



Kreativität und Innovation durch Vernetzung

Unternehmensnetzwerke in Deutschland: Ergebnisse einer Unternehmensumfrage

Projektleitung

Johannes Glückler, Thomas Armbrüster, Monique Janneck,
Waltraud Dehning

Wissenschaftliche Mitarbeit

Ingmar Hammer, Henning Staar

Unternehmensnetzwerke in Deutschland: Ergebnisse einer Unternehmensumfrage

1 Zusammenfassung

- Von 11.440 Unternehmen, die an der Umfrage teilnahmen, war genau ein Drittel (3.822 Unternehmen) in Netzwerken aktiv. Über 90% der nicht in Netzwerken aktiven Unternehmen hatten noch keine Erfahrungen mit Netzwerken gesammelt. Fehlender Nutzen, Spezialisierungsgrad und branchenspezifische Effekte waren mehrheitlich der Grund, sich nicht in Netzwerken zu engagieren.
- Unternehmensnetzwerke fanden sich in allen Branchen. Schwerpunkte bildeten hierbei vor allem Konsumenten- und wissensintensive Dienstleistungen sowie das produzierende Gewerbe.
- Der größte Teil der in Netzwerken aktiven Unternehmen (95%) war in zeitlich unbefristeten Netzwerken tätig, nicht gefördert (61,9%) und arbeitete nicht mit öffentlichen Einrichtungen (70,5%).
- Die Netzwerke waren größtenteils überregional organisiert, mit klarem Schwerpunkt auf Deutschland. So war knapp ein Drittel der Netzwerke deutschlandweit organisiert, weniger als ein Fünftel (18,5%) arbeitete dagegen ausschließlich regional.
- Marketinginnovationen bildeten die dominante Innovationsform (36%). Produkt-, Prozess- und Organisationsinnovationen wurden von jeweils einem Fünftel der Unternehmen berichtet. Mehrfachinnovationen, d.h. die gleichzeitige Entwicklung einer Produkt-, Prozess- und Marketinginnovation waren eher selten.
- Viele Unternehmensnetzwerke waren innovativ. Während nur 382 (9%) Unternehmen in Forschungs- und Entwicklungsnetzwerken kooperierten, berichteten 2.200 Unternehmen bereits eine Innovation aus der Netzwerkarbeit hervorgebracht zu haben.
- Nicht nur Unternehmen arbeiten mit anderen Unternehmen zusammen, sondern auch Netzwerke. So kooperierten 57% der Netzwerke mit einem anderen Netzwerk, 17% waren Teil eines größeren Netzwerkes und 10% der Netzwerke waren aus einem anderen Netzwerk hervorgegangen.
- Rechtliche Herausforderungen in der Zusammenarbeit bezogen sich vor allem auf monetäre Aspekte. Die größten Probleme stellten die Honorierung von Leistungen (21,5%) sowie die Bemessung von Beitragspflichten der Teilnehmer im Netzwerk dar (18,4%).
- Etablierte Kommunikationsmittel wie Telefon, Fax und E-Mail wurden als die wichtigsten technischen Kommunikationsmittel innerhalb der Netzwerke angegeben. Über 80% der netzwerkaktiven Unternehmen nutzten diese technischen Kommunikationsmittel, gefolgt von persönlichen Treffen (36%) und netzwerkspezifischer Software, die eigens für das Netzwerk entwickelt wurde (26%).

2 Einleitung

Unternehmensnetzwerke haben in den letzten Jahrzehnten große Beachtung erfahren. Die ökonomische Bedeutung und die unternehmerischen Möglichkeiten, die sich Unternehmen durch Kooperation eröffnen, sind in vielfältigen Forschungsansätzen untersucht worden. Trotz der großen Zahl bisheriger Studien sind wichtige Fragen zur empirischen Verbreitung und Bedeutung von Unternehmensnetzwerken unbeantwortet geblieben. Ziel dieser Untersuchung war es, die Verbreitung überbetrieblich organisierter Unternehmensverbände in einer deutschlandweiten und branchenübergreifenden Unternehmensbefragung zu erfassen. Der Fokus dieser Studie lag auf organisierten Netzwerken, in denen sich Partner im Netzwerk untereinander kennen und sich gleichzeitig alle Netzwerkteilnehmer ihrer Zugehörigkeit zum Netzwerk bewusst sind.

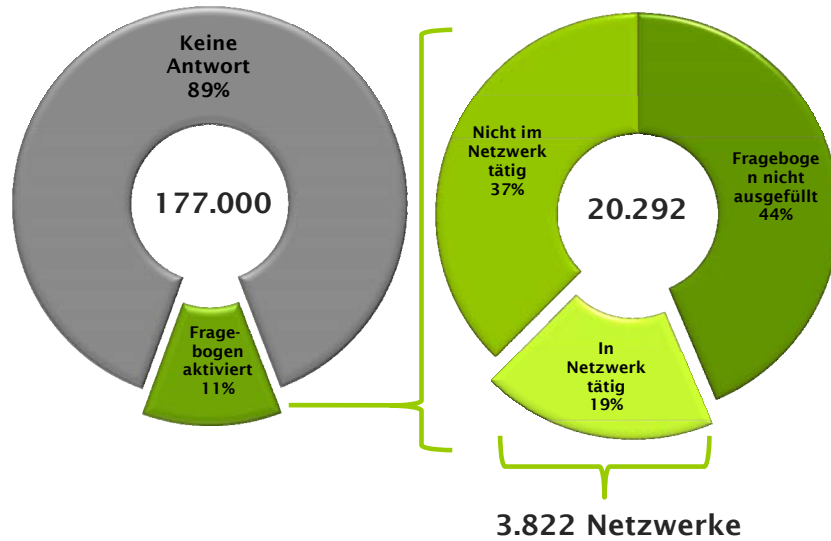
Unternehmensnetzwerke treten in vielfältigen Formen auf. Diese Studie gibt Aufschluss über die tatsächliche Verbreitung und Bedeutung verschiedener Netzwerkformen, die nach einer Reihe grundsätzlicher Kriterien unterschieden werden. Abschnitt 3 stellt die methodischen Grundlagen der Umfrage dar, Abschnitt 4 informiert über die wichtigsten Ergebnisse zu den 16 gestellten Fragen. Der letzte Abschnitt fasst die Eckpunkte der Erhebung zusammen und gibt einen Ausblick auf weitere Forschungsschritte im Verbundvorhaben koreanets.

3 Methode der Umfrage

3.1 Untersuchungsgruppe und Rücklauf

Im Februar 2009 wurden 177.789 kleine und mittlere Unternehmen mit höchstens 250 Beschäftigten und mit Sitz in der Bundesrepublik eingeladen, an einer elektronischen Umfrage zur Netzwerkpraxis teilzunehmen. Grundlage war das Unternehmensverzeichnis der Firma Hoppenstedt, das alle Wirtschaftszweige abdeckt. Es reagierten 20.292 Unternehmen auf die Einladung und betraten die Website mit dem Fragebogen¹. 11.440 dieser Unternehmen füllten den Fragebogen auswertbar aus. Dies entspricht einer auswertbaren Rücklaufquote von 6,4%. Von diesen 11.440 Unternehmen gaben 7.618 Unternehmen an, nicht in Netzwerken zu arbeiten, 3.822 der Unternehmen gaben dagegen an, in Netzwerken tätig zu sein. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 2,1% (siehe Abbildung 1).

¹ 15.277 Unternehmen (8,6%) antworteten auf die Einstiegsfrage, ob sie Mitglieder in einem auf wirtschaftliche Zusammenarbeit ausgerichteten Netzwerk seien. 9.921 Unternehmen verneinten und 5.356 Unternehmen bejahten diese Frage. Aufgrund zahlreicher unvollständiger Antworten waren letztlich 11.440 Antworten auswertbar.

Abbildung 1: Zusammensetzung des Rücklaufs der Online-Umfrage.

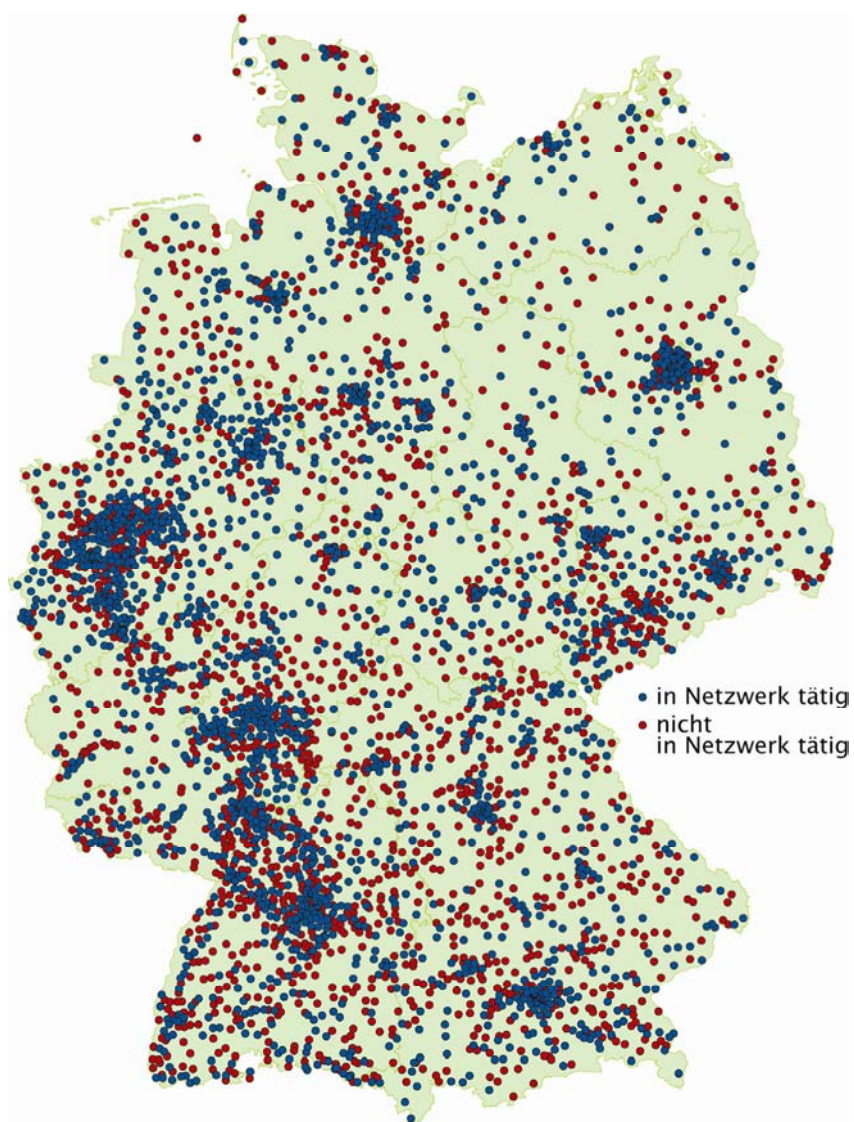
5.015 Unternehmen aktivierten den Link, verzichteten aber auf jede weitere Angabe. 15.277 der Unternehmen machten zwar Angaben zu ihrer Netzwerkpraxis, ein Teil dieser Unternehmen beantwortete aber die weiteren Fragen nicht. 2.303 der nicht in Netzwerken tätigen Unternehmen machten keine weiteren Angaben und konnten somit nicht ausgewertet werden. Gleiches gilt für die in Netzwerken tätigen Unternehmen. Bei dieser Frage waren 1.534 der in Netzwerken tätigen Unternehmen zu keiner weiteren Auskunft bereit oder der Fragebogen zu unvollständig ausgefüllt. Tabelle 1 gibt einen zusammenfassenden Überblick.

Tabelle 1: Rücklauf der elektronischen Umfrage.

Stufen des Rücklaufs	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle
Angeschriebene Unternehmen	177.789	100,0%
Unternehmen, die den Fragebogen aktiviert haben	20.292	11,4%
Unternehmen, die die Einstiegsfrage beantworteten	15.277	8,6%
Unternehmen, die in Netzwerken arbeiten und den Fragebogen beantwortet haben.	3.822	2,1%
Unternehmen, die nicht in Netzwerken arbeiten und ihren Teil des Fragebogens beantwortet haben.	7.618	4,3%

Die antwortenden Unternehmen sind bei einem schwachen West-Ost Gefälle über alle Bundesländer der Bundesrepublik Deutschland verteilt. Größere räumliche Lücken finden sich nicht. Räumliche Schwerpunkte des Rücklaufs finden sich in den Metropolregionen Deutschlands. Dies trifft für die netzwerkaktiven Unternehmen (blau) wie auch für die nicht in Netzwerken organisierten Unternehmen gleichermaßen zu (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Räumliche Verteilung der in Netzwerken und nicht in Netzwerken tätigen Unternehmen.



3.2 Unternehmen ohne Netzwerkbeteiligung

Tabelle 2: War Ihre Organisation in der Vergangenheit Teil eines Netzwerks, dessen Zweck in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit seiner Mitglieder bestand?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
Nein	7.065	92,7%	92,7%
Ja	553	7,3%	100,0%
Gesamt	7.618	100,0%	

Von den insgesamt 7.618 Unternehmen, die sich zum Zeitpunkt der Befragung nicht in Netzwerken engagierten, waren 93% bislang noch ohne jegliche Erfahrung in der Netzwerkzusammenarbeit. Nur 7% der Unternehmen, d.h. 553 Unternehmen gaben an, bereits früher einmal Mitglied in wirtschaftlichen Netzwerken gewesen zu sein (siehe Tabelle 2). Die Bewertung der bisherigen Erfahrungen in der Netzwerkzusammenarbeit fällt hierbei zweigeteilt aus. Fast die Hälfte der 553 Unternehmen bewertete den Erfolg der Netzwerkarbeit kritisch bzw. eher negativ, während nur 37% der Unternehmen positive Erfahrungen gesammelt hatten (Tabelle 3).

Tabelle 3: Wie bewerten Sie den Erfolg des früheren Engagements für Ihre Organisation?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
eher positiv	203	37,0%	37,0%
eher negativ	270	49,3%	86,3%
ich weiß nicht	75	13,7%	100,0%
Gesamt	548	100,0%	

Wenn ein Unternehmen bereits über Erfahrungen in Netzwerkarbeit verfügte, förderte dies auch das Interesse an der zukünftigen Beteiligung in Netzwerken. 75% aller Unternehmen, die positive Erfahrungen gemacht hatten, planten eine erneute Beteiligung. Demgegenüber zeigten sich nur 37% der Unternehmen mit schlechten Erfahrungen daran interessiert, sich wieder in Netzwerken zu engagieren. Insgesamt gaben fast 3.000 Unternehmen (38%) an, dass Sie an einer Netzwerkzusammenarbeit in der Zukunft interessiert seien, wenngleich sie zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht in Netzwerken arbeiteten (Tabelle 4).

Tabelle 4: Haben Sie Interesse bzw. planen Sie in der Zukunft, Mitglied eines auf wirtschaftliche Zusammenarbeit ausgerichteten Netzwerks zu werden?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
Nein	4.700	61,7%	61,7%
Ja	2.918	38,3%	100,0%
Gesamt	7.618	100,0%	

Welche sind die Hauptgründe, sich auch in Zukunft nicht an Netzwerken zu beteiligen? 2.812, d.h. knapp 37% der nicht vernetzten Unternehmen beantworteten die Frage nach ihren wichtigsten Gründen. Diese waren die fehlende Notwendigkeit (36%) sowie die mit der überbetrieblichen Zusammenarbeit verbundenen Schwierigkeiten. 12,4% der Unternehmen berichteten, dass die Branche in der das Unternehmen tätig ist, bzw. die Unternehmensstruktur eine Arbeit in Netzwerken nicht zulasse oder keine Vorteile für das Unternehmen mit sich bringe (Tabelle 5). Fehlende Erfahrung in der Zusammenarbeit mit

anderen Unternehmen ist aber für die Unternehmen von untergeordneter Bedeutung, ebenso wie aktuelle wirtschaftliche Ereignisse (0,3%).

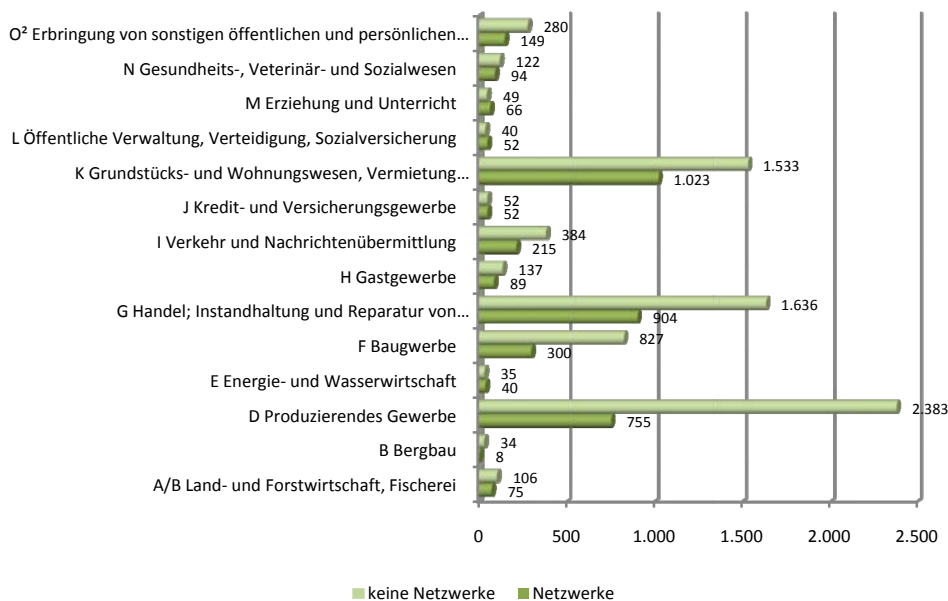
Tabelle 5: Haben Sie Interesse bzw. planen Sie in der Zukunft, Mitglied eines auf wirtschaftliche Zusammenarbeit ausgerichteten Netzwerks zu werden? Falls nein, warum nicht?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle
Gesamt	2.812	100,0%
Kein Bedarf/Nicht notwendig	557	19,8%
Keine Vorteile/Nutzen nicht ersichtlich	461	16,4%
Unternehmensstruktur/Branche lässt dies nicht zu	350	12,4%
Alleinstellung gewollt/hoher Spezialisierungsgrad	222	7,9%
Firmengröße/Regional begrenzt tätig	158	5,6%
Noch nicht damit befasst/Information mangelhaft	156	5,5%
Zu hohe Abhängigkeiten/Nachteilig	145	5,2%
Aufwand/Kostenverhältnis/Zeitmangel	145	5,2%
Bedenken/Misstrauen/unterschiedliche Interessen	100	3,6%
Bereits in einem Netzwerk/Kooperationen/Netzwerkähnlich	96	3,4%
Kein/e Partner/Angebote/Möglichkeiten	94	3,3%
Negative Erfahrungen	81	2,9%
Passende Netzwerke unbekannt	66	2,4%
Firmenauflösung/Altersbedingt	53	1,9%
Aufgrund bestehender Abhängigkeiten nicht möglich/nötig z.B. Kundenstamm	33	1,2%
Im Gespräch/unschlüssig/begrenzt vorstellbar	27	1,0%
Bürokratie/Rechtliche Bedenken	25	0,9%
Individualitätsverlust/Verlust der Eigenständigkeit	12	0,4%
Momentan nicht möglich	12	0,4%
Keine Erfahrung	9	0,3%
Momentane Wirtschaftslage	9	0,3%

4 Unternehmen in Netzwerken

Mit 3.822 Unternehmen gab genau ein Drittel aller teilnehmenden Unternehmen an, sich in Netzwerken zu engagieren, die einen wirtschaftlichen Zweck verfolgen. Netzwerke sind in unterschiedlicher Zahl in allen Branchen Deutschlands zu finden. Lediglich in privaten Haushalten mit Hauspersonal (Branchengruppe „P2“ in der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003) sowie bei exterritorialen Organisationen (Q) konnten keine Netzwerkstrukturen gefunden werden. Die Zahl der Netzwerke variiert deutlich zwischen den Branchen. In den operativen haushaltsorientierten Dienstleistungen wie Handel, Gastronomie, Energie- und Wasserwirtschaft, Personentransport oder Interessenvertretungen findet sich mit mehr als einem Drittel aller identifizierten Netzwerke die größte Zahl an Unternehmen (37%). Ebenfalls ausgesprochen vernetzt zeigen sich die Unternehmen wissensorientierter Dienstleistungen, denen z.B. Unternehmensberatung, Softwareentwicklung, Kreativwirtschaft oder Forschung- und Entwicklung zugerechnet werden (27,7%). Ähnlich stark vernetzt wie die wissensorientierten Dienstleistungen ist ebenfalls das verarbeitende Gewerbe, wengleich in diesem Wirtschaftszweig mit 2.383 nicht vernetzten Unternehmen besonders viele Unternehmen nicht in einem Netzwerk organisiert sind (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Unternehmen in Netzwerken und nicht in Netzwerken aktive Unternehmen nach Branche.



Ein Vergleich ausgewählter Unternehmensmerkmale wie Umsatz oder Beschäftigungsgröße zeigt deutliche Unterschiede zugunsten vernetzter Unternehmen. So haben vernetzte Unternehmen im Mittel 5 Beschäftigte mehr gegenüber jenen Unternehmen, die sich nicht mit anderen Unternehmen in Netzwerken organisieren. Deutlicher werden diese

² Die Buchstaben A bis O entsprechen den „Abschnitten“ in der Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Destatis.

Unterschiede bei Umsatz und Unternehmenskapital. So haben Netzwerkunternehmen mit durchschnittlich 12 Mio. Euro jährlich einen doppelt so hohen Umsatz und mit 0,41 Mio. Euro ein um 25% höheres Unternehmenskapital als nicht in Netzwerken organisierte Unternehmen. In der weiteren Forschung muss geklärt werden, ob größere, umsatz- und kapitalstärkere Unternehmen sich bevorzugt in Netzwerken organisieren oder ob mit der organisierten Arbeit der Unternehmen im Netzwerk Wachstum verbunden ist (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Vergleich betrieblicher Kennzahlen von vernetzten und nicht vernetzten Unternehmen.

	Nicht in Netzwerken Mittelwert	In Netzwerken tätig Mittelwert
Umsatz des Unternehmens (in Mio. €)	6,64	12,95
Kapital des Unternehmens (in Mio. €)	0,31	0,41
Anzahl Beschäftigte des Unternehmen	30,54	35,12
Anzahl der Standorte des Unternehmens	1,99	2,28

4.1 Elementare Charakteristika von Netzwerken

3.065, d.h. über 80% der in Netzwerken tätigen Unternehmen machten Angaben zur Größe Ihres Netzwerkes. Keine Angabe zur Größe ihres Unternehmens machten 284 Unternehmen, 573 Unternehmen konnten nicht angeben wie viele Mitglieder im Netzwerk organisiert sind. Die erfassten Netzwerke sind vorwiegend klein: die Hälfte aller Netzwerke zählte weniger als 20 Mitglieder. Die kleinsten Netzwerke umfassen drei Unternehmen, das größte Netzwerk wurde mit einer Mitgliedszahl von 546.000 Mitgliedern angegeben, der Median bezüglich der Netzwerkgröße beträgt 19. Die erfassten Netzwerke sind somit mehrheitlich klein. Netzwerke wurden in dieser Befragung selten befristet gegründet. Nur bei 5% der Netzwerke handelte es sich um befristete Projektnetzwerke, 67 (1,8%) Unternehmen konnten keine Angaben zur zeitlichen Dimension ihres Netzwerkes machen und 126 (3,3%) der Unternehmen machten überhaupt keine Angaben zu dieser Frage. 90% aller Netzwerke (3.438 Unternehmen) hingegen gaben an, unbefristet zu fungieren.

Tabelle 7: Welchen Zeithorizont hat das Netzwerk aus der Sicht der Mitglieder?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
Unbefristet	3.438	93,0%	93,0%
befristet (z.B. Projektziel)	191	5,2%	98,2%
ich weiß nicht	67	1,8%	100,0%
Gesamt	3.696	100,0%	

Geographisch sind mit knapp einem Drittel (32,3%) der größte Teil der Unternehmensnetzwerke deutschlandweit organisiert, gefolgt von international organisierten Netzwerken und Unternehmensnetzwerken, die ausschließlich regional konstituiert sind (siehe Tabelle 8). Räumlich hybride Unternehmenskooperationen, die sowohl eine deutlich regionale Komponente als auch überregionale Beziehungen aufweisen, wurden mit 16,3% vergleichsweise selten berichtet. 10,4%, bzw. 398 Unternehmen machten keinerlei Angaben zu der geographischen Organisation des Netzwerkes.

Tabelle 8: Wie ist das Netzwerk geographisch organisiert?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
ausschließlich regional	708	20,7%	20,7%
überwiegend regional	622	18,2%	38,8%
Deutschlandweit	1.236	36,1%	74,9%
International	858	25,1%	100,0%
Gesamt	3.424	100,0%	

Öffentliche Akteure leisten einen bedeutenden Beitrag im Bereich der Forschung und Entwicklung und der finanziellen und organisatorischen Förderung und Initiierung von Netzwerken. 66,4% der Netzwerke gaben an, keine öffentlichen Einrichtungen, gemeinnützige Träger oder Verbände im Netzwerk integriert zu haben. Nur in 1.081 (30,3%) der Netzwerke sind öffentliche Einrichtungen, gemeinnützige Träger oder Verbände beteiligt. Noch ausgeprägter ist dieses Bild bei der öffentlichen Förderung der Netzwerke. Mehr als zwei Drittel (70,5%) der Unternehmen berichteten, dass ihr Netzwerk ohne öffentliche Förderung auskomme. Lediglich 14,7% der erfassten Netzwerke (562 Unternehmen) wurden durch öffentliche Einrichtungen mittels finanzieller Mittel, Dienst- oder Sachleistungen gefördert (Tabelle 9 und Tabelle 10).

Tabelle 9: Befinden sich unter den Mitgliedern des Netzwerks auch öffentliche Einrichtungen, gemeinnützige Träger oder Verbände?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
Nein	2.366	66,4%	66,4%
ja	1.081	30,3%	96,7%
ich weiß nicht	118	3,3%	100,0%
Gesamt	3.565	100,0%	

Tabelle 10: Genießt das Netzwerk öffentliche Förderung in Form finanzieller Mittel, Dienst- oder Sachleistungen?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle	Kumulierte Prozente
nein	2.695	75,9%	75,9%
ja	562	15,8%	91,7%
ich weiß nicht	293	8,3%	100,0%
Gesamt	3.550	100,0%	

Die Frage bezüglich der Rechtsform des Netzwerkes beantworteten mit 3.701 Unternehmen gut knapp 97% der vernetzten Unternehmen. Der größte Teil hatte keine Rechtsform gewählt (37,5%). Von den gewählten Rechtsformen wurde die Rechtsform des Vereins am häufigsten berichtet (21,2%), gefolgt von der Rechtsform der GmbH (13,9%), GmbH & Co KG (5,4%) und den Genossenschaften (4,4%). Weitere 4,2% besaßen keine Kenntnis über den Rechtsstatus des Netzwerkes (Tabelle 11).

Tabelle 11: Welche Rechtsform hat das Netzwerk?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Fälle
keine juristische Form	1.433	37,5%
Verein	812	21,2%
Gesellschaft bürgerlichen Rechts	107	2,8%
Offene Handelsgesellschaft	20	0,5%
Genossenschaft	168	4,4%
Partnergesellschaft	51	1,3%
Limited	23	0,6%
GmbH	531	13,9%
GmbH & Co KG	208	5,4%
gGmbH (gemeinnützig)	23	0,6%
Kommanditgesellschaft	19	0,5%
Aktiengesellschaft	147	3,8%
ich weiß nicht	159	4,2%
Gesamt	3.701	96,8%
fehlend	121	3,2%
Gesamt	3.822	100,0%

2.248 Unternehmen (58,8%) gaben an, dass in der Gründung oder späteren Operation des Netzwerks rechtliche Probleme auftraten und als relevant eingestuft wurden. Die größten Schwierigkeiten wurden hierbei bei Beitrags- und Verteilungsregeln in der Netzwerkarbeit erkannt. 54% der Unternehmen thematisierten Fragen der Honorierung für die Erbringung von Leistungen im Netzwerk, knapp die Hälfte aller Unternehmen (46,5%) erkannten ferner Probleme in der Regelung der Beitragspflichten für die Teilnehmer des Netzwerks (siehe Tabelle 12).

Tabelle 12: Sind bei der Initiierung oder in der Zusammenarbeit des Netzwerks rechtliche Problemstellungen aufgetreten?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Antworten	Anteil der Fälle
Wahl der passenden Rechtsform	279	11,9%	30,0%
steuerrechtliche Probleme	244	10,4%	26,2%
Nutzungsrechte an Urheber- oder Patentrechten	174	7,4%	18,7%
Definition der Beitragspflichten der Teilnehmer des Netzwerks	432	18,4%	46,5%
Honorierung für die Erbringung von Leistungen im Netzwerk	505	21,5%	54,3%
Haftungsfragen	376	16,0%	40,4%
Vertretungsbefugnis	220	9,4%	23,7%
Gemeinnützigkeit	120	5,1%	12,9%
Gesamt	2.350	100,0%	252,7%

Die Unternehmen der befragten Netzwerke wurden ferner zu ihrer Kommunikationspraxis innerhalb des Netzwerkes befragt (Tabelle 13). Wenig überraschend dominieren klassische Kommunikationsmittel wie Telefon, Fax oder E-Mail. Über drei Viertel (81%) der Unternehmen nutzten für den Informationsaustausch diese etablierten Kommunikationsmittel. Ebenfalls von größerer Relevanz war der persönliche Austausch zwischen den Netzwerkmitgliedern (1.379 bzw. 36% der Unternehmen). 1.001 (26%) Unternehmen berichteten, Kooperationsplattformen einzusetzen, die eigens für das Netzwerk eingerichtet wurden, wie z.B. Lotus Notes, ProjectPlace oder ähnlich spezialisierte Software, die Steuerungsprozesse oder Bestandmanagement zwischen den kooperierenden Unternehmen ermöglicht. Andere Kommunikationsplattformen wurden weniger häufig genannt. Eine gemeinsame Dateiverwaltung wurde nur immerhin von 18% der Netzwerke eingesetzt; 543 (14%) Unternehmen nutzten die Kommunikations- oder Kooperationsplattformen von Netzwerkpartnern. Internettelefonie und Video- oder Internetkonferenzen wurden vergleichsweise selten eingesetzt (10% der Unternehmen). Die Unternehmen waren grundsätzlich mit ihren Kommunikationsmöglichkeiten zufrieden. Weniger als 6% der Unternehmen gaben an (191 Unternehmen), zukünftig in Informations- und Kommunikationsplattformen zu investieren.

Tabelle 13: Kommunikationsformen der in Netzwerken organisierten Unternehmen

	Anzahl der Fälle	Anteil der Antworten	Anteil der Fälle
Grundlegende Kommunikationsmittel wie Telefon, Fax, E-Mail	3.114	41,4%	90,3%
Internettelefonie (z.B. skype)	340	4,5%	9,9%
Video- oder Internetkonferenzen	263	3,5%	7,6%
Gemeinsame Dateiverwaltung	697	9,3%	20,2%
Vorhandene Kommunikations- oder Kooperationsplattform(en) eines Netzwerkpartners	543	7,2%	15,8%
Eigens für das Netzwerk eingerichtete Kommunikations- oder Kooperationsplattform(en)	1.001	13,3%	29,0%
Wir planen zukünftig die Nutzung einer Kommunikations- oder Kooperationsplattform für das Netzwerk	191	2,5%	5,5%
Der Austausch findet überwiegend auf persönlichen Treffen statt	1.379	18,3%	40,2%
Gesamt	7.528	100,0%	218,4%

4.2 Netzwerke und Innovationskooperation

Netzwerke formieren sich aus den unterschiedlichsten Gründen. Sie können gebildet werden um Kosten zu sparen oder um im unternehmerischen Verbund gemeinsam neues Wissen oder kreative Ideen zu entwickeln. Diese Untersuchung fragte nach der grundsätzlichen Orientierung der Netzwerke und unterschied hierbei die Nutzung vorhandener, die Erschließung externer und die Schaffung neuer Ressourcen in der gemeinsamen Zusammenarbeit. Ferner wurden auch solche Netzwerke erfasst, deren Schwerpunkt in der Gemeinnützigkeit bzw. der politischen Interessenvertretung und der Lobbyarbeit lag (siehe Tabelle 12). Die Mehrheit der Unternehmen (57%) schloss sich in Netzwerken zusammen, um im Unternehmensverbund Ressourcen zu nutzen oder zu erschließen. Nur knapp ein Zehntel aller berichteten Netzwerke (9,5%) organisierte sich in Netzwerken, um gemeinsam neue Ressourcen zu schaffen, also gemeinsam neue Produkte zu entwickeln oder Forschungs- und Entwicklung zu betreiben. 15,7% der Netzwerke hatten das Ziel der Interessenvertretung, und nur ein kleiner Teil der Netzwerke verfolgte das Ziel, gemeinnützige Dienste oder Leistungen anzubieten (Tabelle 14).

Tabelle 14: Worin besteht der Hauptzweck dieses Netzwerks?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Antworten	Kumulierte Prozent
Vorhandene Ressourcen gemeinsam nutzen	2.029	53,1%	56,9%
Ressourcen gemeinsam erschließen	144	3,8%	61,0%

Neue Ressourcen schaffen	363	9,5%	71,2%
Lobby, gemeinsame Interessensvertretung.	599	15,7%	88,0%
Wohltätigkeit	52	1,4%	89,4%
Sonstige	345	9,0%	99,1%
ich weiß nicht	31	0,8%	100,0%
Gesamt	3.563	93,2%	
Fehlend	259	6,8%	
Gesamt	3.822	100,0%	

Von den insgesamt 3.822 identifizierten Netzwerken gaben 2.204 Unternehmen, d.h. knapp 58% Netzwerke an, bereits eine Innovation hervorgebracht zu haben. In Anbetracht der Ergebnisse zur Zielsetzung der Unternehmen wird erkennbar, dass die identifizierten 363 Unternehmen in Forschungs- und Entwicklungsverbänden kaum alle genannten Innovationen tätigen konnten (3.379 genannte Innovationen in 2.204 Unternehmen).

Tabelle 15: Ist aus der Zusammenarbeit im Netzwerk bereits eine Neuerung hervorgegangen, die wirtschaftlich verwertet wird oder wirtschaftlich verwertet werden soll?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Antworten	Anteil der Fälle
neues Produkt	667	19,7%	30,3%
neue Prozesse/Technologien	734	21,7%	33,3%
neues Organisationskonzept	744	22,0%	33,8%
neues Vermarktungskonzept	1.234	36,5%	56,0%
Gesamt	3.379	100,0%	153,3%

Vielmehr waren viele Netzwerke unabhängig von der tatsächlichen Zielsetzung in der Lage, innovative Produkte, Prozesse, neue Organisations- oder Marketingkonzepte zu entwickeln. Mit über einem Drittel ist das neue Vermarktungskonzept der häufigste Innovationstyp. 36,5% der Nennungen entfielen auf diese Innovation, gefolgt von einem neuen Organisationskonzept und neuen Prozessen oder Technologien. Die Entwicklung eines neuen Produktes wurde mit 19,7% etwas weniger häufig berichtet als die Entwicklung eines neuen Prozesses oder eines neuen Organisationskonzeptes (Tabelle 15).

4.3 Netzwerkökologie

Netzwerke sind keine atomistischen Akteure, die unabhängig von ihrer Umwelt entstehen oder unabhängig von ihr agieren. Mehr als die Hälfte aller Netzwerke (57%) kooperierten mit anderen Netzwerken. 349 der Netzwerke waren jeweils Teil eines größeren Netzwerkes (16,8%) und 210 gründeten sich aus einem anderen Netzwerk aus (10,1%). Weitere 8,5% der Netzwerke gaben an, dass sich aus dem eigenen Netzwerk bereits weitere Netzwerke entwickelt hatten (Tabelle 16).

Tabelle 16: Steht das Netzwerk in Beziehung zu anderen Netzwerken?

	Anzahl der Fälle	Anteil der Antworten	Anteil der Fälle
Netzwerk ist aus anderem Netzwerk hervorgegangen	210	10,1%	12,7%
aus dem Netzwerk haben sich weitere Netzwerke entwickelt	176	8,5%	10,6%
Netzwerk ist Teil eines größeren Netzwerkes	349	16,8%	21,1%
Netzwerk ist der Rahmen für mehrere Netzwerke	156	7,5%	9,4%
Netzwerk kooperiert mit anderen Netzwerken	1.186	57,1%	71,7%
Gesamt	2.077	100,0%	

5 Ausblick

Die vorliegende Untersuchung ist mit über 177.000 befragten Unternehmen die bislang größte Umfrage zu Unternehmensnetzwerken in Deutschland. Die Erhebung verfolgte insgesamt drei Ziele: sie sollte erstens Aufschluss über die relative Bedeutung von Netzwerken in der Zusammenarbeit von kleinen und mittleren Unternehmen liefern. Ein Drittel der weit über 10.000 Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligten, sind Mitglieder in Unternehmensnetzwerken. Damit illustriert die Online-Umfrage, dass Netzwerke über alle Branchen hinweg eine bedeutende Organisationsform kleiner- und mittlerer Unternehmen darstellen, um wichtige unternehmerische Ziele wie gemeinsame Ressourcennutzung oder Schaffung neuer Ressourcen umzusetzen.

Zweitens sollte die Umfrage die Vielfalt unterschiedlicher formaler Charakteristika der Netzwerke über alle Branchen hinweg aufdecken und Hinweise auf die Innovationsleistung der Netzwerke sammeln. Unternehmensnetzwerke sind oftmals sehr verschieden konstruiert. Sie variieren in den Hauptzielen, der Größe, Formalität und gesellschaftsrechtlichem Status, der zeitlichen Befristung, der geographischen Struktur der Mitglieder und dem Zugang zu öffentlicher Förderung. Diese Unterscheidungsmerkmale sind bei den beobachteten Netzwerken auf vielfältige Weise kombiniert und gehen als grundlegende Rahmenbedingungen in die detaillierten Folgeuntersuchungen ein. Ein entscheidendes Ergebnis der Umfrage macht deutlich, dass sich Unternehmensnetzwerke nicht notwendigerweise innovationsorientiert zusammenschließen müssen, um innovativ zu sein. Viele Netzwerke, deren Hauptzweck nicht in der Forschung und Entwicklung von Produkten oder Prozessen bestand, berichteten erfolgreiche Einführungen von Innovationen aus der Netzwerkarbeit. Es ist ein Auftrag für weitere Untersuchungen zu klären, inwieweit Netzwerke als Organisationslösung Innovativität unterstützen.

Drittens diente die Umfrage als Namensgenerator, d.h. zur Identifizierung von organisierten Netzwerken, die sich formal (gesellschaftsrechtlich) oder informell unter eigenem Namen oder mit eigener Website am Markt sichtbar machen. Dank der Angaben der Teilnehmer konnten auf dem Wege dieser Umfrage über 1.400 konkrete Unternehmensnetzwerke identifiziert werden, die die in koreanets gewählte enge Abgrenzung von Unternehmensnetzwerken erfüllen: Sie sind auf wirtschaftliche Ziele ausgerichtete Netzwerke von mindestens drei Unternehmen, die einen eigenen Namen oder Sprecher haben und in denen Unternehmen zusammenarbeiten, die aufgrund ihrer Wertschöpfung grundsätzlich in Wettbewerb stehen oder stehen könnten. Die nächste Phase der empirischen Forschung von Netzwerken stützt sich auf diese identifizierten Netzwerke, um deren Design und Steuerungslösungen unter konkreten Kontextbedingungen zu untersuchen. Netzwerkfallstudien sind dringend erforderlich, um neue Konzepte zur Gestaltung und Steuerung von Unternehmensnetzwerken zu entwickeln und gemeinsam mit Netzwerkpartnern zu erproben.

Lesen Sie mehr zu den Zielen und Ergebnissen des Forschungsverbunds:
www.koreanets.com