](mailto:info@silicon-saxony.de)

[www.silicon-saxony.de](http://www.silicon-saxony.de)

# Norddeutschland als Leuchtturm der deutschen Ernährungswirtschaft



Das Team des foodRegio e. V. um Prof. Dr. Jacobsen (l.).

Auf dem Weg zu einem kurzen Gespräch mit dem Vorsitzenden des foodRegio e.V., Jochen Brüggem von der Brüggem KG, riecht es in Lübeck's Straßen angenehm nach geröstetem Getreide. Eine gute Einstimmung auf das Thema Ernährungswirtschaft, die mit einem Umsatz von aktuell mehr als 51 Milliarden Euro und etwa 152.000 Beschäftigten einer der wichtigsten Wirtschaftszweige Norddeutschlands ist.

Bereits 2004 gab es in den Räumlichkeiten der Firma Brüggem erste Überlegungen dazu, wie man diese beeindruckenden Leistungen besser sichtbar machen kann – sozusagen die Initialzündung für die Gründung eines Netzwerks. Denn sprach man damals in der Region über Wirtschaft, ging es meist um Touristik, Logistik oder Medizintechnik. Ernährungswirtschaft war zwar damals schon der bedeutendste Bereich im produzierenden Gewerbe, spielte aber in der Wahrnehmung keine besondere Rolle. Das sollte sich än-

dern. Um das Jahr 2005 herum schlossen sich weitere sieben Unternehmen aus der Region dem informellen Kreis an. Schnell wurde klar: Wenn wir uns besser vernetzen, dann haben wir auch eine stärkere Position und können gemeinsam mehr bewirken, beispielsweise bei der Anpassung von Infrastrukturen oder der Fachkräftesicherung – an den Lübecker Hochschulen spielte das Thema Ernährung im Gegensatz zu heute noch gar keine Rolle. Das war die Geburtsstunde von foodRegio, die 2007 in die Vereinsgründung mit zwölf Mitgliedern mündete. Heute hat das Netzwerk 80 Mitglieder, die über alle fünf norddeutschen Bundesländer verteilt sind, wenn auch der Schwerpunkt nach wie vor im südlichen Schleswig-Holstein und Hamburg zu finden ist. Die Mitglieder bilden dabei die ganze Wertschöpfungskette Ernährung ab: Von der Urproduktion und Veredlung über die Distribution bis hin zur Konsumtion, von Start-ups bis zu Traditionsunternehmen wie Brügggen oder Schwartauer Werke.

## Arbeitskreise als Kern der Netzwerkarbeit

Eine wichtige Aufgabe des foodRegio-Teams ist es, alle Mitglieder gleichermaßen mitzunehmen. Denn obwohl die Geschäftsstelle in Lübeck angesiedelt ist, haben Clustermanager Prof. Dr. Björn P. Jacobsen und das aktuell aus vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestehende Team alle im Blick: „Wir sind längst kein Lübecker Netzwerk mehr, sondern stehen für ganz Norddeutschland, deshalb finden auch die Hälfte unserer Veranstaltungen verteilt über Norddeutschland statt.“ Wichtigstes Rückgrat der Netzwerkarbeit sind die Arbeitskreise. Derzeit sind es neun, in denen Experten der Mitglieder zusammenkommen und an den Themen Beschaffung, Maschinenbau, Innovation, Logistik, Markt & Kommunikation, Personal/Allgemein, Personal/Ausbildung, Qualität & Zertifizierung und Verpackung arbeiten. Jeder Arbeitskreis hat die ständige Aufgabe,

Projekte zu entwickeln, und trifft sich mindestens zweimal pro Jahr. Die meisten treffen sich häufiger. In der Geschäftsstelle des foodRegio e.V. ist jedes Teammitglied zuständig für die Organisation von zwei bis drei Arbeitskreisen und es gibt auch jeweils einen Unternehmenspaten als fachlichen Ansprechpartner.

Viele unterschiedliche Projekte zum Nutzen aller Mitglieder sind bereits aus der zielgerichteten Arbeit hervorgegangen. Beispiele: Aus dem Arbeitskreis Personal/Ausbildung heraus wurde die Azubikampagne „Foodstarter“ entwickelt, ergänzt um ein Jobportal aus dem Arbeitskreis Personal/Allgemein. Doch Ausbildung und Qualifizierung von Per-



**Dr. Torsten Schröder, Gründer Perfood GmbH:** „Wir haben nur Vorteile durch die Mitgliedschaft bei foodRegio, wir konnten bereits viele Projekte umsetzen und Partnerschaften etablieren. Ich freue mich besonders darauf, die neu gegründete Fokusgruppe ‚personalisierte Ernährung‘ mitzugestalten. Hier treffen etablierte Firmen auf junge Unternehmen wie unseres, um an der Schnittstelle von Ernährungswirtschaft und Gesundheitskunde Geschäftsmodelle für die Zukunft zu entwickeln.“

sonal ist nur einer von vielen wichtigen Bausteinen für die erfolgreiche Zusammenarbeit im Netzwerk.

## Welche Themen bewegen aktuell?

Das gedankliche Modell, an dem sich foodRegio orientiert, ist die Wertschöpfungskette Ernährung. Davon ausgehend werden Querschnittsthemen identifiziert, die in den Arbeitskreisen dann tiefergehend bearbeitet werden. Aktuell stehen auch branchenübergreifende Herausforderungen, wie die Bedeutung der Digitalisierung oder das Thema Start-ups und Accelerator in der Ernährungswirtschaft, auf der Agenda. Bei beidem sieht Prof. Jacobsen eine besondere Rolle von Clustern: „Gerade beim Gründungsthema geht es darum, die besten Köpfe zu finden. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit im Netzwerk und der persönliche Kontakt sind da Gold wert. Die Digitalisierung auf der anderen Seite ist ein besonderes Spannungsfeld. Ich selbst stelle fest: Je mehr wir über Digitalisierung sprechen, desto persönlicher – also ‚undigitalisierter‘ – werden die Dienstleistungen, die bei uns abgefordert werden.“

Das dritte Thema, das derzeit stark im Fokus des Branchennetzwerks steht, ist die Personalisierte Ernährung. Zu diesem Innovationsschwerpunkt hat foodRegio mit der NEWTRITION X. 2018 den ersten Kongress in Europa veranstaltet und wird sich hier als Vorzeigeregion positionieren: Das Zukunftsthema Personalisierte Ernährung soll im Norden stattfinden, die Infrastruktur dafür ist vorhanden – auch dank exzellenter Forschungseinrichtungen.



**Jochen Brüggem, Managing Director H. & J. Brüggem KG:**  
**„Wir waren 2005 Mitinitiatoren des foodRegio. Ziel war es, Gemeinsamkeiten der damals schon starken regionalen Ernährungsindustrie besser zu nutzen. Ein zentraler Vorteil heute ist die Niederschwelligkeit, die durch Arbeitskreise und Veranstaltungen innerhalb des Netzwerks entsteht: Man kennt sich persönlich, ruft sich einfach mal an, besucht sich gegenseitig, lernt voneinander. Darüber hinaus gibt es positive Skaleneffekte. Ein Beispiel: Wir Unternehmen haben festgestellt, dass wir zum Teil einzeln die gleichen Kunden des Lebensmitteleinzelhandels mit nur wenigen Paletten beliefern; wir haben das dann gebündelt und profitieren davon alle! Als dritten großen Vorteil, den foodRegio bietet, sehe ich die Möglichkeit zur Strukturveränderung. Wenn man eine kritische Masse an Unternehmen mit den gleichen Interessen hat – siehe z. B. die Fachkräftesicherung in der Ernährungswirtschaft – kann man beispielsweise besser an die Hochschulen herantreten und hat eine bessere Verhandlungsbasis. Insgesamt wird die Ernährungsindustrie als starke Branche im Norden durch die gemeinsame Arbeit in foodRegio inzwischen viel besser wahrgenommen, auch von Seiten der Politik.“**

## Tiefe Vertrauensbasis wächst aus persönlichem Kontakt

Darüber hinaus werden Themen in vielen weiteren Formaten angegangen. Veranstaltungen wie Marketing Menüs, Projekttreffen, Mitgliederversammlungen, Firmenbesuche – auch mit Vertretern der Landespolitik – oder auch Messen bieten dafür Möglichkeiten. So wird foodRegio im Jahr 2019 erstmals auf der Anuga in Köln, der weltgrößten Fachmesse für die Lebensmittelbranche, mit dem Fachkongress NEWTRITION X präsent sein. Ergänzend dazu gibt es Schulungen, Seminare oder Workshops, die abgestimmt auf Wünsche und Bedarfe der Mitglieder informieren, beispielsweise zu Hygienemanagement oder Lebensmittelsicherheit.

Ein Highlight im jährlichen Terminkalender – und überregional bekannt – ist der Trendtag, der seit mehr als zehn Jahren stattfindet. Zuletzt standen am 21. Februar 2019 Superfoods im Fokus der 230 Teilnehmenden, ein neuer Besucherrekord! Prof. Jacobsen: „Der Trendtag gibt einen wirklich guten Einblick, wie unser Netzwerk funktioniert und wie wir miteinander umgehen. Auf diese Weise ist er ein gutes Vehikel für uns und wir konnten darüber schon viele Unternehmen überzeugen, sich der foodRegio anzuschließen.“

Formate wie diese ermöglichen die Vernetzung, am wichtigsten jedoch sind die direkten Gespräche und die Niederschwelligkeit, die durch die gemeinsame Arbeit im Netzwerk möglich wird. Das erklärte Ziel ist es, dass man sich direkt anruft oder besucht – ohne, dass es ständiger formaler Austausche bedarf. „Das Vertrauen, das zwischen den handelnden Personen entsteht, ist und bleibt der Markenkern unseres Netzwerks und ist absehbar nicht durch Digitalisierung ersetzbar“, ist sich Prof. Jacobsen sicher. Konkurrenzgedanken zwischen den Mitgliedern gibt es nicht, Vertrieb und Marketing finden im Netzwerk nicht

statt. Wettbewerbsunkritische Themen, wie die optimierte Produktion oder Logistik, Qualifikation der Mitarbeiter – darum geht es. Deshalb gibt es auch einen Kodex zum Umgang miteinander, eine ausgeprägte Netzwerkkultur, die eben jene Vertrauensbasis schafft. Zusammen wird auch die Strategie des Netzwerks, der Masterplan 2025, stetig weiterentwickelt und gemeinsam gelebt.

Das ist auch für Prof. Jacobsen der zentrale Punkt: „Ich empfinde es als großes Privileg, mit engagierten Unternehmen zusammenzuarbeiten, von ihnen zu lernen und zu sehen, wie sie sich entwickeln.“



**foodRegio e.V.**

### **Ansprechpartner:**

Prof. Dr. Björn P. Jacobsen

+49 451 70655-0

E-Mail: [info@foodregio.de](mailto:info@foodregio.de)

[www.foodregio.de](http://www.foodregio.de)



# Die Bodenseeregion als digitale Vorzeigeregion



Nicole Amann und Tobias Fauth sind im Auftrag ihrer Mitglieder für die Digitalwirtschaft im Einsatz.

Der Tag startet für Tobias Fauth auf dem Messegelände in Friedrichshafen: Auf der „all about automation“, der Fachmesse für industrielle Automatisierungstechnik, hält der Clustermanager des cyberLAGO e.V. einen Vortrag über das Projekt BodenseeMittelstand 4.0. Dieses unterstützt KMU aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein bei der digitalen Transformation: Die um den See versammelte Expertise aus Wirtschaft, Wissenschaft und mittelstandsnahen Institutionen soll hier

gebündelt und dem regionalen Mittelstand besser zugänglich gemacht werden.

Im Anschluss geht es mit der Fähre nach Konstanz, wo die Geschäftsstelle des cyberLAGO angesiedelt ist: „Der Bodensee spielt als verbindendes Element hier in der Vierländerregion eine in jeder Hinsicht bedeutende Rolle“, findet Tobias Fauth, der seit Anfang 2018 Geschäftsführer des Netzwerks ist. Der cyberLAGO e.V. wurde im Oktober

2013 gegründet und ist heute das größte länderübergreifende Netzwerk aus Digitalexperten am Bodensee. Die Zahl der Mitglieder wuchs von anfangs etwa 30 auf aktuell fast 90 aus dem Umfeld der Digitalwirtschaft, davon sind ca. 55 Prozent direkt in Konstanz angesiedelt. Die beteiligten Unternehmen, Start-ups, Hochschulen und (öffentlichen) Institutionen eint das Ziel, die digitalen Kompetenzen rund um den See noch viel stärker sichtbar zu machen, neue Wertschöpfung zu generieren, Wissen zu vermitteln, Fachkräfte zu binden und so die Region nachhaltig zu stärken.

Die Clusterinitiative sieht sich als zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um die Digitalisierung, digitale Transformation, IT und IT-Sicherheit. Dabei geht es beispielsweise um neue Geschäftsmodelle, Marketing, Human Resources und agile Entwicklungsmethoden (Scrum oder Lean Development) sowie um Erfahrungen mit neuesten Technologien (z. B. IoT, Big Data, Künstliche Intelligenz, Blockchain, Digitale Zwillinge, Chatbots, Cloud-Dienste, Mobile Apps).

### Kleines Team stemmt große Aufgaben

In der Geschäftsstelle überlegen sich Tobias Fauth und seine zwei Kolleginnen, wie sie die Mitglieder individuell unterstützen können. Als Basis für die Netzwerkarbeit wurden drei Säulen definiert: Stärkung der regionalen Digitalwirtschaft, Gestaltung des digitalen Wandels der Region und das Vorantreiben digitaler Innovationen, wobei naturgemäß alles eng miteinander verzahnt ist. Am Ende geht es immer darum, Chancen zu erkennen und die richtigen Leute zum richtigen Zeitpunkt zusammenzubringen. All das geschieht in ständiger Rückkopplung mit den Mitgliedern: „Das Netzwerk cyberLAGO sind die Mitglieder, die Digitalexperten – nicht die Geschäftsstelle. Ich sehe mich als Dienstleister für die Mitglieder und die Region. Meine Aufgabe ist es, Dinge zu ermöglichen, zum Laufen zu brin-



**Stefan Eichenhofer (r.), Geschäftsführer Seitenbau GmbH:**  
**„Es ist uns ein großes Anliegen, die IT-Wirtschaft hier in Konstanz als wichtigen Standortfaktor sichtbarer zu machen, die Region mitzugestalten und am Ende auch innovativer zu arbeiten. Ein Beispiel: Wir wollen Studenten zeigen, dass sie auch in Konstanz hochqualifizierte Arbeitsplätze finden können – das vermuten viele so ja gar nicht am Bodensee. Gemeinsam mit den anderen Mitgliedern in cyberLAGO haben wir eine stärkere Stimme und erfahren mehr Sichtbarkeit, auch in der Politik.“**

gen und sie dann auch am Laufen zu halten. Dafür muss ich viele Details abrufbereit im Kopf haben. Und die Experten können und sollen mitgestalten, und das tun sie auch sehr stark“, beschreibt Fauth seinen Ansatz als Clustermanager. So werden beispielsweise Experten aus dem Netzwerk auf Veranstaltungen oder in Publikationen positioniert und Kooperationen ermöglicht. Durch Engagement wie dieses zeigt cyberLAGO: Wir wollen den digitalen Wandel auf allen Ebenen gestalten und mitbegleiten, Leuchttürme für die Region schaffen, die eine Strahlkraft nach außen haben, sodass die Bodenseeregion überregional als innovativ wahrgenommen wird.

Das Vermarkten der Digitalregion Bodensee spielt bei allen Aktivitäten der Clusterinitiative eine Rolle: „Die hier vorhandenen digitalen Kompetenzen sind vielen nicht bekannt. Deshalb wollen wir sie vernetzen, bündeln, sichtbar machen und nutzen. Die Marke cyberLAGO signalisiert klar: Wir sind die Digitalkompetenz vom Bodensee. Das klingt trivial, aber Standortmarketing ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit, schließlich sind zum Beispiel Fachkräfte gerade im IT-Bereich sehr umkämpft, und da müssen wir mit einem klaren Profil wahrgenommen werden“, erläutert Geschäftsführer Tobias Fauth.

## Maßgeschneiderte Aktivitäten, die wirklich was bringen

Gründungsthemen, die stärkere Vernetzung mit Hochschulen, Fachkräftesicherung und das Vorantreiben von Innovationen stehen natürlich auch im Fokus der Netzwerkarbeit. Dafür werden auch Formate wie Hackathons oder Fuck-Up-Nights ausprobiert. Bei Letzteren berichten Unternehmer vor Publikum über das Scheitern – also das Gegenstück zur Erfolgsgeschichte. „Geschichten des Scheiterns sind viel glaubwürdiger und lehrreicher. Auch weil zum Teil persönliche Schicksale dahinterstehen, ist es für potenzielle Gründer, Forscher oder Entwickler ungemein wertvoll, von solchen persönlichen und unternehmerischen Erfahrungen zu profitieren, um nicht selbst mal in eine ähnliche Situation zu geraten.“

Solche Ideen kommen gut an, wie positives Feedback vom cyberLAGO-Vorstand und den Mitgliedern belegt. Das macht Tobias Fauth und sein Team auch ein bisschen stolz: „Wenn man von einer Idee überzeugt ist, die Leute versucht einzubinden, auf offene Ohren stößt und dann auch überzeugen kann – das finde ich schön.“ Aktuell laufen einige spannende Projekte, in denen genau das gelungen

ist. Ein Beispiel: Der Standort wird bisher wirtschaftlich vor allem stark mit Tourismus in Verbindung gebracht. Das will cyberLAGO als Vehikel nutzen, um digitale Technologien positiv zu besetzen. Konkret wird dazu u. a. gemeinsam mit der Hochschule Konstanz ein Virtual-Reality-Projekt entwickelt, in dem die Stadt ganz neu erlebt werden kann. Daraus soll Vertrauen in die Technologie erwachsen, die Kompetenzen der regionalen Digitalwirtschaft werden überregional sichtbar und die Region wird natürlich insgesamt noch attraktiver – auf jeder Ebene ein Gewinn. Ein anderes Beispiel ist das Konzept für ein digitales Mobilitätsmanagement, das die Stadt Konstanz entwickeln will. Auch da sind Experten aus dem Netzwerk eingebunden und ziehen gemeinsam mit Politik und Wissenschaft an einem Strang.

Wünscht sich Tobias Fauth weitere Mitglieder? „Ja, aber nur diejenigen, die dabei sein wollen, um das Netzwerk zu stärken. Leute, die leben, was das Netzwerk ausmacht, und die bereit sind, etwas zu geben und sich zu engagieren. Das große Plus ist das Miteinander, um jeden einzelnen und die gesamte Digitalregion Bodensee zu stärken.“



**cyberLAGO e.V.**

### **Ansprechpartner:**

Tobias Fauth

+49 7531 5848 - 192

E-Mail: [info@cyberlago.net](mailto:info@cyberlago.net)

[www.cyberlago.net](http://www.cyberlago.net)

# Eine Vernetzungsplattform für die Medien- und Digitalwirtschaft in Berlin und Brandenburg



Das Team von media:net berlinbrandenburg rund um Andrea Peters (2. v. r.).

Berlin im Februar, das Haus Ungarn in unmittelbarer Nähe des Fernsehturms: Auf den ersten Blick sieht es hier nach cooler Party aus, doch dahinter steckt viel mehr. Die New Years Reception des games:net, einer Initiative des media:net berlinbrandenburg e.V. speziell für die Games-Branche der Hauptstadtregion, ist Networking „at its best“.

Denn es sind die persönlichen Kontakte, die das media:net berlinbrandenburg zu einem der erfolgreichsten Bran-

chennetzwerke für die Medien- und Digitalwirtschaft Deutschlands machen. Die Gründung im Jahr 2001 ging auf den vorherigen Zuzug großer Unternehmen wie Universal Music, Axel Springer, Scholz & Friends oder Sat1 nach Berlin zurück. Gleichzeitig entwickelten sich neue Firmen „rund um das Internet“. Die Vernetzung dieser ganzen Akteure war für alle gleichermaßen interessant und lohnenswert. So wurde die Gründung des Netzwerks als unabhängiger Verein initiiert und durch die Länder Berlin und Brandenburg



zusätzlich unterstützt. Der damalige Medienbeauftragte für Berlin und Brandenburg, Bernd Schiphorst, setzte sich besonders stark dafür ein und ist heute Aufsichtsratsvorsitzender des Netzwerks.

Vorstandsvorsitzende des media:net ist seit elf Jahren Andrea Peters. Sie und ein Team mit bis zu 15 Personen betreuen derzeit etwa 420 Mitglieder aus der Medien- und Kreativwirtschaft, IT und Kommunikation sowie Industrie 4.0. „Darunter sind etablierte und global agierende Unternehmen, aber auch innovative Start-ups der Region Berlin-Brandenburg, Verlage, Unternehmen aus Musik, Film und Fernsehen bis hin zu Werbung. Dazu kommt die digitale Wirtschaft mit Unternehmen, die mobile oder Internetanwendungen produzieren, Games entwickeln, bis hin zu IT und Telekommunikation. Knapp 20 Prozent der Mitglieder haben ihren Sitz in Brandenburg – in erster Linie in Potsdam, rund um das Studio Babelsberg, den RBB, die UFA, die Filmuniversität und das Hasso-Plattner-Institut. Aber eigentlich ist es Unternehmen in der globalen Welt mittlerweile fast egal, wer wo sitzt – Hauptsache es funktioniert“, sagt Andrea Peters.

Diese Vielfalt an Mitgliedern mit unterschiedlichen Zielsetzungen langfristig und nachhaltig zu vernetzen, ihre Interessen gegenüber der Politik sichtbarer zu machen und die Rahmenbedingungen am Standort Berlin-Brandenburg zu verbessern – diese und weitere Aufgaben meistern Andrea Peters und ihr Team jeden Tag aufs Neue.

## Viele Möglichkeiten, die Türen öffnen

Vier untrennbare Säulen bilden die Netzwerkarbeit ab. Am wichtigsten ist die Vernetzung – vor allem durch Veranstaltungen verschiedenster Art: von reinen Netzwerkveranstaltungen über thematische Roundtables oder Workshops,



**Christiane Gehrke, Stellv. Vorstandsvorsitzende Gaming-Aid e.V.:** „Der enge und immer unkomplizierte Austausch mit Andrea Peters und ihrem Team seit 2013 ist geprägt von viel Herzblut und Kreativität. Besonders überzeugend ist für uns die breite Aufstellung des media:net berlinbrandenburg – quer durch die Bereiche Politik, Film, Wirtschaft und Games. Die interessante Mitgliederstruktur, sehr gute – auch branchenübergreifende – Veranstaltungen und die Möglichkeit zur Teilnahme an Gemeinschaftsständen auf attraktiven Messen machen die Mitgliedschaft für uns sehr lohnenswert!“

bis hin zum Investorendinner, das Start-ups mit Investoren zusammenbringt. Auch für Andrea Peters echte Highlights: „Das von uns gezielt organisierte Investorendinner ist wie ein Blinddate zwischen Start-ups und Investoren. Damit holen wir Start-ups auch aus der Bittstellerrolle raus, der sie sich zum Teil bei anderen Gelegenheiten auf großen Pitchbühnen stellen müssen.“ Insgesamt können media:net-Mitglieder jährlich mehr als 130 unterschiedliche Veranstaltungen wahrnehmen.

media:net erhöht zudem die Sichtbarkeit der Mitglieder: Diverse Kommunikationsmaßnahmen wie Social Media,



Newsletter oder Webseiten bieten den Unternehmen eine kontinuierliche Präsenz. Es gibt die verschiedensten Interviewformate zu Personen und Unternehmen aus dem Netzwerk. Aber auch auf Veranstaltungen werden Einzelne aus dem media:net als Speaker – und somit als Experten – gezielt positioniert. Hinzu kommen Messegemeinschaftsstände und Delegationsreisen ins Ausland. „Letztes Jahr waren wir beispielsweise mit einer Truppe von 30 Mitgliedern in Los Angeles zum Thema ‚Virtual Reality‘. Da wurde auch deutlich, dass unsere Unternehmen in der Region absolut auf Augenhöhe mit den Unternehmen in den USA stehen“, berichtet Andrea Peters.

Die Säule Wissensvermittlung steht für Weiterbildungsmöglichkeiten, die Einbindung von Treibern für Zukunftstechnologien in das Netzwerk und auch Kooperationen mit Hochschulen. Im jährlichen „medien.barometer“ wird das Geschäftsklima der Branche erfasst. „Benefits und Services“ ergänzen die Angebotspalette. Hier geht es um Fachkräfte und Personal: Job- und Praktikantenbörse, Job-Newsletter, HR-Netzwerk, HR-Newsletter, Industry Days und gezielte Jobmessen.

Die vierte Säule „Interessensvertretung“ fördert den direkten Austausch mit der regionalen und Bundespolitik. „Dazu werden zum Beispiel in einem moderierten Dialog regelmäßig Politiker eingeladen, kürzlich erst Bundesministerin Karliczek oder der Regierende Bürgermeister von Berlin. Dort haben unsere Mitglieder dann die Möglichkeit, direkt zu sagen, wo Probleme liegen“.

## It's a People's Business

Andrea Peters geht davon aus, dass sie die meisten Mitglieder zumindest beim Vornamen kennt. Das ist auch der relativ jungen, sehr kommunikativen (und ein wenig hip-

pen) Branche geschuldet. Jede Mitarbeiterin im Clustermanagement hat im Schnitt zwei- bis dreimal täglich Kontakt zu einem Mitglied. „Das sind dann so Anfragen wie: ‚Ich habe gesehen, Firma X ist auch im media:net, könnt ihr da Kontakt herstellen?‘ Da bin selber manchmal erstaunt, wie gut das funktioniert. Neulich erst kam ein Produzent mit seinem Drehbuch auf mich zu. Ich habe dann den Kontakt zu einem neuen Verleih vermittelt, der bei uns Mitglied ist. Das hat nicht mal eine halbe Stunde gedauert, da hatte er eine Antwort. Dieses schnelle Mitdenken und Wissen, wen man mit wem vernetzen kann – das sehen viele unserer Mitglieder als zentralen Mehrwert an.“



**Jenny Beutnagel, Director Corporate Development:**  
**„Netzwerkveranstaltungen des media:net berlinbrandenburg sind Gold wert: Hier lerne ich die Personen hinter den Unternehmen kennen, und letztendlich stehe ich als Mensch doch mit anderen Menschen in Kontakt. Durch den direkten Austausch auf der persönlichen Ebene ergeben sich dann neue Ideen und Ansätze für die Zusammenarbeit. Auf diesem Wege entstanden zum Beispiel auch das MediaTech Hub und Leuchttürme wie die VoluCap, das erste volumetrische Studio auf dem europäischen Festland, worauf wir hier in Potsdam Babelsberg stolz sein können.“**



**Prof. Dr. Jens Junge, design akademie berlin – SRH Hochschule für Kommunikation und Design, Betreiber von spielen.de: „Die langjährige Konstanz in der Vernetzung erlebe ich als echten Mehrwert. Veranstaltungen des media:net berlinbrandenburg sind wie Familientreffen auf fachlicher Ebene, wo man eben auch mal intensiver über aktuelle Höhen und Tiefen in unserer dynamischen Games-Branche reden kann und freigebige Informationen fließen. Da gibt es dann auch schon mal gewisse Interna, die so nie in einem Zeitungsartikel stehen würden. Man redet auch mit anderen Geschäftsführern über bestimmte Kenngrößen oder KPI, die einem auch beim eigenen Positionieren helfen. Wo stehe ich mit meinem Unternehmen, wie steht die ganze Branche gerade da? Und gemeinsam solche Dinge zu durchdenken und zu gestalten bringt unbezahlbare Vorteile.“**

Deshalb kann das Netzwerk auch gern weiter wachsen und noch mehr solcher Kontakte ermöglichen. Die neue Initiative berlin.digital nimmt beispielsweise speziell die Digitalwirtschaft in den Blick. Gab es anfangs „nur“ die Initiative production:net für die Teilbranche Film und Fernsehen, sind es mittlerweile sieben plus eine eigene GmbH – im

Schnitt wurde also alle zwei Jahre eine neue Initiative auf den Weg gebracht. Die Internationalität spielt dabei eine immer größere Rolle. BerlinBalticNordic.net eröffnet z. B. die Chance, neue Standorte in den nordischen und baltischen Ländern kennenzulernen.

Stolz macht Andrea Peters auch, dass sie immer wieder von anderen Standorten in Deutschland angesprochen wird, die ähnlich erfolgreiche Netzwerke aufbauen wollen. Mal kann man Tipps geben, aber alle Kraft gehört dem media:net mit seinen Mitgliedern in Berlin und Brandenburg: „Am wichtigsten ist mir, dass unsere Mitglieder das Gefühl haben: Die bei media:net haben immer ein offenes Ohr. Viele sind bei uns, weil es auch ein bisschen zum guten Ton gehört: Da ist man einfach Mitglied, das ist UNSER Netzwerk hier am Standort! Ich glaube übrigens auch, wir Clustermanager haben ein besonderes Gen in uns und besonderen Spaß am Austausch mit immer wieder neuen Menschen – sonst würden wir wahrscheinlich diesen Job nicht machen.“



**media:net berlinbrandenburg e. V.**

**Ansprechpartnerin:**

Andrea Peters

+49 30 2462 857-10

E-Mail: [info@medianet-bb.de](mailto:info@medianet-bb.de)

[www.medianet-bb.de](http://www.medianet-bb.de)

# Das Programm „go-cluster“

„go-cluster“ ist die clusterpolitische Exzellenzmaßnahme des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi), die die leistungsfähigsten nationalen Innovationscluster vereint. Sie verfügen über exzellente Strukturen und unterstützen die involvierten Clusterakteure bedarfsgerecht in verschiedenen Handlungsfeldern. Die am Programm „go-cluster“ beteiligten Innovationscluster sind Vorreiter für Innovationen und spiegeln die hohe Kompetenz Deutschlands in zahlreichen Branchen- und Technologiefeldern wider.

Mit dem Programm „go-cluster“ werden die Innovationscluster bei ihrer Weiterentwicklung zu international exzellenten Organisationen durch Beratungs- und Dienstleistungen unterstützt, innovative Clusterservices wie z. B. „cross-cluster“-Konzepte werden gefördert und die europaweite sowie internationale Vernetzung der Innovationscluster gestärkt.

Das Programm richtet sich grundsätzlich an alle leistungsfähigen Innovationscluster aus Deutschland. Die Aufnahme ist an die Erfüllung von Exzellenzkriterien in den Bereichen „Struktur und Zusammensetzung“, „Clustermanagement und Struktur“, „Aktivitäten und Kooperationen“ sowie „Sichtbarkeit und Wirkungen“ gebunden. Sie erfolgt über einen Bewerbungsprozess. Die Aufnahmeunterlagen stehen auf der Internetseite [www.go-cluster.de](http://www.go-cluster.de) zur Verfügung.

Ob Clustermanager, Clusterakteure oder Vertreter aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft: „go-cluster“ bietet

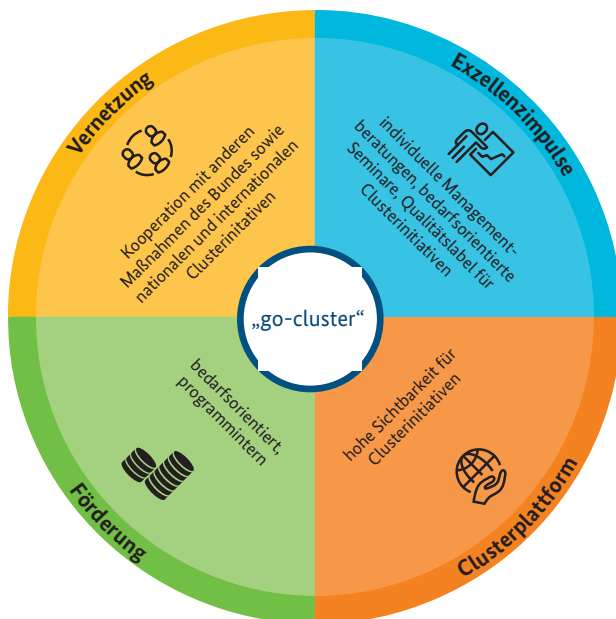
bedarfsorientierte Serviceleistungen für jede Zielgruppe. Für am Programm beteiligte Innovationscluster gibt es z. B. folgende kostenfreie Service- und Beratungsleistungen:

- Bescheinigung der Qualität und Leistungsfähigkeit der Innovationscluster durch einheitliche Bewertungskriterien, die sich an den europäischen Qualitätsstandards orientieren;
- Nutzung der eingetragenen Wort-/Bildmarke „go-cluster“ als Qualitätssiegel;
- Übernahme der Kosten für den europäischen Benchmarking- und Zertifizierungsprozess zum Bronze- und Silber-Label der European Cluster Excellence Initiative (ECEI);
- öffentlichkeitswirksame Darstellung der Innovationscluster auf dem zentralen bundespolitischen Internetportal „Clusterplattform Deutschland“; individuelle Beratung zu Themen wie u. a. Strategieweiterentwicklung, Finanzierung, Weiterentwicklung des Serviceangebotes, Nachhaltigkeit und Stabilität von Clusterstrukturen;
- Seminare zu aktuellen Clustermanagement-Themen und Clusterinstrumenten; Präsentation der Clusterarbeit und ausgewählter Innovationserfolge in der Öffentlichkeit (Veranstaltungen, Newsletter, Internetportale);
- Einbindung und erhöhte Sichtbarkeit in wirtschaftspolitischen Initiativen des Bundes sowie

- Vernetzungsaktivitäten mit den leistungsfähigsten Innovationsclustern aus Deutschland und Europa.

Die Clusterplattform Deutschland ist das gemeinsame Informationsportal der Bundesministerien für Wirtschaft und Energie sowie für Bildung und Forschung.

Unter [www.clusterplattform.de](http://www.clusterplattform.de) finden Sie anschaulich und kompakt einen Überblick über die clusterbezogenen Aktivitäten auf Bundes-, Länder- und EU-Ebene. Zudem wird die Clustervielfalt Deutschlands mittels eines Recherche-Tools mit verschiedenen Suchkategorien dargestellt.



### Sie interessieren sich für das Programm „go-cluster“ oder haben Fragen?

Informationen, Beratungen und Serviceangebote:

VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

Steinplatz 1

10623 Berlin

Hotline: +49 30 310078-387

E-Mail: [info@go-cluster.de](mailto:info@go-cluster.de)

[www.go-cluster.de](http://www.go-cluster.de)

[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

