

IAT

Institut Arbeit und Technik

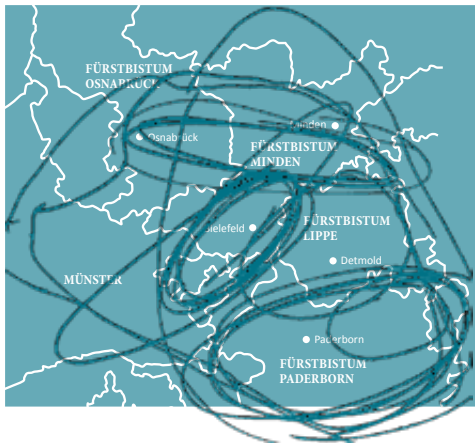


Raumkapital im Forschungsschwerpunkt
Innovation, Raum & Kultur
Stefan Gärtner

Geschäftsbericht

20 08 | 20 09

An Struktur- und Regionalpolitik sowie regionaler und kommunaler Wirtschaftsförderung wird oft kritisiert, dass sie in Form einzelbetrieblicher Förderung Mitnahmeeffekte verursache, zu selten einer regionalstrategischen übergreifenden Konzeption folge, noch immer zu stark bauliche Infrastrukturen fördere, zu wenig aktivierende Potenziale freisetze, zu stark an der Förderung auf Wachstum setzender größerer Betriebe ausgerichtet sei, zu sehr an einem tradierten Raumbild politisch-administrativer Regionen festhalte, sich zu häufig an allgemeinen Moden orientiere und durch eine „one-size-fits-all-Strategie“ Raumkapital zerstöre.



Für eine zukunftsfähige Raumpolitik ist es daher zentral, das tatsächlich vorhandene Raumkapital zu erkennen und ein eigenständiges regionales Profil herauszubilden. Um sich dieser Aufgabe zu widmen, wurde im Forschungsschwerpunkt Innovation, Raum & Kultur des IAT der neue Forschungsbereich **Raumkapital** etabliert, der das Kapital geographischer und sozialer Räume, also von Stadtteilen, Städten, Regionen und Nationalstaaten, aber auch von funktionalen oder wahrgenommenen Räumen, Netzwerken und Clustern betrachtet.

Wo und was ist Raumkapital?

Raumkapital ist für Regionen und Städte, die über eine ausgeprägte Identität und positives Image verfügen - wie z.B. Paris, München oder Kyoto - einfacher aufzuspüren, als für strukturschwache, fragmentierte bzw. negativ wahrgenommene Räume wie das Ruhrgebiet, Hoyerswerda oder Kattowitz. Dass Raumkapital aber in allen Räumen gefunden werden kann, soll anhand der folgenden Beispiele verdeutlicht werden:

Raumlabore als Raumkapital:

Im Rahmen des Struktur- und Siedlungswandels ergeben sich gerade in altindustriellen Räumen immer wieder Leerstände von Gebäuden, die

temporär für kulturelle oder ökonomische Aktivitäten genutzt werden können. Verstanden als „Raumlabor“, in denen neue Nutzungskonzepte ausprobiert und ihre Funktionalität unter ökonomischen Gesichtspunkten getestet werden, könnten solche Flächen- und Gebäudebrachen städtebauliche und ökonomische Potenziale bedingen. Solche Möglichkeitsräume sind besonders geeignet für das „kreative Milieu“, das unsere Wirtschaftsförderungen und Stadtplaner so gerne in ihren Städten haben möchten. Einzelne Beispiele dafür gibt es bereits im In- und Ausland. Es geht zukünftig darum, diese Potenziale stärker zu erkennen, systematisch zu nutzen und für das regionale Image zu verwenden.

Raumkulturen als Raumkapital:

Bittet man Unternehmen den Raum, der für sie relevant ist, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, in eine semistrukturierte Karte einzuzeichnen, wie es im Rahmen eines vom IAT koordinierten EU-Forschungsprojekts (www.cure-project.eu) getan wurde, kommen äußerst interessante Ergebnisse dabei heraus. Wie in der folgenden Abbildung zu sehen ist, konnten die Ergebnisse für die Region Ostwestfalen-Lippe nur durch die Unterlegung einer historischen Karte von 1789 interpretiert werden: dann wird deutlich,

dass die Raumwahrnehmung der Unternehmen weniger von der aktuellen administrativen als vielmehr von der historischen Raumabgrenzung abhängt und dass religiöse Differenzierungen (Ravensburger Pietismus vs. Katholisches Hochstift Paderborn) episch-perzeptive Räume herausbilden haben. Dies lässt sich, auch wenn die empirische Evidenz aufgrund der geringen Fallzahlen eingeschränkt ist, beispielsweise dadurch erklären, dass die protestantisch geprägten Fürstentümer das Preußenprivileg der Textilherstellung hatten und dies die Wirtschaftsstruktur geprägt hat. Um Räume zu verstehen und deren Kapital zu erkennen, ist es sinnvoll sich von den administrativen Grenzen zu lösen und so genannte „Shared Spaces“ zu kapitalisieren. Ein Aspekt, der gerade für die gemeinsame Gestaltung des Standortes zentral ist. Denn sollen sich Unternehmen an diesem Prozess beteiligen, ist ein Agieren und Steuern in Bezugsräumen, in denen Unternehmen bereit sind Verantwortung zu übernehmen, erforderlich.

Räumliche vernetzte Denkfiguren als Raumkapital:

Dass sich Wahrnehmungs- und Imageräume weltweit aufspannen können und nicht zwangsläufig eine geographische Einheit bilden müssen, wird - bezogen auf globale Machtzentren - medial

kommuniziert: „Nylonkong“ wird in einem Artikel des Time-Magazin (17.01.2008) als gemeinsamer Raum - bestehend aus New York, London und Hong Kong, analysiert. Diese Städte - so der Autor - weisen eine gemeinsame Wirtschaftskultur auf, verfügen über verdichtete Flugverbindungen und sind durch hochleistungsfähige Glasfaserkabel sowie ein Finanznetzwerk miteinander verbunden. Übertragen wir dieses Denken auf das Ruhrgebiet und suchen nach kulturell bzw. sozial vernetzten Räumen, die identitäts- und profilbildend sind, liegt es nahe Stadtteile mit hohem Anteil türkischer Bevölkerung zu einem Raum zu vernetzen und als Raumkapital zu verstehen. Dies wird in der folgenden Abbildung anhand von drei Ruhegebietstadtteilen exemplarisch dargestellt, kann aber auch mit anderen Stadtteilen funktionieren.

MaKaNo = Raumkapital im Ruhrgebiet

Dieser beispielgebende Raum bekommt hier das Label MaKaNo (jeweils die Anfangsbuchstaben der drei beteiligten Stadtteile). MaKaNo zeichnet sich durch eine gemeinsame

ethnische Kultur (vor allem türkische Communities), eine gemeinsame Essenskultur, eine ähnliche Einzelhandels- und Unternehmensstruktur und durch einen Austausch von Wissen (z.B. über türkische Hochzeitsmode) und Personen aus.

Monetäres Kapital als Raumkapital:

Selbstverständlich kommt es auch auf in der Region vorhandenes monetäres Kapital an, das in strukturschwachen Regionen nur im geringeren Ausmaß vorhanden ist. Daher sind Finanzintermediäre in räumlicher Nähe von Bedeutung, die die kreditwirtschaftliche Versorgung sicherstellen und das regionale Haltevermögen von Geld und Fördermitteln erhöhen. Monetäres Kapital ist notwendig, um eine nachhaltige Rendite des regionalen Raumkapitals zu erzielen.

