



enable	>	Suchbegriff: Zeppelin University		
09.05.2007	Ausgabe: 05	Verbreitete Auflage:	110.191	Anzeigenäquivalenz:
Supplement / monatlich		Reichweite:	163.478	Seite: 24 - 25 / ganze Seite

31653 - 11 - KS - ZS - 9470543 -

Es werde Licht!

Deutschland verschwendet seine Talente. Nur eine Kultur der Vielfalt und Bildung zieht die besten Köpfe an – und weist den Weg in die Wissensgesellschaft

Von Stephan A. Jansen

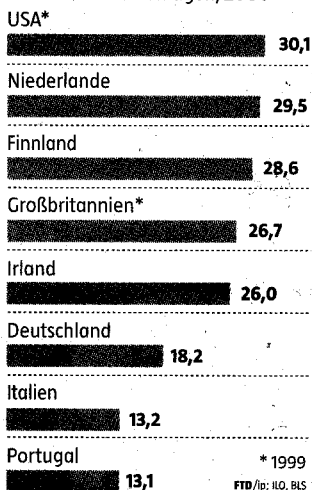
Talentmagnetismus

Gute Ideen In vielen Industrienationen wächst die Kreativwirtschaft – sowohl was den Gesamtumsatz angeht als auch die Zahl der Beschäftigten. Der kreative Sektor umfasst die Wissenschaft, die Ingenieurberufe, technologiegestützte Industrien, Kunst, Musik, Design- und Ästhetikbranchen, aber auch das Rechts- und Finanzwesen.

Gutes Irland An der Spitze des Wachstums steht dabei Irland. Seit 1995 steigt dort die Zahl der Erwerbstätigen im kreativen Sektor um durchschnittlich 7,6 Prozent im Jahr. Deutschland befindet sich mit etwa einem Prozent im hinteren Mittelfeld. Das Wachstum hat sich aber in den vergangenen Jahren stetig fortgesetzt.

Die Kreativen kommen

Erwerbstätige im kreativen Sektor in % aller Erwerbstätigen, 2000



Als die Agrargesellschaft in der organisierten Industriegesellschaft aufging, hatte Karl Marx die Deutungshoheit für den Wandel. Zwar ist das mehr als ein Jahrhundert her, doch findet schon wieder ein Transformationsprozess statt: Diesmal ist es die Industriegesellschaft, die sich in eine vernetzte, globalisierende Wissensgesellschaft wandelt. Und wieder wird um die Deutungshoheit gerungen.

Die Positionen in der Diskussion könnten gegensätzlicher nicht sein: Auf der einen Seite steht Thomas L. Friedman, Journalist und Kolumnist der „New York Times“. 2005 beschrieb er zehn Faktoren, die infolge der Globalisierung zu einer flacheren Welt führen. Auf der anderen Seite steht der Pittsburgh-Politologe Richard Florida, der 2002 und 2006 zwei Bücher über die „kreative Klasse“ veröffentlichte. Behauptet Friedman, dass durch das internetbasierte Nivellieren von Kapital-, Beschaffungs-, Absatz-, Arbeits- und Informationsmärkten die Welt zur Scheibe wird, weist Florida darauf hin, dass sich die kreative Wirtschaft in Metropolen konzentriert. Womit eine Welt entsteht, in der es mobile und wachsende Berghöhen gibt – aber auch immobile Täler.

Die Friedman'sche Analyse macht sich auf einen Weg, der von der Industriegesellschaft wegführt. Die Florida'sche Analyse geht hin zur Wissensgesellschaft. Im Folgenden sollen fünf Thesen illustrieren, welche Folgen das hat.

● In der Industrienation arbeitet bald kaum einer mehr

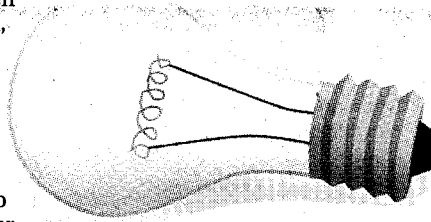
Die „Industrienation Deutschland“ – wie ihre viel zitierte Selbstbeschreibung lautet – ist so erfolgreich, dass immer weniger Menschen dort arbeiten. 2006 waren nur noch acht Millionen, also knapp 20 Prozent der Erwerbstätigen, im produzierenden Gewerbe oder im Handwerk tätig. Der Grund liegt nicht in Streiks, sondern in der sektoralen Verlagerung: Folgt man dem Ökonomen Fritz Machlup, sind heute immer mehr Erwerbstätige im „kreativen Sektor“ tätig, in der Wissenschaft, den Ingenieurberufen, in technologiegestützten Industrien (vor allem Software und Spiele), in der Kunst, Musik, in Ästhetik- und Designbranchen und im Rechts- und Finanzwesen.

Während zu Beginn des 20. Jahrhunderts weniger als zehn Prozent der Erwerbstätigen in diesem Sektor

arbeiteten, der übrigens nicht ohne Weiteres mit dem Dienstleistungssektor in Deckung zu bringen ist, sind es nach Schätzung von Florida in den entwickelten Ländern heute zwischen 25 und 30 Prozent der Erwerbstätigen.

● Die kreative Klasse ist flüchtig

Richard Floridas zweites, unbekannteres Buch behandelt die Mobilität der kreativen Klasse genauer: ihre Flucht. Die kreative Klasse ist kein Elitesegment der Gesellschaft, sie steht seitlich zu den Karrieren und (Bildungs-)Schichten, und das in häufig prekären Beschäftigungsverhältnissen. Es ist eine flüchtige Klasse mit zum Teil flüchtigen Ideen an zum Teil flüchtigen Orten. Die Kreativkarawane zieht immer weiter – etwa nach Amsterdam, Dubai, Los Angeles, Miami, New York, Perth, Riad, Tel Aviv oder Toronto. Breite Migrationsströme sind kennzeichnend für diese Metropolen. Das belegt eindrucksvoll eine Studie der George Washington University, in der 116 Großmetropolen untersucht wurden: Wettbewerbsfähige Metropolen sind Talentmagnete. Deutschland hat sie nicht. Der hiesige Spitzenreiter liegt auf Platz 19: Es ist Frankfurt am Main – dank des Zuzugs von Akademikern im Bereich der Finanzdienstleistungen.



“ Wettbewerbsfähige Metropolen sind Talentmagnete. Deutschland hat sie nicht

● Weiche Standortfaktoren sind hart

In vielen Nationen tobt ein „War for Talents“, ein Kampf um die kreative Klasse. Die Kernfrage dabei ist: Wenn die kreative Klasse so flüchtig ist, was zieht sie an und was hält sie? Es sind die weichen Standortfaktoren, die harte Entscheidungen bei Talenten wie Unternehmen auslösen. Für den Zuzug von kreativen Köpfen ist nach der These Floridas vor allem Toleranz magnetisierend, also der Umgang mit Heterogenität. So werden als Belege für eine kreativitätsfördernde Toleranz der Umgang mit Homosexualität oder mit Menschen, die einen Migrationshintergrund haben, angeführt. Auch auf der Ebene der Ansiedlungspolitik von Unternehmen zeigt eine Studie des Georgia Institute of Technology, dass nicht Standortkosten oder das Steuersystem entscheidend sind, sondern die Bildungs- und Wissenschaftsaffinität der Metropolregionen.

● Die kreative Wirtschaft kreiert Umsätze

Die deutsche Politik rätselt noch, ob sich die Kreativwirtschaft irgendwann ebenso verflüchtigen wird wie die New Economy. Die Zahlen zeigen indes eine andere Entwicklung: Insgesamt setzte die deutsche Kreativwirtschaft 2004 etwa 117 Mrd. € um. Damit steht sie davor – gemessen am Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt –, bedeutender zu werden als die Autoindustrie. Gemessen an den Erwerbstätigen in Europa beschäftigt die Kreativwirtschaft bereits mehr Menschen als Automobil- und Chemiesparte zusammen.

● Die Nationalstaaten können und sie müssen handeln

Die Frage, wie Nationalstaaten in einer globalisierten Welt noch intervenieren können, wurde oft gestellt, aber nur selten befriedigend beantwortet. Während Anfang der 90er-Jahre die Bildung von Kooperations-, also Cluster-Strukturen empfohlen wurde, zeigt sich heute, dass die „Herausforderung Heterogenität“ bewältigt werden muss. Nur so kann der insbesondere für Deutschland aus demografie- wie auswanderungsbedingten Gründen dringend notwendige Talentmagnetismus ausgelöst werden.

Für Deutschland muss das vier Konsequenzen haben:

► Mehr Toleranz

Deutschland braucht eine Toleranzkultur – und das nicht mehr bloß als geschichtlicher Auftrag, sondern als ökonomische Notwendigkeit. Toleranz kann man nicht bestellen. Man muss sie selbst erleben und leben – über die Vermittlung von Bildung und Kultur.



► **Mehr Bildung**

Unser Bildungssystem weist keine Chancengerechtigkeit auf – erst recht nicht für Kinder mit Migrationshintergrund. Der Umgang mit der „Herausforderung Heterogenität“ im Kindergarten ist zufällig, in der Schule dreigliedrig und in der Folge einfältig. Wir verlieren Talentreserven, was sich auch an der international niedrigen Akademikerquote von etwa 20 Prozent eines Jahrgangs zeigt. Die Bildungsausgaben sinken sogar leicht. Das können wir uns als Gesellschaft schlicht nicht leisten. Und wir müssen ausländische Schüler wie Studierende für das deutsche Bildungssystem begeistern. Während wir die Auslandsaufenthalte deutscher Hochbegabter – nicht selten mit dem Ergebnis ihres Verlusts (Braindrain) – fördern, vergessen wir die umgekehrte, noch viel wichtigere Förderung ausländischer Hochbegabter an deutschen Universitäten (Braingain).

► **Mehr Kultur**

Kreativität braucht ein kreatives Umfeld. Städtische oder unternehmensbezogene Kulturangebote werden nahezu allen Studien zufolge als notwendig angesehen. Dabei empfiehlt sich ein Blick auf die britische „Creative Economy Policy“: Statt Hochkultur zu fördern, regt der Staat die privatwirtschaftliche Produktion kreativer Angebote an – besonders in den Bereichen Software, Computerdienstleistungen, Design, Verlage, Fernsehen und Radio, Musik und Werbung.

► **Mehr Forschung**

Die Lissabon-Agenda sieht für das Jahr 2010 Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) mit drei Prozent am Bruttoinlandsprodukt vor. Während Schweden 4,6 und Japan 3,1 Prozent investieren, sanken die Ausgaben in Deutschland von einem Niveau von 2,5 Prozent nochmals leicht. Dabei führt die Wissen-

schaftsaffinität einer Metropole zu F&E-Investitionen internationaler Firmen. Die aktuellen Zahlen zeigen jedoch eine dramatische Verlagerung der F&E-Investitionen deutscher Unternehmen ins Ausland.

Aus all dem lässt sich das Fazit ziehen: Talentmagnetismus beginnt mit einer kulturellen Offenheit und Vielfalt. Das zieht Studierende und Wissenschaften an, was in der Folge eine Nachfrage nach Mitarbeitern auslöst. Der Zuzug weiterer Mitarbeiter sowie Studierender erzeugt Kaufkraft und Steuerzahlungen. Das ermöglicht Investitionen in die städtischen Kultur- und Bildungsangebote, sodass sich daraus eine Aufwärtsspirale entwickeln kann. Magnetfelder werden nicht ohne Grund als Kraftfelder bezeichnet.

Stephan A. Jansen ist Präsident der Zeppelin University in Friedrichshafen und Inhaber des Lehrstuhls für Strategische Organisation & Finanzierung (SOFI).

“ Die Bildungsausgaben sinken sogar leicht. Das können wir uns als Gesellschaft schlicht nicht leisten. Wir müssen ausländische Schüler wie Studierende für das deutsche Bildungssystem begeistern