

Projekt: Lernen in global-lokalen Unternehmensnetzwerken. Das Beispiel der Volkswagen-Zulieferer in Mexiko.

Autorin: Alexandra Endres

Wissen ist ein wichtiger, vielleicht der wichtigste Rohstoff der gegenwärtigen Weltwirtschaft. Günstige Löhne allein reichen nicht mehr aus, um einem Land langfristig Vorteile vor anderen Ländern zu verschaffen. Zu leicht lassen sie sich unterbieten. Schwieriger ist es, das richtige, im weltweiten Wettbewerb gefragte Wissen zu erwerben, beispielsweise über technologisch neue Produkte, innovative Produktionsverfahren oder effiziente Organisationsformen.

Wettbewerbsvorteile, die aus Wissen resultieren, können nachhaltiger sein als bloße Lohnvorteile. In schnelllebigen Branchen mit häufigen Produktwechseln können sie aber auch besonders rasch wieder verloren gehen, denn hier hat Wissen nur eine kurze Halbwertszeit. Um im Wettlauf gegen die Konkurrenz nicht zurückzufallen, müssen die Betriebe solcher Branchen ihre Mitarbeiter ständig weiterbilden, die Unternehmen kontinuierlich in Forschung und Entwicklung investieren.

Ein Beispiel für eine solche schnelllebige Branche ist die Automobilbranche. Ihre Unternehmen sind darauf angewiesen, ständig zu lernen. Das gilt für die Zentralen in den traditionellen Produktionsländern - z.B. Deutschland oder den USA - ebenso wie für die Filialen in Schwellenländern, in denen die Automobilindustrie nur wenigen Jahrzehnte alt ist - z.B. Mexiko. Es gilt aber vor allem für die direkten Zulieferer der großen Autobaue, denn sie haben in den vergangenen Jahren immer größere Teile der Autoproduktion, der Forschung und Entwicklung übernommen und stehen unter besonderem Wettbewerbsdruck.

Die o.g. Arbeit versucht am Beispiel der Volkswagen-Zulieferer in Mexiko herauszufinden, woher diese Betriebe das Wissen beziehen, das sie für eine wettbewerbsfähige Produktion brauchen. Generell gilt räumliche Nähe als positiv für den Wissenstransfer. Gerade in einer globalisierten Branche wie der Automobilindustrie können aber auch andere Formen der Nähe eine Rolle spielen, beispielsweise die organisationale, hierarchische, technologische und kulturelle Nähe. Wie diese Formen von Nähe interagieren, sich gegenseitig fördern oder hemmen und schließlich den Wissenserwerb der Betriebe beeinflussen, ist die Basisfrage der Arbeit.