

Kreativität, Innovativität und Gründungsreichtum – metropolitane Merkmale des Ruhrgebiets?

„Dortmunder Dialog“ der Gesellschaft zur Förderung des Strukturwandels in der Arbeitsgesellschaft e.V.
Dortmund, 28. Mai 2008

Prof. Rolf Sternberg
Leibniz Universität Hannover
Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie
sternberg@wigeo.uni-hannover.de

Aufbau des Vortrags

- Kreativität, Innovativität und Gründungen als Motoren der Entwicklung in urbanen Agglomerationen
- Was ist „das Ruhrgebiet“?
- Die Positionierung des Ruhrgebiets bei
 - Kreativität
 - Innovativität
 - Gründungen
- Konsequenzen für die (Metropolen)Politik im Ruhrgebiet?

Warum Kreativität wichtig ist

- Innovationen erfordern Kreativität, also intelligente, engagierte Menschen, die bereit sind, dafür zu arbeiten
- Innovationen erfordern neues Wissen
- Kreative schaffen neues Wissen

Wissen ist nicht Information

denn:

„In einer Fünftelsekunde kannst du eine Botschaft [Information] rund um die Welt senden. Aber es kann Jahre dauern, bis sie von der Außenseite eines Menschenschädels nach innen dringt.“

Charles F. Kettering (1876-1958), Entwickler bei General Motors

Lebensläufe von Nobelpreisträgern und ‚ihre‘ Regionen

- Gunst- und Ungunsfaktoren sind abhängig vom raumzeitlichen Kontext
- Institutionelle und geographische Nähe erleichtern den face-to-face Austausch
- Wirtschaftliche Offenheit und Marktnähe sind hilfreich, aber nicht nötig (Chance zu ökonomischem Mehrwert aber schon)
- Pluralität und Vielfalt sind förderlich - Homogenität, Uniformität und Ähnlichkeit eher nicht (Wissenschaft ist immer am Rand am innovativsten, nicht im Mainstream)
- Die Regionen in denen Kreative berühmt wurden, sind nicht immer jene, in denen ihre Ideen ökonomisch umgesetzt wurden

Nach: Törnqvist 2004

Von Wissen zu Innovationen und regionalem Wachstum

Innovationen sind zentraler Bestimmungsfaktor der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen (und Regionen)

Hoher und permanenter Bedarf an Wissen (technologischer und sonstiger Art)

In großem Umfang nur betriebsextern beschaffbar (aber interne Verarbeitungskapazität notwendig)



Einbindung in innovative Netzwerke von existentieller Bedeutung


Regional verfügbares Wissen mit besonderer Qualität (tacit knowledge)

Selbstverstärkende Tendenz zur regionalen (und sektoralen) Clustering

Regionales Wachstum

© R. Sternberg, Universität Hannover








viele (intra- und interregional) vernetzte Einzelakteure erzeugen Synergieeffekte, die

- über die Summe der Vorteile der Einzelakteure hinausgehen und
- regionspezifisch und regionsgebunden sind („effects external to the firm but internal to the region“)



Dortmunder Dialog, 28.5. 2008 7

Warum Innovativität wichtig ist

- Schnittmenge mit Kreativität: die Menschen („Humankapital“)
- Aber: klarer Fokus auf das Ökonomische, oft Technologische; nicht jeder „Kreative“ schafft ökonomisch Relevantes, aber das allermeiste ökonomisch Innovative geht auf kreative Menschen zurück
- Die komparativen Vorteile liegen – potentiell und international - bei wissensintensiven Produkten und Dienstleistungen, von denen sich einige wenige am Markt durchsetzen (=Innovationen); sie müssen laufend neu erzeugt werden

Dortmunder Dialog, 28.5. 2008 8

Zur Relevanz räumlicher Nähe für Innovationen

- Entwicklung von Humankapital sowie Interaktionen zwischen Unternehmen, Schulen, Universitäten und Weiterbildungseinrichtungen in der Regel lokal / regional
- Netzwerke auf Basis informeller Kontakte erst durch zufällige/geplante Meetings, Informationsaustausch und Kunden-Zulieferer-Beziehungen ermöglicht
- Wissens-Spillover sind distanzempfindlich (“sticky“)
- Synergien infolge gemeinsamer kultureller, psychologischer oder politischer Perspektiven (kulturelle Nähe)

nach: Lundvall / Borrás 1998

Dortmunder Dialog, 28.5. 2008 9






**Vom Inventor zum Innovator:
der Standort entscheidet!**

„When an inventor in Silicon Valley opens his garage door to show off his latest idea, he has 50 per cent of the world market in front of him. When an inventor in Finland opens his garage door, he faces three feet of snow.“

(H.J.U. Nieminen, CEO Nokia-Mobira, zit. nach van Tulder 1988, 169)

Dortmunder Dialog, 28.5.2008 10





Warum Gründungen wichtig sind

Regionale Verfügbarkeit von Kreativen ist wichtig, aber: ihr Potenzial muss auch ökonomisch und vor Ort umgesetzt werden

- am besten und effizientesten über Entrepreneurship in Form von Unternehmensgründungen, denn
 - Gründungen sind der eigentliche Mechanismus, um lokales Wissen in lokales Wirtschaftswachstum zu transferieren
 - Gründungen fungieren als Wissensfilter, finden also in vielem neuen Wissen das (wenige) ökonomisch Nutzbare, klassische Produktionsfunktion muss ergänzt werden (Carlsson)
 - ohne Gründungen sind (stets intraregionale) Wissensspillover geringer
 - empirische Evidenz für viele Hightech Regionen weltweit gegeben

Dortmunder Dialog, 28.5.2008 11




**Gründungen als Ursache für Entstehung und
Entwicklung von Hightech Regionen?**

Silicon Valley: ja

Boston (Route 128): ja

Cambridge/UK: ja

Greater London („Western Crescent“): ja, u.a.

Paris („Cité Scientifique de Paris-Sud“): eher nicht

München: anfangs nicht, später ja

Nach: Sternberg 1998 (Technologiepolitik und Hightech-Regionen)

Dortmunder Dialog, 28.5.2008 12

Synergien und Interdependenzen

- Innovationen erfordern Kreativität; Kreativität kann zu Innovationen führen
- Unternehmensgründungen (entrepreneurship) sind der effizienteste und effektivste Mechanismus, um Kreativität in Innovativität zu verwandeln
- Aber kein Determinismus:
 - nicht jede(r) Kreative ist innovativ, nicht jede Gründung ist innovativ
 - nicht jede Innovation wird von einer Gründung generiert

Stärkste Synergien bei regionaler (urbaner) Ballung

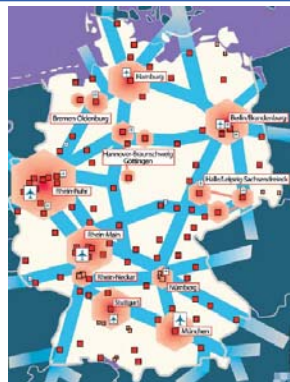
- Innovationsentstehung ist von regionsspezifischen Attributen abhängig
 - starke räumliche Konzentration von Innovationsaktivitäten
- Kreative sind räumlich sehr mobil und wählerisch und präferieren wenige (wachsende) urbane Ballungsräume
 - räumliche Konzentration der „Kreativen“
- Gründungen sind primär ein „regional event“ (M. Feldman) mit mehr wissensbasierten Gründungen in größeren Verdichtungsräumen
 - räumliche Konzentration von Hightech-Gründungen

Was ist „das Ruhrgebiet“, was die „Metropolregion“?

Begriffe und räumliche Abgrenzungen

- **Metropolregion:**
 - Offiziell (Bund, Land NRW): „Metropolregion Rhein-Ruhr“
 - aber kein echter Kooperationsraum
 - eher schon bei entstehender Region „Metropole Ruhr“
- **Grenzen**
 - Regionalverband Ruhr
 - mit 11 kreisfreien Städten (Dortmund, Hamm, Hagen, Bochum, Essen, Bottrop, Oberhausen, Mülheim, Duisburg, Herne, Gelsenkirchen) und 4 Kreisen (Wesel, Recklinghausen, Ennepe-Ruhr, Unna)

Elf Europäische Metropolregionen in Deutschland

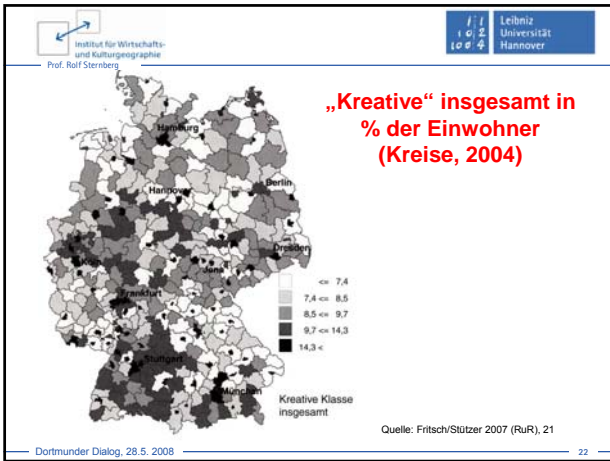


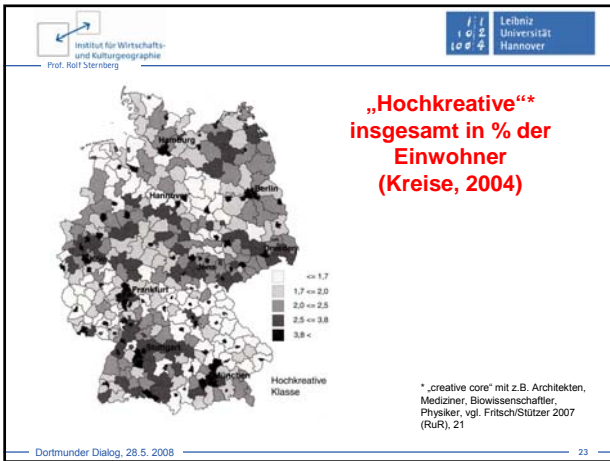
Quelle: Initiativkreis Metropolregionen 2007, S. 2, Stand 6/06

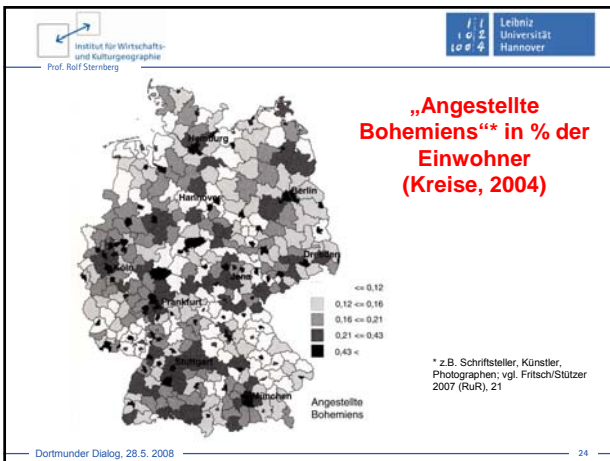
Grenzen des Kommunalverbandes Ruhr (= "Metropole Ruhr")

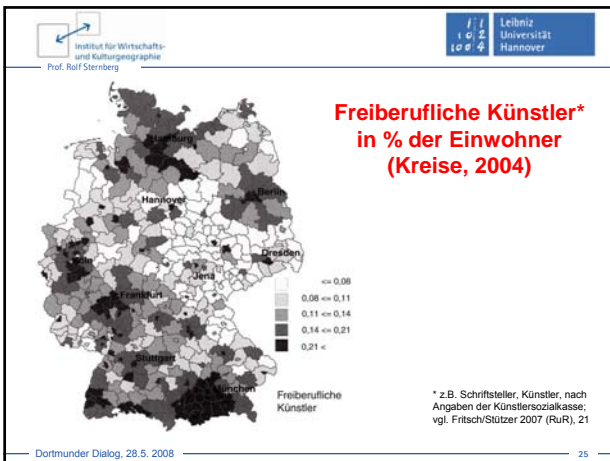


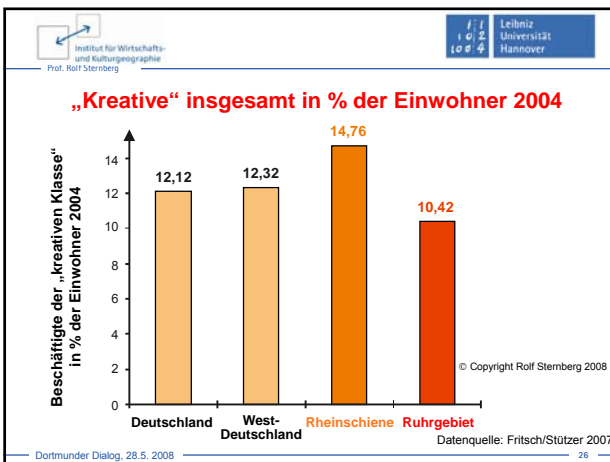
Quelle: Regionalverband Ruhr (2008) nach
Initiativkreis Metropolregionen (2007), S. 42.







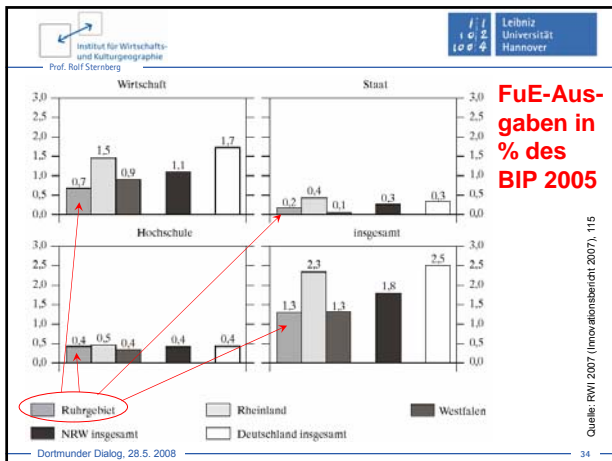




Fazit zur Kreativität im Ruhrgebiet

- eher ernüchternd, zumindest im interregionalen Vergleich
- bei Gesamtindex wie auch bei den drei Einzelindizes belegt keiner der 15 Kreise/kreisfr. Städte des Ruhrgebiets einen Platz unter den Top 20!
- Roland Bergers Kreativitätsindex von 10 deutschen Großstädten hilft nicht, da zwar Mannheim (!), aber keine Ruhrgebietsstadt im Sample ist



→ Mehr Kreative anziehen bzw. halten



Fazit zur Innovativität im Ruhrgebiet

- eher hintere Rangplätze unter deutschen Verdichtungsregionen
- Auch Dynamik unterdurchschnittlich (kein Aufholen)
- Komparative Schwächen eher in Wirtschaft als in Hochschulen

Empirisches zu Gründungen






Gründungsintensität in allen Branchen je 10.000 Erwerbsfähige 2001-2004 (D=100)

	Gesamt	VG ²	T-DL ³	U-DL ⁴	IKT-DL ⁵
Ruhrgebiet	89	79	81	86	94
Rheinland	111	104	119	127	126
Westfalen	92	130	76	72	103

Quelle: RWI 2007 (Innovationsbericht 2007), 149, auf Basis von ZEW-Daten



Dortmunder Dialog, 28.5. 2008 40

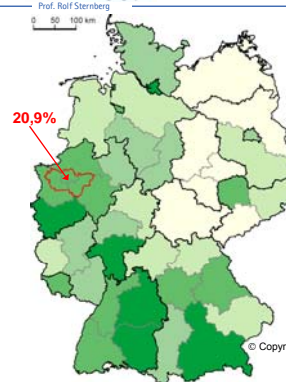
Fazit zu Gründungsaktivitäten

- Ruhrgebiet bei Gründungen generell mit deutlich geringeren Quoten als Westdeutschland und besonders als die Rheinschiene
- Dynamik: Ruhrgebiet wie andere Raumeinheiten auch tendenziell mit Rückgang der Quoten seit 2001, wenn auch nicht kontinuierlich (Ich AG!)
- Bei Gründungen in der Industrie ist der Abstand zum restlichen D (zum Rheinschiene) größer (kleiner) als bei Dienstleistungen

Dortmunder Dialog, 28.5. 2008 41

Perzeption der Gründungschancen in deutschen Regionen 2001-2006



0 50 100 km

20,9%

- ≤ 12,2 (7)
- 12,2 ≤ 16,2 (9)
- 16,2 ≤ 20,2 (9)
- 20,2 ≤ 24,2 (10)
- > 24,2 (5)

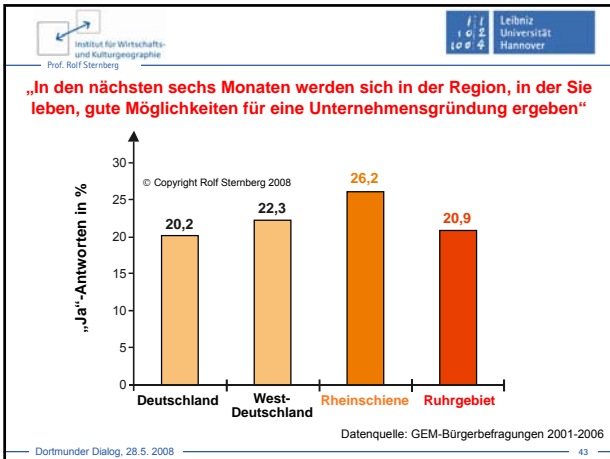
Mittelwert: 20,2% („Ja“-Antworten)

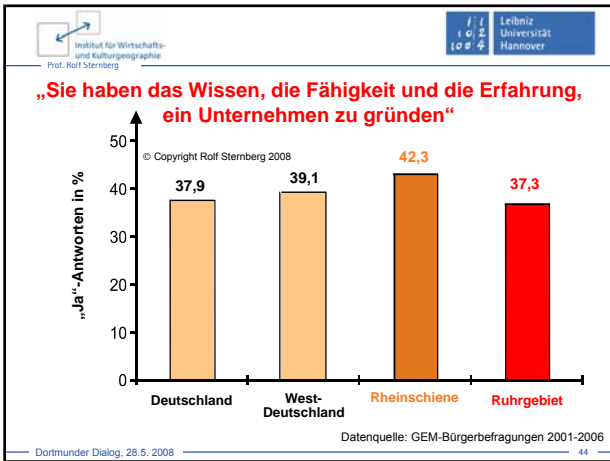
- Bundesländergrenzen
- Grenzen NUTS 2 Regionen
- Ruhrgebiet

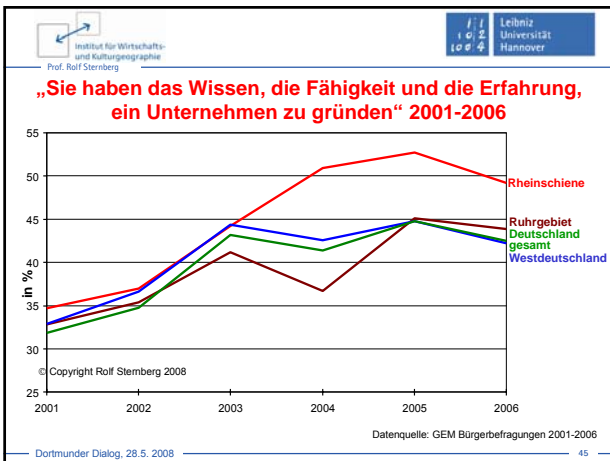
© Copyright Rolf Sternberg 2008

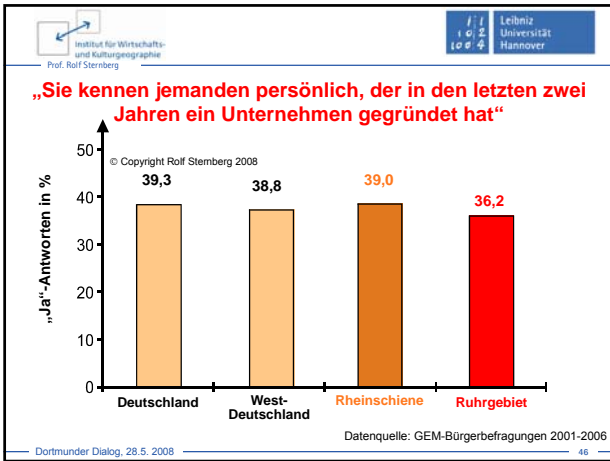
Datenquelle: GEM Bürgerbefragungen 2001-2006

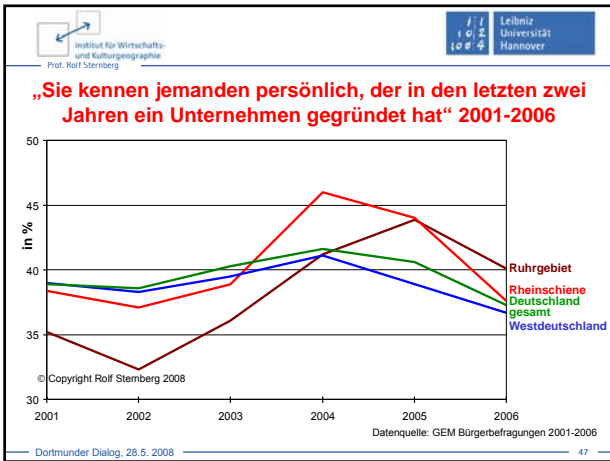
Dortmunder Dialog, 28.5. 2008 42














Fazit zu Gründungseinstellungen im Ruhrgebiet

- **Insgesamt:** Eher diffuses Bild; Ruhrgebiet teils schlechter als Rheinschiene, aber selten schlechter als Westdeutschland; nie klar besser, aber oft auf selbem Niveau; Trend zumeist positiv
- **Gründungschancen:** etwas pessimistischer als in Westdeutschland und klar unter Rheinschiene; Zeitvergleich wie in D
- **Gründungsfähigkeiten:** schlechter als in Westdeutschland und deutlich unter Rheinschiene; Trend deutlich positiv
- **Kennen von Gründern:** ebenfalls seltener als in D, Westen und Rheinschiene; Trend deutlich positiv(er)
- **Ansehen von Gründern und Angst vor dem Scheitern:** auf Niveau von Westen und Rheinschiene



Dortmunder Dialog, 28.5. 2008




Prof. Ralf Sternberg

Konsequenzen für die (Metropolen)Politik

Dortmund Dialog, 28.5. 2008 49






Prof. Ralf Sternberg

Empirische Bestandsaufnahme: Fazit

- **Ist das Ruhrgebiet verglichen mit anderen deutschen Ballungsräumen ...**
 - **kreativ?** → nein: hintere Rangplätze unter 19 Regionen
 - **innovativ?** → nein: besonderes Defizit in Wirtschaft
 - **gründungsstark?** → nein, aber nicht wegen Einstellungen
- **Wo liegen die komparativen Stärken der Metropole „Ruhr“?**
 - Größe! (Ew., Studierende, Hochschulen, Ew.-Dichte)
 - Internationale Bekanntheit *der Region* (aber Image!)

Dortmund Dialog, 28.5. 2008 50

Prof. Ralf Sternberg

Politische Förderung von wissensbasierter Regionalentwicklung

Endogenes Potenzial:

- Investitionen in wissensgenerierende und –transferierende Infrastruktur (“Steine”, harte Standortfaktoren)
- Investitionen zugunsten eines Kreativität und Kreative fördernden “Klimas” (“Köpfe”, weiche Standortfaktoren)
- Ziel: Binden der lokalen Kreativen an die Region

Exogenes Potenzial:

- Investitionen in Steine und Köpfe
- Ziel: Kontinuierlicher Zuzug auswärtiger Kreativer in die Region

Dortmund Dialog, 28.5. 2008 51

Empfehlungen für das Ruhrgebiet

- Defizite bei Gründungsklima/-kultur angehen (braucht Zeit, aber keine Alternative: Kultur des Scheiterns, Ansehen)
- Vorbilder schaffen (Medien!)
- Kreative anziehen (schwerer als halten, denn Ruhrgebietler sind zufrieden und bodenständig): dies wird der Engpass der Zukunft in allen deutschen Regionen und hightech-Unternehmen werden
- Gründungsförderinfrastruktur nicht ausbauen, aber zur Selbstverständlichkeit werden lassen (steter Tropfen ..., mehr Fokus auf neuen Gründertyp)
- Metropolregionenhype widerstehen: kein Selbstzweck!

**„Ohne eine allumfassende
Enttäuschung kann es keine
allumfassende Erkenntnis geben“
É.M. Cioran**

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !**
