



Netzwerke und Cluster

Nehmen und Geben

Um im Wettbewerb die Nase vorn zu haben und auch Krisen erfolgreich zu bewältigen, genügt es oft nicht mehr, das im eigenen Unternehmen vorhandene Wissen zu nutzen. Vor allem bei der Entwicklung von zunehmend komplexen innovativen Lösungen, sind gerade kleine und mittlere Unternehmen gut beraten, sich mit Kooperationspartnern zu vernetzen und externes Wissen gezielt zu erschließen.

Unternehmensübergreifende Netzwerke organisieren den effizienten Austausch von Ressourcen und Wissen. Die beteiligten Unternehmen profitieren vom Wissen, den Erfahrungen und den Lösungsangeboten

der im Netzwerk vertretenen Partner. Netzwerken bedeutet immer auch Kooperation auf Augenhöhe. Netzwerke zeichnen sich deshalb durch flache, flexible, offene und partnerschaftliche Strukturen aus. Darin un-

terscheiden sie sich also von den in den beteiligten Unternehmen in der Regel etablierten linearen Organisationsstrukturen sowie von traditionellen hierarchischen Kunden-Lieferanten-Geschäftsbeziehungen.

Ziele der Kooperation sowie über die jeweiligen Erwartungen an Nutzen und Beteiligung ist wesentlich für die Herausbildung einer vertrauensvollen Kultur. Darüber hinaus sollten die im Netzwerk vorhandenen Kompetenzen und Erfahrungen für alle Partner transparent sein. Und schließlich sollten die Strukturen und Interaktionsprozesse im Netzwerk klar definiert und allen bekannt sein.

Gemeinsam stark

**Wissen nutzen in Netzwerken und Clustern /
Montag, 11. Mai, 10 Uhr, IHK Frankfurt**

Die bundesweite Roadshow Wissensmanagement des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie macht auch in der IHK Frankfurt Station. Thema der Veranstaltung ist „Gemeinsam stark – Wissen nutzen in Netzwerken und Clustern“. An diesem Tag stehen Praktiker aus Unternehmen

und Organisationen, die erfolgreich Netzwerke nutzen, Rede und Antwort. Die Teilnahme ist kostenfrei. Anmeldung und Infos: IHK Frankfurt, Wirtschaftspolitik und Metropolenentwicklung, Nadine Muschick, Telefon 069/2197-1812, E-Mail n.muschick@frankfurt-main.ihk.de. **II**

Erfolg versprechende Rahmenbedingungen

Damit solche Netzwerke funktionieren, das heißt, alle Partner den erwarteten Nutzen realisieren können, müssen sozio-ökonomische und kulturelle Rahmenbedingungen ebenso gestaltet werden wie organisatorische Maßnahmen bis hin zu einer gegebenenfalls sinnvollen IT-Unterstützung umgesetzt werden.

Transparenz

Netzwerke basieren auf Vertrauen. Daher ist Transparenz ein wichtiger Erfolgsfaktor: Transparenz über die

Win-win

Netzwerkpartner haben unterschiedliche Nutzenerwartungen und übernehmen unterschiedliche, sich ergänzende Rollen im Netzwerk. Wichtig dabei ist jedoch, dass dem Nehmen ein angemessenes Geben gegenübersteht. Alle Partner bringen sich mit ihrem Wissen, ihren Erfahrungen, ihrer Kreativität und ihren Lösungen in das Netzwerk ein.

Bewusster Umgang mit dem eigenen Wissen

Um sich im erforderlichen Maße einbringen zu können, müssen die

DEFINITIONEN

Netzwerk

Ein Netzwerk ist eine gewollt lose Form der Organisiertheit, wie informelle Zusammenschlüsse und Verbände von Menschen oder Organisationen, die durch das Netzwerk einen Vorteil erfahren oder sich erhoffen.

Cluster

Wirtschaftliche Cluster sind Netzwerke von eng zusammenarbeitenden Unternehmen in räumlicher Nähe zueinander, deren Aktivitäten sich entlang einer oder mehrerer Wertschöpfungsketten ergänzen oder miteinander verwandt sind. Erst unter dieser Bedingung kann ein Wachstumspool entstehen, der auch Zulieferer und spezialisierte Dienstleister anzieht und Wettbewerbsvorteile für alle beteiligten Unternehmen schafft.

Partner das jeweils eigene Know-how kennen und bewerten können. Nämlich welches Wissen für das eigene Unternehmen und für die Zusammenarbeit im Netzwerk relevant ist. Zudem müssen sie sich darüber im Klaren sein, welches fehlende Wissen sie sich dort erschließen oder gemeinsam mit den Partnern entwickeln wollen. Wichtig ist aber auch, Grenzen zu setzen: Unternehmen sollten für sich selber definieren, welches interne Wissen sie in Netzwerken schützen wollen.

Unterstützende Infrastruktur

Eine angemessene Infrastruktur, zum Beispiel eine gemeinsam genutzte IT-Plattform, unterstützt eine möglichst effiziente und kontinuierliche Zusammenarbeit im Netzwerk. Diese funktioniert auch dann, wenn die Mitglieder sich nicht persönlich treffen. Der geregelte Zugriff auf gemeinsame Dokumente gehört ebenso dazu wie gegebenenfalls

Web-2.0-Anwendungen, also Wikis, Blogs oder Foren.

Vertrauen und persönliche Kommunikation

Doch bei aller virtuellen Unterstützung lehrt die Erfahrung mit Wissensaustausch und Kollaboration in sogenannten Communitys, seien sie nun intern oder extern, dass für das Funktionieren der persönliche Kontakt entscheidend ist.

Umdenken

Netzwerk-Kompetenzen zu nutzen, heißt immer auch sich einzubringen und sich in einem partnerschaftlichen Verhältnis anderen zu öffnen. Das erfordert unter Umständen ein tief greifendes Umdenken, nicht zuletzt bezogen auf das „not invented here“-Syndrom. Beim Netzwerken geht es genau darum, fremdes Wissen anzuerkennen, wertzuschätzen, zu nutzen und weiterzuentwickeln.

Durch ein Engagement in Netzwerken nutzen Unternehmer gezielt Synergien. Sie sparen also Zeit und Geld, indem sie auf die Erfahrungen und Lösungen ihrer Netzwerkpartner zurückgreifen können. Dies hat den Vorteil, dass sie sich dabei verstärkt auf die Kernkompetenzen ihres Unternehmens konzentrieren oder sich im Verbund ein ungleich größeres und diversifizierteres Kreativitätspotenzial erschließen können. Das ist jedoch nicht umsonst zu haben: Netzwerke funktionieren nur, wenn sich alle Partner aktiv einbringen. Doch die Mühe lohnt sich. II

AUTORIN



Gabriele Vollmar
Inhaberin, Vollmar
Wissen + Kommunikation, Reutlingen,
und Mitglied des Beirats „Fit für
den Wissenswettbewerb“, Berlin
gvollmar@wissen-kommunizieren.de



Die CITY CARD ist eine Kunden-Erlebniskarte im Rhein-Main-Gebiet, die ihren Inhabern jeden Monat exklusive Vorteile mit über 50 Angeboten zu attraktiven Sonderpreisen und 2 for 1 Aktionen offeriert.

Kundenbindung à la Carte

Machen Sie die CITY CARD zu Ihrem eigenen Kundenbindungssystem

Das kann die CITY CARD

- Angebote aus Kultur, Gastro, Freizeit und Shopping
- 60 namhafte Firmen und Veranstalter
- Eigenes Magazin und Homepage
- Professionelles Service-Team
- Monatlicher Beihefter in der Aboauflage des JOURNAL FRANKFURT
- Mehr als 10.000 aktive CITY CARD-Inhaber im Rhein-Main Gebiet

Das kann Ihre individuelle CITY CARD

- Nutzung aller bestehender CITY CARD Angebote
- Nutzung eigener, individueller, zusätzlicher Angebote
- Gewinnung von Neukunden
- Steigerung der Kundenbindung
- Differenzierung vom Wettbewerb
- Exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis durch Nutzung vorhandener Strukturen