

STUTTGARTER BEITRÄGE ZUR ORGANISATIONS-
UND INNOVATIONSFORSCHUNG

SOI Discussion Paper 2013-01

Kollektive Identitäten in Industrial Cultural Districts

**Theoretische und konzeptionelle Überlegungen am
Beispiel des Schmuckindustriecusters in Pforzheim**

Robert Kosche



Universität Stuttgart

**Institut für Sozialwissenschaften
Organisations- und Innovationssoziologie**

Robert Kosche

Kollektive Identitäten in Industrial Cultural Districts. Theoretische und konzeptionelle Überlegungen am Beispiel des Schmuckindustriecusters in Pforzheim

SOI Discussion Paper 2013-01

Universität Stuttgart

Institut für Sozialwissenschaften

Abteilung für Organisations- und Innovationssoziologie (SOWI VI)

Prof. Dr. Ulrich Dolata

Seidenstr. 36

D-70174 Stuttgart

Tel.: 0711 / 685-81001

Fax: 0711 / 685-81006

<http://www.uni-stuttgart.de/soz/oi/>

Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung (SOI)

Discussion Paper 2013-01 (9/2013)

ISSN 2191-4990

© 2013 by the author(s)

Robert Kosche ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Abteilung für Organisations- und Innovationssoziologie am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Stuttgart.

robert.kosche@sowi.uni-stuttgart.de

Weitere Downloads der Abteilung für Organisations- und Innovationssoziologie am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Stuttgart finden sich unter:

<http://www.uni-stuttgart.de/soz/oi/publikationen/>

Zusammenfassung

Im Mittelpunkt des Beitrags steht die Rolle kollektiver Identitäten für die Entwicklung lokaler Designnetzwerke und der daraus resultierende Einfluss auf die Anpassungsfähigkeit von „Industrial Cultural Districts“, die auf ästhetisierte Produkte wie Möbel oder Schmuck spezialisiert sind.

Diese häufig sehr traditionsreichen Typen industrieller Cluster bilden wichtige regionale Knotenpunkte in den weltweiten Netzwerken der Kreativindustrien, sind jedoch in den letzten Jahren von einem starken Wandel der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen betroffen: Globale Konkurrenz und veränderte Konsumgewohnheiten verlangen von den lokalen Produzenten vermehrte Anstrengungen im Bereich der Produktdifferenzierung, u.a. durch eine stärkere Betonung ästhetischer Inhalte im Rahmen einer verstärkten Designorientierung.

Da die Rolle von DesignerInnen in den traditionellen industriellen Clustern kleiner und mittlerer Unternehmen ein wenig erforschtes Feld ist, bleibt jedoch unklar, ob und wie DesignerInnen und Designprozesse stärker als bisher in die etablierten Wertschöpfungsketten von Unternehmen und unterstützenden Organisationen integriert werden können und welche Folgen dabei auftretende Probleme für die Entwicklungsfähigkeit der betroffenen Cluster letztendlich haben.

Der Beitrag nähert sich der Thematik aus einer Perspektive, welche die soziale Einbettung wirtschaftlicher Tätigkeiten betont. Zentrale Annahme ist, dass Inhalte kollektiver Identitäten auf die Entstehung und Funktionsweise lokaler Designnetzwerke einwirken und so Rahmenbedingungen für die lokale Generierung und den Transfer designbezogenen Wissens setzen. Sie beeinflussen dadurch das Potential lokaler Unternehmen zur Produktdifferenzierung und damit auch die Fähigkeit der Cluster, sich an die wandelnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen anzupassen.

Anhand einer Fallstudie zum Schmuckindustriecluster in Pforzheim wird zunächst gezeigt, welchen Einfluss lokale kollektive Identitäten auf die Nutzung eines endogenen Entwicklungspotentials im Bereich der ästhetischen Produktdifferenzierung nehmen können. Dabei wird besonders auf daraus resultierende potentielle Anpassungsschwierigkeiten an geänderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen eingegangen.

Im daran anschließenden theoretischen Teil werden Überlegungen zur Rolle kollektiver Identitäten in lokalen Produktionssystemen mit der Diskussion um die pfadabhängige Entwicklung und Lock-in-Problematik in traditionellen Industriestandorten verknüpft. Hierbei soll explizit auf die in der Forschung bislang zu wenig beachteten möglichen negativen Wirkungen kollektiver Identitäten eingegangen werden.

Abstract

The paper focuses on the effects of collective identities on local design networks and the resulting effects on the adaptability of “industrial cultural districts”, i.e. clusters that are specialized in aestheticized products, such as furniture or jewelry.

These often very traditional, industrial clusters are important regional hubs in the global network of creative industries. However, in recent years they have been affected by strong changes in the economic environment: global competition and changing consumer habits require local producers to place increased efforts in the area of product differentiation, including a greater emphasis on aesthetic content in the context of an enhanced design orientation.

Because the importance of designers in these traditional industrial clusters of small and medium businesses is a little explored field, it remains unclear whether and how designers and design-making can be integrated more closely into the established value chains of firms and supporting organizations. Furthermore, little is known about the consequences of lacking integration for cluster adaptability.

The paper approaches these issues from a perspective that emphasizes the social embeddedness of economic activities. Central assumption is that the contents of collective identities affect the formation and operation of local design networks and thereby set the framework for a local generation and transfer of design-related knowledge. They thereby influence the potential of local companies for product differentiation and thus the ability of the cluster to adapt to changing economic conditions.

In a case study of the jewellery cluster in Pforzheim I will investigate the influence of local collective identities on the use of an existing endogenous development potential in the field of aesthetic product differentiation. Special attention will be paid to the associated potential difficulties in adapting to changing economic conditions.

Accordingly, the paper’s theoretical part will try to establish a closer link between the notion of collective identities and the ongoing debate about path-dependent development and lock-in problems in traditional industrial areas. Special attention will be paid to possible negative effects of collective identities, a topic on which so far too little research has been done.

Inhalt

1	Einleitung	6
2	Industrial Cultural Districts, Designnetzwerke und kollektive Identitäten	9
2.1	Definitionen der Kreativwirtschaft	9
2.2	Cultural-Product Industries	10
2.3	Industrial Cultural Districts	10
2.4	Soziokulturelle Agglomerationsfaktoren	12
3	Kollektive Identitäten im Schmuckindustriecenter Pforzheim	14
3.1	Entwicklung und Institutionen des Pforzheimer Schmuckindustriecenters	14
3.2	Standortattraktivität und regionale Schmuckszene	17
3.3	Die Hochschule und das künstlerische Selbstverständnis	19
3.4	Kollektive Identitäten in Pforzheimer Designnetzwerken	20
3.5	Fazit	21
4	Theoretische Bausteine: Designwissen, kollektive Identitäten und pfadabhängige Entwicklung in Industrial Cultural Districts	23
4.1	Designwissen in Industrial Cultural Districts	23
4.2	Kollektive Identitäten in lokalen Produktionssystemen	27
4.3	Pfadabhängigkeit, Lock-in und Wandel in Industrial Cultural Districts	34
5	Drei Thesen zur Bedeutung kollektiver Identitäten für die soziale Adaptionsfähigkeit von Industrial Cultural Districts	42
6	Forschungsperspektiven	46
	Literatur	48

1 Einleitung

Im Mittelpunkt des Beitrags steht die Rolle kollektiver Identitäten bei der Ausgestaltung lokaler Designnetzwerke und der daraus resultierende Einfluss auf die Adaptionsfähigkeit von „Industrial Cultural Districts“, d.h. industriellen Clustern, deren Unternehmen auf ästhetisierte Produkte spezialisiert und in Bereichen wie der Möbel-, Bekleidungs- oder Schmuckproduktion tätig sind (Bertacchini/Borrione 2010; Mizzau/Montanari 2008; Scott 1996). Die flexible Spezialisierung zahlreicher örtlicher KMUs, unterstützt durch eine spezifische lokale Kultur und lebendige Traditionen in Kunst und Handwerk, ermöglicht den Distrikten eine konstante Produktdifferenzierung und Anpassung an aktuelle Moden und Trends (Paniccchia 2003: 277).

Die Existenz zahlreicher solcher Standorte, vielfach außerhalb der großen urbanen Ballungszentren gelegen, verdeutlicht, dass trotz der oft angeführten Globalisierung von Wertschöpfungsketten und zunehmendem Wettbewerb die Produktion kultureller Güter ein ortsgebundener Prozess bleibt (Mizzau/Montanari 2008: 651). Diese häufig sehr traditionsreichen Typen industrieller Cluster bilden wichtige regionale Knotenpunkte in den weltweiten Netzwerken der Kreativindustrien, sind jedoch in den letzten Jahren von einem starken Wandel der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen betroffen: Globale Konkurrenz und veränderte Konsumgewohnheiten verlangen von den lokalen Produzenten vermehrte Anstrengungen im Bereich der Produktdifferenzierung, u.a. durch eine stärkere Betonung ästhetischer Inhalte im Rahmen einer verstärkten Designorientierung. Während früher traditionelles handwerklich-technisches Können eine zumeist ausreichende Grundlage für kommerziellen Erfolg darstellte, kommt der ästhetischen Dimension von Produkten heutzutage eine immer wichtigere Bedeutung zu (Power 2010). Da die Produkte der Kulturindustrie neben der Konzentration auf die technischen Aspekte der Produktion auch die Möglichkeit bieten, sich durch ästhetische Inhalte von Mitbewerbern abzuheben, stehen die betroffenen Unternehmen vor der Herausforderung, eine verstärkte Designorientierung aufzubauen.

Dadurch nimmt die Bedeutung von Designnetzwerken zu, die innerhalb solcher lokalen Produktionssysteme abgrenzbare sozioökonomische Felder mit distinkten Regelungsmustern, Akteurfigurationen und Interaktionsbeziehungen bilden. Sie umfassen eine Vielzahl von Akteuren, wobei kreative DesignerInnen und produzierende Unternehmen als die zentralen Akteure hier im Mittelpunkt des Interesses stehen. Die Rolle der DesignerInnen in traditionellen industriellen Clustern kleiner und mittlerer Unternehmen ist jedoch ein bislang wenig erforschtes Feld (Bertacchini/Borrione 2010). Daher ist unklar, in welchem Ausmaß und unter welchen Bedingungen DesignerInnen und Designprozesse in die etablierten Produktionsstrukturen von Industrial Cultural Districts integriert werden können und welche Folgen dabei eventuell auftretende Probleme für die Adaptionsfähigkeit der betroffenen Cluster letztendlich haben.

Zur Beantwortung dieser Fragen stellt der vorliegende Beitrag einen Forschungsansatz vor, der die soziale Einbettung wirtschaftlicher Tätigkeiten in den Mittelpunkt stellt. Zentrale Annahme ist, dass Inhalte kollektiver Identitäten auf die Entstehung und Funktionsweise lokaler Designnetzwerke einwirken und so Rahmenbedingungen für die lokale Generierung und den Transfer designbezogenen Wissens beeinflussen können. Sie beeinflussen dadurch das Potential lokaler Unternehmen zur Produktdifferenzierung und damit auch die Fähigkeit des Clusters, sich an die wandelnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen anzupassen.

Ausgangspunkt ist dabei die Überlegung, dass lokale Akteure bestimmte Vorstellungen über sich selbst, den Standort und andere Clusterakteure haben, und dass diese Vorstellungen die Entwicklung des Clusters langfristig beeinflussen. Clusteridentität – verstanden als ein Bündel von zentralen, distinkten und beständigen Charakteristika eines Clusters und seiner Mitglieder – beeinflusst einerseits die wahrgenommene Standortattraktivität für Kreative und trägt so dazu bei, deren Ortsentscheidungen zu begründen. Andererseits wirkt sie sich über Verhaltenseffekte auch auf die Ausbildung lokaler Netzwerkstrukturen aus. Clusteridentität kann auf diese Weise beachtliche Folgen für die Anpassungs- und Innovationsfähigkeit eines Industrial Cultural Districts haben. Eine Beschäftigung mit Identitäten kann daher zu einem besseren Verständnis davon beitragen, unter welchen Bedingungen es einem Cluster gelingen kann, sich durch die Nutzung endogenen Entwicklungspotentials auf neue Anforderungen nach einer verstärkten Designorientierung in den Cultural-Product Industries einzustellen.

Der vorliegende Beitrag zielt darauf ab, die theoretischen Grundlagen für eine Analyse der Bedeutung von kollektiven Identitäten für die Anpassungsfähigkeit industrieller Cluster zu schaffen und damit verbundene Forschungsfragen zu identifizieren. Als Ausgangspunkt dafür dienen die Ergebnisse einer Fallstudie über den Schmuckindustriecenter Pforzheim, die der Autor im Rahmen seiner Masterarbeit an der Universität Stuttgart durchgeführt hat (Kosche 2010). Der Forschungsstand zum Thema zeigt, dass es unklar ist, inwiefern kollektive Identifikationsprozesse einen Beitrag zur Starrheit oder aber zur Wandlungsfähigkeit regionaler Cluster leisten. Daher zielen die Ausführungen darauf ab, bisherige Überlegungen zur Rolle von kollektiven Identitäten in regionalen Clustern stärker mit der Diskussion um die pfadabhängige Entwicklung traditioneller Industriestandorte zu verknüpfen. Dadurch soll ein neuer Blick auf die ambivalente Wirkung kollektiver Identitäten ermöglicht werden. Hierbei wird besonders auf die bislang zu wenig beachteten, möglichen negativen Wirkungen disparater Clusteridentitäten eingegangen werden, die eine wichtige Ursache für Entwicklungshemmnisse darstellen können.

Die Ergebnisse der Untersuchung lassen sich in drei Thesen zusammenfassen:

- Erstens leisten Clusteridentitäten einen wichtigen Beitrag für die Entstehung von Standortvorteilen in Industrial Cultural Districts sowie die lokale Generierung und den Transfer designbezogenen Wissens.
- Zweitens können kollektive Identitäten zu lokalen Pfadabhängigkeiten beitragen und so die Transformation traditioneller industrieller Cluster erschweren.
- Drittens können nicht oder nur schwer verbindbare Gruppenidentitäten dauerhaft koexistieren und dazu führen, dass ein gemeinsames kreatives Milieu nur schwer realisiert werden kann. Solche disparaten Clusteridentitäten behindern Wissensgenerierung und -transfer und führen dazu, dass die lokalen Agglomerationsvorteile eines Industrial Cultural Districts längerfristig nicht realisiert werden können.

2 Industrial Cultural Districts, Designnetzwerke und kollektive Identitäten

2.1 Definitionen der Kreativwirtschaft

Die hier betrachteten Cluster lassen sich dem Bereich der Kreativwirtschaft zuordnen. Der Entwicklung der Kreativwirtschaft wurde in den letzten Jahren große Aufmerksamkeit zuteil, sowohl in der Wissenschaft als auch in der Wirtschaftspolitik. Dennoch bleibt die exakte Unterscheidung zwischen Kultur- und Kreativindustrie und anderen ökonomischen Aktivitäten schwierig (Drake 2003: 512). Es werden verschiedene Abgrenzungsstrategien verfolgt (Söndermann et al. 2009: 5–7). In der Forschung zur „Kreativen Klasse“ (creative class), die eine Abgrenzung nach Berufsgruppen vornimmt, steht die individuelle Kreativität im Mittelpunkt (z.B. Florida 2002; Clifton/Cooke 2009). Diese Arbeiten berücksichtigen zwar die räumliche Verteilung von Arbeitskräften. Es werden jedoch auch Tätigkeiten ohne expliziten kulturellen Bezug dazugezählt. Darüber hinaus gehen noch Arbeiten zur creative economy, die Kreativität in den Rang eines neuen Paradigmas moderner industrieller Produktion erheben (Howkins 2004). In der Diskussion zur Kreativwirtschaft am weitesten verbreitet ist jedoch sicherlich der Branchenansatz, der zur Basis für zahlreiche Studien auf der internationalen, nationalen und regionalen Ebene geworden ist (z.B. Gordon/Beilby-Orrin 2006; Söndermann et al. 2009; Söndermann 2010). Die Diskussion in diesem Bereich wurde wesentlich durch die „creative industries mapping documents“ des Department of Culture, Media and Sports in Großbritannien (DCMS) geprägt. Die Kreativindustrie wird darin definiert als „activities which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have the potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property“ (DCMS 1998: 10).

In die gleiche Richtung zielt die von der Bundesregierung, den Bundesländern und dem Bundestag vertretene Abgrenzung, nach der die Kreativindustrie „diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen“ (Söndermann et al. 2009: XI). Auch hier steht der „schöpferische Akt“ im Mittelpunkt, d.h. die „künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalte, Werke, Produkte, Produktionen oder Dienstleistungen“, die als Ausgangspunkt für eine Branchenabgrenzung verwendet werden (Söndermann et al. 2009: 25). Davon ausgehend werden für Deutschland elf Kernbranchen der Kreativindustrie unterschieden: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt sowie Software/Games-Industrie (Söndermann et al. 2009).

2.2 Cultural-Product Industries

Bemerkenswert ist jedoch, dass traditionelle Branchen wie z.B. die hier thematisierte Schmuckindustrie, aber auch die Möbel- oder Bekleidungsindustrie, zumeist nicht explizit aufgeführt werden. Zu ihnen besteht im Rahmen des Konzepts lediglich eine Schnittmenge im Bereich der Designwirtschaft, die als Querschnittsbranche auch Unternehmen umfasst, die im Schmuckbereich (bzw. in der Möbel- oder Bekleidungsbranche) tätig sind. Damit wird aber nur ein Teil des hier interessierenden Untersuchungsgegenstands erfasst, nämlich die DesignerInnen, die zumeist als Klein- und KleinstunternehmerInnen in diesem Sektor tätig sind. Hierbei zeigt sich das Defizit einer nur auf individuelle Kreativität und die Verwertung geistigen Eigentums abzielende Definition von Kreativwirtschaft: Auf diese Weise vorgenommene Abgrenzungen sind in gewissem Maße beliebig, da wohl die meisten Bereiche der Wirtschaft auf individueller Kreativität, Fähigkeiten und Talenten, sowie der Verwertung geistigen Eigentums fußen (Drake 2003: 512).

Erfolgversprechender ist es daher, zusätzlich die ästhetischen Eigenschaften von Produkten und Dienstleistungen für eine Abgrenzung heranzuziehen. Kreativindustrien zeichnen sich demnach dadurch aus, dass ein im Vergleich zu anderen Industrien relativ großer Anteil der Wertschöpfung an die symbolischen Eigenschaften der hergestellten Produkte oder Dienstleistungen geknüpft ist (Lash/Urry 1994). Scott fasst entsprechende Branchen unter dem Begriff der „Cultural-Product Industries“ zusammen und zählt dazu „craft-based, design-intensive industries or sectors like apparel, furniture, printing and publishing [...] together with the entertainment industries“ (Scott 1996: 306). Sie zeichnen sich durch die Herstellung marktfähiger Produkte mit ästhetischer Dimension aus, deren Attraktivität darin begründet liegt, „that they function at least in part as personal ornaments, modes of social display, aestheticized objects, forms of entertainment and distraction, or sources of information and self-awareness, i.e. as artifacts whose psychic gratification to the consumer is high relative to utilitarian purpose“ (Scott 1997: 324). Die Cultural-Product Industries umfassen also einerseits Sektoren wie den der Bildenden Kunst oder der Werbewirtschaft, in denen Dienstleistungen die Form persönlicher Transaktionen bzw. der Produktion und des Austausches von Informationen annehmen. Andererseits zählen hierzu – neben hybriden Formen wie der Musikindustrie, dem Verlagswesen und der Filmwirtschaft – auch produzierende Sektoren, die klassische physische Güter herstellen, wie z.B. Schmuck, Kleidung oder Möbel (Scott 1997: 323).

2.3 Industrial Cultural Districts

Durch die Berücksichtigung traditioneller Industriestandorte eröffnet eine solche Abgrenzung eine neue Perspektive auf die regionale Verfasstheit der Kreativwirtschaft. Betrachtet man die Teilbranchen, die üblicherweise der Kreativwirtschaft zugerechnet

werden, so fällt in der Tat auf, dass sich das dabei zugrunde liegende Leitbild bis auf wenige Ausnahmen auf dienstleistungsorientierte kreative Sektoren bezieht, in denen die Produktion und Konsumption kultureller Inhalte und Dienstleistungen in einer zumeist urbanen Umgebung im Vordergrund stehen (Bertacchini/Borrione 2010: 2). Dabei gerät jedoch aus dem Blick, dass der Bereich der Kreativwirtschaft nicht nur auf immaterielle Güter einer urbanisierten Dienstleistungsgesellschaft beschränkt werden kann, sondern auch regionale Sektoren und Designnetzwerke umfasst, die auf die Produktion von handwerksbasierten Niedrigtechnologie-Produkten wie Kleidung, Möbel, Schmuck, Keramik etc. spezialisiert sind. Solche Cluster finden sich traditionell abseits urbaner Ballungsräume in kleineren Zentren. Besonders deutlich wird das am Beispiel Italiens, das zwar einerseits eine Tendenz zur Urbanisierung seiner Kreativindustrien aufweist, dessen industriellen Distrikte andererseits aber, im Vergleich zu anderen entwickelten Industrienationen, besonders stark auf die Herstellung handwerksbasierter Niedrigtechnologie-Produkte spezialisiert sind (ebd.).

Dieser Teil der Cultural-Product Industries ist weniger ein Phänomen weitläufiger urbaner Ballungszentren, sondern weist eine Tendenz zur Regionalisierung in kleinteiligeren lokalen Bezugsräumen auf. Ein Beispiel dafür ist die italienische Schmuckindustrie mit ihren drei traditionellen Goldschmuckdistrikten Valenza Po, Arezzo und Vicenza (Gaggio 2007). Doch auch die deutsche Schmuckindustrie weist räumliche Muster der Konzentration auf, mit traditionellen Schmuckstandorten in Idar-Oberstein, Kaufbeuren sowie in Pforzheim und dem umgebenden Enzkreis (Litzenberger 2006). Ebenso verhält es sich mit der deutschen Möbelindustrie, z.B. in Oberfranken rund um die Designzentren Coburg und Hof (Röder et al. 2008), im Großraum Hameln und in Ostwestfalen-Lippe (Brennecke 2009: 30). Trotz Globalisierung ihrer Distribution ist die Produktion klassischer ästhetischer Güter weiterhin in lokalen sozioökonomischen Zusammenhängen verwurzelt, durch die lokale KMUs mit globalen Produktions- und Verteilungsnetzwerken verknüpft werden (Mizzau/Montanari 2008: 651). Die Beschäftigung mit solchen Clustern ist deshalb eine wichtige Ergänzung der bisherigen Forschung zur Kreativindustrie, in der regionale, handwerksbasierte Sektoren und Designnetzwerke nicht genügend Aufmerksamkeit erfahren haben.

Die Tendenz zur Clusterbildung in den Cultural-Product Industries liegt u.a. in den ästhetischen Eigenschaften kultureller Güter begründet. Da ihre Herstellung besonders stark auf die Vorteile einer starken sozialen Einbettung und lokaler Nähe angewiesen ist, neigen Unternehmen in besonderem Maße zur Ko-Lokation und bilden Agglomerationen spezialisierter Unternehmen mit einer hohen Dichte an Transaktionen heraus (Mizzau/Montanari 2008: 652f.; Scott 2004). In der italienischen Forschungstradition zu industriellen Distrikten findet sich für derart regionalisierte Produktionsnetzwerke der Cultural-Product Industries der Begriff des Cultural Districts (Mizzau/Montanari 2008: 651) bzw. des Industrial Cultural Districts (Santagata 2004: 5). Wie auch bei industriellen Distrikten basiert ihre Produktionsdynamik auf positiven Externalitäten und

einer ausgeprägten lokalen kulturellen Identität, die jedoch durch Traditionen in Kunst und Handwerk ergänzt werden (ebd.). Auch Markusens (1996: 298) Typologie industrieller Distrikte identifiziert in diesem Zusammenhang eine italienische Variante des marshallian industrial districts, in der eine überproportional hohe Zahl an Arbeitskräften in den Bereichen Design und der Innovation tätig sind.

2.4 Soziokulturelle Agglomerationsfaktoren

Die Tendenz zur Ko-Lokation in den Industrial Cultural Districts wird durch die ästhetischen Merkmale der hergestellten Produkte gestärkt: „Outputs, that are rich in information, sign value and social meanings“ sind besonders empfindlich für den Einfluss des geographischen Kontextes und kreativen Milieus (Power/Scott 2004: 7). Kreativität hat eine soziale Basis und ist tief in den lokalen Netzwerken verankert: sie ist sozusagen eine Eigenschaft des Ortes (Currid 2007: 458). Die Forschung zu Industrial Cultural Districts weist auf verschiedene Merkmale der soziokulturellen Einbettung des lokalen Produktionssystems hin, die aufgrund der ästhetischen Qualität der Produkte besonders wichtig sind (Mizzau/Montanari 2008: 653ff.):

- *Soziale Natur der Bedeutungsgenerierung*: Die Güterproduktion in der Kulturindustrie umfasst als wichtiges Merkmal die Herstellung ästhetischer und semiotischer Inhalte. Diese Form der Bedeutungsgenerierung lebt von der Vielfalt der beteiligten Akteure und erfordert eine ausgeprägte lokale Arbeitsteilung und Informationsflüsse.
- *Projektbasierte Organisation*: Kulturelle Produktion erfordert Netzwerke mit einer gewissen Dauerhaftigkeit, um komplementäre Fähigkeiten zu nutzen, Kosten zu senken und Flexibilität zu erhöhen. Der lokale Arbeitsmarkt dient dabei als eine Art gepoolte Ressource.
- *Kulturelle Anziehungskraft*: Kulturelle Annehmlichkeiten, Institutionen, Veranstaltungen sowie daraus resultierende berufliche Möglichkeiten machen Industrial Cultural Districts zu Magneten für Kreative. Die Distrikte profitieren von diesem Zustrom neuer Ideen und kreativer Stile, der sich positiv auf die Innovationsfähigkeit auswirkt.
- *Produktimage*: kulturelle Distrikte tragen durch ihr spezifisches soziales Profil zur Generierung eines einzigartigen Produktimages bei. Hier liegt eine der grundlegenden Herausforderungen für die Kulturprodukteindustrie, wie im Folgenden noch herauszuarbeiten sein wird.
- *Kreative Stimuli*: In den Kreativindustrien sind neben den traditionellen kompetitiven Vorteilen (wie niedrigere Kosten, Infrastruktur, Existenz lokaler Märkte, Arbeitskräftepotenzial etc.) weitere ortsabhängige Stimuli von großer Bedeutung, die in der Forschung bislang vernachlässigt wurden (Drake 2003). Es lassen sich

verschiedene Einflüsse eines Ortes auf die ästhetische Kreativität von DesignerInnen und Künstlern identifizieren: Lokalität dient als Ressource von ästhetischen Stimuli, bietet intensive soziale und kulturelle Netzwerke, signalisiert als Markenzeichen Reputation und Tradition und ermöglicht die Zugehörigkeit zu kreativen Gemeinschaften (ebd.). Hier gibt es ein Defizit in der Forschung zur Kreativindustrie, deren theoretische Konzepte zwar die Bedeutung kollektiver Kreativität in Clustern von kreativen Unternehmen betonen, in denen jedoch die Bezüge zwischen Ort und individualisierter Kreativität weitestgehend fehlen (ebd.).

In diesem Text wird davon ausgegangen, dass die Berücksichtigung kollektiver Identitäten zu einem besseren Verständnis der spezifischen soziokulturellen Bedingungen der Clusterbildung in den Cultural-Product Industries beitragen kann. Die in der Forschung bislang identifizierten Agglomerationsvorteile in Industrial Cultural Districts liefern zahlreiche Hinweise auf den Einfluss kollektiver Identitäten. Zentrale Elemente der Verfasstheit des lokalen Produktionssystems – wie Netzwerkstrukturen, Formen der Projektorganisation, das Produktimage, die wahrgenommene Standortattraktivität, ästhetische Inspiration – werden durch kollektive Identifikationsprozesse beeinflusst. Bislang ist jedoch relativ wenig über den Einfluss sozialer Deutungsmuster auf die Herstellung solcher ortsabhängigen Externalitäten der Kreativindustrie bekannt. Das betrifft auch das mögliche Scheitern einer lokalen kollektiven Identifikation, wobei zu erwarten ist, dass es sich entsprechend negativ auf die genannten positiven Externalitäten und Stimuli auswirkt. Das folgende Kapitel illustriert diesen Zusammenhang anhand eines konkreten Beispiels und beschreibt die Wirkung kollektiver Identitäten im Schmuckindustriecenter Pforzheim.¹

¹ Die folgenden Ausführungen dazu basieren auf der Magisterarbeit des Verfassers an der Universität Stuttgart (Kosche 2010). Die Fallstudie beruhte in erster Linie auf leitfadengestützten Interviews mit Experten und Akteuren aus verschiedenen Bereichen des Schmuckindustriecenters, die im Zeitraum von September 2009 bis Februar 2010 durchgeführt wurden. Es wurden insgesamt 15 Interviews und 1 Pretest mit Personen aus dem Pforzheimer Schmuckindustriecenter durchgeführt. Befragt wurden: 7 SchmuckdesignerInnen, 2 UnternehmerInnen aus der Schmuckindustrie, 2 ProfessorInnen des Studiengangs Schmuck und Objekte der Alltagskultur der HFG Pforzheim, ein ehemaliger Leiter der Goldschmiedeschule Pforzheim, die Leiterin des Schmuckmuseums, der Geschäftsführer des Bundesverbands Schmuck und Uhren sowie der Direktor des Wirtschafts- und Stadtmarketings Pforzheim.

3 Kollektive Identitäten im Schmuckindustriecenter Pforzheim

3.1 Entwicklung und Institutionen des Pforzheimer Schmuckindustriecenters

Der Stadtkreis Pforzheim sowie der ihn umschließende Landkreis Enzkreis haben als traditionelle Standorte der Schmuckindustrie eine große Anzahl an Schmuckunternehmen vorzuweisen, die das Gesicht der Region seit nunmehr über 240 Jahren prägen. Sie haben Pforzheim im Laufe der Jahrhunderte den Namen „Goldstadt“ eingebracht.

Die Gründung der Pforzheimer Schmuckindustrie reicht bis in die Zeit der Frühindustrialisierung zurück. Ihren Anfang nahm die Entwicklung des Schmuckindustriecenters mit der 1767 erfolgten Gründung einer „Uhren- und feinen Stahl-Fabrik“ (Pflüger et al. 1989: 626f.; Göler 1909: 3). Die erste Pforzheimer Manufaktur stand in einer Reihe von zahlreichen Manufakturgründungen des 17. und 18. Jahrhunderts und legte den Grundstein für die Entwicklung der Pforzheimer Schmuckindustrie (Maschke 1967: XVII). Im Laufe der Industrialisierung entwickelte sich die Schmuckindustrie im 19. Jahrhundert zum wichtigsten Produktionszweig Pforzheims, das Anfang des 20. Jahrhunderts zu einem der weltweit bedeutendsten Produktionszentren für Schmuck aufstieg (Raff 1967: 112). Die Zahl der Schmuckbetriebe wuchs von nur 14 im Jahr 1840 auf 1.005 im Jahr 1911. Die Zahl der dort Beschäftigten stieg im gleichen Zeitraum von 576 auf über 30.000 Arbeiter, Lehrlinge und Angestellte (Gerstner 1908: Tab I, 1a; Raff 1967: 112; Handelskammer Pforzheim 1911). Damit arbeiteten zu Beginn des 1. Weltkriegs ein Großteil der Erwerbstätigen der insgesamt 75.000 Einwohner Pforzheims in der Schmuckindustrie (Raff 1967: 112). Nach den beiden Weltkriegen büßte die Schmuckindustrie ihre dominante Stellung für die Pforzheimer Wirtschaft ein. Dennoch gelang nach dem 2. Weltkrieg der Wiederaufbau der Schmuckproduktion, trotz der starken Zerstörung der Stadt kurz vor Kriegsende 1945. Bereits 1963 gab es wieder 181 Schmuckunternehmen in Pforzheim (Pieper 1967: 172f.).

Heute nehmen Pforzheim und der umgebende Enzkreis unter den Schmuckzentren Deutschlands eine besondere Rolle ein. Mit 3863 Angestellten und 228 Unternehmen im Jahr 2005 ist der Cluster mit Abstand der größte deutsche Produktionsstandort für Schmuck, gefolgt von Idar-Oberstein und dem Landkreis Birkenfeld mit zusammen 1.418 Beschäftigten sowie einigen weiteren, jedoch um einiges kleineren Standorten (Litzenberger 2006: 14). Litzenberger (2006) identifiziert die Region als den deutschlandweit „clusterhaftesten“ Schmuckstandort, gemessen am relativen Industriebesatz, der relativen Industriedichte und den relativen Betriebsgrößen.²

² Die kleinen Betriebsgrößen innerhalb der Schmuckindustrie machen eine Beschreibung mittels Konjunkturstatistiken schwierig. Die durch das Statistische Landesamt Baden-Württemberg zur Verfügung gestellten Konjunkturstatistiken des verarbeitenden Gewerbes erfassen für die Berichtskreise Pforzheim und Enzkreis vor dem Berichtsjahr 2007 nur Industriebetriebe mit 20 und mehr Beschäftigten, bzw. ab Berichtsjahr 2007 nur noch diejenigen mit 50 und mehr Beschäftigten.

Im Vergleich zu anderen deutschen Schmuckzentren verfügt Pforzheim im Durchschnitt über deutlich größere Unternehmen. Im Jahr 2005 lag die durchschnittliche Unternehmensgröße der schmuckverarbeitenden Betriebe bei 15,5 Mitarbeitern im Stadtkreis Pforzheim und 19,1 Mitarbeitern im Enzkreis (Landkreis Birkenfeld = 6,5 Mitarbeiter; Ostalbkreis = 8,5 Mitarbeiter) (ebd.). Trotz des industriellen Charakters zeigen sich jedoch auch in Pforzheim die für die Schmuckbranche so typischen kleinen Unternehmensstrukturen. Im Jahr 2008 gab es in Pforzheim und dem Enzkreis lediglich 21 Schmuckunternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern. Für das Jahr 2005 zählt die Konjunkturstatistik lediglich 41 Unternehmen mit jeweils mehr als 20 Angestellten.³

Die Vielzahl überwiegend kleinerer Pforzheimer Schmuckunternehmen existiert jedoch nicht im „luftleeren“ Raum. Sie wird ermöglicht durch ein Umfeld zahlreicher unterstützender Unternehmen und mit der Zeit gewachsener Institutionen, die zusammen den Schmuckindustriecluster Pforzheim bilden. Dazu gehören zum einen eine Vielzahl an unterstützenden Hilfsgeschäften für Vor- und Fertigarbeiten, Halbfabrikate, Materiallieferungen und Werkzeug- und Maschinenherstellung.⁴ Zum anderen gibt es zahlreiche unterstützende Organisationen (Tab. 1, nächste Seite).

Seit den 1980er Jahren hat jedoch die Schmuckindustrie in ganz Deutschland mit einem Strukturwandel zu kämpfen, der auch in Pforzheim die Zahl der Betriebe und Angestellten stark schrumpfen ließ. Im gesamten Bundesgebiet sank die Zahl der Beschäftigten in der Schmuckbranche im Zeitraum von 1987 bis 2005 von 23.813 auf 10.982 (Litzenberger 2006: 12f.). Durch steigende Konkurrenz aus dem Ausland und veränderte Konsumgewohnheiten (Breitenacher 1984; Ackermann 1995: 24–26) befindet sich die Branche seit einigen Jahren in einer Art Dauerkrise, die im Laufe der Jahre zur Schließung zahlreicher Firmen und dem Abbau zahlreicher Arbeitsplätze geführt hat. Auch Pforzheim und der umgebende Enzkreis sind davon betroffen. Die Zahl der Arbeitsplätze sank von 11.262 im Jahr 1987 auf 3863 im Jahr 2005, d.h. in einem Zeitraum von nur 18 Jahren gingen beinahe zwei Drittel aller Arbeitsplätze in der Pforzheimer Schmuckindustrie verloren (Litzenberger 2006: 14). Ebenso sank die Zahl der schmuckverarbeitenden Unternehmen alleine in den Jahren 1999 bis 2005 von 368 auf 228 Betriebe, was einem Rückgang von 38 % in nur 6 Jahren entspricht (ebd.: 14).⁵

Handwerksbetriebe bleiben ebenfalls unberücksichtigt. Es war jedoch möglich, zur Beschreibung der Schmuckbranche in Pforzheim auf eine Erhebung Litzenbergers aus dem Jahr 2006 zurückzugreifen, auch wenn das darin enthaltene Zahlenmaterial die jüngste Entwicklungen nicht abdeckt.

³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Unternehmen der Klassen 36.22 (Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren, ohne Phantasieschmuck) und 36.61 (Herstellung von Phantasieschmuck) nach WZ 2003.

⁴ Zu den verschiedenen Möglichkeiten einer Gliederung der Pforzheimer Schmuckindustrie Gerstner 1908: 107; Göler 1909: 119; Rücklin 1911: 37; Pieper/Trautz 1967: 199–200.

⁵ Obwohl für Pforzheim keine aussagekräftigen neueren Zahlen zur Verfügung stehen, zeigen die Industrieberichte für die Jahre 2007 bis 2010 einen weiteren Rückgang der deutschen Schmuckindustrie bei den Umsätzen, Betrieben und Beschäftigten (BV Schmuck + Uhren 2009, 2011), der sich auch in Pforzheim negativ bemerkbar gemacht haben dürfte.

Tab. 1: Wichtige Institutionen des Pforzheimer Schmuckindustrieklusters

Aus- und Weiterbildung	Fakultät für Gestaltung der Hochschule Pforzheim	Schmuckbezogene Studiengänge „Schmuck und Objekte der Alltagskultur“ und seit 2011 auch „Accessoire Design“
	Goldschmiedeschule mit Uhrmacherschule Pforzheim	Enthält eine Berufsfachschule und Meisterschule für Goldschmiede, ein Berufskolleg für Design, Schmuck und Gerät und eine Fachschule für Gestaltung im Bereich Schmuck und Gerät
	USE Uhren Schmuck Edelsteine Bildungszentrum Pforzheim GmbH	Weiterbildungsinstitut für den Uhren- und Schmuckfacheinzelhandel
Forschungsinstitute	Schmucktechnologisches Institut der Hochschule Pforzheim	Unterstützung bei Optimierung von Produktionsprozessen; Entwicklung von feinwerktechnischen Verfahren, Geräten und Vorrichtungen zur Automatisierung von Fertigungsschritten sowie schmuckrelevanten Werkstoffen; Informationsveranstaltungen
Verbände	<ul style="list-style-type: none"> • Bundesverband Schmuck und Uhren e.V. • Bundesverband des Schmuck- und Uhren-Großhandels e.V. 	Vertretung der gemeinsamen fachlichen, wirtschafts- und sozialpolitischen Interessen der Hersteller bzw. Händler; Beratung in wirtschaftsfachlichen, betrieblichen und arbeitsrechtlichen Fragestellungen
Wirtschaftsförderung	Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim - WSP	Städtischer Eigenbetrieb zur Wirtschaftsförderung. Unterhält einen Geschäftsbereich Kreativwirtschaft
Museen	Schmuckmuseum	Spezialmuseum zur Geschichte des Schmucks
	Technisches Museum der Schmuckindustrie	Zeigt funktionstüchtige Maschinen, an denen die frühere Arbeitsweise der Goldschmiede und Uhrmacher demonstriert wird
Marketingmaßnahmen und Tourismus	Branchenzentrum Schmuck und Uhren Pforzheim – Schmuckwelten	Vom Bundesverband für Uhren und Schmuck und der Sparkasse Pforzheim Calw initiierte, seit 2005 in der Pforzheimer Innenstadt bestehende Erlebniswelt rund um das Thema Uhren und Schmuck

3.2 Standortattraktivität und regionale Schmuckszene

Angesichts der Probleme des Pforzheimer Clusters stellt sich die Frage, welche Möglichkeiten aus vorhandenen Fähigkeiten erwachsen, der negativen Entwicklung etwas entgegenzusetzen. Da die Produktion kultureller Güter sensibel auf Einflüsse des lokalen kreativen Milieus reagiert, scheint es vielversprechend, dabei das Potential von Designnetzwerken für eine Wiederbelebung des Cluster zu berücksichtigen.

In der Tat hat Pforzheim in dem Bereich einiges zu bieten: Ursprünglich ein Produktionsort für industriell gefertigte Schmuckwaren, hat es sich in den letzten Jahrzehnten auch zu einem Standort für SchmuckdesignerInnen aus dem Design- und Unikatschmuckbereich entwickelt. Der Cluster verfügt nicht nur über eine Schmuckindustrie mit lange gewachsenen industriellen und organisatorischen Strukturen, sondern auch über einen Pool an Spezialisten im Bereich des Schmuckdesigns, bestehend aus bereits ansässigen SchmuckdesignerInnen und den weiterhin nachrückenden AbsolventInnen der Goldschmiedeschule und der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Pforzheim.⁶ Es handelt sich überwiegend um MikrounternehmerInnen, deren Tätigkeiten sehr vielfältig sind. Die Mehrheit ist auf die Herstellung und Vermarktung eigener Kleinserien oder Schmuckunikate auf Messen und Märkten konzentriert. Manche arbeiten als Freelancer oder in Festanstellung mit Unternehmen der Schmuckindustrie zusammen und sind mit der Entwicklung von neuen Schmuckdesigns betraut. Sie sind zumeist zuständig für das Entwerfen von Musterkollektionen und für die Musterherstellung, häufig unter Anwendung computergestützter Techniken wie CAD und Rapid-Prototyping.

Für ihre Tätigkeit können die DesignerInnen auf eine ausdifferenzierte schmuckbezogene Infrastruktur zurückgreifen. Durch die lange Tradition in der Schmuckherstellung gibt es im Pforzheimer Cluster eine große Vielfalt von Hilfsgeschäften, die SchmuckgestalterInnen mitnutzen können. Dazu gehören zahlreiche Dienstleistungen wie Galvanik, Gießen, Lasertechnik, CAD, Formenbau, Fräsen, Fassen, Scheideanstalten, aber auch Firmen für Fotografie und Werbung. Ebenso ist es möglich vor Ort Materialien, wie Furnituren, Kleinteile und Halbzeug sowie Werkzeuge und Maschinen zu beschaffen. Der enge Kontakt zu Dienstleistern reduziert Leerlauf, führt zu großer Zeitersparnis und schnelleren Lieferzeiten und ermöglicht einen leichteren Austausch über Probleme und Verbesserungsmöglichkeiten. Billige Atelierplätze in leeren Schmuckfabriken, die vergleichsweise niedrigen Preise für Wohnraum sowie die Arbeitsmöglichkeiten in der Schmuckindustrie runden das Bild ab.

Die Infrastruktur stellt einen der wichtigsten Gründe für die Attraktivität des Standorts dar. Pforzheim wird von den DesignerInnen als ein Ort angesehen, der besonders günstige Produktionsbedingungen aufweist. Der Absatz der eigenen Schmuckpro-

⁶ Eine sichere Abschätzung der Größe und Entwicklungstendenzen der Pforzheimer Schmuckszene ist aufgrund fehlender Erhebungen nicht möglich. Vorsichtige Schätzungen der Größe der lokalen Schmuckszene durch befragte Experten reichen von 100 bis 300 Personen.

duktion erfolgt jedoch in der Regel nicht vor Ort, sondern über Kontakte zu Galerien, Messen oder Schmuckmärkte außerhalb Pforzheims.

Ein weiteres, wichtiges Element der Standortattraktivität Pforzheims sind die Netzwerke von SchmuckdesignerInnen. Der Austausch mit anderen SchmuckgestalterInnen wurde von allen Befragten als ein großer Vorteil angesehen. Die große Anzahl von DesignerInnen auf engem Raum erleichtert die Kommunikation und ermöglicht vielfältige Anknüpfungspunkte. Zum einen gibt es einen Austausch von Ideen und Sichtweisen über Schmuck und schmuckbezogene Projekte. Zum anderen leisten sich SchmuckgestalterInnen auch gegenseitig Hilfe durch den Austausch produktionsbezogenen Know-Hows, die Vermittlung geschäftlicher Kontakte oder durch die Mitbenutzung von Maschinen, Werkzeugen und Werkstätten. Darüberhinaus gibt es Formen der Zusammenarbeit in gemeinsamen Vertriebsnetzwerken, zur Materialbeschaffung oder auch gemeinsame Projekte.

Trotz der vielfältigen Anknüpfungspunkte scheint sich die Zusammenarbeit der DesignerInnen zumeist auf ausgewählte Kontakte zu beschränken: die Szene wurde vielfach als ein eher fragmentiertes Netzwerk eingeschätzt, ohne größere gemeinsame Aktivitäten und mit wenig Öffentlichkeit und Außenwirkung. Zwar kann man bei den Netzwerken der Pforzheimer SchmuckdesignerInnen durchaus von einer Art Schmuckszene sprechen, die durch die mehr oder weniger regelmäßigen Kontakte der SchmuckgestalterInnen untereinander gebildet wird. Gleichzeitig wurde jedoch die große Heterogenität der Netzwerke der Pforzheimer SchmuckdesignerInnen betont. Die Kontakte zu anderen DesignerInnen wurden zwar als wichtig eingestuft, der Austausch dabei aber als nicht besonders intensiv und die Szene eher als lose verknüpft beschrieben. SchmuckgestalterInnen seien, bis auf wenige Ausnahmen, nicht sehr eng vernetzt.

Dafür wurden mehrere Gründe angeführt. Die bestehenden Kontakte von SchmuckdesignerInnen sind oft das Ergebnis der individuellen Bildungsbiographie. Kontakte entstehen häufig nach Jahrgängen gestaffelt. Ältere und jüngere Absolventen kennen sich oft nicht mehr. Hinzu kommt, dass die eher goldschmiedisch bzw. handwerklich arbeitenden SchmuckgestalterInnen und die Absolventen der Hochschule unterschiedliche Gruppen bilden, die sich kaum überschneiden. Zudem weisen SchmuckgestalterInnen nach Einschätzung vieler Befragten eine Tendenz zum Einzelkämpfertum auf, die mit ihrem häufig ausgeprägten künstlerischen Selbstverständnis zu tun hat.

Die Pforzheimer Schmuckszene stellt somit keine organisierte und eng miteinander verbundene Gruppe dar, sondern besteht aus einer Vielzahl unterschiedlicher Untergruppen. Es gibt jenseits privater freundschaftlicher Kontakte relativ wenig gemeinsame Aktivitäten, die eine positive Außenwirkung entfalten könnten. Der Austausch untereinander und die gemeinsame Präsentation nach außen ließe sich nach Einschätzung der Befragten verbessern.

3.3 Die Hochschule und das künstlerische Selbstverständnis

Das hat auch Folgen für die Attraktivität des Standorts. Wie sich im Laufe der Untersuchung herausstellte, beruht die Anziehungskraft Pforzheims hauptsächlich auf der Reputation als Ausbildungsort. Die lokale Schmuckszene weist zwar zahlreiche Außenkontakte auf. Trotzdem gelingt es kaum, bereits ausgebildete SchmuckdesignerInnen anzuziehen. Die Schmuckszene selbst scheint nicht genügend Anziehungskraft zu besitzen, um SchmuckdesignerInnen nach der Ausbildung nach Pforzheim zu locken. Während noch in den 1960er Jahren die Schmuckindustrie auch bereits etablierten DesignerInnen einen Anreiz dafür bot, nach Pforzheim zu kommen, hat diese heutzutage ihre Attraktivität für SchmuckdesignerInnen in dieser Hinsicht eingebüßt. Die guten Arbeitsbedingungen durch die umfangreiche Infrastruktur scheinen als Magnet für SchmuckgestalterInnen ebenfalls nicht auszureichen. Daher besteht der Nachwuchs der Designerszene hauptsächlich aus den Absolventen der Bildungsinstitutionen. Dadurch ist die Hochschule für die Ausbildung der Netzwerke von SchmuckdesignerInnen von zentraler Bedeutung. Auch nach dem Studium bleibt die Hochschule für die SchmuckdesignerInnen ein wichtiger Ort und dient als Treffpunkt, um einander wiederzusehen, besonders anlässlich der Werkschau zum Ende jedes Semesters.

Einen wichtigen Beitrag leistet die Hochschule auch durch ihren Einfluss auf das Selbstverständnis der SchmuckdesignerInnen. Im Rahmen der Ausbildung formt die Schule die Ansichten der Studenten über angemessene Herangehensweisen an die Schmuckgestaltung und das Verständnis dessen, was guter Schmuck ist. Der Schmuckbereich der Hochschule zeichnet sich durch eine ausgeprägte künstlerische Orientierung aus. Die Hochschule kann darin auf eine lange Tradition zurückblicken. Zahlreiche Lehrinhalte stammen aus dem Bereich der bildenden Kunst. Die Schule ermutigt das Experimentieren mit Schmuck und bietet den Studenten einen Freiraum für ihre individuelle kreative Entwicklung. Es wird vieles über Schmuckgestaltung vermittelt, was auf die Entwicklung eines individuellen künstlerischen Ausdrucks abzielt. Diese Art der Ausbildung, die bewusst Räume für experimentelle Herangehensweisen an die Schmuckgestaltung schafft, ist nötig, um die Absolventen optimal auf eine mögliche Tätigkeit als Schmuckkünstler vorzubereiten. Im Gegensatz zu anderen Designbereichen arbeitet im Schmuckbereich nur ein relativ kleiner Teil der Absolventen später in der industriellen Produktion.

3.4 Kollektive Identitäten in Pforzheimer Designnetzwerken

Die Beziehungen zwischen der Szene der SchmuckdesignerInnen und der Hochschule einerseits und dem Bereich der traditionellen Schmuckindustrie andererseits wurden von allen Befragten als nicht sehr intensiv eingeschätzt. Auf der einen Seite stehen die alteingesessenen Pforzheimer Firmen, die eigene Anlässe zum Austausch untereinander wahrnehmen, auf der anderen Seite die selbständigen DesignerInnen, die als Künstler und Handwerker meistens von außerhalb zum Studium nach Pforzheim gekommen sind. Kontakte ergeben sich nur durch die Arbeit von DesignerInnen in Firmen. Während es in den 1960ern noch besser um die Verbindungen zwischen DesignerInnen und Industrie bestellt war, gab es bis in die jüngste Zeit seitens der Schmuckindustrie kaum mehr Interesse an Absolventen der Hochschule. Erst seit ein paar Jahren arbeiten DesignerInnen wieder etwas häufiger für die Industrie. Dennoch bewegen sich die DesignerInnen in ihren Netzwerken häufig ohne direkte Kontakte zur Schmuckindustrie.

Als besonders prägend für die Beziehungen zwischen Schmuckindustrie und Schmuckszene wurde von allen Befragten das Verhältnis zwischen Hochschule und Schmuckindustrie gesehen. Dabei wurden verschiedene Mängel in der Zusammenarbeit zwischen der Hochschule und der Schmuckindustrie angesprochen. Es scheint seit mehreren Jahren eine gegenseitige Abschottung der handwerklich-schmuckgestalterischen Hochschule und der traditionellen Schmuckindustrie zu geben. Kooperationen im Lehrbetrieb, bei Abschlussarbeiten oder der Gestaltung von Lehrhalten gibt es kaum. Auch werden von der Industrie eher die Absolventen der Goldschmiedeschule eingestellt als solche der Hochschule.

Die nur gering ausgeprägten Anknüpfungspunkte zwischen der traditionellen Industrie und den DesignerInnen spiegeln sich auch in den Identifikationsmustern wider. Die Identifikation der SchmuckdesignerInnen mit dem Standort und der traditionellen Schmuckindustrie wurde von den Befragten als eher gering eingeschätzt. Stattdessen steht die Zugehörigkeit zur lokalen Schmuckszene und zur Hochschule im Vordergrund. Eine darüber hinausgehende Identifikation als Pforzheimer Schmuckmacher oder gar mit der örtlichen Schmuckindustrie ließ sich nicht feststellen. Die ansässigen DesignerInnen fühlen sich größtenteils nicht so sehr als Pforzheimer SchmuckgestalterInnen. Die Entscheidung für Pforzheim als Standort folgt überwiegend pragmatischen Gesichtspunkten. DesignerInnen kommen nach Pforzheim ausschließlich zur Ausbildung und bleiben danach v.a. wegen der hervorragenden Infrastruktur. Viele fühlen sich in Pforzheim jedoch nicht wirklich heimisch.

In diesem Zusammenhang wurde auch mehrfach auf die Differenzen im Schmuckverständnis von Schmuckkünstlern und Vertretern der Schmuckindustrie hingewiesen. Den Befragten zufolge handelt es sich dabei um zwei von einander getrennte Welten. Die Pforzheimer Industrie habe teilweise sehr starre Vorstellungen von

Schmuck und Innovation vertreten, während die Hochschule und Schmuckdesignerkreise sich bewusst vom Bereich des Industrieschmucks abgrenzten. Die traditionellen Einstellungen der Clustermitglieder erweisen sich als hinderlich für die Zusammenarbeit der Hochschule und der SchmuckdesignerInnen mit der traditionellen Pforzheimer Schmuckindustrie. Die Ausführungen der Befragten dazu legen nahe, dass nicht eine gemeinsame kollektive Identität existiert, die die gemeinsamen Potentiale der Pforzheimer SchmuckdesignerInnen und der Industrie betont, sondern verschiedene Gruppenidentitäten. Interdependenzen und Komplementaritäten zwischen Schmuckszene und Schmuckindustrie werden kaum gesehen oder zumindest nicht für so bedeutsam erachtet, dass eine Veränderung des Status quo lohnenswert erscheint. Die Beziehungen sind trotz Annäherungen in den letzten Jahren immer noch von einem Mangel an Kommunikation und teilweise auch gegenseitigem Unverständnis geprägt. Von einem innovativen Milieu, das sich durch eine Einbettung der Akteure in einen gemeinsamen sozialen Kontext auszeichnet und damit die Basis für Wissenstransfer und gemeinsames Lernen schafft, kann kaum eine Rede sein. Die praktische Orientierung der Industrie geht auch heute immer noch einher mit einem Misstrauen gegenüber allzu künstlerischer Herangehensweisen an die Schmuckgestaltung. Auf der anderen Seite herrschte lange Jahre an der Hochschule ein ausgeprägtes künstlerisches Selbstverständnis, das eine Annäherung an die profane Welt des industriellen Schmucks beinahe völlig ausschloss.

Interessanterweise scheinen aber beide Orientierungen in letzter Zeit mehr und mehr aufzuweichen. In den letzten 10 bis 20 Jahren gab es zwar keine drastischen Veränderungen des Verhältnisses zwischen DesignerInnen, Hochschule und Industrie, wohl aber einen Wandel hin zu einer Annäherung der jeweiligen Positionen. Sie schlägt sich zum einen in der Ausgestaltung der Ausbildung der SchmuckdesignerInnen und deren Einstellungen gegenüber der Industrie nieder, zum anderen aber auch in einer größeren Offenheit der Schmuckindustrie gegenüber den Tätigkeiten der Schmuckszene. Trotz dieser positiven Tendenzen sind jedoch die Verbindungen zwischen Schmuckszene und Hochschule einerseits und der Schmuckindustrie andererseits nach wie vor auf einem niedrigem Niveau.

3.5 Fazit

Die Ergebnisse der Untersuchung legen nahe, dass die Realisation von Standortvorteilen auch etwas mit den Identitäten lokaler Gruppen zu tun hat. Was die kulturelle Anziehungskraft und die Existenz lokaler Stimuli für kreative Talente durch lokale kreative Netzwerke bzw. "Szenen" betrifft, ist der Befund gemischt. Es sind vor allem die ausgeprägte schmucktechnische Infrastruktur und die Netzwerke von DesignerInnen, die als besonders positiv für den Alltag als SchmuckgestalterIn bewertet werden. Auffallend ist jedoch, dass die Beziehungen untereinander als nicht besonders intensiv eingeschätzt wurden und dass die Identifikation mit dem Standort

Pforzheim als eher gering und sehr ambivalent eingeschätzt wurde. Ein wirkliches Zugehörigkeitsgefühl und vertrauensvolle Zusammenarbeit findet sich nur in den eigenen, begrenzten Netzwerken. Eine darüber hinausgehende, überregionale Anziehungskraft der lokalen Szene gibt es nicht.

Defizite finden sich auch im Bereich der für die Kreativwirtschaft wichtigen lokalen Arbeitsteilung und Informationsflüsse zwischen heterogenen Akteuren. Die Bereiche der SchmuckdesignerInnen und die der traditionellen Schmuckindustrie existieren in weiten Teilen relativ unverbunden nebeneinander und weisen relativ wenige Berührungspunkte auf. Zwar könnten von einer Belebung der Kontakte zwischen der Schmuckindustrie und den SchmuckdesignerInnen positive Entwicklungsimpulse für den Cluster ausgehen. Unklar ist jedoch, inwieweit es möglich ist, die Akteure auch tatsächlich zusammenzubringen. Es gibt ein problematisches Verhältnis zwischen Schmuckindustrie, Bildungsinstitutionen und den kreativen Nachwuchskräften, dem das unterschiedliche Selbstverständnis und verschiedene Herangehensweisen an das Schmuckmachen zugrunde liegen. Die Identitäten der Akteure und die damit einhergehenden unterschiedlichen Sichtweisen auf Clusterakteure und Standort scheinen sich darauf auszuwirken, wie DesignerInnen und Designprozesse in die industriellen Produktionsstrukturen des Clusters integriert werden können. Dass daraus letztlich Nachteile für die Wettbewerbsfähigkeit des Clusters entstehen, ist durchaus plausibel. Das Beispiel des Schmuckindustriecusters Pforzheims macht deutlich, dass der Einfluss kollektiver Identitäten auf regionale Netzwerke nicht zwangsläufig positiv ausfällt. Sie können dazu beitragen, dass ein kreatives Milieu nur schwer zu realisieren ist, und zementieren so einen u.U. ineffizienten Status quo.

4 Theoretische Bausteine: Designwissen, kollektive Identitäten und pfadabhängige Entwicklung in Industrial Cultural Districts

Aus den bisherigen Ausführungen können mehrere Themenbereiche für eine weitere theoretische Vertiefung abgeleitet werden.

- *Designwissen in Industrial Cultural Districts*: Das Pforzheimer Beispiel verdeutlicht, dass die Genese und der Transfer designbezogenen Wissens für den Innovations- und Transformationsprozess in Industrial Cultural Districts von besonderer Bedeutung sind. Unklar ist, welche Rolle kollektive Identitäten dabei spielen.
- *Kollektive Identitäten in lokalen Produktionssystemen*: Kulturelle Faktoren und insbesondere kollektive Identitäten sind in der Clusterforschung bislang wenig berücksichtigt wurden. Wie am Pforzheimer Beispiel deutlich wurde, können sie aber Innovations- und Transformationsprozesse entscheidend beeinflussen – sowohl positiv wie auch negativ.
- *Lock-in und Wandel von Industrial Cultural Districts*: Die Entwicklung in Pforzheim bietet Hinweise darauf, dass kollektive Identitäten die Anpassungsfähigkeit eines Clusters beeinflussen können. Um diesen Zusammenhang besser zu verstehen, sollten Erkenntnisse über pfadabhängige Entwicklung und institutionellen Wandel in lokalen Produktionssystemen stärker in die Diskussion um kollektive Identitäten in lokalen Produktionssystemen einbezogen werden.

Die drei Themenbereiche werden in den folgenden Kapiteln aufgegriffen und unter Berücksichtigung des aktuellen theoretischen und empirischen Forschungsstands diskutiert.

4.1 Designwissen in Industrial Cultural Districts

Im Folgenden werden die Herausforderungen für Industrial Cultural Districts und die Produzenten ästhetisierter Produkte eingehender behandelt. Es geht darum herauszuarbeiten, warum Designwissen für den Innovations- und Transformationsprozess in Industrial Cultural Districts von besonderer Bedeutung ist und welche Rolle kollektive Identitäten für die Entstehung und Anwendung designbezogenen Wissens spielen.

Produktdifferenzierung in Industrial Cultural Districts

Der durch die Globalisierung beförderte ökonomische Strukturwandel hat weltweit alte Industrieregionen vor große Herausforderungen gestellt und weitreichende Anpassungsprozesse nötig gemacht. In vielen lokalen Produktionssystemen kam es in diesem Zusammenhang zu einer Reduktion der Anzahl der Firmen und Angestellten,

der Zunahme von Importen von Komponenten und halbfertigen Produkten aus anderen nationalen und internationalen Produktionssystemen sowie Veränderungen im Bereich der verwendeten Technologien, der Rohmaterialien und produzierten Güter (Lombardi 2003: 110; Tripl 2004: 12).

Auch Unternehmen der Cultural-Product Industries sind von den Veränderungen betroffen. Power (2010) beschreibt die besondere Herausforderung vor der Industrial Cultural Districts stehen als Notwendigkeit zur Produktdifferenzierung. Er identifiziert zwei grundlegende strukturelle Bedingungen der Märkte für kulturelle Produkte, die Folgen für lokale Produktionsnetzwerke in Industrial Cultural Districts haben. Zum einen die soziale Dimension der Produktion: die Wertkreation kultureller Produkte basiert auf der dynamischen Beziehung zwischen Akteuren der Angebots- und Nachfrageseite, d.h. zwischen Produzenten, Konsumenten und kulturellen Intermediären. Zum anderen sind kulturelle Produkte immer Gegenstand möglicher Substitution. Konsumenten sind ständig darum bemüht, neue Produkte zu finden, die zu ihrem Geschmack und Lebensstil passen (Power 2010: 149).

Unternehmen der Cultural-Product Industries können daher zwei Strategien verfolgen, um auf gesättigten und zunehmend Konsumenten-getriebenen Märkten bestehen zu können: neben dem Versuch, sich durch den Schutz ihres geistigen Eigentums gegen Konkurrenten zu behaupten, bleibt ihnen die Möglichkeit, mit ihren Produkten eine differenzierte Marktposition zu erringen, um so die Konsumenten davon zu überzeugen, es gäbe keine, oder zumindest nur imperfekte Substitute für das eigene Produkt innerhalb der eigenen oder sogar einer fremden Industrie (Power 2010: 148). Der Erfolg von Produkten der Kulturwirtschaft basiert daher nicht nur auf wissenschaftlicher Innovation und Technologie (oder handwerklichen Traditionen im Falle der Schmuckindustrie), sondern auch auf der Fähigkeit der Unternehmen, eine einzigartige Marktposition durch die Differenzierung ihrer Produkte zu erreichen (Power 2010: 155). Dem Produktdesign kommt für die Positionierung des kulturellen Produktes daher eine große Bedeutung zu (Power 2010: 148).

Die Tendenz der Cultural-Product Industries zur Clusterbildung wirft nun die Frage auf, wie geographische Systeme zu den Prozessen der Produktdifferenzierung beitragen können, d.h. unter welchen Bedingungen sie als eine Art lokalisierte „difference engines“ funktionieren können. Der Einfluss von Lokalität auf die Differenzierung kultureller Produkte wurde in der Forschung bislang wenig beachtet. Daher herrscht Unklarheit darüber, welche Eigenschaften lokaler Produktionssysteme die Entwicklung von Wettbewerbsfähigkeit durch Produktdifferenzierung unterstützen (Power 2010: 150).

Design als Mittel der Produktdifferenzierung

Es gibt jedoch Hinweise darauf, dass das Produktdesign und damit die Existenz funktionierender lokaler Designnetzwerke angesichts des beschriebenen Trends zur Ästhetisierung von Produkten eines der wichtigen Handlungsfelder einer solchen lokalen „difference engine“ darstellt.

Eine allgemeine Begründung dafür liefert zunächst die managementorientierte Innovationsforschung. Sie identifiziert FuE-Aktivität als die wichtigste interne Quelle von Wissen und Lernen in Unternehmen. Doch obwohl die Forschung in diesem Bereich in den letzten Jahren zunehmend auch nicht-technische und marktorientierte Konzepte von Innovation (z.B. im Servicebereich, der Unternehmensorganisation und der Kommunikation) in den Blick nimmt, wird die Rolle des Designs als Quelle von Innovation bislang vernachlässigt (Filippetti 2011: 6; Bettiol et al. 2010: 4). Dennoch gibt es Erkenntnisse darüber, dass Designprozesse eine wichtige Quelle von Wissen und Lernen in Unternehmen sind, die in eigenen Organisationsstrukturen implementiert werden und eng mit anderen Funktionen des Unternehmens verknüpft sind. Darüber hinaus gibt es Hinweise darauf, dass Design einen positiven Einfluss auf die Leistung von Unternehmen ausübt und daher eine wichtige Ergänzung zu technologischen und organisationalen Innovationen darstellt (Filippetti 2011: 6).

So wurde für die zunehmend design-intensivere Schmuckindustrie (De Propriis/Wei 2007: 2481) die Notwendigkeit einer verstärkten Designorientierung bereits seit längerem immer wieder angemahnt. Dabei tun sich erwartungsgemäß besonders Vertreter der beruflichen Bildungsinstitutionen hervor, die eine mangelnde Innovationstätigkeit der Industrie in puncto Design beklagen und darin ein Entwicklungshindernis erkennen (z.B. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2009; Ackermann 1995).

Die bisherige Diskussion um Design als Quelle der Innovation beschränkt sich jedoch größtenteils auf die Ebene einzelner Unternehmen bzw. knüpft an einzelnen Branchen an. Welche Rolle dagegen die Beschaffenheit lokaler Produktionssysteme bzw. die darin enthaltenen lokalen Designnetzwerke für die Ausgestaltung solcher Designprozesse spielen, wurde bislang zu wenig erörtert. Dabei gibt es auch hier in ihrem Umfang zwar beschränkte, inhaltlich jedoch eindeutige Hinweise darauf, dass die häufig nicht besonders technologieintensiven Industrial Cultural Districts von einer verstärkten Designorientierung profitieren können. In einer Untersuchung der Mode- und Möbelindustrie in Italien beschreiben Bettiol et al. (2010) die Designorientierung italienischer KMUs als ein wichtiges Element ihres Erfolgs. Besonders Unternehmen in industriellen Distrikten weisen dort eine ausgeprägte Designorientierung auf. Sie haben in den letzten Jahren viel in Design investiert, um global wettbewerbsfähig zu bleiben (Bettiol et al. 2010: 1–3).

Es liegt daher nahe, sich in der Innovationsforschung nicht länger nur auf das Management von Designprozessen in Unternehmen zu konzentrieren, sondern der sozialen Einbettung von Design in Clustern größere Aufmerksamkeit zu widmen. Der Beitrag lokaler Designnetzwerke für die Produktdifferenzierung in kulturellen Clustern sollte stärker thematisiert werden, um zu klären, unter welchen Voraussetzungen diese ihr Potential entfalten können.

Designnetzwerke als innovative Milieus

Zudem geht es darum, auch im Bereich der Designforschung verstärkt wissensgenerierende Netzwerke in den Blick zu nehmen. Die neue, dynamische Interpretation von Agglomerationseffekten innerhalb der Wirtschaftsgeographie kann hier als Orientierung dienen: es stehen zunehmend die Wechselwirkungen zwischen Akteuren und Institutionen, kumulative Lernprozesse und die Dynamiken bei der Schaffung von Wissen im Vordergrund (Koschatzky 2001: 103f.). Die Hervorbringung von neuem Wissen und dessen effiziente Nutzung sind in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. Implizites Wissen wird als ein Grund dafür angesehen, dass bestimmte Cluster erfolgreicher sind als andere (Welz 2007: 72).

Ein solcher lern- und wissensorientierter Ansatz geht einerseits der Frage nach, inwiefern ein Cluster durch die leichte Integration von Designwissen in den Produktionsprozess ein Umfeld zur Differenzierung kultureller Produkte bietet. Dazu ist es andererseits erforderlich, bezogen auf die kreativen DesignerInnen zu ermitteln, durch welche Elemente lokaler Netzwerke sie in ihrem kreativen/künstlerischen Austausch unterstützt werden. Gleichzeitig muss dabei die Rolle kollektiver Identitäten für diese Prozesse berücksichtigt werden, da sie, wie das Beispiel des Schmuckindustriecusters in Pforzheim nahelegt, einen wichtigen Faktor für die Ausgestaltung und Funktionsweise lokaler Netzwerke darstellen.

Das Konzept des innovativen Milieus, das seit den 1980er Jahren durch die Forschungsgruppe GREMI (Groupement de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs) geprägt wurde, trägt diesem Umstand Rechnung. Camagni beschreibt das Konzept des innovativen Milieus als „the set, or the complex network of mainly informal social relationships on a limited geographical area, often determining a specific external 'image' and a specific internal 'representation' and a sense of belonging, which enhance the local innovative capability through synergetic and collective learning processes“ (Camagni 1991: 3, Anführungszeichen im Original). Akteure bilden lokale Netzwerke auf der Suche nach Informationen und Wissen, finanziellen Ressourcen und potentiellen Kooperationspartnern.

Ein innovatives Milieu lässt sich jedoch nicht einfach durch strukturelle Maßnahmen schaffen, sondern entwickelt sich in einem gemeinsamen Lernprozess auf der Basis lokaler Traditionen im Umgang mit Wissen, Bildungseinrichtungen und Interaktio-

nen. Wie im Konzept der Industriedistrikte wird auch hier Identitäten eine wichtige Rolle zugesprochen, indem sie als förderlich für kollektive Lernprozesse und eine Erhöhung der lokalen Innovationsfähigkeit gesehen wird. Es braucht eine gemeinsame Kultur, welche die Entstehung von Netzwerken begünstigt (Ivanisin 2006: 58f.). Kollektive Identitäten können dabei eine entscheidende Rolle spielen, indem sie zur Einbettung der Akteure in einen gemeinsamen sozialen Kontext beitragen, und damit die Basis für Wissenstransfer und gemeinsames Lernen schaffen. Eine gemeinsame Identität als Element einer homogenen Kultur schafft Regeln und Vertrauen und erhöht die Wahrscheinlichkeit für soziale Interaktion und Kommunikation (Engstrand/Stam 2002: 359f.). Sie kann als ein positives „Schmiermittel“ sozialer Beziehungen aufgefasst werden.

Wie das Pforzheimer Beispiel gezeigt hat, ist eine solche Wirkung jedoch nicht zwangsläufig. Räumliche Nähe alleine garantiert noch keine Interaktionen zwischen den Akteuren, wenn soziokulturelle Hemmnisse dagegen sprechen. In einem Industrial Cultural District ist der Austausch von Designwissen ohne Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühl mit nur geringem Austausch und wenig Lerneffekten nicht zu realisieren. Kollektive Identitäten können daher nicht nur positive Effekte für Cluster haben, sondern auch für Anpassungsschwierigkeiten an veränderte ökonomische und kulturelle Rahmenbedingungen verantwortlich sein. Dieses Dilemma sozialer Einbettung wurde bei der Analyse von Identifikationsprozessen in ökonomischen Netzwerken bislang nicht ausreichend berücksichtigt und steht im Zentrum der folgenden Ausführungen zur Wirkung kollektiver Identitäten in regionalen Clustern.

4.2 Kollektive Identitäten in lokalen Produktionssystemen

Die Beschäftigung mit der kulturellen und sozialen Dimension lokaler Produktionssysteme ist mit dem sogenannten „cultural turn“ in der Wirtschaftsgeographie ein fester Bestandteil der Forschung geworden (Gertler 2008: 439). Damit ist eine „neue Aufmerksamkeit für die kulturelle Ausstattung von Regionen“ (Welz 2007: 72) entstanden.

Daher ist es erstaunlich, dass kulturelle Faktoren für die Kooperationen in Clustern bislang wenig berücksichtigt wurden. Obwohl der Einfluss kultureller Faktoren auf regionale Kooperationen von Unternehmen allgemein unbestritten ist, wurden in der bisherigen Forschung traditionell ökonomische Faktoren (z.B. in der Transaktionskostentheorie) sowie in der neuen Wirtschaftssoziologie in erster Linie strukturelle Faktoren der sozialen Einbettung als Einflussfaktoren betont (Metze/Schroeckh 2004). In der Folge wird die Existenz eines Gemeinschafts- und Zugehörigkeitsgefühls zwar häufig als eine Grundlage für erfolgreiche Austauschbeziehungen innerhalb eines Clusters genannt. Dennoch stehen Identitäten selten im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, werden meistens nur als eine Bedingung unter vielen betrachtet und recht oberflächlich abgehandelt.

Identitäten in der Distriktforschung

Diesen Eindruck bestätigt auch der Umgang mit kollektiven Identitäten in der italienischen Forschung zu industriellen Distrikten. Darin wird zwar eine enge Verknüpfung zwischen den ökonomisch-produktiven Beziehungen, die räumlich in einem bestimmten Territorium stattfinden, und den soziokulturellen Beziehungen innerhalb des gleichen Territoriums vorausgesetzt. Der damit angesprochene Aspekt der Gemeinschaft in industriellen Distrikten scheint jedoch relativ schwer greifbar. Es existiert eine Vielzahl unterschiedlicher Ansätze, mit denen versucht wird, der Bedeutung von Gemeinschaft für die Performanz industrieller Distrikte gerecht zu werden. In Begriffen und Konzepten wie industrieller Atmosphäre, Vertrauen, Gemeinschaftsgefühl, Loyalität, Reputation, soziales Kapital u.a. (Nutti 2004: 66f.; Cainelli/Zoboli 2004: 4; Mistri/Solari 2003: 245) sind oft mehr oder weniger explizit Annahmen über Identifikationsprozesse enthalten. Auch findet man die Ansicht, dass die Entstehung von Netzwerkstrukturen in Distrikten immer mit der Entwicklung einer gemeinsamen sozialen Identität verbunden ist (Mandelli et al. 2006: 2), Unstrittig sind auch die positiven Effekte, die einer gemeinsamen Identität zugeschrieben werden: Es wird angenommen, dass eine gemeinsame Identifikation die Reduktion von Transaktionskosten sowie die Verbesserung von Kooperation, Koordination, Wissenstransfers und Innovationstätigkeit ermöglichen (Biggiero/Sammarra 2003b: 383; Becattini 2003: 3; Cainelli/Zoboli 2004: 4; Paniccia 2003: 272). Konkrete Aussagen über die Rolle von Identifikationsprozessen für die Strukturierung von Unternehmensnetzwerken finden sich jedoch nicht: Wenig ist darüber bekannt, nach welchen Mustern Distriktmitglieder den Distrikt wahrnehmen und bewerten und wie diese Wahrnehmungen schließlich das Verhalten der Distriktmitglieder beeinflussen (Biggiero/Sammarra 2001: 62). Unklar ist, welche Bedeutung den Identifikationsprozessen innerhalb der soziokognitiven Prozesse der Netzwerkstrukturierung zukommt (Mandelli et al. 2006: 5).

Theorie der sozialen Identität

In einer ersten Annäherung an die Problematik lässt sich festhalten, dass Clusteridentität ein Individuum oder eine Organisation in ein Verhältnis zu dem übergeordneten kulturellen System des regionalen Clusters setzt. Sie bezieht sich jedoch nicht auf das kulturelle System an sich, sondern auf das Selbstverständnis des Einzelnen bzw. der Organisation in Bezug auf das System (Fiol 1991: 200). Eine solche Identität ist ein flexibles soziales Deutungsmuster, dessen Inhalte an persönliche Erfahrungen und die soziale Positionen innerhalb des Clusters geknüpft sind.

Ein solches Verständnis von Identität geht zurück auf die Social Identity Theory (SIT), maßgeblich entwickelt von Henri Tajfel und John Turner (u.a. Tajfel/Turner 1985). Sie begreifen soziale Identifikation als eine Wahrnehmung von Einheit mit einer Gruppe von Personen (Ashforth/Mael 1989: 20f.). Der SIT liegt die Annahme zu-

grunde, dass soziale Identität sich unterscheiden lässt von den relationalen und persönlichen Identitäten von Individuen (Mandelli et al. 2006: 6). Diese Identitäten stellen verschiedene Ebenen der Selbstrepräsentation dar: einmal das personale Selbst, das sich auf den Teil des Selbstkonzepts bezieht, der das Individuum von den anderen unterscheidet; zum anderen das soziale Selbst, das sich auf die Aspekte des Selbstkonzepts bezieht, welche die Assimilation an andere oder signifikante Gruppen umfasst. Ferner lassen sich zwei Arten des sozialen Selbst unterscheiden: Erstens das relationale Selbst, das aus den interpersonalen Beziehungen zu bestimmten anderen entsteht (interpersonale Identität). Zweitens das kollektive Selbst, das aus der Mitgliedschaft bzw. der Zugehörigkeit zu größeren, unpersönlichen Kollektiven oder sozialen Kategorien entsteht (kollektive bzw. soziale Identität) (Brewer/Gardner 2004: 68).

Kollektive Identitäten entstehen hiernach in einem Prozess der Klassifikation: Individuen lernen durch soziale Interaktionen die Zuschreibung sozial konstruierter Klassifikationen innerhalb unterschiedlicher sozialer Kontexte und tendieren in der Folge dazu, andere und sich selbst in verschiedene soziale Kategorien einzuordnen. Die dabei zur Anwendung kommenden Kategorien werden durch prototypische Eigenschaften definiert, die eine Abstraktion der Merkmale der Mitglieder dieser Kategorien darstellen. Sie bilden die Elemente eines geteilten kulturellen Repertoires sozialer Deutungsmuster, die den Mitgliedern einer Gemeinschaft für Prozesse der Identifikation bereit stehen.

Soziale Identifikation erfüllt auf diese Weise zwei Funktionen. Zum einen bietet sie Orientierung: sie befähigt den Einzelnen, die soziale Umwelt zu ordnen, indem sie es ermöglicht, andere systematisch mittels Stereotypen in soziale Kategorien einzuordnen. Zum anderen erstreckt sich die Anwendung sozialer Kategorien auch auf das Individuum selbst und ermöglicht ihm die Bestimmung der eigenen Position im sozialen Gefüge. Anders als die personale Identität, die sich auf die Eigenschaften des Individuums bezieht, oder die relationale Identität, in der sich die direkten sozialen Beziehungen ausdrücken, bezieht sich die soziale Identität auf Gruppen und ermöglicht dem Individuum Orientierung und Selbstverortung in seiner weiteren sozialen Umwelt (Ashforth/Mael 1989: 20–27).

Dieses Konzept der sozialen Identität hat auch Eingang in die Forschung zu Organisationen gefunden. Dem Großteil der theoretischen und empirischen Arbeiten zu organisationaler Identität liegt die einflussreiche Definition von Albert und Whetten (1985) zugrunde, die als eine der ersten das Konzept der reflexiven Identität entwickelten. Sie definieren organisationale Identität als die institutionalisierten Aussagen darüber, was zu den zentralen, beständigen und distinkten Eigenschaften einer Organisation gehört. Organisationale Identität wird als das Ergebnis eines Sozialisationsprozesses beschrieben, in dem es durch reflexive Prozesse des interorganisationalen Vergleichs zu einer Aneignung bzw. dem Verlust von Identität kommt (Gioia et al. 2000: 63; Mandelli et al. 2006: 5f.).

Soziale Identitäten in lokalen Produktionssystemen

Die Annahmen der SIT über soziale Identifikation und die Überlegungen zu organisationalen Identitäten lassen sich auch auf die Ebene eines lokalen Produktionssystems übertragen. Angewandt auf den Untersuchungsgegenstand des Clusters umfasst Clusteridentität auf der individuellen Ebene der DesignerInnen diejenigen Aspekte des sozialen Selbst, die im Rahmen der Zugehörigkeit zum unpersönlichen Kollektiv des Clusters oder der in den Cluster eingebetteten Netzwerke bzw. Gruppen entstehen. Auf der Ebene der Clusterorganisationen, wie z.B. Unternehmen oder Bildungsinstitutionen, findet diese Zugehörigkeit ihren Ausdruck in der Herausbildung einer auf den Cluster bezogenen organisationalen Identität.

Um den Einfluss von Identität auf die Prozesse der Netzwerkstrukturierung besser zu verstehen, ist es hilfreich, zwischen Identität und dem Prozess der Identifikation zu unterscheiden. Identität ist gleichzeitig Input und Output diskursiver Akte. Sie stellt eine institutionalisierte, standardisierte soziale Kategorie dar, auf die sich die Selbstkategorisierungen der Akteure beziehen. Gleichzeitig ist aber Identifikation ein diskursiver Prozess, in dem nicht nur individuelle und organisationale Identitäten geschaffen werden, sondern gleichzeitig die Inhalte sozialer Identität aktualisiert und modifiziert werden, die später wieder als allgemeine Kategorien und sozialen Rahmen für die individuellen und organisationalen Identitäten dienen. Die Herausbildung einer gemeinsamen Identität wird auf diese Weise zu einer Art „social sense-making“, in dem die durch gegenseitige Orientierung der Akteure aneinander entstandenen Aktivitätsmuster rationalisiert werden und ihnen eine Bedeutungsstruktur verliehen wird. Netzwerke in einem Cluster sind auf diese Weise eingebettet in Bedeutungssysteme, die einerseits die Netzbildung strukturieren, langfristig aber auch selbst von den Netzwerken in ihren Inhalten beeinflusst werden (Mandelli et al. 2006: 4–8). Identitäten als geteilte Bedeutungsstrukturen weisen eine gewisse Dauerhaftigkeit auf. Da sie aber in ihrer Anwendung ständig aktualisiert und interpretiert werden, sind sie auch einem ständigen Wandel und Anpassungsprozess unterworfen.

Mit dem Modell der Distriktidentität haben Biggiero und Sammarra (2001; 2003a; 2003b) einen entsprechenden Versuch unternommen, die Forschungslücke zur Bedeutung kollektiver Identitäten in industriellen Distrikten zu schließen. Aufbauend auf der Social Identity Theory und der Forschung zu organisationaler Identität entwickeln Sammarra und Biggiero eine Theorie über die Einflüsse kollektiver Identitäten auf das Handeln von Distriktmitgliedern und die Entwicklung eines industriellen Distrikts. Das Konzept der Distriktidentität soll dazu beitragen, Verhaltensdispositionen der Distriktmitglieder wie Bindung, Vertrauen, kooperative Einstellungen und Gemeinwohlorientierung zu erklären, die gemeinhin als besonders wichtig für die Performanz industrieller Distrikte betrachtet werden (Biggiero/Sammarra 2001: 63, Biggiero/Sammarra 2003a: 206). In einer Übertragung von Albert und Whettens

(1985) Definition reflexiver organisationaler Identität auf die Makroebene des Distrikts definieren Biggiero und Sammarra Distriktidentität als Bündel von zentralen, distinkten und beständigen Charakteristika eines Distrikts. Sie umfasst geteilte Vorstellungen der Distriktmitglieder über ihre Gemeinsamkeiten in formalen und strukturellen Aspekten, über die gemeinsamen sozialen Netzwerke und Kommunikationsmuster, über verbreitete soziale Gewohnheiten und Institutionen sowie über den gemeinsamen historischen Hintergrund. Die Identitäten der Akteure des Distrikts entstehen vor dem Hintergrund des sozialen Kontextes von etablierten Vorstellungen über Akteure, Praktiken, Organisationsformen und Netzwerke. Sie dienen ferner als ein soziales Klassifikationsschema für die Kategorisierung anderer Distriktmitglieder. Auf diese Weise bildet Distriktidentität die Grundlage für die Entwicklung einer lokalen Gemeinschaft und eines Gefühls der Gruppenzugehörigkeit, dient aber auch der Abgrenzung gegenüber Outsidern (Biggiero/Sammarra 2001: 69).

Diese sozialen Identifikationsprozesse sind für die Entwicklung eines industriellen Distrikts deshalb von Bedeutung, weil sie sowohl das Verhalten der einzelnen Mitglieder des Produktionsnetzwerkes als auch die Funktionsweise des gesamten Produktionssystems langfristig beeinflussen. Distriktidentität stellt damit ein Bindeglied dar zwischen einer Makroperspektive, basierend auf geteilter Kultur, Geschichte und Werten und einer Mikroperspektive, die das Verhalten der Akteure betrachtet (Biggiero/Sammarra 2001: 69). Der Prozess der Identifikation beeinflusst demnach die Kognition und das Verhalten von Individuen (Mikroebene) und Unternehmen (Mesoebene) und wirkt sich über die Herausbildung bestimmter auf den Distrikt bezogener Werte und Einstellungen auf die Performanz des Distrikts (Makroebene) aus. (Biggiero/Sammarra 2001: 75).

Obwohl kaum empirische Studien zur tatsächlichen Wirkungsweise kollektiver Identifikationsprozesse in lokalen Produktionssystemen existieren, bestätigen die wenigen vorhandenen Studien, dass Identifikationsprozesse tatsächlich Auswirkungen auf individuelle und organisationale Orientierungen und Verhaltensweisen, die Funktionsweise lokaler Netzwerke und somit auch auf die Wettbewerbsfähigkeit lokaler Produktionssysteme haben.

Metze und Schroeckh (2004) untersuchten im Rahmen eines Projektes im DFG-Sonderforschungsbereich (SFB 417) die Wirkung regionsbezogener Identifikation auf die Gestaltung zwischenbetrieblicher Kooperation in Sachsen. Sie kommen zu dem Schluss, dass die Identifikation von Unternehmer/-innen mit einer Region regionsbezogene Kooperation fördert, in dem sie Handlungsanreize der Wirtschaftsakteure verändert und an Normen bindet. Sie führt zu einer subjektiven Aufwertung regionaler Handlungsalternativen und beeinflusst die Entstehung und Anwendung von Kooperationsregeln. Dadurch modifiziert die Identifikation mit einer Region ein nur auf wirtschaftliche Effizienz gerichtetes ökonomisches Denken und Handeln in Richtung einer verstärkten Gemeinwohlorientierung und Loyalität.

Bei der Anwendung ihres Modells der Distriktidentität in einer Analyse des biomedizinischen Distrikts in Mirandola, Italien, sehen Biggiero und Sammarra (2003b) ihre Annahmen über die Relevanz von Identität für die Distriktentwicklung bestätigt: Eine vorhandene Identifikation mit dem Distrikt beeinflusst die Interaktionen der Unternehmen dadurch positiv, dass Vertrauen und kooperative Einstellungen geschaffen wurden. Dadurch wird die Wettbewerbsfähigkeit des gesamten Distrikts erhöht.

Mechanismen der Identifikation

Um das Zustandekommen solcher Effekte zu erklären, greift das Modell der Distriktidentität auf verschiedene Mechanismen der Identifikation zurück. Sie tragen zu einem besseren Verständnis davon bei, wie bestimmte Charakteristika und Verhaltensweisen eines sozialen Kontextes zu sozialen Konventionen werden, sich unter den Mitgliedern des Netzwerkes verbreiten und sich auf diese Weise schließlich bestimmte Formen von Wahrnehmung, Verhaltensweisen und soziale Regeln herausbilden (Biggiero/Sammarra 2001: 63). Der Prozess der Identifikation in lokalen Produktionssystemen folgt dabei den gleichen psychischen und sozialen Prinzipien wie sie die SIT und die Organisationsforschung für die individuelle und organisationale Ebene beschreiben (Biggiero/Sammarra 2001: 68). Auf der Basis kognitiver Prozesse der Selbstkategorisierung und unterstützt durch psychologische Prozesse der Selbsterhöhung kommt es bereits ohne direkten Kontakt zwischen Gruppenmitgliedern zur Identifikation mit einer Gruppe, unabhängig von direkter sozialer Interaktion und interpersonellem Einfluss. Auch in Clustern, die von Wettbewerb, gegenseitiger Beobachtung und Nachahmung (d.h. von horizontalen Beziehungen) dominiert werden, führen die psychologischen und kognitiven Mechanismen der Identifikation zur Herausbildung kollektiver Identitäten. Da sich industrielle Distrikte jedoch durch ausgeprägte Arbeitsteilung und Spezialisierung und damit ein großes Ausmaß an vertikalen Interdependenzen auszeichnen, ist es nötig, den psychologischen Reduktionismus der SIT aufzubrechen und den Einfluss direkter sozialer Interaktion für Identifikationsprozesse stärker zu berücksichtigen. Soziale Interaktion erweitert die kognitiven und psychologischen Prozesse der Identifikation und erleichtert es, neben leicht beobachtbaren Attributen (wie z.B. Firmengröße oder Eigenschaften von Individuen) weitere, komplementäre Attribute zu erkennen (wie gemeinsame Ziele und gegenseitige Bedürfnisse). Dadurch wird eine Identifikation mit einer Gruppe von Akteuren möglich, die, bezogen auf ihre Ziele und Aktivitäten, als gegenseitig interdependent erscheinen (Biggiero/Sammarra 2001: 71ff.).

Die Ergänzung um soziale, d.h. aus direkter Interaktion resultierende Identifikationsprozesse, ermöglicht es, das Konzept kollektiver Identitäten auch auf die vertikalen kooperativen Beziehungen wie Spezialisierung und Arbeitsteilung anzuwenden, die für Distrikte typisch sind (Biggiero/Sammarra 2001: 72). Für die Untersuchung lokaler Designnetzwerke in Industrial Cultural Districts ist diese Ergänzung ebenfalls notwendig:

Erst dadurch wird es möglich, den Einfluss von Identitäten auf die Kooperationsbeziehungen zwischen Unternehmen, DesignerInnen und weiteren Akteuren zu analysieren.

Ambivalente Effekte sozialer Identitäten

Für die Untersuchung der Adaptionfähigkeit solcher Distrikte weist das Konzept jedoch Defizite auf, die ebenso weite Teile der bisherigen Forschung zu Identitäten in lokalen Produktionssystemen betreffen: es stehen vor allem die vorteilhaften Auswirkungen auf Stabilität und Performanz im Vordergrund und weniger die möglichen langfristigen negativen Auswirkungen von Identifikationsprozessen. Tatsächlich aber ist die Wirkung von Identität weniger eindeutig als häufig angenommen. Wie das Pforzheimer Beispiel gezeigt hat, kann sie durchaus unterschiedliche Wirkungen entfalten. Es ist daher notwendig, das Modell der Distriktidentität um weitere Überlegungen zu potentiell negativen Folgen von Identifikationsprozessen zu ergänzen.

Kritik an der übermäßigen Betonung von Kooperation, Koordination, Vertrauen und Flexibilität als grundlegende Mechanismen in industriellen Distrikten kommt aus den Reihen der Theoretiker der industriellen Distrikte selbst: insbesondere sollten auch Nicht-Kooperation und negative Externalitäten stärker berücksichtigt werden (Cainelli/Zoboli 2004: 10). In dieselbe Richtung geht auch die Kritik Grabhers (1995: 265), der in einer zu starken Anpassung italienischer Distrikte an ihre wirtschaftliche Umwelt eine potentielle Gefahr für ihre zukünftige Anpassungsfähigkeit sieht. Kulturelle Kohärenz und korporatistische lokale Beziehungen können zu Starrheit führen, die die regionale Anpassungsfähigkeit einschränken. Die mit Identifikationsprozessen einhergehende Tendenz zur Homogenität der Distriktmitglieder in ihren Sichtweisen, kulturellen Werten und Verhalten kann langfristig zu einer Reduktion strategischer Vielfalt und Flexibilität führen und dadurch die Variabilität der Antworten auf Umweltveränderungen vermindern (Biggiero/Sammarra 2001: 77, Biggiero/Sammarra 2003b: 387; Peteraf/Shanley 1997). Dieser Zusammenhang ist jedoch in der Forschung weder ausreichend theoretisch reflektiert noch empirisch genauer untersucht worden.

Zudem ist eine weitere wichtige Ursache regionaler Ineffizienzen bislang gar nicht berücksichtigt worden: die Heterogenität gruppenspezifischer Identitäten. Disparate Clusteridentitäten, d.h. unterschiedliche Gruppenidentitäten, erschweren es, komplementäre Ziele und Aktivitäten zu identifizieren und entsprechend zu handeln. Aufgrund ihrer wechselseitigen Blockierungen können disparate Gruppenidentitäten in der Folge dazu beitragen, einen möglicherweise ineffizienten Entwicklungspfad zu zementieren, in dem ein eigentlich vorhandenes, endogenes lokales Entwicklungspotential nicht genutzt wird. Anstatt als Katalysator wirkt Identifikation in solchen Fällen als ein Hemmnis für lokal eingebettete Kreativität. Beide Aspekte – Homogenität der Identitätsinhalte in einzelnen Gruppen bei gleichzeitiger Inkongruenz der Identitätsinhalte zwischen diesen Gruppen – bilden zusammengenommen den Schlüssel zu einem besseren Verständnis der spezifischen Probleme, die in Industrial Cultural Di-

stricts entstehen können, wenn heterogene Akteure in kreativen Milieus aufeinander treffen und integriert werden sollen. Es ist daher notwendig, das Modell der Distrik-tidentität um weitere Überlegungen zu potentiell negativen Folgen von Identifikati-onsprozessen zu ergänzen. Dazu sollen im nächsten Kapitel vorhandene Erkenntnisse über pfadabhängige Entwicklung und institutionellen Wandel in lokalen Produkti-onssystemen stärker in die Diskussion um kollektive Identitäten in lokalen Produkti-onssystemen einbezogen werden.

4.3 Pfadabhängigkeit, Lock-in und Wandel in Industrial Cultural Districts

Ambivalente Folgen der sozialen Einbettung in regionalen Clustern

Lokales ökonomisches Handeln wird durch die sozialen Beziehungen der beteiligten Individuen und deren Einbettung in lokale Netzwerke beeinflusst (Engstrand/Stam 2002: 359). In der Clusterforschung gibt es verschiedene Ansätze, die eine solche Einbettung ökonomischen Handelns in ein soziokulturelles Milieu analysieren. Zahlreiche Untersuchungen zur Wettbewerbsfähigkeit regionaler Cluster sehen die zentrale Grundlage für die Integrations- und Innovationsfähigkeit und damit auch den Erfolg von Clustern in den eng gewebten lokalen Netzwerken, die auf Vertrauen und starken Bindungen basieren (Staber 2006; Staber 2007: 5). Auch die einflussreiche Clusterdefinition Michael Porters (2000) betont besonders die Interdependenzen und Komplementaritäten in den Austauschbeziehungen der Clusterakteure. Cluster wird als eine geographische Konzentration definiert von „interconnected companies, specialized suppliers, service providers, firms in related industries, and associated institutions (e.g., universities, standard agencies, trade associations) in a particular field that compete but also cooperate“ (Porter 2000: 15).

Bei der Bewertung dieser Austauschbeziehungen werden unterschiedliche Ansätze verfolgt. Eine Sichtweise ist, dass die Vorteile von Netzwerken vor allem in einer Absenkung der Transaktionskosten liegen. Sie können einen Wettbewerbsvorteil darstellen, weil sie Austauschbeziehungen effizienter koordinieren können als Märkte oder Hierarchien. Die institutionalistische Perspektive betont dagegen die Rolle gemeinsamer Bedeutungsstrukturen und Normen für die Stabilität von Netzwerken in Clustern. Institutionalisierung verringert Unsicherheit und ermöglicht gemeinsame Problemlösungen (Staber 2007: 5f.).

Negative Effekte sozialer Einbettung

Eine solche, überwiegend positive Sichtweise auf die Wirkung sozialer Netzwerke in Clustern ist jedoch in theoretischer und empirischer Hinsicht problematisch. Zum einen wird auf der theoretischen Ebene häufig davon ausgegangen, dass Austauschbeziehungen generell zu positiven Ergebnissen führen. Mögliche negative Effekte wer-

den dabei vernachlässigt. Zum anderen gibt es keine starken empirischen Hinweise für die Annahme, dass in Clustern kooperative Beziehungen generell überwiegen. In vielen Clustern findet sich ein geringes Ausmaß an Kooperation oder es dominieren Verhaltensweisen, die Innovationen behindern (Staber 2006; Staber 2007: 3f.).

Beispiele dafür geben neben meiner eigenen Untersuchung zum Pforzheimer Schmuckcluster auch andere Fallstudien zu Clustern der Cultural-Product Industries im In- und Ausland:

- In Berliner Designernetzwerken führen das künstlerisch-subkulturelle Selbstverständnis örtlicher DesignerInnen und ihre stark ausgeprägten Binnennetzwerke zu einer mangelnden Nähe zu anderen technologischen Innovationsbereichen und verhindern Synergien mit Handwerk und Mittelstand (Bauer et al. 2010: 27f.).
- Eine Untersuchung des Schmuckclusters in Londons City Fringe stellt ebenfalls einen „lack of collaboration and information sharing around design and manufacturing“ (Bagwell 2008: 38) fest. Es gibt kaum Austausch zwischen den dichten Netzwerken der Unternehmen und denen lokaler DesignerInnen. Der Bedarf an Design-Know-How seitens der Unternehmen lässt sich wegen der mangelnden technischen Kenntnisse der DesignerInnen nicht decken. Statt eines erhöhten Informationsflusses fördern die lokalen Beziehungsmuster einen wenig innovativen Status quo (Bagwell 2008: 38–40).
- Auch die Schmuckindustrie im englischen Birmingham zeichnet sich nicht durch homogene Design- und Produktionsnetzwerke aus. Gewachsene Identitäten und Produktionskulturen, Konkurrenzdenken und fehlendes Vertrauen machen es schwer, sich durch hochwertigen Designschmuck neu zu positionieren (Pollard 2004).
- Ebenso beschreibt Litzenberger die Schmuck- und Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein als nicht-kreatives Milieu ohne Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühl, wenig innovativ und strukturkonservierend, mit geringem Austausch der Akteure, und damit letztlich ohne kollektive Lern- und Innovationsprozesse (Litzenberger 2006: 30). Als Ursachen identifiziert er lokale Mentalitäten und Einstellungen, wie mangelndes Vertrauen, Egoismen und fehlende Bereitschaft zu informeller Kooperation (Litzenberger 2006: 26f.). Davon ist auch die Zusammenarbeit der Unternehmen mit dem Designnachwuchs betroffen. Zudem gibt es wenig Interesse der Schmuckindustrie an einer Zusammenarbeit mit der FH. Die Industrie begründet ihr fehlendes Engagement damit, dass die Ausbildung an der Fachhochschule an den Bedürfnissen der Industrie vorbei ginge. Die NachwuchsdesignerInnen verlassen zumeist den Cluster nach der Ausbildung (Litzenberger 2006: 20).

Wie die Auswahl empirischer Befunde zeigt, sind schwach ausgeprägte Informationsflüsse in Clustern der Cultural-Product Industries zumindest in der Schmuckbranche häufiger anzutreffen. In der Forschung zur Kulturprodukteindustrie werden verschied-

dene Ursachen für das problematische Verhältnis zwischen DesignerInnen und Manager/-innen angeführt wie mangelnde Designkompetenz, traditionsgeleitetes Verhalten, Risikoaversion und Kostenhindernisse. Es wird jedoch auch deutlich, dass diesem Zustand unterschiedliche Selbstkonzepte von DesignerInnen und ManagerInnen zugrunde liegen, die sich, Mitgliedern verschiedener „Stämme“ gleich, in Ausbildung, Hintergrund und Philosophie unterscheiden (Filippetti 2010: 5). Entwicklungshemmnisse scheinen also auch mit den Identitäten der beteiligten Akteure und den damit einhergehenden unterschiedlichen Sichtweisen auf Clusterakteure und Standort verbunden zu sein. Es ist daher angebracht, eine kritischere Position gegenüber der oft behaupteten Homogenität lokaler Netzwerke einzunehmen und auch negative Denk- und Verhaltensweisen und deren Konsequenzen stärker zu berücksichtigen.

Dazu gibt es in der Clusterforschung mehrere Ansätze. Vertreter der evolutionären Ökonomie betonen, dass Lock-ins technologischer und institutioneller Strukturen den raschen Wandel lokaler Entwicklungspfade und dadurch eine Anpassung an neue technologische Entwicklungen verhindern können (z.B. Boschma/Lambooy 1999). Ebenfalls können organisationale Routinen die Ausbildung von Starrheiten bei der Gewinnung und Verarbeitung von Information fördern (Nelson/Winter 1982). Bei den netzwerkbasierten Ansätzen sieht Saxenian (1996) einen Mangel an Netzwerken in firmenbasierten Industriesystemen alter Regionen als Ursache für Anpassungsprobleme. Bei Grabher (1995) dagegen führen zu enge Verbindungen (Strong-ties) zu funktionalen, kognitiven und politischen Lock-ins, gestützt von einer gemeinsamen Welt-sicht und Denkweise (groupthink). Die Unternehmen könnten dadurch nicht mehr angemessen auf Änderungen in der Umwelt reagieren. Engstrand und Stam (2002) führen Machtinteressen, sowie die Schwierigkeiten für Akteure, ihre Gewohnheiten und Einstellungen zu ändern, als Ursache für eine Verfestigung lokaler Strukturen an.

So unterschiedlich die Befunde auch sind: Sie heben hervor, dass der institutionelle Kontext eines lokalen Produktionssystems dessen Anpassungsfähigkeit auch negativ beeinflussen kann. Die gleichen Institutionen, die eine Integration des Clusters in einer fragmentierten und unsicheren Umwelt ermöglichen, können im Falle von Umweltveränderungen zu unerwünschten Inflexibilitäten führen (Staber 2007: 6). Im Zusammenhang mit großen Veränderungen kann soziale Einbettung somit auch zu einem Verfall regionaler Ökonomien beitragen.

Institutionelle Pfadabhängigkeiten in lokalen Produktionssystemen

Einen Ansatz zur Spezifizierung dieses „Dilemmas sozialer Einbettung“ (Engstrand/Stam 2002: 361) bietet das Konzept der Pfadabhängigkeit. Es hat seit seiner Einführung in der evolutionären Ökonomie in den 1980ern Eingang in zahlreiche Disziplinen gefunden. So gibt es eine Reihe von Untersuchungen v.a. von High-Tech-Standorten, die zur Beschreibung der Evolution lokaler Produktionssysteme auf pfadabhängige Argumentationen zurückgreifen (z.B. Fuchs/Wassermann 2005).

Als Alternative zu den Gleichgewichtsmodellen der klassischen Ökonomie betont das Konzept der Pfadabhängigkeit die historische Kontingenz von Entscheidungen als wesentlichen Ausgangspunkt pfadabhängiger Prozesse (Schreyögg et al. 2003: 261): Ein pfadabhängiges System zeichnet sich dadurch aus, dass sich sein jeweiliger Zustand aus den Konsequenzen seiner eigenen Geschichte ergibt (Martin/Sunley 2006: 399). In der Anfangsphase einer pfadabhängigen Entwicklung sind noch unterschiedliche Ergebnisse von Entscheidungsprozessen möglich (Schreyögg et al. 2003: 261). Angetrieben durch positive Rückkopplungen beeinflussen vergangene Entscheidungen jedoch im Laufe der Zeit in zunehmendem Maße zukünftige Entscheidungsspielräume und können diese sogar völlig determinieren. Handlungsmöglichkeiten können so weit eingeschränkt werden, dass sich schließlich ein Zustand der Dauerhaftigkeit oder Trägheit einstellt, der auch als Lock-in bezeichnet wird (Schreyögg/Sydow 2009: 4). Die Inflexibilität ist die Ursache für eine der problematischsten Eigenschaften pfadabhängiger Systeme oder Prozesse: ihre potentielle Ineffizienz (Ackermann 2001: 19). In einer sich wandelnden Umwelt sind Problemlösungen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt angemessen waren, zu einem späteren Zeitpunkt möglicherweise nicht mehr angemessen (Ackermann 2001: 38). In diesem Sinne können sich Systeme auch im Zustand eines „negativen“ Lock-ins befinden, der durch positive Rückkopplungen ausgelöst wird (Ackermann 2001: 20).

Es lassen sich mehrere Diskussionslinien unterscheiden (Beyer 2006). Zum einen die ursprünglichen, ökonomisch-institutionellen Konzeptionen von Pfadabhängigkeit, die sich mit der mangelnden Effizienz von Institutionen beschäftigen. Hierzu zählen die technologiebezogene Pfadabhängigkeitsforschung von Arthur (1989), deren Ergänzung durch David (1994) zu Technikwandel sowie die Erweiterung auf Institutionen bei North (1990, 2001). Argumente für Pfadabhängigkeiten finden sich auch im historischen Institutionalismus, der die Bedeutung von initial conditions, founding moments und critical junctures hervorhebt, häufig jedoch ohne die Stabilisierungsmechanismen von Entwicklungspfaden anschließend auch zu benennen (Mahoney 2000). Der organisationssoziologische Neo-Institutionalismus schließlich betont die zentrale Bedeutung von Unsicherheit für die Erklärung institutioneller Kontinuität. Akteure und Organisationen orientieren sich an Leitvorstellungen innerhalb eines organisationalen Feldes (DiMaggio/Powell 1983). Die Institutionalisierung von gemeinsam geteilten Leitvorstellungen kann als ein sozialer Prozess der Konstruktion von Wirklichkeit aufgefasst werden. Die hohe Handlungsunsicherheit bei Abweichung von den Leitvorstellungen begünstigt Konformität, selbst wenn die Leitvorstellungen zu suboptimalen Ergebnissen führen (Beyer 2006).

Es ist dazu eine weitere Quelle pfadabhängiger Entwicklung in den Blick zu nehmen, die für die Betrachtung möglicher Anpassungsprobleme industrieller Cluster bedeutsam ist: Phänomene institutioneller Hysterese (Setterfield 1993). Kurzfristig betrachtet ist eine institutionelle Struktur relativ stabil und erscheint als ein exogener

Faktor für das ökonomische System; langfristig ist sie aber ein wandelbarer, endogener Faktor und offen für Rückkopplungen durch Veränderungen des ökonomischen Systems. Da diese auf die institutionelle Struktur einwirkenden Veränderungen des ökonomischen Systems aber ihrerseits durch den Einfluss des institutionellen Hintergrunds geprägt sind, nimmt durch diese Rekursivität die institutionelle Entwicklung einen pfadabhängigen Verlauf. Durch die Wechselwirkung von institutioneller Struktur und sozialem Handeln sind Institutionen somit sowohl ein Produkt als auch ein Einflussfaktor sozialen Handelns. Die dabei entstehende institutionelle Struktur ist nicht unbedingt effizient, kann aber dennoch dauerhaft fortbestehen und dadurch zu negativen Lock-ins führen. Für regionale Cluster bedeutet das, dass auch die regional-spezifischen Institutionen, sozialen Formen und kulturellen Traditionen eine Quelle von Inflexibilitäten und Ineffizienzen sein können und möglicherweise zur Schließung eines Entwicklungspfads beitragen (Martin/Sunley 2006: 412).

Die Pfadabhängigkeit kollektiver Identitäten

Das Konzept der institutionellen Hysterese bietet dadurch einen Ansatzpunkt für die Erklärung des Einflusses von Identität auf die soziale Adaptionsfähigkeit regionaler Cluster. Auch kollektive Identitäten weisen eine solche, Pfadabhängigkeit implizierende Dualität auf, die in der Unterscheidung von Identität und Identifikation zum Ausdruck kommt. Identitäten dienen als institutionalisierte, standardisierte soziale Kategorie im Prozess der Identifikation, in dem nicht nur individuelle und organisationale Identitäten geschaffen, sondern gleichzeitig die Strukturen sozialer Identität neu geformt werden. Soziale Identitäten sind gleichzeitig Input und Output diskursiver Akte. Daher ist zu erwarten, dass auch soziale Identitäten eine wichtige Rolle bei der Entstehung regionaler Pfadabhängigkeiten und Lock-ins spielen können.

Hinweise darauf finden sich in der Organisationsforschung, die organisationaler Identität selbstverstärkende Wirkungen zuschreibt. In der Unternehmenskulturforschung wird die Tendenz von Organisationen beschrieben, die eigene Identität gegen Veränderungen abzusichern, die als Identitätsbedrohungen erlebt werden. So kann ein Verhaltenspfad entstehen, der die Variabilität von Entscheidungen einschränkt, möglicherweise sogar mit existenzgefährdenden Folgen (Schreyögg et al. 2003: 274). Der Zusammenhang von kollektiven Identitäten und negativen Lock-ins wurde auch auf der Ebene lokaler Produktionssysteme bereits empirisch beobachtet. Staber (2006) beschreibt in einer Studie über die Cluster für Operationsbesteck in Tuttlingen und den Textil-Cluster Albstadt, wie sich eine ausschließlich auf Misstrauen und Rivalität beruhende kollektive Identität der lokalen Akteure langfristig reproduziert, obwohl sie negative Effekte für die untersuchten Cluster hat, die den Betroffenen größtenteils sogar bewusst sind.

Um solche pfadabhängigen Entwicklungsprozesse mit Hilfe des Ansatzes der Clusteridentität beschreiben zu können, ist jedoch zunächst zu klären, auf welche Weise kol-

lektive Identitäten zu selbstverstärkenden Prozessen führen können. Eine solche Integration der SIT in ein pfadabhängiges Erklärungsmodell wurde bislang nicht vorgenommen. Hinweise darauf, wie Identifikationen zu selbstverstärkenden Prozessen beitragen können, bietet die Diskussion institutioneller Pfadabhängigkeit bei Ackermann (2001). Aufbauend auf North und David unterscheidet er drei mögliche Arten positiver Rückkopplungen von Institutionen. Erstens solche, die auf der Handlungsebene in Form von Koordinationseffekten auftreten und aus den Vorteilen resultieren, die den Akteuren durch aneinander angepasste Verhaltensweisen entstehen. Zweitens Rückkopplungen auf der Regelebene, die durch Komplementaritäten interdependenter, sich ergänzender Institutionen entstehen. Drittens selbstverstärkende Prozesse, die durch das Wechselspiel zwischen der Ebene sozialer Regeln und der Handlungsebene entstehen (Ackermann 2001: 97–99). Dieser Typ von Pfadabhängigkeit unterscheidet sich wesentlich von Koordinations- und Komplementaritätseffekten, da zur Erklärung dieser sog. Typ-3-Inflexibilitäten zusätzlich auch die individuelle Kognitionsdynamik stärker in die Analyse einbezogen werden muss (Ackermann 2001: 158).

Ackermann verwendet dazu das kognitionswissenschaftliche Konzept mentaler Modelle (Holland et al. 1996), das sind „Regelsysteme, bestehend aus verschiedenen Arten von aufeinander bezogenen und auf unterschiedlichen Abstraktionsebenen operierenden Wenn-dann-Regeln“ (Ackermann 2001: 145). Institutionelle Pfadabhängigkeit entsteht aus der Dynamik von Lernprozessen bei der Entstehung und Modifikation mentaler Modelle, die in soziale Kontexte eingebettet sind. Dabei greifen zwei Arten von Lernprozessen ineinander. Zum einen passen Individuen ihre mentalen Modelle kontinuierlich an ihre institutionelle Umgebung an. Zum anderen werden individuelle mentale Modelle in Prozessen sozialer Interaktion einander angeglichen und so zu gemeinsamen mentalen Modellen (Ackermann 2001: 136). Pfadabhängigkeit entsteht als eine Folge der „selbstverstärkenden Wechselwirkung zwischen sozialen Institutionen und den mentalen Modellen, auf deren Grundlage individuelles Handeln und Entscheiden erfolgt“ (Ackermann 2001: 159).

Inflexibilitäten entstehen demnach nicht einfach durch eine Internalisierung von Regeln und Normen, die anschließend „blind“ befolgt werden. Eine Erklärung institutioneller Pfadabhängigkeit erfordert vielmehr eine Antwort auf die Frage, warum eine kontinuierliche Sozialisation – verstanden als fortwährende Modifizierung und Verwerfung von Vorstellungen und Einstellungen – im Rahmen pfadabhängiger Entwicklung nur eingeschränkt bzw. im Fall institutioneller Lock-ins so gut wie gar nicht mehr erfolgt. Lock-ins erscheinen in dieser Betrachtungsweise als eine systematisch auftretende Form von Lerndefekten, die zur Beibehaltung potentiell ineffizienter Institutionen beitragen (Ackermann 2001: 140f.).

Zur Erklärung institutioneller Typ-3-Pfadabhängigkeit müssen also letztlich zwei Fragen beantwortet werden. Erstens, inwiefern individuelles Lernen selbst Eigenschaften eines pfadabhängigen Prozesses aufweist und somit zu Lock-ins führen kann.

Zweitens, wie es um den Zusammenhang zwischen der Pfadabhängigkeit individuellen Lernens und der Pfadabhängigkeit von Institutionen bestellt ist, d.h. wie es zu einem Wechselverhältnis zwischen institutioneller Ebene und Handlungsebene kommt, das zu selbstverstärkenden Prozessen führt (ebd.). Mentale Modelle erfüllen beide Voraussetzungen gleichermaßen: einerseits befördern Prozesse indirekten Lernens vor einem gemeinsamen sozialen Hintergrund die Übernahme gemeinsamer mentaler Modelle durch den Einzelnen. Andererseits neigen Individuen dazu, an mentalen Modellen festzuhalten und diese auf der Grundlage des bereits Gelernten durch Rekombination und Modifikation fortzuentwickeln. Zusammengenommen führen die Konvergenzen mentaler Modelle und die Pfadabhängigkeit individuellen Lernens zu einer selbstverstärkenden Wechselwirkung und damit einer pfadabhängigen Entwicklung im Verhältnis von sozialen Institutionen und Individuen (Ackermann 2001: 158f.).

Diese von Ackermann am Beispiel mentaler Modelle herausgearbeiteten Typ-3-Inflexibilitäten können als Ausgangspunkt für ein auf sozialen Identitäten beruhendes pfadabhängiges Erklärungsmodell dienen. Aus kognitionswissenschaftlicher Sicht stellt das Konzept der mentalen Modelle nur eine von verschiedenen Möglichkeiten zur Beschreibung einer Repräsentationsebene dar, die sich zur Analyse psychischer Aktivitäten den Symbolen, Regeln und Vorstellungen der Individuen zuwendet (Ackermann 2001: 143f.). Es ist daher möglich, die Argumentation zur Entstehung von Typ-3-Inflexibilitäten auch auf andere ähnliche Konzepte, wie soziale Identitäten, anzuwenden. Das Konzept kollektiver Identitäten ist dazu gut geeignet, da es eine Wechselwirkung zwischen der individuellen Identifikation und der Ebene der institutionalisierten Identität impliziert, die als Dualität von Identität und Identifikation bereits angesprochen wurde. Auch hier stellt sich erstens die Frage, inwiefern individuelle bzw. organisationale Identifikation einen pfadabhängigen Prozess darstellt, der möglicherweise zu ineffizienten Ergebnissen führt, und zweitens, ob ein Zusammenhang zwischen individueller bzw. organisationaler Identifikation und der Pfadabhängigkeit kollektiver Identitäten besteht, durch den solche Ineffizienzen zu einem allgemeinen Phänomen werden können.

Pfadabhängige Clusteridentitäten

Davon ausgehend lassen sich die Grundzüge eines theoretischen Modells entwerfen, das Anpassungsschwierigkeiten von Industrial Cultural Districts als ein Ergebnis pfadabhängiger Entwicklung kollektiver Identitäten beschreibt. Die Forschung zu organisationaler und individueller Identität bietet Hinweise darauf, dass Identifikation als ein pfadabhängiger Prozess beschrieben werden kann, in dem selbstverstärkende Mechanismen wirksam werden. Selbstkonzepte entstehen durch symbolische Interaktionen und werden in einer ständigen Anpassung an die soziale Umwelt beständig fortentwickelt (Ashforth/Mael 1989: 27). Identifikation bewegt sich daher auf einem Lernpfad, der Modifikationen nur vor dem Hintergrund bereits etablierter

Identitätsinhalte ermöglicht. Der Effekt wird durch die dabei entstehende Bindung (Commitment) an die soziale Gruppe noch verstärkt. Je intensiver die soziale Einbindung eines Akteurs in lokale Netzwerke, desto stärker werden affektive, kalkulative oder normative Beweggründe, weiterhin zur Gemeinschaft gehören zu wollen (Biggiero/Sammarra 2001: 75). Auch Clustermitglieder tendieren daher dazu, an einmal etablierten Identitäten festzuhalten (Peteraf/Shanley 1997: 171).

Darüber hinaus befördern Identifikationsprozesse die Homogenität von Identitätsinhalten auf der Makroebene des Clusters. Identifikationsprozesse beinhalten die Anwendung prototypischer Charakteristika auch auf das Selbst. Diese Form der Depersonalisierung und Selbststereotypisierung erhöht die wahrgenommene Ähnlichkeit mit anderen Gruppenmitgliedern und motiviert die Akteure, mimetische Einstellungen anzunehmen und Gruppennormen zu befolgen (Ashforth/Mael 1989: 26; Biggiero/Sammarra 2001: 71f.). Identifikation fördert die Internalisierung von Gruppenwerten und Normen und führt zur Angleichung von Einstellungen und Verhaltensweisen. Identifikation (auf der Handlungsebene) und Identität (als ein System sozialer Kategorien) stehen folglich in einem Wechselverhältnis, das zu pfadabhängigen Prozessen führt und dafür sorgen kann, dass die Folgen von Identitäten den ganzen Cluster betreffen.

Die Wirkungsrichtung ist dadurch jedoch nicht festgelegt. Positive wie negative Auswirkungen pfadabhängiger Prozesse sind im Einzelfall empirisch zu klären. Die Feststellung negativer Lock-ins setzt dabei den Nachweis von Ineffizienzen voraus, die in einem selbstverstärkenden Prozess geformt und stabilisiert werden (Ackermann 2001: 38). Dabei darf jedoch nicht der Spielraum vernachlässigt werden, den auch eine pfadabhängige Entwicklung sozialer Institutionen für Formen gradueller Transformation lässt. Unter der Voraussetzung, dass ein pfadabhängiges System Mechanismen besitzt, die Variationen generieren, sind sehr wohl kumulative Formen pfadabhängigen sozioökonomischen Wandels vorstellbar, der im Zeitverlauf zu substantiellem Wandel führt (Martin/Sunley 2006; Dolata 2011). Ein auf kollektive Identitäten zurückgreifendes Erklärungsmodell regionaler Transformation berücksichtigt diesen Umstand durch den interpretativen Spielraum und die ständige Anpassung an die soziale Umwelt, die Identifikationsprozesse auszeichnen. Der Einfluss sozialer Identitäten auf lokale Produktionssysteme kann daher im Rahmen eines „Pfad als Prozess-Ansatzes“ verfolgt werden, in dem ökonomische Evolution als ein fortwährendes Zusammenspiel von Pfadabhängigkeit, Pfadkreation, Pfadzerstörung begriffen wird, das entsteht, wenn Akteure sozioökonomische und technische Strukturen und Praktiken reproduzieren und dabei Entwicklungspfade transformieren (Martin/Sunley 2006: 408).

5 Drei Thesen zur Bedeutung kollektiver Identitäten für die soziale Adaptionfähigkeit von Industrial Cultural Districts

Die bisherigen Ausführungen gingen den Fragen nach, welchen Einfluss kollektive Identitäten auf die Funktionsweise lokaler Designnetzwerke nehmen und wie sie dadurch langfristig die Fähigkeiten von Produzenten ästhetisierter Produkte beeinflussen, mit neuen Herausforderungen umzugehen, die an die Cultural-Product Industries in punkto Designorientierung gestellt werden. Abschließend wird die dabei entwickelte Argumentation in drei forschungsleitende Thesen zur Wirkung kollektiver Identitäten auf die Adaptionfähigkeit von Industrial Cultural Districts zusammengefasst und die Forschungsperspektiven des Ansatzes diskutiert.

These 1: Kollektive Identitäten und Agglomerationsvorteile

Die Beispiele des Schmuckstandorts Pforzheim und anderer Standorte der Cultural-Product Industries zeigen, dass die Anpassung an veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen problematisch sein kann. Welche Rolle dabei lokale Designnetzwerke und die sie stützenden kollektiven Identitäten spielen, ist bislang jedoch noch wenig erforscht.

Die erste These besagt, dass Clusteridentitäten einen wichtigen Beitrag für die Entstehung von Standortvorteilen in Industrial Cultural Districts leisten und so die lokale Generierung und den Transfer designbezogenen Wissens entscheidend formen. Identitäten beeinflussen das Potential zur Produktdifferenzierung und haben eine wichtige Bedeutung für die Leistungsfähigkeit und die Anpassungsfähigkeit solcher Cluster.

Wie bereits dargestellt, identifiziert die Clusterliteratur verschiedene Agglomerationsvorteile der Produktion kultureller Güter in Industrial Cultural Districts, die im konzeptionellen Rahmen von Identitäten neu diskutiert werden sollten (siehe Kap. 2.4). In dem Zusammenhang treten zwei Aspekte in den Vordergrund, deren genauere Untersuchung noch aussteht: erstens der Einfluss kollektiver Identitäten auf die Standortattraktivität für Kreative und zweitens ihr Einfluss auf die Möglichkeiten des Wissenstransfers zwischen den unterschiedlichen an der Produktdifferenzierung beteiligten Akteuren.

Kollektive Identitäten sind in mehrfacher Hinsicht ein wichtiger Faktor für die Attraktivität eines Industrial Cultural Districts für DesignerInnen: Designnetzwerke sind darauf angewiesen, ständig neue kreative Köpfe anzuziehen und längerfristig zu binden, um den lokalen Pool spezialisierter Arbeitskräfte zu erhalten. Eine Clusteridentität, deren Inhalt u.a. eine positiv bewertete Standortattraktivität umfasst, ist eine treibende Kraft einer solchen Entwicklung. Sie zieht Kreative an, die auf der Suche nach günstigen beruflichen Bedingungen sind, und kann so das Innovationspotential des Clusters erhöhen (Mizzau/Montanari 2008: 654).

Standortattraktivität bedeutet darüber hinaus, dass ein Cluster Inspiration für die kreative Tätigkeit von DesignerInnen bieten muss. Dazu gehören ästhetische Stimuli, aber auch inspirierende kulturelle Netzwerke und Gemeinschaften, in denen sie sich als Künstler integrieren und mit denen sie sich identifizieren können. Kreativität ist in diesem Sinne ein "sozioästhetischer Prozess" (Santagata 2004: 81), in dem DesignerInnen auf der Basis ihrer hoch personalisierten und konstruierten Wahrnehmungen von Lokalität eine eigene ortsbezogene Identität und ein Gefühl der Zugehörigkeit entwickeln (Drake 2003: 513). In der ästhetischen Inspiration spiegeln sich dadurch immer auch die kollektiven Vorstellungen und Emotionen und damit auch die Identitäten der verschiedenen lokalen Gruppen und Subkulturen wider (ebd.). Das Verhältnis von Kreativität und Gemeinschaft kann mit dem schillernden Begriff der künstlerischen oder kreativen „Szene“ bezeichnet werden. Eine gemeinsame Clusteridentität kann die Herausbildung einer solchen Heimat für Kreative positiv beeinflussen und dadurch einen wichtigen Beitrag zur Genese und Stabilisierung innovativer lokaler Designnetzwerke leisten.

Gleichermaßen können die Prozesse der Wissensgenerierung und des Wissenstransfers in den Netzwerken von DesignerInnen, Unternehmen, Wissensinstitutionen und anderen unterstützenden Organisationen von einer gemeinsamen Identifikation profitieren. Sie erleichtert die Herausbildung relativ stabiler Beziehungen zwischen verschiedenen Akteuren und ermöglicht es ihnen, ihre spezialisierten Fähigkeiten und Kompetenzen zusammen zu bringen. Dadurch werden Komplementaritäten besser ausgenutzt und die in der Kreativindustrie besonders wichtige Flexibilität gefördert, um sich an schnell wandelnde Konsumentenbedürfnisse anzupassen oder globaler Konkurrenz zu begegnen (Mizzau/Montanari 2008: 654).

These 2: Kollektive Identitäten und Pfadabhängigkeit

Wenn kollektive Identitäten einen wichtigen Beitrag zur Realisierung von Standortvorteilen in Industrial Cultural Districts leisten, indem sie Standortattraktivität und den Transfer von Designwissen positiv beeinflussen, ist es umgekehrt auch zu erwarten, dass dort, wo gemeinsame Identitätsinhalte nur schwach ausgeprägt sind, solche Standortvorteile schwieriger zu realisieren sind. Um daraus resultierende Anpassungsschwierigkeiten zu analysieren, muss den negativen Auswirkungen kollektiver Identitäten stärkere Aufmerksamkeit gewidmet werden.

Bisher wird das Konzept der Identität im Bereich der Clusterforschung nur sporadisch angewandt, überwiegend zur Erklärung der durch eine gemeinsame kulturelle Basis getragenen besonderen Leistungsfähigkeit lokaler Produktionssysteme. Dabei werden jedoch mögliche negative Folgen von Identifikationsprozessen auf die Anpassungsfähigkeit von Clustern vernachlässigt. In der Clusterforschung finden sich dazu einzelne Überlegungen, die jedoch einen zusammenhängenden Erklärungsrahmen schuldig bleiben. Diese theoretische und forschungspraktische Lücke kann ge-

geschlossen werden, indem eine stärkere empirische Fundierung und eine theoretische Erweiterung der bisherigen Annahmen über negative Effekte regionaler kollektiver Identifikation angestrebt wird.

Ein geeigneter theoretischer Ansatz stellt, so die zweite These, die bislang nicht thematisierte Pfadabhängigkeit regionaler Identifikationsprozesse dar: Kollektive Identitäten können auch zu selbstverstärkenden Prozessen führen, die Lerndefizite sowie institutionelle Hysterese befördern. Dadurch lässt sich das Konzept pfadabhängiger kollektiver Identitäten auf die Problematik der mangelnden sozialen Adaptionsfähigkeit und die Behinderung der Transformation traditioneller industrieller Cluster anwenden.

These 3: Disparate Clusteridentitäten und regionale Lock-ins

Es ist daher angebracht, die bisherigen Annahmen zu negativen Effekten kollektiver Identitäten um eine Perspektive zu ergänzen, die mögliche negative Einflüsse „disparater Clusteridentitäten“ auf den lokalen Wissenstransfer betont. Der Begriff bezeichnet einen Zustand, in dem nicht oder nur schwer verbindbare Gruppenidentitäten existieren, die dazu führen, dass ein gemeinsames kreatives Milieu zwischen den Angehörigen unterschiedlicher Gruppen nur schwer realisiert werden kann. Bislang wurde in der Clusterforschung der Bedeutung solcher unterschiedlicher Gruppenidentitäten zu wenig Aufmerksamkeit zuteil. Die Beschreibung kollektiver Identitäten als „disparat“ stellt eine weitere Differenzierung bisheriger Thesen über die negativen Effekte von Clusteridentitäten dar: während homogene Identitäten häufig mit dem Verlust kognitiver und strategischer Vielfalt durch die Effekte geteilter Normen und Weltansichten in Zusammenhang gebracht werden, assoziiert man heterogene Identitäten mit Misstrauen sowie fehlender Kooperationsbereitschaft und Innovationsfähigkeit.

Für die Analyse der mangelnden Anpassungsfähigkeit lokaler Produktionssysteme sind solche negativen Wirkungen in zweifacher Hinsicht relevant. Da sich soziale Identitäten entlang von Gruppengrenzen konstituieren, ist anzunehmen, dass innerhalb einzelner Subgruppen des Clusters zwar gruppenspezifische homogene Clusteridentitäten existieren, sich jedoch zwischen den Gruppen ein heterogenes Bild lokaler Identifikationsmuster ergibt. Die Heterogenität kollektiver Identitäten zwischen Gruppen kann zu Misstrauen, fehlender Kooperationsbereitschaft und damit eingeschränkter Innovationsfähigkeit beitragen. Das erschwert es, Komplementaritäten verschiedener Akteure mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergründen optimal zu nutzen. Die Homogenität von Identitätsinhalten und deren pfadabhängige Entwicklung innerhalb der beteiligten Gruppen können zusätzlich zu einem längerfristigen Verlust kognitiver und strategischer Vielfalt führen, der einen Wandel des ineffizienten Zustandes behindert.

Das Konzept des „Lock-ins durch disparate Clusteridentitäten“ bezeichnet einen Zustand, in dem nicht oder nur schwer verbindbare Gruppenidentitäten dauerhaft

koexistieren, die dazu führen, dass ein gemeinsames kreatives Milieu zwischen den Angehörigen der unterschiedlichen Gruppen nur schwer realisiert werden kann. Es ist anzunehmen, dass die disparaten, pfadabhängigen Clusteridentitäten soziale Beziehungen und damit die Wissensgenerierung und den Wissenstransfer zwischen Gruppen von Clusterakteuren dauerhaft erschweren können und dazu führen, dass die lokalen Agglomerationsvorteile eines Industrial Cultural Districts längerfristig nicht realisiert werden können (These 3).

6 Forschungsperspektiven

Wie gezeigt wurde, sind kollektive Identitäten für die Realisierung von Standortvorteilen in Industrial Cultural Districts in mehrfacher Hinsicht bedeutsam: Sie fördern die Entstehung inspirierender kultureller Netzwerke und Gemeinschaften (d.h. kreativer Milieus bzw. Szenen) und beeinflussen die lokale Arbeitsteilung und Informationsflüsse zwischen der Vielfalt von Akteuren, die für die projektbasierte Herstellung ästhetischer Inhalte typisch ist. Die verbreitete Vorstellung von Identitäten als ausschließlich verbindendes und vertrauensstiftendes Moment muss jedoch hinterfragt werden. Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse legen nahe, dass spezifische Inhalte und Verteilungsmuster von Identitäten auch zu Entwicklungshemmnissen beitragen können.

Der vorliegende Beitrag zielte darauf ab, Forschungsergebnisse aus dem Bereich Kreativwirtschaft, regionale Identitäten und institutionelle Pfadabhängigkeitsforschung in einem Erklärungsmodell zum Einfluss sozialer Identitäten auf die regionale pfadabhängige Entwicklung in Industrial Cultural Districts zu integrieren. Dazu gehören vor allem Forschungsbeiträge

- zur Funktionsweise kreativer Milieus und Designnetzwerke sowie deren Einfluss auf individuelle Kreativität und unternehmensinternes Designmanagement;
- zur sozialen Identitätstheorie und organisationalen Identitäten;
- zu Pfadabhängigkeit und Wandel von lokalen Produktionssystemen, lokalen Institutionen und individuellen Lernprozessen.

In diesen Bereichen wurden verschiedene Forschungslücken adressiert und dadurch weitere Fragen aufgeworfen:

In der Forschung zur Kreativindustrie wird die Designwirtschaft überwiegend als Querschnittsbranche betrachtet. Dadurch werden v.a. Designprozesse in urbanen „creative cities“ in den Blick genommen. Dabei werden jedoch diejenigen Zweige der Cultural-Product Industries vernachlässigt, die zur Konzentration in traditionellen Industriestandorten neigen. Eine entsprechende Forschungsperspektive ermöglicht neue Erkenntnisse über die Funktionsweise solcher lokalen Designnetzwerke und die besonderen Herausforderungen, vor denen sie stehen. Es bleibt jedoch zu prüfen, ob die dargestellte Problematik auch in anderen als dem hier betrachteten Schmuckindustriecluster Pforzheim besteht und ferner, ob auch weitere Branchen der Cultural-Product Industries betroffen sind. Weitere Fallstudien sind daher nötig.

Im Bereich der Clusterforschung wird den kulturellen Rahmenbedingungen für die Kooperation lokaler Akteure bislang zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Besonders das Thema kollektive Identitäten wurde bislang vernachlässigt. Das gilt umso

mehr für deren negative Effekte. Es besteht jedoch noch Klärungsbedarf, welchen Einfluss kollektive Identitäten auf die Anpassungsfähigkeit und somit den Wandel industrieller Cluster im Einzelnen haben. Ein wichtiger Anknüpfungspunkt sind die negativen Effekte disparater Clusteridentitäten. Hier erscheint ein vergleichender Ansatz vielversprechend, der Fälle gelungener Adaptionsfähigkeit mit solchen vergleicht, in denen Anpassungsschwierigkeiten auftreten, um festzustellen, welchen Anteil kollektive Identitäten daran haben. Im Zentrum steht die schwer zu beantwortende Frage nach dem idealen Maß an lokaler Diversität: wann werden kollektive Identitäten zu disparat und sind nicht länger Begleiterscheinung einer förderlichen Akteursvielfalt, sondern stehen der gemeinsamen Bedeutungsgenerierung ästhetisierter Produkte im Wege?

Die Beschäftigung mit kollektiven Identitäten aus dem Blickwinkel der institutionellen Hysterese kann zur Klärung einer Reihe offener Fragen in der Forschung zu Pfadabhängigkeit und Lock-ins in regionalen Ökonomien beitragen (Martin/Sunley 2006: 429f.). Ein auf kollektiven Identitäten beruhendes Erklärungsmodell ermöglicht neue Antworten auf die Frage

- nach den Pfadabhängigkeit und Lock-in produzierenden Mechanismen im Bereich des Verhaltens und Wissens;
- nach der Art und Weise, wie Pfadabhängigkeit zu negativen Lock-ins führt;
- nach der Rolle lokaler Diversität für die Anpassungsfähigkeit regionaler Ökonomien;
- nach dem Stellenwert absichtsvollen Handelns für Pfadabweichungen.

Weitere Forschung zur Pfadabhängigkeit regionaler Identifikationsprozesse kann an diesen Aspekten ansetzen. Die Beschreibung auftretender Muster des Identitätswandels kann an zahlreiche Arbeiten zu Institutionen anschließen, die die Dichotomie von Kontinuität und Wandel aufbrechen (z.B. Thelen 2003; Mahoney/Thelen 2010; Djelic/Quack 2007).

Schließlich wurden in der Clusterforschung bislang v.a. De-locking-Prozesse durch lokale Innovation und technologischen Wandel in neu entstandenen High-Tech-Regionen untersucht. In alten Industrieregionen sind aber möglicherweise andere Mechanismen für die Pfadkreation relevant, wie die Belebung existierender Industrien auf der Basis der Diversität lokal vorhandener Industrien, Technologien, Organisationen und Akteure (Martin/Sunley 2006). Gleiches ist auch für die traditionellen Zweige der Cultural-Product Industries zu erwarten. Es ist wenig dazu bekannt, unter welchen Bedingungen solche Phänomene auftreten und wie sie sich vollziehen. Der vorgestellte Ansatz ermöglicht hier neue Einsichten.

Literatur

- Ackermann, Rolf, 2001: *Pfadabhängigkeit, Institutionen und Regelreform*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Ackermann, Udo, 1995: Design als unternehmerische Chance. Zur Situation des Wirtschaftssektors Schmuck in der Region Idar-Oberstein. In: Wild, Klaus Eberhard (Hg.): *250 Jahre organisiertes Goldschmiedehandwerk in Idar-Oberstein*. Idar-Oberstein: Museum Idar-Oberstein, S. 24–36.
- Albert, Stuart/Whetten, David A., 1985: Organizational identity. In: Cummings, Larry L./Staw, Berry M. (Hg.): *Research in organizational behavior*, Bd. 7. Greenwich, CT: JAI Press, S. 263–295.
- Arthur, W. Brian, 1989: Competing Technologies, Increasing returns, and Lock-in by Historical Events. In: *Economic Journal* 3/99, S. 116–131.
- Ashforth, Blake E./Mael, Fred, 1989: Social Identity Theory and the Organization. In: *The Academy of Management Review* 14(1), S. 20–39.
- Bagwell, Susan, 2008: Creative clusters and city growth. In: *Creative Industries Journal* 1(1), S. 31–46.
- Bauer, Birgit et al., 2010: *Die Berliner Designwirtschaft. Potential, Strategie, Perspektiven*. Deutsche Gesellschaft für Designtheorie und -forschung e. V. http://www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user_upload/pdf/magazine/Strategie_Designwirtschaft-Web.pdf (Stand: 9/2013).
- Becattini, Giacomo, 2003: From the industrial district to the districtualisation of production activity: some considerations. In: Belussi, Fiorenza/Gottardi, Giorgio/Rullani, Enzo (Hg.): *The technological evolution of industrial districts*. Boston: Kluwer, S. 3–17.
- Bertacchini, Enrico/Borrione, Paola, 2010: The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft Based Industries. In: *Regional Studies* 47(2), S. 135–147.
- Bettiol, Marco/Chiarvesio, Maria/Micelli, Stefano, 2010: *From tacit practice to structured function. The evolution of design and its implication in firms' strategy. The case of small and medium firms in Italy*. Paper to be presented at the DRUID Summer Conference 2010, Imperial College London Business School, 16–18 June 2010. <http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=501950&cf=43> (Stand: 9/2013).
- Beyer, Jürgen, 2006: *Pfadabhängigkeit. Über institutionelle Kontinuität, anfällige Stabilität und fundamentalen Wandel*. Frankfurt/M.: Campus.
- Biggiero, Lucio/Sammarra, Alessia, 2001: Identity and Identification in Industrial Districts. In: *Journal of Management and Governance* 5(1), S. 61–82.
- Biggiero, Lucio/Sammarra, Alessia, 2003a: Social identity and identification processes: enriching the theoretical tools to study Industrial Districts. In: Belussi, Fiorenza/Gottardi, Giorgio/Rullani, Enzo (Hg.): *The technological evolution of industrial districts*. Boston: Kluwer, S. 205–231.
- Biggiero, Lucio/Sammarra, Alessia, 2003b: The Biomedical Valley: structural, relational and cognitive aspects. In: Belussi, Fiorenza/Gottardi, Giorgio/Rullani, Enzo (Hg.): *The technological evolution of industrial districts*. Boston: Kluwer, S. 367–388.
- Boschma, Ron/Lambooy, Jan, 1999: Evolutionary economics and economic geography. In: *Journal of Evolutionary Economics* 9, S. 411–429.
- Breitenacher, Michael, 1984: *Strukturwandlungen und Entwicklungsperspektiven im Musikinstrumentenbau, in der Spielwaren- und Sportgeräteherstellung und in der Schmuckindustrie*. Struktur und Wachstum Reihe Industrie 35. Berlin: Duncker & Humblot.
- Brennecke, Gisbert, 2009: *Im Sog der Krise – Die Branche Holz/Möbel im Krisenjahr 2009*. Branchenreport des IG Metallvorstands, Frankfurt/M. sowie Arbeit und Leben e.V., Bielefeld.
- Brewer, Marilyn B./Gardner, Wendi, 2004: Who is „We“? Levels of collective identity and self representations. In: Hatch, Mary Jo (Hg.): *Organizational identity*. Oxford: University Press, S. 66–80.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), 2009: *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft*. Branchengespräch Schmuck und Design. 15. September 2009 im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin. <http://www.kultur-kreativwirtschaft.de/Dateien/KuK/PDF/kuk-branchengespraech-schmuck-und-design,property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> (Stand: 9/2013).

- BV Schmuck + Uhren (Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V.), 2009: *Zahlenspiegel Schmuck*. Pforzheim: BV Schmuck + Uhren.
- BV Schmuck + Uhren, 2011: *Zahlenspiegel Schmuck*. Pforzheim: BV Schmuck + Uhren.
- Cainelli, Giulio/Zoboli, Roberto, 2004: The structural evolution of industrial districts and adaptive competitive advantages. In: Cainelli, Giulio/Zoboli, Roberto (Hg.): *The evolution of industrial districts*. Heidelberg: Physica., S. 3–30.
- Camagni, Roberto, 1991: Introduction: from the local „milieu“ to innovation through cooperation networks. In: Camagni, Roberto (Hg.): *Innovation networks: spatial perspectives*. London: Belhaven, S. 1–9.
- Clifton, Nick/Cooke, Phil, 2009. Creative Knowledge Workers and Location in Europe and North America: A Comparative Review. In: *Creative Industries Journal* 2(1), S. 73–89.
- Currid, Elizabeth, 2007: How Art and Culture Happen in New York. In: *Journal of the American Planning Association* 73(4), S. 454–467.
- David, Paul A., 1994: Why are institutions the ‚carriers of history‘?: Path dependence and the evolution of conventions, organizations and institutions. In: *Structural Change and Economic Dynamics* 5(2), S. 205–220.
- DCMS (Department of Culture Media and Sports), 1998: *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS.
- De Propriis, Lisa/Wei, Ping, 2007: Governance and Competitiveness in the Birmingham Jewellery District. In: *Urban Studies* 44(12), S. 2465–2486.
- DiMaggio, Paul J./Powell, Walter W., 1983: The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. In: *American Sociological Review* 48(2), S. 147–160.
- Djelic, Marie-Laure/Quack, Sigrid, 2007: Overcoming path dependency: path generation in open systems. In: *Theory and Society* 36, S. 161–186.
- Dolata, Ulrich, 2011: *Wandel durch Technik. Eine Theorie soziotechnischer Transformation*. Frankfurt/M.: Campus Verlag.
- Drake, Graham, 2003: „This place gives me space“: place and creativity in the creative industries. In: *Geoforum* 34(4), S. 511–524.
- Engstrand, Asa-Karin/Stam, Erik, 2002: Embeddedness and Economic Transformation of Manufacturing: A Comparative Research of Two Regions. In: *Economic and Industrial Democracy* 23(3), S. 357–388.
- Filippetti, Andrea, 2010: Harnessing the „essential tension“ of design: The complex relationship between the firm and designer consultants. MPRA Paper No. 22002. http://mpra.ub.uni-muenchen.de/22002/1/MPRA_paper_22002.pdf (Stand: 9/2013).
- Filippetti, Andrea, 2011: Innovation modes and design as a source of innovation: a firm-level analysis. In: *European Journal of Innovation Management* 14(1), S. 5–26.
- Fiol, C. Marlene, 1991: Managing Culture as a Competitive Resource: An Identity-Based View of Sustainable Competitive Advantage. In: *Journal of Management* 17(1), S. 191–211.
- Florida, Richard, 2002: *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Fuchs, Gerhard/Wassermann, Sandra, 2005: Path dependency in Baden-Württemberg: Lock-in or breakthrough? In: Fuchs, Gerhard/Shapira, Philip (Hg.): *Rethinking Regional Innovation and Change* Vol. 30. New York: Springer, S. 223–248.
- Gaggio, Dario, 2007: *In gold we trust: Social capital and economic change in the Italian jewelry towns*. Princeton: Princeton University Press, S. 63–81.
- Gerstner, Paul, 1908: *Die Entwicklung der Pforzheimer Bijouterie-Industrie von 1767 bis 1907*. Tübingen: Wilhelm Kloeres.
- Gertler, Meric, 2008: The Invention of Regional Culture. In: Oakes, Timothy S./Price, Patricia Lynn (Hg.): *The cultural geography reader*. London: Routledge.
- Gioia, Dennis/Schultz, Majken/Corley, Kevin G., 2000: Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability. In: *The Academy of Management Review* 25(1), S. 63–81.

- Gordon, John C./Beilby-Orrin, Helen, 2006: *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture. Draft: 2006-08-9*. Paris: Statistics Directorate, Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Göler, Emil, 1909: *Die wirtschaftliche Organisation der Pforzheimer Bijouterieindustrie. Eine volkswirtschaftliche Monographie*. Karlsruhe: G. Braunsche Hofbuchdruckerei.
- Grabher, Gernot, 1995: The weakness of strong ties. The lock-in of regional development in the Ruhr area. In: Grabher, Gernot (Hg.): *The embedded firm*. London: Routledge, S. 255–277.
- Handelskammer Pforzheim, 1911: *Jahresbericht der Handelskammer der Stadt Pforzheim 1911*.
- Holland, John H. et al., 1996: *Induction: Processes of inference, learning, and discovery*. Cambridge: MIT Press.
- Howkins, John, 2004: *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. New York: Penguin.
- Ivanisin, Marko, 2006: *Regionalentwicklung im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit und Identität*. Wiesbaden: GWV.
- Koschatzky, Knut, 2001: *Räumliche Aspekte im Innovationsprozess: Ein Beitrag zur neuen Wirtschaftsgeographie aus Sicht der regionalen Innovationsforschung*. Münster: LIT.
- Kosche, Robert, 2010: *Der Einfluss von Clusteridentität auf die Entwicklung des Schmuckindustrieklusters in Pforzheim*. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Stuttgart: Universität Stuttgart, Institut für Sozialwissenschaften.
- Lash, Scott/Urry, John, 1994: *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Litzenberger, Timo, 2006: *Die Schmuck- und Edelsteinbranche in Idar-Oberstein. Entwicklung und Perspektiven eines Regionalen Clusters*. Working Paper No. 2006-02. Köln: Universität Köln, Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut. <http://www.wiso.uni-koeln.de/wigeo/pdf/Working%20Paper/WP%202006-02/WP06-02.pdf> (Stand: 9/2013).
- Lombardi, Mauro, 2003: Cognitive models, efficiency, and discontinuities in the evolution of Industrial Districts and Local Production Systems. In: Belussi, Fiorenza/Gottardi, Giorgio/Rullani, Enzo (Hg.): *The technological evolution of industrial districts*. Boston: Kluwer, S. 109–137.
- Mahoney, James, 2000: Path dependence in historical sociology. In: *Theory and Society* 29(4), S. 507–548.
- Mahoney, James/Thelen, Kathleen, 2010: A Theory of Gradual Institutional Change. In: Mahoney, James/Thelen, Kathleen (Hg.): *Explaining Institutional Change: Ambiguity, Agency, and Power*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 1–37.
- Mandelli, Andreina/La Rocca, Antonella/Ilia, Laura, 2006: *The Construction of Network Identity: A Central Process in Business Networking*. Paper presented at the 22nd IMP-conference in Milan, Italy. http://www.impgroup.org/paper_view.php?viewPaper=5734 (Stand: 9/2013).
- Markusen, Ann, 1996: Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts. In: *Economic Geography* 72(3), S. 293–313.
- Martin, Ron/Sunley, Peter, 2006: Path dependence and regional economic evolution. In: *Journal of Economic Geography* 6(4), S. 395–437.
- Maschke, Erich, 1967. Die deutsche Stadtgeschichtsforschung und die Geschichte der Stadt Pforzheim. In: Maschke, Erich (Hg.): *Die Pforzheimer Schmuck- und Uhrenindustrie: Beiträge zur Wirtschaftsgeschichte der Stadt Pforzheim*. Pforzheim: Selbstverl. d. Stadt, S. IX–XXIII.
- Metze, Regina/Schroeckh, Jürgen, 2004: *Identifikation, Loyalität und Kooperation: Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse zur kulturellen Verankerung wirtschaftlicher Entscheidungsprozesse*. Wiesbaden: VS.
- Mistri, Maurizio/Solari, Stefano, 2003: Behavioural rules in industrial districts: loyalty, trust, and reputation. In: Belussi, Fiorenza/Gottardi, Giorgio/Rullani, Enzo (Hg.): *The technological evolution of industrial districts*. Boston: Kluwer, S. 245–267.
- Mizzau, Lorenzo/Montanari, Fabrizio, 2008: Cultural districts and the challenge of authenticity: the case of Piedmont, Italy. In: *Journal of Economic Geography* 8, S. 651–673.
- Nelson, Richard R./Winter, Sidney G., 1982: *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard: Harvard University Press.

- North, Douglass C., 1990: *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, Douglass C., 2001: Five Propositions about Institutional Change, In: Knight, Jack (Hg.): *Explaining social institutions*. Ann Arbor: University of Michigan Press, S. 15–26.
- Nuti, Fabio, 2004: Italian industrial districts: Facts and theories. In: Cainelli, Giulio/Zoboli, Roberto (Hg.): *The evolution of industrial districts*. Heidelberg: Physica, S. 55–77.
- Paniccia, Ivana, 2003: Italian industrial districts: performance and evolution. In: Belussi, Fiorenza/Gottardi, Giorgio/Rullani, Enzo (Hg.): *The technological evolution of industrial districts*. Boston: Kluwer, S. 271–312.
- Peteraf, M./Shanley, M., 1997: Getting to know you: a theory of strategic group identity. In: *Strategic Management Journal* 18(S1), S. 165–186.
- Pflüger, Johann G./Becht, Hans-Peter/Stuhlinger, Matthias, 1989: *Geschichte der Stadt Pforzheim*. Pforzheim: Riecker.
- Pieper, Wolfgang, 1967: Struktur der Pforzheimer Wirtschaft. In: Maschke, Erich (Hg.): *Die Pforzheimer Schmuck- und Uhrenindustrie: Beiträge zur Wirtschaftsgeschichte der Stadt Pforzheim*. Pforzheim: Selbstverlag der Stadt, S. 169–183.
- Pieper, Wolfgang/Trautz, Karl, 1967: Probleme des Unternehmers. In: Maschke, Erich (Hg.): *Die Pforzheimer Schmuck- und Uhrenindustrie: Beiträge zur Wirtschaftsgeschichte der Stadt Pforzheim*. Pforzheim: Selbstverlag der Stadt, S. 196–213.
- Pollard, Jane, 2004: Manufacturing culture in Birmingham's Jewelry Cluster. In: Power, Dominic/Scott, Allen J. (Hg.): *Cultural Industries and the Production of Culture*. New York: Routledge, S. 169–187.
- Porter, Michael E., 2000: Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. In: *Economic Development Quarterly* 14(1), S. 15–34.
- Power, Dominic/Scott, Allen J., 2004: A prelude to cultural industries and the production of culture. In: Power, Dominic/Scott, Allen J. (Hg.): *Cultural Industries and the Production of Culture*. New York: Routledge, S. 3–16.
- Power, Dominic, 2010: The Difference Principle? Shaping Competitive Advantage in the Cultural Product Industries. In: *Human Geography* 92(2), S. 145–158.
- Raff, Diether, 1967: Die Industrie seit dem Beginn der Liberalisierung 1776. In: Maschke, Erich (Hg.): *Die Pforzheimer Schmuck- und Uhrenindustrie: Beiträge zur Wirtschaftsgeschichte der Stadt Pforzheim*. Pforzheim: Selbstverlag der Stadt, S. 109–146.
- Röder, Hubert et al., 2008: *Cluster Forst und Holz in Bayern. Ergebnisse der Clusterstudie 2008*. Freising: Clusterinitiative Forst und Holz in Bayern.
- Rücklin, Rudolf, 1911: *Die Pforzheimer Schmuckindustrie*. Stuttgart: Verlag der Technischen Monatshefte, Franckh'sche Verlagshandlung.
- Santagata, Walter, 2004: Creativity, fashion and market behavior. In: Power, Dominic/Scott, Allen J. (Hg.): *Cultural Industries and the Production of Culture*. London/New York: Routledge, S. 75–90.
- Saxenian, AnnaLee, 1996: *Regional Advantage*. Harvard: Harvard University Press.
- Schreyögg, Georg/Sydow, Jörg, 2009: Understanding Institutional and Organizational Path Dependencies. In: G., Schreyögg/J. Sydow (Hg.): *The Hidden Dynamics of Path Dependence: Institutions and Organizations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schreyögg, Georg/Sydow, Jörg/Koch, Jochen, 2003: Organisatorische Pfade. Von der Pfadabhängigkeit zur Pfadkreation. In: *Managementforschung* 13, S. 257–294.
- Scott, Allen J., 1996: The Craft, Fashion, and Cultural-Products Industries of Los Angeles. In: *Annals of the Association of American Geographers* 86(2), S. 306–323.
- Scott, Allen J., 1997: The cultural economy of cities. In: *International journal of urban and regional research* 21(2), S. 323–339.
- Scott, Allen J., 2004: Cultural-Products Industries and Urban Economic Development: Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context. In: *Urban Affairs Review* 39(4), S. 461–490.
- Setterfield, Mark, 1993: A Model of Institutional Hysteresis. In: *Journal of Economic Issues* 27(3), S. 755–774.

- Staber, Udo, 2006: *Stay Close to Your Neighbors, But Don't Trust Them*. Berlin, Germany: EIASM.
- Staber, Udo, 2007: The Competitive Advantage of Regional Clusters: An Organizational-Evolutionary Perspective. In: *Competition & Change* 11(1), S. 3–18.
- Söndermann, Michael, 2010: *Datenreport 2010 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg*. Landtag von Baden-Württemberg, Drucksache 14/6918.
- Söndermann, Michael et al., 2009: *Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht*. Köln/Bremen/Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.
- Tajfel, Henri/Turner, John C., 1985: *The social identity theory of intergroup behavior*. In: Worchel, Stephen/Austin, William G. (Hg.): *Psychology of intergroup relations*. Chicago: Nelson, S. 7–24.
- Thelen, Kathleen, 2003: How Institutions Evolve: Insight from Comparative-Historical Analysis. In: Mahoney, James/Rueschemeyer, Dietrich (Hg.): *Comparative historical analysis in the social sciences*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 208–240.
- Tripl, Michaela, 2004: *Innovative Cluster in alten Industriegebieten*. Wien: LIT.
- Welz, Gisela, 2007: Lernkulturen regionaler Innovationsmilieus im IT-Sektor. Eine kulturanthropologische Perspektive. In: Koch, Gertraud/Warneken, Bernd J. (Hg.): *Region – Kultur – Innovation: Wege in die Wissensgesellschaft*. Wiesbaden: VS, S. 71–82.

Weitere Publikationen

Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung

Fuchs, Gerhard/Hinderer, Nele/Kungl, Gregor/Neukirch, Mario, 2012: *Adaptive Capacities, Path Creation and Variants of Sectoral Change*. SOI Discussion Paper 2012–2.

Fuchs, Gerhard/Wassermann, Sandra, 2012: *Organising a Market. Photovoltaics in Germany*. SOI Discussion Paper 2012–1.

Werle, Raymund, 2011: *Institutional Analysis of Technical Innovation. A Review*. SOI Discussion Paper 2011–04.

Dolata, Ulrich, 2011: *Radical Change as Gradual Transformation. Characteristics and Variants of Socio-technical Transitions*. SOI Discussion Paper 2011–03.

Dolata, Ulrich, 2011: *The Music Industry and the Internet*. SOI Discussion Paper 2011–02.

Schrabe, Jan-Felix, 2011: *Der Wandel des Buchhandels durch Digitalisierung und Internet*. SOI Discussion Paper 2011–01.

Bücher

Dolata, Ulrich, 2013: *The Transformative Capacity of New Technologies. A Theory of Sociotechnical Change*. London: Routledge.

Dolata, Ulrich/Schrabe, Jan-Felix (Hg.), 2013: *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration*. Berlin: Edition Sigma.

Dolata, Ulrich, 2011: *Wandel durch Technik. Eine Theorie soziotechnischer Transformation*. Frankfurt/New York: Campus.

Schrabe, Jan-Felix, 2012: *Wiederkehrende Erwartungen. Prognosen, Visionen und Mythen um neue Medien seit 1970*. Boizenburg: Hülsbusch.

Schrabe, Jan-Felix, 2011: *Gutenberg-Galaxis Reloaded?* Boizenburg: Hülsbusch.

Schrabe, Jan-Felix, 2010: *Neue Demokratie im Netz?* Bielefeld: Transcript.

Beiträge in Zeitschriften und Sammelbänden

Dolata, Ulrich, 2012: Radikaler Wandel als graduelle Transformation. In: Decker, Michael/Grunwald, Armin/Knapp, Martin (Hg.): *Der Systemblick auf Innovation*. Berlin: edition sigma, 95–106.

Dolata, Ulrich, 2011: Soziotechnischer Wandel als graduelle Transformation. In: *Berliner Journal für Soziologie* 21(2), 265–294.

Dolata, Ulrich, 2009: Technological Innovations and Sectoral Change. Transformative Capacity, Adaptability, Patterns of Change. In: *Research Policy* 38(6), 1066–1076.

Dolata, Ulrich, 2008: Das Internet und die Transformation der Musikindustrie. In: *Berliner Journal für Soziologie* 18(3), 344–369.

Fuchs, Gerhard/Sandra Wassermann, 2012: From Niche to Mass Markets in High Technology: The Case of Photovoltaics in Germany. In: Johannes Bauer, Achim Lang, Volker Schneider (eds.): *Innovation Policy and Governance in High-Tech Industries*. Heidelberg, Berlin: Springer, 219–244.

Fuchs, Gerhard, 2010: Path Dependence and Regional Development: What Future for Baden-Wuerttemberg? In: Georg Schreyögg/ Jörg Sydow (eds): *The Hidden Dynamics of Path Dependence. Institutions and Organizations*. Houndmills: Palgrave, 178–196.

Neukirch, Mario, 2013: Ausbau der Stromnetze – Konflikte und Perspektiven der deutschen Energiewende. In: *GAIA* 22 (2), 138–139.

Neukirch, Mario, 2010: Grüner Netzausbau für schmutzigen Strom? *Blätter für deutsche und internationale Politik* 6/2012, 25–28.

Schrabe, Jan-Felix, 2011: Social Media, Massenmedien und gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktion. In: *Berliner Journal für Soziologie* 21(3), 407–429.

Schrabe, Jan-Felix, 2011: Was ist die ‚Markenidentität‘ der Soziologie? In: *Sozialwissenschaften und Berufspraxis* 34(2), 141–153.

Werle, Raymund/Troy, Irene, 2012: Wissen handelbar gemacht? Politik und Patente. In: Andreas Busch/ Jeanette Hofmann (Hg.): *Politik und die Regulierung von Information*, Politische Vierteljahresschrift Sonderheft 46/2012, 152–189.

Werle, Raymund, 2012: Institutions and Systems: Analysing Technical Innovation Processes from an Institutional Perspective. In: Johannes Bauer, Achim Lang, Volker Schneider (eds.): *Innovation Policy and Governance in High-Tech Industries*. Heidelberg, Berlin: Springer, 23–47.

Werle, Raymund/Jürgen Feick, 2010: Regulation of Cyberspace. In: Martin Cave/ Robert Baldwin/Martin Lodge (eds): *The Oxford Handbook of Regulation*. Oxford: Oxford University Press, 523–547.