



Masterplan Industriestadt Berlin 2010 – 2020

Umsetzungsbericht 2012:
Ausgewählte Ergebnisse

„Sei Berlin / Be Berlin“

Die Industrie ist ein Motor für Berlin.
Für sie haben wir uns ehrgeizige
Ziele gesetzt.



Industriestadt Berlin

Berlin ist ein Wirtschaftsstandort mit erheblichem Potenzial. Längst zählt die Stadt wieder zu den wachstumsstarken Industriestandorten Deutschlands. Neben Marktführern von Weltrang steht eine Vielfalt traditioneller sowie innovativer kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU), darunter „Hidden Champions“, die ihrerseits auf dem Weltmarkt einzigartig sind. Hervorstechend ist, dass die Berliner Industrie gerade in den Zukunftsfeldern ein ungebrochenes Wachstum verzeichnet: in den Bereichen Energie, Life Sciences sowie in Kommunikations- und Informationstechnologien. Überdurchschnittlich viele Unternehmen der Optik- und Mikrosystemtechnik und der Clean Technologies sind hier ansässig, und im Bereich umweltfreundlicher Fahrzeug- und Verkehrstechniken strebt Berlin eine Vorreiterrolle an – die Stadt ist offizielles „Schaufenster der Elektromobilität“.

Die „Industrie der Zukunft“ ist schon jetzt ein bedeutender Wachstumsfaktor. Darauf setzt Berlin. Die Stadt hat alles, um bei dieser vielversprechenden Entwicklung, die erst an ihrem Anfang steht, eine führende Rolle einzunehmen. Mit einer exzellenten Forschungslandschaft und als Zentrum der Kreativen kann Berlin drei „T“ in die Waagschale werfen: Talente, Technologie und Toleranz. Immer mehr Unternehmen folgen bei der Standortwahl der „kreativen Klasse“: Breite Bildung und Kenntnisse, Weltoffenheit, Aufgeschlossenheit für Innovationen, ein Umfeld, in dem Talente sich entfalten können. Diese Faktoren gewinnen neben der bestehenden Infrastruktur oder Fördermöglichkeiten immer mehr an Bedeutung. Im Hochtechnologiebereich kommt es jedoch entscheidend darauf an, dass der Brückenschlag zwischen Wissenschaft und Wirtschaft gelingt. Wechselwirkungen zu beflügeln, ist seit zwei Jahren Aufgabe des „Masterplans Industriestadt 2020“. Von einem breiten Bündnis aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung und Gewerkschaften getragen, besteht er aus einem Maßnahmenbündel: zur Analyse und Verbesserung der „Rahmenbedingungen“ industriellen Wachstums in Berlin, für mehr „Innovation“, „Fachkräfte“ und eine effektive „Standortkommunikation“.

Masterplan Industriestadt Berlin 2010 – 2020

Ziele und Projekte in den Aktionsfeldern

Rahmenbedingungen

Innovationen²

Maßnahmen-Bereiche

A
Dienstleistungsorientierung von Verwaltung und Servicepartnern¹

B
Flächenmanagement und -vermarktung

C
Finanzierung und Coaching von Gründern und KMU

D
Transparenz der Transferlandschaft

E
Konkrete Transferprojekte

Ziele

Wir zielen darauf, die Dienstleistungsorientierung von Verwaltung und Servicepartnern am Standort Berlin gegenüber Industrieunternehmen und Investoren bis zum Jahr 2020 messbar zu verbessern.

Wir zielen darauf, bis zum Jahr 2020 entsprechend dem Bedarf erschlossene, zusammenhängende, qualitativ hochwertige und kurzfristig verfügbare Industrieflächen am Standort Berlin zur Verfügung zu stellen und deren Verfügbarkeit transparenter zu machen.

Wir zielen darauf, die Informationsbasis von Berliner Industrieunternehmen sowie deren Zugang zu individuell zugeschnittenen Finanzierungs- und Förderinstrumenten bis zum Jahr 2020 zu verbessern.

Wir zielen darauf, Serviceangebote im Technologietransfer insbesondere für KMU zu bündeln und zu erweitern.

Wir zielen darauf, die vielfältigen Instrumente des Technologietransfers von der Projektdefinition über die Anbahnung bis zur Umsetzung weiter zu entwickeln.

Leitprojekte

A1 Durch ressortübergreifende Netzwerke Industriepolitik als Querschnittsaufgabe wahrnehmen

B1 Flughafen Tegel als Industriestandort der Zukunft nachnutzen und qualifizieren > Seite 6

C1 Durch Analyse von Finanzierungsbedarfen und -instrumenten die gezielte Versorgung mit Wachstumskapital für KMU und Gründungen am Standort Berlin sichern > Seite 7

D1 Gemeinsame Internetplattform für Wissens- und Technologietransfer entwickeln

E1 Unterstützung für Vorhaben der Auftragsforschung und Forschungsk Kooperation intensivieren und strategische Forschungspartnerschaften erweitern

Masterplanprojekte

A2 Durch „Industrieinitiative“ gegenseitiges Verständnis zwischen Unternehmen und Verwaltung fördern

A3 Durch unternehmensnähere Aus- und Weiterbildung Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter für Anliegen der Industrie sensibilisieren > Seite 6

B2 Durch aktive Flächenpolitik Flächen erfassen und sichern

B3 Durch aktive Flächenpolitik Flächen vorhalten und qualifizieren

C2 Durch Verfahrensänderungen und Transparenz Verfügbarkeit von Bürgschaften für KMU und Gründer verbessern

C3 Durch Verstärkung der Wagniskapital-Landschaft Versorgung mit privatem Kapital für Berliner Unternehmen verbessern

D2 Studie zu Hemmnissen im Wissens- und Technologietransfer erstellen

D3 Wissens- und Technologietransfer-Programm, um individuelle Innovationsberatung zu erweitern > Seite 8

E2 Wissens- und Technologietransfer über Personalaustausch stärken und dabei Studien- und Abschlussarbeiten, studentische Projekte, Praktika für Transferaktivitäten stärker einbeziehen > Seite 8

E3 Ausgründungen als Instrument des Wissens- und Technologietransfers stärken > Seite 9

¹ Alle Organisationen, die sich neben der Verwaltung in der Wirtschaftsförderung engagieren.
² Die Maßnahmen im Aktionsfeld Innovationen werden von der Transfer-Allianz entwickelt und umgesetzt.



Fachkräfte

Standortkommunikation

F Strukturen, Rahmenbedingungen und Evaluierung

Wir zielen darauf, Strukturen und Rahmenbedingungen für den Technologietransfer in der Hauptstadtregion zu verbessern.

F1 Maßnahmen der Wissenschaft zur Transferintensivierung benennen

F2 Aufgaben der TSB als erste Anlaufstelle für Transferaktivitäten erweitern

F3 Technologietransfer mit Unternehmensservice (Berlin Partner) verknüpfen

F4 Berlin Innovation Panel

G Industrie und Schule

Wir zielen darauf, die mathematischen und naturwissenschaftlichen Kompetenzen der Berliner Schülerinnen und Schüler bis zum Jahr 2020 messbar zu steigern und die Industrieorientierung bei der Berufs- und Studienwahl zu verstärken.

G1 Durch mehr Fortbildungen und Transparenz die naturwissenschaftlichen Kompetenzen an Berliner Schulen stärken > Seite 10

G2 Durch Patenschaften und Netzwerke an Gymnasien das Interesse an der Industrie wecken

G3 Mit Unterrichtsmodulen und Praxisprojekten in der Sekundarschule Interesse an der Industrie wecken

H Industrie und Hochschule

Wir zielen darauf, Berliner Industrieunternehmen gegenüber hochqualifizierten MINT-Studierenden sowie -Absolventinnen und -Absolventen bis zum Jahr 2020 noch prominenter als attraktive Arbeitgeber zu positionieren, um so den Zugang zu Fachkräften zu verbessern.

H1 Durch Kampagne „Karriere in der Berliner Industrie“ Fachkräfte gewinnen > Seite 10

H2 Durch Weiterentwicklung von MINT-Studiengängen und Verbesserung der Betreuung die MINT-Absolventenquote steigern

H3 Durch nachhaltiges System der Career Service Center gezielt MINT-Studierende sowie -Absolventinnen und -Absolventen an Berliner Industrieunternehmen vermitteln

I Betriebliche Aus- und Weiterbildung in KMU

Wir zielen darauf, den wachsenden Fachkräftebedarf der Berliner Industrieunternehmen durch gezielte Qualifizierung, u. a. der Geringqualifizierten, und attraktive Perspektiven für Frauen in Industrieunternehmen zu sichern.

I1 Durch lebensphasenorientierte Personalstrategien gezielt Perspektiven für Frauen in Industrie-KMU verbessern > Seite 11

I2 Die Rahmenbedingungen für Aus- und Weiterbildung in Betrieben verbessern

I3 Durch Sensibilisierung von KMU für Aus- und Weiterbildung, z. B. von Geringqualifizierten, dem Fachkräftemangel vorbeugen

J Vermarktung des Industriestandorts Berlin

Wir zielen darauf, die regionale, überregionale und internationale Wahrnehmung Berlins als zukunftsfähige, moderne und saubere Industriestadt aus Sicht von Industrieunternehmen, Investoren und Bevölkerung bis zum Jahr 2020 messbar zu verbessern.

J1 Durch Engagement politischer Führungskräfte Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Investorinnen und Investoren an den Industriestandort Berlin binden > Seite 12

J2 Durch Imagekampagne im Rahmen von „beBerlin“ den Industriestandort Berlin besser vermarkten > Seite 12

J3 Durch PR-Strategie die Stärken des Industriestandorts Berlin herausstellen

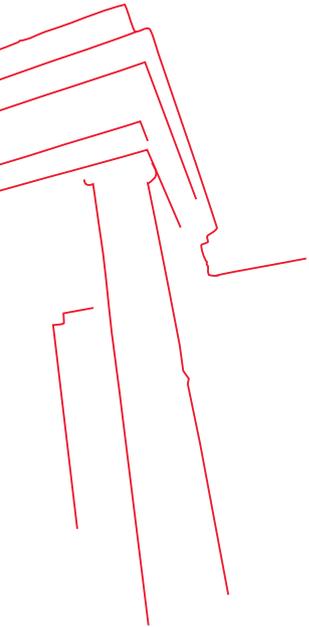
K Zielgerichtete Industrieansiedlungen

Wir zielen darauf, Industrieunternehmen in Berlin anzusiedeln, insbesondere Unternehmen mit Wachstumspotenzial, auch um „weiße Flecken“ in den regionalen Wertschöpfungsketten zu schließen.

K1 Durch gezielte Ansiedlung von Schlüsselunternehmen regionale Wertschöpfungsketten schließen

K2 Durch den Ausbau des „Business Location Centers“ investitionsrelevante Informationen leichter verfügbar machen

K3 Durch (inter)nationale Messeauftritte den Industriestandort Berlin gezielt positionieren > Seite 13



Die Ergebnisse

Der Masterplan Industriestadt Berlin 2010 – 2020 wird umgesetzt! Weit mehr als 2011, als zwischen dem Beginn der Maßnahmen und dem ersten Zwischenbericht nur knapp ein Jahr vergangen war, sind die Erfolge dieser Strategie zunehmend mess- und sichtbar. Zwei Projekte, die 2011 vorgestellt wurden, konnten inzwischen abgeschlossen werden. Dank des Engagements aller Projektbeteiligten wurden in einer Vielzahl von weiteren Projekten wichtige Meilensteine umgesetzt. Die Broschüre zieht Bilanz und stellt unterschiedliche Projektfortschritte in 12 der insgesamt 34 Projekten vor. Sie zeigt damit gleichzeitig den breiten Ansatz des Masterplans Industrie.

Die vorgestellten Projekte in der Übersicht

- Seiten 6/7 Aktionsfeld Rahmenbedingungen**
- A3** Die Stadt, Partner der Wirtschaft
 - B1** Tegel: Labor für die „Stadt der Zukunft“
 - C1** Finanzierungen fehlen nicht
- Seiten 8/9 Aktionsfeld Innovationen**
- D3** Kooperationservice für Innovationen
 - E2** Hochschulen – Quelle von Innovationen
 - E3** Gründergeist wecken
- Seiten 10/11 Aktionsfeld Fachkräfte**
- G1** Berlin macht MINT
 - H1** Mit der Langen Nacht der Industrie für die Industrie begeistern
 - I1** Attraktive Arbeitsplätze schaffen
- Seiten 12/13 Aktionsfeld Standortkommunikation**
- J1** Selbstbewusstsein stärken:
Gemeinsam für die Industriestadt
 - J2** Unsere Zukunft heißt Berlin
 - K3** Neue Märkte erschließen

Aktionsfeld Rahmenbedingungen

Verwaltung und Servicepartner werden noch bessere Dienstleister. Industrie-
flächen werden bedarfsgerechter und
transparenter zur Verfügung gestellt.
Die Informationsbasis für Unternehmen
wird ausgebaut.



ich
bin ein
berliner.

„Für die Entwicklung eines wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstandortes müssen Verwaltung und Unternehmen gut zusammenarbeiten. Das ‚Kurzpraktikum in der Berliner Industrie‘ bietet die Gelegenheit, die jeweiligen Arbeitsweisen und Handlungsanforderungen kennenzulernen und sich dazu auszutauschen. So verbessert sich das gegenseitige Verständnis, eine gute Voraussetzung für die künftige Zusammenarbeit.“

Ingo Bengs, Geschäftsführer, Alois Dallmayr Kaffee Berlin GmbH & Co. KG

A3 Die Stadt, Partner der Wirtschaft

Eine Verwaltung der kurzen Wege, die wirtschaftliche Initiativen unterstützt, ist eine der Voraussetzungen auf dem Weg zur Industriestadt der Zukunft. Ein Ziel des Masterplan Industriestadt Berlin ist daher, die Verwaltung stärker für die Belange der Industrie zu sensibilisieren und Industriepolitik als Querschnittsaufgabe zu etablieren. Dazu wurden drei Projekte vereinbart. Während die ersten beiden auf eine verbesserte Kommunikation und Vernetzung zwischen Verwaltung, Servicepartnern und Industrie abstellen, nimmt das Projekt A 3 die Aus- und Weiterbildung in den Blick. Der Aspekt der Dienstleistungs- und Wirtschaftsorientierung wird sowohl bei der Gewinnung von Personal als auch in den Ausbildungsgängen und in der Fortbildung verstärkt – auch durch eine stärkere Kooperation von Verwaltung, Wirtschaftsinstitutionen und Unternehmen.

Kurzpraktikum in der Berliner Industrie

Flankierend dazu haben wir im Netzwerk Industriepolitik ein Pilotprojekt vereinbart, das ganz einfach ist: Die Verwaltung geht direkt in die Unternehmen, erlebt vor Ort die Arbeit der Industrie. Bis zum Herbst 2012 werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Wirtschaftsverwaltung in Berliner Industrieunternehmen hospitierten. Sie erhalten Einblick, wie die Wirtschaft funktioniert, und lernen, die Arbeit der Verwaltung aus umgekehrter Perspektive wahrzunehmen. Gleichzeitig sollen sie die Unternehmen für Verwaltungsaufgaben sensibilisieren und die vermittelnde Rolle der Wirtschaftsverwaltung herausstellen.

B1 Tegel: Labor für die „Stadt der Zukunft“

Der innerstädtische Flughafen Berlin-Tegel wird mit Inbetriebnahme des zukünftigen Flughafens Berlin-Brandenburg (BER) in Schönefeld geschlossen. Auf ca. 210 ha der insgesamt 460 ha großen Fläche wird ein Forschungs- und Gewerbepark entstehen, der in der Verbindung von Industrie und Wissenschaftseinrichtungen aus den Bereichen urbaner Technologien zu einem Leuchtturmprojekt für Berlin entwickelt werden soll. Seit September 2011 unterstützt die Tegel Projekt GmbH die Stadt professionell bei der Entwicklung des Standorts. Der Berliner Senat hat im Juni 2011 ein Marketingkonzept beschlossen. Auf dieser Grundlage kann eine gezielte Akquisition von Unternehmen und Forschungseinrichtungen beginnen. Ein strategischer räumlicher Masterplan entsteht im Sommer 2012, er wird Grundlage für die verbindliche Bauleitplanung (als Voraussetzung für Investitionsvorhaben) sein und den Zukunftsort mit einer Mischung aus Universitätscampus und innovativen Firmen auch aus der rechtlichen Perspektive vorbereiten.

Für den „Forschungs- und Industriepark Zukunftstechnologien“ konnte als erste Wissenschaftseinrichtung die Beuth-Hochschule für Technik Berlin mit den passend zur Leitidee des Standortprofils „Urban Technologies“ ausgerichteten Studiengängen gewonnen werden.

Die Auswahl von Studiengängen der Beuth Hochschule für Technik Berlin mit der Schwerpunktsetzung „Urban Technologies“ soll eine Ergänzung in Partnern der Wirtschaft finden. Die Kooperation zwischen Wirtschaft sowie Forschungs- und Bildungspartnern eröffnet Chancen für Synergien und kann dazu beitragen, dass qualifizierte Arbeitsplätze entstehen und Einnahmen für das Land Berlin generiert werden.

C1 Finanzierungen fehlen nicht

Neugründungen und Investitionen sind im verarbeitenden Gewerbe besonders kapitalintensiv. Für den Ausbau der industriellen Basis sind daher gute Finanzierungsbedingungen eine wesentliche Voraussetzung. Ansatz des Masterplanprojektes ist es, den tatsächlichen Bedarf an Fremdfinanzierung und Beratung vor allem unter Industrieunternehmen und Gründern zu ermitteln, um auf dieser Grundlage das Angebot weiter zu optimieren.

Umfragen von IBB und Creditreform, die nun kontinuierlich fortgeführt werden, ergaben, dass die Berliner KMU bei Investitionen überwiegend auf eigene Finanzmittel zurückgreifen. Lediglich die Hälfte der Befragten gab an, dass Kredite und andere Formen der Fremdfinanzierung für ihre Unternehmensentwicklung von Bedeutung sind. Die aktuellen Finanzierungsbedingungen werden von deutlich mehr Unternehmen als im Vorjahr als gut oder sehr gut bezeichnet. Optimierungsbedarf wird vor allem bei der Information über bestehende Angebote gesehen.

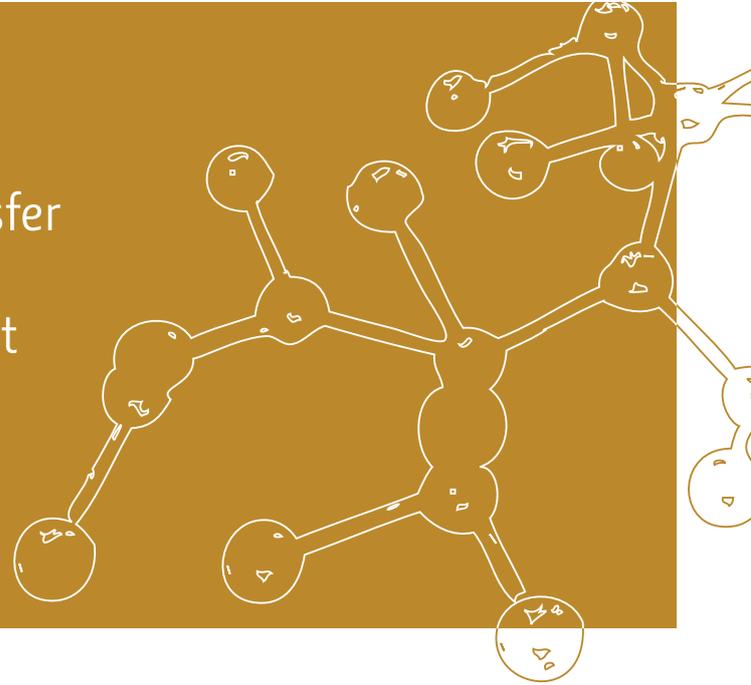
Um Vorbehalte gegenüber Fremdfinanzierungen abzubauen und die bestehenden Angebote transparenter darzustellen, hat die IBB ihr Internetangebot um einen „Förderfinder“ und Produktblätter für alle Förderprogramme erweitert. Zudem hat die IBB ihre Leistungen gezielter auf den Bedarf abgestimmt. Mit dem Mezzanine Fonds aus „Berlin Kapital“ und dem neuen „Berlin Kredit Innovativ“ bei der IBB können demnächst die Kapitalseite der Berliner KMU weiter gestärkt sowie Investitionen in Berliner Firmen durch Haftungsübernahmen ermöglicht werden. Damit werden die Ziele des Masterplan Industrie schrittweise umgesetzt. Für den Herbst 2012 sind gerade zum Bereich Beteiligungen gemeinsame Veranstaltungen mit dem Bundesverband der Kapitalbeteiligungsgesellschaften BVK geplant.

Berlin will bis zum Jahr 2020 bis zu 100.000 Elektrofahrzeuge auf die Straße bringen. Mit der Inbetriebnahme des zukünftigen Flughafens Berlin Brandenburg wird Tegel als geeigneter Standort bereitstehen, um sich in der Entwicklung dieser und anderer Technologien an die Spitze zu setzen.



Aktionsfeld Innovationen

Die Instrumente im Technologietransfer werden gebündelt und erweitert. Neue Instrumente werden entwickelt und eingesetzt. Die Rahmenbedingungen für den Technologietransfer werden verbessert.



D3 Kooperationservice für Innovationen

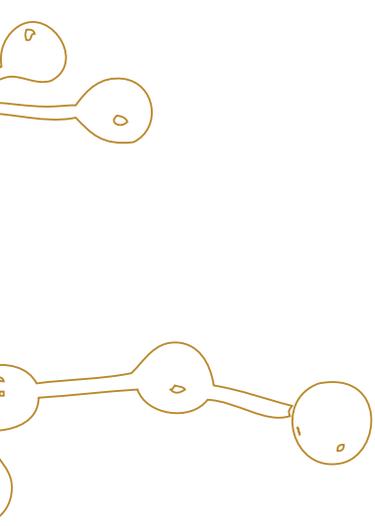
Offenheit gegenüber Neuerungen entscheidet maßgeblich darüber, ob die Industrie wettbewerbsfähig bleibt. Das ist nicht allein eine Frage der finanziellen Mittel, sondern auch der Vernetzung. Hier setzt der Masterplan Industriestadt Berlin an und fördert die vertiefte Zusammenarbeit zwischen Unternehmen auf der einen und Universitäten, Hochschulen und Forschungsinstituten auf der anderen Seite. Zu Fragen des Austausches von Ideen und Know-how sowie zur Anbahnung und Durchführung gemeinsamer Forschungs- und Entwicklungsprojekte ist die TSB Innovationsagentur Berlin die zentrale Anlaufstelle. Mit dem Service für Wissens- und Technologietransfer (WTT) unterstützt sie dabei vorrangig die Industriebranchen Elektrotechnik und Elektronik, Maschinen- und Anlagenbau sowie Chemie und Werkstoffe.

2011 organisierte die TSB für diese Zielgruppen neun WTT-Veranstaltungen zum Wissens- und Technologietransfer mit insgesamt 714 Teilnehmern. Der WTT-Service trug auch mit über 175 ergänzenden Betreuungsleistungen zum Beispiel zu konzeptionellen, strategischen und finanzierungsseitigen Fragen zur Vorbereitung von Kooperationsvorhaben bei. In diesem Zusammenhang entwickelten sich ca. 60 Transferaktivitäten, darunter 40 Projektskizzen für Forschungs- und Entwicklungsvorhaben mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft.

Als zusätzlicher Service erfolgte Anfang 2012 auch der Start des Projekts i2m – ideas to market, mit dem die Förderung des Technologietransfers länderübergreifend im Rahmen der gemeinsamen Innovationsstrategie Berlin Brandenburg (InnoBB) auf der Grundlage des erfolgreichen Instruments „TOP 50“ aus dem Bereich Bio-/Lebenswissenschaften auch auf andere Branchen ausgeweitet werden kann. Der i2m-Service richtet sich an Wissenschaftler beider Länder, die Interesse an der kommerziellen Nutzung ihrer innovativen Entwicklungen, Projektideen oder einer Unternehmensgründung haben, denen jedoch noch Entwicklungsschritte oder Partner zur wirtschaftlichen Verwertung fehlen.

E2 Hochschulen – Quelle von Innovationen

Die exzellente Hochschul- und Forschungslandschaft ist ein entscheidender Standortvorteil Berlins. Sie bietet nicht nur ein unerschöpfliches Reservoir für den Wissens- und Technologietransfer. Hier liegt zugleich das größte Potenzial für die Gewinnung akademischer Nachwuchskräfte. Dabei sind vor allem kleine und mittlere Unternehmen in der größer werdenden Konkurrenz auf besondere Maßnahmen angewiesen. Empfehlenswert ist die rechtzeitige Kontaktaufnahme schon während des Studiums. In Gemeinschaftsprojekten mit Hochschulen können deshalb Studierende zu echten Boten zwischen Wissenschaft und Wirtschaft werden und schon im Vorfeld einer möglichen Anstellung Innovationen ermöglichen.



Dazu ist im Rahmen des Projektes eine Reihe von Bausteinen entwickelt worden, zum Beispiel ein „Praktikantenkompass“ der IHK mit einer Übersicht über bestehende Stellen, die Praktika für Studierende vermitteln. Darüber hinaus fördert die IBB mit nun weiter verbesserten Konditionen die Anstellung junger Absolventen akademischer Studiengänge als Innovationsassistenten im Rahmen technologieintensiver Investitionen in Neugründungen oder in KMU, die expandieren wollen.

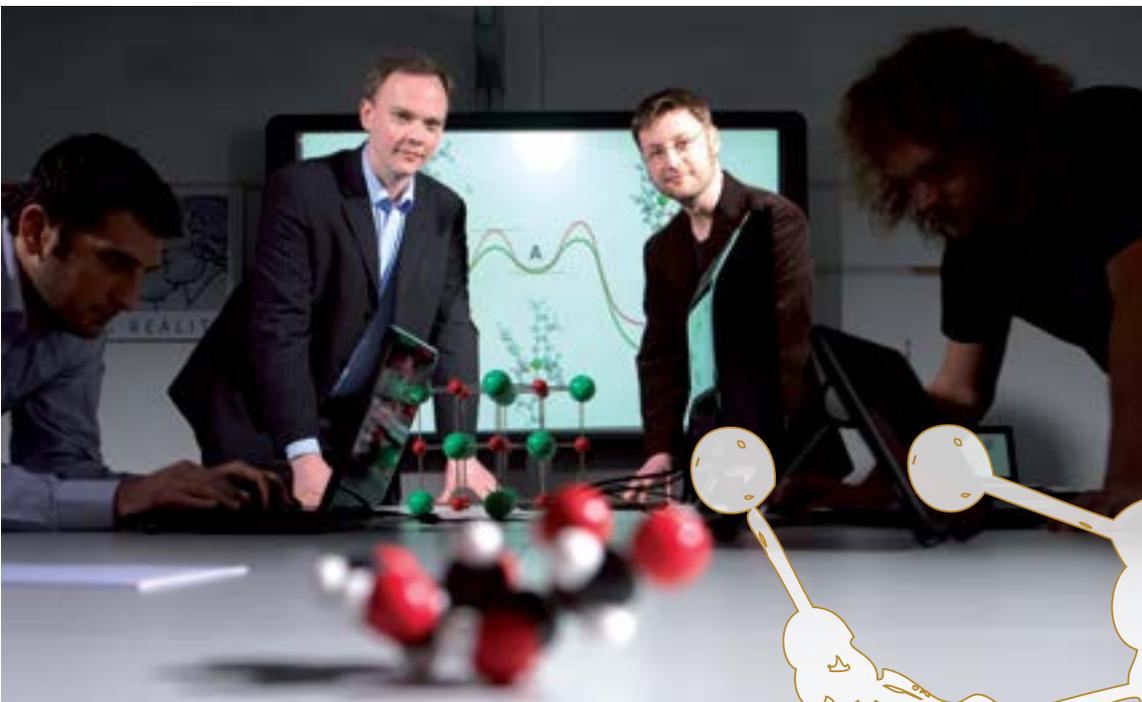
„Mit der Education Corner haben wir einen weiteren Meilenstein für den Wissens- und Technologietransfer geschaffen. Durch das neue Tool können wir noch schneller und gezielter Zugang zu Experten, Gründern und Wissensträgern vermitteln und darüber hinaus Synergien zwischen Gründern und Unternehmen noch effizienter gestalten.“

Martin Mahn, Geschäftsführer,
Humboldt Innovation GmbH

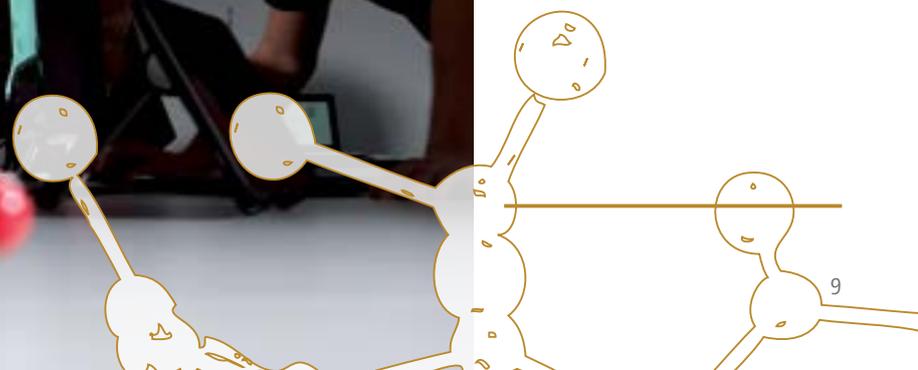
E3 Gründergeist wecken

Berlin ist Gründerhauptstadt und unterstützt insbesondere das „Ausgründen“ bzw. den „Spin-off“ seit Langem mit Gründerzentren. Auch sind Gründungsberatungen zu einem selbstverständlichen Service von Hochschulen und Universitäten geworden. Dennoch ergab eine von der „Humboldt Innovation“ (HI) gemeinsam mit der IHK erstellte Bestandsaufnahme, dass die Möglichkeiten einer konsequenten Ausgründungsförderung nicht voll ausgeschöpft werden. Der wissenschaftlich-technische Transfer sollte stärker in den Universitäten und Hochschulen verankert und die Herausbildung unternehmerischer Kompetenz Bestandteil der Lehre werden. Ausgründungsförderung verlangt zudem nach einem festen finanziellen Rahmen, der kontinuierliche Arbeit ermöglicht.

Als neues Bindeglied zwischen der Stadt und ihren Hochschulen geht die HI mit gutem Beispiel voran. Selbst ein Spin-off der Humboldt-Universität zu Berlin, hat sie erfolgreich bereits über 40 Ausgründungen betreut, darunter zahlreiche internationale Koproduktionen. Auf dem Campus Adlershof, dem größten Technologiepark Europas, eröffnete die HI Anfang 2011 einen eigenen Präinkubator, die SPIN-OFF-ZONE. Die „Education Corner“, ein Portal mit zahlreichen Tutorials, Videos und Lehrbeispielen, ging im September 2011 online und ist heute wesentlicher Teil der Anfang 2012 gegründeten Spin-Off SCHOOL, unter deren Dach sich alle Aus- und Weiterbildungsangebote der HI finden.

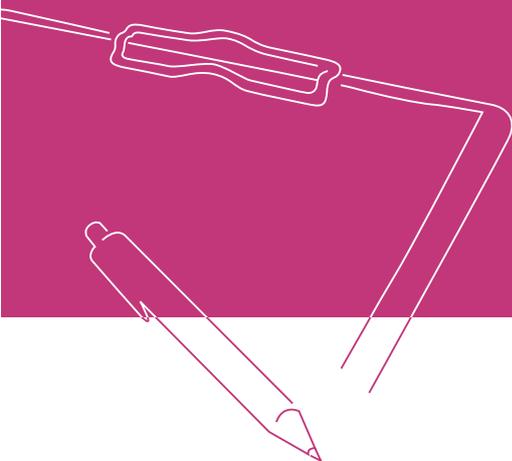


Die SPIN-OFF ZONE am Berliner Campus Adlershof: Das Gründerhaus bietet Räume in einem kreativen Umfeld, in dem innovative Ideen in erfolgreiche Geschäftskonzepte weiterentwickelt werden.



Aktionsfeld Fachkräfte

Mathematische und naturwissenschaftliche Kompetenzen der Schülerinnen und Schüler werden verbessert. Der Zugang zu Fachkräften wird erleichtert. Qualifizierung wird gezielt gegen Fachkräftemangel gesetzt.



G1 Berlin macht MINT

In den technologieintensiven Zukunftsindustrien werden in den nächsten Jahren neue Arbeitsplätze entstehen. Arbeitsplätze, für die gute Leute gerade im sogenannten MINT-Bereich Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik gebraucht werden. Der Masterplan Industriestadt Berlin setzt daher auf eine breite Förderung der entsprechenden Kompetenzen von der Schulzeit an. Nicht nur ein Mehr an Unterricht in den naturwissenschaftlichen Fächern ist gefragt, sondern vor allem auch die Einführung effektiverer Lehrmethoden. Erfolgreiche Projekte und Methoden wie „Sinus Transfer“ und die Lernwerkstätten werden daher verstetigt und ausgebaut. Lernwerkstätten sind Orte, in denen Kinder entdeckend, kreativ und forschend lernen. Durch freies Experimentieren sollen Kinder mit den zur Verfügung stehenden Materialien ohne Anweisung naturwissenschaftliche Phänomene selbst verstehen lernen. Dadurch verändert sich der Schulalltag auch für die Lehrkräfte. Die Lehrerfortbildung wird daher bedarfsgerecht angepasst und das Angebot transparent aufbereitet.

Auf der Tagung „MINT-Mitdenken“ im Frühjahr 2013 sollen die gewonnenen Erfahrungen vorgestellt und in Workshops weitervermittelt werden. Ferner soll eine Interviewreihe mit Unternehmen Erkenntnisse darüber erbringen, wie die Lehrerfortbildung optimiert werden könnte und welche Kompetenzen Kinder frühzeitig erwerben sollten, damit sie in den MINT-Fächern bessere Lernergebnisse erzielen und ihre Ausbildung oder Studium erfolgreich gestalten können.

„Gut gefallen hat mir die Möglichkeit, den direkten Kontakt zu den Firmen herzustellen, gerade in Bezug auf den beruflichen Einstieg und Praktika.“

Benjamin Mientus, 22 Jahre,
Student und Teilnehmer der
Langen Nacht der Industrie

H1 Mit der Langen Nacht der Industrie für die Industrie begeistern

Ziel des Masterplanprojektes ist es, ein Bewusstsein für die Möglichkeiten zu wecken, die der Industriestandort jungen Leuten und gerade Studierenden bietet, die vor der Berufswahl stehen oder nach einem Arbeitsplatz suchen. Gerade die Jobchancen bei kleinen und mittleren, sehr innovativen und international tätigen Unternehmen sind oft noch zu wenig bekannt.

Für die „Lange Nacht der Industrie“ am 9. Mai 2012 konnte das Netzwerk Industriepolitik 30 herausragende Industrieunternehmen gewinnen, darunter zehn, die bereits an der Hauptstadtkampagne *be* Berlin unter dem Slogan „ich bin ein berliner.“ teilnehmen. Zum ersten Mal präsentierten sich sowohl leistungsstarke Traditionsunternehmen als auch junge mittelständische in dieser Nacht in Berlin, unter ihnen auch sogenannte „Hidden Champions“. Bei anschaulichen Führungen erhielten die Teilnehmer spannende Einblicke in die Arbeitsprozesse der Betriebe; sie konnten Fragen stellen

und sich ein persönliches Bild von den Unternehmen als sympathische Gast- sowie als potenzielle Arbeitgeber machen. Weit mehr als 1.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, darunter überwiegend Schülerinnen, Schüler und Studierende, nutzten diese Gelegenheit, um sich eingehend über Berliner Firmen als zuverlässige Partner für Zukunft und Karriere zu informieren. Die Lange Nacht der Industrie ist ein Veranstaltungsformat, das im Umfeld der Industrie zusammenbringt, was zusammengehört: die Industrie als bedeutenden Wirtschaftsfaktor und die Menschen der Stadt.

I1 Attraktive Arbeitsplätze schaffen

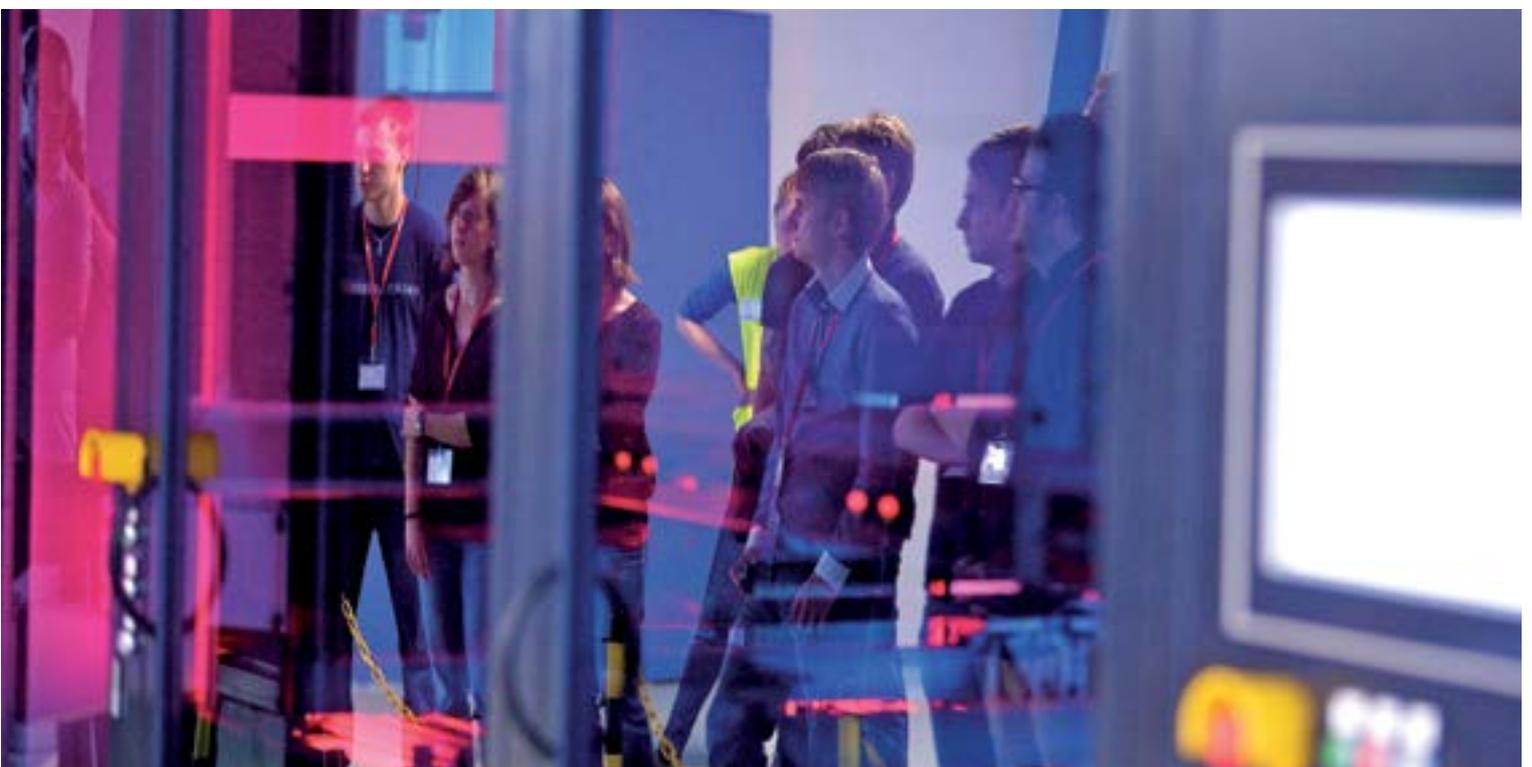
„Die große Publikumsnachfrage bei der Langen Nacht der Industrie beweist, dass die Berliner Industrie wieder zu einem spannenden Thema geworden ist.“

Rainer G. Jahn, Vorstand Nordostchemie, Vice-Präsident UVB

Berlin nimmt in der Gleichstellungspolitik eine Vorreiterrolle ein. Hier befindet sich die Partizipation von Frauen in Politik und Wissenschaft im bundesweiten Vergleich bereits auf einem überdurchschnittlich hohen Niveau. Auch der Anteil von Frauen, die ingenieurwissenschaftliche Studien beginnen, wird nur von wenigen Bundesländern übertroffen. Das ist jedoch kein Grund, sich auf dem Erreichten auszuruhen, im Gegenteil: Nach wie vor sind Frauen in Berlin gerade im verarbeitenden Gewerbe weit unter dem Durchschnitt repräsentiert, ihr Verdienst ist geringer als der von Männern, es gibt eine hohe Quote von Teilzeitarbeit, und auch in Führungspositionen sind sie seltener vertreten.

Das größte Hemmnis ist nicht eine möglicherweise fehlende Qualifikation von Frauen. Vielmehr ist die Arbeit in der Industrie oft noch so strukturiert, dass sie Frauen den Zugang erschwert. Das ist ein wichtiges Ausschlusskriterium schon bei der Berufswahl, und es betrifft nicht allein Frauen, sondern auch Männer. Höchste Priorität hat entsprechend die Schaffung von lebensphasengerechten Arbeitsmodellen, damit Beruf und Familie vereinbar sind. Durch familienbewusste Angebote positionieren sich Unternehmen als attraktive Arbeitgeber, die Fachkräfte gewinnen und halten, auch wenn diese Erziehungs- und Pflegeaufgaben wahrnehmen. Senatsverwaltungen und Wirtschaftsförderung arbeiten gemeinsam an Verbesserungen bei der flexiblen Kinderbetreuung und Pflege von Angehörigen und tragen durch Beratung und Information für Arbeitgeber und Beschäftigte in KMU zur Sensibilisierung der Unternehmen für familienbewusste Personalstrategien bei. Als besonders zukunftsweisend erwies sich die Zusammenarbeit mit dem „Unternehmensnetzwerk Motzener Straße“, das eine Vorbildfunktion für eine lebensphasenorientierte Politik mit dem Ziel der Sicherung von Fachkräften einnimmt.

Besuch bei einem der führenden Anlagenhersteller in der Industrieautomatisierung: Das Maschinenbauunternehmen Jonas & Redmann in Berlin-Moabit war eine der vielen Attraktionen während der Langen Nacht der Industrie.



Aktionsfeld Standortkommunikation

Berlin wird als zukunftsfähige, moderne und saubere Industriestadt über die Grenzen hinaus bekannt gemacht. Industrieunternehmen werden zielgerichtet angesiedelt.

ich
bin eine
berlinerin.

J1 Selbstbewusstsein stärken: Gemeinsam für die Industriestadt

Berlin als Industriestadt der Zukunft, dieses Ziel kann nur erreicht werden, wenn alle an einem Strang ziehen und die gemeinsame Verantwortung erkennen, von der Wirtschaft über die Öffentlichkeit bis zur Politik. Ein bewährter Brückenschlag zwischen Öffentlichkeit, Politik und Wirtschaft, der ebenso dem Erfahrungsaustausch wie der Entwicklung gemeinsamer Initiativen für den Standort dient, ist der „Industriedialog“. In Formaten wie Branchengesprächen, Unternehmensbesuchen oder Presserundfahrten geht es darum, Standortbedingungen für die Industrie zu verbessern sowie gemeinsam für die Industriestadt Berlin zu werben. Im Netzwerk Industriepolitik wurde vereinbart, den Industriedialog regelmäßig und ergebnisorientiert fortzusetzen. Zudem sind weitere Bausteine hinzugekommen, darunter die Entwicklung eines Industrieexposés, einer Zusammenstellung der wichtigsten Informationen zu Berlin als Industriestadt. Mit diesem leicht handhabbaren neuen Format werden Multiplikatoren insbesondere aus der Politik national und international für die Industriestadt Berlin werben können.

Ein weiterer zentraler Meilenstein im Dialog von Industrie, Wissenschaft und Politik und Impulsgeber für Zukunftsthemen ist die Berliner Wirtschaftskonferenz, die im November 2012 zum 6. Mal stattfindet. Fünf Jahre nach ihrem Auftakt wird die Konferenz in diesem Jahr wieder die Industrie insgesamt in den Fokus nehmen.

J2 Unsere Zukunft heißt Berlin

„ich bin ein berliner.“, diese berühmten Worte des Präsidenten John F. Kennedy bilden das Motto, um Berlin als „the place to be for future industries“ bekannt zu machen. Dafür wurde unter anderem unter www.sei.berlin.de als Teil der *be* Berlin-Markenkampagne eine Plattform geschaffen, die 15 zukunftsweisende Berliner Industrieunternehmen und ihre Produkte vorstellt: von Elektromotoren für Hybridfahrzeuge bis hin zu Hightechseilen für Kinderspielplätze. Während die Marketingkampagne 2010 vor allem regional ausgerichtet war, macht sie seit 2011 auch national und international von sich reden. Ende März 2011 wurde auf dem Potsdamer Platz, der täglich von Tausenden Touristen besucht wird, die Industrieausstellung „ich bin ein berliner.“ eröffnet. Auf der Hannovermesse, der größten Industriemesse der Welt, wurde im Mai 2011 das „Industriequiz“ gestartet, bei dem dann im Juni 2011 das zweimillionste in Berlin gefertigte BMW-Motorrad sowie ein „Smart fortwo“ verlost wurden. Das Motorrad war im Mai im BMW-Werk Spandau vom Band gelaufen.

„Für uns als mittelständisches Unternehmen ist es besonders wichtig, unsere firmeneigene Tradition mit Innovation und moderner Fachkompetenz zu verknüpfen. Dafür müssen Berliner Industrieunternehmen sichtbarer werden. Die Industriekampagne und die Lange Nacht der Industrie sind ein wichtiger Baustein dafür.“

Jan IJspeert, Geschäftsführer,
BAE Batterien GmbH

Im Mai 2011 fand in Berlin auch die „11. Challenge Bibendum“ zum Thema „Nachhaltiger Individualverkehr“ statt. Auf der Parade elektrisch betriebener Fahrzeuge vom Flughafen Tempelhof zum Brandenburger Tor führte die Markenkampagne *be* Berlin den Korso mit ihren eROCKIT-Elektrorädern an. Diese international beachtete Veranstaltung war ein wichtiger Schritt bei der erfolgreichen Bewerbung zum „Schaufenster Elektromobilität“, einem Förderprogramm des Bundes, das im Juli 2012 anläuft. „ich bin ein berliner.“ ist das Bekenntnis zu einer Industriestadt im Wandel, die sich engagiert und kompetent den Herausforderungen der Zukunft annimmt.

K3 Neue Märkte erschließen

Im Jahr 2011 bestimmte die Industriekampagne auf führenden nationalen und internationalen Messen mit Industriebezug das Bild aller Gemeinschaftsstände von Berlin Partner, der Berliner Wirtschaftsförderung. Von der CeBIT über die Hannovermesse, Wasser Berlin, IFCC und LASER World of PHOTONICS bis hin zu EU PVSEC, BIOTECHNICA und MEDICA: Überall erinnerte das Motto „ich bin ein berliner.“ an den Ort, an dem nicht nur die elektrische Straßenbahn und der Computer das Licht der Welt erblickten. Um vor allem die kreative Vielfalt kleiner und mittlerer Unternehmen am Industriestandort Berlin vorzuführen, ist der Messeservice von Berlin Partner ganz auf deren Bedürfnisse abgestimmt: Von Anfang an professionell betreut, können sie sich vor Ort ganz ihrem individuellen Messeauftritt widmen.

Eine Studie von TNS Infratest aus dem Jahr 2011 belegt: Berlin als Industriestandort ist wieder ein Begriff. Berlin wird immer mehr verbunden mit einer „guten Forschungslandschaft“, „innovativen Firmen“ und „innovativen Produkten“. 40 % der befragten Unternehmer denken daran, selbst einen Standort in Berlin zu eröffnen. Der European Cities Monitor nennt Berlin auf Platz fünf der besten europäischen Wirtschaftsstandorte. Ein Vorteil sei das effektive Stadtmarketing. Auch im Jahr 2012 ist die Industriekampagne auf allen wichtigen Industriemessen präsent: Auf der Hannovermesse 2012 begleitete sie einen gemeinsamen Auftritt mehrerer Unternehmen zum Thema Elektromobilität.

Die Industriekampagne im Einsatz auf der Hannovermesse 2011: Unter dem Motto „ich bin ein berliner.“ werben die Stadt und Berliner Unternehmen gleichermaßen für den Industriestandort Berlin.



Der Masterplan Industrie wird federführend von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung zusammen mit dem Netzwerk Industriepolitik umgesetzt.

Ihre Ansprechpartnerin:

Anja Sabanovic

Referentin für Industrie- und Handwerkspolitik

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung

Martin-Luther-Str. 105 | 10825 Berlin

Tel +49 30 901 384 57

Fax +49 30 901 380 50

Anja.Sabanovic@senwtf.berlin.de

www.berlin.de/industriestadt

Stand: Juni 2012

Koordination Berlin Partner GmbH

Text Jörg Tiedjen/Oliver Krull

Grafische Gestaltung COXORANGE Kreative Gesellschaft

Fotos Titel Fotolia.com: Falko Seidele/MO/Berlin Partner GmbH, S. 7 Berlin Partner GmbH/D.Lässig, S. 9 Arne Weychardt für WirtschaftsWoche, S. 11 Berlin Partner GmbH/D.Lässig, S. 13 Berlin Partner GmbH

Druck Schöne Drucksachen GmbH

Dieses Produkt ist auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.



Bitte beachten Sie: Seit dem 1. September 2013 sind TSB Innovationsagentur Berlin GmbH und Berlin Partner GmbH ein Unternehmen.

Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH

Fasanenstr. 85 | 10623 Berlin

Tel +49 30 46302-500

www.berlin-partner.de | info@berlin-partner.de



Das Netzwerk Industriepolitik: