

Thesen zu den Erfolgsfaktoren der Regionalentwicklung

Wissenschaftstag der Europäischen Metropolregion
Nürnberg

28.07.2015

Prof. Dr. Michael Seidel

Studiendekan Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Lehrgebiet Industriebetriebslehre

Michael.Seidel@hof-university.de

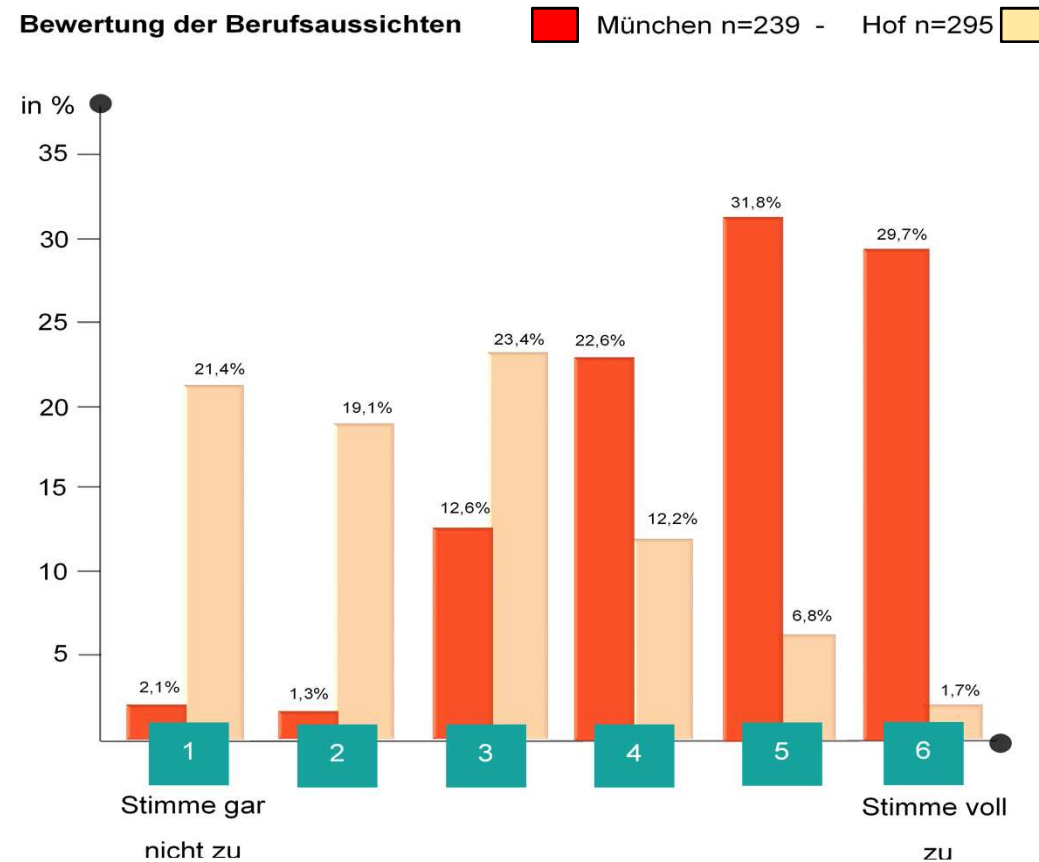
Agenda – 5 Thesen

- 1. Die Kreative Klasse wird zum Schlüsselfaktor der Prosperität von Regionen*
- 2. Die Attraktivität einer Region spielt bei der Berufswahl zukünftig eine entscheidende Rolle*
- 3. Das Leitbild gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen wird zunehmend zur Utopie*
- 4. Der ‚klassische‘ Instrumentenkasten der Kommunalentwicklung ist strukturell überfordert*
- 5. Eine nachhaltige Positionierung ländlicher Regionen im Wettbewerb gelingt nur mit einer neuen strategischen Regional Governance*

1. Die kreative Klasse wird zum Schlüsselfaktor der Prosperität von Regionen

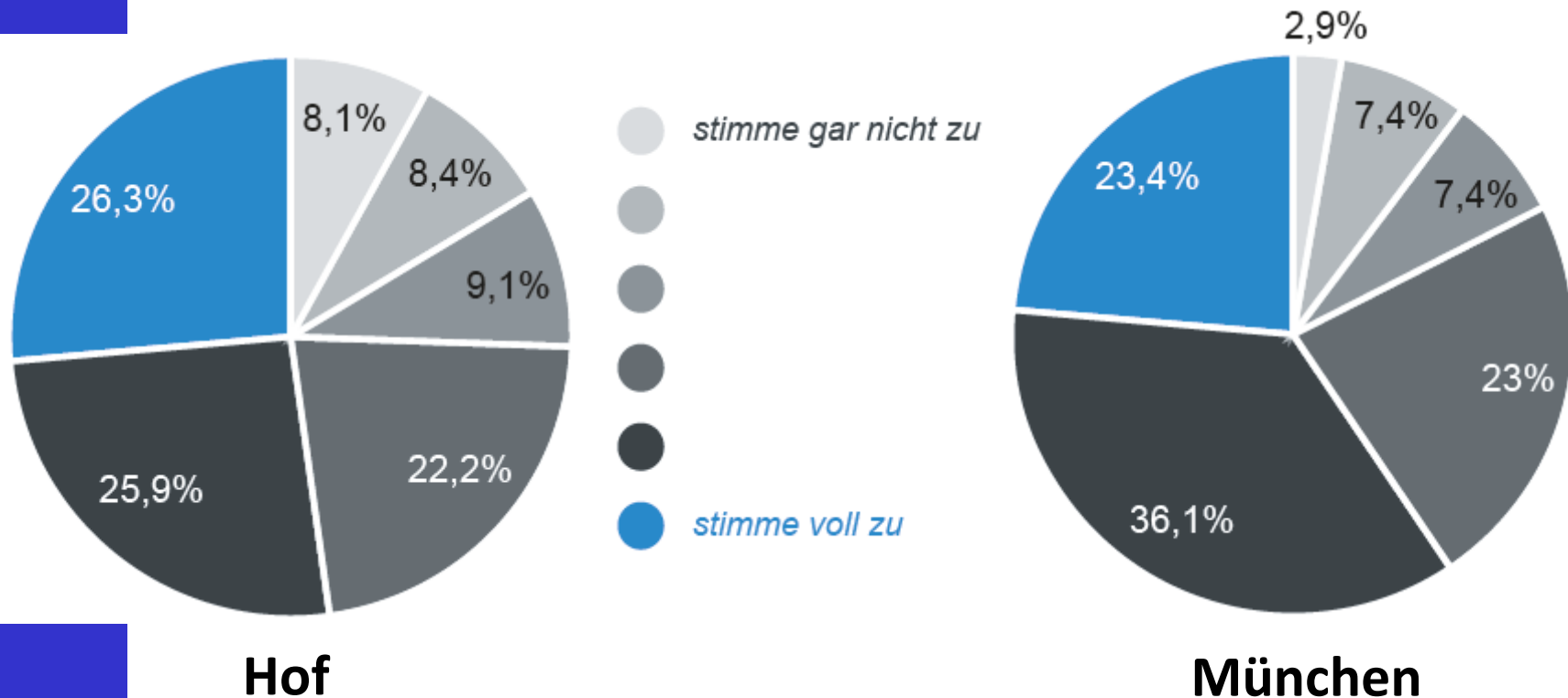
- *Brain drain: Fachkräftemangel wird zum limitationalen Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit in ländlichen Regionen*
- *Arbeitsmarkt wird zum Käufermarkt: Künftig bewerben sich Firmen bei Hochqualifizierten*
- *Engpass für die Regionalentwicklung wird künftig weniger bei den Finanzen liegen, als bei den klugen Köpfen*
- *Es ist von entscheidender Bedeutung zu wissen, wie junge Talente „ticken“: Studie der Hochschule Hof untersuchte die Präferenzen von Studierenden kurz vor Studienabschluss*

2. Die Attraktivität einer Region spielt bei der zukünftigen Berufswahl eine entscheidende Rolle



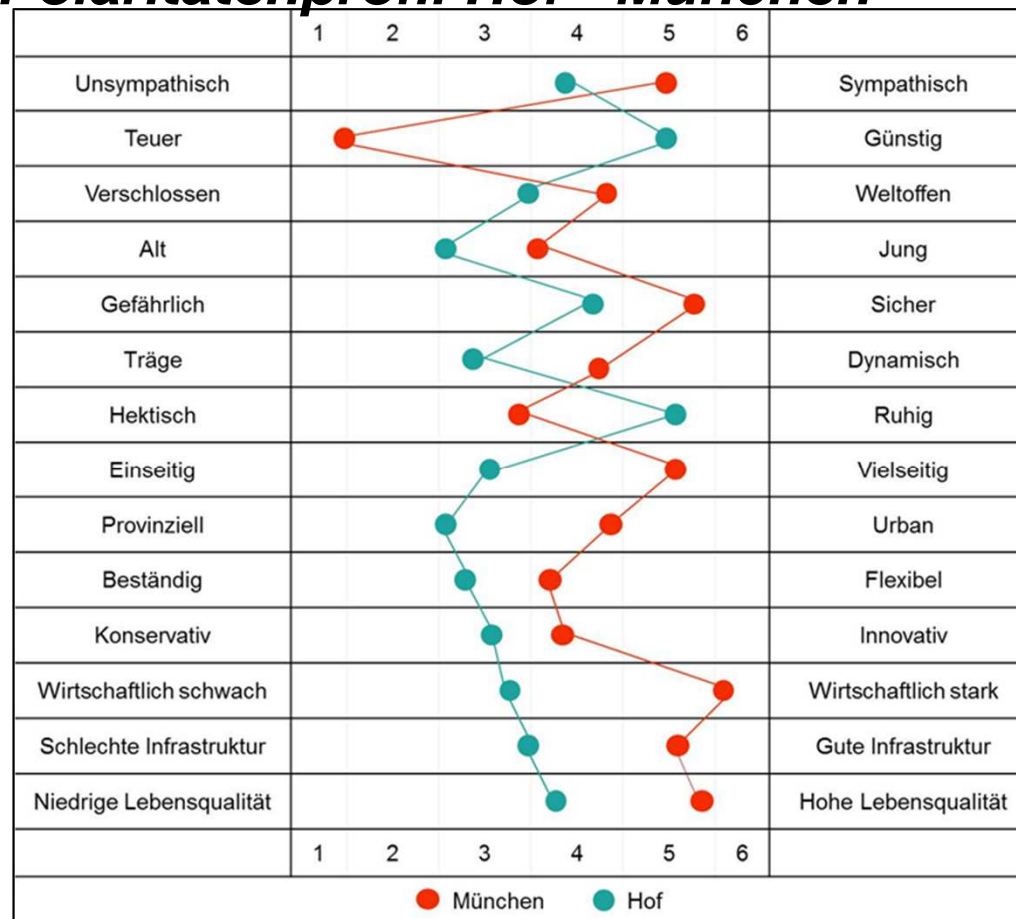
2. Die Attraktivität einer Region spielt bei der zukünftigen Berufswahl eine entscheidende Rolle

Aussage: Die Region spielt bei der Berufswahl eine entscheidende Rolle.



2. Die Attraktivität einer Region spielt bei der zukünftigen Berufswahl eine entscheidende Rolle

Polaritätenprofil Hof - München



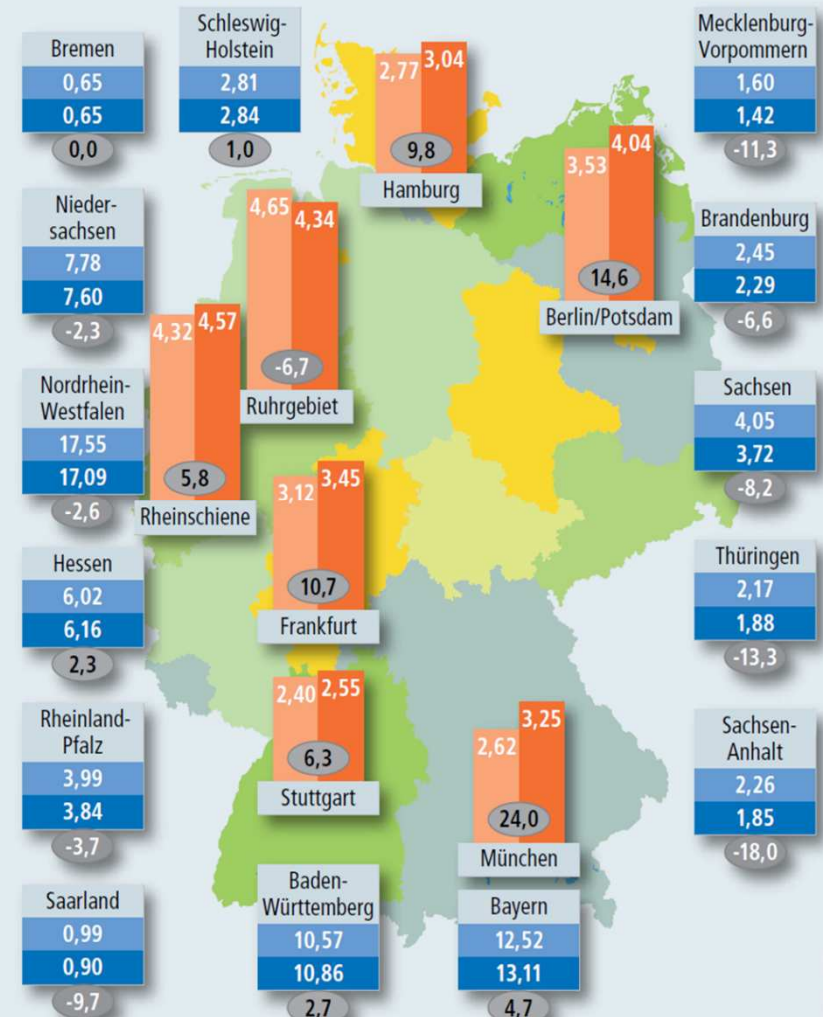
2. Die Attraktivität einer Region spielt bei der zukünftigen Berufswahl eine entscheidende Rolle

- *Präferenzen:*
 - *Wirtschaftskraft/Infrastruktur/Lebensqualität*
 - *Dynamik/Innovation/Flexibilität/Weltoffenheit*
 - *Vorteile des ländlichen Raums (Preise, Natur) spielen keine Rolle*
- *Generation Y ff.: statt „people follow jobs“ zunehmend „jobs follow people“*
- *Image und Lifestyle entscheidende Differenzierungsfaktoren*
- *Zunehmende regionale Disparitäten: Wanderungen vor allem Hochqualifizierter in die Metropolen und sog. „Schwarmstädte“*

3. Leitbild gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen wird zunehmend zur Utopie

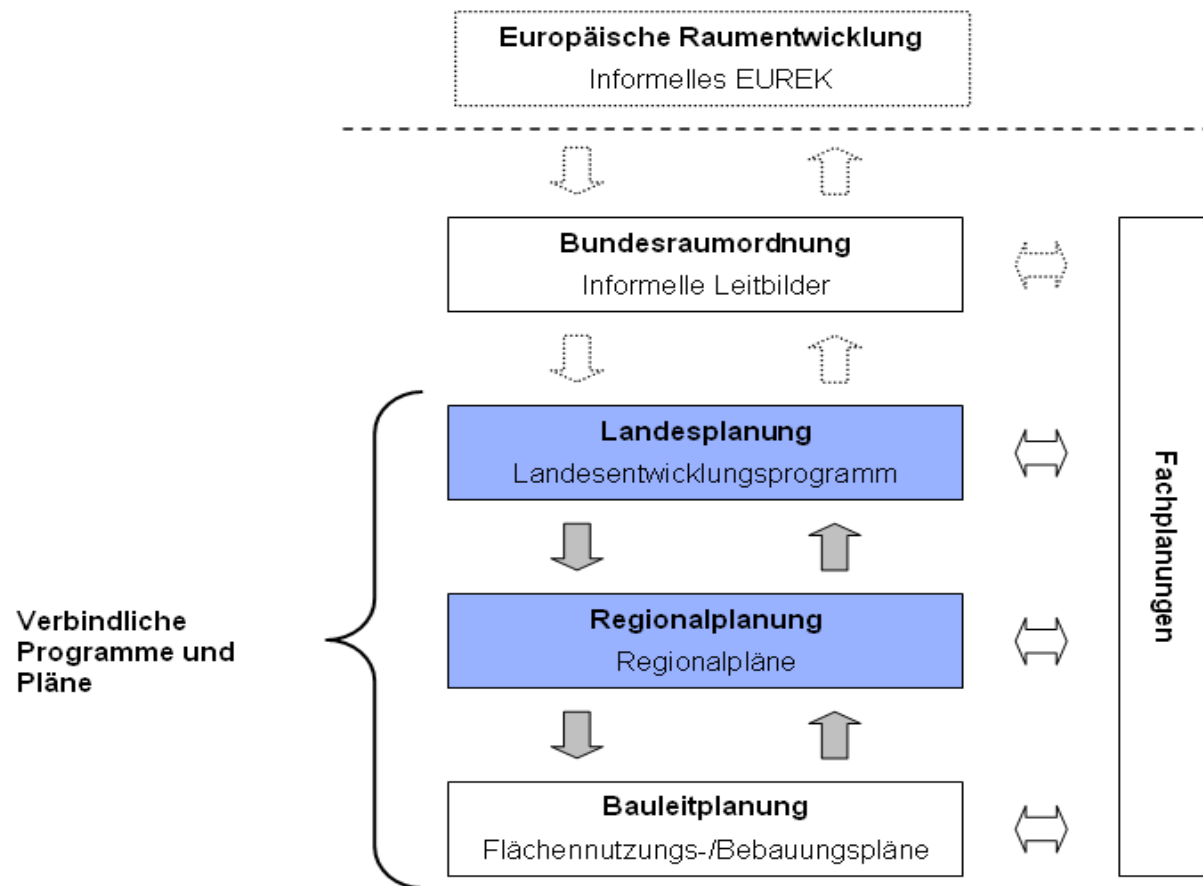
Boomende Metropolregionen

in Millionen  Einwohnerzahl 2012  Einwohnerzahl 2030  Veränderung in Prozent



München, Frankfurt, Hamburg und Stuttgart: Kernstadt und hoch verdichtete Umlandkreise;
 Rheinschiene: Düsseldorf, Köln, Bonn und Umlandkreise; Ruhrgebiet: Regionalverband Ruhr;
 Berlin/Potsdam: ohne Umlandkreise; 2030: Iw-Szenario; Ursprungsdaten: Statistisches Bundesamt

4. Der ‚klassische‘ Instrumentenkasten der Kommunalentwicklung ist strukturell überfordert



5. Neue strategische Regional Governance erfordert

- *Integration von Verwaltung und innovativen landesplanerischen Ansätzen mit Abgabe von Kompetenzen durch die Politik*
 - *Regionalmarketing*
 - *Regionalmanagement*
 - *Standortmarketing*

- *Integration der Wirtschaft in PPP-Modellen*
 - *Effiziente Wirtschaftsförderung bedingt Beteiligung der Wirtschaft im Prozess*
 - *Employer Branding und Regionalmarketing: Synergieeffekte*

- *Bündelung der Kräfte auf regionaler, nicht kommunaler Ebene*