

mitte | deutschland

**mitte | deutschland**

Leipzig  
Halle  
Jena  
Dessau

Hier geht was.

## Wandel erkennen, Zukunft sichern

Martin R. Luible  
Geschäftsführer Regionenmarketing Mitteldeutschland GmbH

Halle, 15. Juni 2004

mitte | deutschland

Leipzig  
Halle  
Jena  
Dessau

Hier geht was.

mitte | deutschland

## Agenda

- 1) Die Initiative regionaler Wirtschaftsunternehmen
- 2) Die „Wirtschaftsstrategie für Mitteldeutschland“
- 3) Problem: brain drain – Lösung: Clusterprozess

## 1.1) Länder übergreifende Initiative

- Regionale Akteure sind oft in lokale Strukturen gebunden – Unternehmen agieren dagegen in natürlichen Wirtschaftsräumen
- Im Jahr 2000 haben neun Unternehmen die Wirtschaftsinitiative Regionenmarketing Mitteldeutschland gegründet:

- InfraLeuna Infrastruktur und Service GmbH
- Mitteldeutsche Erdoel-Raffinerie GmbH
- VNG-Verbundnetz Gas AG
- Air Liquide GmbH
- Montagewerk GmbH Leipzig
- Mitteldeutsche Energieversorgung AG
- Flughafen Leipzig-Halle GmbH
- Buna Sow Leuna Olefinverbund GmbH
- Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG



## 1.2) Gemeinsame Interessen

- Mit ihrem Engagement im Regionenmarketing Mitteldeutschland streben die Unternehmen in erster Linie eine **Sicherung und Entwicklung des Wirtschaftsstandortes** durch die **Länder übergreifende Bündelung und Abstimmung** wirtschaftsrelevanter Aktivitäten an.



*„Langfristig kann sich kein erfolgreiches Unternehmen entwickeln, wenn es in einer unergiebigen Region angesiedelt ist.“*

Dr. Christian Ketels, Harvard Business School  
Zukunftskonferenz Mitteldeutschland 2004

mitte | deutschland

### 1.3) Das gemeinsame Leitbild

- Die Ziele des Regionenmarketing Mitteldeutschland wurden in einem **Leitbild** konkretisiert
- Oberziel: „Die Absicherung und Verbesserung der **regionalen Wettbewerbsfähigkeit**, damit 2010 Mitteldeutschland europaweit als eine dynamisch wachsende Wirtschaftsregion anerkannt wird.“
- Heute sind bereits über **50 vor allem Struktur bestimmende Unternehmen** aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen im Regionenmarketing Mitteldeutschland engagiert



mitte | deutschland

### 1.4) Regionenmarketing Mitteldeutschland



## 1.5) Handlungsfelder

- **Akteure Vernetzen** – „Länderübergreifende Plattformen zur Vernetzung der regionalen Akteure aus Wirtschaftsunternehmen, Wissenschaft, Politik und Verwaltung etablieren.“
- **Prozesse Gestalten** – „Prozesse zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit initiieren, nachhaltig fördern und Wettbewerbsvorteile kontinuierlich ausbauen.“
- **Erfolge Kommunizieren** – „Die Potenziale dieser Region einheitlich kommunizieren und der Marke „Mitteldeutschland“ ein nationales und internationales Profil geben.“

## Agenda

- 1) Die Initiative regionaler Wirtschaftsunternehmen
- 2) Die „Wirtschaftsstrategie für Mitteldeutschland“
- 3) Problem: brain drain – Lösung: Clusterprozess

## 2.1) Wirtschaftsstrategie für Mitteldeutschland

- Proklamiert am 24.03.2004 auf der Zukunftskonferenz 2004 in Halle
- Ziel: Eine *gemeinsame und klare* Wirtschaftsstrategie für den mitteldeutschen Wirtschaftsraum, die sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft getragen und umgesetzt wird

### Strategische Maßnahmen: (Auszug)

- Gemeinsame Entwicklung eines international wahrnehmbaren Wirtschaftsprofils
- Aktive Unterstützung des mitteldeutschen Clusterprozesses
- Harmonisierung von Verwaltungsverfahren und Förderprogrammen
- Anwendungsorientierte Ausrichtung der mitteldeutschen Hochschullandschaft
- Langfristige Sicherstellung des regionalen Fachkräftebedarfs

## 2.2) Wandel erkennen, ...

- geringe Anzahl von Großunternehmen und innovativem Mittelstand
- niedrige Produktivität (70-80 % des Westniveaus) in vielen Branchen
- geringe Löhne (schwache Kaufkraft) sind unattraktiv
- relativ niedrige Innovationstätigkeit in den Unternehmen
- unterdurchschnittliche Personalquote im Bereich F&E
- demographischer Wandel bringt Veralterung des Wissens
- wenig „sichere“, perspektivische Jobs für Hochqualifizierte
- schlechtes Image ostdeutscher Unternehmen
- knapp 40% der Abiturienten verlassen Mitteldeutschland
- auch im Bereich der Facharbeiter zunehmend Kräftemangel

## Agenda

- 1) Die Initiative regionaler Wirtschaftsunternehmen
- 2) Die Wirtschaftsstrategie für Mitteldeutschland
- 3) Problem: brain drain – Lösung: Clusterprozess

**Wohlstand**

Ziel des  
Regionenmarketing  
Mitteldeutschland



**Produktivität**

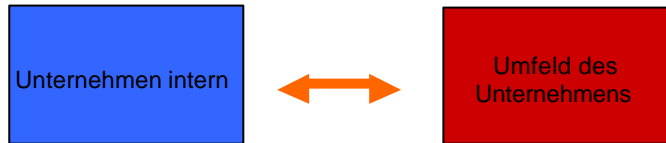
Ziel der Unternehmen



**Innovation**

Ziel des  
Clusterprozesses

### 3.2) Innovationsfaktoren



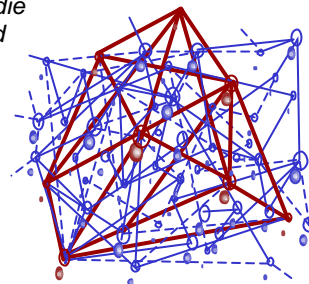
- Wettbewerbsvorteile bestehen nur **innerhalb** von Unternehmen
- Wettbewerbserfolge sind in erster Linie eine Funktion von Entscheidungen **innerhalb** von Unternehmen

- Wettbewerbsvorteile beruhen auf dem **lokalen Umfeld**, in dem ein Unternehmen operiert
- Die Integration in **Cluster** ist ein entscheidender Faktor für den Wettbewerbserfolg eines Unternehmens

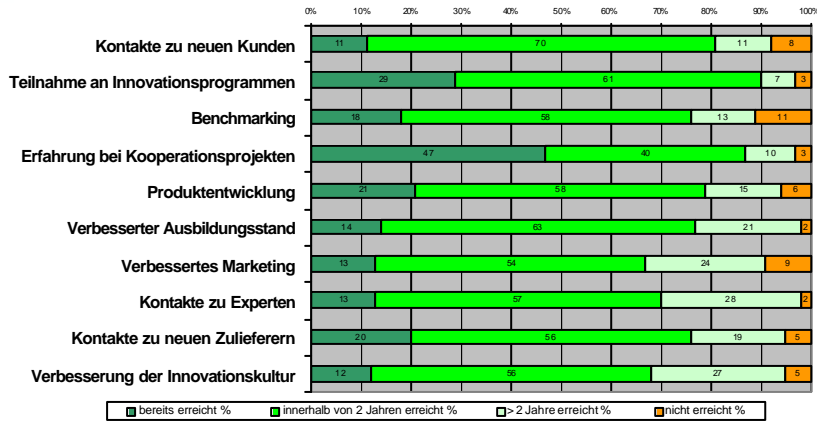
### 3.3) Definition Cluster

- „Cluster sind geografische Konzentrationen von miteinander verbundenen Unternehmen und Institutionen in einem bestimmten Wirtschaftszweig, die aufgrund enger Lieferverflechtungen und Kooperationsbeziehungen eine hohe Wettbewerbsfähigkeit entfalten.“

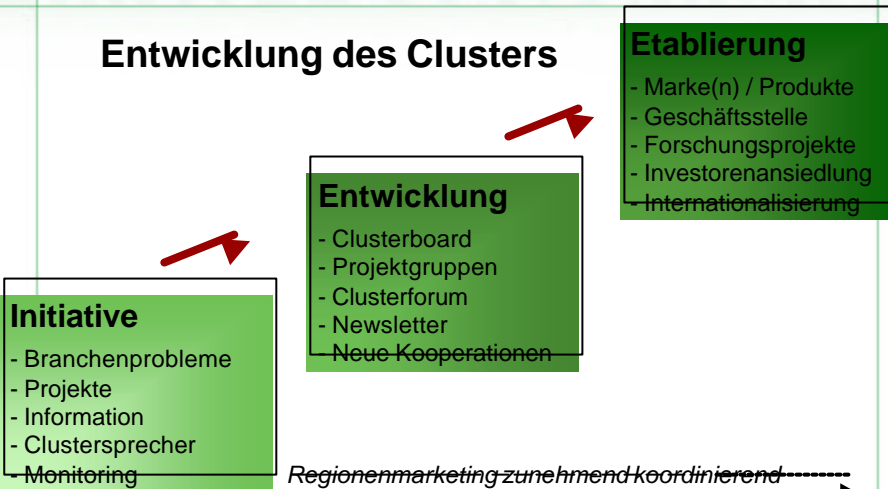
(Michael Porter)



## Beispiel Österreich: Warum wirken Unternehmen in Cluster-Initiativen mit?



## Entwicklung des Clusters





### 3.6) Status der mitteldeutschen Cluster

- Automotive
- Biotechnologie – Life Sciences
- Chemie – Kunststoff
- Energie – Umwelt
- Ernährungswirtschaft
- Informationstechnologie
- Medien
- Kultur - Tourismus

#### Entwicklungsphase

Cluster können auf etablierten Netzwerken aufbauen

#### Initiativphase

Heterogene Marktstruktur erfordert individuelle Cluster-Modelle

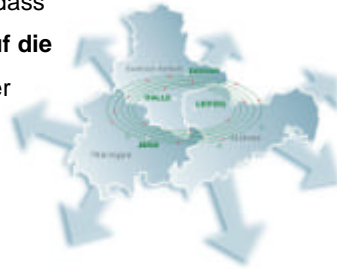
Schwerpunkt nach Zukunftskonferenz

### 3.7) ...Zukunft sichern – durch Cluster

- Cluster stärken Wirtschaftsprofil der Region und machen dadurch die beteiligten Unternehmen bekannter und interessanter
- Cluster steigern Produktivität durch Information und Kostensenkung
- Cluster ziehen Ansiedlungen an
- Cluster steigern Wettbewerbsfähigkeit und damit das Lohnniveau
- Wettbewerbsfähigkeit steigert Wirtschaftskraft und Attraktivität der Region Mitteldeutschland
- Cluster schaffen Arbeitsplätze

⇒ **Das Regionenmarketing Mitteldeutschland initiiert, begleitet und moderiert den Länder übergreifenden Clusterprozess in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.**

Die im Regionenmarketing  
 Mitteldeutschland engagierten  
 Unternehmen sind davon überzeugt, dass  
 nur bei einer klaren **Konzentration auf die  
 Umsetzung** der 5 Handlungsfelder der  
**„Wirtschaftsstrategie für  
 Mitteldeutschland“** die regionalen  
 Potenziale der Region effektiv genutzt  
 werden können.



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

[www.mitteldeutschland.com](http://www.mitteldeutschland.com)

Regionenmarketing Mitteldeutschland  
 info@mitteldeutschland.com  
 0341 – 600 16-0