

Rahmenstrategie für die Außenwirtschaft in Berlin

1 EINLEITUNG – BERLINER WIRTSCHAFTSPOLITIK: WO STEHT DIE AUßENWIRTSCHAFT?	2
2 BESTANDSANALYSE DER BERLINER AUßENWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG	3
2.1 Makroökonomische Ausgangslage	3
2.2 Derzeitige regionale Schwerpunkte und Umfrage zu zukünftiger Einschätzung	5
2.3 Die Hauptakteure der Berliner Außenwirtschaft	6
2.4 Gemeinsame Außenwirtschaftsförderung in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	9
2.5 Instrumente der Außenwirtschaftsförderung	10
2.5.1 Das Programm „Neue Märkte erschließen“	10
2.5.2 Die Chancen des vereinten Europas nutzen: Das Programm „Netzwerkbildung Mittel- und Osteuropa“	10
2.5.3 Städtepartnerschaften und Städtenetzwerke	11
2.5.4 Weitere Außenwirtschaftsförderung für Berliner Unternehmen	11
3 ZIELE DER BERLINER AUßENWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG	12
4 STRATEGISCHES VORGEHEN	13
4.1 Senatsvorlage	13
4.2 Außenwirtschaft in den Clustern und in der Berliner Industrie	15
4.2.1 Strategische Bearbeitung in den Clustern	15
4.2.2 Außenwirtschaft in der Berliner Industrie	15
4.3 Evaluation des Förderprogramms „Neue Märkte erschließen“	16
4.4 Entwicklung neuer Förderangebote für Berliner KMU	16
4.4.1 Europäische Union: Nutzung des transnationalen Rahmens für Berlin	16
4.4.2 Bessere Nutzung von Angeboten der Bundesebene und internationaler Netzwerke in Berlin	17
4.4.3 Unternehmensservice	17
4.4.4 Internationalisierung von Bildungsdienstleistungen	17
4.4.5 Berliner Verantwortung für die Eine Welt	18
4.5 Kooperation der Bundesländer Berlin und Brandenburg	18
5 AUSBLICK	19

1 Einleitung – Berliner Wirtschaftspolitik: Wo steht die Außenwirtschaft?

Ziel der Wirtschaftspolitik ist die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Berlin, die Sicherung vorhandener und die Schaffung neuer Arbeitsplätze sowie die Steigerung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Berliner Wirtschaft und somit die Stärkung der Wirtschafts- und Finanzkraft der Stadt. Im Mittelpunkt der Wirtschaftspolitik stehen kleine und mittlere Unternehmen, die die Berliner Wirtschaftsstruktur prägen.

Der Berliner Senat hat in den vergangenen Jahren verschiedene strategische Maßnahmen ergriffen, die den wirtschaftspolitischen Handlungsrahmen definieren. Dazu gehören vor allem die Wachstumsinitiative, die Kohärente Innovationsstrategie, die Mittelstandsoffensive, der Masterplan Industriestadt Berlin 2010-2020 sowie die Entwicklungspolitischen Leitlinien. In diesen Strategien sind klare Ziele für die weitere Standortentwicklung und die Verbesserung der unternehmerischen Rahmenbedingungen definiert. Schwerpunkte bilden die Stärkung der industriellen Basis der Stadt und die Weiterentwicklung der technologischen Kompetenzen Berlins.

Der Erfolg eines Wirtschaftsstandortes zeigt sich darin, wie es den dort agierenden Unternehmen gelingt, sich international zu vernetzen und Produkte zu entwickeln, die auf den internationalen Märkten nachgefragt werden.

Der Berliner Senat entwickelt im Rahmen seiner ordnungs- und strukturpolitischen Kompetenzen Maßnahmen, die einen Beitrag zur Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Berliner Wirtschaft leisten.

Die Berliner Außenwirtschaftsförderung bettet sich dabei in die Maßnahmen der nationalen Außenwirtschaftspolitik und der europäischen Handelspolitik ein und entwickelt eine regionale Komponente. In Berlin zielen die außenwirtschaftlichen Maßnahmen sowohl auf Aktivitäten zur Förderung der Exporte von Waren und Dienstleistungen, auf Aspekte des Standortmarketings im Ausland als auch auf die Maßnahmen, die die internationale Zusammenarbeit von Unternehmen, unternehmensnahen Einrichtungen und Netzwerken fördern.

Mit der vorliegenden Rahmenstrategie werden die Außenwirtschaftsaktivitäten noch enger mit dem wirtschaftspolitischen Handlungsrahmen des Landes Berlins verbunden, dies betrifft insbesondere die Maßnahmen zur Entwicklung der gemeinsamen Zukunftsfelder und Cluster¹ der Hauptstadtregion Berlin – Brandenburg.

¹ Im Folgenden unter dem Begriff „Cluster“ zusammengefasst. Clusterdefinition Berlin-Brandenburg:

Cluster konzentrieren Unternehmen und Institutionen in der Region, die thematisch verbunden sind bzw. gemeinsame Interessen aufweisen und mit einander kooperieren. Die Verbundenheit der Akteure ergibt sich aus der Tätigkeit in einem Wirtschaftszweig, über die Wertschöpfungskette oder die Benutzung gleicher oder ähnlicher Technologien.

Voraussetzung für ein funktionsfähiges Cluster ist, dass sich eine kritische Anzahl von Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen in räumlicher Nähe zueinander befindet. Ein Cluster muss überdurchschnittliche Wachstumsperspektiven aufzeigen, z.B. aufgrund einer hohen Innovationskraft, wegen besonderer Alleinstellungsmerkmale (Wettbewerbsvorteile) und durch eine überregionale,

2 Bestandsanalyse der Berliner Außenwirtschaftsförderung

2.1 Makroökonomische Ausgangslage

Die Zahlen zum Außenhandel zeigen, dass die Berliner Wirtschaft mittlerweile in starkem Maße in die internationale Arbeitsteilung eingebunden ist. So lag die Exportquote in der Berliner Industrie (Unternehmen ab 50 und mehr Beschäftigte, fachliche Betriebsteile) im Jahr 2009 bei 45 % und damit auf bundesdurchschnittlichem Niveau. Die für die Hauptstadt wichtige Pharmaindustrie erzielte im betreffenden Jahr sogar gut 70 % des Umsatzes im Ausland.

Im Hinblick auf den Anstieg der Berliner Exportquote sind allerdings auch methodische Änderungen zu beachten, etwa eine Umstellung in der Wirtschaftszweigklassifikation, nach der z. B. das inlandsintensive Verlagsgewerbe nicht mehr der Industrie zugeordnet wird. Dadurch hat sich die industrielle Exportquote insgesamt erhöht.

Wird mit dem Ziel einer gesamtwirtschaftlichen Betrachtung die Warenausfuhr in Relation zum Bruttoinlandsprodukt gesetzt, erreicht Berlin aber nur weniger als die Hälfte des deutschlandweiten Niveaus. Hier ist zu beachten, dass die Industrie trotz ähnlicher Exportquote in anderen Regionen ein größeres Gewicht hat und dadurch die Ausfuhren in einem stärkeren Maße zur Wirtschaftsleistung beitragen. Allerdings ist auch zu berücksichtigen, dass die Warenausfuhren nicht die Dienstleistungsexporte (u. a. Ausgaben von Touristen) umfassen. Gerade in Dienstleistungsmetropolen wie Berlin dürfte eine Kennziffer aus Warenausfuhren und Bruttoinlandsprodukt somit unterzeichnet sein.

Besonderes außenwirtschaftliches Gewicht als Wirtschaftsregion hat die EU, sowohl bei den exportierten Waren (Anteil 2009 bei 47 %) als auch bei den Importen (61 %). Das wichtigste Handelspartnerland für Berlin waren 2009 die USA bei den Ausfuhren (Anteil 9 %) und Einfuhren (14 %).

Alles in allem offenbaren die amtlichen Daten, dass der Berliner Wirtschaft eine stärkere Integration in die internationalen Arbeitsprozesse gelungen ist. Gleichwohl bewegen sich die Ausfuhren angesichts des niedrigen Anteils der Industrie an der Wirtschaftsstruktur Berlins unterhalb des Bundesniveaus.

Mit Hilfe einer Stärken-Schwächen Analyse wird im Folgenden die Situation für die Berliner Außenwirtschaft skizziert.

Situationsanalyse der Berliner Außenwirtschaft im SWOT-Modell

(engl. Akronym für **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen) und **T**hreats (Gefahren))

Stärken

- Standort von internationalen Einrichtungen und Verbänden
- Bundeshauptstadt und politisches Zentrum Deutschlands, Sitz von Botschaften und ausländischen Vertretungen
- Hohe Dichte an international renommierten Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen
- Bestand an jungen, hochinnovativen Unternehmen (KMU)
- Stärkstes Wirtschaftswachstum in Kompetenzfeldern zu verzeichnen
- International bekannter Messe- und Kongressstandort

Schwächen

- Exportneigung der KMU, Berliner Wirtschaft geprägt von 90% der Unternehmen mit weniger als 9 Beschäftigte: z. T. stellt sich Frage nach Exportfähigkeit
- Instrumente der Außenwirtschaftsförderung nicht immer nachfrageorientiert und zu wenig flexibel, dadurch Minderung der Nachfrage von Seiten der Unternehmen
- Zu selten Schaffung von Synergien zwischen Außenwirtschaftsakteuren
- Mangelnde Fokussierung der einzelnen Branchen auf Zukunftsmärkte
- Netzwerke betreiben zu wenig Internationalisierung

Chancen

- regionale Innovationsstrategie unterstützt Branchen und ermöglicht Wachstum von Unternehmen
- Cluster bieten Netzwerkstrukturen, die eine Plattform für Außenwirtschaftsaktivitäten sein können
- Hoher Bevölkerungsanteil an Einwohnern mit Migrationshintergrund
- Geographische Lage in Europa
- Berliner Kompetenzen in Schlüsselbereichen, die zur Lösung von Herausforderungen in Metropolen beitragen können
- Verbesserung der internationalen Anbindung durch die Eröffnung des internationalen Airports BBI
- Image Berlins als weltoffene Kulturmetropole
- Vielzahl von internationalen Verbindungen Berlins im politisch-administrativen Bereich, im Hochschulbereich sowie im Kulturaustausch
- Zunehmende Vernetzung mit dem Brandenburger Umland durch den Ausbau einer gemeinsamen Infrastruktur und gemeinsamer Institutionen

Gefahren

- Veränderung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Zielregionen
- Veränderung bei der Finanzierung von Außenwirtschaftsfördermaßnahmen (Anteil der EU Fördergelder), Reduzierung der Mittel aus den EU-Strukturfonds nach 2013

Diese Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Gewählt wurden lediglich solche Aspekte, zu denen im Strategiepapier Maßnahmepakete definiert werden.

2.2 Derzeitige regionale Schwerpunkte und Umfrage zu zukünftiger Einschätzung

Die bisherigen Schwerpunkte in der Außenwirtschaftsförderung der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen lagen auf der Kooperation mit Mittel- und Osteuropa, insbesondere Polen, den USA und Asien, insbesondere China und Japan.

Hinsichtlich der regionalen Ausrichtung und zukünftig wichtiger Märkte hat eine Umfrage der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen im Jahre 2009 bei den Akteurinnen und Akteuren der Berliner Außenwirtschaft, u.a. den Marketing-Organisationen, Kompetenzfeld-Managerinnen und Managern und Verbänden, die bisherigen Schwerpunkte grundsätzlich bestätigt, am häufigsten genannt wurden Europa mit Frankreich, Großbritannien, Polen, Türkei und Russland, der asiatische Raum mit China, Japan, Indien, Nordamerika mit Kanada und den USA sowie die MENA – Region* mit den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Die positive Entwicklung der Außenhandelszahlen belegt, dass Berliner Unternehmen in den letzten Jahren gerade in diesen Märkten enge Kontakte geknüpft und Handelsbeziehungen etabliert haben, die weiter zu pflegen sind und noch ausgebaut werden können.

Die Umfrage hat aber auch ergeben, dass für viele Berliner Akteure weitere Märkte an Bedeutung gewonnen haben und insofern stärker bearbeitet werden müssen. Dabei haben folgende Wirtschaftsregionen hohe Prioritäten erhalten; Skandinavien, Vietnam, Südkorea und die Golfregion in ihrer Gesamtheit. Im weiteren Prozess der Definition von Zielregionen für Branchen sollten diese Märkte in den Clustern einer besonderen Potenzialanalyse unterzogen werden.

Darüber hinaus hat die Auswertung der Umfrage gezeigt, dass es erste Handelskontakte auch in die sogenannten Märkte von morgen gibt. In die unter diesem Aspekt genannten Länder bestehen bereits Kontakte durch einzelne Unternehmen oder ein Netzwerk. Als Märkte mit Potential werden daher Ägypten, Argentinien, Chile, Libyen, Mexiko, Nigeria und Ukraine einer Prüfung unterzogen.

Die Umfrage lieferte insgesamt eine erste Einschätzung zu den Interessen und Schwerpunkten der Berliner Wirtschaft.

* MENA - Middle East North Africa = Nordafrika sowie naher und mittlerer Osten

2.3 Die Hauptakteure der Berliner Außenwirtschaft

Eine Vielzahl von Berliner Einrichtungen und Institutionen sind derzeit im Bereich der Außenwirtschaftsförderung tätig. Neben der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen (SenWTF) sind dies: die Berlin Partner GmbH (Berlin Partner), die Industrie- und Handelskammer Berlin (IHK), die Handwerkskammer Berlin (HWK), die Technologiestiftung Berlin GmbH (TSB) und das jeweilige Kompetenzfeld- bzw. Clustermanagement, die Investitionsbank Berlin (IBB), die Senatskanzlei und andere Senatsverwaltungen, die Messe Berlin, die Berlin Tourismus Marketing GmbH und die Berliner Flughäfen, deren Rollen im Folgenden kurz beschrieben werden.

Die Koordination der Aktivitäten der Außenwirtschafts-Akteure erfolgt im Strategiekreis Außenwirtschaft, den SenWTF leitet. Die Branchenverbände der Industrie sind nicht im Strategiekreis Auslandsaktivitäten, sondern im Beirat „Neue Märkte erschließen“ beteiligt.

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen

SenWTF übernimmt die politische Koordination und Steuerung der Berliner Außenwirtschaftsförderaktivitäten sowie deren konzeptionelle Weiterentwicklung. Die Förderung der Kommunikation und der Zusammenarbeit zwischen den Akteuren und Akteurinnen der Außenwirtschaft dient implizit auch der Verbesserung des Förder- und Beratungsangebots für die Berliner Wirtschaft. SenWTF hat die Aufgabe, die Berliner Außenwirtschaftspolitik im Rahmen der Außenwirtschaftspolitik der Bundesrepublik Deutschland und der Europäischen Union umzusetzen und zu gestalten.

Berlin Partner GmbH

Die außenwirtschaftlich relevanten Aufgaben der Berlin Partner GmbH liegen in der Vermarktung der Region im In- und Ausland, in der Unterstützung und Beratung von Unternehmen sowie in der Organisation von Delegationsreisen für Berliner Unternehmen und Institutionen ins Ausland und die Betreuung ausländischer Unternehmer- und anderer Delegationen in Berlin. So ist die Gesellschaft wichtigster Durchführer der alle zwei Jahre in Berlin stattfindenden Asien-Pazifik-Wochen und Organisator der Kampagne *beBerlin* sowie der Vermarktung der gemeinsamen Kampagne Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (Capital Region) von Berlin und dem Land Brandenburg. Berlin Partner ist Koordinator des Enterprise Europe Network Berlin-Brandenburg und hält ein umfassendes Beratungsangebot zu wirtschaftlichen Aspekten des EU-Binnenmarktes für die Berliner Unternehmen bereit. Berlin Partner organisiert Messegemeinschaftsstände im In- und Ausland.

Industrie- und Handelskammer Berlin (IHK)

Die IHK Berlin berät Berliner Unternehmen individuell in außenwirtschaftlichen und zollrechtlichen Fragestellungen und führt Informationsveranstaltungen zu Ländern und Märkten sowie zu aktuellen außenwirtschaftlichen Themen durch. Zudem organisiert die IHK Delegationsreisen Berliner Unternehmen und betreut Delegationen ausländischer Unternehmen in Berlin. Die IHK hat Berlin Partner im Rahmen eines Dienstleistungsvertrages mit der Durchführung von ausgewählten In- und

Auslandsmessen beauftragt. Im hoheitlichen Bereich der IHK werden Außenwirtschaftsdokumente ausgestellt und bescheinigt.

Handwerkskammer Berlin (HWK)

Die Handwerkskammer Berlin konzentriert ihre außenwirtschaftlichen Tätigkeiten auf Kooperationen im Rahmen der Städtepartnerschaften und fördert den best practice - Austausch im Bereich der dualen Ausbildung.

TSB Innovationsagentur GmbH (TSB GmbH)

Innerhalb der Innovationsstrategie organisiert die TSB GmbH den strategischen Dialog und ist Teil des Koordinatorennetzwerks der gemeinsamen Zukunftsfelder und Cluster. Die TSB GmbH unterstützt die Beteiligung von Netzwerken bzw. Forschungseinrichtungen und Unternehmen an internationalen Forschungs- und Entwicklungsprojekten bzw. –Initiativen z.B. im Rahmen der EU-Forschungsrahmenprogramme.

Zum Aufgabenportfolio der Clustermanagements gehört es, Strategien zur Stärkung der Außenwirtschaftsaktivitäten der kleinen und mittleren Unternehmen und zur Internationalisierung ihres Netzwerks zu entwickeln. Sie sind Ansprechpartner/in sowohl der Unternehmen als auch der Verwaltung und zuständig für Kommunikation und Kooperation.

Investitionsbank Berlin (IBB)

Finanzielle Unterstützung für den Auf- und Ausbau des Wirtschaftsstandorts durch wirkungsvolle Wirtschaftsförder- und Existenzgründungsprogramme wird durch die Investitionsbank Berlin (IBB) gewährt. Der IBB wurde die Umsetzung des Außenwirtschaftsförderprogramms „Neue Märkte erschließen“ übertragen. Sie unterstützt zudem Unternehmen durch Beratung der finanziellen Abwicklung von Auslandsengagements.

Senatskanzlei und die Senatsverwaltungen

Zum Geschäftsbereich des Regierenden Bürgermeisters gehören die Vertretung Berlins nach außen und Städteverbindungen Berlins mit dem Ausland. Die Senatskanzlei ist für die Organisation und Betreuung von Staatsgästen und anderen hochrangigen Besucherinnen und Besuchern Berlins zuständig. Sie wird dabei unter fachlichen Gesichtspunkten von den anderen Senatsressorts unterstützt.

Außenwirtschaftliche Aktivitäten finden unter anderem im Rahmen der Asien-Pazifik-Wochen, die federführend von der Senatskanzlei organisiert werden, statt. Internationale Aktivitäten, die die einzelnen Senatsressorts wie beispielsweise die Senatsverwaltung für Arbeit mit der Internationalisierung von Bildungsdienstleistungen durchführen, können Bezüge zur Außenwirtschaftsförderung haben und werden dann mit SenWTF abgestimmt.

Messe Berlin

Der Messe- und Kongressplatz Berlin wird von der Messe Berlin GmbH repräsentiert. Sie ist verantwortlich für die Organisation und Durchführung von nationalen sowie internationalen Messen, Ausstellungen, Kongressen und Unterhaltungsveranstaltungen.

Gemeinsam setzen Messe Berlin und das ICC mit einem Auslandsanteil von über 60 Prozent bei den Ausstellern und Kongressteilnehmern einen internationalen Maßstab und leisten einen erheblichen Beitrag zur Internationalität Berlins.

Die Messe verfügt über Auslandsvertretungen und Auskunftsstellen für internationale Geschäftspartner in über 130 Ländern. Die Messe Berlin bietet Ausstellern und Besuchern mit der ASIA FRUIT LOGISTICA in Bangkok bzw. Hongkong und der ITB ASIA in Singapur zusätzliche Präsentationsplattformen.

Berlin Tourismus Marketing

Die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) hat die Aufgabe, weltweit für das touristische Angebot des Landes Berlin zu werben. Gegenstand des Unternehmens ist die Förderung des Tourismus, des Geschäftsreiseverkehrs, die Förderung von Veranstaltungen, Messen, Tagungen und Kongressen sowie die Information der Touristen Berlins. Die BTM betreibt alle damit im Zusammenhang stehenden Dienstleistungs- und Handelsgeschäfte und versteht sich als Service-Agentur für die Touristik-Partnerinnen und -Partner in den Märkten sowie als aktiver Informationsbroker für die Reiseindustrie und die Berlin-Touristinnen und -Touristen.

Die Gesellschaft trägt durch ihre Aktivitäten maßgeblich dazu bei, über eine weltweit positive Imagebildung die Exportinitiativen der Berliner Wirtschaft flankierend zu unterstützen. Die Berliner Außenwirtschaft profitiert somit stets auch von den Auslandsaktivitäten der Berlin Tourismus Marketing GmbH.

Berliner Flughäfen – Berlin Brandenburg International BBI

Die Verbesserung der Infrastrukturanbindung der Region durch den Bau des Flughafens Berlin-Brandenburg International (BBI) wirkt sich positiv auf die Aktivitäten des Außenhandels aus. Die Berliner Flughäfen spielen beim Standortmarketing und der Akquisition von Airlines eine Hauptrolle.

Branchenverbände (der Industrie)

Die Branchenverbände unterstützen ihre Mitgliedsunternehmen fach- und branchenbezogen bei deren Vertriebs- und Auslandsaktivitäten. Die Verbände stellen daher eine wichtige Verbindung zwischen Unternehmenspraxis und Außenwirtschaftsförderung dar.

2.4 Gemeinsame Außenwirtschaftsförderung in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

Im Bereich Außenwirtschaft besteht seit 2005 eine intensive Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg. Im internationalen Standortwettbewerb profitieren beide Länder von der gemeinsamen Präsentation als Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. Die Vermarktung der Hauptstadtregion mit der Dachmarke „The German Capital Region“, wird erfolgreich eingesetzt für das gemeinsame Standortmarketing, z.B. auf Branchenbroschüren zur Investorenwerbung, auf Messeständen sowie im Internet.

Im Länderarbeitskreis Außenwirtschaft stimmen die für Wirtschaft zuständigen Länderressorts, die Industrie- und Handelskammern, die Handwerkskammern und die Wirtschaftsfördergesellschaften mehrmals jährlich ihre Außenwirtschaftsaktivitäten ab. Ein Schwerpunkt ist dabei der Messeauftritt Berliner und Brandenburger Unternehmen auf Messegemeinschaftsständen. Es erscheint jährlich ein gemeinsamer Messeplan zu den in- und ausländischen Messen, die mit dem Instrument der Messegemeinschaftsstände gefördert werden.

Die Förderprogramme im Bereich der Außenwirtschaft sind weitgehend aufeinander abgestimmt worden. Unternehmen aus beiden Bundesländern können grundsätzlich an außenwirtschaftlichen Aktivitäten des jeweilig anderen Bundeslandes teilnehmen, was auch zunehmend in Anspruch genommen wird. Projekte wie das Enterprise Europe Network Berlin-Brandenburg fördern die grenzüberschreitende Zusammenarbeit.

Es finden jährliche Außenwirtschaftskonferenzen statt, die von den Industrie- und Handelskammern in Abstimmung mit SenWTF und dem Brandenburger Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten organisiert werden. Ausdruck der Außenwirtschaftskooperation ist auch die Datenbank „Berlin Brandenburg International“ www.bb-export.com, die eine Reihe von Serviceangeboten für Unternehmen (u. a. Newsletter) bereithält.

Einen Schwerpunkt der Zusammenarbeit im Bereich Außenwirtschaft bilden die gemeinsamen Aktivitäten in Richtung Polen - dem wichtigsten Außenhandelspartner Brandenburgs und einem der wichtigsten Außenhandelspartner Berlins - im Rahmen der Oder-Partnerschaft. Hier werden in einem Netzwerk institutioneller Partner aus der Hauptstadtregion, den angrenzenden Ländern Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen und den westpolnischen Wojewodschaften im Rahmen grenzübergreifender Kooperation auch außenwirtschaftliche Impulse gesetzt.

2.5 Instrumente der Außenwirtschaftsförderung

2.5.1 Das Programm „Neue Märkte erschließen“

Das Außenwirtschaftsförderprogramm „Neue Märkte erschließen“ (NME) unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei ihrer Geschäftstätigkeit im Ausland. NME wird anteilig aus Landesmitteln und aus EFRE-Mitteln² finanziert und leistet einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Präsenz von Berliner Unternehmen auf internationalen Märkten, sei es durch die Förderung von Gemeinschaftsprojekten wie Messegemeinschaftsständen, Unternehmerdelegationen oder Standortpräsentationen, bzw. der Förderung von Einzelprojekten von Berliner Unternehmen. Der Hauptanteil der Fördermittel geht dabei in die Standortpräsentation im Rahmen der Gemeinschaftsaktivitäten. Die Einzelförderung wird bislang verhältnismäßig wenig von den Unternehmen nachgefragt.

Den größten Anteil innerhalb der Gemeinschaftsförderung haben Messegemeinschaftsstände im In- und Ausland, dabei werden pro Jahr ca. 20 Auslandsmessen gefördert. Etwa drei bis vier Standortpräsentationen werden jährlich unterstützt, darunter regelmäßig das „Berlin-Brandenburger Dialogforum“ in Brüssel mit einem innovationstechnologischen Schwerpunkt. Unternehmerreisen mit politischer Begleitung gibt es u. a. seit drei Jahren auf die arabische Halbinsel, im Rahmen der Präsentation der Hauptstadtregion auf der führenden Gesundheitsmesse „Arab Health“, in die Türkei und nach China.

Durch die gezielte Ausrichtung der NME - Förderung auf die gemeinsamen Zukunftsfelder und Cluster hat das Programm weiter an Profil gewonnen.

2.5.2 Die Chancen des vereinten Europas nutzen: Das Programm „Netzwerkbildung Mittel- und Osteuropa (MOE)“

Der Berliner Wirtschaft eröffnet die geografische und kulturelle Nähe zu den aufstrebenden MOE-Regionen neue Kooperations- und Entwicklungsperspektiven, die seitens des Landes Berlin mit dem Programm „Netzwerkbildung MOE“ finanziell unterstützt werden.

Das aus Landes- und EFRE-Mitteln der EU-Finanzperiode 2007 – 2013 gespeiste Programm richtet sich in erster Linie an öffentliche Träger und nicht-gewinnorientierte Einrichtungen der Berliner Wirtschaft, die über Einzelaktivitäten wie Workshops oder Seminare hinaus eine langfristig angelegte Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus Mittel- und Osteuropa anstreben. Ein besonderes Augenmerk richtet das Programm in diesem Zusammenhang auf die nachhaltige Verankerung der Berliner Wirtschaftsakteure innerhalb der deutsch-polnischen Oder-Partnerschaft und der innovationsstarken Ostseeregion, deren Prosperität im Zuge des steigenden globalen Wettbewerbsdrucks auch für die wirtschaftliche Zukunft Berlins von zunehmender Bedeutung ist.

Zu den ersten bewilligten MOE-Initiativen gehört das Projekt „Marketing-Assistent Westpolen“ des Berliner Berufsbildungswerkes, das Berliner KMU zur Stärkung ihrer

² EFRE = Europäischer Fonds für regionale Entwicklung; Strukturfonds

betriebsinternen Kompetenzen für das Geschäftsfeld Polen speziell geschulte, mit einem max. zweijährigen Lohnkostenzuschuss in Höhe von 50% geförderte Marketing-Assistentinnen bzw. –Assistenten an die Seite stellt.

2.5.3 Städtepartnerschaften und Städtenetzwerke

Das Land Berlin unterhält Partnerschaften mit 17 Städten weltweit und arbeitet mit weiteren Städten projektbezogen zusammen. Die Zusammenarbeit im wirtschaftlichen Bereich ist dabei ein Hauptgegenstand dieser Partnerschaften. Darüber hinaus beteiligt sich Berlin an internationalen Städteverbindungen und an Projekten transnationaler Netzwerke, unter anderem der UCUE Vereinigung der Hauptstädte der Europäischen Union, EuroCities, Netzwerk der Baltischen Metropolen (BaltMet) und Metropolis.

Städtepartnerschaften bieten den idealen Anknüpfungspunkt für Wirtschaftskooperation. Oft sind die Herausforderungen und Probleme denen sich Metropolen stellen müssen z.B. im Bereich der Infrastruktur, des Verkehrs und der Umwelt sehr ähnlich, so dass der Austausch über gemeinsame Fragestellungen oder Information über best practice-Modelle für beide Seiten nützlich ist. Berlin bietet dabei eine Reihe von Kompetenzen in Schlüsselbereichen, die zur Lösung dieser Herausforderungen beitragen können.

2.5.4 Weitere Außenwirtschaftsförderung für Berliner Unternehmen

2.5.4.1 Außenwirtschaftsinstrumente des Bundes

Im Rahmen der deutschen Außenhandelsförderung bieten das Bundeswirtschaftsministerium, das Auswärtige Amt, Germany Trade and Invest bzw. die Auslandshandelskammern ein umfangreiches Angebot an Beratungs- und Unterstützungsleistungen an.

Der Bund unterstützt KMU unter anderem im Rahmen eines eigenen Messeprogramms, durch das Vermarktungshilfeprogramm, über die Exportkreditversicherungen und durch iMove, einem Serviceangebot für Bildungsanbieter zur Erschließung internationaler Märkte. Die Berliner Förderung ist komplementär zu diesen Angeboten.

2.5.4.2 EU-Förderung

Aus dem vielfältigen Angebot der EU-Förderung bieten einige Bereiche besondere Chancen für Berlin, darunter neben den Strukturfonds Ziel 2 die Mittel, die im Rahmen des Ziel 3 – Förderung der territorialen Zusammenarbeit – bereitgestellt werden, das wissenschaftliche Exzellenz fördernde Forschungsrahmenprogramm, das Wettbewerbs- und Innovationsprogramm „CIP“ („Competitiveness and Innovation Programme) sowie einzelne Aktionsprogramme wie das Erasmusprogramm für Unternehmerinnen und Unternehmer.

Berlin profitiert in vielen Bereichen bereits von Förderungen aus diesen Programmen, so wird das Enterprise Europe Network Berlin-Brandenburg unter der Konsortialführerschaft von Berlin Partner aus „CIP“ finanziert. Aufgabe des Enterprise Europe Network Berlin-Brandenburg ist es, über wirtschaftsrelevante Entwicklungen, Initiativen und Programme der Europäischen Union zu informieren und bei der Suche

nach Geschäfts- und Technologiepartnern zu helfen. Zu diesem Zweck wurde auch die Webseite „EU-Net-Oderpartnership“, www.eunop.eu, eingerichtet. Im Rahmen von Ziel 3 – INTERREG werden weitere Projekte gefördert, wie z.B. Creatives Metropoles und Via Regia Plus.

Berlin gehört zum europäischen Makrorraum der Ostseeregion, für die es seit Juni 2009 eine von der EU-Kommission vorgelegte Strategie gibt. Gegenstand der Ostseeraum-Strategie ist es, die technologische Entwicklung und die wirtschaftliche Verflechtung der Region zu fördern. Im Rahmen der Strategie wurden Aktionspläne und Ankerprojekte entwickelt, die außenwirtschaftliche Relevanz haben.

3 Ziele der Berliner Außenwirtschaftsförderung

Im Rahmen der Außenwirtschaftspolitik hat die Einbindung der Berliner Wirtschaft in Märkte auf der ganzen Welt höchste Priorität. Berliner Unternehmen, die im Ausland erfolgreich sind, wachsen auch am Standort des Unternehmenssitzes und liefern damit wichtige Impulse für wirtschaftliches Wachstum in der Stadt.

Oberstes Ziel der Strategie ist es, Außenwirtschaft aus den Berlin-Brandenburger Zukunftsfeldern und Clustern heraus zu betreiben. Die Cluster werden bis zum Ende des zweiten Quartal 2011 eigene außenwirtschaftliche Konzepte vorlegen und schaffen insofern die Voraussetzung für die Entwicklung von sektorspezifischen Maßnahmen zur Förderung von KMU-Aktivitäten auf internationalen Märkten.

Ausgehend von der Analyse der Stärken und Schwächen der Berliner Außenwirtschaft werden zwei strategische Ziele definiert;

- 1) Die Cluster sowie Unternehmensnetzwerke der gewerblichen Wirtschaft werden innerhalb ihrer Konzepte branchenspezifische, regionale Zielmärkte im Ausland definieren und Maßnahmen zur gemeinsamen Erschließung dieser Märkte entwickeln.
- 2) SenWTF koordiniert die Aktivitäten der in Berlin mit Außenwirtschaft befassten Akteure und stellt durch geeignete Instrumente eine Abstimmung bei den außenwirtschaftlichen Aktivitäten sicher. Ein Schwerpunkt liegt auf der Optimierung der Prozesse der Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen der Außenwirtschaftsförderung. Kriterien sind die optimale Nutzung von Synergien zwischen Akteuren sowie eine effiziente Verwendung der Mittel der Außenwirtschaftsförderung.

4 Strategisches Vorgehen

Die folgenden Maßnahmenpakete basieren auf Kernpunkten der strategischen Zielsetzungen und setzen auf verschiedenen Ebenen an. Die Strategie gibt den außenwirtschaftlichen Rahmen vor.

4.1 Senatsvorlage

Es wird eine Senatsvorlage zur Beschlussfassung vorgelegt, die die Ziele der Außenwirtschaftsstrategie verbindlich verankert, die Aufgaben der Akteure mit Außenwirtschaftsaufgaben ordnet und eine bessere Kooperation festlegt. Damit wird erstmals formal die Zusammenarbeit zwischen den Senatsverwaltungen, die außenwirtschaftlich relevante Fragestellungen bearbeiten, definiert und auf eine gemeinsame Arbeitsgrundlage gestellt.

Zu den Senatsverwaltungen mit außenwirtschaftlich relevanten Themen zählen dabei die Senatskanzlei, Senatskanzlei – Abteilung Kultur, die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, die Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz, die Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales, die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung, die Senatsverwaltung für Inneres und Sport sowie SenWTF.

Zu den Inhalten der Senatsvorlage im Einzelnen:

1. Der Senat beschließt die „Rahmenstrategie für die Außenwirtschaft in Berlin“ vom 21.9.2010 als Grundlage für die Außenwirtschaftsaktivitäten Berlins in den kommenden drei Jahren.
2. Zentrales Koordinierungsgremium des Landes Berlin für Auslandsaktivitäten mit Wirtschaftsbezug ist der Strategiekreis Auslandsaktivitäten unter Federführung der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen. Die Mitglieder des Strategiekreises Auslandsaktivitäten, das sind von Seiten des Berliner Senats die Senatskanzlei, die Senatskanzlei - Abteilung Kultur, die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, die Senatsverwaltung für Inneres und Sport, die Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz, die Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales und die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung, benennen entsprechend ein Strategiekreismitglied und nehmen ihre Mitarbeit im Strategiekreis Auslandsaktivitäten auf bzw. setzen ihre Mitarbeit fort.
3. Der Strategiekreis erarbeitet einen Vorschlag zur Verbesserung der Koordination von Besuchsdelegationen und Reisen mit Wirtschaftsbezug. Ziel des Vorschlags ist es, die Betreuung von Berlin besuchenden Delegationen enger abzustimmen. Die Anziehungskraft der Stadt ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und es kommen viele Gruppen aufgrund der Hauptstadt-Funktion Berlins, die dann auch den Kontakt mit der regionalen Ebene suchen.
4. Die Senatsmitglieder berücksichtigen und unterstützen die Schwerpunktsetzung der Außenwirtschaftsstrategie. Die Unterstützung von Unternehmen im In- und

Ausland sowie die Präsentation des Wirtschaftsstandortes Berlin auf Veranstaltungen in Berlin bzw. im Ausland ist nicht allein Aufgabe der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, sondern erfordert die Mitwirkung aller Ressorts. Im Strategiekreis Auslandsaktivitäten werden die Jahresplanungen der Senatsressorts und der weiteren Außenwirtschaftsakteure vorgestellt und aufeinander abgestimmt.

5. Die Messförderung aller Senatsverwaltungen wird zusammengefasst veröffentlicht. Alle Senatsressorts, die eine direkte Unterstützung für Messeauftritte für Berliner Unternehmen zur Verfügung stellen, und solche, die eine Messförderung im Rahmen von Standortmarketing organisieren, informieren die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen zu einem regelmäßigen Abfragetermin, mit dem Ziel der gemeinsamen Darstellung von Messeauftritten Berlins. Die Zusammenfassung wird durch Berlin Partner veröffentlicht.
6. Die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen wird beauftragt, gemeinsam mit Berlin Partner und der Industrie- und Handelskammer erstmals für 2011 einen Arbeitsplan zur Koordinierung von Aktivitäten zu erstellen. In der Folge sollen jährliche Abstimmungen über Maßnahmeplanungen stattfinden.

Die Maßnahmepläne führen zu einer stärkeren Profilierung der Akteure und einer klaren Definition von Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Durch die Arbeitspläne erhalten alle Akteure mehr Transparenz über geplante Aktivitäten und grenzen sich in ihrer Aufgabenerledigung gegenüber den anderen Institutionen ab.

Im Rahmen der Maßnahme stellen SenWTF und die Berliner Partnereinrichtungen der Außenwirtschaft sicher, dass neben der Ausrichtung auf die außenwirtschaftlichen Konzepte der Cluster auch außenwirtschaftlich wichtige Aktivitäten, die sich nicht auf die Cluster beziehen jedoch im Interesse des Landes sind, unterstützt werden.

Es erfolgt eine stärkere Koordination der Außenwirtschaftsaktivitäten und der Image Kampagne *beBerlin*. Die Abstimmung erfolgt innerhalb des unter 6. genannten Arbeitsplanes der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Berlin Partner, *beBerlin* und der Industrie- und Handelskammer Berlin.

4.2 Außenwirtschaft in den Clustern und in der Berliner Industrie

4.2.1 Strategische Bearbeitung in den Clustern

Die wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Jahre hat gezeigt, dass insbesondere die Berliner Kompetenzfelder ein sehr dynamisches Wachstum verzeichnen. Berlin hat viele hochinnovative, junge KMU in den Clustern, die auch Unterstützung im Außenhandelsgeschäft benötigen.

Das Berliner Cluster Kommunikation / Medien / Kulturwirtschaft hat mit dem „Konzept für die Außenwirtschaftsförderung im Bereich der Berliner Kreativ- und Kulturwirtschaft bis 2013“ einen ersten strategischen Rahmen für die Erschließung neuer Märkte für Berlins Kreativwirtschaft vorgelegt.

Bei der Erarbeitung der Masterpläne für die weiteren Cluster wurden verschiedene Ziele definiert, u. a. auch das Ziel der Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Auf diesem Ansatz baut die Außenwirtschaftsstrategie auf und geht den entscheidenden Schritt weiter. Die Internationalisierungsansätze, die in den Kompetenzfeldern bereits vorhanden sind, werden nun zu Außenwirtschaftskonzepten für das jeweilige Cluster weiterentwickelt.

Die konzeptionelle Entwicklung von Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Unternehmen ist Aufgabe der jeweiligen Clustermanagements.

Unterstützung bei der Umsetzung dieser Aufgabe wird durch SenWTF sichergestellt. Dies erfolgt bereits im Rahmen der Umsetzung der Innovationsstrategie. Auch in Bezug auf Außenwirtschaftsaktivitäten hat es bereits Gespräche gegeben, die fortgesetzt werden. Eine regelmäßige Abstimmung von Aktivitäten erfolgt im Strategiekreis Auslandsaktivitäten.

Darüber hinaus soll über das Beratungsangebot der Berlin Partner GmbH sichergestellt werden, dass die Cluster - Managements Unterstützung bei der Entwicklung der Konzepte sowie deren Umsetzung erhalten.

4.2.2 Außenwirtschaft in der Berliner Industrie

Das Verarbeitende Gewerbe ist der zentrale Wirtschaftszweig und Motor für die außenwirtschaftlichen Aktivitäten eines Standortes. Ausgehend von einem rasanten Strukturwandel zwischen 1991 und 2006 ist die Berliner Industrie heute grundlegend modernisiert und international wettbewerbsfähig. Die Industrie ist mit ihren zentralen Branchen Bestandteil der Cluster der Stadt. Die Unternehmen stellen somit einen wichtigen Anker und Impulsgeber für die Ausgestaltung der außenwirtschaftlichen Netzwerkstrategien dar.

Flankierend wurden im Masterplan Industrie Maßnahmen und Projekte zur Unterstützung des Außenhandels von Industrieunternehmen sowie zur Stärkung des Standortmarketings für die Industriestadt Berlin vereinbart.

Im Vordergrund stehen dabei die Verbesserung der Messepräsenz, der Auf – und Ausbau von Kontakten zu überregional ansässigen Unternehmen, die in Berlin

Produktionsstätten bzw. Vertriebsvertretungen haben sowie die Vermarktung der Industriestandorte Berlin im Rahmen der *be*Berlin – Kampagne.

4.3 Evaluierung des Förderprogramms „Neue Märkte erschließen“

In den Jahren 2010/2011 ist die Evaluierung des Außenwirtschaftsförderprogramms „Neue Märkte erschließen“ vorgesehen. Dabei sollen die geförderten Maßnahmen auf ihre Wirkung überprüft werden. Die Auswertung wird unter anderem der Frage nachgehen, ob sich das zweistufige Verfahren der Einzelförderung für Berliner Unternehmen bewährt hat und es muss geprüft werden, inwieweit die derzeitigen Verfahrensvorschriften bedarfsgerecht, praxisnah und effizient ausgestaltet sind. Darüber hinaus muss das Programm an die neue strategische Ausrichtung angepasst werden.

4.4 Entwicklung neuer Förderangebote für Berliner KMU

4.4.1 Europäische Union: Nutzung des transnationalen Rahmens für Berlin

Kooperation und Außenhandel im Gebiet der EU haben für die Berliner Wirtschaft nach wie vor die größte Bedeutung und spielen deshalb eine besondere Rolle.

Innerhalb der EU-Kooperation legt SenWTF auch in Zukunft den Fokus auf die Etablierung guter Beziehungen zu den Nachbarstaaten in Mittel- und Osteuropa. Diese Politik folgt der Überlegung, dass die Kooperation mit den langjährigen EU-Mitgliedstaaten innerhalb des Binnenmarktes ein bewährtes Instrument darstellt, das einer besonderen politischen Unterstützung nicht mehr bedarf. Die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit den neueren EU-Mitgliedstaaten ist dagegen bisher weniger fest verankert.

Mit der Oder-Partnerschaft hat die Hauptstadtregion eine strategische Kooperation mit dem EU-Nachbarn Polen begonnen. Die Kooperation ist auf einige branchenbezogene Themenschwerpunkte fokussiert. Im Rahmen der Strategieentwicklung für die Cluster wird zu prüfen sein, für welche weiteren Branchen ein Beginn oder eine Ausweitung von Aktivitäten mit Westpolen interessant sein könnten.

Verstärkt werden sollen die Beziehungen Berlins in der Ostseeregion. Berlin wird sich aktiv in die Ausgestaltung der jüngst von der Europäischen Kommission verabschiedeten Ostseeraum-Strategie einbringen und so von Nachbarmärkten einer Region profitieren, die in den vergangenen Jahren mit einem jährlichen BIP-Wachstum von über 5% europaweit eine besondere Dynamik aufwies.

In Ergänzung zur Förderung durch die Programme „Neue Märkte erschließen“ und „Netzwerkbildung MOE“ wird SenWTF mit BaSIC und JOSEFIN zwei neue Instrumente anbieten, die die Internationalisierungsfähigkeit mittelständischer Unternehmen stärken werden. Die im Rahmen der transnationalen Projektkonsortien entwickelten Beratungs-, Coaching- und Finanzierungsinstrumente für KMU haben das Potential, über den Zeitraum der INTERREG-Laufzeit hinaus einen konkreten Beitrag zur Stärkung des

betriebsinternen Know-hows für das Geschäftsfeld Außenwirtschaft und zur Verbesserung der Kapitalausstattung zu leisten und sollen ab 2010 für Unternehmen zur Verfügung stehen. Innerhalb des JOSEFIN-Projekts wird ein neuer transnationaler Garantiefonds „Innovation Loan Guarantee“ für KMU entwickelt, der in Kombination mit individuellen Coaching-Leistungen auch jungen, wachstumsorientierten KMU über ihre Hausbanken verbesserte Finanzierungsmöglichkeiten für die Geschäftsfelder Innovation, Technologieentwicklung und Internationalisierung bieten wird. Das Ziel von BaSIC ist es, eine günstige Arbeitsumgebung für schnell wachsende KMU im Ostseeraum zu schaffen, die durch die verlässliche Zusammenarbeit von Technologieparks sichergestellt wird.

4.4.2 Bessere Nutzung von Angeboten der Bundesebene und internationaler Netzwerke in Berlin

Berlin ist Bundeshauptstadt und international geprägt. In Berlin arbeiten die Bundesministerien, diplomatische Vertretungen haben ihren Standort hier und international tätige Organisationen und Wirtschaftsverbände sind in der Stadt vertreten.

Innerhalb des jährlichen Arbeitsplans von SenWTF, Berlin Partner und der IHK wird ein Kommunikationsplan erarbeitet, der auf die außenwirtschaftlichen Potenziale der Berliner Wirtschaft aufmerksam macht und hilft, Kontakte zur Berliner Wirtschaft zu fördern.

Die IHK Berlin erarbeitet derzeit eine Studie zur Internationalen Wirtschaft in der Stadt. Dabei werden nicht nur Außenhandelsvolumen untersucht, sondern es wird auch untersucht, in wie weit in der Stadt lebende Migrantengruppen die Außenbeziehungen beeinflussen. Die Ergebnisse der Studie werden in die weitere Planung von außenwirtschaftlichen Aktivitäten Berlins einfließen.

4.4.3 Unternehmensservice

Ab 2010 wird in Berlin die Beratung zu außenwirtschaftlichen Fördermöglichkeiten verbessert wahrgenommen. Im Unternehmensservice werden Bestandspflegeaufgaben in den Bezirken und bei Berlin Partner gebündelt. Information über die Außenwirtschaftsförderung ist eine der Aufgaben, die zum Serviceportfolio gehört.

Der Unternehmensservice wird zielgerichtet über die Palette an außenwirtschaftlicher Förderung und die Angebote des Landes im Bereich Außenwirtschaft informieren.

4.4.4 Internationalisierung von Bildungsdienstleistungen

Berufliche Aus- und Weiterbildung ist in einer zunehmend globalisierten, informations- und wissensbasierten Gesellschaft eine entscheidende Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Internationalisierung der Bildungsmärkte schreitet zunehmend voran und der Bildungsexport ist ein Zukunftsmarkt mit großer Dynamik. Berlin ist eine Stadt des Wissens und der Bildung - speziell im Bereich der beruflichen Aus- und Weiterbildung verfügt Berlin über ein breites und leistungsfähiges Know-how für die Qualifizierung von Fachkräften. Die besondere Qualität und Güte deutscher Bildungsangebote genießt

auch international hohes Ansehen. Dennoch gilt es, Berliner Bildungsanbietern sowohl die wirtschaftlichen Entwicklungspotenziale durch Internationalisierung ihrer Bildungsdienstleistungen aufzuzeigen als auch ihre Aktivitäten im Rahmen eines internationalen Bildungsmarketings zu unterstützen.

Die Abteilung Arbeit und Berufliche Bildung der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales hat eine Initiative gestartet, die die Internationalisierung von Bildungsdienstleistungen unterstützen wird. Diese zielt sowohl auf die Erbringung von Bildungsdienstleistungen in den Zielländern wie für Teilnehmende aus den Zielländern in Berlin.

4.4.5 Berliner Verantwortung für die Eine Welt

Berlin hat sich mit der Verabschiedung der Entwicklungspolitischen Leitlinien verpflichtet, sich am Leitbild der Einen Welt und am Konzept der nachhaltigen Entwicklung zu orientieren. Entwicklungszusammenarbeit wird als interkultureller Prozess verstanden, der nicht nur in den Ländern des Südens und Ostens Veränderungen bewirken, sondern der sich auch in einem besseren Verständnis für die Probleme und Anstrengungen dieser Länder in Berlin auswirken soll.

SenWTF strebt einen Prozess an, der die Ziele der Entwicklungszusammenarbeit in der Außenwirtschaft stärker berücksichtigt. Mit einer Veranstaltung unter dem Namen „Internationale Plattform“ wurde ein Forum geschaffen, das Interessen der Berliner Wirtschaft mit Aktivitäten von entwicklungspolitischen Akteuren miteinander verzahnt und gemeinsame Handlungsfelder entwickelt.

Die Cluster-Managements sind aufgefordert, sich mit den Kriterien für nachhaltige Entwicklung in ihren Außenbeziehungen auseinander zu setzen. Entwicklungspolitische Institutionen wie InWEnt bieten dazu Beratung an.

4.5 Kooperation der Bundesländer Berlin und Brandenburg

Für den außenwirtschaftlichen Erfolg der Hauptstadtregion sind ein gemeinsamer Außenauftritt und eine koordinierte Strategie für Berlin-Brandenburg notwendig. Berlin und Brandenburg ergänzen sich in ihren Potenzialen und Standortfaktoren, die Fusion der beiden Länder als langfristiges Ziel erfordert dabei eine vorangehende optimierte und intensiviertere Zusammenarbeit in der Außenwirtschaftsförderung. Das Außenwirtschaftskonzept des Landes Brandenburg, Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten, sieht genauso wie die neue Berliner Rahmenstrategie eine Ausrichtung der Förderung auf KMU vor und konzentriert sich auf die Unterstützung der gemeinsamen Zukunftsfelder und Cluster.

Zukünftig werden weitere Instrumente noch stärker genutzt, so zum Beispiel eine bessere Abstimmung bei den Unternehmerreisen. Für die nächsten Jahre werden konkrete Maßnahmen systematisch gemeinsam geplant und umgesetzt. Mittelfristig wird eine gemeinsame Außenwirtschaftsstrategie angestrebt.

Der Länderarbeitskreis Außenwirtschaft Berlin-Brandenburg wird als zentrale Plattform weitergeführt, wobei die Federführung in den geraden Jahren bei Brandenburg, in den ungeraden Jahren bei Berlin liegt.

5 Ausblick

Das vorliegende Konzept zur Neuausrichtung der Außenwirtschaft verändert die Schwerpunkte der bisherigen Wahrnehmung von Außenwirtschaftsaufgaben. Vorherige Konzepte haben Chancen für Berliner Unternehmen auf Weltmärkten analysiert, verglichen und darauf aufbauend regionale Schwerpunkte festgelegt, die gegebenenfalls auch politisch begleitet wurden. Der neue Ansatz besteht darin, Außenwirtschaft und Innovationsstrategie zu verbinden und für die in Berlin definierten Wachstumsbranchen außenwirtschaftliche Schwerpunkte und Maßnahmen zu definieren.

Die vorliegende Strategie schafft den Rahmen für bestehende und neue Ansätze außenwirtschaftlicher Initiativen.

Messegemeinschaftsstände, Events der *beBerlin* – Kampagne oder die Kooperation innerhalb der Oder-Partnerschaft sind Maßnahmen, die das Bild Berlins außerhalb der Stadt prägen und Chancen für Berliner Unternehmen generieren, die noch besser als bisher aufeinander abgestimmt werden müssen. Aus diesem Grund wird zur Definition der Maßnahmenpakete und für die Umsetzung mit den beteiligten Akteuren ein Ansatz gewählt, der dazu führt, dass die Kooperation zwischen den Akteuren, die die jeweiligen Initiativen zu verantworten haben, verbessert wird.

Der vorliegende Entwurf wurde allen beteiligten Akteuren im ersten Halbjahr 2010 zur Diskussion gestellt. SenWTF bereitet die Senatsvorlage vor und stimmt diese mit den relevanten Senatsverwaltungen ab.

Parallel dazu wurde mit Berlin Partner und der IHK ein Arbeitsplan für das Jahr 2011 erarbeitet mit Einzelmaßnahmen, die auf den in Kapitel 4 vorgeschlagenen Maßnahmepaketen basieren.

Die Cluster-Managements werden bis Ende des zweiten Quartals 2011 eigene strategische Überlegungen vorlegen, Ziele definieren und Indikatoren zur Zielerreichung bestimmen, anhand derer eine Überprüfung der gesetzten Ziele erfolgen kann. Die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen koordiniert diesen Prozess, berichtet über den Stand der Strategieentwicklung und stellt die enge Abstimmung zwischen den Akteuren sicher.

Die Evaluierung der Strategie erfolgt Ende des Jahres 2013 mit Vorlage eines Berichtes an den Strategiekreis Außenwirtschaft und an den Länderarbeitskreis Außenwirtschaft Berlin-Brandenburg.