

Reihe: Telekommunikation @ Mediendienste · Band 16

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln, Prof. Dr. Udo Winand, Kassel, Prof. Dr. Dietrich Seibt, Köln, Prof. Dr. Rainer Kuhlen, Konstanz, Dr. Rudolf Pospischil, Brüssel, Prof. Dr. Claudia Lötbecke, Köln, und Prof. Dr. Christoph Zacharias, Köln

PD Dr.-Ing. habil. Martin Engelien  
Prof. Dr.-Ing. habil. Klaus Meißner (Hrsg.)

# Virtuelle Organisation und Neue Medien 2004

Workshop GeNeMe2004  
Gemeinschaften in Neuen Medien

TU Dresden, 7. und 8. Oktober 2004



## **Bibliographische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

ISBN 3-89936-272-1  
1. Auflage September 2004

© JOSEF EUL VERLAG GmbH, Lohmar – Köln, 2004  
Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany  
Druck: RSP Köln

JOSEF EUL VERLAG GmbH  
Brandsberg 6  
53797 Lohmar  
Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6  
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88  
E-Mail: [info@eul-verlag.de](mailto:info@eul-verlag.de)  
<http://www.eul-verlag.de>

**Bei der Herstellung unserer Bücher möchten wir die Umwelt schonen. Dieses Buch ist daher auf säurefreiem, 100% chlorfrei gebleichtem, alterungsbeständigem Papier nach DIN 6738 gedruckt.**



Technische Universität Dresden - Fakultät Informatik  
Privat-Dozentur Angewandte Informatik, Professur Multimediatechnik

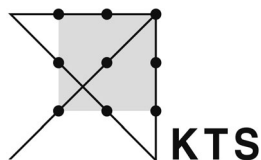
PD Dr.-Ing. habil. Martin Engelen  
Prof. Dr.-Ing. habil. Klaus Meißner  
(Hrsg.)



an der  
Fakultät Informatik der Technischen Universität Dresden

in Zusammenarbeit mit der  
Gesellschaft für Informatik e.V.  
GI-Regionalgruppe Dresden

gefördert von der Klaus Tschira Stiftung



KLAUS TSCHIRA STIFTUNG  
GEMEINNÜTZIGE GMBH

am 07. und 08. Oktober 2004 in Dresden  
[www.geneme.pdai.de](http://www.geneme.pdai.de)  
[geneme@pdai.de](mailto:geneme@pdai.de)

## C.5 „Silicon Saxony“ – Der Weg zu einem erfolgreichen Netzwerk

*Heike Vocke<sup>1</sup>, Gitta Haupold<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *Unternehmensberatung H. Vocke, Dresden*

<sup>2</sup> *Silicon Saxony e.V.*

### 1. Das Netzwerk „Silicon Saxony e.V.“

Der Verein „Silicon Saxony e.V.“ und seine Mitglieder verfolgen die Vision, durch gezielte Bündelung von Erfahrungen und Know-how zur Unterstützung von Unternehmen und Forschungseinrichtungen der Halbleiterbranche und deren Zulieferer die Region Sachsen zu einem weltweit anerkannten Mikroelektronikstandort zu entwickeln.

#### 1.1 Ausgangssituation

Regional ist die Halbleiterbranche einerseits von wenigen großen „Leuchttürmen“ wie Infineon, AMD, Siltronic (Wacker) und ZMD sowie andererseits von vielen Unternehmen bzw. Niederlassungen mit geringer Mitarbeiterzahl geprägt.

Die Unternehmen dieser Branche agieren vorwiegend international und müssen sich den starken Schwankungen der globalen Märkte schnell anpassen können. Absatzrückgänge bei den „Großen“ wirken sofort auf die „Kleinen“, die als Zulieferer oder Dienstleister dadurch stark belastet werden.

Um mit den kurzen Innovationszyklen der Mikroelektronikbranche mithalten zu können, ist eine gute und angepasste Forschungs-, Entwicklungs- und Ausbildungslandschaft erforderlich.

Soll in Sachsen eine maximale Wertschöpfung erreicht werden, müssen die Technologien und Produkte der Halbleiterindustrie auch hier in die Entwicklung und Produktion innovativer Produkte einfließen.

#### 1.2 Mission und Ziele

Ganzheitliche Wirtschaftskreisläufe mit maximaler Wertschöpfung in Sachsen sowie interdisziplinäre Forschung und bedarfsgerechte Ausbildung sind Voraussetzungen für ein weiteres Wirtschaftswachstum der Mikroelektronik in Sachsen.

Mit dem Aufbau eines Kompetenznetzwerkes „Silicon Saxony“ sollen Informationen und Know-how dieser Branche regional gebündelt und aktiv nutzbar gemacht werden.

Der Verein „Silicon Saxony e.V.“ hat sich wesentliche Ziele gesteckt, um die Vision von einem führenden und weltweit erfolgreichen Mikroelektronikstandort zum Nutzen seiner Mitglieder zu erreichen:

- **Bündelung regionaler Kompetenzen** im Bereich der Mikroelektronik

- **Erschließung internationaler Märkte, Schaffung von Wettbewerbsvorteilen und Chancengleichheit** durch Firmenkooperationen
- **Kooperationsverbünde** für innovative Produkte, Systemlösungen und integrierte Dienstleistungen sowie zur Verbesserung internationaler Marktchancen
- **Enge Verzahnung der „Leuchtturm-Zulieferer“** mit anwendungsnahen Forschungs- und Entwicklungskapazitäten der Forschungseinrichtungen und KMU
- **Vernetzung der Unternehmen** zur optimalen Nutzung betrieblicher Ressourcen
- **Technologietransfer durch Kooperationen** mit sächsischen Branchen
- **Stärkung Sachsens in Europa**
- **Wirtschaftskreisläufe** mit maximaler Wertschöpfung in Sachsen – vom Rohstoff bis zu absatzstarken innovativen Produkten und Dienstleistungen – z.B. „Vom Silizium zum Airbag“ oder „Vom Kohlenstoff zum Flachdisplay“

## 2. Entwicklungsweg „Silicon Saxony“

Die Dimension, die Komplexität und die Geschwindigkeit der Entwicklung von „Silicon Saxony“ ist aus heutiger Sicht nicht einfach nachvollziehbar zu beschreiben.

Im Folgenden sollen einige Zahlen und Fakten das Netzwerk kurz umreißen:

- Silicon Saxony wurde am 19.12.2000 als Verein mit 20 Mitgliedern gegründet.
- In den 141 Mitgliedsfirmen (Stand: Juni 2004) sind 15.000 Mitarbeiter beschäftigt, die ca. 2 Mrd. € Umsatz pro Jahr erwirtschaften.
- Mitglieder sind Unternehmen der Halbleiterbranche, Mikrosystemtechnik- und Equipmenthersteller sowie aus der Optoelektronik mit unterschiedlicher Firmengröße, die meist international ausgerichtet sind.
- Der Verein verbindet Hersteller, Zulieferer, Dienstleister, Hochschulen, Institute und Politik am Standort und in der Region.
- Der Informationsaustausch und die Kommunikation finden im zentralen Mitgliederforum, in von Firmen organisierten Innovationsforen oder in den Arbeitskreisen (F&E, Mikrosystemtechnik, Equipment, Photonik, Weiterbildung, Wachstumsfinanzierung, Historie) des Vereins bzw. dessen Fachveranstaltungen statt.
- Silicon Saxony e.V. ist Mitglied bei Kompetenznetze.de (Plattform des BMBF), hat inzwischen einen überregional anerkannten Namen sowie eine gut ausgebaute Marketingplattform im Internet ([www.silicon-saxony.net](http://www.silicon-saxony.net)).
- Das hohe Engagement der Mitglieder spiegelt sich in überregionalen und branchenbezogenen Kooperationen wider. Die Verbesserung internationaler Marktchancen ist durch erste Unternehmenskooperationen von KMU zu erkennen.

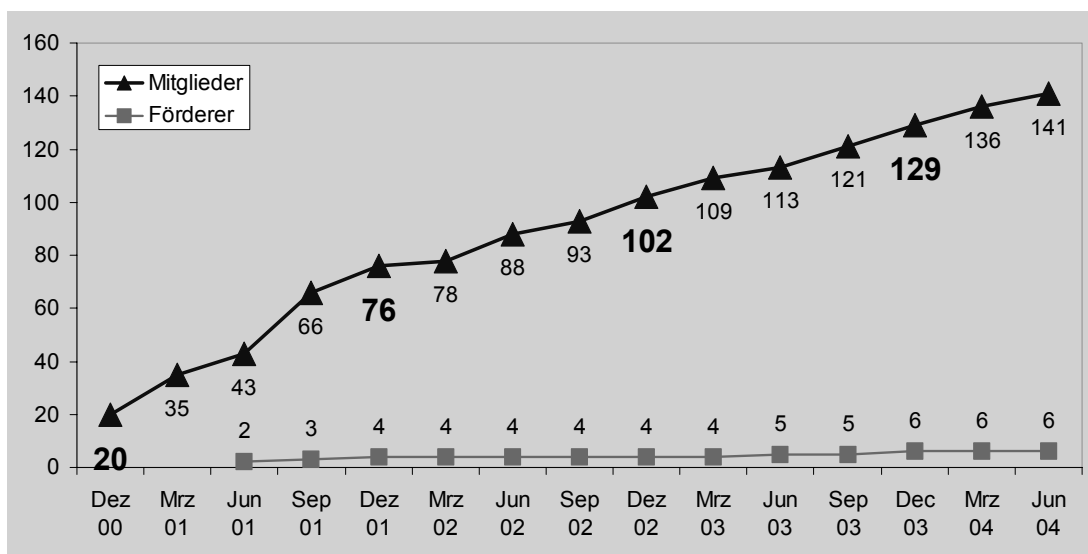


Abbildung 1: Mitgliederentwicklung im „Silicon Saxony“

Anhand der vier Phasen des Lebenszyklus von Unternehmensnetzwerken soll die Entwicklung von „Silicon Saxony“ veranschaulicht werden.



Abbildung 2: Entwicklungsphasen von „Silicon Saxony“

## 2.1 Der Beginn

Im Zusammenhang mit den Entwicklungs- und Forschungskapazitäten von Infineon, AMD und ZMD hat sich in den vergangenen Jahren in Dresden und Umgebung ein europäisches Zentrum der Halbleiterindustrie von internationaler Bedeutung entwickelt. Bei dieser Entwicklung spielte das TechnologieZentrumDresden (TZD) eine entscheidende Rolle. Das TZD bietet günstige Bedingungen für die Ansiedlung innovativer Unternehmen, fördert den Technologietransfer, unterstützt Existenzgründungen und ist an der Entwicklung von regionalen und überregionalen Netzwerken beteiligt.

So wurde von den Gesellschaftern des TechnologieZentrumDresden (Stadt Dresden, TU Dresden, TechnologieZentrumDortmund GmbH, Stadtparkasse Dresden) der Ausbau des Standortes Nord im TechnoPark (unterhalb von Infineon) beschlossen. Hier fanden Zulieferer und Dienstleister der beiden Chip-Werke günstige Bedingungen für eine räumlich nahe Ansiedlung vor.

Das Netzwerk „Silicon Saxony“ wurde am 19.12.2000 auf Initiative des TZD mit 20 Mitgliedern gegründet. Besonders schwierig war es, die „Großen“ von den Vorteilen eines solchen Netzwerkes zu überzeugen. Wesentlichen Anteil an der Überzeugungsarbeit leistete Frau Haupold, die als TZD-Mitarbeiterin und ehemalige ZMD-Angestellte immer noch eine der treibenden Kräfte beim Management und beim strategischen Ausbau des Netzwerkes ist.

Im ersten Jahr kann man „Silicon Saxony“ als einen losen Kooperationsverbund (Cluster) von Herstellern, Zulieferern, Dienstleistern, Hochschulen und Instituten in und um Dresden bezeichnen. Die Mitglieder sind mit der Vorstellung eingetreten, dass Cluster immer erfolgreicher als einzelne Unternehmen sind und Cluster Wettbewerbsvorteile fördern können.



Abbildung 3: „Silicon Saxony“ als loser Kooperationsverbund (Cluster)

Wie und auf welche Weise man aber mit einem Cluster erfolgreich sein kann, musste noch geklärt werden. Warum also nicht vom Namensvetter profitieren?

Mit einer Diplomarbeit über die „Gründung und Entwicklung von Silicon Valley“ wurden erste Ideen und Konzepte niedergeschrieben und umgesetzt.

Voraussetzung war die Schaffung einer Vertrauensbasis und einer Informationskultur im Netzwerk. Zum Auf- und Ausbau von persönlichen Kontakten wurden Mitgliederversammlungen mit interessanten Themen organisiert, die von den Mitgliedern rege besucht wurden. Eine erste Internetseite zeigte, wer mitmacht und welche Produkte und Leistungen angeboten werden.

Außerdem musste schnell eine kritische Masse erreicht werden. Mit der Bildung der ersten Arbeitskreise versuchte man, die interne Zusammenarbeit zu intensivieren und neue Partner für interessante Themen aus dem Halbleiterbereich zu gewinnen.

Am Ende des ersten Jahres hatte der Verein 76 Mitglieder, Prof. Drescher übernahm den Vorsitz und die ersten Projekte und Vorhaben wurden realisiert:

- Erster Posterkalender und Flyer erschienen, Internet-Plattform am Netz.
- Die Historiker der DDR-Mikroelektronik fanden sich zusammen.

## 2.2 Die Konsolidierung

Bei der Erarbeitung der PR-Materialien erkannte man, dass man sich zwar über die gemeinsamen Ziele einig war, nicht aber über die Wege zur Zielerreichung. In der Vereinbarungsphase musste eine gemeinsame Aussage zur thematischen Ausrichtung des Netzwerkes, seinem räumlichen Fokus, seiner Abgrenzung zu anderen Netzwerken, zu potenziellen Mitgliedern, dem eigentlichen Wertschöpfungsprozess sowie zu Aufgaben des Managements und zur Organisation des Vereins gefunden werden.

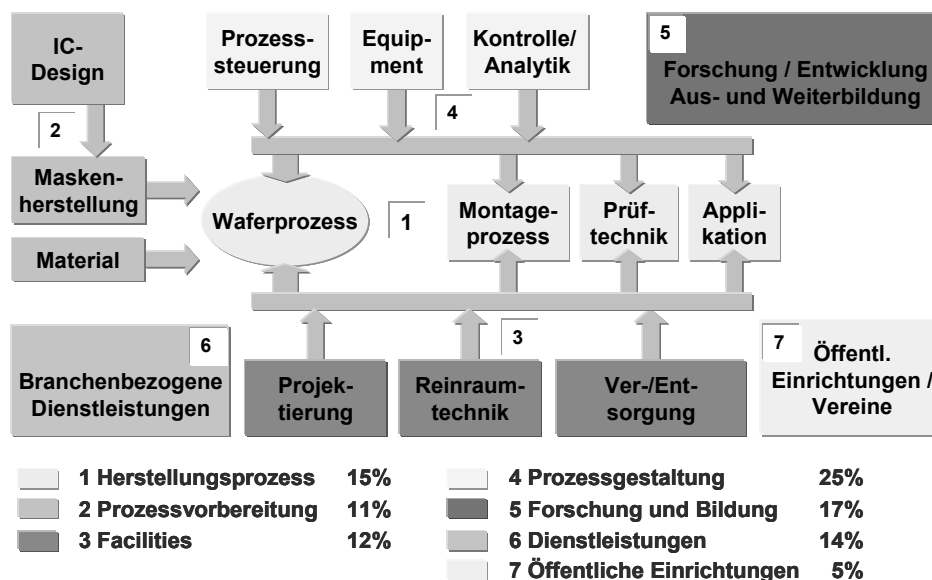


Abbildung 4: Kompetenzfelder im Wertschöpfungsprozess

Nachdem die Kompetenzfelder der Prozesskette bestimmt waren, konnten die Themen definiert, systematisch neue Mitglieder gewonnen und Arbeitskreise gebildet werden.



Die Arbeitskreise arbeiten im wesentlichen selbstständig und legen dem Vorstand und der Mitgliederversammlung Rechenschaft über ihre Tätigkeiten und Ergebnisse ab. Die Struktur entsprach den Aufgaben des Vereins wie Information, Kommunikation, Aus- und Weiterbildung, Kooperation, F&E sowie Historie der Sächsischen Mikroelektronik. Die Ergebnisse der einzelnen Arbeitskreise und das Engagement der Mitglieder, in diesen mitzuarbeiten, war sehr unterschiedlich ausgeprägt. Die Anzahl der Arbeitskreise wuchs in dieser Phase durch die Integration von thematischen Arbeitsgruppen wie z.B. die Arbeitsgruppe „Mikrosystemtechnik“. Bereits bestehende Netzwerke erkannten in der Vereinsmitarbeit bei „Silicon Saxony“ einen Vorteil und die Einsparung von organisatorischem Aufwand. So veränderte sich die Arbeitskreisstruktur entsprechend den Bedürfnissen und Anforderungen der Mitglieder.

Die PR- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Information und Kommunikation innerhalb des Vereins ist zur Managementaufgabe geworden und erfolgt durch den Vorstand bzw. die Geschäftsstelle. Die Arbeitskreise als temporäre Kommunikationsmittel (ohne feste Organisation), werden von internen Interessengemeinschaften (AK5: Equipment/EFDS) gebildet, bieten Services für die Mitglieder an (AK6: Wachstumsfinanzierung) oder widmen sich zukunftssträchtigen Themen der Mikroelektronik (AK7: Photonik). Das Netzwerk „Silicon Saxony“ wurde in der Vereinbarungsphase als Interessengemeinschaft vom TechnologieZentrumDresden koordiniert. Die Finanzierung der Projekte erfolgt ausschließlich über Mitgliedsbeiträge, Sponsoring der Förderer und das ehrenamtliche Engagement der Mitglieder. Alle bisherigen Projektanträge zur Finanzierung des Netzwerkmanagements sind bisher erfolglos geblieben.

Aus diesen Erfahrungen heraus wurden drei Schlussfolgerungen gezogen:

- Das Netzwerk braucht neben einer wirtschaftlichen auch eine politische Lobby.
- Für das Netzwerk ist ein Geschäftsmodell zu entwickeln.
- Externe und interne Kooperationen sind verstärkt aufzubauen bzw. zu initiieren.

2003 tauschten die Autoren Erfahrungen mit ähnlichen Netzwerken zu deren Geschäftsmodellen aus. „Silicon Saxony“ hatte sich inzwischen, Dank der Mitglieder, zu einem Kompetenznetzwerk mit überregionaler Anerkennung entwickelt.

Die Mitglieder präsentieren stolz ihre Zugehörigkeit zum Netzwerk im In- und Ausland. Mit der Aufnahme in den Reigen der Kompetenznetze ([www.kompetenznetze.de](http://www.kompetenznetze.de)) des Bundes, wurde auch nach außen der neue Charakter des Netzwerkes deutlich.

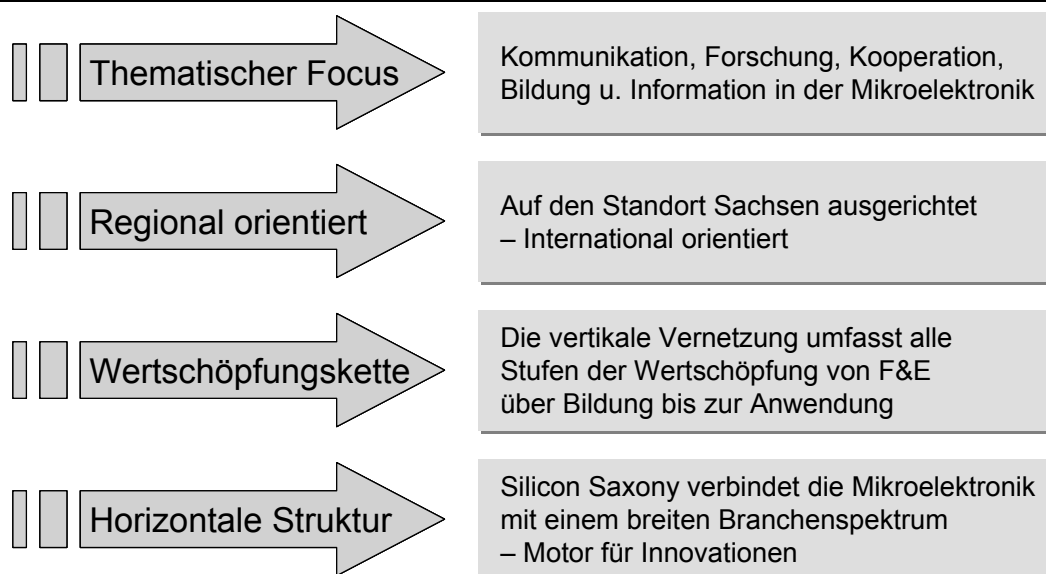


Abbildung 5: „Silicon Saxony“ als Kompetenznetzwerk

„Silicon Saxony“ ist zu diesem Zeitpunkt ein Kompetenznetzwerk mit starken Mitgliedern, guten europäischen Kontakten und vielen Ideen für die Zukunft. Eine zentrale Koordinierung über das TZD war aber mit ca. 120 Mitgliedern nicht mehr möglich. Die Geschäftsstelle war an ihre personellen und finanziellen Grenzen gestoßen.

## 2.3 Das tägliche Geschäft

„Silicon Saxony“ stand Ende 2003 an einem entscheidenden Wendepunkt. Um die Managementleistungen, die Service-Angebote und die geplanten Projekte abzusichern, wurde von den Mitgliedern eine Beitragserhöhung beschlossen. Für einige KMU stellte das eine große Herausforderung dar. Trotzdem gab es kaum Austritte aus dem Verein. Für die Mitglieder spielt nicht nur die erreichte Anerkennung des Vereins eine wichtige Rolle, sondern vor allem die Pflege von persönlichen Kontakten, die aktive Information und Kommunikation innerhalb des Netzwerkes sowie die Möglichkeiten zum Aufbau von überregionalen und internationalen Kontakten durch Messen/Konferenzen.

### 2.3.1 Aufgaben

Schwerpunktaufgaben der Geschäftsstelle des Vereins sind die

- Umsetzung einer gezielten Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit,
- die Organisation von Veranstaltungen / Messen / Konferenzen,
- der Auf- und Ausbau der Dienstleistungsangebote für die Mitglieder,
- die Initiierung und Pflege vielfältiger Kooperationsbeziehungen,
- die Anregung von Aus- und Weiterbildungsprojekten in der Mikroelektronik sowie
- die Unterstützung von Innovations-, Wachstums- und Gründungsförderung.

### 2.3.2 Aktivitäten und Pläne

In den genannten Bereichen gibt es herausragende Erfolge, aber auch ständig neuen Bedarf der Mitglieder, die den Vorstand und die Geschäftsstelle täglich neu fordern.

Die **Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit** wird in einem erfolgreichen Netzwerkmarketing und aktiven Standortmarketing umgesetzt. Dazu zählen gemeinsame Messestände von KMU auf der SEMICON Europe, der CIS in Moskau sowie erstmalig in diesem Jahr der Gemeinschaftsstand auf der SEMICON West in San Francisco.

Der Verein ist maßgeblich an der Organisation der internationalen Halbleiter-Konferenz „AEC/APC“ beteiligt und bereitet diese für 2005 in Dublin mit vor.

Ein Großprojekt ist die Herausgabe eines Buches zur „Historie der sächsischen Mikroelektronik“, welche aber aus finanziellen Gründen nur sehr langsam voran kommt.

Seit Anfang 2004 ist unter [www.silicon-saxony.net](http://www.silicon-saxony.net) eine datenbankgestützte Internet-Plattform am Netz, die auf das Gesamtkonzept des Netzwerkes abgestimmt ist und mit Inhalt und Form entsprechend der Entwicklung des Vereins mitwächst. Die Inhalte werden von der Geschäftsstelle aktiv gepflegt und täglich aktualisiert.

Das **Netzwerkmanagement** wird neben seinen administrativen Aufgaben weiterhin Mitgliederforen, Fachveranstaltungen sowie eine Mikroelektronikkonferenz in Dresden organisieren. Im letzten Jahr haben sich internationale Mikroelektronik-Cluster vorgestellt. 2004 steht die Konferenz unter dem Thema „Trends und Zukunftsgestaltung der Halbleiterindustrie“ mit Fachvorträgen aus unterschiedlichen Branchen.

Ein wesentlicher Meilenstein in der Netzwerkarbeit ist die Erweiterung des Dienstleistungsangebots / Services für die Mitglieder und damit verbunden die Entwicklung einer interaktiven Kommunikationsplattform.

Der Verein soll als Netzwerk mit „selbst organisierenden Einheiten“ weiter entwickelt werden. Der gut funktionierende Arbeitskreis „Bildung“ ist bereits Beispiel dafür.

Im **Kooperationsmanagement** werden die internationalen Kooperationsbeziehungen zu Mikroelektronik-Clustern in Kärnten, in Grenoble und in Schottland weiter ausgebaut. Ziel ist die Vernetzung zu einem „Silicon Europe“.

Für die Mitglieder sind die überregionalen Kooperationen zu erweitern und Vertriebsstrategien für neue Märkte und Einsatzfelder zu erschließen. Bezüglich Netzwerkkoperationen innerhalb des Vereins sind die KMU bereits selbst aktiv geworden. Z.B. bietet ein Cluster eine gemeinsame Systemlösung (Flat-Stocker) für die Halbleiterindustrie an. Wichtig ist auch die Initiierung von F&E-Projekten für marktreife Produkte / Dienstleistungen.

Die **Aus- und Weiterbildung** konzentriert sich auf die Erstellung von Aus- und Weiterbildungskonzepten für eine anwendungsorientierte Ausbildung und auf Ausbildungskooperationen mit den „Leuchttürmen“. Die Mitglieder des Arbeitskreises haben sich bereits eine gemeinsame Marketingplattform im Internet geschaffen.

Pläne für die Zukunft sind die Förderung der Technikbegeisterung von Schüler(inne)n, die Schaffung hochqualifizierter Arbeitsplätze sowie die Weiterentwicklung des Kompetenzzentrums „Mikroelektronik“.

Die **Innovations-, Wachstums- und Gründungsförderung** wird durch einige Förderer in einem Arbeitskreis unterstützt, wo Unternehmen oder Gründer ihre Ideen vorstellen können und weiter gehende Unterstützung erhalten. Zielstellung für die Zukunft ist der Aufbau eines Beratungsnetzwerkes als Service für die Mitglieder.

Neben der Unterstützung sächsischer Ansiedlungspolitik und der Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Sachsen sollen Kooperationen mit anderen High-Tech-Netzwerken (Branchennetzwerken) ausgebaut werden.

### **2.3.3 Angebotene Services**

Entsprechend der Aufgaben des Netzwerkmanagements werden den Mitgliedern Dienstleistungen und Services angeboten. Dabei werden alle Kommunikationsmittel und –wege genutzt, um möglichst alle Mitglieder anzusprechen. Wichtigstes Medium ist die eMail. Viele Anfragen und Absprachen erfolgen per Telefon / Fax. Für die Präsentation nach außen ist die Internetpräsenz [www.silicon-saxony.net](http://www.silicon-saxony.net) unersetzlich. Das Internet als internes Kommunikationsmittel spielt aber bisher eher eine untergeordnete Rolle.

Ein Grund ist sicherlich, dass „Silicon Saxony“ eher eine Strategische Allianz mit einem breiten Wirkungsspektrum als ein Unternehmensnetzwerk mit konkreten Produkten ist.

Eine solide Vertrauensbasis lässt sich in diesem Rahmen nur durch persönliche Kontakte erhalten. Die Kommunikation findet in zeitlich größeren Abständen und anlassbezogen statt.

Erfahrungen mit einer eingesetzten Internet-/Intranetlösung mit Content-Management-Funktionalität zeigten, dass kein Bedarf an der Nutzung von Chat, Foren oder gemeinsamer Dokumentenverwaltung bestand. Wichtiger erschien eine gut gepflegte Internetplattform als gemeinsame Marketingplattform, die einfach bedienbar, aktuell und erweiterbar ist. Eine effektive Verwaltung der Inhalte und die Mehrsprachigkeit der Lösung waren Anforderungen der Mitglieder.

Ein Grobkonzept definierte die Anforderungen. Die Z&Z Werbeagentur aus Dresden realisierte die Plattform als datenbankgestützte Internet-Lösung. Die Inhalte werden von der Geschäftsstelle gepflegt und verwaltet. Bei der Umsetzung der Lösung wurde streng darauf geachtet, dass benutzerfreundliche Szenarien durchgängig angewendet wurden und die Präsentation gleicher Inhaltstypen an allen Stellen gleichartig erfolgt.



Abbildung 6: Design von www.silicon-saxony.net

Erste Ansätze zur Unterstützung der Arbeitskreise liefert das „Kompetenzhaus Mikroelektronik“. Für Bildungsanbieter des Netzwerkes wurde eine gemeinsame Marketing-Plattform entwickelt. Aufnahme und Einstellen von Bildungsangeboten sind kostenpflichtig. Erfolg hat der zusätzliche Vertriebsweg nur durch ein aktives Marketing. Im Intranet-Bereich erhalten die Mitglieder die Möglichkeit, Ihre eigenen Profile zu aktualisieren. Die Berechtigungen werden durch einen Administrator vergeben. Die komplette Mitgliederverwaltung erfolgt aus Datenschutzgründen weiterhin offline.

Wie kann die Erweiterbarkeit des Systems gewährleistet und in welche Richtungen muss es angepasst werden?

Im ersten Schritt, nicht zuletzt aus Kostengründen, wurde auf eine Erweiterung hinsichtlich Content-Management-Funktionalität verzichtet. Die zu realisierende Internet-Plattform sollte jedoch bezüglich der Inhalte erweiterbar sein.

Erst in einem zweiten Schritt wird ein Pflichtenheft erstellt, welches die Anwendungsfälle, die notwendigen Funktionen sowie die Systemarchitektur beschreibt.

Geschäftsmodelle zur Unterstützung der Arbeitskreise, Serviceangebote von Förderern / Mitgliedern sowie ein geeignetes Betreiberkonzept sind derzeit in der Planungsphase. Aufgrund der klaren Forderung der Mitglieder nur Services anzubieten, die Vorteile für die Mitglieder bringen, deren Prozesse klar definiert und die finanzierbar sind, ist der Aufbau einer interaktiven Kommunikationsplattform nur schrittweise möglich. Benötigt wird ein prozessorientiertes Content-Management-System mit Shopping-Funktionalität.

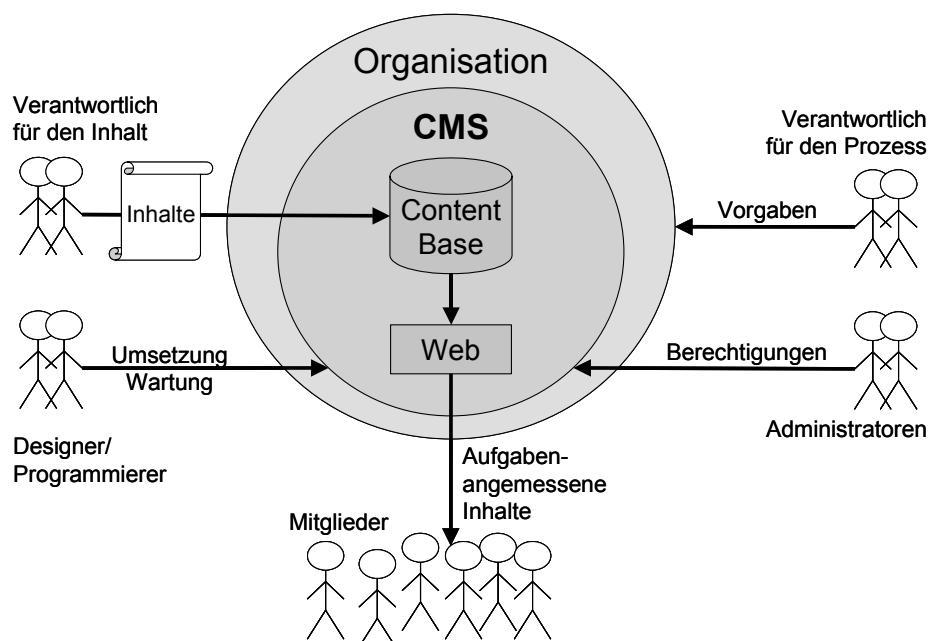


Abbildung 7: Prozessorientiertes Content-Management-System

Der iterative Aufbau des Systems zur Unterstützung der Information, Kommunikation und Kooperation im Netzwerk erfolgt also in drei Schritten:

1. Entwicklung und aktuelle Pflege der Internetplattform mit Präsentation des Vereins, seiner Mitglieder, der Förderer, der Kooperationsbeziehungen nach außen sowie aktueller Meldungen, Termine und bereits einzelner Informationsservices
2. Entwicklung von Dienstleistungen und Services zum Nutzen der Mitglieder und Integration in eine interaktive Kommunikationsplattform (Intranet-Lösung)
3. Entwicklung von Geschäftsmodellen für Dienstleistungsangebote des Netzwerks bzw. Mitgliederkooperationen nach außen (incl. Web-Services im Extranet)

## 2.4 Die Zukunft hat begonnen

Der konzeptionelle Grundstock für die Zukunft ist gelegt. Der Vorstand und die Mitglieder müssen sich damit auseinandersetzen, wie schnell die Entwicklung gehen soll, welches die strategischen Schwerpunkte sind, wie die Risiken und Gewinne verteilt werden und, wie in jeder Organisation, wie das erlangte Wissen gesichert werden kann. Dabei ist eine ständige Bewertung der eingeschlagenen Richtung und der Ergebnisse sowie die Zufriedenheit der Mitglieder von entscheidender Bedeutung.

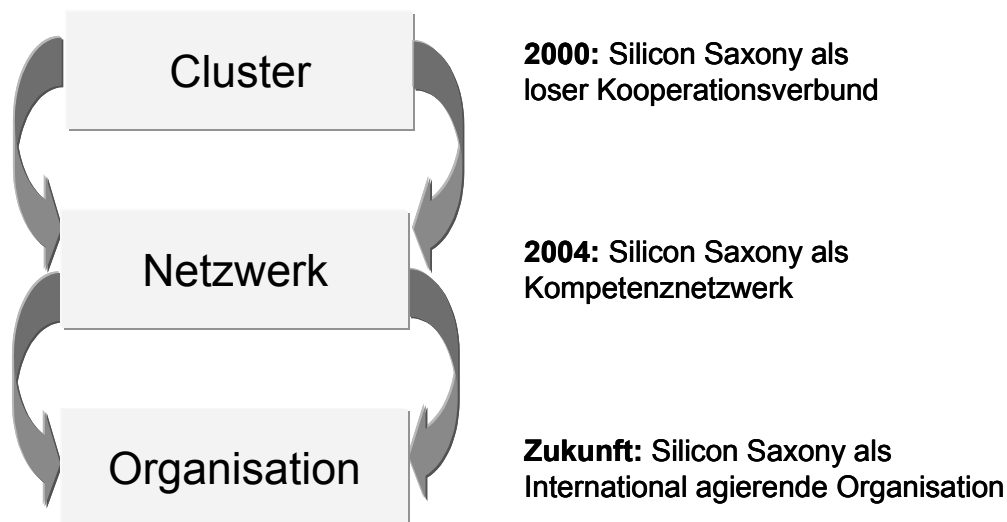


Abbildung 8: Ziel - Silicon Saxony e.V. als international anerkannte Organisation der Mikroelektronik mit erfolgreichen Unternehmensnetzwerken

## 3. Literaturverzeichnis

- [1] Döring, N.; Sozialpsychologie des Internets, Hogrefe-Verlag, Göttingen 1999
- [2] Gersten, K. (Hrsg.); Arbeit + Technik in den neuen Bundesländern, Wirtschaftsverlag NW 2000 mit Beitrag von Griese, D.; Vocke, H.; Information und Kommunikation in Unternehmensnetzwerken – Planung, Aufbau und Gestaltung
- [3] Griese, D.; Vocke, H.; Developing an European Assembly Network: in Preprints of the EUREKA-FACTORY EURAS 4<sup>th</sup> International Colloquium on Market-oriented flexible assembly processes, Stockholm, 08. Juni 2001
- [4] Stähler, P.; Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie, 2. Aufl., Josef Eul Verlag, Lohmar 2002
- [5] Wahlster, W.; Lecture Notes in Informatics – Proceedings der Jahrestagung der GI 2003, Band 2; Frankfurt; Vocke, H.; Fett, A.; Aufbau von Web-Portalen für Unternehmenskooperationen – Vorgehen, Funktionen, Architektur, Erfahrungen