

Working Paper No. 2006-02

**Die Schmuck- und Edelsteinbranche  
in Idar-Oberstein –  
Entwicklung und Perspektiven  
eines Regionalen Clusters**

Timo Litzenberger

August 2006

**Universität zu Köln**

Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut  
Albertus-Magnus-Platz  
50923 Köln

---

Dr. Timo Litzenberger

Telefon: +49-221-470-2372

Fax: +49-221-470-5009

E-Mail: [kontakt@litzenberger.info](mailto:kontakt@litzenberger.info)

**ISSN 1434- 3746**



## Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>Verzeichnis der Tabellen.....</b>	<b>II</b>
<b>Verzeichnis der Abbildungen .....</b>	<b>II</b>
<b>Verzeichnis der Karten .....</b>	<b>II</b>
<b>1 Einführung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Idar-Oberstein und seine Schmuck- und Edelsteinindustrie .....</b>	<b>2</b>
2.1 Die Stadt Idar-Oberstein.....	2
2.2 Entwicklung und Verbreitung der Schmuck- und Edelsteinindustrie .....	4
2.3 Die Branche heute .....	11
2.3.1 Betriebe, Beschäftigte und ihre regionale Bedeutung.....	11
2.3.2 Unterstützende und verwandte Institutionen.....	15
2.3.3 Zusammenarbeit und Milieu .....	18
<b>3 Die Schmuck- und Edelsteinindustrie als Cluster? .....</b>	<b>22</b>
3.1 Mögliche Konzepte zur Einordnung .....	22
3.1.1 Das hierarchische Cluster-Konzept der Europäischen Union...22	22
3.1.2 Das Konzept der Industriedistrikte.....	24
3.1.3 Das Konzept des Innovativen Milieus.....	25
3.2 Die Schmuck- und Edelsteinindustrie als Regionaler Cluster, Industriedistrikt und nicht-innovatives Milieu.....	25
<b>4 Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen .....</b>	<b>31</b>

## Verzeichnis der Tabellen

	<b>Seite</b>
Tabelle 1: Beschäftigtenzahlen in der Schmuckverarbeitung und ihre Veränderung nach Kreisen 1987-2005.....	14
Tabelle 2: Anzahl und Größe der Betriebe in der Schmuckverarbeitung nach Kreisen 1999, 2002, 2005.....	14
Tabelle 3: Institutionen der Schmuck- und Edelsteinindustrie in und um Idar-Oberstein.....	16
Tabelle 4: Aussteller und Fachbesucher der Messe Intergem 1989-2005 .....	17
Tabelle 5: Merkmale der Idar-Obersteiner Schmuck- und Edelsteinindustrie .....	26

## Verzeichnis der Abbildungen

	<b>Seite</b>
Abbildung 1: Bevölkerung der Stadt Idar-Oberstein 1970-2015 .....	3
Abbildung 2: Standorte der Wasserschleifen um 1900 .....	7
Abbildung 3: Das manuelle Schleifen von Edelsteinen früher und heute.....	9
Abbildung 4: Relative Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in der Schmuckverarbeitung 1987-2005.....	13
Abbildung 5: Drei hierarchische Cluster-Konzepte .....	23

## Verzeichnis der Karten

	<b>Seite</b>
Karte 1: Verbreitung der edelsteinverarbeitenden Betriebe im Kreis Birkenfeld .....	6
Karte 2: Regionale Cluster in der deutschen Edelsteinindustrie.....	28

## Zusammenfassung

Die Schmuck- und Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein war viele Jahrhunderte lang der wirtschaftliche Motor der Region. Seit den 1970er Jahren hat sie auf Grund zunehmender globaler Konkurrenz viel von ihrer einstigen Wettbewerbsfähigkeit und Bedeutung verloren. Trotz dem fortschreitenden Abbau von Arbeitsplätzen und der Schließung von Betrieben stellt die Branche noch immer einen der bedeutendsten Regionalen Schmuckcluster in Deutschland sowie den Imageträger der Region dar. Allerdings erfüllen die Akteure wegen mangelnder Kommunikation und Kooperation nicht die Voraussetzungen, um durch Innovativität und Kreativität ihre Wettbewerbsfähigkeit auf globaler Ebene auszubauen oder zu erhalten. Um das konservative Milieu aufzubrechen sowie Egoismen und Partikularinteressen zu überwinden, bedarf es eines professionellen Mediators, der eine ganzheitliche Vision erarbeitet und durchsetzt. Diese muss, um auch der Region zu neuem Aufschwung verhelfen zu können, neben der Förderung der internen Zusammenarbeit auch die Bereiche Marketing, Tourismus und Existenzgründung umfassen.

*Schlagwörter: Idar-Oberstein, Deutschland, Schmuckindustrie, Edelsteinindustrie, Regionaler Cluster, Industriedistrikt, Innovatives Milieu*

## Abstract

For centuries the manufacturing of jewellery and gems was the economic backbone of the region of Idar-Oberstein, Germany. Due to growing global concurrence since the 1970ies the regional industry has lost much of its former importance. Despite ongoing cutbacks of employment and closing of firms the industry remains one of the major regional jewellery clusters in Germany, and it still shapes the image of the city and region. But on account of missing communication and cooperation between the actors within the industry, the conditions to enhance or maintain their global competitiveness by innovation and creativity are not met anymore. A professional mediator is needed to change the conservative milieu and to overcome the clashing individual interests. To do this, a holistic vision has to be elaborated and implemented. In order to ameliorate the economic situation of the region, this concept has to comprise not only the promotion of regional cooperation but also measures in marketing, in tourism and in the setting-up of new businesses.

*Key words: Idar-Oberstein, Germany, jewellery industry, gems industry, Regional Cluster, industrial district, innovative milieu*

# 1 Einführung

Idar-Oberstein bezeichnet sich als das „Weltzentrum in Farbedelsteinen“ (Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie 2006). In und um Idar-Oberstein werden unter anderem die „Goldene Kamera“ und Schmuck der Luxusmarken Tiffany, Cartier oder Bulgari gefertigt. Allerdings hat die Schmuck- und Edelsteinbranche seit Beginn der 1970er Jahre mit einem stetigem Bedeutungsverlust und Arbeitsplatzabbau zu kämpfen, der sich auch auf die Wirtschaftskraft der Region auswirkt. Trotz des schleichenden Niedergangs ist noch immer eine ausreichende Dichte an Betrieben und Institutionen vorhanden, um im weltweiten Wettbewerb bestehen zu können.

Anhand einer Einordnung der Schmuck- und Edelsteinindustrie in verschiedene theoretische Cluster-Konzepte prüft das vorliegende Papier, wo mögliche Erklärungen für die mangelnde Wettbewerbsfähigkeit der Branche liegen. Davon ausgehend, leitet es Maßnahmen zur Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit der Branche ab.

Dazu beschreibt Kapitel 2.1 kurz die aktuelle wirtschaftliche Situation und Herausforderungen für die Stadt Idar-Oberstein. Kapitel 2.2 befasst sich mit der Entwicklung und der regionalen Verbreitung der Schmuck- und Edelsteinindustrie. Das Kapitel 2.3 geht auf die aktuellen Akteure in der Branche und die Art ihrer Kooperation ein. In Kapitel 3.1 werden drei mögliche Cluster-Konzepte vorgestellt, bevor in Kapitel 3.2 überprüft wird, inwiefern diese auf die Schmuck- und Edelsteinindustrie anwendbar sind. Schließlich gibt Kapitel 4 Handlungsempfehlungen, die eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Branche in der Region zum Ziel haben.

## 2 Idar-Oberstein und seine Schmuck- und Edelsteinindustrie

### 2.1 Die Stadt Idar-Oberstein

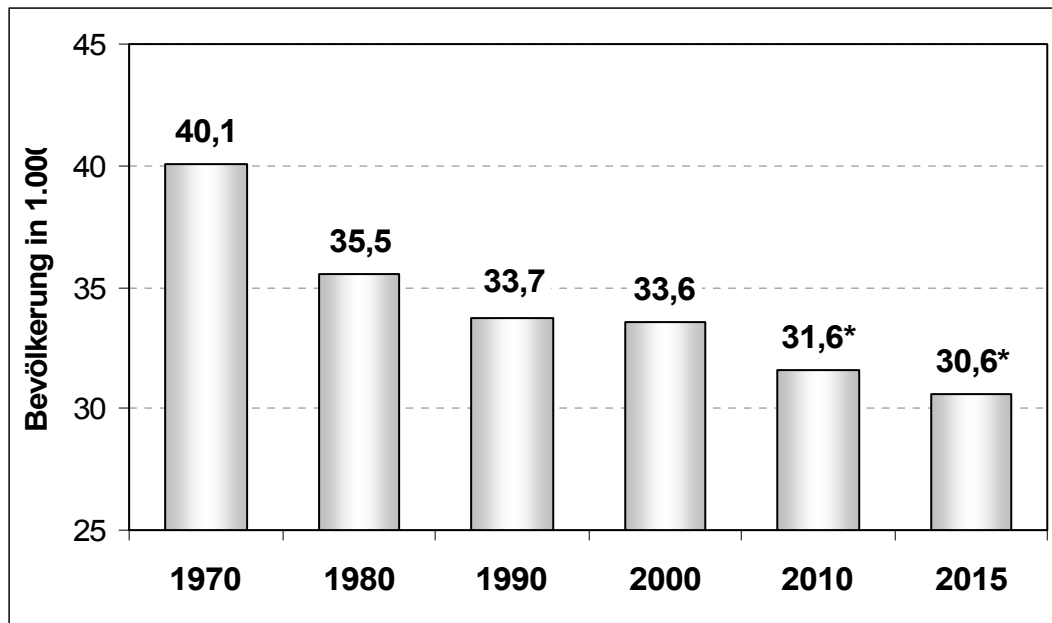
Die Stadt Idar-Oberstein hat 32.254 Einwohner (Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2006, Stand: 31.12.2005) und liegt im Landkreis Birkenfeld in Rheinland-Pfalz (siehe Karte 1) im Mittelpunkt der Städte Mainz, Koblenz, Trier, Saarbrücken und Kaiserslautern. Idar-Oberstein ist als voll ausgestattetes Mittelzentrum in Rheinland-Pfalz und als zentraler Ort an der Oberen Nahe klassifiziert. Allerdings verfügt die Stadt über keinen direkten Autobahnanschluss und sowohl Bundesstraßen als auch die Verbindungen der Bahn sind lediglich in Ost-West Richtung gut ausgebaut. Auf Grund des Truppenübungsplatz' Baumholder ist die Stadt von ihrem südlichen Umland abgeschnitten.

Besorgniserregend ist die wirtschaftliche Entwicklung. Leider liegen die Arbeitslosenquoten auf Gemeindeebenen in Rheinland-Pfalz nicht vor. Allerdings sind im Jahr 2005 mit durchschnittlich 4.262 Personen mehr als 13,1% der *Gesamtbevölkerung* in Idar-Oberstein arbeitslos gemeldet. In den anderen Verbandsgemeinden des Landkreises sind es 9% und in Rheinland-Pfalz lediglich 4,3%.<sup>1</sup> Diese Situation könnte sich durch den diskutierten Abzug eines Teils der in Idar-Oberstein stationierten US-Truppen weiter verschärfen.

Die hohe Arbeitslosigkeit macht sich auch an der Entwicklung der Bevölkerungszahl fest. Diese hatte sich nach den ersten Krisen der Schmuck- und Edelsteinbranche in den 1990er Jahren stabilisiert. Seit dem Jahr 2000 sinkt die Einwohnerzahl jedoch wieder. Für das Jahr 2015 prognostiziert das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz nur noch knapp 30.600 Einwohner (siehe Abbildung 1). Dabei verliert die Stadt Idar-Oberstein von 2000 bis 2015 mit knapp 10% ihrer Bevölkerung einen viel größeren Anteil ihrer Bevölkerung als alle anderen Verbandsgemeinden des Landkreises Birkenfeld (zum Vergleich: Im gesamten Bundesland Rheinland-Pfalz werden die Einwohnerzahlen zwischen 2000 und 2015 lediglich um 2,4% abnehmen; Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2005a;b).

---

<sup>1</sup> Die von der Bundesagentur für Arbeit genutzte Arbeitslosenquote bezieht sich auf die zivilen Erwerbspersonen und liegt in etwa doppelt so hoch; d.h. für die Stadt Idar-Oberstein bei geschätzten 26%. Zum Vergleich: Die Arbeitslosenquote für das Land Rheinland-Pfalz beträgt im Jahr 2005 durchschnittlich 8,8% (Bundesagentur für Arbeit 2006c).

**Abbildung 1: Bevölkerung der Stadt Idar-Oberstein 1970-2015**

Quelle: Statistisches Bundesamt 1970 bis 2006.

\*: Prognose des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2005a.

In Idar-Oberstein liegt der Anteil der 25- bis 39-jährigen mit 17,8% (Stand: 31.12.2005) signifikant niedriger als im Kreis Birkenfeld (18,1%) und in Rheinland-Pfalz (19,6%). Zudem verlassen weiterhin junge Abiturienten die Region, um ein Studium aufzunehmen. Danach kehren sie in den seltensten Fällen zurück. Durch das Verschwinden junger, gut ausgebildeter Menschen nimmt die Risiko- und Innovationsfreude sowie die Bereitschaft, neue Verfahren und Technologien einzusetzen tendenziell ab. Dieser Trend verstärkt sich weiter, da es für diese Personengruppe und potenzielle Investoren immer weniger attraktiv ist, in einer alternden Gesellschaft mit nachlassender gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Dynamik zu wohnen oder zu investieren. Mittlerweile macht der Anteil der Personen über 60 Jahren bereits 29,0% der Gesamtbevölkerung aus. Diese Dimension wird das Land Rheinland-Pfalz mit augenblicklich 24,8% erst im Jahr 2020 erreichen (Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2005b).

Die schwierige wirtschaftliche Situation, aber auch das Ausweisen immer neuer innenstadtferner Verkaufsflächen, spiegelt sich mittlerweile auch im Bild der beiden Innenstädte von Idar und Oberstein wider. Diese sind zunehmend von Leerständen geprägt (vgl. Acocella 2005, S. 44f).

Allerdings hat die Stadt auch Stärken. Arent und Wolf (1994, S. 107ff.) identifizieren bei der Entwicklung eines Stadtmarketingkonzepts die hohe Lebens-,



Wohn- und Umweltqualität, die sich aus der landschaftlichen Attraktivität und niedrigen Mieten ergibt. Daneben existieren durch die Nähe des expandierenden Flughafens Hahn (siehe Karte 1) ungenutzte Potentiale. Zwar haben die Stadt und die Region nicht zuletzt durch den stetigen Arbeitsplatzabbau in der Schmuck- und Edelsteinindustrie stark an Wirtschaftskraft eingebüßt, trotzdem liegt in dieser Branche die *potentielle* Stärke der Stadt. Nur durch sie wurde Idar-Oberstein über den Landkreis hinaus weltweit bekannt und kam zu einem Image, von dem sie noch heute profitiert.

## 2.2 Die Entwicklung und Verbreitung der Schmuck- und Edelsteinindustrie

*„Im Mittelalter gab es im Heiligen Römischen Reich eine große Anzahl von Edelsteinschleifern in wirtschaftlichen Zentren wie Nürnberg, Augsburg, Prag, Mailand, Florenz, um nur einige zu nennen. Diese Werkstätten haben die geschichtlichen Entwicklungen nicht überlebt oder sind heute eher bedeutungslos.“*

Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie 2006

Die „Mineralvorkommen der heimischen Gesteinsart“ (Wild 1963, S. 5) bildeten „den Ausgangspunkt für die [...] ansässige edelsteinverarbeitende Industrie“ (Henningsen/Katzung 1976, S. 186). „In den Melaphyrdecken am oberen Nahetal und beiderseits des Idarbachtales“ (siehe Karte 1 und Abbildung 2) finden sich vor allem Achate und Amethyste (Fischer 1989, S. 171). Wann die ersten Rohsteine im Gebiet der Saar und Nahe gefunden und in der Folge verarbeitet wurden, ist historisch nicht gesichert. Sicher ist allerdings, dass die Entstehung der Edelstein- und Schmuckindustrie bis ins hohe Mittelalter zurück geht, da bereits im Jahr 1375 der Abbau von Achaten und anderen Edelsteinen in Minen der Region erstmals urkundlich erwähnt wird (vgl. Naheland-Touristik 2006).<sup>2</sup> Bis zum Ende des 18. Jahrhunderts blieben diese, in den Minen rund um Idar-Oberstein gewonnenen, Halbedelsteine die

---

<sup>2</sup> Dazu schreibt Becker 1961, S. 170: „Bis zur Mitte des 15. Jahrhunderts gibt es lediglich Vermutungen über die Herkunft und den Beginn des Gewerbes in dieser Gegend. Die im Gebiet an der oberen Nahe aufgestellte Behauptung, daß schon in der Römerzeit im Nahegebiet Achate gefunden und geschliffen wurden, ist nicht zu belegen. Zwar lassen die archäologischen Funde im Raum Idar-Oberstein auf eine sehr dichte römische Besiedlung schließen, doch haben sich die als Beweise für das Bestehen einer Achatschleiferei genannten Gemmen und Ringe im römischen Museum in Trier nach fachmännischer Prüfung als Achate erwiesen, die nicht im Naheraum gefunden worden sind.“

einzigsten Rohstoffquellen der Region. (vgl. Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e.V. 2006).

Die Mineralien wurden mit in der Pfalz abgebauten und bis zu zwei Tonnen schweren Sandsteinrädern bearbeitet. Um diese in Bewegung zu setzen, war die mechanische Nutzung von Wasserkraft notwendig. Da die Nahe als Mittelgebirgsfluss wegen der Hochwasser im Winter dazu ungeeignet war (vgl. Reidenbach 1964, S. 26), wurden die erstmals im Jahr 1540 urkundlich erwähnten Schleifereien (vgl. Falz 1926, S. 27) an den Nebenbächen, vor allem am Idarbach und am Fischbach errichtet (siehe Karte 1). Im Jahr 1715 waren insgesamt 57,5% der männlichen Einwohner Idars in der Edelsteinverarbeitung (Schleifen oder Bohren) tätig (vgl. Falz 1926, S. 30). Aus den Anfängen der Achatschleiferei entwickelten sich verwandte Gewerbe wie Edelsteinbohrer, Hohlschleifer, Graveure, Heraldiker, sowie Silber- und Goldschmiede (letztere sind ab dem Jahr 1700 urkundlich nachweisbar).

In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts emigrierten aus wirtschaftlicher Not – nicht zuletzt deswegen, weil die Rohstoffvorkommen in den Minen stark zurückgingen (vgl. Gabriel 1961, S. 7) – viele Menschen aus dem Hunsrück vor allem nach Nord- und Südamerika. Sie entdeckten mehr oder weniger zufällig umfangreiche Rohsteinlager in Brasilien.<sup>3</sup> Die daraufhin nach Idar-Oberstein importierten Steine lösten die sich erschöpfenden und durch den Abbau unter Tage teuren heimischen Rohstoffe ab, bis dieser im Jahr 1870 völlig zum Erliegen kam (vgl. Falz 1926, S. 53). Dagegen blühte die Verarbeitung durch die neuen billigen Importe auf. Im Jahr 1870 wurden in den Ortschaften auf dem Gebiet der deutschen Edelsteinstraße 183 Wasserschleifen gezählt. Obwohl deren Zahl sich bis 1890 auf 145 verringerte, waren um das Jahr 1900 auf nur ca. elf Kilometer Länge des Idarbaches knapp 70 Achatschleifen angesiedelt (siehe Abbildung 2) und auch am benachbarten Fischbach dürften es nicht viel weniger gewesen sein.<sup>4</sup> „Der Idarbach war das betriebsreichste Gewässer im ganzen Deutschen Reich. Ihm nahe kam nur die Wupper bei Solingen“. (A.

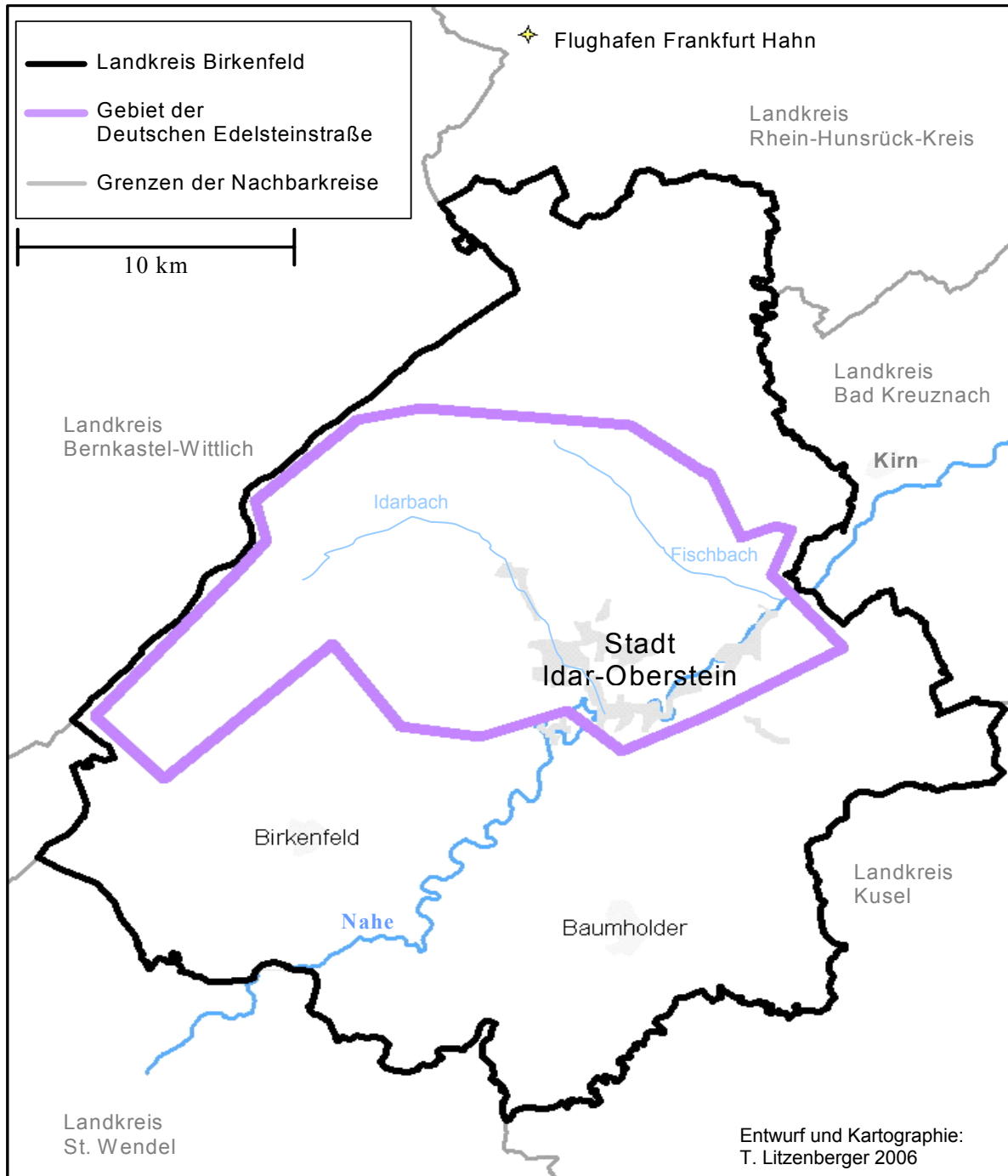
---

<sup>3</sup> Im Jahr 1827 wurden in der deutschen Kolonie St. Leopoldo im Süden Brasiliens umfangreiche Achatvorkommen entdeckt und ab 1834 nach Idar-Oberstein exportiert. Dies begründete den Handel mit dem Rohstoff. Die Schleifer erwarben nun die Steine in der Regel auf Steinauktionen (vgl. Falz 1926).

<sup>4</sup> Noch heute existiert an beiden Bächen jeweils eine für touristische Zwecke genutzte Bachschleife: Die „Weiherschleife“ am Idarbach und die „Geracher Wasserschleife“ am Fischbach. Eine weitere noch in Betrieb befindliche Achatschleiferei ist am Asbach einem Zufluss des Fischbachs in der Ortschaft Asbacherhütte zu finden.

Loch zitiert in Becker 1961, S. 3). Dampfkraft und vor allem die ab dem Jahr 1900 eingeführte Elektrizität lösten das Wasser als Antriebskraft der Schleifen ab. Damit konnten die Betriebe in günstiger gelegene Standorte innerhalb der Stadt ausweichen (vgl. Brandt 1967, S. 72f; Fischer 1989, S. 171).

### Karte 1: Verbreitung der edelsteinverarbeitenden Betriebe im Kreis Birkenfeld



Mit der Entdeckung und Verarbeitung von wertvolleren Steinen wie Aquamarinen, Turmalinen oder Saphiren um das Jahr 1890 erlebte die Branche einen deutlichen Aufschwung. Zu dieser Zeit verlor die Sandsteinschleiferei zugunsten einer aus Böhmen importierten Schleiftechnik stark an Bedeutung. Die neue Technik (Lapidieren) nutzte kleine, horizontal laufende Metallscheiben und erlaubte es, auch härtere Steine zudem präziser zu verarbeiten als es mit der herkömmlichen Sandsteintechnik möglich gewesen war (Falz 1950, S. 54ff.). Zu dieser Zeit wurde auch die erste Diamantschleiferei (1886) in Idar-Oberstein gegründet. Mit der Entdeckung ergiebiger Diamantvorkommen, in der damaligen Kolonie Deutsch-Südwest-Afrika, dem heutigen Staate Namibia, im Jahre 1906 konnte das damalige Londoner Diamantsyndikat umgangen werden, was zu einem weiteren Wachstum der Branche führte (vgl. Giloi 1925, S. 31).

**Abbildung 2: Standorte der Wasserschleifen um 1900**



Quelle: Reidenbach 1986, S. 81

Nach der Jahrhundertwende wuchsen die Betriebsgrößen auf Grund des steigenden Absatz von Farbedelsteinen und Diamanten, der Unabhängigkeit von der Wasserkraft und vor allem der einsetzenden Produktion von Standardware. Obwohl große Teile der Branche weiterhin im Verlagssystem organisiert waren, entstanden Manufakturen, in denen Lohnarbeiter die Vorteile industrieller Arbeitsteilung durch Spezialisierung auf „Schneiden der Rohware, Ebauchieren, Facettieren, Polieren“ nutzten (Falz 1926; S. 113). Dabei unterschieden sich die Strukturen zwischen den damals noch eigenständigen Städten.<sup>5</sup> In Oberstein stellten größere, metallverarbeitende Betriebe vor allem Modeschmuck und Metallwaren her.<sup>6</sup> Mitte des 20. Jahrhunderts arbeiteten in den Fabriken<sup>7</sup>, einschließlich der Heimarbeiter des Verlagssystems etwa 5.000 Menschen (vgl. Sudau 2006, S. 19). In Idar dagegen fand die Edelsteinverarbeitung in kleineren Betriebseinheiten statt, war aber von den Zahlen her nicht weniger bedeutend.

Durch die Unterbrechung der Versorgung mit Rohsteinen in der Folge des ersten Weltkriegs setzte sich die Verarbeitung und Herstellung synthetischer Steine durch (vgl. Giloi 1925, S. 71). Nach Beendigung der Kriegshandlungen wurde die Qualität des Idarer Schliffs („Idar-Cut“) weltweit bekannt. Durch den wirtschaftlichen Aufschwung im Dritten Reich profitierte vor allem die Diamantindustrie, da Diamanten sowohl in der Rüstungsindustrie als auch als Devisenbeschaffer benötigt wurden. Nach dem Ende des zweiten Weltkrieges und dem Abbau der Handels- und Währungsbeschränkungen wurden die Erzeugnisse der Idar-Obersteiner Schmuck- und Edelsteinbranche für Kunden aus dem Ausland wegen niedriger Preise durch geringe Löhne (60 bis 70 Pfennig pro Stunde) und günstiger Wechselkurse schnell wieder attraktiv. Zudem hatte sich an der hohen Qualität nichts geändert. Ruppenthal (1985, S. 53ff.) schätzt, dass allein die Zahl der Diamantschleifer im Lohnschliff von etwa 1.000 in der ersten Nachkriegszeit bis auf etwa 3.500 gestiegen ist. Allerdings endete dieser Boom durch den Anstieg der Löhne in Deutschland. Als Israel Anfang der 1960er Jahre staatliche Subventionen für die Branche ein-

---

<sup>5</sup> Die Stadt entstand am 01.10.1933 durch den Zusammenschluss der Städte Idar und Oberstein, sowie einiger Nachbargemeinden (vgl. Stadtmarketing Idar-Oberstein e.V. 2003).

<sup>6</sup> Der Ausdruck „Uwastähler Schurschde Gold“ (Obersteiner Schornstein-Gold“) kommt nicht von ungefähr. Er bezeichnet die „Qualität“ des vergoldeten Modeschmucks, der nach einiger Zeit schwarz anlief.

<sup>7</sup> Eine dieser Fabriken, die sich zwischen Bahnhof und Wilhelmstraße konzentrierten, kann heute als „Industriedenkmal Bengel“ besichtigt werden.

fürte, verlagerte sich der Lohnschliff komplett dorthin und später weiter in Schleifzentren in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Auch die Betriebe der Farbedelsteinverarbeitung spürten Anfang der 1970er Jahre erhöhten Wettbewerbsdruck. Sie konnten mit den günstigen und zum Teil auch guten Schliffen von Massenprodukten in Niedriglohnländern wie Indien, Thailand, Hongkong und Brasilien nicht mehr konkurrieren (vgl. Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e.V. 2006.). Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen waren in der arbeitskraftintensiven Produktion kaum mehr möglich (siehe dazu Abbildung 3). Zudem hatten diese Produktionszentren die Vorteile von Rohsteinvorkommen im eigenen Land. Die in Idar-Oberstein produzierenden Betriebe reagierten auf diese Kostenkrise mit zwei unterschiedlichen Strategien:

- Ausweichen auf die Herstellung höherwertiger Ware, bei der der Lohnkostenanteil weniger ins Gewicht fällt.
- Technisierung und Automatisierung des Bearbeitungsprozesses von Edelsteinen

**Abbildung 3: Das manuelle Schleifen von Edelsteinen früher und heute**



Quelle: Wetmann 2006, Lind 2005

Neben der Verringerung der relativen Lohnkosten stellte die erste Strategie sicher, dass sich die Branche bei der Verarbeitung von Edelsteinen im Bereich mittlerer bis allerfeinster Qualitäten einen ausgezeichneten Ruf erarbeiten

konnte. Davon profitierten vor allem Klein- oder Kleinstbetriebe, da die Produktion meist Einzelstücke umfasste (vgl. Ruppenthal 1985, S. 81).

Mit der zweiten Strategie, der Technisierung und Automatisierung, verringern sich die Herstellungskosten absolut. Zugleich konnte die Qualität einzelner Schliffe verbessert werden. Diese kostengünstige Massenproduktion findet vor allem im niedrigen und mittleren Preissegment von Schmuck- und Edelsteinen statt. Auch Unternehmen, die sich auf die Produktion von Modeschmuck, wie zum Beispiel Ketten, Broschen, Ohrringe etc. spezialisiert haben, produzieren automatisiert (vgl. Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e.V.). Allerdings unterliegen diese Produkte einem ständigen Wechsel von Modetrends und müssen wegen der national bis international organisierten Vertriebskanäle in sehr großen Stückzahlen produziert werden. Werden die Produkte nicht abgesetzt, liegt das Risiko oftmals beim Produzenten. Um in diesem Segment agieren und überleben zu können, waren die Betriebsgrößen und Kapitalstärken im Raum Idar-Oberstein meist zu gering, weswegen die größeren schmuckverarbeitenden Betriebe in Oberstein – im Gegensatz zur Stadt Pforzheim (siehe dazu Tabelle 2) – bis heute fast alle verschwunden sind.

Im Vergleich zur Produktion spielt der Handel mit Schmuck sowie vor allem Roh- und verarbeiteten Edelsteinen heute die wichtigere Rolle. Die Anfänge der Handelsbeziehungen gehen dabei auf die bereits erwähnte Rohstoffkrise und die Auswanderung vieler Schleifer zurück, die in der Folge an der Entdeckung fast aller neuen Rohstoffvorkommen im letzten und diesem Jahrhundert beteiligt waren (vgl. Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e.V. 1970). Einen Bedeutungszuwachs erfuhr der Edelsteinhandel als in den 1960er Jahren der Lohnschliff von Diamanten völlig zum Erliegen kam. Als Reaktion darauf wichen die bestehenden Unternehmen auf den Handel mit Diamanten aus: „Als Händler kauften sie Ware von den Produzentenländern in Amsterdam, Antwerpen, Tel Aviv und New York, um sie dann an die Verbraucher weiterzuverkaufen.“ (Ruppenthal, 1985, S. 104). Um einer drohenden Verlagerung des Diamantheandels nach Frankfurt entgegenzuwirken wurde auf Initiative ortsansässiger Handels- und Produktionsfirmen im Jahr 1974 die Diamant- und Edelsteinbörse gegründet. In der Folge etablierte sich Idar-Oberstein als Zulieferzentrum für alle Arten von Edelsteinen vor allem für den Fachhandel. In den 1980er Jahren überschritt der Edelsteinhandel in Deutschland seinen Höhepunkt. Dies war zum einen auf die schwieriger gewordene konjunkturelle Lage, als auch das Schrumpfen der

verarbeitenden Industrie zurückzuführen. Auch die Verlagerungen des Großhandels mit Diamanten nach Frankfurt und in andere Großstädte konnte, laut Ruppenthal (1985), wegen mangelnder Kapitalausstattung und Risikobereitschaft der einzelnen Firmen dagegen nicht verhindert werden. Viele Auslandskunden gingen deshalb den direkten Weg zu den in vielen Gebieten preiswerter produzierenden Edelsteinzentren (vgl. Ruppenthal, 1985, S. 93).

## **2.3 Die Branche heute <sup>8</sup>**

### **2.3.1 Betriebe, Beschäftigte und ihre regionale Bedeutung**

Noch immer ist Idar-Oberstein einer der bedeutendsten Schmuck-Standorte in Europa. Im Jahr 2002 wurden mit 255 Millionen € gut 9% des gesamtdeutschen Umsatzes in der Bearbeitung von Schmuck und mit 122 Millionen € knapp 60% des gesamtdeutschen Umsatzes im Marktsegment „Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen“ erwirtschaftet (eigene Berechnung nach Zahlen von Kowalik 2004, S. 127 und der Bundesagentur für Arbeit 2003a).<sup>9</sup> Nicht erfasst sind dabei die Umsätze einer Reihe verwandter Wirtschaftszweige, die sich aus der Edelsteinverarbeitung entwickelt haben. Zwar wirbt der Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie (2006) aktuell mit der Breite der Zusammenarbeit der „Achtschleifer, Edelsteinbohrer, Hohlschleifer, Graveure, Heraldiker, Facettierer, Lapidäre, Diamantschleifer, Silber und Goldschmiede, Metallverarbeiter, Mustermacher und Designer“, aber neben dem reinen Handel, sind vor allem die hochtechnologisierten Diamantschleifer oder Metallverarbeiter zu nennen. Sie sind aus dem lokal vorhandenen Know-How der „klassischen“ Schmuck- und Edelsteinverarbeitung entstanden. Ihre Produkte, die seit Jahren steigende Umsatzzahlen verzeichnen, werden etwa in der Automobilindustrie oder Medizintechnik eingesetzt.

Der reine Edelstein- und Schmuckstandort hat sich jedoch gewandelt: „Vom

---

<sup>8</sup> Die Erkenntnisse dieses empirischen Kapitels stammen aus Gesprächen mit Experten vor Ort, einer mehrtägigen Exkursion in die Stadt sowie der Auswertung von Fachliteratur und eigens angeforderten Daten. Nicht zuletzt kommt der Autor selbst aus der Region. Ein besonderer Dank gilt Herrn Mike Schönig aus Weierbach, der die Ergebnisse seiner Diplomarbeit zu Verfügung gestellt hat.

<sup>9</sup> Die ursprünglichen Zahlen stammen aus der Umsatzsteuerstatistik und beziehen sich auf das gesamte Bundesland Rheinland-Pfalz.



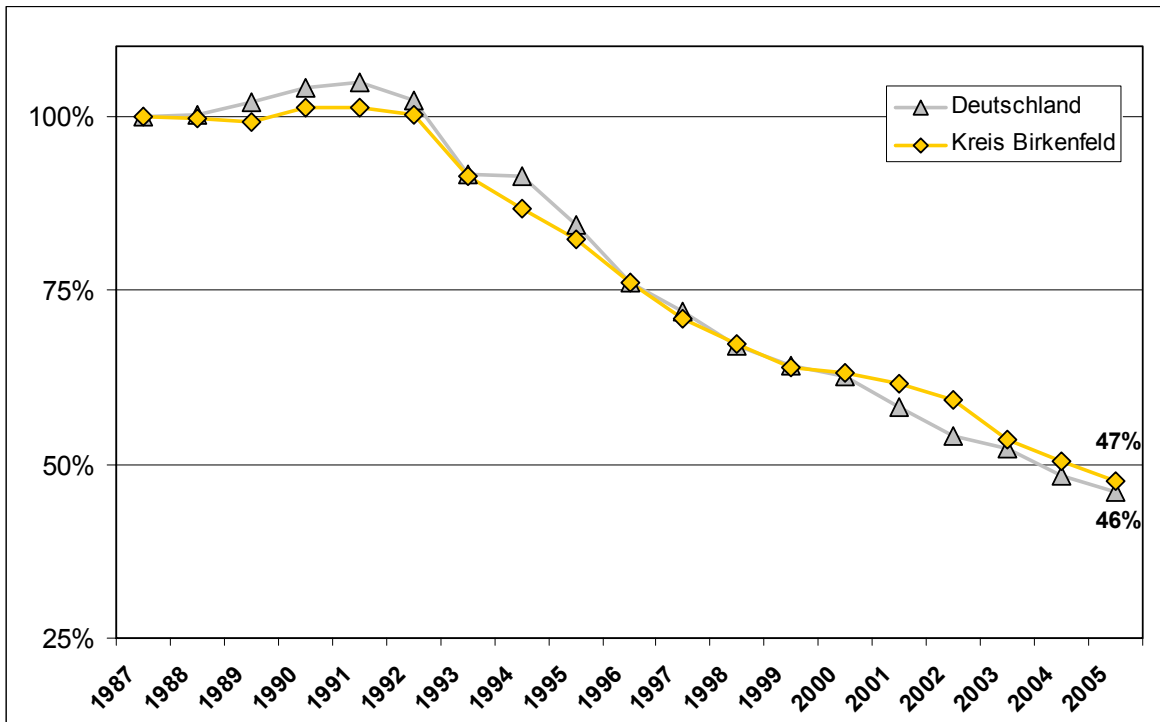
Produktionsstandort mehr und mehr zum Handels- jetzt auch zum Dienstleistungszentrum. Natürlich spielt die Produktion noch eine gewisse Rolle. Aber die Massenfertigung ist für deutsche Betriebe kein erfolversprechendes Marktsegment mehr“ (Caesar 1996, S. 23). Nach Auskunft des Leiters der ortsansässigen IHK (2006) sank die Zahl der Beschäftigten in der Produktion und im Handel von Schmuck- und Edelsteinen seit Mitte der 1980er Jahre, unter dem wachsenden Druck der nationalen wie auch internationalen Konkurrenz, von etwa 4.500 bis 5.000 Beschäftigten auf ca. 2.500 Arbeitsplätze in insgesamt 460 Betrieben. Diese verteilen sich auf die Gemeinden innerhalb des Gebietes der deutschen Edelsteinstraße (siehe Karte 1). Davon liegen 311 Betriebe in der Stadt Idar-Oberstein und 149 Betriebe in den umliegenden Ortschaften (Betriebszahlen nach Gemscout 2006). Von den genannten 460 Betrieben bezeichnen sich insgesamt 208 (45%) explizit als Hersteller- bzw. Produktionsbetriebe (133 liegen in Idar-Oberstein und 75 in den umliegenden Ortschaften). Diese noch in der Bearbeitung tätigen Unternehmen beschränken sich dabei hauptsächlich auf „größere Steine und Fantasieschliffe, bei denen die Fähigkeiten der Bearbeiter eine größere Rolle als das Lohnniveau spielen“ (Bundesverband der Deutschen Edelsteinindustrie e.V. 2006).

Obwohl die Beschäftigtenzahlen im Handel zugenommen haben, konnte der Beschäftigungsrückgang in der gesamten Branche dadurch nicht aufgehoben werden. Die Händler – wie auch die Produzenten – leiden zudem unter einer im Vergleich zur internationalen Konkurrenz zu knappen Kapitalausstattung. Fast keiner der Akteure vor Ort ist in der Lage, wie es in der Branche üblich ist, Jahresproduktionen von Edelstein-Minen aufzukaufen und so ein Monopol an Rohsteinen zu erwerben. Aus diesem Grund hat sich die Masse des Handels in Edelsteinzentren im Ausland, beispielsweise nach Indien verlagert.

Da die reinen Edelsteinhändler nicht gesondert statistisch erfasst werden, und die Grenzen zwischen Verarbeitung, Weiterverarbeitung und Handel fließend sind, ist eine Schätzung der in der Branche insgesamt beschäftigten Personen nicht möglich. In den Betrieben mit dem Schwerpunkt *Verarbeitung* von Schmuck und Edelsteinen gab es nach den Zahlen der Bundesagentur für Arbeit im Jahr 2005 (Stand 30.06. 2005) im gesamten Landkreis Birkenfeld – d.h. fast ausschließlich auf dem Gebiet der deutschen Edelsteinstraße – 1.418 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in insgesamt 218 Betrieben (mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten). Damit gingen Beschäftigtenzahlen von 2.990 im Jahr 1987 bis heute um 53% zurück. Dies spiegelt in etwa die Entwicklung der Branche in gesamten Bundesgebiet wider

(siehe Abbildung 4). Dort sank die Zahl der Beschäftigten im gleichen Zeitraum von 23.813 auf 10.982.

**Abbildung 4: Relative Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in der Schmuckverarbeitung 1987-2005**



Quelle: Eigene Berechnungen nach Zahlen der Bundesagentur für Arbeit 2006a, 2003a.

Tabelle 1 zeigt die fünf (Land-)Kreise mit den größten Beschäftigtenzahlen der Branche und vergleicht diese mit den fünf größten deutschen Städte nach Einwohnerzahl.<sup>10</sup> Der Beschäftigungsrückgang fällt je nach Kreis höchst unterschiedlich aus. Während die Stadt Pforzheim knapp 75% ihrer Beschäftigten eingebüßt hat, konnte die Stadt Hamburg ausgehend von niedrigem Niveau deutlich zulegen (+28%). Allerdings gelten dort andere Voraussetzungen als in den Produktionszentren Pforzheim und Enzkreis, dem Landkreis Birkenfeld, Kaufbeuren und Ostalbkreis. In Großstädten können sich vor allem kleinbetrieblich organisierte Schmuck- und Edelsteindesigner aufgrund der örtlich vorhandenen Kaufkraft leichter neu etablieren als es in den genannten ländlich geprägten Regionen der Fall ist.

<sup>10</sup> Grundlage sind die Einwohnerzahlen des Jahres 1987. Mittlerweile haben die Städte Frankfurt am Main und Dortmund höhere Einwohnerzahlen als die Stadt Essen (vgl. Statistisches Bundesamt 2006a).

**Tabelle 1: Beschäftigtenzahlen in der Schmuckverarbeitung und ihre Veränderung nach Kreisen 1987-2005**

	Anzahl der Beschäftigten			Veränderung
	1987	1999	2005	1987-2005
Stadtkreis Pforzheim	7.943	4.004	2.071	-74%
Landkreis Enzkreis	3.319	2.603	1.792	-46%
Landkreis Birkenfeld	2.990	1.912	1.418	-53%
Kaufbeuren, Stadt	2.545	504	k.A.	k.A.
Landkreis Ostalbkreis	917	466	280	-69%
Berlin, Stadt	169	196	89	-47%
Hamburg, Freie und Hansestadt	127	158	162	28%
München, Landeshauptstadt	232	159	114	-51%
Köln, Stadt	97	74	52	-46%
Essen, Stadt	136	76	41	-70%
<i>Deutschland</i>	<i>23.813</i>	<i>15.283</i>	<i>10.982</i>	<i>-54%</i>

Quelle: Eigene Berechnungen nach Zahlen der Bundesagentur für Arbeit 2006a, 2003a.

Andererseits zeigt Tabelle 2, dass sich großbetrieblich organisierte Regionen – wie der Enzkreis und Pforzheim – nicht unbedingt schlechter entwickeln müssen: Im Landkreis Enz beträgt die durchschnittliche Betriebsgröße 19,1 Beschäftigte (Pforzheim 15,5), während der Rückgang der Beschäftigten von 1987 bis 2005 bei „nur“ 46% liegt.

**Tabelle 2: Anzahl und Größe der Betriebe in der Schmuckverarbeitung nach Kreisen 1999, 2002, 2005**

	Anzahl der Betriebe			Beschäftigte pro Betrieb		
	1999	2002	2005	1999	2002	2005
Landkreis Birkenfeld	288	263	218	6,6	6,7	6,5
Stadtkreis Pforzheim	228	182	134	17,6	15,7	15,5
Landkreis Enzkreis	140	115	94	18,6	20,1	19,1
Kaufbeuren, Stadt	72	61	k.A.	7,0	7,2	k.A.
Landkreis Ostalbkreis	48	39	33	9,7	9,4	8,5
Berlin, Stadt	73	67	50	2,7	2,1	1,8
Hamburg, Freie und Hansestadt	51	44	40	3,1	3,0	4,1
München, Landeshauptstadt	61	54	44	2,5	2,6	2,6
Köln, Stadt	26	27	17	2,8	2,4	3,1
Essen, Stadt	28	27	17	2,7	2,5	2,4
<i>Deutschland</i>	<i>2.341</i>	<i>2.112</i>	<i>1.725</i>	<i>7,2</i>	<i>6,1</i>	<i>6,4</i>

Quelle: Eigene Berechnungen nach Zahlen der Bundesagentur für Arbeit 2006b; 2003b.

Auch wenn die Zahlen einen negativen Trend aufzeigen, sind im Landkreis Birkenfeld in Bezug auf das produzierende Gewerbe im Jahr 2002 noch 32% aller Betriebe und 20% aller Beschäftigten in der Verarbeitung von Schmuck-

und Edelsteinen angesiedelt. Besonders deutlich wird die anhaltende regionale Bedeutung der Branche, wenn man bedenkt, dass sich alle Betriebe bis auf ein oder zwei Ausnahmen auf dem Gebiet der deutschen Edelsteinstraße befinden. Dort lebt etwa die Hälfte der knapp 90.000 Einwohner des Landkreises (eigene Berechnungen nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes 2006). Neben ihrer Relevanz für den regionalen Arbeitsmarkt und die regionale Wertschöpfung ist diese Branche für die Stadt Idar-Oberstein und ihre Umgebung identitätsstiftend und nicht zuletzt wegen der positiven Folgeeffekte auf Tourismus, Gastronomie und (Edelstein-)Handel überproportional wichtig (vgl. Hey 1996, S. 55).

### **2.3.2 Unterstützende und verwandte Institutionen**

Die historische und aktuelle Bedeutung der Branche wird nicht zuletzt an der Anzahl der sie unterstützenden Institutionen deutlich, die in der Stadt Idar-Oberstein angesiedelt sind (siehe Tabelle 3). Die Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sind eine wichtige Voraussetzung für das Fortbestehen und die Weiterentwicklung der lokalen Edelsteinbranche. Die Qualität der Produkte muss sich von denen anderer Edelsteinzentren unterscheiden, um den Weltruf des Idar-Obersteiner Schliffes zu erhalten und hohe Preise zu rechtfertigen. Allerdings gehen die Ausbildungszahlen der Edelsteinschleifer und -graveure an der Fachschule zurück: Zwischen 1991 und 2004 gab es nur zwei bis sechs Auszubildende pro Jahr.<sup>11</sup> Dagegen bewegt sich die Zahl der Studierenden an der 1986 gegründeten Fachhochschule für Design mit insgesamt 90 meist weiblichen Studierenden und einem Anteil von ca. 25% ausländischer Studenten auf einem leicht ansteigenden Niveau. Bei der Deutschen Gemologischen Gesellschaft absolvieren jährlich 800 bis 900 Personen ein- bis zehnwöchige Kurse der Edelstein, Diamant- und Perlenkunde aus dem In- und Ausland. Die wenigen Unternehmensgründer haben oftmals eine handwerkliche oder gestalterische Ausbildung an der Fachschule oder Fachhochschule absolviert (vgl. Müller zitiert in Schönig 2005). Allerdings bleiben die Absolventen der FH nur in Ausnahmefällen der Region erhalten.

In der Theorie können lokal vorhandene Forschungseinrichtungen in Kooperation mit den Unternehmen, deren Innovationsfähigkeit steigern und so zum Entstehen neuer Arbeitsplätze beitragen. (vgl. Kulke 1998, S. 136f).

---

<sup>11</sup> Aus der Statistik der Kreishandwerkerschaft Birkenfeld

Besonders erwähnenswert ist das Forschungsinstitut für mineralische Werkstoffe und Edelsteine, welches mit mittlerweile 25 Mitarbeitern ohne staatliche Zuschüsse auskommt und aus dem auch in der Praxis neue Betriebe etwa in der Herstellung von Kristallen für Lasertechnik hervorgehen.

**Tabelle 3: Institutionen der Schmuck- und Edelsteinindustrie in und um Idar-Oberstein**

<p><b>Aus- und Weiterbildung</b></p> <p>Deutsches Gemologisches Ausbildungszentrum          Fachhochschule Trier/Fachbereich für Edelstein- und Schmuckdesign          Fachschule für Edelstein- und Schmuckgestaltung</p> <p><b>Forschungsinstitute</b></p> <p>Deutsches Edelstein-Testinstitut GmbH  <i>Zusammenschluss in den Deutschen Diamant- und Edelsteinlaboratorien:</i>          Deutsche Gemologische Gesellschaft e.V.          Deutsche Gesellschaft für Edelsteinbewertung          Deutsche Stiftung Edelsteinforschung          Diamant Prüflabor GmbH          Forschungsinstitut für mineralische und metallische Werkstoffe, Edelsteine/Edelmetalle GmbH          Institut für Edelsteinforschung, Abteilung der Johannes Gutenberg Universität Mainz</p> <p><b>Börse, Messe und Verbände</b></p> <p>Intergem Messe GmbH          Diamant- und Edelsteinbörse Idar-Oberstein e.V.          Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e. V.          Goldschmiedeeinnung          Graveurinnung          Industrieverband Schmuck- und Metallwaren e. V.          Progem Marketing-Gesellschaft</p> <p><b>Museen</b></p> <p>Deutsches Edelsteinmuseum          Edelsteinerlebnisswelt Idar-Oberstein          Edelsteingarten Kempfeld          Edelsteinminen Steinkaulenberg          Historische Weiherschleifen in Idar, Asbacherhütte und Gerach          Industriedenkmal Bengel          Museum Idar-Oberstein</p> <p><b>Marketingmaßnahmen / Touristische Attraktionen</b></p> <p>Deutsche Edelsteinstraße          Deutscher Nachwuchswettbewerb für Edelstein- und Schmuckgestaltung          Deutscher Schmuck- und Edelsteinpreis (seit 1970)          Diverse öffentliche Schleif- und Goldschmiedevorfürungen privater Anbieter          Krönung der deutschen Edelsteinkönigin          Steinernes Gästebuch Veitsrodt</p>
--

Die Fachmesse Intergem – die einzige ihrer Art in Deutschland und hinter den Messen von Basel und Hongkong die bedeutendste der Branche weltweit – belegt Idar-Obersteins Rang als der „bedeutendste Edelstein-Handelsplatz für Facheinkäufer in Europa, [in dem] der Fachbesucher jeden Edelstein in allen Qualitäten und allen Bearbeitungsformen.“ erhält (Lüthje, 2001, S. 61). Zwar gingen die Zahlen der Aussteller und Fachbesucher der Intergem seit Anfang der 1990er Jahre bis zum Jahr 2001 um mehr als 40% zurück, aber in den letzten Jahren ist wieder ein leichtes Ansteigen zu beobachten (siehe Tabelle 4).

Bis zum Beginn der 1990er Jahre fand ein großer Teil des Edelsteinhandels in dem Gebäude der 1974 eröffneten Börse im Stadtteil Idar statt. Danach verlagerte sich das Handelsgeschehen in die Büros und Geschäftsräume rund um das Börsengebäude. Die hohe Konzentration von Edelsteinhändlern prägt dieses Stadtviertel noch immer. Allerdings stehen nun große Teile des 20-stöckigen Börsengebäudes leer, das sich zudem nicht in das Bild der Kleinstadt Idar einfügt. Das Börsengebäude ist mittlerweile sanierungsbedürftig und alternative Nutzungskonzepte fehlen. Aus diesem Grund wird es zumindest in der Bevölkerung der Stadt als ein Symbol für den Niedergang der Branche angesehen und belastet so das Image der Industrie und der Stadt schwer.

**Tabelle 4: Aussteller und Fachbesucher der Messe Intergem 1989-2005**

	1989	1995	2001	2005
<b>Aussteller</b>	181	128	110	131
<b>Fachbesucher</b>	ca. 4.500	3.153	2.500	2.800

Quelle: Intergem 2005; Schönig 2005

Als weitere Institutionen sind die Museen und die zahlreichen mit der Schmuck- und Edelsteinindustrie verbundenen touristischen Attraktionen zu nennen.<sup>12</sup> Sie begründen das unter Nicht-Fachleuten bekannte Image der Stadt als Edelsteinmetropole. Obwohl das Stadtbild Anfang der 1980er Jahre durch 1,7 km lange Überbauung der Nahe stark gelitten hat, besuchen jährlich „zwischen 700.000 und einer Million Touristen die Stadt“ (Zahlen aus Interviews

<sup>12</sup> Sehenswürdigkeiten wie die beiden Burgen und die Felsenkirche finden hier keine Erwähnung. Sie stehen nicht unmittelbar mit der Edelsteinbranche in Verbindung.

vor Ort – eine amtliche Statistik existiert nicht).<sup>13</sup> Caesar (1996) spricht bei einer Stadt mit knapp 33.000 Einwohner von einem ganz „erstaunlichen Ergebnis“ – auch in wirtschaftlicher Hinsicht: Nach einem Gutachten der Fachhochschule Worms aus dem Jahre 1999 fließen allein durch die Tagestouristen ca. 40 Millionen € jährlich in den Einzelhandel. Grund für diesen Erfolg sind die „Schmuck und Edelsteine“ als das Alleinstellungsmerkmal der Stadt. Sie heben Idar-Oberstein aus der Anonymität der Masse heraus: „90% der Übernachtungsgäste und sogar 93% der Tagestouristen bringen Idar-Oberstein spontan mit den Begriffen „Schmuck und Edelsteine“ in Verbindung.“ (Becker, 1984, S. 9). Allerdings ist Idar-Oberstein vor allem ein Kurzreiseziel. So gab es zwischen 2001 und 2004 im Schnitt nur 71.000 Übernachtungen, bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste von 2 Tagen (vgl. Lüthje 2001; Schönig 2005, S. 37).

Als Einkaufstadt für Schmuck- und Edelsteine ist Idar-Oberstein jedoch nicht bekannt. Denn im Gegensatz etwa zum englischen Jewellery Quarter in Birmingham (vgl. Böcker 2003) richtet sich das Angebot der Idar-Obersteiner Händler primär an Fachhändler. Nur in niedrigpreisigen und touristischen Segmenten ist der Einzelhandel auf den Endverbraucher ausgerichtet. Dagegen existiert in Idar-Oberstein kein Juwelier, der eine breite und zugleich hochwertige Produktpalette anbietet. Dies resultiert auch aus mangelnder Unterstützung der ortsansässigen Händler und Produzenten. Diese fürchten, dass mit dem Verkauf hochwertiger Ware vor Ort, die Juweliere aus anderen Regionen, die als Fachkunden die hauptsächliche Abnehmer-Klientel darstellen, durch den „Einkaufstourismus“ der Endverbraucher ausgehebelt werden könnten.

### 2.3.3 Zusammenarbeit und Milieu

*„Abschottung kann nicht dem wirtschaftlichen Erfolg dienen“*

Peter Caesar 1996, S. 22

Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen beziehungsweise zwischen Unternehmen und Institutionen ist mangelhaft. Dies attestierte bereits 1996 der damalige Justizminister des Landes Rheinland-Pfalz, Peter Caesar: „Ohne ein

---

<sup>13</sup> Die folgenden nicht gekennzeichneten Zitate stammen aus den Interviews und Gesprächen mit hier explizit nicht genannten Personen aus der Region.

deutliches Mehr an Offenheit, an Kooperation, haben gerade die kleineren Betriebe kaum Überlebenschancen. [...] Und gerade hier [...] liegt auch eine Wurzel für manche Probleme unserer Edelsteinindustrie. Dabei habe ich volles Verständnis dafür, dass Betriebsgeheimnisse den Nachbarn nichts angehen [...]. Aber es gibt auch Grenzen. Das nenne ich dann Eigenbrötlerei.“ (Caesar 1996, S. 22). Letzteres attestieren auch Arend und Wolf (1994, S. 146) in ihrem Stadtmarketingkonzept: Einzelne Gruppen nehmen „wenig Rücksicht bei der Durchsetzung ihrer Interessen auf die Bedürfnisse anderer Gruppierungen“. Dabei ist die „Geheimniskrämerei“ und „Neidgesellschaft“ auf die historischen Eigenschaften der Branche zurückzuführen: Oftmals entschieden das Glück über die richtigen Bezugs- und Absatzquellen zu verfügen, über Reichtum oder Pleite. Interviews mit Akteuren aus der Region machten deutlich, das oftmals gerade diejenigen, die noch heute über diese Quellen verfügen, Gemeinschaftslösungen zur – in der gesamten Branche so dringend benötigten – Erschließung neuer Vertriebs- und Absatzwege blockieren.

Ein gemeinsamer Einkauf von Rohware kommt nicht zustande. Auch mehrfache Anstrengungen, ein gemeinsames Gütesiegel durchzusetzen, scheiterten an der „Kleinteiligkeit der Branche“. Es herrscht „Eigenbrötlerei und Konkurrenzdenken“. Sie verhindern professionelle gemeinsame Beschaffungswege, sowie die Nutzung des Markenbegriffs „Idar-Oberstein“. Bei letzterem werden Schwierigkeiten gesehen, „Qualitätskriterien rechtlich durchzusetzen“ und „Trittbrettfahrer zu bestrafen“: Bereits „in der Vergangenheit nutzten Betriebe den Qualitätsbegriff „Idar-Cut“ für hochwertigen Schliff beim Verkauf von in Thailand gefertigten Steinen“. Die heute existierenden Gütesiegel stammen vor allem aus dem Ausland oder stellen die Herkunfts- und Fertigungsregion nicht in den Vordergrund. Erschwerend kommt hinzu, dass „viele Händler, die nicht mehr in der Region produzieren, von einem solchen Zertifikat negative Impulse erwarten“. Bei Wissen über importierte Steine „wird die Wertillusion zerstört“ und bei Steinen aus der Region würden die Bezugsquellen offen gelegt, wogegen sich die auswärtigen Juweliere wehren, die die Ware an die Endverbraucher weitergeben. So wird der Qualitätsbegriff Idar-Oberstein „aus Partikularinteressen einzelner“ nicht aktiv ausgebaut. Zugleich gerät der Qualitätsbegriff beim Endverbraucher unter Druck: Zum einen durch den beinahe ausschließlichen Verkauf von Schmuck der unteren Segmente in Idar-Oberstein selbst, und zum anderen durch den Missbrauch des Herkunftsnamens Idar-Oberstein beim Verkauf von Billigware durch Händler, die nicht aus der Region stammen.



Ohne diese Autorisierungsstelle gerät der durch den Missbrauch des Markennamens Idar-Oberstein durch Verkäufe von Billigware, auch von Akteuren außerhalb der Region, unter Druck.

Auch die Zusammenarbeit der Wirtschaft mit den in Tabelle 3 aufgelisteten Institutionen gestaltet sich schwierig. Bis heute gibt es „keine regelmäßige Diskussionsplattform“, in der sich Unternehmensvertreter, Institutionen und öffentliche Verwaltung regelmäßig austauschen. Eine Gesamtplanung für die Branche oder ein zentraler Ansprechpartner seitens der Verwaltung ist nicht vorhanden. Dies mag auch der Grund sein, warum der „unzureichende Informationsfluss [auch] zwischen Wirtschaft und Verwaltung“ (Arend/Wolf 1994, S. 146) immer noch nicht beseitigt ist. Zudem agieren die Institutionen, selbst wenn sie gleiche Ziele verfolgen sollten, unkoordiniert (vgl. Müller 1996, S. 69).

Ein Beispiel dafür ist die kaum vorhandene Kooperation und Kommunikation der IHK und Betriebe mit der vor Ort ansässigen Fachhochschule. Die Unternehmen sehen die design- und kunstorientierte Fachhochschule in einer Art „Käseglocke praxisfern agieren, von der die Region kaum profitieren kann“, da vor allem „für kleine Betriebe die Spezialisierung auf innovativen Schmuck zu riskant“ sei. Zudem werde „zuwenig Gewicht auf handwerkliche Fähigkeiten“ gelegt, woraus sich kaum eine Verzahnung mit der Industrie ergebe. Aus Sicht der FH stellt sich zumindest die Situation mangelnder Zusammenarbeit ähnlich dar. Obwohl sich Idar-Oberstein vor allem künstlerisch weiterentwickelt hat (vgl. Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e. V 2006) und die FH wegen ihrer „internationalen Vernetzung und Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Designern und Künstlern“ für Studierende hochattraktiv sei, gibt es kaum Kooperationen mit den Unternehmen. Das jährliche Schmucksymposium genießt zwar internationale Beachtung, aber „trotz Einladungen [sind dort] kaum Vertreter der einheimischen Branche“ anzutreffen. Da lediglich eine handvoll Firmen Interesse an einer Zusammenarbeit haben, finden die Praxissemester der Studierenden wegen mangelnden Angeboten selten in Idar-Oberstein statt. Zudem ist eine Anstellung in den Betrieben nach Abschluss des Studiums die absolute Ausnahme. So bleibt das von der FH vermittelte Wissen isoliert und kommt nicht in den Betrieben an. In der Folge haben die Absolventen keine Anreize in der Region zu bleiben und „sind woanders erfolgreich“.

Weiterhin gibt es auch zwischen den im Jahr 1933 zwangsvereinigten Stadttei-

len Idar und Oberstein Potential zur Verbesserung der Kooperation: „Jeder kocht nur sein eigenes Süppchen. Es gibt weder eine gemeinsame Linie noch Zusammenarbeit. Dies beginnt bei der Außendarstellung als Einheit und endet bei der Verfolgung von Partikularinteressen der einzelnen Stadtteile.“ (vgl. Arend/Wolf 1994, S. 111, die den damaligen Vorsitzenden der Interessengemeinschaft Idar-Oberstein zitieren).

### **3 Die Schmuck- und Edelsteinindustrie als Cluster?**

#### **3.1 Mögliche Konzepte zur Einordnung**

In der Literatur existiert eine Vielzahl von Cluster-Konzepten die sich mit der Wettbewerbsfähigkeit räumlich geballter, verwandter wirtschaftlicher Aktivitäten befassen (vgl. für Übersichten Rocha 2004; Schätzl 2003, S. 143ff. oder Sternberg 2001). Im Folgenden soll anhand drei ausgewählter Theorien analysiert werden, über welche, die Wettbewerbsfähigkeit einer Region determinierenden Eigenschaften der Schmuck- und Edelstein-Clusters in Idar-Oberstein verfügt und über welche nicht. Diese drei ausgewählten Konzepte sind:

- das hierarchische Cluster-Konzept der Europäischen Union (2002)
- das Konzept der Industriedistrikte nach Alfred Marshall (1920)
- das Konzept des Innovativen Milieus nach Maillat und Lecoq (1992)

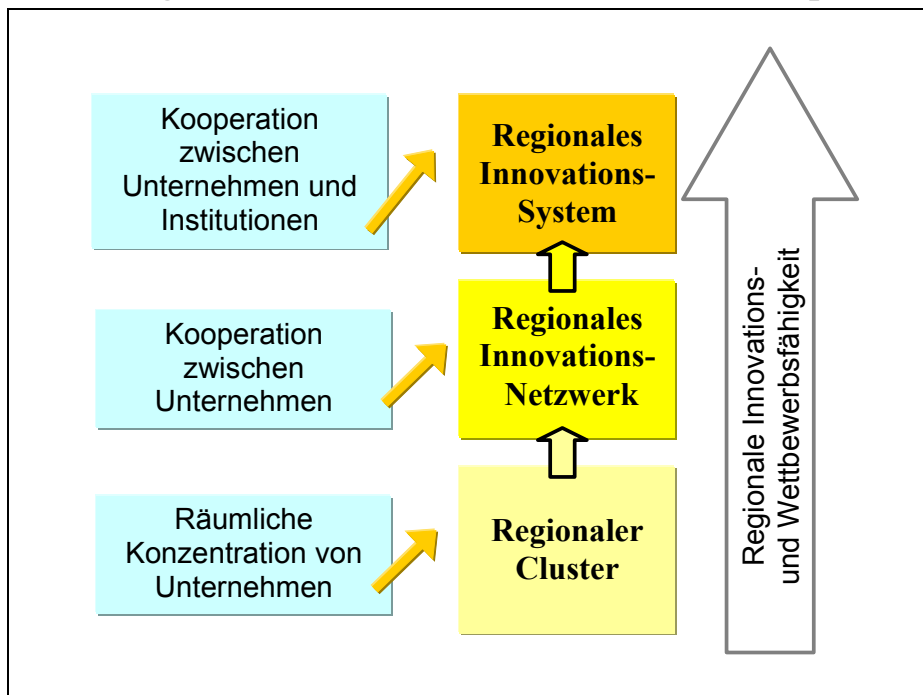
##### **3.1.1 Das hierarchische Cluster-Konzept der Europäischen Union**

Die Definition der Europäischen Kommission (2002, S. 14) versteht unter einem „Regionalen Cluster“ die „Konzentration ‚interdependenter‘ Unternehmen innerhalb desselben oder verwandter Wirtschaftszweige in einem begrenzten geografischen Gebiet“ (vgl. für eine Übersicht von Cluster-Definitionen Rocha 2004; Enright 2003; Martin/Sunley 2003, Bergman/Feser 1999). Dieses Cluster-Verständnis ist das rangniedrigste in einer Hierarchie von insgesamt drei Cluster-Konzepten, in der die regionale Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit zunehmen (siehe Abbildung 5).

Beginnen die räumlich konzentrierten Unternehmen in einem Ausmaß zu kooperieren, das über marktwirtschaftliche Austauschbeziehungen hinausgeht und das auf Vertrauen und gemeinsamen Konventionen beruht, entsteht ein „Regionales Innovationsnetzwerk“. Die dritte Stufe der Hierarchie, das Regionale Innovationssystem, wird erreicht, sobald Unternehmen mit Institutionen kooperieren. Unter Letzteren sind F&E-Einrichtungen, Einrichtungen der Gründungsförderung, Technologiezentren, Branchenverbände, kooperierende Banken und politische Institutionen zu verstehen. Diese sind an der Entwick-

lung und Verbreitung von Wissen aber auch an der Bereitstellung oder Verbesserung von branchenspezifischer oder allgemeiner Unternehmens-Infrastruktur beteiligt. Durch diese regional begrenzte „Kooperation (Vereinbarungen) zwischen Unternehmen“ und „zwischen Unternehmen und unterschiedlichen Organisationen der Wissensschaffung und -verbreitung“, die „auf Vertrauen, Normen und Konventionen“ beruht (Europäische Kommission 2002, S. 14), entwickelt sich ein Regionaler Cluster zu einem „Regionalen Innovationssystem“. Somit ist jedes Regionale Innovationssystem gleichzeitig ein Regionales Innovationsnetzwerk und jedes Regionale Innovationsnetzwerk ein Regionaler Cluster (vgl. Lützenberger 2006, S. 155ff.).<sup>14</sup>

**Abbildung 5: Drei hierarchische Cluster-Konzepte**



Quelle: Lützenberger 2006, S. 157

<sup>14</sup> In der Literatur sind „inter-firm networks“ und „institutional networks“ allerdings oftmals konstituierende Voraussetzungen eines Clusters (vgl. Rocha/Sternberg 2005, S. 270).

### 3.1.2 Das Konzept der Industriedistrikte

*„The broadest, and in some respects most efficient forms of constructive cooperation are seen in a great industrial district where numerous specialized branches of industry have been welded almost automatically into an organic whole.“*

Alfred Marshall (1920, S. 381)

Alfred Marshall (1920) bezeichnete einen „Industriedistrikt“ als räumlich konzentriertes Ensemble von mehreren, eher kleinen und untereinander verbundenen Unternehmen, die sozioökonomisch eingebettet sind und so eine „industrielle Atmosphäre“ schaffen. Die Wettbewerbsfähigkeit eines Industriedistrikts ist dabei auf Lokalisationsvorteile, flexible Produktion, Spezialisierung sowie „außerökonomische Einflussfaktoren“ zurückzuführen (Schätzl 2003, S. 232). Eine regionale Konzentration von Unternehmen führt zu einem spezialisierten Arbeitskräftereservoir und zu verminderten Transaktionskosten durch lokale Zuliefer- und Abnehmerbeziehungen. Dabei sind die in der Regel kleinen Betriebe arbeitsteilig auf wenige Produkte spezialisiert und können auf wechselnde Nachfragebedingungen schnell reagieren. Eine lose Kooperation verringert zudem die Gefahr von Engpässen und ermöglicht die Bearbeitung großer Aufträge durch gemeinsame Arbeitsannahme. Weiterhin kommt es durch die räumliche Nähe häufiger zu persönlichen Treffen und zu einer größeren Interaktionsdichte mit Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den Akteuren. Dies ermöglicht ein Feedback zur Optimierung der Verfahren und Produkte und fördert die Verbreitung neuer Ideen. Formelle Institutionen, aus den Bereichen Bildung, Finanzierung, Forschung und Handel unterstützen die Betriebe.

Industriedistrikte können gegenüber den sich wandelnden Anforderungen des Marktes nur dann bestehen, wenn sie es schaffen, ihre positiven Marshallischen Externalitäten permanent zu erneuern (vgl. Garofoli 1992). Dies bedeutet, dass der qualifizierte Arbeitskräftepool, die vorteilhafte Organisation von Zuliefer- und Abnehmerbeziehungen sowie der Innovationsfähigkeit, die sich aus Wissensüberflüssen zwischen den Akteuren ergibt, erhalten werden muss. Notwendig für diese permanente Erneuerung sind Interaktionen, die einen Industriedistrikt zu einem sozialen und ökonomischen Ganzen machen (vgl. Fujita/Thisse 2002, S. 7f.; Priore/Sabel 1984).

### 3.1.3 Das Konzept des Innovativen Milieus

Das Konzept des innovativen Milieus ist dem der Industriedistrikte ähnlich. In einem innovativen oder kreativen Milieu ist ein lokalisiertes Produktionssystem aus Unternehmen, Kunden, Zulieferern und Dienstleistern innerhalb einer Wertschöpfungskette vorhanden. Diese Akteure sind sozioinstitutionell eingebettet, so dass institutionalisierte Strukturen ihnen eine formelle und informelle Kommunikation ermöglichen. Durch diese ergeben sich eine gemeinsame Wissensbasis, Routinen, Verhaltensnormen, Technikkulturen und vor allem Vertrauensbeziehungen.

Dieses Vertrauen zusammen mit intensiver Kommunikation, Interaktion und Informationsflüssen ermöglicht gemeinsame Innovations- und Lernprozesse, die wiederum die Voraussetzung zur Kreativität und Innovationskraft eines Milieus sind. Daneben ist die Offenheit der Akteure gegenüber neuen Entwicklungen, die außerhalb der Region stattfinden, eine Voraussetzung zur stetigen technologischen und organisatorischen Weiterentwicklung sowie zur Vermeidung eines regionalen Lock-in-Effektes. Wie auch im Konzept des Industriedistriktes stellt die Innovationsfähigkeit einer regional verankerten Branche das Ergebnis kollektiven Handelns von regionalen vernetzten Akteuren aus ökonomischen und sozialen Prozessen dar (vgl. Bathelt/Glückler 2003, S. 189ff).

In allen drei Konzepten wird damit die empirisch lange belegte Bedeutung der wirtschaftlichen *und* informellen Kooperation der Akteure untereinander für die Innovationsfähigkeit einzelner Unternehmen einer Region (vgl. z.B. Pyke 1994, Camagni 1991, Porter 1990, Granovetter 1973) unterstrichen.

## 3.2 Die Schmuck- und Edelsteinindustrie als Regionaler Cluster, Industriedistrikt und nicht-innovatives Milieu

Tabelle 5 nennt die Merkmale des *hierarchischen Clusterkonzepts der EU*, des *Innovativen Industriedistrikts* sowie des *Kreativen Milieus* und stellt dar, ob sie in der Schmuck- und Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein gegeben sind.

Die Branche verfügt über eine räumliche Konzentration vieler kleiner Betriebe, die innerhalb der Grenzen der Deutschen Edelsteinstraße liegen (siehe Karte 1). Zwar sind Rohsteinvorkommen und Wasserkraft als natürliche Standortvorteile heute nicht mehr relevant, trotzdem sind mit den gut ausge-

bildeten und nach außen offenen, d.h. an internationalen Entwicklungen partizipierenden, Arbeitskräften und Unternehmern noch vorteilhafte marshallische Faktorbedingungen vorhanden. Als lokal vorhandene verwandte oder unterstützende Branchen sind die Metallverarbeitung, die (Schleif-) Werkzeugproduktion, die Laser- und Medizintechnik sowie Design und das Kunsthandwerk zu nennen. Auch ein innerhalb der Region stattfindender wirtschaftlicher Austausch und eine Spezialisierung entlang der Wertschöpfungskette eines Schmuckstückes sind – wenn auch durch die Verlagerung der Produktion ins Ausland in abnehmendem Maße – zu beobachten.

**Tabelle 5: Merkmale der Idar-Obersteiner Schmuck- und Edelsteinindustrie**

	<b>Cluster-Konzept der EU</b>	<b>Industrie-Distrikt</b>	<b>Innovatives Milieu</b>
Räumliche Konzentration einer Branche	ja	ja	ja
Mehrere kleine Betriebe	ja	ja	
Vorteilhafte Faktorbedingungen		ja	
Offenheit nach Außen			ja
Existenz verwandter und unterstützender Branchen			ja
Wirtschaftlicher Austausch der Betriebe	ja	ja	ja
Flexible Spezialisierung der Betriebe		ja	
Intensive Interaktion und Gedankenaustausch aller Akteure		nein	nein
Informelle Zusammenarbeit auf Vertrauensbasis der Akteure	nein	nein	nein
Gemeinsames sozio-kulturelles Milieu		ja	ja
Gemeinsame Regeln und Normen		nein	nein
Institutionelle Dichte und gemeinsame Infrastruktur	ja	ja	ja
Kollektive Lernprozesse			nein

Allerdings kann von intensiver Interaktion und einem Gedankenaustausch nicht gesprochen werden. Mangelndes Vertrauen, Egoismen und fehlende informelle Kooperation münden in der „Unmöglichkeit an einem Strang zu

ziehen“ und gemeinsame Projekte durchzusetzen. Wie bereits oben deutlich wurde, existieren gemeinsame Regeln und Normen, etwa zur Vermeidung von Trittbrettfahrer-Verhalten, nicht. Gleichwohl ist ein gemeinsames sozio-kulturelles Milieu – eine Identität – vorhanden. Dies äußert sich im Gebrauch des gemeinsamen Dialektes oder der Bekanntheit der Akteure untereinander.

Bezüglich der oben vorgestellten Konzepte stellt sich die Schmuck- und Edelsteinbranche in Idar-Oberstein damit wie folgt dar:

### *Regionaler Cluster nach dem hierarchischen Clusterkonzept der EU*

Innerhalb dieser Konzepte kann die Schmuck- und Edelsteinindustrie in und um Idar-Oberstein als „Regionaler Cluster“ eingeordnet werden. Dies wird in Karte 2 deutlich. Dort finden auf Kreisebene flächendeckend vorliegende Statistiken der Bundesagentur für Arbeit (2006a, b; 2003a,b) Verwendung, die die Betriebe und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Wirtschaftszweig „DN 362 Herstellung von Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen“ ausweisen.

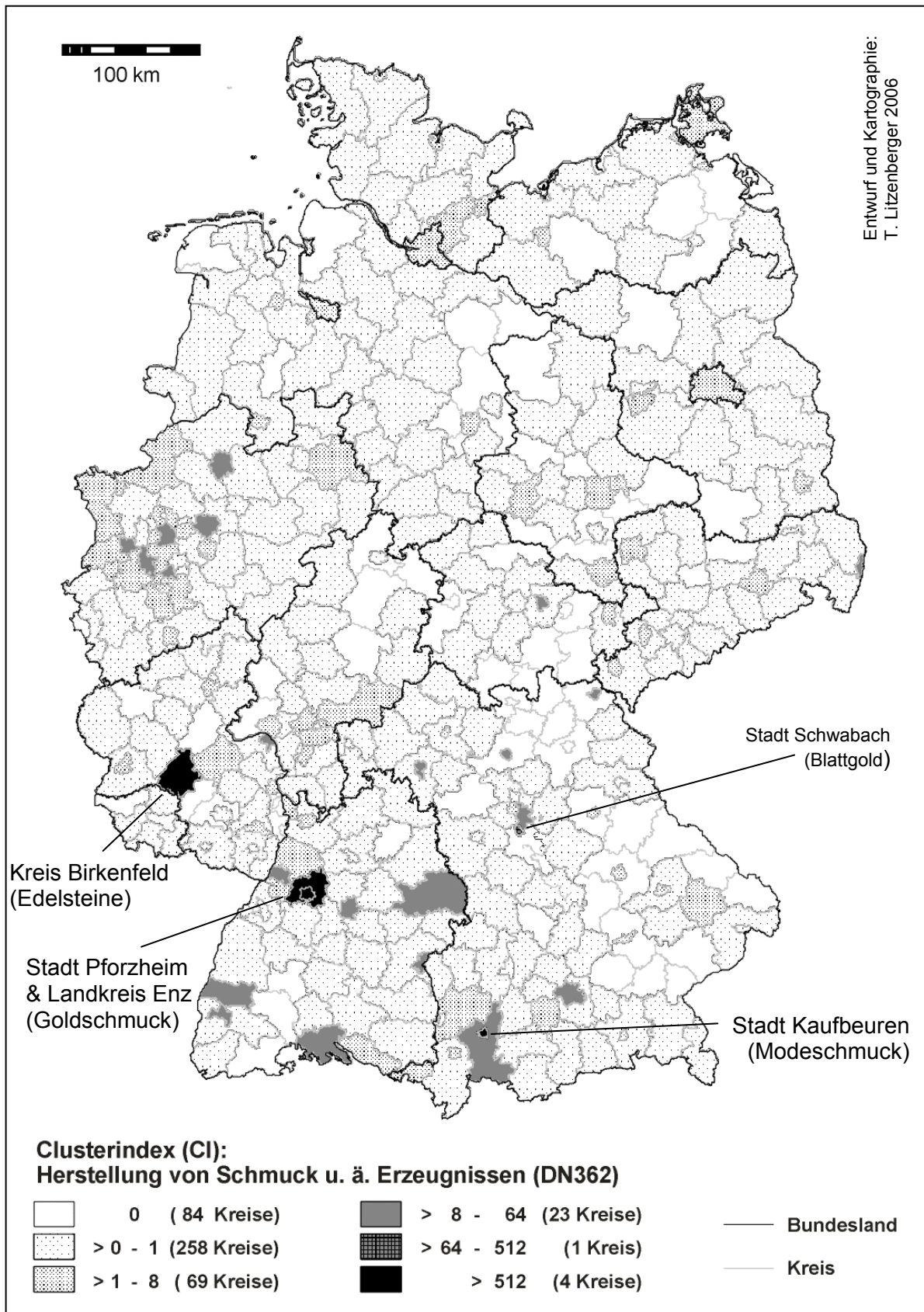
Um einen Land- oder Stadtkreis als Regionalen Schmuck-Cluster identifizieren zu können, muss er im Verhältnis zu den Vergleichsregionen sowohl über eine überdurchschnittliche wirtschaftliche Spezialisierung auf die Branche als auch über eine überdurchschnittliche räumliche Konzentration von in der Branche Beschäftigten pro km<sup>2</sup> verfügen. Daneben muss ein Regionaler Cluster über mehrere Betriebe verfügen. Der vom Autor entwickelte Clusterindex (CI) beachtet diese Anforderungen, indem er den relativen Industriebeitrag, die relative Industriedichte und die relativen Betriebsgrößen multiplikativ verknüpft (vgl. für eine detaillierte Darstellung der Berechnungsmethode Litzemberger 2006, S. 160ff.). Liegt der so berechnete CI-Wert zwischen null und eins, verfügt der Kreis im Vergleich zu ganz Deutschland über unterdurchschnittliche Clustereigenschaften. Der Wert eins entspricht dem Durchschnitt. Bei Werten größer eins liegen überdurchschnittliche Clustereigenschaften vor. Ab einem CI > 64 kann von einem Regionalen Cluster gesprochen werden<sup>15</sup> (vgl. Litzemberger 2006, S. 164). Damit werden in Karte 2 insgesamt fünf Kreise als Schmuck-Cluster identifiziert.

---

<sup>15</sup> Bei diesem Wert liegen die drei Teilkomponenten des CI in einem Kreis jeweils viermal höher ( $4 \cdot 4 \cdot 4 = 64$ ) als der Durchschnitt des übergeordneten Gesamttraumes, hier Deutschland insgesamt.



## Karte 2: Regionale Cluster in der deutschen Edelsteinindustrie



Den höchsten CI-Wert erreicht der Stadtkreis Pforzheim (CI = 49.149,5), der zusammen mit dem Landkreis Enz (CI = 2.601,0) einen gemeinsamen Regionalen Cluster in der Bearbeitung von Goldschmuck bildet. Die Stadt Kaufbeuren, in der vor allem Modeschmuck produziert wird, weist einen CI von 17.333,1 auf. Der gesamte Landkreis Birkenfeld erreicht durch die Schmuck- und Edelsteinindustrie einen CI von 7.192,5<sup>16</sup>. Dieser Wert unterschätzt die Clustereigenschaften der Schmuck- und Edelsteinindustrie, da die Betriebe lediglich auf etwa einem Drittel der Fläche des Landkreises angesiedelt sind.

Damit weist die Schmuck- und Edelsteinindustrie in und um Idar-Oberstein eindeutig die Eigenschaften eines Regionalen Clusters nach der Definition der Europäischen Kommission auf. Allerdings bleibt bereits die zweite und wettbewerbsfähigere Hierarchiestufe – das Regionale Innovationsnetzwerk (siehe Abbildung 5 oben) – unerreicht. Die Kooperation zwischen den Unternehmen vor Ort ist dafür zu mangelhaft. Somit handelt es sich bei der Schmuck- und Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein um einen deutschlandweit bedeutsamen aber wenig wettbewerbsfähigen Regionalen Cluster.

#### *Nicht-innovativer Industriedistrikt und nicht-kreatives Milieu*

Wegen der spezialisierten Vielzahl kleiner Betriebe, besonders im Stadtteil Idar, aber auch in den umliegenden Landgemeinden, die sich auf die Herstellung von Schmuck und die Bearbeitung von Edelsteinen spezialisiert haben, und dem „dichten Netz von Institutionen“ (vgl. Pohl/ Rehle 2001, S. 123) ist die Schmuck und- Edelsteinbranche ein klassisches Beispiel eines Industriedistrikts (vgl. Caesar 1996, S.22). Allerdings ist sie auch ein klassisches Beispiel für einen wenig innovativen Industriedistrikt, was sich neben der fehlenden informellen Kooperation und Interaktion vor allem an den nichtvorhandenen gemeinsamen positiven Normen und Regeln manifestiert. Zwar verfügt die Branche über gemeinsame Industrietraditionen, aber im Unterschied zu erfolgreichen Industriedistrikten hat sie keinen „Vertrauen generierenden Katalysator“ (Hellmer et al. 1999, S. 61). Ein „tiefverwurzeltes Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühl“ (Bathelt 1998, S. 259) kommt ebenfalls nicht zum Ausdruck. Aber nur wenn eben diese Vorausset-

---

<sup>16</sup> Daneben erreicht die Stadt Schwabach einen im Vergleich zu den drei Clustern geringen CI von 80,3.

zungen zur informellen Kooperation gegeben sind, kann auch der materielle Mehrwert eines Industriedistriktes generiert werden. Dieser liegt darin, dass sich Betriebe zur Zusammenarbeit bereit erklären, ein Verflechtungsnetzwerk aufbauen und „die individuell begrenzte Kompetenz [eines Unternehmens] zu einer breiteren Kompetenz über größere Teile der Wertschöpfungskette“ ausdehnen (Bathelt/Glückler 2003, S. 188).

Aus den gleichen Gründen kann die Branche als nicht-kreatives Milieu gelten. Das lokale Milieu ist wegen der beschriebenen Mentalitäten und Gesinnungen sowie der fehlenden gemeinsamen Regeln und Normen wenig innovativ und zugleich strukturkonservierend. Daran können auch die in ausreichendem Maße vor Ort angesiedelten Institutionen wenig ändern: Schon allein auf Grund des zu geringen Austausches der Akteure untereinander finden kollektive Innovationen und Lernprozesse nicht statt.

## 4 Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

*„The emphasis of interactive learning as a fundamental aspect of the process of innovation points to cooperation as an important strategy in order to promote innovation“*

Björn T. Asheim, 1996, S. 6

Die Schmuck- und Edelsteinbranche ist das Alleinstellungsmerkmal der Region. Obwohl die Branche seit Jahren schrumpft und in der Region tragfähige Alternativen nicht vorhanden sind, fehlt ein ganzheitliches, strategisches Konzept mit dem Ziel die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu stärken. Ein solches Konzept wurde bereits im Jahr 1996 auf einer Fachtagung der deutschen Edelsteinindustrie<sup>17</sup> gefordert und ist trotz Absichtserklärungen nie zu Stande gekommen. Zudem wurden Teillösungsvorschläge (vgl. Hey 1996, S. 56) nicht umgesetzt oder blieben wie das Warenzeichen „PROGEM“ „wegen zu kleiner Teilnehmerzahl [...] im Ansatz stecken“ (Müller 1996, S. 70). Als besonderes Problem der Branche (und der Stadt) wird die Segmentierung und mangelnde Kooperation der Akteure immer wieder deutlich. Sie schadet der Wettbewerbsfähigkeit der Branche, da sie

- die gemeinsame Nutzung des Markenbegriffes „Idar-Oberstein“,
- die Akkumulation des vorhandenen Kapitals zur Rohstoffbeschaffung sowie
- Synergieeffekte, Innovation und Kreativität, die durch den Austausch des lokal vorhandenen komplementären Wissen und Knowhows der einzelnen Akteure potentiell entstehen können,

verhindert.

Zudem fehlt neben der Einsicht über kurz oder lang im gleichen Boot zu sitzen, auch der Mut und die Aufbruchsstimmung, um ein ganzheitliches strategisches Konzept zu erarbeiten und durchzusetzen. Zur Entwicklung, Kommunikation und vor allem Umsetzung einer solchen ganzheitlichen „Vision“<sup>18</sup>, benötigt die Stadt Idar-Oberstein ein professionelles, erfahrenes und

---

<sup>17</sup> Fachtagung der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) am 7. März 1996. „Märkte und Marktstrategien für die deutsche Edelsteinindustrie“, Idar-Oberstein.

<sup>18</sup> Bei den Interviews vor Ort war oft zu hören, dass für die oder jene Maßnahme „das Geld fehlt“. Dabei sind viele einzelne Maßnahmen vergleichsweise günstig durchzusetzen. Es drängt sich vielmehr der Eindruck auf, dass das Gesamtbild bzw. die Vision, der Wille

vor allem motiviertes Management. Dieser Profi, der von außerhalb der Region rekrutiert werden muss, um so für alle Interessengruppen der Stadt akzeptabel zu sein, steht vor der schwierigen Aufgabe „alle Betriebe, Verbände, die Diamant- und Edelsteinbörse, die Intergem, aber auch die eher touristisch ausgerichteten Institutionen in ein Boot“ zu bringen (Caesar 1996, S. 25). Er muss zugleich die Rolle eines – bis jetzt nicht vorhandenen – zentralen, hauptamtlichen Ansprechpartners und Interessenvertreters für die Belange aller Akteure der Schmuck- und Edelsteinbranche übernehmen. Das dann umzusetzende ganzheitliche Konzept muss zumindest die Bereiche Zusammenarbeit, Marketing, Tourismus und Existenzgründungen umfassen.<sup>19</sup>

### *Verbesserung der Zusammenarbeit*

Camagni (1991, S. 3) spricht von Gemeinschaftsgefühl („sense of belonging“) und Zusammenhalt, die die lokale Innovationsfähigkeit durch Synergien und kollektives Lernen steigern. Ein solches „Wir-sitzen-alle-in-einem-Boot-Gefühl“ fehlt in Idar-Oberstein. Eine gemeinsame Vision oder aber wirtschaftliche Notlagen können der Anlass sein, Egoismen zu überwinden, Kommunikation und Vertrauen zwischen den Akteuren zu schaffen und eine Gemeinschaft zu bilden. Zwangsmittel sind dabei völlig fehl am Platz. Vielmehr setzen Gemeinschaftslösungen gemeinsame Identität, Normen und Werte – so genannte Mythen<sup>20</sup> – voraus, die sich auf freiwilliger Basis bilden müssen. Die lokale Politik kann dazu höchstens die Plattform bieten und erste Anstöße geben. Dies wären zum Beispiel institutionalisierte Stammtische, bei denen informelle Gespräche stattfinden können, auch unter Beteiligung der

---

und die Motivation zur Veränderung nicht vorhanden ist.

<sup>19</sup> Daneben sind weitere städtische Entwicklungsmaßnahmen notwendig, die nicht allein die Schmuck- und Edelsteinbranche betreffen. Sie umfassen, a) die Belebung und Sicherstellung der Nahversorgungsfunktion der Innenstädte, b) den Ausbau der Infrastruktur in Nord-Süd-Richtung, c) die Verbesserung der Möglichkeiten für Hochqualifizierte in der Region zu bleiben bzw. die Etablierung einer Rückkehreragentur (siehe dazu Schüssler 2004). Zu Punkt a) gehören auch die Entledigung begangener Bausünden. Dies wäre kurzfristig ein Rückbau der Börse und langfristig ein alternativer Verlauf der Nahehochstraße (Naheüberbauung).

<sup>20</sup> Das Gemeinschaftsgefühl in den europäischen Industriedistrikten des Modeschmucks Kaufbeuren, Jablonec und Menorca speist sich aus unterschiedlichen Mythen. In Kaufbeuren war es Neugründungsmythos der 1946 aus Alt-Gablonz vertriebenen deutschsprachigen Bevölkerung. In Jablonec ist es der Mythos des genius loci und in Menorca ein Befreiungsmythos (vgl. Pohl/Rehle 2001, S. 126).

Forschungs- und Lehrinstitutionen. Auch ein gemeinsames Print-Organ das sich an alle Betriebe und Institutionen richtet, kann die Kommunikation anstoßen. Es sollte sowohl über gemeinsame Aktionen und Termine aufklären als auch den Akteuren als Sprachrohr zur Verfügung stehen. In jedem Fall müssen als die wichtigsten Formen und Voraussetzungen gemeinsamen Lernens informelle Treffen, der Austausch von Erfahrungen sowie betriebsübergreifende Beschaffungs-, Absatz-, Forschungs- und Entwicklungsprojekte initiiert und forciert werden (vgl. Steiner/Hartman 2006, S. 499f.).

### *Marketing und Imagekampagnen*

Nicht nur die Edelsteinbranche muss sich stärker mit Idar-Oberstein identifizieren, sondern auch „Idar-Oberstein muss noch stärker mit Edelsteinen identifiziert werden“. Dies forderte Peter Caesar bereits im Jahr 1996 (S. 26). Der Bekanntheitsgrad sollte nicht nur deshalb weiter ausgebaut werden, um Touristen in die Region zu locken, sondern um den „Wert“ von Schmuck aus Idar-Oberstein beim Endverbraucher zu vergrößern. Dazu „brauchen [wir] ein Logo, das für die Produkte steht und gleichzeitig Qualität garantiert. Es muss klar sein: Dies sind Edelsteine oder dies ist Schmuck aus Idar-Oberstein. Mit einwandfreier Qualität“ (Caesar 1996, S. 26). Bis heute ist nichts passiert. Ein Markenname oder Qualitätssiegel sind nicht vorhanden. Vor allem beim Endverbraucher leidet der Qualitätsbegriff durch die Billig-Angebote der in den Fußgängerzonen ansässigen Händler, den Missbrauch des Markennamens nicht-autorisierter oder falsch informierender Händler. Auch ein Juwelier gehobener Klasse existiert in Idar-Oberstein nicht. Ob ein Qualitätssiegel beziehungsweise ein Zertifikat „die Produktion“, „das Design“ oder lediglich „die Qualitätskontrolle“ aus Idar-Oberstein garantiert, mag dahingestellt sein; die Etablierung einer solchen Garantie muss nicht teuer sein<sup>21</sup>. Sofern die Anreize richtig gesetzt werden und zugleich der Missbrauch des Namens konsequent verhindert wird, kann es sich durchsetzen. Beispielsweise könnten sich vor allem kleine Unternehmen freiwillig den Qualitätsstandards dieses Zertifikats unterwerfen, um dann selbst damit zu werben und neue Kunden zu gewinnen. Die Gemeinschaft müsste lediglich ein einheitliches Image bzw. Logo sowie Werbematerial zur Verfügung stellen und kompromisslos für die Einhaltung und den Schutz der Standards sorgen. Mit einem solchen geprüften Qualitätssiegel, das die Qualität der Produkte aus Idar-Oberstein zertifiziert,

---

<sup>21</sup> Ein Argument das von Vertretern der Branche immer wieder zu hören war.

lassen sich neue Vertriebswege wie das Teleshopping oder die Versendung über das Internet (vgl. Kowalik 2004, S. 130) viel leichter, weil geprüft und damit sicherer für den Endverbraucher, weltweit erschließen. Der nicht genutzte Mehrwert für die Produzenten als auch Händler der Schmuck- und Edelsteinbranche wächst mit den seit Jahren und für die Zukunft prognostizierten zweistellig zunehmenden Umsatzzahlen dieser Absatzkanäle (vgl. zu den Zahlen HDE - Hauptverband des deutschen Einzelhandels 2006).

### *Tourismus*

Mit 700.000 bis 1.000.000 Tagesbesucher pro Jahr profitiert die Stadt Idar-Oberstein mit 33.000 Einwohnern ganz erheblich von diesem Wirtschaftszweig. Trotzdem lassen sich diese Zahlen auch qualitativ ausbauen. Als Vorbild kann hier ein ehemaliger Schmuck-Industriedistrikt, das „Juwellery Quarter“ in Birmingham, England dienen. Es „wurde mittlerweile zur Touristenattraktion tertiärisiert“ (Böcker 2003, S. 30) und ist die erste Anlaufstelle der Briten zum Kauf von Silber- und Hochzeitsschmuck. Zwar kann eine vollständige Tertiärisierung nicht das Ziel sein, aber mit einer Etablierung der Stadt als Einkaufsstadt für qualitativ hochwertig produzierten Schmuck, ließen sich nicht nur die Tagestouristenzahlen, sondern auch die Umsätze der Produzenten und Händler steigern.

Angesichts des Umfangs des Tagestourismus sind die Übernachtungszahlen relativ gering. Dies liegt nicht nur an mangelnden Kapazitäten. Durch die neu entstandene Konkurrenz von Billig-Fluglinien steht der Tages- und Kurzurlaub generell unter erhöhtem Wettbewerbsdruck. Zugleich werden die Chancen, die der nahe gelegene Flughafen Hahn als Touristenbringer bietet, zu wenig genutzt. Zum einen ist die Anbindung schlecht, der – meist mit lediglich ein oder zwei Passagieren fahrende Bus – benötigt eine knappe Stunde bis ins 37 km entfernte Idar-Oberstein, zum anderen fehlt es an Pauschalangeboten für einen mehrtägigen Aufenthalt in der Region. Das Urlaubsziel „Hunsrück/Idar-Oberstein“ muss für ausländische Gäste ebenso etabliert werden, wie es beispielsweise „Pisa“ für Deutsche bereits ist.<sup>22</sup> Die Thematik der Edelsteine vom Suchen bis zum Schleifen ist ein bereits verfolgter (vgl. Tourist-Information Stadt Idar-Oberstein 2006; Tourist-Information Deutsche

---

<sup>22</sup> Das Schließen des Tourismusbüros im Jahr 2004 auf dem Flughafen war sicherlich ein falsches Signal.

Edelsteinstraße 2006), aber ausbaufähiger Ansatzpunkt.<sup>23</sup>

Der wichtigste Punkt um touristisch konkurrenzfähig aber auch für die einheimische Bevölkerung attraktiv zu bleiben, ist der Schutz und die Wiederbelebung der Innenstädte sowohl von Idar als auch Oberstein. Niemand fährt oder lebt gerne in eine Stadt, in der die Hälfte der Läden leer steht. Diese Entwicklung ist zum großen Teil hausgemacht und die Folge verfehlter Stadtplanung. Die neuen und vor allem zu groß entstandenen Gewerbeflächen außerhalb engeren Stadtgebietes führen nicht nur zu einer hässlichen Zersiedelung der Landschaft; durch den Druck, die Flächen füllen zu müssen, werden viele Grundstücke falsch genutzt. Statt verarbeitendem Gewerbe oder langfristigem Einzelhandel entstehen neue Verkaufsflächen, die zentrenrelevante Sortimente anbieten und so den Innenstädten die Kundschaft abziehen (vgl. Acocella 2005, S. 105 für die Sortimentslisten). Diese Entwicklung gilt es von Seiten der Stadt konsequent zu stoppen und zurückzubauen (ggf. sind Teile oder ganze Gewerbegebiete zu schließen). Ebenso ist für die Erhaltung der Innenstädte der Ausbau von Übernachtungskapazitäten oder dem stadteigenen Schwimmbad in Innenstadtnähe vorteilhafter, als bestehende Planungen, diese außerhalb der Stadt zu erstellen. Nur durch zusätzliche Impulse können die Innenstädte von Idar und Oberstein für den Tourismus und die Bevölkerung wieder attraktiver werden. Eine „Stadt der kurzen Wege“ (Acocella 2005, S. 74ff.) ist auch angesichts der bereits angesprochenen unvorteilhaften demographischen Entwicklung ein wichtiger Aspekt, den die Stadtplanung zu wenig beachtet: Eine alternde Gesellschaft ist weniger mobil und auf Geschäfte und öffentliche Einrichtungen im Nahbereich angewiesen.

### *Technologie- und Gründerzentrum*

Von den einstigen die Schmuck- und Edelsteinindustrie begründenden Standortfaktoren „Edelsteinvorkommen“, „Wasserkraft“ und „technisches Wissen“, ist nur letzteres geblieben. Auf Grund mangelnder Ausbildungszahlen, fehlende Betriebsnachfolge und dem Abwandern der Absolventen der Fachhochschule ist mittelfristig auch dieses Potential gefährdet. Um Nachwuchsunternehmer und gut ausgebildete Personen aus der Branche in der

---

<sup>23</sup> Neben Pauschalangeboten für ausländische Touristen, ließe sich die Attraktivität der Region z.B. durch eine Freigabe einzelner stillgelegter Steinbrüche zur touristisch geleiteten Edelsteinsuche steigern.



Region zu halten, sollte ein Gründerzentrum für Edelstein- und Schmuckberufe etabliert werden. Dadurch können die in der Fachhochschule „sehr gut ausgebildeten Arbeitskräfte“, an die Region gebunden werden (vgl. Hey 1996, S. 56). Ein erster richtiger Schritt in diese Richtung hat das Industriemuseum Bengel vollzogen. Es stellt Ateliers und Maschinen für die Studierenden und Absolventen der FH zur Verfügung. Ein solches Technologie- und Gründerzentrum darf sich aber nicht auf „Design“ spezialisieren. Vielmehr müssen in ihm auch produzierende Betriebe von der Edelsteinverarbeitung, über Goldschmiede bis hin zu High-Tech-Betrieben aus den Bereichen Lasertechnik, Metallverarbeitung und Entwicklung neuer Materialien angesiedelt werden, um die Segmentierung des Wissens in der Region zu überwinden. Entstehende Kooperationen und Synergien zwischen den verschiedenen Bereichen sind für die Entwicklung der Unternehmen mindestens ebenso wichtig, wie die Bereitstellung günstiger Mieten und Risikokapital. Neue und junge Märkte müssen und können so gefunden werden („Swarovski macht es vor“). Damit ein solches Zentrum entstehen kann, ist allerdings eine Zusammenarbeit von IHK, FH und den ortsansässigen Forschungsinstituten unabdingbar.

## 5 Literaturverzeichnis

- Acocella, D; Fürst, U.C.; Schnacke-Fürst A.** (2005): Entwicklungskonzept für die Stadt Idar-Oberstein. Endbericht. Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung. Lörrach, Dortmund
- Arend, M.; Wolf, A.** (1994): Stadtmarketing- Grundlagen, Darstellung und Entwicklung eines Stadtmarketingkonzeptes am Beispiel Idar-Oberstein. Trier: Forschungskreis Tourismus Management e.V.
- Asheim, B.T.** (1996): Industrial Districts as 'Learning Regions': A Condition for Prosperity. In: European Planning Studies, Jg. 4, H. 4, S. 379-400
- Bathelt, H.** (1998): Regionales Wachstum in vernetzten Strukturen: Konzeptioneller Überblick und kritische Bewertung des Phänomens „Drittes Italien“. In: Die Erde Jg. 1998, H. 3, S. 247-271
- Bathelt, H.; Glückler, J.** (2002): Wirtschaftsgeographie in relationaler Perspektive: Das Argument der zweiten Transition. Geographische Zeitschrift, Jg. 90, H. 1, S. 20-39. Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e.V. (2006); Geschichte der Edelsteinproduktion und –Verarbeitung in Idar-Oberstein. Online im Internet: [http://www.bv-edelsteine-diamanten.de/files/vorwort\\_wild.htm](http://www.bv-edelsteine-diamanten.de/files/vorwort_wild.htm) [Stand: 18.04.2006]
- Becker, H.A.** (1984): Städtetourismus in Idar–Oberstein. Trier 1984. Geographische Gesellschaft Trier: Selbstverlag
- Becker, K.** (1961): Idar–Oberstein im Landkreis Birkenfeld, Heimatchronik des Landkreises Birkenfeld. Köln: Archiv für deutsche Heimatpflege
- Bergman, E.; Feser, E. J.** (2000): National Industry Cluster Templates: A Framework for Applied Regional Cluster Analysis. In: Regional Studies, Jg. 34, H. 1, S. 1-19
- Böcker, N.** (2003): Das Jewellery Quarter in Birmingham. Ein Industriedistrikt unter Weltmarktdruck. In: Praxis Geographie. Jg. 2003, H. 2, S. 30 – 34
- Bundesagentur für Arbeit** (2003a): Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsklassen (WZ93) 1999-2002, Land- und Stadtkreise aggregiert. Unveröffentlichte Zahlen des Referates IIIb5, IIIb5 - 4217 (19)
- Bundesagentur für Arbeit** (2003b): Anzahl der Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftsklassen (WZ93) 1999-2002, Land- und Stadtkreise aggregiert. Unveröffentlichte Zahlen des Referates IIIb5, IIIb5 - 4217 (19)
- Bundesagentur für Arbeit** (2006a): Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsklassen (WZ93) 2003-2005, Land- und Stadtkreise aggregiert. Unveröffentlichte Zahlen des Referates IIIb5, IIIb5 - 4217 (19)
- Bundesagentur für Arbeit** (2006b): Anzahl der Betriebe ab einem sozialversicherungs-

pflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftsklassen (WZ93) 2003-2005, Land- und Stadtkreise aggregiert. Unveröffentlichte Zahlen des Referates IIIb5, IIIb5 - 4217 (19)

**Bundesagentur für Arbeit** (2006c): Arbeitslosigkeit in Gemeinden, Jahresdurchschnitt 2005. Online im Internet: <http://www.pub.arbeitsamt.de/hst/services/statistik/detail/a.html> [Stand: 30.07.2006]

**Bundesverband Schmuck und Uhren e.V.** (2005): Zahlenbeispiel. Online im Internet unter: <http://www.bv-schmuck-uhren.de/dseiten/zahlenbeispiel.htm> [Stand: 01.05.2005]

**Caesar, P.** (1996): Perspektiven der deutschen Edeltsteinindustrie: Der Standort - Förderungsmöglichkeiten und Rahmenbedingungen. In: Weingarten, J. (Hrsg.): Märkte und Marktstrategien für die deutsche Edelsteinindustrie. Dokumentation der ZIRP-Fachtagung vom 7. März 1996, Idar-Oberstein. Idar-Oberstein: Dr. Gebhardt und Hilden GmbH, S. 20-29

**Camagni, R.** (1991): Introduction: From the Local „Milieu“ to Innovation through Cooperation Networks. In: Camagni, R. (Hrsg.): Innovation Networks: Spatial Perspectives. London: Belhaven Press, S. 1-9

**Deutscher Verband für Landschaftspflege e.V.** (2005): Landschaftspflegeverbände in Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Online im Internet unter: <http://www.lpv.de/index.php?id=213> [Stand: 31.05.2005]

**Enright, M. J.** (2003): Regional Clusters: What We Know and What We Should Know. In: Bröcker, J.; Dohse, D.; Soltwedel, R. (Hrsg.): Innovation Clusters and Interregional Competition. Berlin, Heidelberg, New York: Springer, S. 99-129

**Europäische Kommission** (2002): Regionale Cluster in Europa. Beobachtungsnetz der europäischen KMU 2002, Nr.3. Brüssel: Europäische Kommission, Generaldirektion Unternehmen

**Falz, E.** (1926): Die Idar-Obersteiner Schmuckstein-Industrie. Unter besonderer Berücksichtigung ihrer Betriebsformen und ihrer Handelsorganisation. Idar: Carl Schmidt Verlag

**Fujita, M.; Thisse, J.-F.** (2002): Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location, and Regional Growth. Cambridge: Cambridge University Press

**Gabriel, L.** (1961): Die Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein: Industrieanalyse und Möglichkeiten zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit. Mainz

**Garofoli, G.** (1992): Diffuse Industrialization and Small Firms: The Italian Pattern in the 1970s. In: Garofoli (Hrsg.): Endogenous Development and Southern Europe. Aldershot: Avebury, S. 83-102.

**Gemscout** (2006): Das Firmenverzeichnis der Edelsteinverarbeitenden Industrie. Online im Internet: <http://www.gemscout.com> [Stand 01.07.2006]

- Giloi** (1925): Die Industrie der Schmuck- und Edelsteine. Frankfurt 1925
- Granovetter, M.** (1973): The Strength of weak ties. In: American Journal of Sociology, Jg. 78, H. 6, S. 1361-1380
- HDE - Hauptverband des deutschen Einzelhandels** (2006): Internet und e-Commerce. [www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de) Das Internetportal für den deutschen Einzelhandel. Online im Internet unter: <http://www.einzelhandel.de/servlet/PB/menu/1000593/index.html> [Stand: 01.08.2006]
- Hellmer, F.; Fries, C.; Kollros, H.; Krumbein, W.** (1999): Mythos Netzwerke. Regionale Innovationsprozesse zwischen Kontinuität und Wandel. Berlin: edition sigma
- Henningsen, D.; Katzung, G.** (1976): Einführung in die Geologie Deutschlands, 6. überarbeitete Auflage, Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.
- Hey, W.** (1996): Standort- und Fördermöglichkeiten der Edelstein- und Schmuckindustrie. In: Weingarten, J. (Hrsg.): Märkte und Marktstrategien für die deutsche Edelsteinindustrie. Idar-Oberstein: Dr. Gebhardt & Hilden GmbH, S. 54-57
- Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e.V.** (1970). Königsbach: ADW Hans Schöner KG
- Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein e.V.** (2005): Geschichte der Edelsteinproduktion und –Verarbeitung in der Edelsteinregion Idar-Oberstein. Online im Internet unter: <http://www.iv-schmuckmetall.de/files/ziele.htm> [Stand: 17.04.2005]
- Intergem** (2005): Pressemitteilungen. Schlussbericht 2005. Online im Internet unter: <http://www.intergem-messe.de/index.php?id=1290> [Stand: 26.07.2006]
- Kowalik, M.** (2004): Industriekompass Rheinlad-Pfalz 2004. Mainz: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
- Kulke, E.** (2004): Wirtschaftsgeographie. Paderborn pp.: Schöningh
- Lind, P.** (2005): Die Schleiferei. Online im Internet unter: <http://www.edelsteinschleiferei.de> [Stand: 22.06.2005]
- Litzenberger, T. (2006):** Cluster und die New Economic Geography. Theoretische Konzepte, empirische Tests und Empfehlungen für Regionalpolitik. Reihe Volks- und Betriebswirtschaftslehre. Frankfurt am Main: Peter Lang - Europäischer Verlag der Wissenschaften .
- Lüthje, K.** (2001): Standortkonzeption Idar-Oberstein. Plein: Kurt Lüthje Büro für Stadtentwicklung
- Maillat, D.; Lecoq, B.** (1992): New Technologies and Transformation of Regional Structures in Europe: The Role of the Milieu. In: Entrepreneurship and Regional Development. Jg. 4, H. 1, S. 1-20
- Marshall, A.** (1920): Industry and Trade, a Study of Industrial Technique and Business

Organisation. London: Macmillan

- Martin, R.; Sunley, P.** (2003): Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea? In: *Journal of Economic Geography*, Jg. 3, H. 1, S. 5-35
- Müller, J.** (1996): Gemeinsamkeit macht stark! Der Markenbegriff Idar-Oberstein ist kostbar: CI-Strategien zur gemeinsamen Nutzung ohne Abnutzung. In: Weingarten, J. (Hrsg.): *Märkte und Marktstrategien für die deutsche Edelsteinindustrie*. Idar-Oberstein: Dr. Gebhardt & Hilden GmbH, S. 67-70
- Naheland-Touristik** (2006): Idar-Oberstein. Zahlen und Fakten. <http://cms.naheland.net/naheland.php?IdRelation=2065&IdLanguage=DE&Page=1> [Stand 01.08.2006]
- Pohl, J; Rehle, N.** (2001): Die Innovationsfähigkeit von „Industrial Districts“ in verschiedenen europäischen Regionen, dargestellt am Beispiel der Modeschmuckbranche. In: Grotz, R.; Schätzl, L. (Hrsg.): *Regionale Innovationsnetzwerke im internationalen Vergleich*. Münster: LIT Verlag
- Porter, M** (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan
- Priore, M; Sabel, C.** (1984): *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books
- Pyke, F.** (1994): *Small Firms, technical Service and Inter-firm Cooperation*. International Institute for Labour Studies (Geneva): Research series, 99. Genf
- Reidenbach, K.T.** (1986): *Achatschleiferei und Wasserschleifen am Idarbach*. Idar-Oberstein 1986. Raiffeisenbank Idar–Oberstein (Hrsg.). Idar-Oberstein: Maurer Druck
- Rocha, H. O.** (2004): *Entrepreneurship and Development: The Role of Clusters*. In: *Small Business Economics*, Jg. 23, H. 5, S. 363-400
- Ruppenthal, P.** (1985): *Edelsteine – Handel und Industrie im Raum Idar–Oberstein von 1923 bis 1985*. Kaiserslautern: Gehringer
- Schätzl, L.** (2003): *Wirtschaftsgeographie 1. Theorie*, 9. Auflage. Paderborn pp.: Schöningh
- Schönig, M.** (2005): *Die Entwicklung der Edelsteinbranche und deren Auswirkungen auf die Stadtentwicklung von Idar-Oberstein*. Wissenschaftliche Prüfungsarbeit zur ersten Staatsprüfung Lehramt bei Prof. Dr. Graafen im Fachbereich integrierte Naturwissenschaften, Bereich Geographie der Universität Koblenz-Landau
- Schüssler, M.** (o.J.): *Demografie und Abwanderung im Landkreis Birkenfeld*. Ein strategisch-fokussiertes Diskussionspapier. Kommunalpolitische Vereinigung der GRÜNEN und Alternativen in den Räten von Rheinland-Pfalz. Online im Internet: [http://garrp.de/antrag/article3.php?folder\\_where\\_from=default&folder\\_default\\_netfolderID=10068&article\\_default\\_id=163](http://garrp.de/antrag/article3.php?folder_where_from=default&folder_default_netfolderID=10068&article_default_id=163) [Stand: 08.08.2006]
- Semlinger, K.** (1994): *Industrial-district-Politik in Baden-Württemberg – zwischen Neubesinnung und Neuanfang*. Arbeitsbericht Nr. 39 der Akademie für

Technikfolgenabschätzung. Stuttgart

**Stadt Idar-Oberstein** (2006): Statistische Zahlen zur Stadt Idar-Oberstein. Online im Internet: <http://www.idar-oberstein.de/index2.html> [Stand: 28.05.2006]

**Stadtmarketing Idar-Oberstein e.V.** (2003): Stadtleitbild Idar-Oberstein. Idar-Oberstein

**Stadtverwaltung und Stadtwerke Idar-Oberstein** (2005): Idar-Oberstein- Wirtschaftsstandort mit internationalem Namen. Online im Internet unter: <http://www.idar-oberstein.de/index2.html> [Stand: 24.04.2005]

**Statistisches Bundesamt** (1970 bis 2006): Statistische Jahrbücher 1970 bis 2006 für die Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt

**Statistisches Bundesamt** (2006a): Abfrage aus dem Gemeindeverzeichnis. Online im Internet unter: <http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/gemeindeverz.asp?G=Idar-Oberstein>

**Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz** (2005a): Ergebnisse der Bevölkerungsvorberechnung auf Verbandsgemeindeebene. Bad Ems: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

**Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz** (2005b): Rheinland-Pfalz 2050: Bevölkerungsentwicklung und –struktur. Online im Internet: <http://www.statistik.rlp.de/analysen/demographie/tabellen/index.html> [Stand: 30.07.2006]

**Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz** (2006): Statistische Berichte: Bevölkerung der Gemeinden am 30.06.2005. Bad Ems: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

**Steiner, M.; Hartmann, C.** (2006): Organizational Learning in Clusters: A Case Study on Material and Immaterial Dimensions of Cooperation. In: Regional Studies, Jg. 40, H.5., S. 493-506

**Sternberg, R.** (2001): New Economic Geography und Neue regionale Wachstumstheorie aus wirtschaftsgeographischer Sicht. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Jg. 45, H. 3/4, S. 159-180

**Sternberg, R.; Kiese, M.; Schätzl, L.** (2004): Clusteransätze in der regionalen Wirtschaftsförderung. Theoretische Überlegungen und empirische Beispiele aus Wolfsburg und Hannover. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Jg. 48, H. 3-4, S. 164-181

**Sudau, W.** (Hrsg.) (2006): Region Obere Nahe/Hunsrück. Info von A-Z. Idar-Oberstein: Sudau

**Tourist-Information Deutsche Edelsteinstraße** (2006): Urlaubskatalog 2006. Die Deutsche Edelsteinstraße. Brillantes rund um Edelsteine, Natur und Kultur. Herrstein: Tourist-Information Deutsche Edelsteinstraße

**Tourist-Information Stadt Idar-Oberstein** (2006): Idar-Oberstein. 365 Tage Hochsaison – Geniale Idee! Idar-Oberstein: Tourist-Information

**Wettmann, H.** (2006): Oberstein in alten Ansichten. Online im Internet unter:  
<http://members.aol.com/hwoberstein/io/io.htm> [Stand: 05.07.2006]

**Wild, E.** (1963): Die Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein und ihre Geschichte. Idar-Oberstein: Ernst Kessler

## Working Papers

- No. 2006-02: **Timo Litzenberger:**  
Die Schmuck- und Edelsteinindustrie in Idar-Oberstein – Entwicklung und Perspektiven eines Regionalen Clusters
- No. 2006-01: **André Scharmanski:**  
Global denken, lokal handeln – Immobilienwirtschaft im Zeichen der Globalisierung aus theoretisch-konzeptioneller Perspektive
- No. 2005-01: **Alexandra Endres:**  
Lernen in global-lokalen Unternehmensnetzwerken am Beispiel der Zulieferer von Volkswagen de México – eine Projektskizze
- No. 2004-02: **Keren Luo, Ping Huang, Zhigang Chen:**  
Chinese Migration and Talent Flows in Economic Globalisation
- No. 2004-01: **Claudia Müller:**  
Entrepreneurship and Technology Transfer by Chinese Return Migrants – a Theoretical and Empirical Contribution to the Reverse Brain Drain Discussion
- No. 2003-03: **Rolf Sternberg, Timo Litzenberger:**  
Die Forschungsleistung der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln – ein bibliometrischer Vergleich von Fächern, Fächergruppen und Fakultäten
- No. 2003-02: **Rolf Sternberg, Timo Litzenberger:**  
Regional Cluster – Operationalisation and Consequences for Entrepreneurship
- No. 2003-01: **David Bothe:**  
Environmental Costs due to the Kárahnjúkar Hydro Power Project on Iceland – Results of a Contingent Valuation Survey
- No. 2002-03: **Christine Tamásy:**  
Determinanten des Überlebens neu gegründeter Betriebe
- No. 2002-02: **Rolf Sternberg:**  
Knowledge Creation by New Firms – The Regional Perspective
- No. 2002-01: **Heiko Bergmann:**  
Entrepreneurial attitudes and start-up attempts in ten German regions. An empirical analysis on the basis of the theory of planned behaviour



- No. 2001-03: **Dirk Möller:**  
Humankapitalportfolios als Determinante internationaler Arbeitsmigration – dargestellt am Beispiel Polens und Deutschlands
- No. 2001-02: **Rolf Sternberg:**  
Perspektiven der wirtschaftsgeographischen Forschung in Deutschland im Lichte der „New Economic Geography“
- No. 2001-01: **Marc Brüser:**  
European funds for local initiatives – The role of local actors in implementing Swedish 5b-programmes
- No. 2000-04: **Dirk Möller:**  
Zur Bedeutung unternehmerischer Standortwahl für den (Börsen-) Erfolg der Kamps AG – eine kleinräumige Analyse am Beispiel Köln
- No. 2000-03: **Claus Otten:**  
Einflußfaktoren auf nascent entrepreneurs an Kölner Hochschulen
- No. 2000-02: **Rolf Sternberg, Olaf Arndt:**  
The Firm or the Region – What Determines European Firms' Innovation Behaviour?
- No. 2000-01: **Timea Szerenyi:**  
Konzepte Nachhaltiger Regionalentwicklung in Nordrhein-Westfalen.
- No. 1999-05: **Olaf Arndt:**  
Sind intraregional vernetzte Unternehmen erfolgreicher? – Eine empirische Analyse zur Embeddedness-These auf der Basis von Industriebetrieben in zehn europäischen Regionen
- No. 1999-04: **Gero Stenke:**  
Governance Structure and SME/Large-Firm Relationship in an Innovative Milieu – Evidence from a European Core Region
- No. 1999-03: **Timea Szerenyi:**  
Indikatorensysteme nachhaltiger Regionalentwicklung auf unterschiedlichen räumlichen Maßstabsebenen
- No. 1999-02: **Rolf Sternberg, Christine Tamásy:**  
Success Factors for Young, Innovative Firms

No. 1999-01: **Timea Szerenyi:**

Zur Operationalisierung von Nachhaltigkeit und nachhaltiger  
Entwicklung

No. 1998-01: **Rolf Sternberg:**

Innovative Linkages and Proximity – Empirical Results from  
Recent Surveys of Small and Medium-Sized Enterprises in  
German Regions