

Inhaltsverzeichnis:

1. Entstehung und Entwicklung der Wirtschaftsinitiative	1
2. Zukunftskonferenzen	2
3. Clusterprozess	2
4. IQ Innovationspreis	2
5. Absolventenmesse Mitteldeutschland.....	3

1. Entstehung und Entwicklung der Wirtschaftsinitiative

In der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland (WiM) engagieren sich seit 14 Jahren strukturbestimmende Unternehmen sowie Kammern und Städte aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit dem gemeinsamen Ziel einer nachhaltigen Entwicklung und Vermarktung der traditionellen Wirtschaftsregion Mitteldeutschland. Dabei stand die WiM für die Themen Clusterentwicklung, Innovationsförderung, Fachkräftesicherung, Imagesteigerung und Netzwerkbildung.

Die Entstehung der WiM und ihre Entwicklung lassen sich in drei Phasen gliedern (Vorlaufphase, Startphase und Etablierungsphase). Die Vorlaufphase begann in den 1990er Jahren. Bereits 1991 gründete sich an der Drei-Länder-Grenze im Kernraum Leipzig-Halle der „Aktionsraum Mitteldeutschland e.V.“. Verwaltungsseitig wurde 1997 das Regionalforum Mitteldeutschland aus den ehemaligen Regierungsbezirken in der administrativ neu geteilten Wirtschaftsregion ins Leben gerufen.

Die Gründung des von Unternehmen getragenen „Regionalmarketing für Mitteldeutschland“ im April 2000, der Vorläufer der bisherigen WiM, geht wesentlich auf den gebürtigen Holländer Bart Groot zurück, der für den US-Chemie-Konzern Dow Chemical die Privatisierung der einstigen, über die Landesgrenzen verteilten BUNA-Werke leitete und sich Sorgen um die Entwicklung des administrativ getrennten Standorts machte. Nachdem sich bis Ende 2000 bereits über 20 Firmen dem regionalen Marketingbündnis angeschlossen hatten, reagierte die Landespolitik im Jahr 2002 durch die Gründung der „Initiative Mitteldeutschland“ durch die drei Ministerpräsidenten.

Die Startphase des „Regionalmarketings“ ab 2000 wurde von dem engagierten Groot und dem einstigen Geschäftsführer Martin Luible geprägt. Mit konzeptionellen Grundlagen wurden erste Projekte initiiert und damit ein Kern an Unternehmen für die mitteldeutsche Idee gewonnen.

In diese Phase fallen die groß angelegten regionalen Imagekampagnen, die ersten Zukunftskonferenzen sowie die Initiierung des länderübergreifenden Clusterprozesses.

Nach Groots Weggang und den personellen Änderungen an der Spitze der Organisation ab 2005 setzte schließlich als dritter Abschnitt der bisherigen Entwicklung die Etablierungsphase ein, mit der auch der Namenswechsel zu „Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland“ und die Ausdehnung auf die gesamten drei Bundesländer erfolgte.

Die Etablierung vollzog sich auf drei Ebenen. So konnten erstens mit den Zukunftskonferenzen und dem Clusterprozess bereits initiierte Projekte bis heute erfolgreich etabliert werden. Zweitens wurden neue Projekte wie der IQ Innovationspreis und die Absolventenmesse Mitteldeutschland etabliert.

Anlage 6: Weiterführende Informationen zur Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland

Heute sind in der WiM 54 Unternehmen und drei Kammern sowie 4 Städte aus Mitteldeutschland vertreten.

Mit den Clusterprozessen konnten eigenständige Managementstrukturen entlang der tatsächlichen Kooperationsräume der Firmen aufgebaut und zahlreiche Investitionen und mit dem IQ Innovationspreis länderübergreifende Innovationsprozesse forciert werden.

Mit der Absolventenmesse nahm die WiM einen weiteren Baustein für die Entwicklung und Vermarktung der Region Mitteldeutschland in die Hand.

2. Zukunftskonferenzen

Mit den Zukunftskonferenzen ist die WiM zu einem wichtigen Impulsgeber für Strategien und Handlungsansätze zur Stärkung der Wirtschaftsregion Mitteldeutschland geworden. Zugleich hat sie sich als hochwertige Informations- und Begegnungsplattform der wichtigsten Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung mit überregionaler Ausstrahlung etabliert.

3. Clusterprozess

Der im Jahr 2003 initiierte länderübergreifende Clusterprozess macht die Region über die Grenzen hinaus als innovativer Standort wahrnehmbar. Er basiert auf der Theorie Michael Porters, wonach flexible Netzwerke einander ergänzender kleinerer und großer Unternehmen sowie Forschungs-, Entwicklungs-, Qualifizierungseinrichtungen und sonstigen Kompetenzzentren aufgrund räumlicher Nähe, enger Lieferverflechtungen und Kooperationsbeziehungen hohe Wettbewerbsfähigkeit entfalten.

Es ist gelungen, derartige Netzwerke über die politisch-administrativen Grenzen der Region hinweg entlang der tatsächlichen Zulieferer- und Kooperationsbeziehungen aufzubauen und auf eigene organisatorische Beine zu stellen.

4. IQ Innovationspreis

Der IQ Innovationspreis weist gegenüber anderen Innovations- und Gründerwettbewerben elementare Unterschiede auf, die ihn zu einem Alleinstellungsmerkmal für den Standort Mitteldeutschland machen.

Er ist nicht nur ein weiterer Wettbewerb, sondern bündelt bereits vorhandene Wettbewerbe in der Region unter einem Dach mit einheitlichem Erscheinungsbild und gemeinsamem Bewerbungsportal. Die Bündelung der regionalen Wettbewerbe bietet nicht nur den vielen Veranstaltern einen niedrigeren Aufwand, sondern vor allem dem Wettbewerb und damit den Preisträgern eine deutlich höhere Aufmerksamkeit. Über die Preisträger berichten nicht nur die lokalen und regionalen Medien, sondern auch die nationale und z.T. internationale Fachpresse.

Der IQ Innovationspreis ist an den regionalen und lokalen Clustern ausgerichtet.

5. Absolventenmesse Mitteldeutschland

Hochqualifizierte Fachkräfte sind mobil und häufig gezwungen, sich woanders nach einem Job umzusehen, auch wenn sie mehrheitlich lieber in Mitteldeutschland bleiben würden. Dem Problem des Zusammenfindens von Hochschulabsolventen und Arbeitgebern aus der Region begegnet man mit der Absolventenmesse.

In einem professionellen Ambiente im zentral gelegenen und gut erreichbaren Congress Center Leipzig (CCL) können sich Firmen ihren potenziellen künftigen Mitarbeitern präsentieren.