

Standortstudie der Uni soll Frankfurts Industrie stärken

Humangeographen ernten großes Lob der Stadt

Zum zweiten Mal hat die Stadt Frankfurt die Humangeographen der Goethe-Universität mit einer Studie zum Wirtschaftsstandort beauftragt und auch dieses Mal ist sie voll des Lobes für die neu gewonnenen Erkenntnisse. Während 2008 die Kreativwirtschaft im Fokus stand, wollte die Stadt nunmehr ein klareres Bild darüber gewinnen, welches Entwicklungspotenzial die Frankfurter Industrie besitzt und wie sie gezielt gefördert werden kann. „Hintergrund ist eine europaweite Rückbesinnung auf den produzierenden Sektor, der sich zu Zeiten der Finanzkrise gerade in Deutschland als ‚Lokomotive der Gesamtwirtschaft‘ erwiesen hat“, erläutert Peter Lindner, Professor für Allgemeine Wirtschaftsgeographie an der Goethe-Universität und einer der Autoren.

„Niemand fährt gut mit einer Monostruktur“

Frankfurt sei zwar vor allem für seinen Finanzsektor bekannt, tatsächlich zahle dieser aber weniger Gewerbesteuer als die Industrie. Zudem „fährt niemand gut mit einer Monostruktur“, sagt Lindner. Die Stadt möchte daher im nächsten Jahr einen Masterplan zur Förderung des verarbeitenden Gewerbes verabschieden. Die tra-

gende Säule dafür ist die neue Standortstudie, in der die Arbeitgeber von über 90 % aller Frankfurter Industriebeschäftigten nach der Bewertung des Standorts und seiner Gewerbeflächen, aber auch



„Mittelständische Unternehmen vermissen häufig die Zusammenarbeit mit der Wissenschaft.“ (Prof. Peter Lindner) Foto: Uwe Dettmar

nach ihrer Einbindung in überregionale Netzwerke und globale Wertschöpfungsketten befragt wurden. Das vierköpfige Team der Goethe-Universität hat die wichtigsten Ergebnisse bereits Ende Oktober im Römer präsentiert. Die Industriestudie, die auch konkrete Handlungsfelder für eine kommunale Industriepolitik identifiziert,

soll in den nächsten Monaten veröffentlicht werden.

Bei den Gesprächen mit Unternehmern hat Lindner überrascht, was für eine große Rolle weiche Faktoren spielen: „Mehr Wertschätzung

durch die Politik war für viele Industrieunternehmen genauso wichtig wie der Gewerbesteuerhebesatz. Auch familienfreundliche Arbeitsplätze mit bezahlbarem Wohnraum, gute ÖPNV-Anbindung und Kita-Plätze nahmen eine prominente Stellung bei den Verbesserungswünschen ein. Mittelständische Unternehmen vermissen häufig die Zu-

sammenarbeit mit der Wissenschaft“, fasst der Professor zusammen.

„Hidden Champions‘ unter den Frankfurter Unternehmen

Als sehr positiv hat er die Resonanz auf die Studie von Seiten der Stadt erlebt: „Wirtschaftsdezernent und Wirtschaftsförderung sind sehr offen und konstruktiv mit Verbesserungsvorschlägen umgegangen. Sie sind dankbar für das gebündelte Feedback aus der Wirtschaft.“ Ein- einhalb Jahre haben Peter Lindner, Stefan Ouma, Max Klöppinger und Marc Boeckler an der Studie gearbeitet, die mit 100 schriftlichen Befragungen und 30 qualitativen Interviews fast einer Vollerhebung entspricht, da es in Frankfurt nur 86 Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern gibt. Dazu gehören laut Lindner viele sogenannte ‚Hidden Champions‘ wie Nord-Micro (Kabinendrucksysteme für Boeing und Airbus), Hake Präzisionsmechanik (Druck-Sprühköpfe zur Innenreinigung von Apparaturen) oder Glasbau Hahn (Spezial-Vitrinen für Museen und Ausstellungen), die mit ihren Produkten weltweit erfolgreich sind. „Hinzu kommt, dass die Industrie immer stärker im Verbund mit Dienstleistern arbeitet bzw. ihre Produkte gebündelt mit Dienstleistungen verkauft und somit weitaus mehr

zur Bruttowertschöpfung beiträgt, als die Statistiken es vermuten lassen.“

Den von den Unternehmen an die Hochschulen adressierten Wunsch, im Zuge einer zunehmend wissensintensiven Produktion die Schnittstelle zu wissenschaftlichen Einrichtungen zu verbessern, betrachtet Lindner als große Herausforderung. „Wir haben festgestellt, dass gerade mittelständische Unternehmen, die sich keine eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen leisten können, hier eine gewisse Schwellenangst haben. Auch fehlt ihnen das Personal zur Pflege wissenschaftlicher Kontakte.“ Außerdem müsse man kritisch prüfen, was genau sie sich von Hochschulen erhoffen und inwiefern das überhaupt erfüllt werden könne: „Produktentwicklung, Prozessoptimierung, Mitarbeitergewinnung oder Marketingstrategien sind sehr unterschiedliche Zielsetzungen und die Kapazitäten für diesbezügliche Kooperationen sind an Universitäten sicherlich noch begrenzter als an Fachhochschulen.“ Gemeinsame Interessen, Ziele und Themen müssten deshalb erst einmal ausgelotet werden, bevor man über konkrete Kooperationsprojekte nachdenken könne. Vielleicht in Form von Round-Table-Gesprächen.

Julia Wittenhagen

ANZEIGEN

Ein Angebot von **staufenbiel Institut**



Zeigen Sie, was Sie können!



Best Student Challenge

Am 3.4. in der Goethe-Universität. Heimvorteil für Sie!

>>> Bis 27.2. bewerben: best-student-challenge.de

Diese Unternehmen freuen sich, Sie kennenzulernen:

Online Assessment Partner:



Acreal Bank



SCHAEFFLER



cut/a
smart. valid. preferred.



STIHL



Unilever

CareerCenter
der Goethe-Universität Frankfurt am Main

Das **Stellenportal**
der Goethe-Universität Frankfurt am Main

■ Vollzeitstellen ■ Nebenjobs ■ Teilzeitstellen

www.careercenter-jobs.de

Jetzt deine Stelle finden!



CareerCenter der Goethe-Universität, Frankfurt am Main
Campus Westend | Hörsaalzentrum
Telefon 0 69 / 7 98 - 3 45 56
cc@uni-frankfurt.campuservice.de

JETZT BEI
 Google play

Laden im App Store