

# **Unternehmens-Informationssysteme als Instrument zur Förderung regionaler Kooperationen und Netzwerke**

*Holger GNEST*

Dipl.-Ing. Holger Gnest, Universität Hannover, Institut für Landesplanung und Raumforschung, Herrenhäuser Str. 2, D-30419 Hannover,  
[gnest@laum.uni-hannover.de](mailto:gnest@laum.uni-hannover.de)

## **1. EINLEITUNG**

Ist eine Unternehmensdatenbank im Internet ein geeignetes Instrument, um Kooperationen zwischen regionalen Unternehmen zu initiieren? Kann durch ein solches Informationsangebot der Aufbau eines regionalen Netzwerks gefördert und somit ein Beitrag zur regionalen Entwicklung geleistet werden? Diese Fragestellungen waren Gegenstand einer Diplomarbeit (GNEST 2001), in der das Thema im Rahmen einer Fallstudie zum Informationssystem RegIS-online untersucht worden ist.

RegIS-online ([www.regis-online.de](http://www.regis-online.de)) ist ein Wirtschafts-Informationssystem für den Nordwesten Deutschlands, das von 24 Landkreisen und kreisfreien Städten aus West-Niedersachsen und Bremen gemeinsam betrieben wird. Kernstück des Angebots ist das Unternehmens-Informationssystem (UNS), in dem die Profile von 6000 Firmen aus der Region enthalten sind. Neben dem Ziel, das wirtschaftliche Leistungspotenzial der Region darzustellen, sollen durch UNS innerregionale Kooperationsmöglichkeiten zwischen Betrieben gestärkt werden (REGIO-INSTITUT 1999, 18).

Die Fragen, die im Rahmen dieser Fallstudie im Mittelpunkt standen, sind:

- \* Wie bekannt ist das Angebot und in welchem Umfang wird es genutzt?
- \* Mit welcher Zielsetzung und auf welche Art und Weise greifen die Unternehmen auf das Informationssystem zu?
- \* Gibt es Fälle, in denen es über das Informationssystem zu einer neuen Zusammenarbeit und zu Partnerschaften gekommen ist?

Im folgenden wird zunächst auf die Bedeutung von Unternehmensnetzwerken für die Regionalentwicklung sowie auf Möglichkeiten der Regionalpolitik, Netzwerke zu fördern, eingegangen (Kap. 2). Nach einer kurzen Vorstellung des Informationssystem RegIS-online (Kap. 3) werden die Ergebnisse der Untersuchung (Kap. 4) dargestellt. Den Abschluss bilden Schlussfolgerungen, die sich aus dem Fallbeispiel ziehen lassen (Kap. 5).

## **2. DIE FÖRDERUNG VON KOOPERATIONEN UND NETZWERKEN ALS AUFGABE DER REGIONALPOLITIK**

Eine Unternehmenskooperation ist nach NAUJOKS & PAUSCH (1977, 9) „jede bewußte, einseitig kündbare Verhaltensabstimmung, die zur Leistungssteigerung zwischen zwei oder mehreren Unternehmen innerhalb des gesetzlichen Rahmens erfolgt“. Demnach kann nicht von einer Kooperation gesprochen werden

- \* wenn eine reine Marktkoordination oder
- \* der Zusammenschluss z.B. zu einem Konzern vorliegt (ebd.).

Der Begriff 'Netzwerk' wird verwendet, wenn eine Beziehung zwischen mindestens drei selbständigen Unternehmen vorliegt, die durch Langfristigkeit, wechselseitige Abhängigkeit und Vertrauen gekennzeichnet ist (HELLMER ET AL. 1999, 66).

Kooperationen und Netzwerke sind kein neues Phänomen, im Zuge von Postfordismus und Globalisierung ist ihnen aber eine besondere Aufmerksamkeit zuteil geworden. Ausgangspunkt ist ein Wandel in der Produktions- und Arbeitsorganisation, der seit den 80er Jahren in den Wirtschaftswissenschaften diskutiert wird. Vielfältigere Kundenansprüche haben zu einem Trend weg von reiner Massenproduktion und hin zu einer flexiblen und spezialisierten Produktionsweise geführt (SCHÄTZL 1996, 205ff). Dadurch steigt die Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), die sich zu Netzwerken hochspezialisierter Betriebe zusammenschließen können. Der vielzitierte Prototyp einer solchen Entwicklung sind die Kleinbetriebsnetzwerke im sog. 'Dritten Italien'.

Da diese Beziehungen auf persönlichen Kontakten beruhen, die eine räumliche Nähe voraussetzen, wird vielfach vermutet, dass die Bedeutung des regionalen Umfeldes zunimmt. Vor allem für KMU spielen innerregionale Kooperationsbeziehungen eine besondere Rolle, da sie helfen, großenbedingte Nachteile zu kompensieren.

Umgekehrt kommt innovativen Unternehmen und ihrer Einbindung in Netzwerke auch eine große Bedeutung für den Strukturwandel und die regionale Entwicklung zu (FRITSCH ET AL. 1998, 244). Die Herleitung von wirtschaftspolitischen Strategien aus den theoretischen und konzeptionellen Ansätzen ist jedoch schwierig. Diskutiert wird z.B. der Ausbau sektoraler Spezialisierungsmuster (REHFELD 1994, 202), die besondere Rolle von Forschungseinrichtungen und Großbetrieben (KOSCHATZKY & STERNBERG 2000, 495) oder die Einbeziehung aller gesellschaftlichen Akteure in ein 'regionales Innovationssystem' (COOKE 1998, 17f). Ungeachtet dessen können Maßnahmen aber an ganz konkreten Problemen ansetzen. Dazu zählt insbesondere, dass vor allem KMU Schwierigkeiten bei der Anbahnung von Kooperationen haben (STERNBERG 1998, 296; BELZER & HILBERT 1994, 262). Die Unterstützung kleiner Betriebe bei der Suche nach dem richtigen Kooperationspartner kann daher in jedem Fall als sinnvolles Handlungsfeld der wirtschaftsfördernden Institutionen angesehen werden.

## **3. VORSTELLUNG DER FALLSTUDIE REGIS / UNS**

Das Regionale Informationssystem RegIS war ursprünglich eine Datenbank für die Regionalstatistik und steht heute als Sammelbegriff für verschiedene Datenbanken mit regionalen Wirtschaftsinformationen. Der gesamte Datenbestand steht nur den beteiligten Gebietskörperschaften zur Verfügung, die mit einer eigenen Software darauf zugreifen. Ein großer Teil der vorhandenen Daten wird jedoch auch über RegIS-online, das Informationsangebot im Internet, weltweit veröffentlicht. Ein Modul beider Informationssysteme ist das untersuchte Unternehmens-Informationssystem UNS.

### 3.1 RegIS und die Region

Der RegIS-Träger-Pool, dem zunächst neun Landkreise und kreisfreie Städte angehörten, wurde Anfang der 90er Jahre gegründet. Bis heute ist die Anzahl der teilnehmenden Gebietskörperschaften auf 24 gestiegen. Diese leisten entsprechend ihrer Einwohnerzahl einen Beitrag von maximal 6.000 Euro im Jahr (Kröcher mdl. 2000). Zudem sind Ausbaustufen des Informationssystems von der EU<sup>1</sup> und der Gemeinsamen Landesplanung (GLP) Bremen-Niedersachsen gefördert worden. An der inhaltlichen Ausgestaltung beteiligen sich ferner drei Industrie- und Handelskammern, alle Handwerkskammern sowie die Arbeitsverwaltungen der Region. Prozessmoderation und Umsetzung ist Aufgabe des REGIO-Instituts, das 1996 aus der Technologietransferstelle der oldenburgischen Hochschulen heraus in Form einer GmbH gegründet wurde.

Der RegIS-Raum umfasst heute den gesamten Westen des Bundeslandes Niedersachsen sowie das Bundesland Bremen und damit insgesamt 24 Landkreise und kreisfreie Städte (vgl. Abb. 1). In dem Gebiet leben knapp 3,7 Millionen Menschen. Die größten Städte sind das Oberzentrum Bremen mit ca. 550.000 Einwohnern sowie die Großstädte Osnabrück (167.000) und Oldenburg (153.000). Die wirtschaftliche Entwicklung ist in den letzten



Abb. 1: Der RegIS-Raum: West-Niedersachsen und Bremen

Jahren sehr heterogen verlaufen. Während es in einigen Küstenregionen erhebliche strukturelle Probleme gibt, hat sich der Südwesten mit den Landkreisen Emsland, Vechta und Cloppenburg zu einem potenten Wirtschaftsraum entwickelt, der zumindest innerhalb des Landes Niedersachsen über eine überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit verfügt (JUNG 1997, NIEDERSÄCHSISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK 1999, 706).

Im gesamten RegIS-Gebiet sind Land- und Forstwirtschaft überdurchschnittlich stark repräsentiert. In einigen Landkreisen arbeiten noch mehr als 10% der Erwerbstätigen in diesem Sektor. In den südwestlichen Landkreisen ist auch eine Spezialisierung auf das produzierende Gewerbe erkennbar. Innerhalb dieses Sektors liegt der Schwerpunkt in Nordwestdeutschland auf den Bereichen Automobilbau, Schiffbau und Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln (LAMMERS 1997, 6).

### 3.2 UNS

Der Ursprung von UNS liegt in einer Initiative der Handwerkskammer Oldenburg. Dort wurde 1989 mit der Planung von 'HADIS' (Handwerks-Datenbank- und Informationssystem) begonnen. Ziel dieser Datenbank war es, das in der Region vorhandene Potenzial an fertigungstechnischen Einrichtungen oder speziellen Fachkenntnissen besser zu erschließen und auf diese Art und Weise zu verhindern, dass Aufträge nur aufgrund von fehlenden Informationen an Unternehmen von außerhalb vergeben werden (MESTER 1989, 1). Nach mehreren Namenswechseln wurde 1999 der endgültige Name UNS eingeführt.

Nicht jedes Unternehmen aus der Region kann in die Datenbank aufgenommen werden. Angestrebt wird, dass nur Firmen, die über einen überregionalen Absatz, ein eigenes Produkt oder besonderes Know-How verfügen, in die Datenbank eingetragen werden. Die Ersterfassung geschieht durch persönliche Interviews. Damit sollen sowohl die Qualität der aufgenommenen Daten gesichert als auch die Kontakte zwischen Wirtschaftsförderung und Betrieben intensiviert werden (REGIO-INSTITUT 1999, 14).

Im Internet können dann die folgenden Unternehmensdaten eingesehen werden:

- \* Kontaktinformationen und Ansprechpartner,
- \* Branche(n),
- \* Zahl der Mitarbeiter,
- \* Fertigungs- bzw. Dienstleistungsschwerpunkte,
- \* Kooperationswünsche,
- \* Technologieeinsatz,
- \* Exportländer.

UNS enthält zur Zeit ca. 6000 Unternehmen<sup>2</sup>, von denen mehr als die Hälfte im produzierenden Gewerbe tätig ist. Die Zusammensetzung der Betriebe insgesamt spiegelt nicht die Wirtschaftsstruktur des Raumes wider, sondern ist Ausdruck unterschiedlicher Schwerpunktsetzungen in den Landkreisen (z.B. Nahrungsmittelproduktion, Metallverarbeitung, Neue Medien, etc.).

## 4. ANALYSE DER NUTZUNG UND WIRKUNG VON UNS

Da die Wirkungen regionaler Informationssysteme als weitgehend unerforscht gelten müssen und noch keine vergleichbaren Studien vorliegen, ist für die Arbeit eine eigene Methodenkombination entwickelt worden. Sie basiert einerseits auf einer Auswertung der sog. Logfiles, in denen ein WWW-Server protokolliert, wann auf welche Datei zugegriffen worden ist (Kap. 4.1). Darauf aufbauend wurden qualitative Interviews mit in UNS aufgeführten Unternehmen (Kap. 4.2) durchgeführt.

### 4.1 Ergebnisse der Logfile-Auswertung

Für die Auswertung sind die Server-Zugriffe der Monate Mai und Juni 2000 herangezogen worden.

<sup>1</sup> Förderung im Rahmen des Projektes IDAN (Interregional Development Agencies Teleservice Network for small and medium sized Enterprises, [www.idan.org](http://www.idan.org))

<sup>2</sup> Quelle: [www.regis-online.de](http://www.regis-online.de), Stand: 21.12.2001

**Allgemeine Angaben zur Nutzung von UNS**

UNS wird intensiv genutzt. Die Startseite verzeichnete in den beiden Untersuchungsmonaten fast 12.000 Zugriffe, zudem wurden knapp 90.000 Unternehmensprofile und insgesamt über 200.000 Seiten aus dem Unternehmens-Informationssystem abgerufen. Innerhalb von RegIS entfallen mehr als 80% der Seiten-Zugriffe auf diesen Bereich.

Ein Großteil der Besucher, nämlich über 80%, nutzen das Angebot in der Zeit von 7 bis 16 Uhr. Das zeigt, dass UNS hauptsächlich während der Arbeitszeit und weniger von Privatpersonen genutzt wird, denn die Internet-„Prime Time“ privater Haushalte ist nach 20 Uhr (GfK-MEDIENFORSCHUNG 2000, 15).

Für die Aussagekraft einer solchen Auswertung muss immer einschränkend festgestellt werden, dass v.a. zwei Faktoren das Ergebnis verfälschen. Einerseits werden die Zugriffszahlen durch automatisierte Anfragen z.B. von Suchmaschinen erhöht. Andererseits können viele Zugriffe nicht registriert werden, weil sie durch Zwischenspeicher (Rechner-Cache, Proxy-Server) bedient werden, ohne dass der eigentliche Zielrechner darüber informiert wird. Da von diesem Problem alle Seiten und Server betroffen sind, ist eine grundsätzliche, relative Vergleichbarkeit gegeben, absolute Zahlenangaben sind jedoch mit Vorsicht zu betrachten und sollten nur zur Darstellung der ungefähren Dimension herangezogen werden.

Bei der folgenden Auswertung der Datenbankabfragen treten diese Probleme nicht auf, da diese weder automatisiert durchgeführt noch über Zwischenspeicher bedient werden können.

**Suchmöglichkeiten in UNS**

Den Internet-Nutzern stehen drei Wege zur Verfügung, die UNS-Datenbank zu durchsuchen (vgl. <http://www.regis-online.de/german/uns-online/default.htm>):

- \* Volltextsuche: Alle Datensätze werden nach dem Vorkommen eines oder mehrerer Begriffe durchsucht (vergleichbar einer Internet-Suchmaschine)
- \* Erweiterte Suche: In einzelnen Datenfeldern wird gezielt nach ausgewählten Kriterien recherchiert (klassische Datenbanksuche, vgl. Abb. 2)
- \* Suche über Karte: Nach Auswahl des gewünschten Landkreises auf einer Karte, werden alle Unternehmen dieses Landkreises angezeigt.

Die Volltextsuche konnte allein aus technischen Gründen nicht in die Auswertung einfließen. Die Analyse beschränkte sich daher auf die 'Erweiterte Suche', die bei 4673 Recherchen verwendet wurde, und die sog. 'Suche über Karte', die im Untersuchungszeitraum 2979 mal benutzt wurde. Abbildung 2 zeigt eine ausgefüllte Suchmaske für die 'Erweiterte Suche'. Es kann nach Freitexten, Branchen, Regionen und Betriebsgrößen recherchiert werden. Welche Branchen, Betriebsgrößen oder Landkreise dabei am häufigsten ausgewählt werden, wird im folgenden dargestellt.

**Schwerpunkte bei der Branchenauswahl**

Der Branchenschlüssel ist vergleichsweise unpopulär und wird am seltensten (29%) verwendet. Die Einteilung der Branchen orientiert sich am NACE-Schlüssel der Europäischen Union. Bei der Angabe einer Branche hilft der 'Branchenauswahl-Assistent', mit dessen Hilfe die hierarchische Struktur von Kategorien, Abteilungen und Gruppen durchforstet werden kann. Eine grobe Auswertung auf Ebene der Kategorien zeigt, dass mit Abstand die meisten Benutzer eine Branche aus der Kategorie 'Verarbeitendes Gewerbe' auswählen. Das liegt zunächst einmal daran, dass in dieser Kategorie sehr viele Wirtschaftszweige zusammen-gefasst werden. Differenzierter ist eine Auswertung auf Ebene der Abteilungen. Abb. 3 listet die

Abteilungen, die mindestens 45 mal gewählt worden sind, auf. Den höchsten Wert erreicht nun das Baugewerbe, das im NACE-Schlüssel eine eigene Kategorie bildet, gefolgt von Ernährungsgewerbe und Maschinenbau. Auffällig ist insgesamt, dass vor allem die

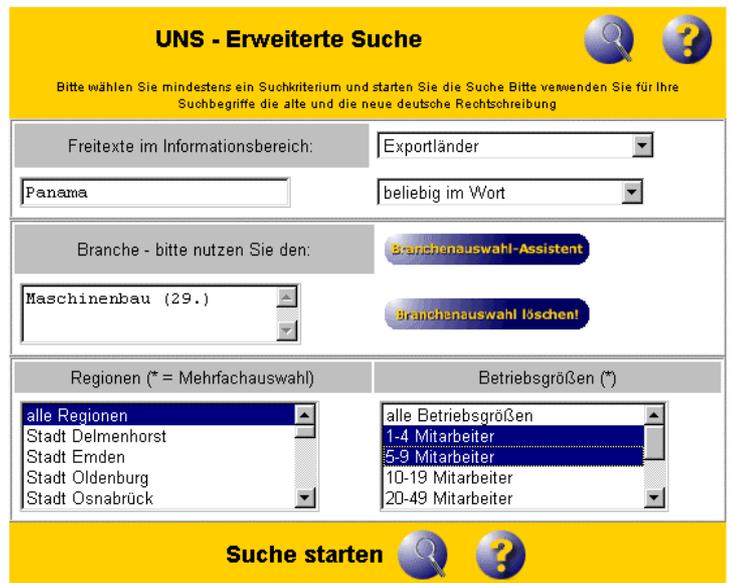


Abb. 2: Ausgefüllte Suchmaske im Rahmen der erweiterte Suche

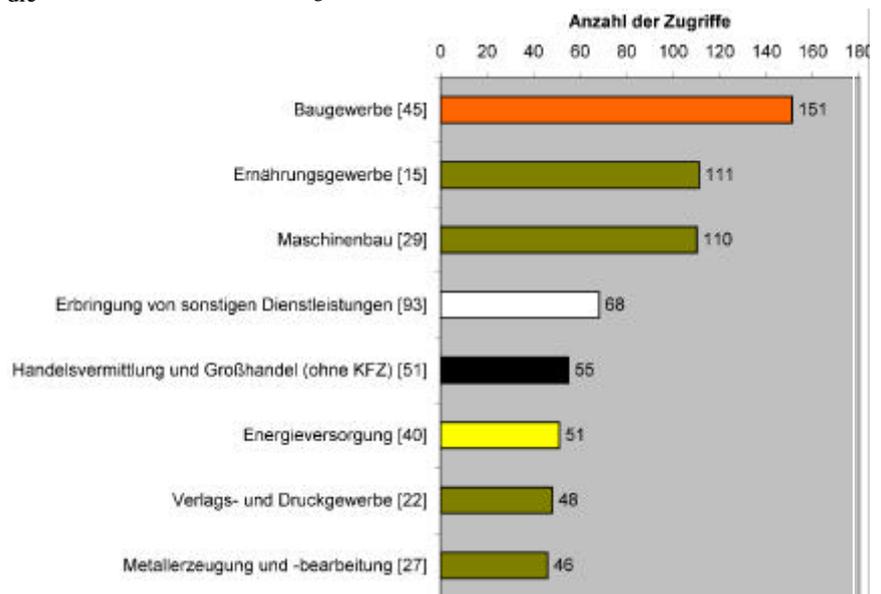


Abb. 3: Am häufigsten ausgewählte Branchen (NACE-Abteilungen mit mind. 45 Zugriffen)

traditionellen Wirtschaftszweige vertreten sind. Selbst die Abteilung 'Landwirtschaft, gewerbliche Jagd' gehört zu den 'TOP 15', während man die 'new economy' dort vergeblich sucht.

Eine Ursache liegt im Branchenschlüssel selbst. Die Abteilung 'Datenverarbeitung und Datenbanken' z.B. gehört zu einer Kategorie, die in UNS mit 'Grundstücks- und Wohnungswesen' abgekürzt wird. Wer den Schlüssel nicht kennt, wird diesen Bereich dort sicherlich nicht vermuten und folglich auch nicht finden. Es ist daher gut möglich, dass Recherchen nach Unternehmen dieses Sektors eher mit Hilfe der Volltextsuche durchgeführt werden und sich damit einer Auswertung in diesem Rahmen entziehen (s.o.).

**Schwerpunkte bei der Angabe von Betriebsgrößen**

Die Nutzer des Informationssystems schränken zu ca. einem Drittel die Suche auf Betriebe bestimmter Größenklassen ein. Sie recherchieren dabei mehrheitlich nach mittleren und großen Betrieben. Zu rund 85% werden Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten gesucht (vgl. Abb. 4).

**Schwerpunkte bei der regionalen Eingrenzung**

Um nur Unternehmen aus bestimmten Landkreisen oder kreisfreien Städten zu suchen, kann sowohl die erweiterte Suche als auch die Suche mit Hilfe der Karte (dann ohne weitere Suchkriterien) verwendet werden. Eine gemeinsame Auswertung der getroffenen Auswahlen verdeutlicht, dass es große Unterschiede der Häufigkeit, in der bestimmte Gebietskörperschaften ausgewählt wurden, gibt. Während nach Unternehmen aus dem Landkreis Emsland und der Stadt Oldenburg ca. 700 mal gesucht wurde, ist der Landkreis Wittmund nur in 94 Fällen ausgewählt worden. Die kartographische Darstellung der Verteilung macht deutlich, dass vor allem nach Unternehmen aus den wirtschaftlich starken Landkreisen im Südwesten des RegIS-Raums gesucht wird, während der strukturschwache Küstenraum weniger nachgefragt wird.

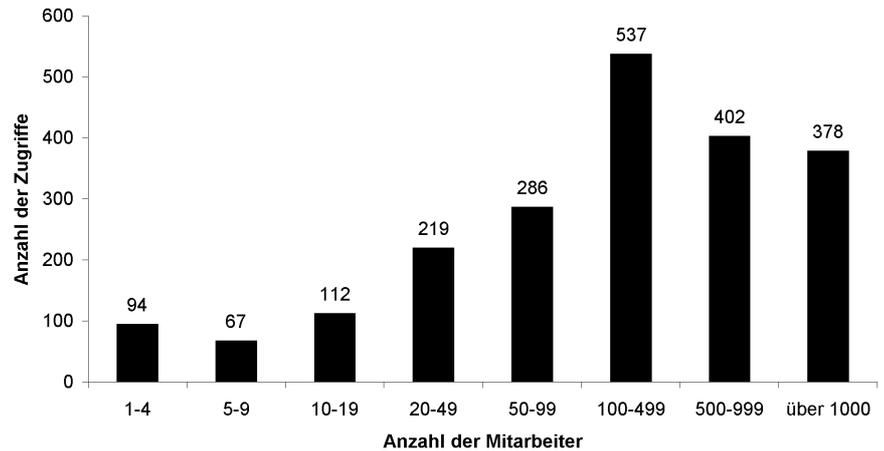


Abb. 4: Auswahl von Betriebsgrößen

Berücksichtigt man jedoch die unterschiedliche Größe der Kreise und kreisfreien Städte und korreliert die Anzahl der Datenbank-Recherchen mit der Anzahl der Beschäftigten in dem Gebiet<sup>3</sup>, ergibt sich ein völlig anderes Bild. Die Stadt Bremen beispielsweise kann zwar viele Abfragen vorweisen, aber nicht in dem Maße wie es im Verhältnis zur Größe der Stadt erwartet werden könnte. Umgekehrt relativiert sich das schlechte Abschneiden des kleinen Landkreises Wittmund, der bei dieser Betrachtung im Mittelfeld landet. In der kartographische Darstellung (Abb. 5) fällt auf, dass insbesondere die Landkreise schlecht abschneiden, die innerhalb des RegIS-Gebietes eine Randlage innehaben und auch mit anderen Regionen wirtschaftlich verflochten sind (z.B. der Raum Osnabrück).

**4.2 Ergebnisse der Interviews mit Unternehmen**

Um mehr über die Zielsetzung, mit der auf die Datenbank zugegriffen wird, und mögliche Auswirkungen der Nutzung zu erfahren, wurden Interviews mit Unternehmen aus dem Raum durchgeführt. Dafür wurden insgesamt 16 Firmen aus der Stadt Oldenburg und dem Landkreis Emsland ausgewählt, für die höherer Wahrscheinlichkeit angenommen werden konnte, dass sie über das Informationssystem bereits neue Kontakte knüpfen konnten. Dabei handelte es sich entweder um die Unternehmen, deren Profile am häufigsten abgerufen worden waren, oder um solche, die bei der Aktualisierung ihres Profils angegeben hatte, dass sie bereits neue Kunden oder Kooperationspartner gewonnen hätten. Die Interviews in Form von teilstrukturierten Leitfadengesprächen wurden je zur Hälfte persönlich bzw. telefonisch durchgeführt.

Obwohl die Gesprächspartner entweder die Inhaber oder die in der Datenbank als offizielle Ansprechpartner genannten Personen waren, stellte sich bei drei Interviews heraus, dass RegIS und UNS den Befragten nicht bekannt war.

**Aufnahme in UNS**

Die Einstiegsfrage richtete sich nach dem Grund der Teilnahme an UNS. Dabei wurde deutlich, dass sich die Firmen insgesamt nur wenig von der Aufnahme versprochen haben. „Wir haben da mitgemacht, weil es von der Wirtschaftsförderung kam und nichts gekostet hat“ lautete z.B. eine Antwort. Nur in zwei Fällen bestand überhaupt die Erwartung, zumindest mittelfristig neue Kunden zu gewinnen. Die mittelgroßen und großen Betrieben betrachten ihre Teilnahme eher als Engagement für die Region.

**Nutzung von UNS**

Nur sechs der befragten Unternehmen setzten UNS selber ein (acht Firmen nutzen die Datenbank nicht, in zwei Fällen konnte der Gesprächspartner keine Auskunft geben). Unter den Nutzern befinden sich zwei große Unternehmen, in denen die Einkaufsabteilung das Informationssystem verwendet. Ein Betrieb konnte über den zweimaligen Einsatz bei der Anschaffung neuer LKWs berichten. In zwei Firmen ist UNS bereits zur Suche nach potenziellen Kunden genutzt worden, außerdem haben sie, wie auch das verbleibende Unternehmen, die Datenbank als Quelle für Vorabinformationen eingesetzt, um sich ein besseres Bild von einem anderen Unternehmen zu machen.

<sup>3</sup> Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.06.1998; Quellen: Niedersächsisches Landesamt für Statistik (Statistische Monatshefte Niedersachsen 53, (5/1999), 314) und BAW Institut für Wirtschaftsforschung Bremen (<http://www.baw.uni-bremen.de/statistik/sozbesch/Beschentw.html>, 23.12.01)

Die Nutzer von UNS sind grundsätzlich zufrieden. Gelobt wurde der hohe Informationsgehalt, während die Darstellung (grafische Gestaltung, fehlende 'Corporate Identity') z.T. bemängelt wurde.

**Neue Kontakte durch UNS**

Von besonderem Interesse ist die Frage, ob über UNS neue Kontakte oder Kooperationen entstanden sind. Nur zwei der befragten Unternehmen gaben hierzu an, neue Kunden über das Informationssystem gefunden zu haben. Das ist insofern erstaunlich, da alleine sieben der befragten Firmen deshalb ausgewählt wurden, weil sie bei der Aktualisierung ihres Profils das Gegenteil angegeben hatten (s.o.). Warum die Betriebe die schriftliche Anfrage anders beantwortet hatten, konnte im Rahmen der Arbeit nicht geklärt werden.

Ein grundsätzliches Problem ist, dass in einem Unternehmen (oder einem Mitarbeiter) gar nicht bekannt ist, wie ein neuer Kontakt entstanden ist, weil z.B. ein Anrufer dazu keine Angabe macht oder nicht danach gefragt wird. Vor allem bei überregional bekannten Firmen ist nicht davon auszugehen, dass bei der Kontaktaufnahme auf UNS Bezug genommen wird. Selbst bei Anfragen, die über das Internet kommen, läßt sich kaum unterscheiden, ob der Kontakt über UNS oder die eigene Homepage des Unternehmens zustande gekommen ist. Trotz dieser Unwägbarkeiten kann für einige der untersuchten Unternehmen aus verschiedenen Gründen ausgeschlossen werden, dass möglicherweise über UNS neue Kontakte entstanden, aber in dieser Untersuchung nicht ermittelt werden konnten.

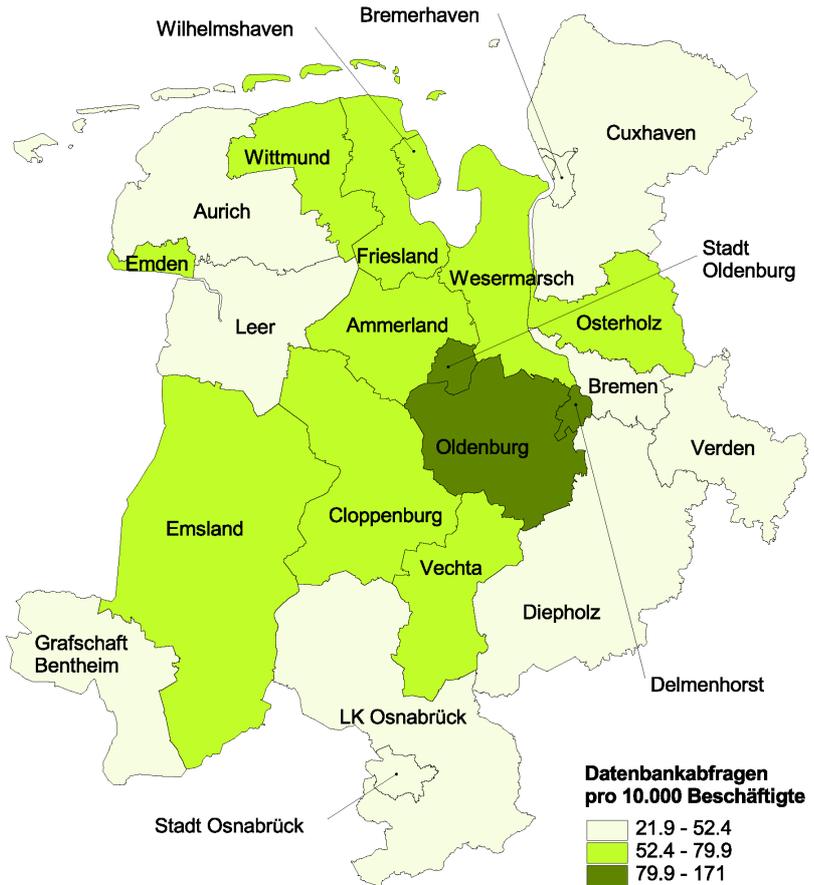


Abb. 5: Auswahl von Regionen im Verhältnis zur Beschäftigtenzahl

Im folgenden werden die beiden Firmen, die definitiv neue Kunden über UNS gefunden haben, kurz vorgestellt.

Firma A ist ein Zulieferbetrieb und im Bereich Blechverarbeitung tätig. Das Unternehmen wurde von der Kreis-Wirtschaftsförderung angesprochen und in die Datenbank UNS aufgenommen. Daraufhin wurde festgestellt, „dass man das ja nutzen kann“. Als vor zwei Jahren eine neue Maschine angeschafft wurde, bestand auch Bedarf an neuen Kunden, um diese Maschine auszulasten. Die Recherche nach anderen Betrieben, die Bedarf an solchen Produkten haben könnten, wurde mit Hilfe der Unternehmensdatenbank durchgeführt. Dabei entstanden 30 bis 40 Kontakte und ca. 10 bis 15 neue Kunden. Inzwischen ist die angeschaffte Maschine ausgelastet, neue Aufträge können von A nicht mehr bedient werden.

Firma B hat eine sehr breite Angebotspalette in den Bereichen Werbung, Medien und Internet. Die Inhaber wurden von Freunden auf RegIS angesprochen und haben sich daraufhin beim zuständigen Wirtschaftsförderer um einen Eintrag bemüht. In der Firma ist die Datenbank UNS zur Gewinnung neuer Kunden genutzt worden. Dazu wurde im Informationssystem nach Unternehmen gesucht, für die sie sich die eigenen Produkte anbieten würden. Die Nachteile, keine Adressenlisten erstellen zu können und die Kontaktinformationen stattdessen von Hand abtippen zu müssen, wurde durch die hohe Qualität der gewonnenen Daten ausgeglichen. Auf diese Art und Weise konnten sechs neue Kunden akquiriert werden. In weiteren Fällen entstanden neue Geschäftsbeziehungen durch Kunden, die das Profil von B in UNS gefunden hatten. Der Inhaber stellte dazu fest, man frage nicht so deutlich, aber ihm seien zwei „vernünftige Kontakte“ bekannt.

**Suche nach Kooperationspartnern**

Den Abschluss des Interviews bildeten allgemeine Fragen zum Vorgehen bei der Suche nach Kooperationspartnern und zu den Kriterien, die bei der Auswahl eines Partnerunternehmens von Bedeutung sind. Dabei wurde deutlich, dass Kooperationen im eigentlichen Sinne fast nur über bestehende, persönliche Kontakte zustande kommen. Aus den persönlichen Kontakten resultiert ein gewissen Vertrauen sowohl was die Qualität der Arbeit des Partners betrifft als auch hinsichtlich der Gefahr, übervorteilt zu werden. Dahinter steht der Wunsch, sich auf andere verlassen zu können, wenn es mal Schwierigkeiten gibt, was z.B. im folgenden Zitat zum Ausdruck kommt: „[Name des Produkts] sind eine recht komplexe Sache, mit wildfremden Firmen mache ich so etwas nicht“. Auf die Frage, wie die persönlichen Kontakte entstehen, wurden sehr häufig Messen und die Zusammenarbeit mit Kunden oder Lieferanten genannt.

Wenn Unternehmen gesucht werden, mit denen sich die Beziehung auf den Erwerb bestimmter Produkte beschränken soll, spielen persönliche Kontakte keine besondere Rolle. Stattdessen wird eine Vielzahl von Informationsmedien eingesetzt. Die Gesprächspartner nannten die Gelben Seiten (5x), das World Wide Web (3x) sowie die Datenbanken UNS und 'Wer liefert was?' (je 2x).

Als wichtigste Kriterien, die eine Partner-Firma erfüllen muss, wurden Qualität, Zuverlässigkeit und Schnelligkeit genannt. Die Nachfrage nach der Wichtigkeit räumlicher Nähe ergab sehr unterschiedliche Antworten. Allgemein wurde dieses Kriterium als vorteilhaft oder wünschenswert bezeichnet, d.h. es spielt eine Rolle, weil die geringe Distanz v.a. bei der Problemlösung von großem Vorteil ist, aber es ist gegenüber inhaltlichen Gesichtspunkten (Art und Qualität der Leistungen) nachrangig.

Die Größe eines anderen Unternehmens ist eher unwichtig. Wenn eine Präferenz geäußert wurde, dann für kleine Betriebe, die sich nach Meinung der Gesprächspartner durch eine größere Flexibilität und weniger Hierarchien auszeichnen. Diese Angaben stehen im Widerspruch zu den Ergebnissen der Logfile-Analyse, wonach hauptsächlich nach mittleren und großen Unternehmen gesucht wird (vgl. Kapitel 4.1).

## 5. SCHLUSSFOLGERUNGEN ZUM INSTRUMENT UNTERNEHMENS-INFORMATIONSSYSTEM

Die vorgestellte Untersuchung hat kaum Hinweise gibt, dass über die Benutzung von UNS im Internet Kooperationen in der Region entstehen. Dafür gibt es vor allem zwei Gründe:

- \* RegIS und UNS sind zu wenig bekannt und werden zu selten benutzt.
- \* Bei der Suche nach Kooperationspartnern spielen vorhandene persönliche Kontakte eine übergeordnete Rolle.

zu 1) Die Auswertung der Logfiles zeigt, dass das Informationssystem rege genutzt wird. Dennoch wird das Nutzer-Potenzial nur unzureichend ausgeschöpft. Allein die Tatsache, dass einigen Inhabern bzw. offiziellen Ansprechpartnern die Datenbank UNS, in der das eigene Unternehmen aufgeführt ist, nicht bekannt ist, ist ein denkwürdiges Ergebnis. Auch die befragten Pool- und Kooperationspartner haben auf den geringen Bekanntheitsgrad hingewiesen. Besonders in den kleinen Betrieben wird die Datenbank nicht eingesetzt. Darüber hinaus scheint das Informationssystem in vielen Unternehmen nur als Präsentationsmöglichkeit angesehen zu werden und nicht als ein Instrument, das man auch selbst einsetzen kann.

Ein regionales Unternehmens-Informationssystem im Internet entfaltet erst dann seine Wirkung, wenn es von den Firmen auch benutzt wird. Dabei steht es in Konkurrenz zu etablierten Angeboten, wie z.B. 'Wer liefert was?', und eingeschliffenen Gewohnheiten. Offensichtlich reichen ein großer Datenbestand und eine hohe Datenqualität nicht aus, um eine flächendeckende Nutzung in den Unternehmen zu erzielen. Vielmehr muss ein solches System als Produkt verstanden und vermarktet werden. Die dafür anfallenden Kosten müssen vor dem Hintergrund gesehen werden, dass mit Aufbau und Pflege einer Unternehmensdatenbank ein großer personeller und auch finanzieller Aufwand verbunden ist, der sich aber nur lohnt, wenn das Informationssystem anschließend auch eingesetzt wird.

zu 2) Die Interviews haben gezeigt, dass bei der Suche nach Kooperationspartnern in erster Linie die bestehenden, persönlichen Beziehungen genutzt werden. Über Kontakte und Erfahrungen wird das nötige Vertrauen in den Partner und dessen Zuverlässigkeit aufgebaut (vgl. BELZER & HILBERT 1994, 264). Die Tatsache, dass Unternehmen bei der Suche nach Kooperationspartnern auf persönliche Kontakte zurückgreifen, ist auch in anderen Studien festgestellt worden (HAHN ET AL. 1994, 193; HELLMER ET AL. 1999, 162). Demgegenüber bietet die Recherche in der Datenbank zwar den Vorteil, das 'optimale' Unternehmen zu ermitteln. Die immer mit einer Kooperation verbundenen Unsicherheiten werden durch die Wahl eines persönlich bekannten Partners aber reduziert. Dieses niedrigere Risiko scheint der entscheidende Faktor zu sein.

Ein Unternehmens-Informationssystem kann jedoch einen mittelbaren Einfluss ausüben. Bei der Suche nach Lieferanten oder Kunden spielt Vertrauen eine viel geringere Rolle. Im Rahmen solcher Aufgaben werden von den Firmen auch Datenbanken und das WWW für eine Suche herangezogen. Aus der zunächst geringen Zusammenarbeit entwickeln sich i.d.R. auch persönliche Kontakte, die vielleicht später zu einer engeren Zusammenarbeit führen können. Denn Kooperationen entstehen häufig aus bestehenden Beziehungen zu Kunden und Lieferanten.

Fazit: Der Ansatz, über ein Informationssystem einen direkten Beitrag zum Aufbau eines Unternehmensnetzwerks zu leisten, ist illusorisch. Aber ein intensiv genutztes Informationssystem erhöht die regionale Vernetzung und schafft damit mittelfristig die Voraussetzung für das Entstehen neuer Kooperationen.

## QUELLENVERZEICHNIS

### Literatur

- BELZER, Volker und HILBERT, Josef, 1994: Der steinige Weg zum virtuellen Unternehmen: Empirische Befunde zu überbetrieblichen Kooperationen in Nordrhein-Westfalen. In: Krumbain, Wolfgang (Hrsg.): Ökonomische und politische Netzwerke in der Region, Münster, 249-270.
- COOKE, Philip, 1998: Introduction: origins of the concept. In: Braczyk, Hans-Joachim; Cooke, Philip und Heidenreich, Martin (Hrsg.): Regional Innovation Systems: The role of governance in a globalized world, London, 2-25.
- FRITSCH, Michael; KOSCHATZKY, Knut; SCHÄTZL, Ludwig und STERNBERG, Rolf, 1998: Regionale Innovationspotentiale und innovative Netzwerke. Raumforschung und Raumordnung 56, (4), 243-252.
- GfK MEDIENFORSCHUNG (Hrsg.), 2000: GfK Online-Monitor: 6. Untersuchungswelle. Internet: <http://194.175.173.244/gfk/unternehmen/medien/studien.html> (23.12.2001).
- GNEST, Holger, 2001: Vernetzt!? - Die Rolle eines Informationssystems beim Aufbau regionaler Kooperationen und Netzwerke am Beispiel von RegIS-online. Diplomarbeit am Institut für Landesplanung und Raumforschung der Universität Hannover.
- HAHN, Roland; GAISER, Arne; HÉRAUD, Jean-Alain und MULLER, Emmanuel, 1994: Innovationsfähigkeit der Unternehmen und regionales Umfeld: Eine vergleichende Untersuchung im Elsaß und im Bodenseeraum. Raumforschung und Raumordnung 52, (3), 193-202.
- HELLMER, Friedhelm; FRIESE, Christian; KOLLROS, Heike und KRUMBAIN, Wolfgang, 1999: Mythos Netzwerke: Regionale Innovationsprozesse zwischen Kontinuität und Wandel. Berlin.
- JUNG, Hans-Ulrich, 1997: Regionalbericht 1995 / 96 / 97: Aktuelle wirtschaftliche Entwicklung in den Regionen Niedersachsens und den angrenzenden Hansestädten. Herausgegeben vom Niedersächsischen Institut für Wirtschaftsforschung, Hannover.
- KOSCHATZKY, Knut und STERNBERG, Rolf, 2000: R&D Cooperation in Innovation System: Some lessons from the European Regional Innovation Survey (ERIS). European Planning Studies 8, (4), 487-501.
- LAMMERS, Konrad, 1997: Nordwestdeutschland und seine Regionen im Standortwettbewerb. In: ARL (Hrsg.): Landesentwicklung in Norddeutschland: Nordwestdeutschland und seine Regionen im Standortwettbewerb, Arbeitsmaterial 236, Hannover, 3-18.
- MESTER, 1989: Einrichtung einer Produkt- und Leistungsdatenbank für das Handwerk. Unveröffentlichtes Arbeitspapier, Oldenburg.
- NAUIJOKS, Wilfried und PAUSCH, Rainer, 1977: Kooperationsverhalten in der Wirtschaft: Eine empirische Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der grenzüberschreitenden Kooperation. Beiträge zur Mittelstandsforschung 32, Bonn.
- NIEDERSÄCHSISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK (Hrsg.), 1999: Auf einen Blick: Hannover bleibt wirtschaftliches Kraftzentrum des Landes. Statistische Monatshefte Niedersachsen 53, (12/1999), 706.
- REGIO-INSTITUT (Hrsg.), 1999: Aufbau eines regionalen Wirtschaftsinformationssystems: Ein Netzwerk für innovative Regionalentwicklung in Nordwestdeutschland; Projektbericht für den Zeitraum 16. August 1998 - 15. August 1999. Oldenburg.
- REHFELD, Dieter, 1994: Produktionscluster und räumliche Entwicklung: Beispiele und Konsequenzen. In: Krumbain, Wolfgang (Hrsg.): Ökonomische und politische Netzwerke in der Region, Münster, 187-206.
- SCHÄTZL, Ludwig, 1996: Wirtschaftsgeographie I: Theorie. Paderborn.
- STERNBERG, Rolf, 1998: Innovierende Industrieunternehmen und ihre Einbindung in intraregionale versus interregionale Netzwerke. Raumforschung und Raumordnung 56, (4), 288-298.

### Mündliche Quellen

Herr KRÖCHER ( REGIO-Institut GmbH an der Universität Oldenburg): Mündliche Mitteilung vom 6.11.2000.