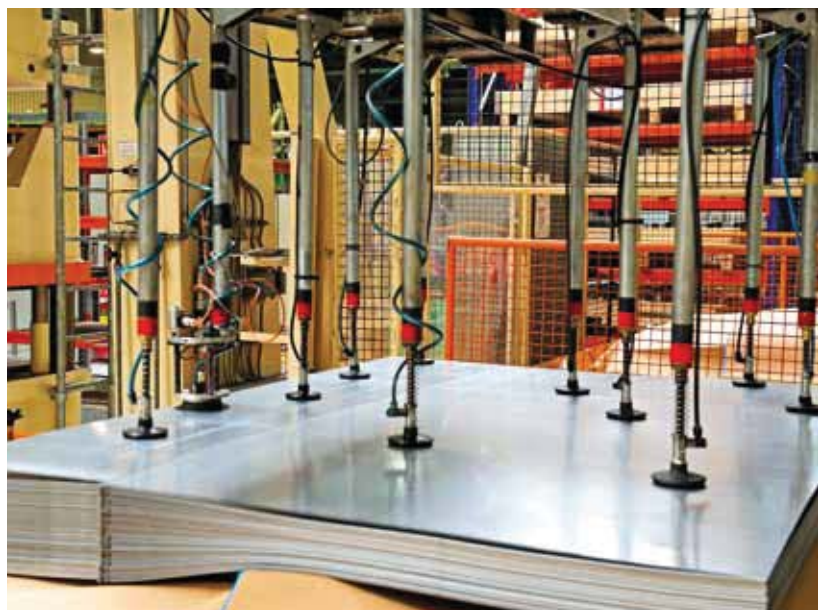


WIRTSCHAFTSBERICHT RUHR 2012

Leitmärkte und Beschäftigungsstrukturen



Inhalt

Einleitung	4
Die Leitmärkte im Überblick	8
Leitmarkt Ressourceneffizienz	10
Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen	18
Leitmarkt Mobilität	26
Leitmarkt im Fokus: Nachhaltiger Konsum	34
Leitmarkt Gesundheit	46
Leitmarkt Bildung & Wissen	54
Leitmarkt Freizeit & Events	62
Leitmarkt Digitale Kommunikation	72
Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste	82
„Neue urbane Ökonomie“ als Profil der Metropole Ruhr	92
Impressum	97

Einleitung

Wirtschaftlicher Strukturwandel drückt sich nicht allein durch Veränderung von Wachstumsraten aus, sondern – das sagt schon der Begriff – auch durch Veränderungen in der wirtschaftlichen Struktur. Dies hat zur Folge, dass sich auch das Verständnis von wirtschaftlichen Zusammenhängen ändert. Es wird in Wertschöpfungsketten anstatt in Branchen gedacht, wodurch die veraltete Trennung von Industrie und Dienstleistungen aufgehoben wird. Innovationen finden in Leitmärkten statt, nicht allein in Technologiefeldern. Wirtschaftliche Veränderungen erfolgen aber auch zunehmend über Wertschöpfungsketten und abgegrenzte Leitmärkte hinweg.

Der Wirtschaftsbericht Ruhr trägt diesen veränderten wirtschaftlichen Zusammenhängen Rechnung. Es geht darum, Leitmärkte und prägende Trends der kommenden Jahre in den Blick zu nehmen. Die wirtschaftlichen Zusammenhänge werden von zukünftigen Märkten her betrachtet und von einer Nachfrage, die geprägt ist durch sich verändernde menschliche Bedürfnisse und immer drängendere gesellschaftliche Herausforderungen.

Bei der Betrachtung der Leitmärkte steht die Frage im Mittelpunkt, wie sich die ökonomische Situation in der Metropole Ruhr in den Jahren nach der Wirtschafts- und Finanzkrise entwickelt hat. Zu diesem Zweck werden – soweit von der Datenlage her möglich – die Jahre 2008 bis 2011 verglichen.

Neue Inhalte – vertiefende Einblicke

In diesem Wirtschaftsbericht finden sich neue und ergänzende Elemente: Die Analyse der Indikatoren wird durch Interviews mit Unternehmen aus den einzelnen Leitmärk-

ten vertieft und mit Leben gefüllt, und es werden quer zu den Leitmärkten liegende Themen dargestellt. Der Leitmarkt „Nachhaltiger Konsum“ wird angesichts der zahlreichen Nachfragen im vergangenen Jahr nachjustiert. Erstmals wird zudem die Struktur der Beschäftigung genau beleuchtet. Dazu gehört auch, Daten zu geringfügig und Teilzeitbeschäftigten auszuwerten. Insgesamt zeigt sich, dies sei vorweggesagt, dass sich die Struktur der Beschäftigten nicht grundlegend vom Bundesdurchschnitt unterscheidet. Seit Jahren ist der bundesdeutsche Arbeitsmarkt durch einen erheblichen Strukturwandel geprägt. Teilzeitarbeit und geringfügige Beschäftigung sind in modernen Industriegesellschaften kein Randphänomen, sondern ein wichtiger und schnell wachsender Bestandteil der Arbeitswelt. Vor diesem Hintergrund will der vorliegende Wirtschaftsbericht Ruhr der Frage nach der Bedeutung dieser Beschäftigungsformen wie auch der Frage nach dem Anteil höherwertiger Beschäftigung in den Leitmärkten der Metropole Ruhr systematisch nachgehen.

Neue Geschäftsmodelle führen zu Veränderungen in den Marktstrategien

Bei aller statistischen Analyse darf nicht vergessen werden, dass die einzelnen und zunehmend vernetzten Unternehmen Treiber des Strukturwandels sind. Deshalb findet sich in jedem Leitmarktkapitel ein Gespräch mit einem Unternehmensvertreter. Die Interviews zeigen, dass die Unternehmen in der Metropole Ruhr auf dem Weg einer tiefgreifenden Veränderung viel weiter sind, als oft vermutet wird – auch wenn dies oftmals (noch) nicht in den Statistiken erkennbar ist. Neue Geschäftsmodelle und Innovationsstrategien führen zu weitreichenden Veränderungen in den

Marktstrategien wie auch der Unternehmenskultur. Neue Unternehmen beginnen damit, das kreative Potenzial der Metropole Ruhr auszuschöpfen. Und allen Unternehmen ist gemeinsam, dass sie ein hohes Interesse an der Region und an deren Potenzial zeigen.

Die Unternehmen orientieren sich bei der Entwicklung ihrer Geschäftsstrategien immer stärker an den Bedürfnissen der Kunden und gesellschaftlichen Herausforderungen – bemerkenswert ist dabei, dass kaum ein Unternehmen nur in einem Leitmarkt präsent ist. Leitmärkte sind so gesehen eher ein Hilfsmittel, um Strukturen und Trends zu erfassen, denn es zeigen sich in der Realität der Märkte und Unternehmensstrategien immer wieder Überschneidungen und Verflechtungen.

Dem wird in diesem Bericht dadurch Rechnung getragen, dass im abschließenden Kapitel die zukunftsweisenden Querschnittsthemen für die Ruhrwirtschaft benannt werden. Über den Querschnittsthemen steht als Leitidee die „Neue urbane Ökonomie“ als wirtschaftliches Profil der Metropole Ruhr.

Ergebnisse im Überblick

Die Ergebnisse sind auf den ersten Blick nicht wirklich überraschend, grundlegende Veränderungen im Zuge des Strukturwandels sind nicht erkennbar. Hier wird wieder einmal deutlich, dass Strukturen sich wesentlich langsamer (und auch auf bestehenden Pfaden) verändern, als es einzelne Ereignisse wie Betriebsschließungen oder -ansiedlungen vermuten lassen. Dennoch sollen an dieser Stelle einige Aspekte hervorgehoben werden, die bemerkenswerte Ausblicke für die Zukunft geben:

Zunächst lässt sich die Beobachtung konkretisieren, dass die Industrie weiterhin der dynamische Kern bei der Neuausrichtung des Ruhrgebiets ist. Auch wenn das Wachstum leicht unter dem Bundestrend liegt: Im Industriellen Kern finden sich deutlich mehr Vollzeitbeschäftigte als in den

Unternehmen der anderen Leitmärkte, er kann weiterhin als Innovationstreiber in anderen Leitmärkten betrachtet werden. Auch der Anteil der Akademiker an den Beschäftigten liegt keineswegs so klar unter dem Bundesniveau, wie es frühere Untersuchungen über das Innovationspotenzial in der Metropole Ruhr vermuten ließen. Insbesondere im Bereich „Maschinen und Prozesse“ hat in den vergangenen Jahren bei den Akademikern ein kontinuierlicher Aufholprozess stattgefunden.

» Die Industrie ist weiterhin der dynamische Kern bei der Neuausrichtung des Ruhrgebiets «

und mittelständische Unternehmen herausbilden und die Region nicht mehr allein durch Großunternehmen geprägt ist. In den Leitmärkten Digitale Kommunikation, Mobilität sowie Freizeit & Events ist die durchschnittliche Betriebsgröße (gemessen am Umsatz) unter dem Bundesdurchschnitt, bei Bildung & Wissen, Gesundheit und Urbanes Bauen & Wohnen sind keine nennenswerten Unterschiede festzustellen. Diese Betriebsgrößenstruktur kann in einzelnen Leitmärkten eine hinter dem Bundestrend zurückbleibende Wachstumsdynamik erklären, sie kann aber auch als Ausdruck einer noch jungen Phase der Restrukturierung gesehen werden, in der die Unternehmen ein erhebliches Wachstumspotenzial haben.

Der Leitmarkt Ressourceneffizienz ist in besonderer Weise hervorzuheben, da er in seiner positiven dynamischen Entwicklung schon lange in der Ruhrwirtschaft etabliert ist.

» Der Leitmarkt Ressourceneffizienz ist in seiner positiven dynamischen Entwicklung schon lange in der Ruhrwirtschaft etabliert «

Vor allem in den Teilbereichen Abfallwirtschaft und Recycling sowie Maschinen und Materialien liegt das Ergebnis bei allen hier ausgewerteten Indikatoren über dem Bundestrend oder -niveau.

Daneben finden sich weitere Hinweise auf zukünftige Wachstumschancen in der Metropole Ruhr.

■ Im Leitmarkt Freizeit & Events verzeichnet vor allem der Teilbereich Sport, Freizeit und Tourismus in den vergangenen Jahren eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Entwicklung.

Weiterhin ist festzuhalten, dass sich in der Ruhrwirtschaft immer stärker kleine

- Im Leitmarkt Mobilität bleibt die Logistik zwar leicht hinter dem Bundestrend zurück, das Niveau ist aber anhaltend hoch.
- Im Leitmarkt Gesundheit ist der Bereich der Pflege überdurchschnittlich gewachsen, auch die Medizintechnik hat sich zumindest in den letzten beiden hier betrachteten Jahren leicht besser als im Bundestrend entwickelt.
- Im Leitmarkt Digitale Kommunikation entwickelt sich die Software weiterhin im Bundestrend.
- Im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen liegt der Anteil der Akademiker an den Beschäftigten über dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt liegt der Wachstumstrend allerdings nach wie vor unter dem Bundesdurchschnitt, und vor allem zwei „Sorgenkinder“ können nicht übersehen werden.

Warum eine genauere Betrachtung der Beschäftigtenstruktur?

Steigenden Anteilen an hochqualifizierter Beschäftigung stehen sinkende Beschäftigtenanteile an gering qualifizierten Personen ohne abgeschlossene Berufsausbildungen gegenüber. Bundesweit verringerte sich der Beschäftigtenanteil gering Qualifizierter zwischen den Jahren 2000 und 2011 um rund ein Viertel. Auf der anderen Seite stieg der Beschäftigtenanteil Hochqualifizierter um über 27%. Auch in der Metropole Ruhr ließ sich ein vergleichbarer qualifikationsbezogener Strukturwandel beobachten (-22,5% gegenüber +31,6%). Diese Entwicklungen hängen eng mit dem Wandel zu wissensbasierten Wirtschafts- und Produktionsstrukturen zusammen.

Diese Seite des Strukturwandels äußert sich in der wachsenden Bedeutung von Beschäftigungsverhältnissen mit geringeren Arbeitszeiten. Teilzeitarbeit und geringfügige Beschäftigung sind Stichworte, die dieses Phänomen umschreiben. Zwischen dem Jahrtausendbeginn und 2011 vergrößerte sich die Zahl der teilzeitarbeitenden Beschäftigten um deutlich über 40%, die der Personen in einem geringfügigen Beschäftigungsverhältnis um deutlich über 20%. Diesem Wachstum standen sinkende Anteile von Vollzeitbeschäftigten (-5%) gegenüber. In der Metropole Ruhr gingen 2011 rund 20% der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten einer Teilzeitarbeit nach.

Schaut man näher auf individuelle Merkmale von Teilzeitbeschäftigten, so lassen sich grob folgende Tendenzen benennen. Nach wie vor ist Teilzeitarbeit deutlich stärker

durch Frauen geprägt als durch Männer. Einfache Tätigkeiten werden in den Unternehmen stärker von Teilzeitarbeitskräften ausgeführt als qualifizierte. In der Folge finden sich auf Teilzeitarbeitsplätzen deutlich mehr niedrig qualifizierte Personen als solche mit einer qualifizierten Ausbildung. Teilzeitarbeit dient zudem oftmals als Neu- oder Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt (DIW). Sie ist zudem deutlich stärker in Dienstleistungsmärkten als in Industriebranchen vertreten.

In vielen Fällen erfolgt die Aufnahme einer Teilzeitbeschäftigung aus familiären Gründen. Kindererziehung oder die Pflege von Angehörigen gelten dabei als die wichtigsten Motive. Für rund ein Viertel der Teilzeitbeschäftigten stellt diese Form der Beschäftigung jedoch eher eine Notlösung dar, da eine eigentlich präferierte Vollzeitstelle nicht gefunden wurde.

Aus individueller, aber gerade auch aus einer regionalen Perspektive ist diese nicht-freiwillige Teilzeitarbeit besonders problematisch, weil damit Einkommens- und Kaufkraftminderungen verbunden sind. Einkommensverluste entstehen aber nicht nur in summarischer Perspektive wegen eines geringer zu vergütenden Arbeitszeitvolumens, sondern auch wegen des grundsätzlich geringeren Verdienstniveaus von Teilzeitarbeit. So erreichten im Jahr 2010 Teilzeitbeschäftigte einen Bruttostundenverdienst, der nur bei rund 85% des Niveaus eines vergleichbaren Normalverdieners (unbefristete Vollzeittätigkeit) lag. Noch ungünstiger stellt sich dieses Verhältnis für Ältere und gering Qualifizierte dar. (StaBU 2012, DIW)

Erstens liegt der Anteil der Akademiker an den Beschäftigten in den meisten Leitmärkten unter dem Bundesdurchschnitt. Besonders bedenklich ist, dass innerhalb des Leitmarktes Bildung & Wissen auch der Teilbereich Forschung hinter der Bundesentwicklung zurückbleibt.

Zweitens ist auf die Nachfrageschwäche einzugehen. Die Probleme der kommunalen Haushalte in der Metropole Ruhr sind bekannt, in verschiedenen Unternehmensgesprächen wurde zudem deutlich, welchen Einfluss die Nachfrage auf notwendige neue Konzepte im Sinne einer „Neuen urbanen Ökonomie“ hat. Hier bilden nicht systemische oder technische Innovationen den Engpass, sondern neue Geschäfts- und Finanzierungsmodelle sind mehr denn je gefragt.

Zukünftige Herausforderungen für die Wirtschaftsförderungen in der Metropole Ruhr

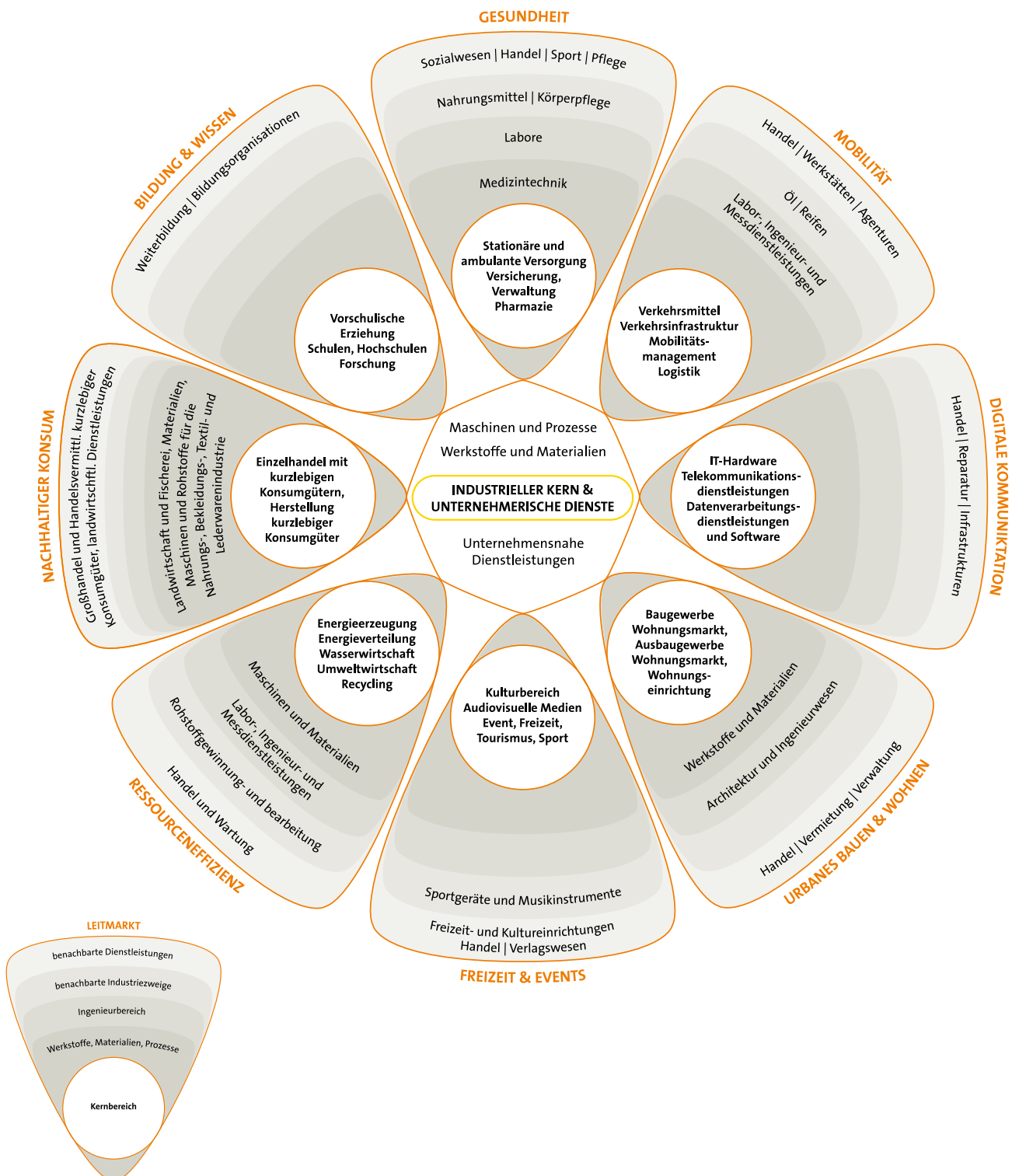
Wirtschaftsförderung in der Metropole Ruhr wird sich nicht nur auf die Stärken konzentrieren können, sondern sich auch mit den beiden beispielhaft genannten Schwächen auseinandersetzen müssen. Hierbei geht es nicht um die Auflage einzelner Projekte, sondern um einen integrierten strategischen Ansatz, der sich an den veränderten wirtschaftlichen Zusammenhängen orientiert und gleichzeitig das tradierte sektorale System verlässt, also quer bzw. „leitmarktübergreifend“ auch zu den neuen Abgrenzungen denkt und handelt. Das abschließende Kapitel wird in diesem Sinne die neuen Aufgaben für eine Wirtschaftsförderung diskutieren.

Hinweis:

Grundlage der quantitativen Leitmarktbeschreibungen in diesem Bericht bilden Daten der Beschäftigungsstatistik (Bundesagentur für Arbeit) und der Umsatzsteuerstatistik (Statistisches Bundesamt, IT.NRW). Es wurden die jeweilig aktuell vorhandenen Zahlen ausgewertet (Umsätze und Unternehmen Stand 2010; SVB Stand 2011).

Die Leitmärkte im Überblick | Grafik

Der Definition und Profilierung der Leitmärkte liegt grundsätzlich eine ökonomische Betrachtungsweise zugrunde. Die hier abgebildeten Zuordnungen zu den Leitmärkten beziehen sich auf die Begrifflichkeiten der Wirtschaftszweigklassifizierung 2008.



Die Leitmärkte im Überblick | Zahlen

	Sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte Juni 2011	Anteil an der Gesamtwirtschaft
Industrieller Kern & Unternehmerische Dienste		
Metropole Ruhr	287.291	18,4 %
NRW	1.137.648	19,1 %
BRD	4.702.685	16,6 %
Gesundheit		
Metropole Ruhr	260.927	16,7 %
NRW	915.210	15,3 %
BRD	4.316.192	15,2 %
Urbanes Bauen & Wohnen		
Metropole Ruhr	177.096	11,4 %
NRW	686.385	11,5 %
BRD	3.290.851	11,6 %
Mobilität		
Metropole Ruhr	156.071	10 %
NRW	575.307	9,6 %
BRD	3.302.275	11,6 %
Nachhaltiger Konsum		
Metropole Ruhr	104.868	6,7 %
NRW	455.227	7,6 %
BRD	2.230.489	7,9 %
Ressourceneffizienz		
Metropole Ruhr	95.914	6,2 %
NRW	233.423	3,9 %
BRD	1.007.760	3,6 %
Freizeit & Events		
Metropole Ruhr	78.861	5,1 %
NRW	336.282	5,6 %
BRD	1.773.491	6,2 %
Bildung & Wissen		
Metropole Ruhr	70.568	4,5 %
NRW	262.826	4,4 %
BRD	1.340.233	4,7 %
Digitale Kommunikation		
Metropole Ruhr	43.216	2,8 %
NRW	205.672	3,4 %
BRD	976.498	3,4 %



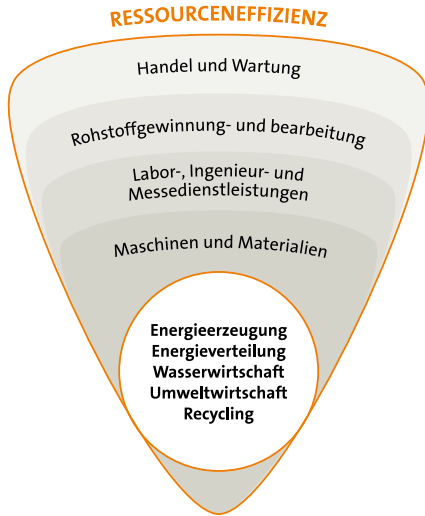
RECYCLING

Leitmarkt Ressourceneffizienz

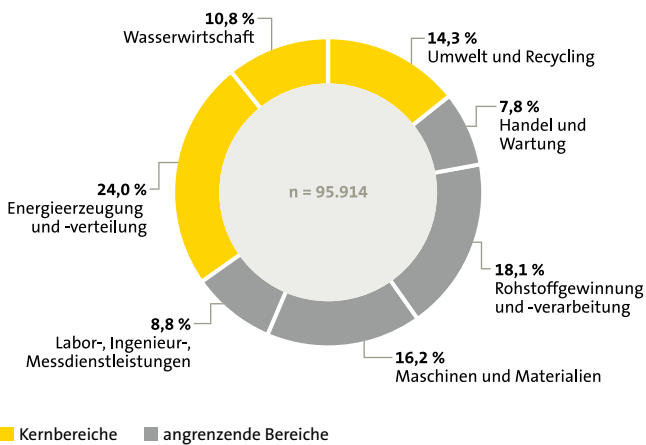
Der effiziente Umgang mit Ressourcen hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Schlüsselthema für die Zukunft entwickelt. Menschlicher Ressourcenverbrauch ist mittlerweile als wesentliche Ursache für die globalen Umweltprobleme, insbesondere für den Klimawandel, anerkannt. Ressourceneffizienz wird von den Vereinten Nationen als das Schlüsselkonzept für ein neues Entwicklungs- (und Wachstums-)Paradigma angesehen mit dem Potenzial, sowohl das globale Ökosystem zu erhalten als auch einen neuen ökonomischen Wachstumspfad zu eröffnen. Die Nachfrage nach ressourcenschonenden Verfahren, Produkten und Technologien sowie nach Verfahren zum effizienten Einsatz

und zur Wiederverwendung von Primärenergie, natürlichen Bodenschätzen, Wasser und veredelten Rohstoffen wird daher in den nächsten Jahren weltweit steigen. Von diesen Herausforderungen werden in den kommenden Jahren vor allem die globalen Metropolen betroffen sein. Hier liegt die größte Aufgabe, hier sind aber auch die größten Marktchancen vorhanden. Für die Metropole Ruhr ergeben sich nicht zuletzt aufgrund der vorhandenen Potenziale, Spezialisierungen und Standortvorteile wichtige Zukunftsfelder in den Bereichen integrierte Energiesysteme und integriertes Ressourcenmanagement, der Wasserwirtschaft sowie im Bereich der Umwelttechnik.

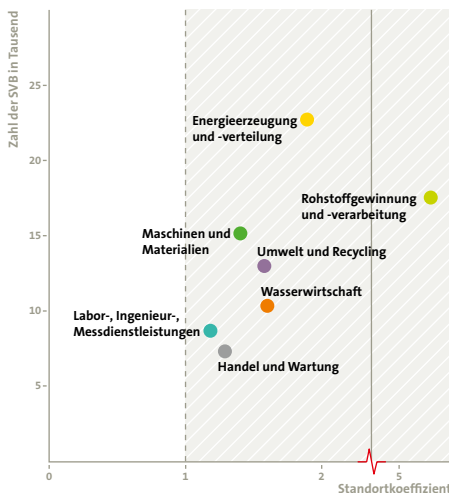




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Ressourceneffizienz



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Im ersten Kernbereich des Leitmarktes Ressourceneffizienz sind die Aktivitäten der Elektrizitätserzeugung, Verteilung und des direkt darauf bezogenen Handels wie auch die entsprechenden Funktionen der Gasversorgung und -verteilung zusammengefasst. Im zweiten Kernbereich geht es um die Wasserwirtschaft, also Unternehmen aus den Bereichen Gewinnung und Verteilung von Wasser, Wasserbau, Kanalisation sowie Betreiber von Kläranlagen. Im dritten Kernbereich liegen die mit Entsorgung und Recycling verbundenen Tätigkeiten. Die benachbarten Dienstleistungen umfassen Unternehmen aus der Sanitär- und Elektroinstallation sowie dem einschlägigen Groß- und Einzelhandel. Unter den benachbarten Industrien finden sich vor allem die vorgelagerten Tätigkeiten der Rohstoffgewinnung und -verarbeitung wie z. B. der Bergbau oder die Gas- und Ölgewinnung und -verarbeitung. Hersteller von Solartechnik, Generatoren, Transformatoren und Batterien, Unternehmen der Mess- und Regeltechnik und Maschinenbauunternehmen sind im Bereich Maschinen und Materialien zu finden. Einschlägige Ingenieurbüros sowie Büros für wirtschaftlich-technische Beratung oder für technische und chemische Untersuchungen bilden den abschließenden Bereich der Labor-, Ingenieur- und Messdienstleistungen.

Bedeutung und Stärken

In keinem der in diesem Wirtschaftsbericht vorgestellten Leitmärkte weist die Metropole Ruhr eine derartig starke Position auf wie bei der Ressourceneffizienz. In allen Teilbereichen zeigen sich deutlich höhere Beschäftigtenanteile als im Bundesdurchschnitt. Diese Spezialisierungen sind nicht nur in den traditionell starken Bereichen der Region vorhanden, wie der Energieerzeugung und der Rohstoffgewinnung, sondern auch im Bereich der Wasserwirtschaft, der Umwelt- und Recyclingtechnik sowie in den einschlägigen Labor-, Ingenieur- und Messdienstleistungen. In kleinräumiger Betrachtung wird sichtbar, dass diese überdurchschnittliche Leitmarktpositionierung in nahezu allen Kreisen und kreisfreien Städten der Metropole zu beobachten ist.

Unternehmen und Umsätze

Insgesamt boten im Jahr 2010 knapp 5.590 Unternehmen in der Metropole Ruhr Güter und Dienstleistungen für den Leitmarkt Ressourceneffizienz an. Rund 44% der

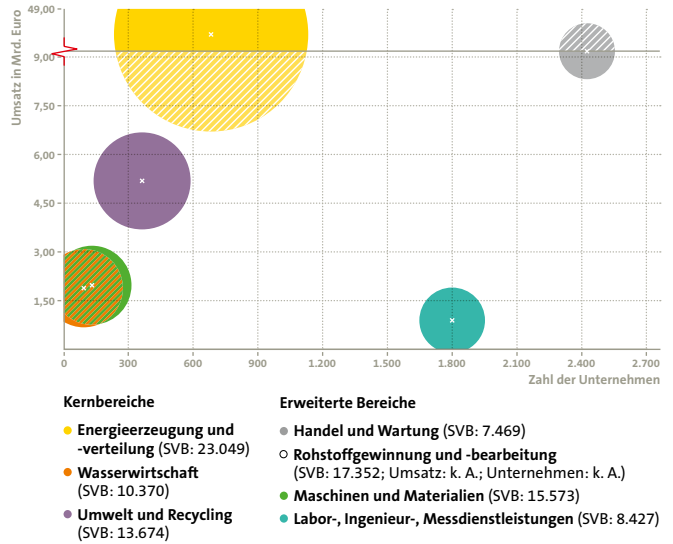
Anbieter stammen aus dem einschlägigen Handel und den wartungsbezogenen Dienstleistungen. Ein weiteres Drittel bietet leitmarktbezogene Labor-, Mess- und Ingenieurleistungen an. Insgesamt erzielten die Unternehmen im Leitmarkt Ressourceneffizienz einen Umsatz von mehr als 63,4 Mrd. Euro. Der größte Anteil mit 42,7 Mrd. Euro entfiel dabei auf Unternehmen der Energieerzeugung und -verteilung. Betrachtet man den Umsatz pro Unternehmen, so fällt die teilweise deutlich stärker großbetrieblich organisierte Unternehmensstruktur der Metropole Ruhr ins Auge. Größere Unternehmenseinheiten als im Bundesdurchschnitt finden sich vor allem in den Kernbereichen des Leitmarktes, also bei den Energieerzeugern, den Unternehmen der Wasserwirtschaft und des Umweltschutzes.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

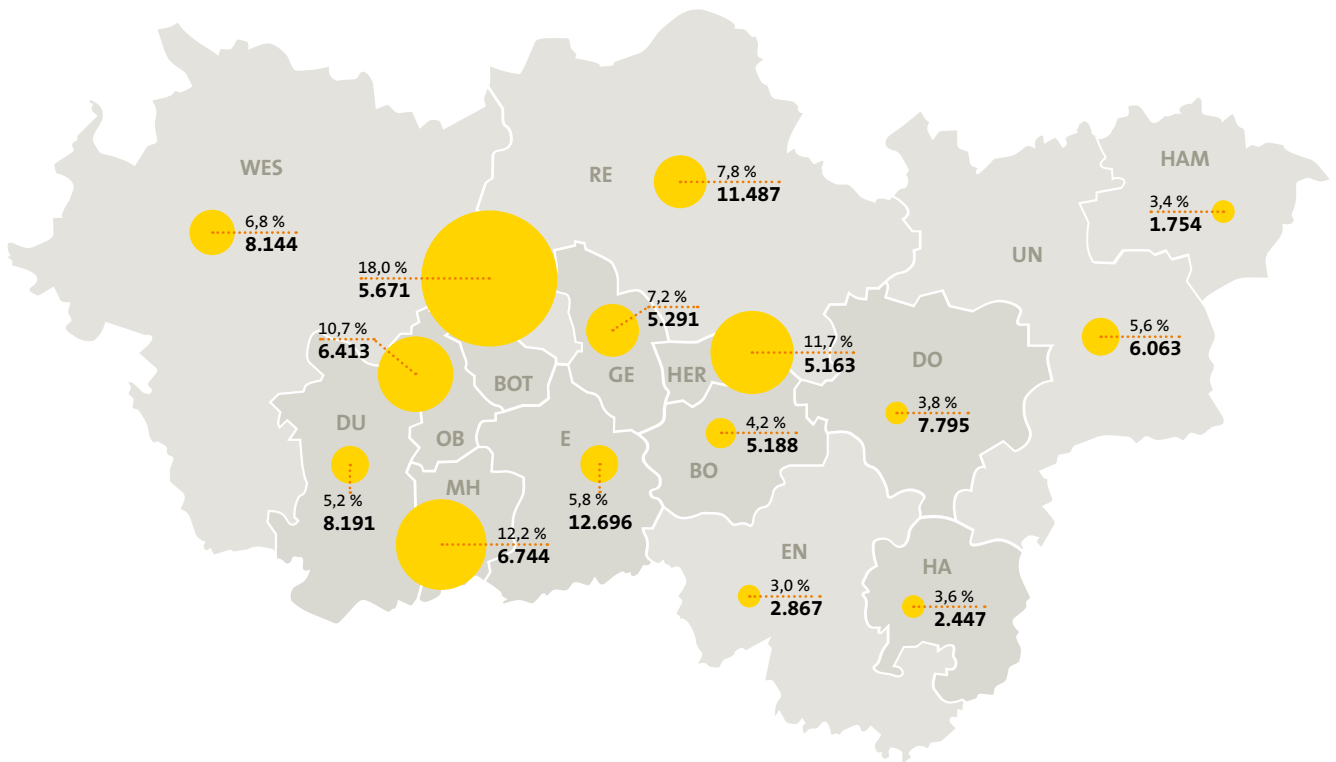
Im Juni 2011 standen im Leitmarkt Ressourceneffizienz der Metropole Ruhr knapp 96.000 Personen in einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis. Mit 6,2% lag der Gesamtbeschäftigtenanteil damit deutlich

Größenverhältnisse im Leitmarkt Ressourceneffizienz

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

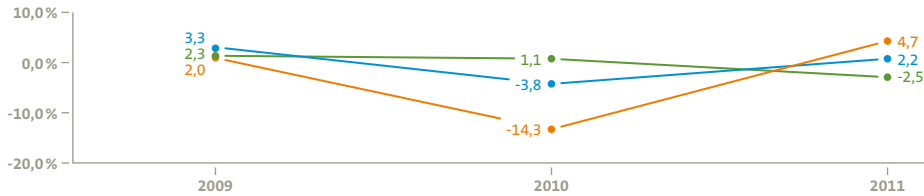


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Ressourceneffizienz an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

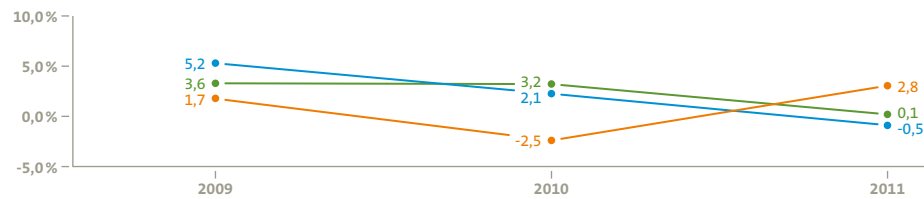
Kernbereich 1: Energieerzeugung und -verteilung



■ -2,5
■ 0,3
■ 0,6

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

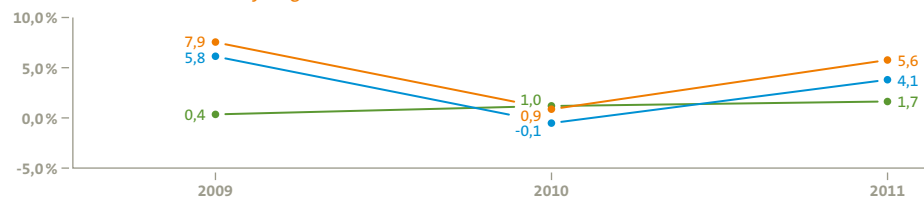
Kernbereich 2: Wasserwirtschaft



■ 0,6
■ 2,3
■ 2,3

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

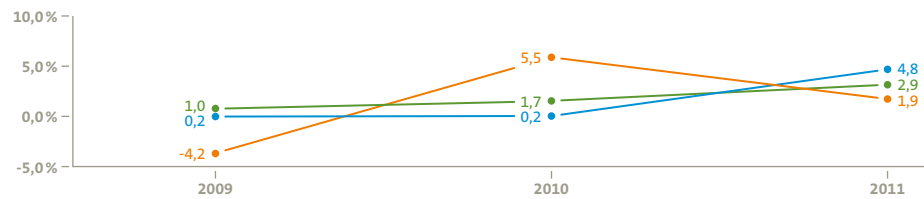
Kernbereich 3: Umwelt und Recycling



■ 4,8
■ 1,0
■ 3,3

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

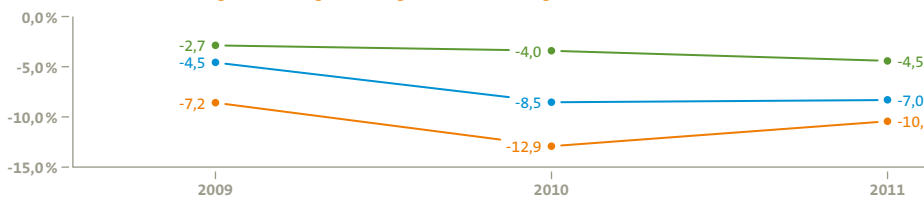
Benachbarte Dienstleistungen: Handel und Wartung



■ 1,1
■ 1,9
■ 1,7

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

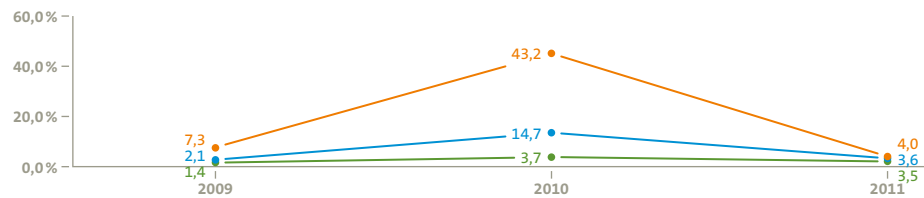
Benachbarte Industriezweige: Rohstoffgewinnung und -bearbeitung



■ -10,2
■ -3,8
■ -6,7

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

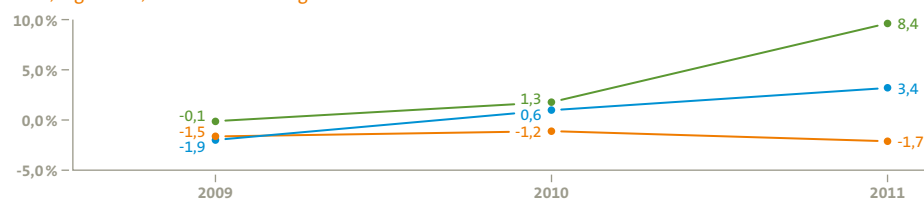
Prozesse, Werkstoffe, Materialien: Maschinen und Materialien



■ 18,2
■ 2,9
■ 6,8

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen



■ -1,5
■ 3,2
■ 0,7

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

über dem Bundesdurchschnitt (3,6%). Knapp ein Viertel der Beschäftigten arbeitete in Unternehmen der Energieerzeugung und -verteilung, gefolgt von den Rohstoffproduzenten (18,1%), dem einschlägigen Maschinenbau und Materialproduzenten (16,2%) und den Unternehmen im Bereich Umweltschutz und Recycling (14,3%). Im Zeitraum 2008 bis 2011 gingen per Saldo rund 1.200 Arbeitsplätze im Leitmarkt der Region verloren. Damit verlief die Beschäftigtenentwicklung in der Metropole Ruhr ungünstiger als im Bundesgebiet insgesamt. Ein Großteil dieser Arbeitsplatzverluste ist allerdings auf die Entwicklung im Steinkohlenbergbau zurückzuführen. Dagegen konnten Umweltschutzunternehmen sowie einschlägige Maschinenbauer und Materialproduzenten über den gesamten Zeitraum Beschäftigungsgewinne verbuchen. Dabei lagen in beiden Bereichen die Wachstumsraten der Unternehmen im Ruhrgebiet deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Beschäftigungsgewinne waren zudem in der Wasserwirtschaft zu beobachten.

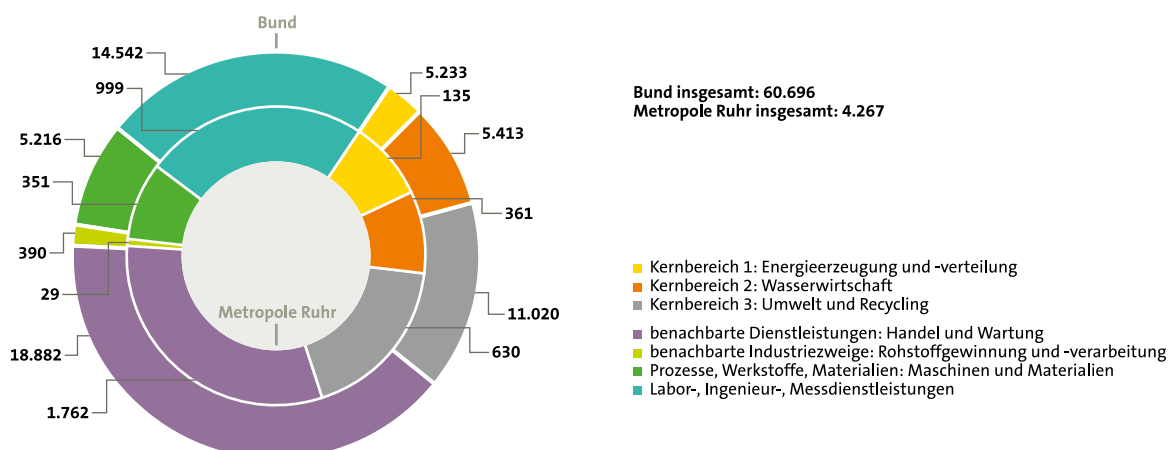
Struktur der Beschäftigung

Mit einer Quote von 5,5% weist der Leitmarkt Ressourceneffizienz das geringste Teilzeitbeschäftigungsniveau aller Leitmärkte auf und liegt damit auch deutlich unter der Teilzeitbeschäftigung der Gesamtwirtschaft. Dies gilt sowohl für das Ruhrgebiet als auch für den Bund insgesamt. Auch in den einzelnen Teilbereichen zeigt sich eine geringe Verbreitung der Teilzeitarbeit. Durchgängig liegen zudem die Quoten in der Metropole Ruhr unter den entsprechen-

den Bundeswerten. Eine vergleichsweise geringe Verbreitung trifft auch auf die geringfügig Beschäftigten zu. Im Juli 2011 waren im Leitmarkt der Metropole Ruhr insgesamt rund 4.270 Personen in einem derartigen Arbeitsverhältnis beschäftigt. Damit entfiel auf 22 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine geringfügig beschäftigte Person. Im Vergleich zum Bundesgebiet wurden zudem im weit überwiegenden Teil der einzelnen Leitmarktbereiche des Ruhrgebiets verhältnismäßig weniger geringfügig Beschäftigte eingesetzt.

Deutlich überdurchschnittlich im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ist im Leitmarkt Ressourceneffizienz dagegen der Einsatz hochqualifizierter Beschäftigter. Mit 15,4% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt der Anteil der Beschäftigten mit einem Fachhoch- oder Hochschulabschluss zudem geringfügig höher als der entsprechende Bundeswert. Größere Schwankungsbreiten lassen sich allerdings zwischen den einzelnen Teilen des Leitmarktes beobachten. Rund 30% der Beschäftigten in den einschlägigen Ingenieur-, Mess- und Labordienstleistungsunternehmen verfügen über einen Hochschulabschluss. Überdurchschnittliche Anteile von Hochqualifizierten finden sich darüber hinaus im Bereich Maschinen und Materialien (24,8%), in Energieunternehmen (23,8%) sowie in den Unternehmen der Wasserwirtschaft (11,4%).

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Ressourceneffizienz in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Ressourceneffizienz

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: Energieerzeugung und -verteilung	23,8	16,9	7,0	9,4	170,7	44,8
Kernbereich 2: Wasserwirtschaft	11,4	8,6	7,6	7,9	28,7	22,0
Kernbereich 3: Umwelt und Recycling	4,4	4,8	4,5	6,2	21,7	14,4
benachbarte Dienstleistungen: Handel und Wartung	4,6	3,1	7,0	9,2	4,2	5,7
benachbarte Industriezweige: Rohstoffgewinnung und -verarbeitung	4,5	12,2	0,8	1,7	591,6	150,6
Prozesse, Werkstoffe Materialien: Maschinen und Materialien	24,8	19,5	5,1	5,3	44,4	38,3
Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen	29,8	35,0	9,4	9,6	8,4	8,9
Leitmarkt Ressourceneffizienz insgesamt	15,4	15,1	5,5	7,5	22,5	16,6

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

» Wir müssen kostenbewusst umbauen, damit Wasser bei hoher Qualität bezahlbar bleibt «

Henning A. Deters war bis Juli 2011 Mitglied des Vorstands der E.ON Ruhrgas AG und ist heute Vorstandsvorsitzender der GELSENWASSER AG.



Was hat sich für Gelsenwasser in den vergangenen Jahren geändert, wo sind neue Herausforderungen?

Seit unserer Gründung vor 125 Jahren sind wir mit der Industrie und der stark gestiegenen Bevölkerung zunächst stark gewachsen. Bis in die siebziger Jahre hinein gingen der Verbrauch wie die Prognosen nur nach oben. Wir haben uns damals darauf vorbereitet, bis zu 230 Liter Wasser pro Kopf und Tag liefern zu können, einige Szenarien gingen von bis zu 400 Litern pro Kopf aus. Rückblickend war das klar überzogen. Heute liegt der durchschnittliche Wasserverbrauch bei 125 Litern pro Person mit sinkender Tendenz. Daraus erwächst die heutige Aufgabe, die wir zu bewältigen haben: Wir müssen kostenbewusst umbauen, damit Wasser bei hoher Qualität bezahlbar bleibt.

Heißt das, dass Sie eine völlig neue Infrastruktur benötigen?

Nein, aber wir müssen rückbauen. Dies erfolgt Schritt für Schritt mit den ohnehin anfallenden Instandhaltungs- und Reparaturarbeiten. Um ein Beispiel zu geben: Wir haben das (patentiertere) Rohreinzugsverfahren entwickelt, bei dem wir in die vorhandenen Rohre kleinere Rohre einziehen. Damit sparen wir Kosten, schützen die Wasserqualität und senken die Rohrschadensrate.

Inwieweit arbeiten Sie mit Kooperationspartnern zusammen?

Unsere wichtigsten Kooperationspartner sind die Kommunen, in denen wir die Wasser- und Energieversorgung der Bevölkerung betreiben. Darüber hinaus kooperieren wir mit benachbarten Versorgungsunternehmen bei der Aufrüs-

tung der Wasserwerke an der Ruhr, die gegenwärtig mit modernsten Aufbereitungstechnologien ausgestattet werden, wie wir es zum Beispiel aktuell mit einer Investition in Höhe von 55 Millionen Euro in Essen machen.

Überlegen Sie Geschäftsmodelle über den Wasserbereich hinaus?

Wir sind und bleiben auch in Zukunft ein Wasserunternehmen. Daneben engagieren wir uns inzwischen im fünften Jahrzehnt in der Erdgasversorgung, seit 30 Jahren in der Abwasserentsorgung und seit einigen Jahren auch im Strombereich. Ziel bleibt es, Endkunden und Kommunen eine passgenaue Wasser- und Energieversorgung zur Verfügung zu stellen.

Welche Rolle spielen die von Ihnen geförderten Bildungsprojekte?

Hier geht es um die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens. Denn es geht uns nicht nur um Versorgung, wir möchten auch die künftige Entwicklung der Kommunen zusammen mit den Bürgern gestalten. Die Projekte setzen bei Kindern im Übergang an, die vom Kindergarten in die Grundschule wechseln, von der Grundschule in die weiterführende Schule und von dort in eine Berufsausbildung. Wir wollen gemeinsam mit den Kommunen diese Übergänge erleichtern. Wir unterstützen die Projekte, aber die Inhalte der Projekte werden in den Kommunen selber definiert.

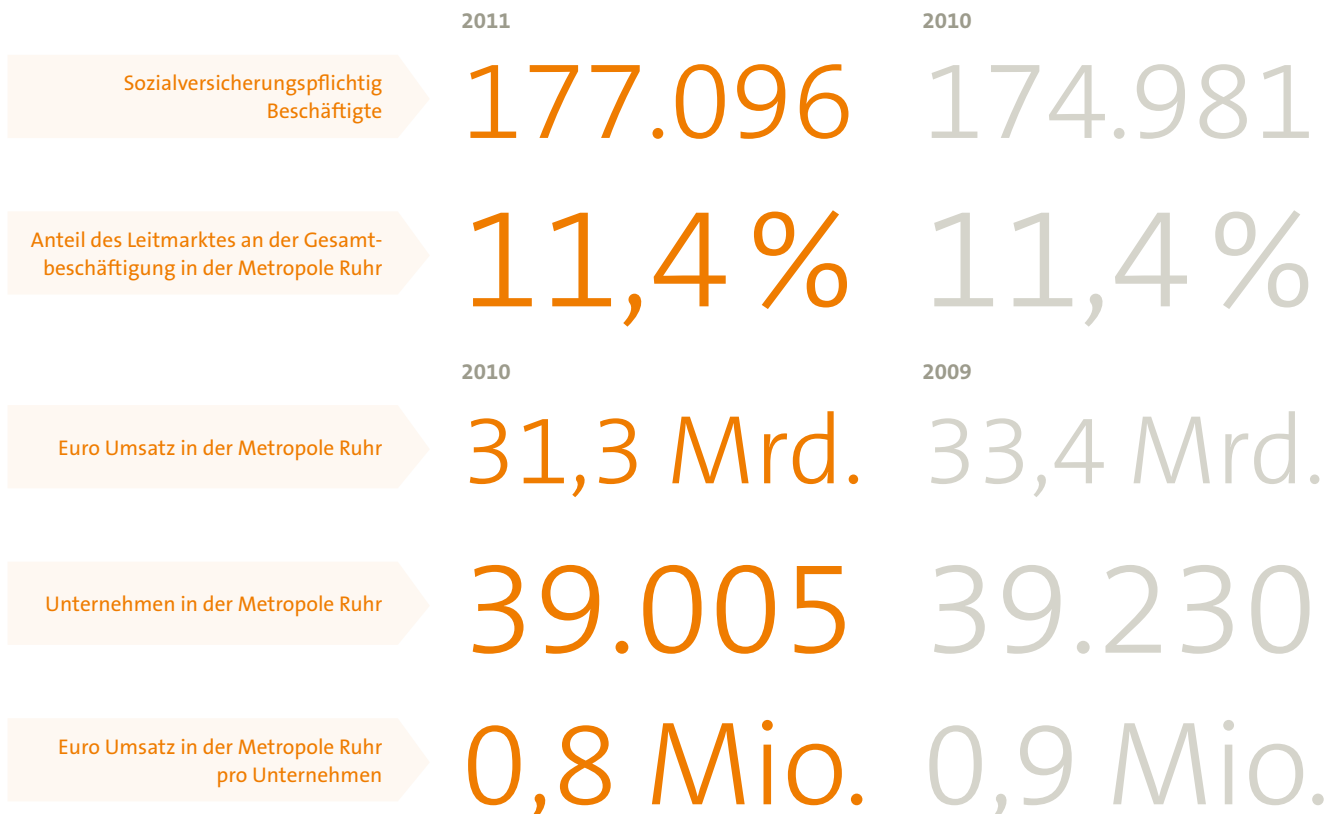
09.11-
07.12. WIESENSTRASSE 23.

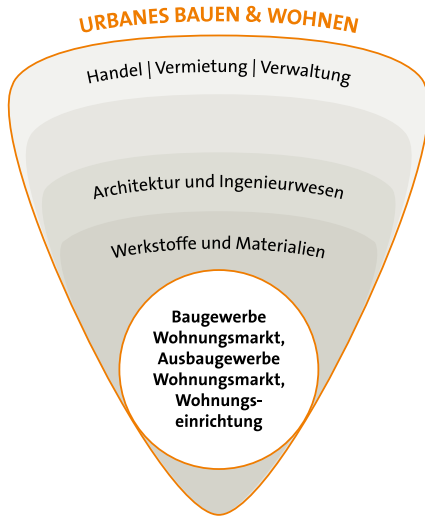


Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen

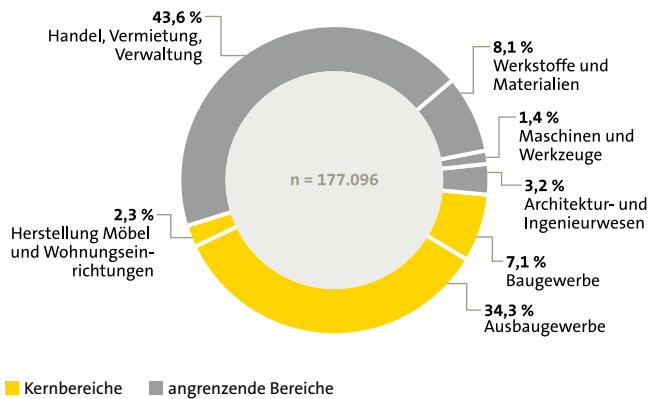
Urbanisierung wird zu einem Schlüssel der modernen Gesellschaft. Die Folgen des Klimawandels, die Verknappung natürlicher Ressourcen, der steigende Anteil von Haushalten mit älteren und alleinstehenden Personen sowie die Digitalisierung der Gesellschaft sind die treibenden Kräfte im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen. Die Nachfrage wird sowohl durch politische Vorgaben wie auch durch eine wachsende Nachfrage nach mit Bauen und Wohnen verbundenen Dienstleistungen geprägt. Der überwiegende Teil der wohnungsbaubezogenen Nachfrage wird in den kommenden Jahren von der Bestandsmodernisierung getrieben sein. Zudem stellt das Nebeneinander von Wohn-, öffentlichen und gewerblichen Gebäuden (Bürogebäude wie auch Industrieanlagen) in hoch verdichteten Räumen zentrale pla-

nerische und wirtschaftliche Herausforderungen dar. Hier werden zusätzlich gestaltende Dienstleistungen gefragt sein, die enge Bezüge zu allen Feldern urbaner Infrastruktur aufweisen. Für die Metropole Ruhr ist der Bedarf innerhalb der Region selbst von entscheidender Bedeutung: Das polyzentrische Ruhrgebiet gehört zu den am dichtesten besiedelten Gebieten Europas und ist besonders betroffen vom strukturellen und demografischen Wandel, der die Wohnbedürfnisse sowie den Bau von Quartieren und Immobilien beeinflusst und zudem einen erheblichen energetischen Sanierungsbedarf aufweist. Wichtige Zukunftsfelder für die Region sind daher die Themen nachhaltige und intelligente Gebäude sowie neue urbane Quartiere.

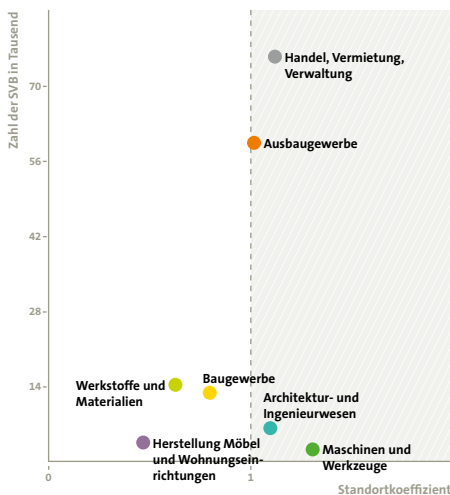




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Der erste Kernbereich umfasst die Unternehmen der Bauwirtschaft mit dem Schwerpunkt Hochbau, während Unternehmen aus dem einschlägigen Baunebengewerbe im zweiten Kernbereich zusammengefasst sind. Möbel- und Einrichtungshersteller bilden schließlich den dritten Kernbereich. Handel mit wohnungs- und gebäudebezogenen Gütern, Finanzierung, Vermietung und Verwaltung von Gebäuden sowie weitere auf Instandhaltung und Management von Gebäuden bezogene Tätigkeiten definieren die benachbarten Dienstleistungen. Bauchemie und Hersteller von Baumaterialien werden zu den benachbarten Industriebereichen gezählt. Ergänzt wird der Leitmarkt durch den einschlägigen Maschinenbau auf der Seite der Prozess- und Materialtechnik, während bautechnische Ingenieur- und Vermessungsbüros sowie Architekten den Bereich der Labor-, Ingenieur- und Messdienstleistungen abdecken.

Bedeutung und Stärken

Insgesamt gesehen ist der Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen in der Metropole Ruhr nahezu auf dem Bundesniveau vertreten. Überdurchschnittliche Positionierungen finden sich vor allem im einschlägigen Handwerk, bei den mit Bauen und Wohnen verbundenen Dienstleistungen wie z. B. der Wohnungsvermietung und dem Gebäudemanagement sowie bei den Maschinen und Werkzeugen für die Bauwirtschaft. Gleiches gilt für Architekten- und einschlägige Ingenieurbüros. Innerhalb der Region besitzt der Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen für die Wirtschaftsstrukturen der Städte Bottrop, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Oberhausen und der Kreise Recklinghausen, Unna und Wesel eine überdurchschnittliche Bedeutung.

Unternehmen und Umsätze

Mehr als 39.000 Unternehmen waren 2010 in der Metropole Ruhr im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen aktiv. Den zahlenmäßig größten Bereich stellen einschlägige Handelsunternehmen und Unternehmen aus den Bereichen Immobilienvermietung und -verwaltung, gefolgt von dem überwiegend handwerklich orientierten Ausbaugewerbe. Zusammen erzielten die Ruhrgebietsunternehmen im Leitmarkt einen Umsatz von rund 31,2 Mrd. Euro. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen weist die Metropole Ruhr, ebenso wie der Leitmarkt insgesamt im Bund und im Land NRW,

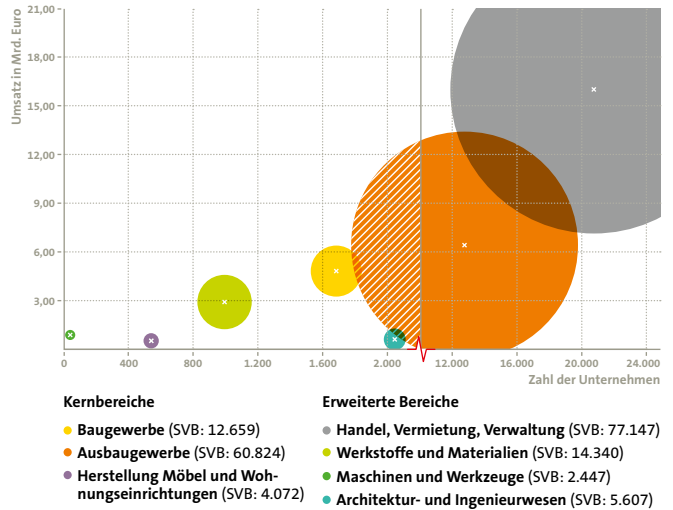
eine kleinbetriebliche Unternehmensstruktur auf. Nennenswerte Unterschiede zwischen den Größenstrukturen zeigen sich in der Tendenz eher zwischen den einzelnen Leitmarktbereichen als zwischen den Vergleichsregionen. Deutlich größere Unternehmenseinheiten finden sich etwa bei den Maschinen- und Werkzeugherstellern. Auch im Baugewerbe ist die Unternehmensstruktur im Vergleich zum Bundesgebiet in der Metropole Ruhr stärker durch größere Unternehmen geprägt.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

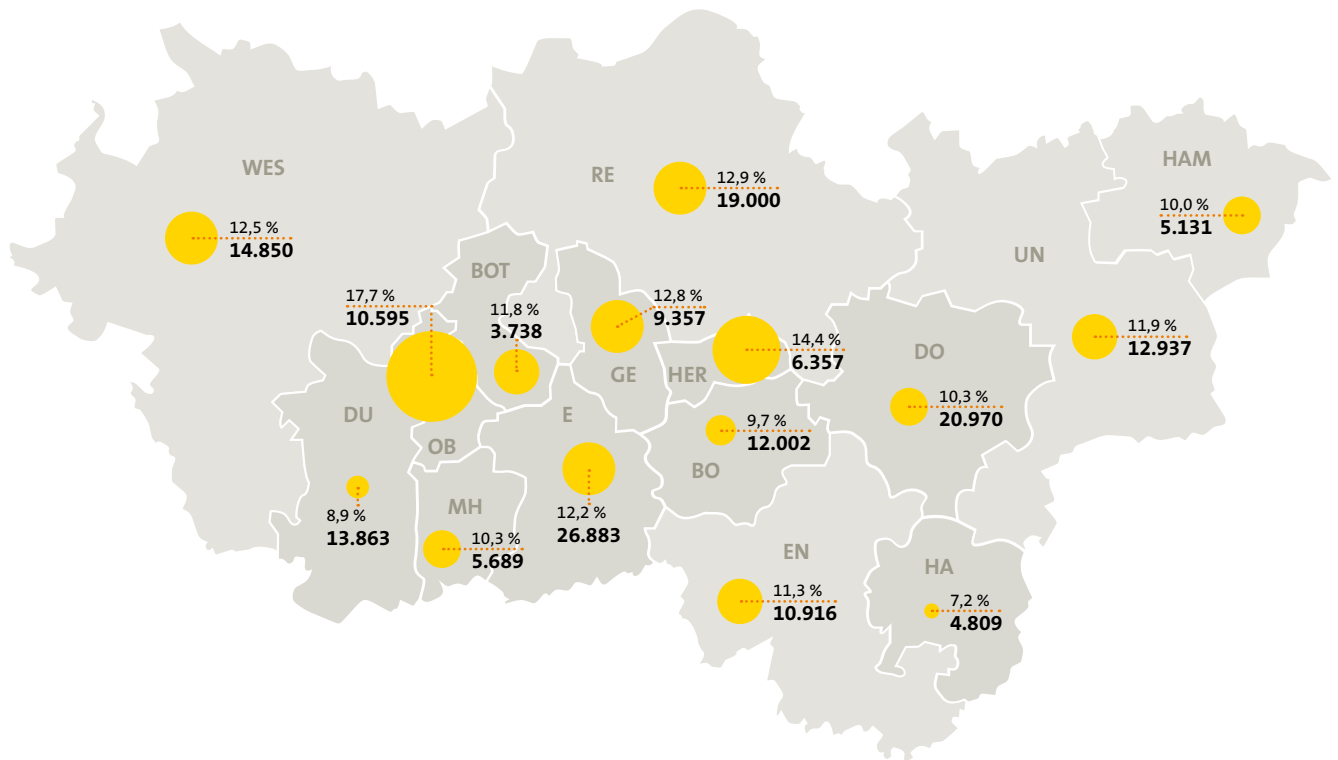
Im Juni 2011 bot der Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen über 177.000 Personen in der Metropole Ruhr eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. Mit einem Beschäftigtenanteil von 11,4% an der regionalen Gesamtbeschäftigung liegt der Leitmarkt nahezu auf dem Bundesniveau. Den größten Beschäftigtenanteil im Leitmarkt mit 43,6% stellen die einschlägigen Handelsunternehmen und Unternehmen aus den Bereichen Immobilienvermietung und -verwaltung, gefolgt vom Ausbaugewerbe (34,3%),

Größenverhältnisse im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

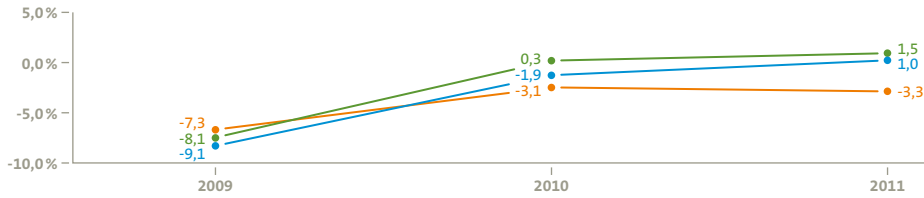


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

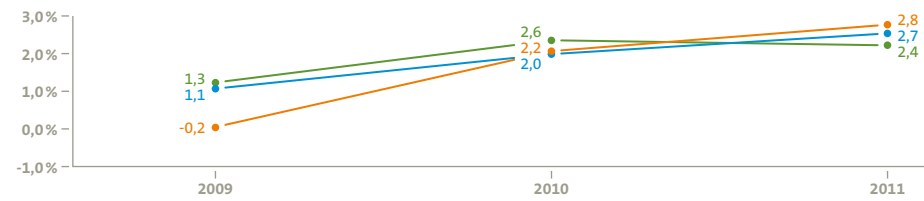
Kernbereich 1: Baugewerbe



- -4,5
- -2,1
- -3,3

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

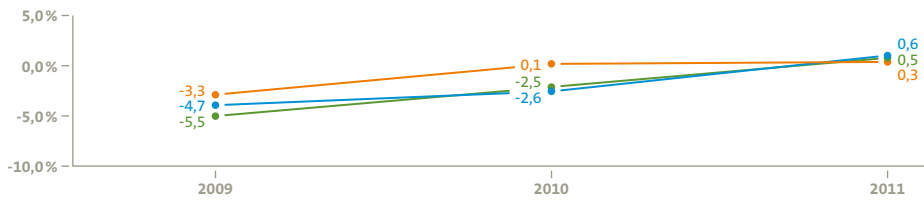
Kernbereich 2: Ausbaugewerbe



- 1,6
- 2,1
- 1,9

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

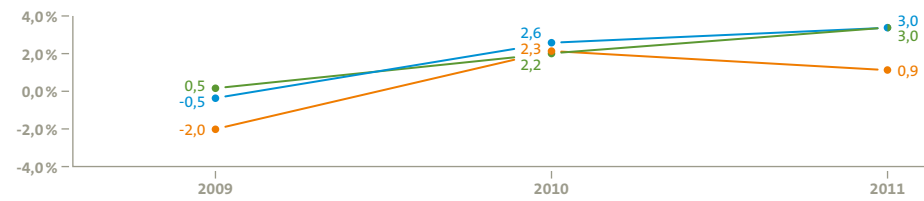
Kernbereich 3: Herstellung Möbel und Wohnungseinrichtungen



- -0,9
- -2,5
- -2,2

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

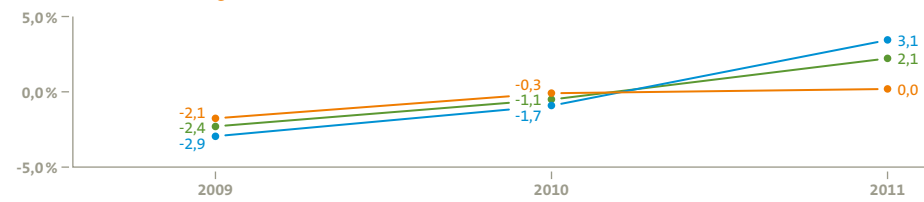
Benachbarte Dienstleistungen: Handel, Vermietung, Verwaltung



- 0,4
- 1,9
- 1,7

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

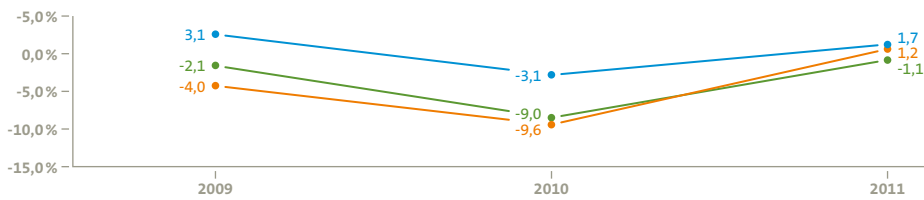
Benachbarte Industriezweige: Werkstoffe und Materialien



- -0,8
- -0,5
- -0,5

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

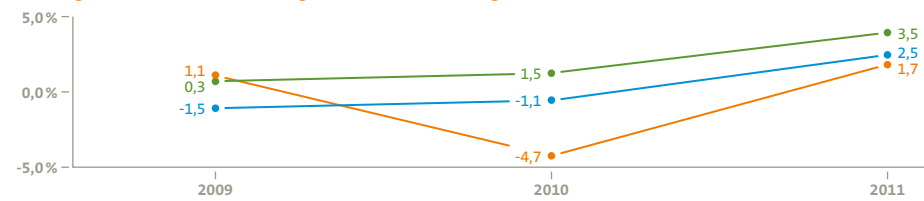
Prozesse, Werkstoffe, Materialien: Maschinen und Werkzeuge



- -4,1
- -4,1
- 0,6

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen: Architektur- und Ingenieurwesen



- -0,6
- 1,8
- 0,0

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

den Werkstoff- und Materialherstellern (8,1%) und dem Baugewerbe (7,1%). Im Zeitraum zwischen 2008 und 2011 konnten im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen rund 1.000 zusätzliche sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze geschaffen werden. Dabei verlief die Beschäftigtenentwicklung zwischen den einzelnen Bereichen sehr unterschiedlich. Während die beiden größten Leitmarktbereiche, trotz Verlusten zwischen 2008 und 2009, per Saldo ein positives Wachstum für sich verbuchen konnten, gingen in den anderen Bereichen Arbeitsplätze verloren. In der Tendenz waren auch im Bundesgebiet insgesamt vergleichbare Entwicklungen zu beobachten. Abweichungen zeigten sich allerdings bei den Ingenieur- und Architekturdienstleistungen. Während im Ruhrgebiet hier per Saldo Arbeitsplätze abgebaut wurden, konnten im Bundesgebiet insgesamt zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden. Ein Grund hierfür dürfte in der schwächeren Entwicklung der Bauwirtschaft im Ruhrgebiet zu suchen sein, die für die Architektur- und Ingenieurdienstleistungen eine wichtige Nachfragefunktion besitzt.

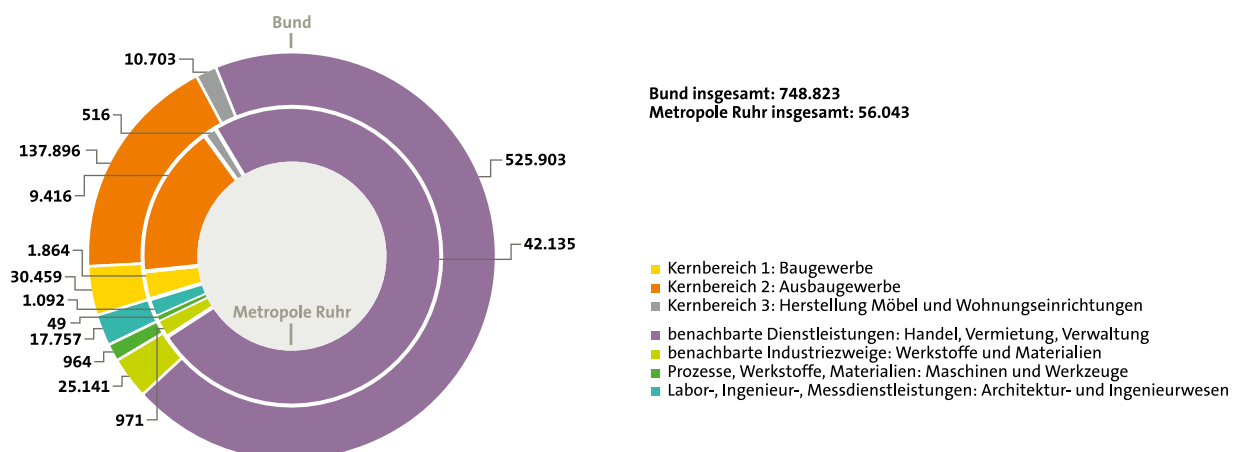
Struktur der Beschäftigung

Auffällig ist der geringe Anteil teilzeitbeschäftigter Arbeitnehmer. Mit 17,3% liegt die Teilzeitbeschäftigungsquote unterhalb der Gesamtwirtschaft. Dies gilt sowohl für das Ruhrgebiet als auch für den bundesdeutschen Leitmarkt. Die relativ geringe Bedeutung von Teilzeitarbeitsverhältnissen verdeutlicht ein genauerer Blick auf die einzelnen

Teilbereiche des Leitmarktes. Lediglich in den einschlägigen Handelsunternehmen und den Unternehmen aus den Bereichen Immobilienvermietung und -verwaltung sind in höherem Umfang Teilzeitarbeitsplätze verbreitet als in der Gesamtwirtschaft. In allen anderen, stärker handwerklich und industriell geprägten Leitmarktteilen finden sich deutlich geringere Teilzeitquoten. In der weit überwiegenden Zahl der Fälle sind die entsprechenden Quoten in der Metropole Ruhr zudem niedriger als im Bundesgebiet. Auch der Einsatz geringfügig Beschäftigter zeigt ein vergleichbares Bild. Insgesamt gingen im Juni 2011 in diesem Leitmarkt mehr als 56.000 Personen einer geringfügigen Beschäftigung nach. Mehr als 75% entfielen dabei auf Unternehmen aus dem Handels- und Immobilienbereich. Auf 1,8 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte kam hier ein ausschließlich geringfügiges Beschäftigtenverhältnis. Deutlich geringere Verbreitung weisen dagegen die anderen Leitmarktbereiche auf. Dies trifft insbesondere auf die industriedominierten Sparten zu.

Lediglich 4,6% der im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verfügen über einen Hochschulabschluss. Damit liegt der Anteil Hochqualifizierter deutlich unter dem Anteil in der Gesamtwirtschaft (9,8%). Dies trifft auch für das Bundesgebiet zu. Größere Schwankungsbreiten lassen sich allerdings in den einzelnen Teilen des Leitmarktes beobachten. Während sich naturgemäß überdurchschnittlich hohe Einsatzquoten im

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: Baugewerbe	8,5	5,9	5,4	5,1	6,8	10,1
Kernbereich 2: Ausbaugewerbe	2,1	2,2	5,3	5,8	6,5	7,8
Kernbereich 3: Herstellung Möbel und Wohnungseinrichtungen	3,7	6,3	4,9	5,4	7,9	14,7
benachbarte Dienstleistungen: Handel, Vermietung, Verwaltung	3,4	3,6	32,8	29,8	1,8	2,3
benachbarte Industriezweige: Werkstoffe und Materialien	6,2	6,6	4,1	4,8	14,8	15,5
Prozesse, Werkstoffe, Materialien: Maschinen und Werkzeuge	7,3	11,2	3,2	3,9	49,9	34,4
Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen: Architektur- und Ingenieurwesen	35,1	36,3	10,5	13,1	5,1	5,4
Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen insgesamt	4,6	4,9	17,3	14,8	3,2	4,4

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

Bereich der Ingenieur- und Architekturdienstleistungen finden (35,1%), werden in den eher handwerklichen Bereichen (Ausbaugewerbe) und im einschlägigen Handel und den Immobiliendienstleistungen deutlich weniger Hochqualifizierte eingesetzt. Dies gilt sowohl für das Ruhrgebiet wie auch

für das Bundesgebiet insgesamt. Im Baugewerbe der Metropole Ruhr (8,5%) dagegen liegt die entsprechende Quote deutlich über dem Bundeswert (5,9%).

Wie sehen Sie Gertec im Leitmarkt Urbanes Bauen & Wohnen positioniert?

Wir sind schwerpunktmäßig in zwei Feldern tätig. In der Gertec Planungsgesellschaft beschäftigen wir uns vor allen Dingen mit haustechnischen Planungen, also mit allem, was mit der technischen Gebäudeausrüstung zu tun hat. Das sind Arbeiten, die im Haustechnikbereich die Felder Heizen, Lüftung, Klima, Sanitär, aber auch Elektroplanungen betreffen. Dann gibt es die Gertec Ingenieurgesellschaft. Dort haben wir alle beratenden Tätigkeiten rund um die Themen Energieeffizienz und erneuerbare Energien konzentriert. Wir erarbeiten dort zum Beispiel Energiesparkonzepte für einzelne Gebäude, erstellen Klimaschutzkonzepte für Kommunen oder Regionen, führen Beratungen durch oder machen Moderations- und Weiterbildungsveranstaltungen.

Wo liegen Ihre spezifischen Kompetenzen?

Bei der Haustechnik und vor allem bei anspruchsvolleren haustechnischen Planungen, etwa bei der Krankenhaustechnik. Besonders stark sind wir dort in den Themenbereichen Kraft-Wärme-Kopplung, Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung,



Andreas Hübner ist Prokurist der Firma Gertec GmbH Ingenieurgesellschaft mit Hauptsitz in Essen. Er ist verantwortlich für den Unternehmensbereich „Kommunaler Klimaschutz“.

einer guten Idee an mögliche Kooperationspartner herangegangen, etwa im kommunalen Bereich. Andererseits sind manche vom Kunden gestellte Aufgaben so interessant und

» Energetische Gebäudesanierung und der „Passivhaus-Standard“ rücken zukünftig stärker in den Fokus «

Ausbau von Nahwärmenetzen und in Teilbereichen der erneuerbaren Energien mit Pellets, Holzhackschnitzeln und Photovoltaik sowie Solarthermie. Was den Kommunalbereich angeht, sind wir sehr stark im Bereich Klimaschutzkonzepte für Städte und Landkreise unterwegs, aber auch im Bereich der Qualitätsmanagementverfahren wie des „European Energy Awards“ für energieeffiziente Kommunen oder Energiemanagement nach DIN EN ISO 50001 für Unternehmen.

Welche Rolle spielen die Kunden für die Entwicklung Ihrer neuen Dienstleistungen und Produkte?

Das ist über die Jahre gesehen sehr unterschiedlich. Es gab Jahre, da haben wir Ideen selber entwickelt und sind mit

anspruchsvoll, dass wir uns völlig neue Methoden und Lösungen überlegen müssen. Das ist aktuell gerade in Datteln im Projekt newPark, einem großen Gewerbegebiet, der Fall, ebenso in Bottrop beim Projekt InnovationCity Ruhr. Dort erstellen wir mit drei weiteren Kooperationspartnern den Masterplan für die Modellstadt Bottrop.

Wo sehen Sie zukünftige Wachstumfelder für Ihr Unternehmen?

Für uns wird das Thema energetische Gebäudesanierung insbesondere auf Quartiersebene und der „Passivhaus-Standard“ auf Gebäudeebene zukünftig stärker in den Fokus rücken, ebenso die Frage von „Lebenszykluskostenbetrachtungen“ von Energieeffizienzmaßnahmen.



Touchpoint

Kontaktpunkt für Tickets per Handy

mit. 02-de 3G
Fahrt beginnen 11:06
Anmeldeart 100 %

1. Klasse
2. Klasse

Barcode scannen

Kontakt-punkt-Nr. eingeben

Position bestimmen

Touch&Travel

Radio

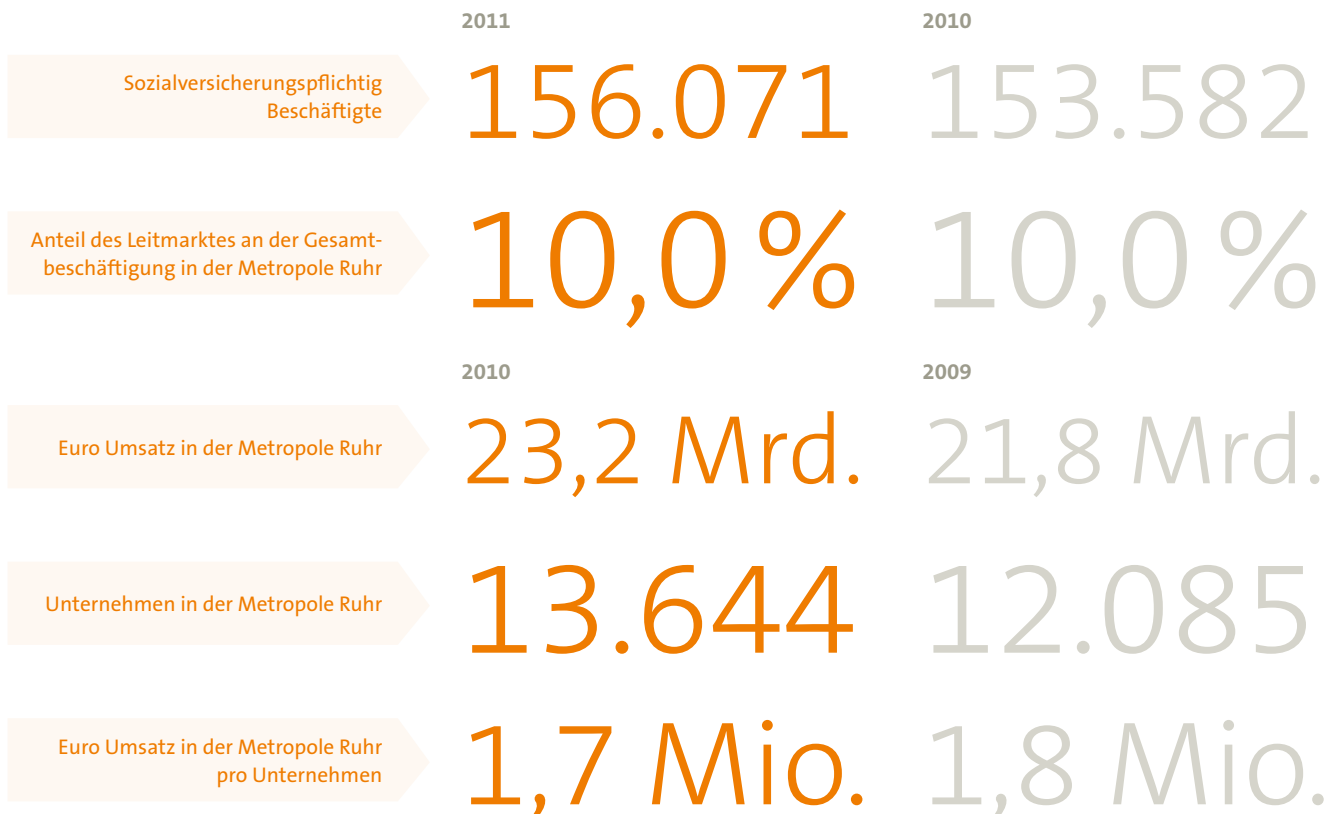
Web Browser

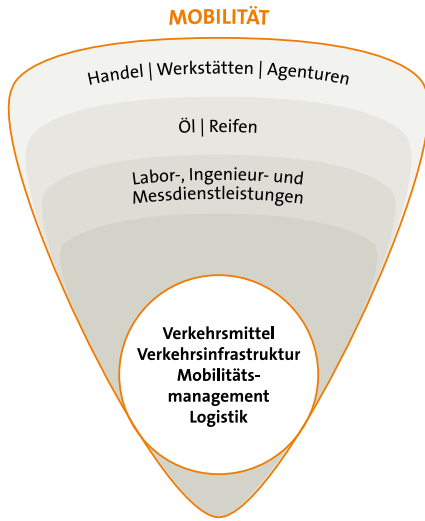
www.touchandtravel.de
0800 310 1...

Leitmarkt Mobilität

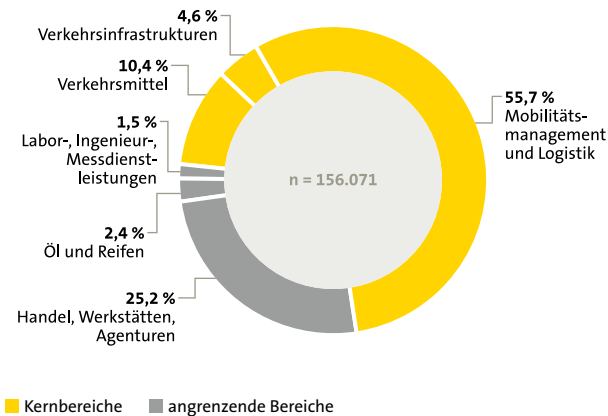
Die Anforderungen des Klimaschutzes, aber auch der wachsende Wunsch, individuelle Mobilität mit geringerer Umweltbelastung zu verbinden, stellt klassische Anbieter von Mobilitätsmitteln – allen voran die Automobilindustrie und ihre Zulieferunternehmen – vor wachsende Herausforderungen. Steigende Energiepreise und die damit zusammenhängenden Probleme der Wirtschaftlichkeit und Finanzierbarkeit von Mobilität erhöhen den Druck zur Entwicklung neuer Antriebstechnologien und Mobilitätsdienstleistungen. Welche Lösungen sich hierbei letztendlich durchsetzen werden, ist zurzeit noch offen. Auswirkungen

dieser Entwicklungen zeigen sich nicht nur im Individualverkehr, sondern auch beim Management von Waren- und Güterströmen – also in der Logistik, die sich zudem mit veränderten Lieferanten- und Kundenbedürfnissen konfrontiert sieht. Vor dem Hintergrund der zentralen Verkehrslage, der Bevölkerungsdichte und der polyzentrischen Struktur des Ruhrgebiets sowie den Kompetenzen in der Materialtechnik stellen insbesondere Mobilitätskonzepte, Logistikarchitekturen und neue Werkstoffe im Fahrzeugbau wichtige Zukunftsfelder für die Ruhrwirtschaft dar.

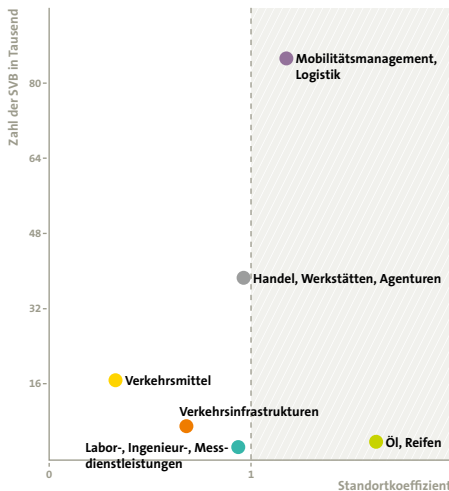




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Mobilität



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Zum ersten Kernbereich zählen die Fahrzeughersteller und einschlägigen Zulieferunternehmen. Der zweite Kernbereich besteht aus Straßen- und Verkehrswegebauunternehmen sowie Dienstleistern im Bereich Verkehrsinfrastrukturen. Der dritte Kernbereich schließlich umfasst Unternehmen der Logistik und des Mobilitätsmanagements. Fahrzeughandel und -vermietung, Werkstätten und einschlägige Verkehrsagenturen definieren die benachbarten Dienstleistungen, während Reifen und Mineralölhersteller zu den benachbarten Industriebereichen gezählt werden. Ergänzt wird der Leitmarkt durch einschlägige Labor-, Ingenieur- und Messdienstleistungen.

Bedeutung und Stärken

Die Stärke im Leitmarkt Mobilität in der Metropole Ruhr liegt zunächst in den Standortfaktoren: die hohe Nachfragedichte, die zentrale Verkehrslage im Raum und damit verbunden ein erweiterter Einzugs- und Zugangsbereich innerhalb der Europäischen Union. Entsprechend liegt die Substanz der Metropole Ruhr in diesem Leitmarkt vor allem in der Logistik, während die Automobilindustrie im Bundesvergleich deutlich unterdurchschnittlich vertreten ist. Insgesamt gesehen weisen die Städte Bochum, Duisburg, Hamm und der Kreis Unna im Bundesvergleich überdurchschnittliche Beschäftigtenanteile im Leitmarkt Mobilität auf. Betrachtet man lediglich den Logistikbereich, so trifft dies für die Metropole Ruhr insgesamt sowie für die Städte Dortmund, Duisburg, Hagen, Hamm, Herne und den Kreis Unna zu.

Unternehmen und Umsätze

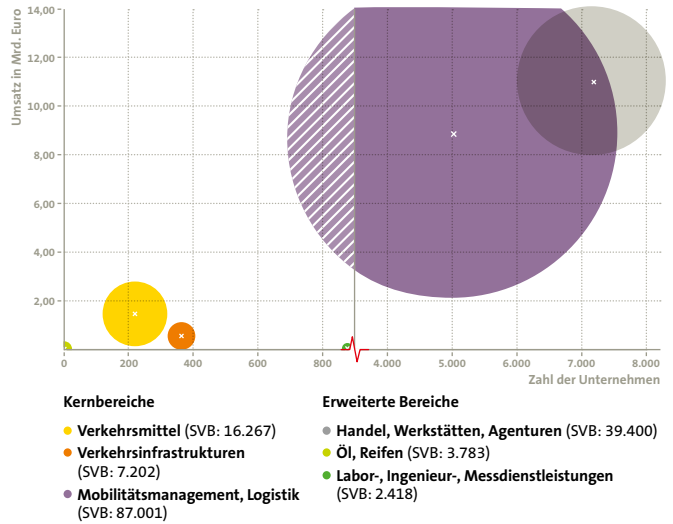
Insgesamt boten im Jahr 2010 mehr als 13.640 Unternehmen in der Metropole Ruhr Güter und Dienstleistungen im Leitmarkt Mobilität an. Sie erzielten einen Umsatz von 23,2 Mrd. Euro. Der größte Anteil entfiel auf die einschlägigen Unternehmen der benachbarten Dienstleistungen (Handel, Werkstätten, Agenturen), gefolgt von den Unternehmen der Logistikbranche. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen weist die Metropole Ruhr eine kleinbetrieblichere Unternehmensstruktur als im Bund und im Land NRW auf. Dies zeigt sich besonders deutlich bei den Kfz-Herstellern und -Zulieferunternehmen und den Herstellern von anderen Verkehrsmitteln.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

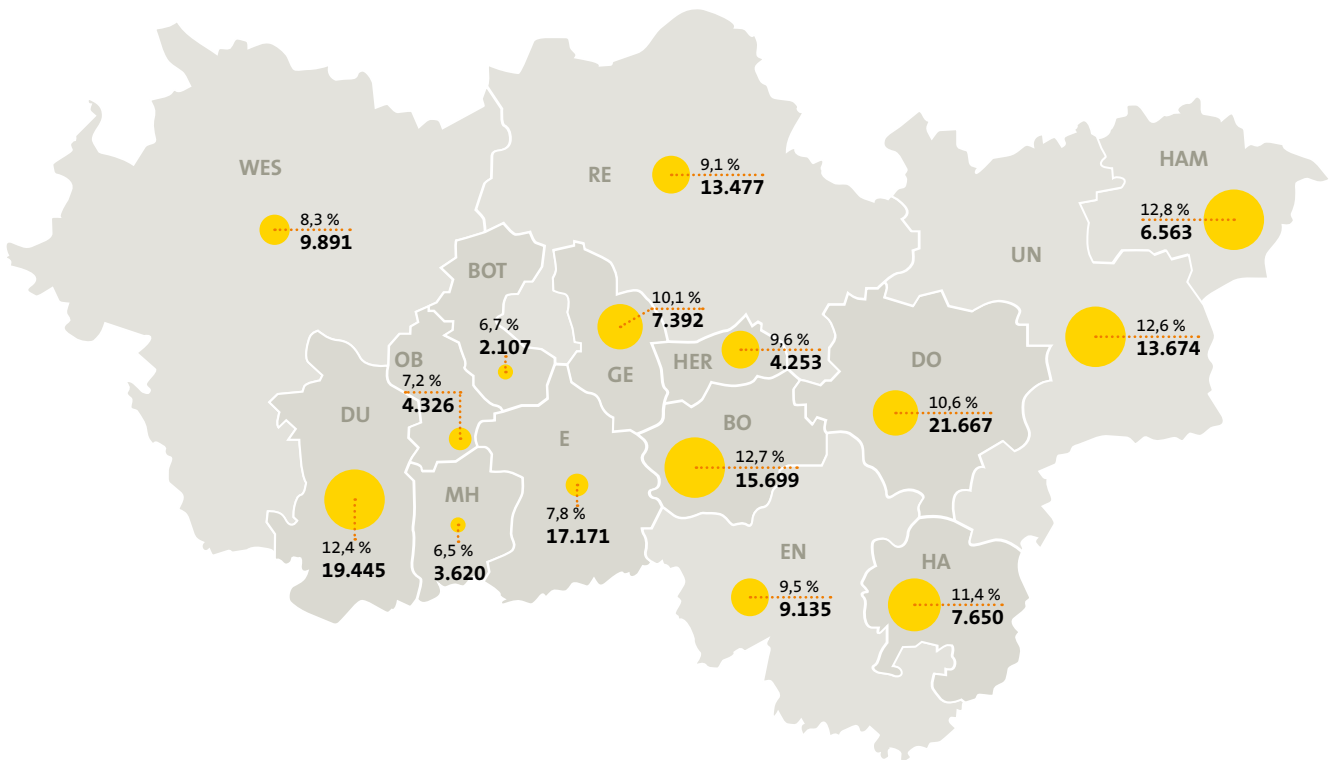
Im Juni 2011 bot der Leitmarkt Mobilität über 156.000 Personen in der Metropole Ruhr eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. Mit einem Zehntel der Gesamtbeschäftigung liegt der Beschäftigtenanteil des Leitmarktes niedriger als im Bundesgebiet (11,6%). Den größten Anteil mit insgesamt über 87.000 Beschäftigten stellten die Logistikanbieter und Unternehmen im Bereich Mobilitätsmanagement, gefolgt von Werkstätten und Handelsunternehmen (39.400). Die Hersteller von Verkehrsmitteln beschäftigten im gleichen Zeitraum mehr als 16.260 Arbeitnehmer. Im Zeitraum zwischen 2008 und 2011 gingen im Leitmarkt insgesamt rund 2.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze verloren. Vergleichbare Entwicklungen waren auch im Land NRW zu beobachten. Im Durchschnitt der Jahre schrumpfte hier die Beschäftigung um -0,3%. Im Gegensatz dazu konnten im Bundesgebiet per Saldo zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.

Größenverhältnisse im Leitmarkt Mobilität

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

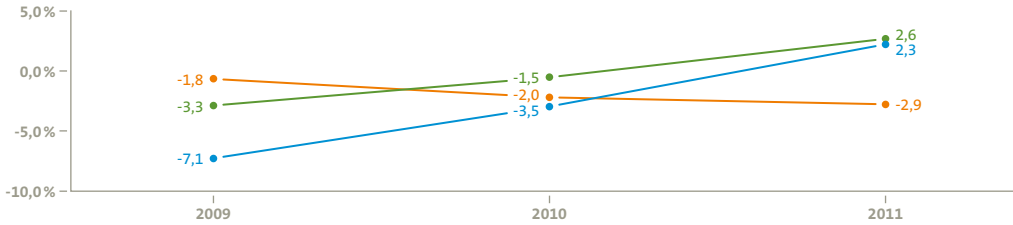


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Mobilität an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

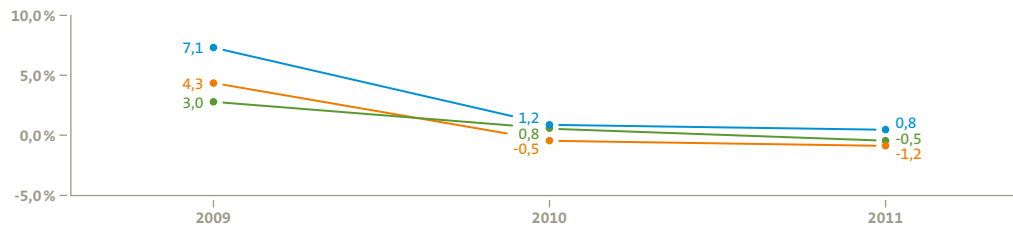
Kernbereich 1: Verkehrsmittel



- -2,2
- -0,8
- -2,8

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

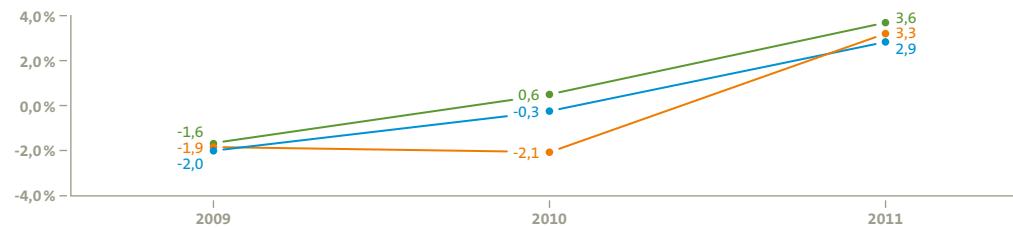
Kernbereich 2: Verkehrsinfrastrukturen



- 0,9
- 1,1
- 3,0

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

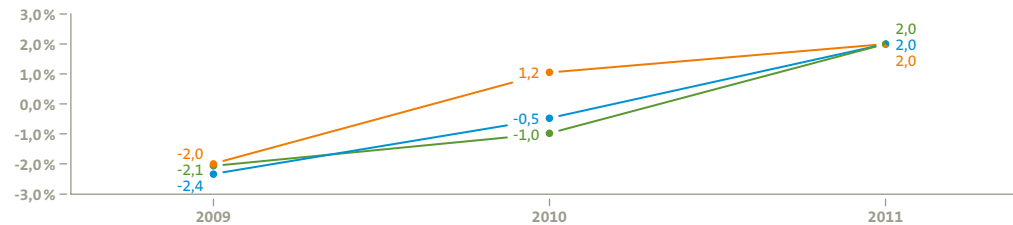
Kernbereich 3: Mobilitätsmanagement und Logistik



- -0,2
- 0,8
- 0,2

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

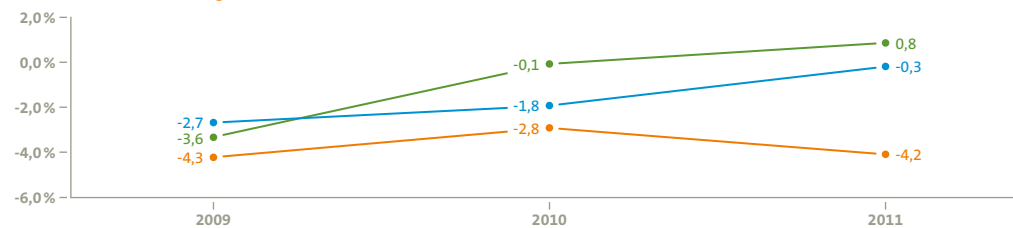
Benachbarte Dienstleistungen: Handel, Werkstätten, Agenturen



- 0,4
- -0,4
- -0,3

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

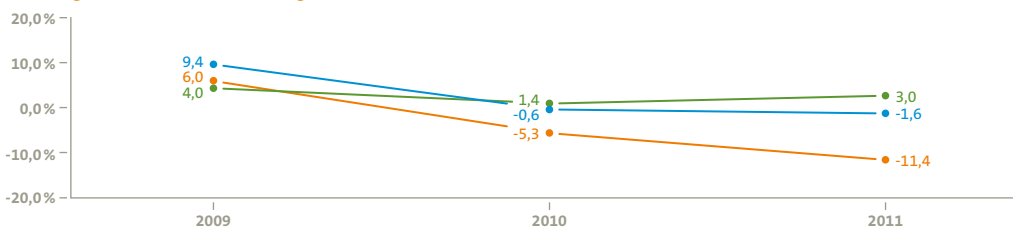
Benachbarte Industriezweige: Öl und Reifen



- -3,8
- -1,0
- -1,6

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen



- -3,6
- 2,8
- 2,4

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

Der zahlenmäßig größte Teil der Arbeitsplatzverluste in diesem Leitmarkt entfiel auf die Fahrzeughersteller und einschlägigen Zulieferunternehmen, die im Beobachtungszeitraum kontinuierlich Arbeitsplätze abgebaut haben. Ähnliche Entwicklungen ließen sich auch im Bundesgebiet beobachten. Allerdings konnten die Unternehmen hier in jüngster Zeit ihr Arbeitsplatzangebot erhöhen. Ein Grund für diese regional unterschiedliche Entwicklung dürfte in der nach wie vor schwierigen Situation des in der Region ansässigen Automobilherstellers zu suchen sein. Entgegen dem Bundes- und Landestrend haben seit 2009 zudem in den beiden Jahren auch die einschlägigen Ingenieurunternehmen ihr Personal verringert. Auch hierbei dürften die Probleme der regionalen Automobilindustrie sowie sinkende kommunale Ausgaben für den Straßen- und Wegebau eine Rolle gespielt haben. Auch im Logistikbereich gingen in der Metropole Ruhr zwischen 2008 und 2011 Arbeitsplätze verloren. Im Gegensatz zu den Verkehrsmittelherstellern konnten die Logistikunternehmen der Region aber ihre Beschäftigung in den Jahren 2010 und 2011 wieder stärker ausbauen.

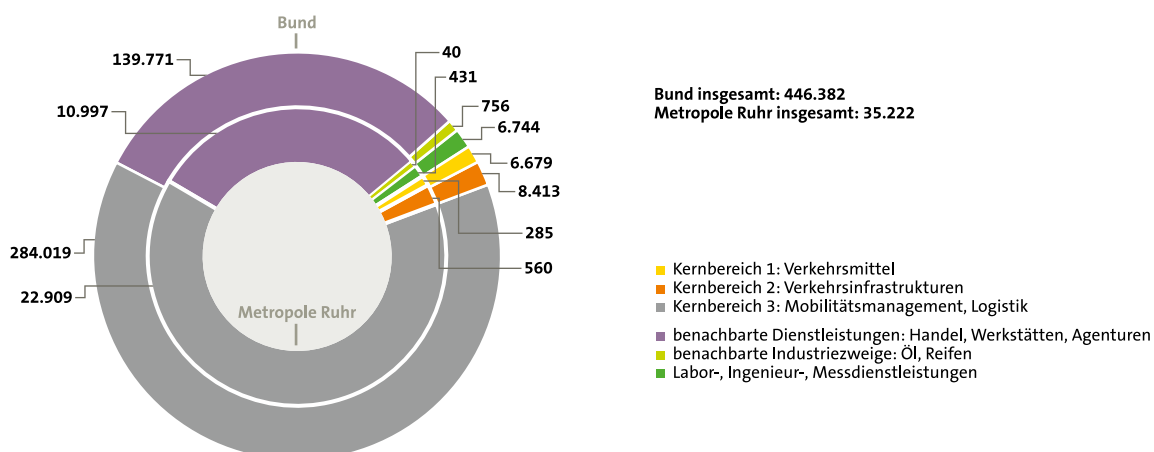
Struktur der Beschäftigung

In allen Leitmarktbereichen liegt der Einsatz von Teilzeitkräften im Beobachtungszeitraum unter dem Niveau der Gesamtwirtschaft. Insgesamt gingen im Juni 2011 10,3% der sozialversicherungspflichtigen Leitmarktbeschäftigten in der Metropole Ruhr einer Teilzeitbeschäftigung nach. Im

Bundesgebiet lag die entsprechende Quote bei 9,5%. Am häufigsten finden sich im Logistikbereich Teilzeitarbeitsplätze. Allerdings liegt die Quote auch hier deutlich unter dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft. Vergleichbares lässt sich für den Bereich Handel und Werkstätten feststellen. Ein Grund hierfür dürfte in der eher technischen Ausrichtung des Kfz-Handwerks liegen, das in dieser Hinsicht eher dem Muster von Industriezweigen mit einer geringeren Verbreitung von Teilzeitarbeitsplätzen folgt. Ähnlich niedrige Werte lassen sich auch für das Bundesgebiet beobachten. Über dem Bundesdurchschnitt liegt dagegen der Einsatz geringfügig Beschäftigter im Leitmarkt Mobilität. Kommt im Ruhrgebiet auf 4,4 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine ausschließlich geringfügig beschäftigte Person, so liegt die entsprechende Relation im Bundesgebiet bei 7:1. Insgesamt gingen im Juni 2011 über 35.200 Personen einer ausschließlich geringfügigen Beschäftigung nach. Dabei ist die Verbreitung derartiger Arbeitsverhältnisse, wie auch in den anderen Leitmärkten, in den industriell geprägten Bereichen niedriger als in den eher dienstleistungsorientierten Sparten.

Auch der Einsatz hochqualifizierter Beschäftigter ist im Leitmarkt insgesamt nur unterdurchschnittlich ausgeprägt. Rund 3,6% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verfügen in diesem Leitmarkt über einen akademischen Abschluss. Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Leitmarktbereichen. Sowohl im Ruhrgebiet

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Mobilität in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Mobilität

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: Verkehrsmittel	7,1	16,0	3,0	4,5	57,0	138,0
Kernbereich 2: Verkehrsinfrastrukturen	5,8	7,3	4,2	5,8	12,9	23,1
Kernbereich 3: Mobilitätsmanagement und Logistik	2,5	2,7	13,9	14,8	3,8	4,8
benachbarte Dienstleistungen: Handel, Werkstätten, Agenturen	1,4	2,4	6,8	7,3	3,6	5,3
benachbarte Industriezweige: Öl und Reifen	13,1	12,6	6,5	4,5	95,4	58,9
Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen	36,5	35,7	9,6	10,1	5,6	7,2
Leitmarkt Mobilität insgesamt	3,6	7,2	10,3	9,5	4,4	7,4

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

als auch im Bund insgesamt weisen der Logistikbereich sowie die benachbarten Dienstleistungen, wie der Handel oder die handwerklich orientierten Reparaturwerkstätten, die geringste Einsatzdichte von hochqualifizierten Beschäftigten auf. Ein anderes Bild zeigt sich dagegen bei den im Leitmarkt tätigen Ingenieurdienstleistern und den Öl- und Reifenherstellern. In beiden Leitmarktberichen finden Hochqualifizierte in deutlich überdurchschnittlichem Umfang ihren Arbeitsplatz, wobei die entsprechenden Anteilswerte in der Metropole Ruhr über dem Bundesdurchschnitt liegen. Auch

der forschungsintensive Kernbereich 1 des Leitmarktes, die Verkehrsmittelproduzenten, beschäftigen relativ gesehen deutlich mehr Hochqualifizierte, als dies im Leitmarkt insgesamt der Fall ist. Im Vergleich zum Bundesgebiet liegt der entsprechende Beschäftigtenanteil in der Metropole Ruhr allerdings deutlich niedriger. Ursächlich hierfür dürften die Besonderheiten des regionalen Automobilherstellers sein, der seine Forschung und die Entwicklungsarbeiten außerhalb des Ruhrgebiets konzentriert hat.

Volker Wente ist seit 2007 hauptamtlicher Geschäftsführer der Landesgruppe Nordrhein-Westfalen des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) mit Sitz in Köln.



» Die Bevölkerung hat sich längst für den ÖPNV entschieden, die Politik hat es nur noch nicht gemerkt. «

Vor welchen Herausforderungen stehen Verkehrsunternehmen heute?

Der ÖPNV wächst ganz erheblich, im Gebiet des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr seit 1990 um über 60%(!), während der Straßenverkehr seit Jahren stagniert. Diese Entwicklung legt den Ausbau der ÖPNV-Systeme nahe. Allerdings werden die ÖPNV-Budgets ständig gekürzt. Für Neu- und Ausbau steht nominal so viel wie 1979 zur Verfügung, real hat die Inflation aber zwei Drittel aufgefressen. Hinzu kommt: Die 11 Stadtbahn-Systeme in NRW sind in die Jahre gekommen. Bis 2016 müssen wir 1,1 Mrd. Euro in die Infrastruktur und 630 Mio. Euro in Fahrzeuge investieren. Allerdings können Unternehmen und Kommunen höchstens 25% selbst schultern. Wird diese Finanzierungslücke nicht zügig geschlossen, drohen Qualitäts- und Wertverlust – bis zur Stilllegung der Anlagen. Die Bevölkerung hat sich längst für den ÖPNV entschieden, die Politik hat es nur noch nicht gemerkt.

Welche Rolle spielen intermodale Lösungen für die Unternehmen?

Wir brauchen Ergänzungen. Das können Car-Sharing-Konzepte wie Car2Go, Taxen oder Leihräder sein. Mit Apps kann man das nächste Taxi rufen oder ein Leihrad reservieren. Und das E-Ticket wird zukünftig nicht nur Monatskarte für

den ÖPNV sein, sondern „Sesam öffne dich“ für alle ergänzenden Verkehrsmittel mit einer Rechnung, Rabatt und Bestpreis.

Ergeben sich daraus neue Geschäftsfelder?

ÖPNV-Unternehmen werden sicherlich keine Autovermieter – abgesehen von der Deutschen Bahn. Fahrradverleihsysteme sind da schon interessanter. Und die ÖPNV-Unternehmen könnten diese Angebote über ihre Abo-Kunden hervorragend vermarkten. Die Bereitstellung von Ladeinfrastruktur für Elektroautos ist natürlich ein Thema. Die Stadtbahnen haben durch die Stromversorgung für ihre Bahnen eine geeignete Technik mit hohen Kapazitätsreserven für die Schnellladung von Elektroautos. Hier arbeiten wir gerade an tragfähigen Geschäftsmodellen.

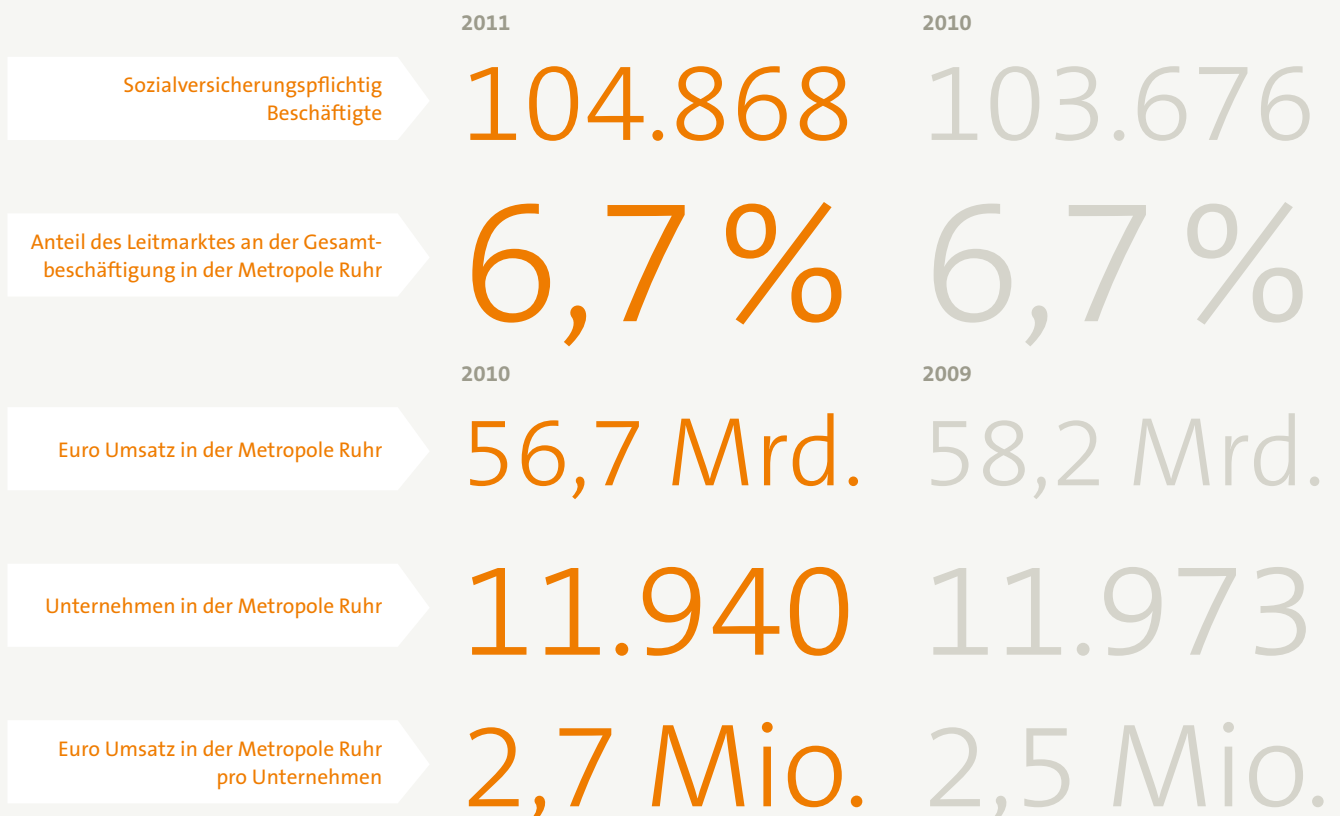
Ist die Metropole Ruhr als polyzentrischer Raum besonders geeignet für solche neuen intermodalen Konzepte?

Chance und Risiko liegen eng beieinander. Geschäftsmodelle sind noch nicht ausgefeilt und die technische Entwicklung ist im Fluss. Es muss uns gelingen, einen Wettbewerb um die besten Ideen, um Geschäftsmodelle und Strategien zu initiieren. Das ist die Chance, um Innovationsführer zu werden – nicht der kleinste gemeinsame Nenner.



Leitmarkt im Fokus: Nachhaltiger Konsum

Die Trends im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum folgen den gesellschaftlichen Veränderungen, ausgelöst durch den demografischen Wandel und eine zunehmende Individualisierung. Die Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher werden individueller, und der eigene Lebensstil drückt sich zunehmend im jeweiligen Konsum aus. Online-Plattformen für Bekleidung, Schmuck oder auch Nahrungsmittel erweitern das verfügbare Angebot und ermöglichen ein sich immer weiter ausdifferenzierendes Konsumentenverhalten. Vor diesem Hintergrund lassen sich einige Trends erkennen, denn auch die Individualisierung folgt nachvollziehbaren Pfaden.



Der Preis bleibt wichtig – aber nicht immer und überall

Das Einkommen breiter Bevölkerungsschichten ist in den vergangenen Jahren gesunken. Vor allem der Anstieg sogenannter atypischer Beschäftigung zulasten unbefristeter Vollzeitstellen hat in Deutschland zu einer weiteren Öffnung der Einkommensschere geführt. Die Ränder der Einkommensverteilung sind gewachsen, das heißt, es gibt mehr Personen mit einem unterdurchschnittlichen Einkommen und zugleich mehr Personen mit einem überdurchschnittlichen Einkommen. Die mittleren Einkommen schrumpfen hingegen.

Das bedeutet jedoch nicht, dass diese Entwicklungen zu Absatzeinbußen und Arbeitsplatzverlusten im Handel führen. Vielmehr konstatieren Beobachter eher Verschiebungen zwischen den Sparten. Ebenso wenig folgt daraus ein einheitliches Preisbewusstsein. „Im Armani zum Aldi“ charakterisiert ein als hybrid bezeichnetes Konsumentenverhalten. Dieses ist einkommensunabhängig und äußert sich in der Gleichzeitigkeit des Kaufs von hochwertigen Gütern und dem Erwerb von preiswerter Discountware. Die Festlegung des Konsumenten auf einen eindeutigen Typus und die klare Zuordnung zu nur einer Zielgruppe werden dadurch immer weniger möglich.

Einkauf zwischen Erwerb und Erlebnis

Die Bereitschaft, einen bestimmten Preis zu zahlen (oder eben auch nicht), bezieht sich auf den Erwerb von Gütern. Einkaufen ist aber nicht erst heute weit mehr als Erwerb. Einkaufen ist nach wie vor eine Freizeitbeschäftigung und besitzt Erlebnischarakter. Der einstige Trend, Einkaufszentren außerhalb der Innenstädte anzusiedeln, ist allerdings rückläufig. Zunehmend werden die Innenstädte für solche Großprojekte wieder neu entdeckt. Dies trifft auch für die Städte in der Metropole Ruhr zu, die sich aufgrund dieser Entwicklungen einer verstärkten Standortkonkurrenz stellen müssen.

Kundenbindung als ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit

Der hybride und individualisierte Kunde stellt den Handel vor neue Herausforderungen. Die ständig wachsenden

Möglichkeiten der Informationstechnik sind hierbei hilfreich. Informationstechnik wird nicht nur selbst zu einem wichtigen Umsatzträger für den Handel, sondern Digitalisierung führt zu neuen technischen Möglichkeiten und damit auch zu neuen Vertriebskanälen des Handels. Das Wachstum von E-Commerce und Online-Handel sind sichtbarer Ausdruck dieser Entwicklungen.

Um den Kunden zu binden, gewinnen etwa Payback- und Kassensysteme an Bedeutung, die elektronisch die Einkäufe der Kunden speichern und damit Möglichkeiten für eine spätere Auswertung eröffnen. Hierdurch soll einerseits das Konsumverhalten differenziert erfasst werden, andererseits wird eine stärkere Kundenbindung über Treueprogramme oder Kundenkarten angestrebt. In diesem Zusammenhang sind auch On-Pack-Kampagnen häufiger zu finden. Darunter versteht man einen Zusatznutzen für den Kunden, der mit einem Produkt verkauft wird. Je nach Produkt und Unternehmen kann der Zusatznutzen ein Gutschein, Gewinnspiel, Sofortgewinn oder Ähnliches sein, um dem Kunden ein unmittelbares Erfolgserlebnis zu sichern.

In der Summe markieren diese diversen Absatzstrategien eine immer wichtiger werdende Nachhaltigkeitsdimension,

Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit, sozial akzeptable und faire Produktions- und Vertriebsbedingungen gehen immer mehr in die Kaufentscheidung ein. Produkte aus der Nachbarschaft und die regionale Nähe der Produzenten schaffen einen Vertrauensvorsprung.

nämlich die der Kundenbindung. Derartige Instrumente reichen jedoch nicht aus, um beim Konsumenten längerfristiges Vertrauen und Marken- oder Produktreue aufzubauen. Produkt- und Servicequalität werden zum wichtigen Bewertungskriterium für Kundenzufriedenheit, nicht zuletzt vorangetrieben durch Online-Plattformen zur Unternehmensbewertung und zum Erfahrungsaustausch von Konsumenten.

Nachhaltiger Konsum als Vertrauen in die Qualität

Neben Preis und Erlebnis wird Nachhaltigkeit zu einem immer wichtigeren Schlüsselfaktor für das Verständnis



des Konsumentenverhaltens. Den Ausgangspunkt bildet Misstrauen: Umweltprobleme und deren Folgen für die Gesundheit, ethisch bedenkliche Arbeitsbedingungen an Produktionsstandorten und Verkaufsstellen oder Lebensmittelkandale haben dieses Misstrauen in den vergangenen Jahren hinreichend genährt und zu neuen Anforderungen an die Qualität der Produkte geführt. Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit, sozial akzeptable und faire Produktions- und Vertriebsbedingungen gehen immer mehr in die Kaufentscheidung ein. Produkte aus der Nachbarschaft und die regionale Nähe der Produzenten schaffen einen Vertrauensvorsprung.

Nachhaltiger Konsum ist selektiv, aber stetig wachsend

Alltägliche, kurzlebige Konsumgüter, wie beispielsweise Lebensmittel, Kleidung oder Hygiene- und Kosmetikartikel, sind von diesen Entwicklungen in besonderer Weise betroffen. Mehr als ein Viertel aller Konsumausgaben der privaten Haushalte entfielen im Jahr 2011 auf diesen zentralen Handelsbereich. Berücksichtigt man lediglich den variablen Konsum, also jenen Teil des Konsumvolumens, das nach Abzug überwiegend fixer Kosten wie Wohnen und Mobilität zur Verfügung steht, so erhöht sich der Ausgabenanteil für kurzlebige Konsumgüter sogar auf knapp 40% (Statistisches Bundesamt 2012).

Ausdifferenziertere Zahlen liegen nicht vor, aber der Trend ist eindeutig erkennbar. Mit Blick auf die Ergebnisse verschiedener Verbraucherbefragungen wie des regelmäßig erhobenen Ökobarometers oder die Absatz- und Umsatzentwicklung einschlägiger Handelsbereiche wird erkennbar, dass in den vergangenen Jahren Aspekte wie regionale Herkunft oder ökologisch und sozial nachhaltige Produktion von Gütern tatsächlich bei der Kaufentscheidung einen zunehmenden Stellenwert erhalten. So hat sich die Anbaufläche für ökologische Produkte zwischen 2000 und 2011 fast verdoppelt (Statistisches Bundesamt Agrarberichterstattung).

Im gleichen Zeitraum stieg der bundesweite Einzelhandelsumsatz mit Biolebensmitteln von 2,1 Mrd. Euro auf rund 6 Mrd. Euro (BÖLW) an. Die Hersteller von Naturkosmetika

konnten ihren Absatz zwischen den Jahren 2007 und 2011 um rund 36% steigern und erzielten 2011 einen Umsatz im einschlägigen Einzelhandel von 815 Mio. Euro (Statista 2012). Auch der Umsatz mit Fair-Trade-Produkten ist in den vergangenen Jahren stark angestiegen und betrug im Jahr 2011 über 400 Mio. Euro (TransFair 2012).

Nachhaltiger Konsum – ein noch längst nicht ausgeschöpfter Trend

Diese Zahlen verdeutlichen, dass nachhaltige Produkte bei Verbrauchern zunehmend an Bedeutung gewinnen. Sie zeigen im Vergleich zum Umsatzvolumen traditioneller Produkte aber auch, dass die Potenziale noch lange nicht ausgeschöpft sind. Erkennbar ist dies auch anhand von Verbraucherumfragen. So lassen sich Übereinstimmungen zwischen Einstellung und realem Konsumverhalten am ehesten bei Fragen der Energieeffizienz langlebiger Gebrauchsgüter oder chemisch basierter Haushaltsprodukte wie Putz- und Reinigungsmittel beobachten. Gleiches gilt für den Konsum regional produzierter Lebensmittel. Unstimmigkeiten zwischen realer Kaufbereitschaft und Bedeutungseinschätzung lassen sich dagegen bei umweltschonenden und gesundheitsverträglichen Produkten des täglichen Lebens wie Nahrungsmitteln und Kleidung feststellen. So schätzen beispielsweise in Umfragen über 80% der Befragten Biolebensmittel als wichtig ein (Otto Group Trendstudie 2011). Der weitaus geringere Teil der Konsumenten kauft diese Waren aber auch tatsächlich regelmäßig (21% bis 40%) (Ökobarometer 2010; Dialego AG 2011).

Nachhaltiger Konsum erfordert Transparenz

Nachhaltige Konsumbereitschaft wächst mit steigendem Einkommen. Für Unternehmen bedeutet dies, ihre Zie-

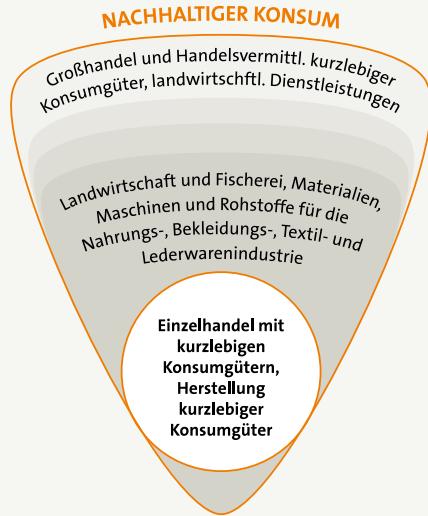
Die Sensibilität der Konsumenten für die verschiedenen Facetten der Nachhaltigkeit ist vorhanden. Dies durch entsprechende Produkt- und Serviceangebote in Markterfolge umzusetzen, stellt die Herausforderung für die Unternehmen in diesem Leitmarkt dar.

le auf Basis hoher ökologischer und moralischer Standards auszurichten sowie ihre Verfahren der Öffentlichkeit transparent darzulegen. Nur so lassen sich dauerhaft Glaubwür-

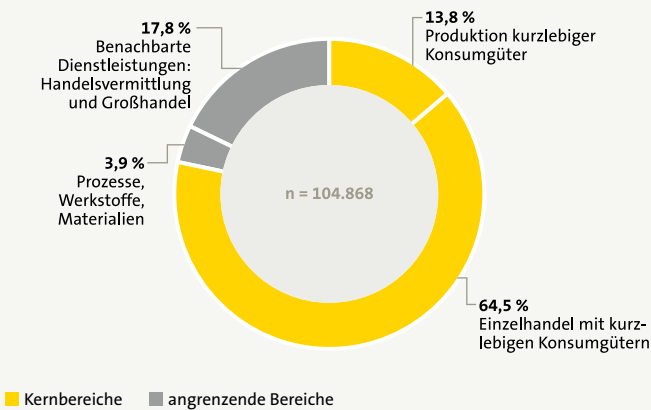


digkeit und Bekanntheit der internen Nachhaltigkeitsorientierung vermitteln, und nur so lässt sich das Vertrauen der Kunden gewinnen. Dies gilt nicht nur für die einzelnen Unternehmen des Handels, sondern für die gesamte Wertschöpfungskette im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum. Die Sensibilität der Konsumenten für die verschiedenen Facetten der Nachhaltigkeit ist vorhanden. Dies durch entsprechende Produkt- und Serviceangebote in Markterfolge umzusetzen, stellt die Herausforderung für die Unternehmen in diesem Leitmarkt dar. Regional differenzierte Daten liegen nicht vor. Illustrative Beispiele nachhaltigen Konsums im Ruhrgebiet lassen sich dennoch benennen. Beispielsweise das Unternehmen Spinnrad, das in Gelsenkirchen gegründet worden ist und mit u. a. einer Ökoproduktpalette

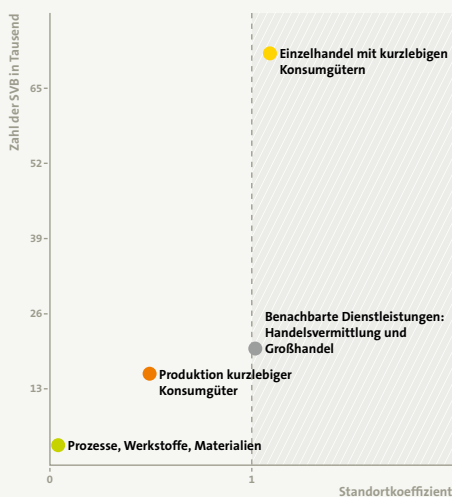
für Kosmetik zum Selbermachen seiner Zeit möglicherweise voraus war und deswegen gescheitert ist. Manufactum in Waltrop schreibt mit seinen hochwertigen Retroprodukten aus der „guten alten Zeit“ dagegen noch immer eine Erfolgsgeschichte. Ebenso der moderne Biobäcker Backbord aus Bochum, der eine breite Zielgruppe und mittlerweile rund zehn Filialen im Ruhrgebiet hat. Gleiches gilt für den vor 17 Jahren gegründeten Bio-Lieferservice „Flotte Karotte“ aus Bochum. Mit seinen mittlerweile rund 20 Beschäftigten versorgt er mehr als 1.000 Kunden im Ruhrgebiet. Die dichte Nachfrage in der Metropole Ruhr bietet Potenzial, die dezentrale Struktur der Region einen Raum für Experimente und für Expansion, während die Professionalisierung auch in einem zunächst begrenzten Raum erfolgen kann.



SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Nachhaltiger Konsum



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Der Leitmarkt Nachhaltiger Konsum erfasst Unternehmen, die mit der Herstellung und dem Vertrieb kurzlebiger Konsumgüter und einschlägiger Dienstleistungs- und Zulieferfunktionen beschäftigt sind. Im ersten Kernbereich dominieren daher Lebensmitteleinzelhandel sowie Einzelhandelsunternehmen aus den Bereichen Getränke, Textil und Bekleidung sowie Lederwaren. Der zweite Kernbereich umfasst die Hersteller kurzlebiger Konsumgüter wie die Nahrungs- und Genussmittelindustrie, Bekleidungs- und Textilhersteller, Lederwarenhersteller oder Kosmetikwarenprouzenten. Einschlägige Handelsvermittler und Großhandelsunternehmen sowie Dienstleister aus dem landwirtschaftlichen Bereich bestimmen die benachbarten Dienstleistungen. Zu guter Letzt umfassen Landwirtschafts- und Fischereiunternehmen, Rohstoff- und Materialhersteller für die Bekleidungs-, Textil- und Lederwarenindustrie sowie die einschlägigen Maschinen- und Werkzeugbauer den Leitmarktabschnitt Prozesse, Werkstoffe, Materialien.

Bedeutung und Stärken

Insgesamt gesehen ist die Metropole Ruhr im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum nicht überdurchschnittlich positioniert. Der regionale Beschäftigtenanteil an der Gesamtwirtschaft erreicht lediglich 86% des Bundesdurchschnitts. Unterschiede zeigen sich jedoch in den einzelnen Leitmarkt-bereichen. Bedingt durch die hohe Nachfragedichte besitzen der einschlägige Einzelhandel sowie die benachbarten Dienstleistungen wie der Großhandel mit kurzlebigen Konsumgütern und die entsprechenden Handelsvermittlungsunternehmen für das Ruhrgebiet eine überdurchschnittliche Bedeutung. Produzenten kurzlebiger Konsumgüter wie die Nahrungsmittel-, die Bekleidungsindustrie oder die Hersteller von Kosmetika sind dagegen traditionell in der Region in deutlich geringerem Umfang vertreten. Vergleichbares gilt auch für die einschlägigen Material- und Werkstofflieferanten, zu denen auch landwirtschaftliche Betriebe gerechnet werden. In kleinräumiger Betrachtung zeigt sich eine überdurchschnittliche Bedeutung des Leitmarktes für die kreisfreien Städte Mülheim an der Ruhr, Hamm, Gelsenkirchen und Bottrop sowie die Kreise Recklinghausen und Wesel.

Unternehmen und Umsätze

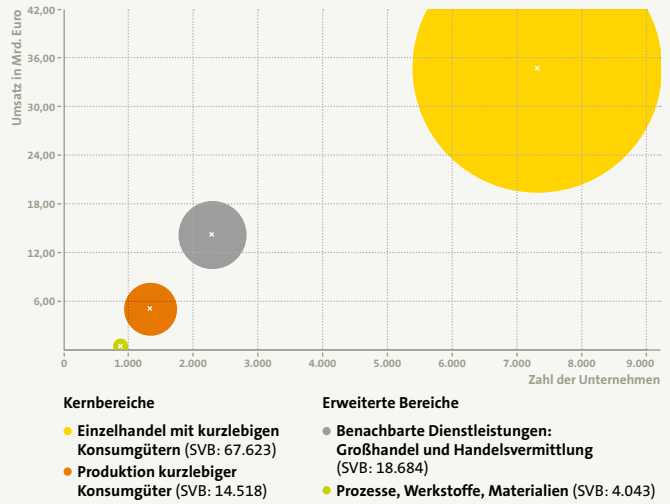
Insgesamt boten im Jahr 2010 knapp 12.000 Unternehmen in der Metropole Ruhr Güter und Dienstleistungen im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum an. Sie erzielten einen Umsatz von über 56,7 Mrd. Euro. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen zeigt sich, dass die Metropole Ruhr im Bundes- und Landesvergleich deutlich stärker durch kleinere Unternehmen geprägt wird. Dies gilt sowohl für den Leitmarkt insgesamt als auch für dessen einzelne Sparten.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

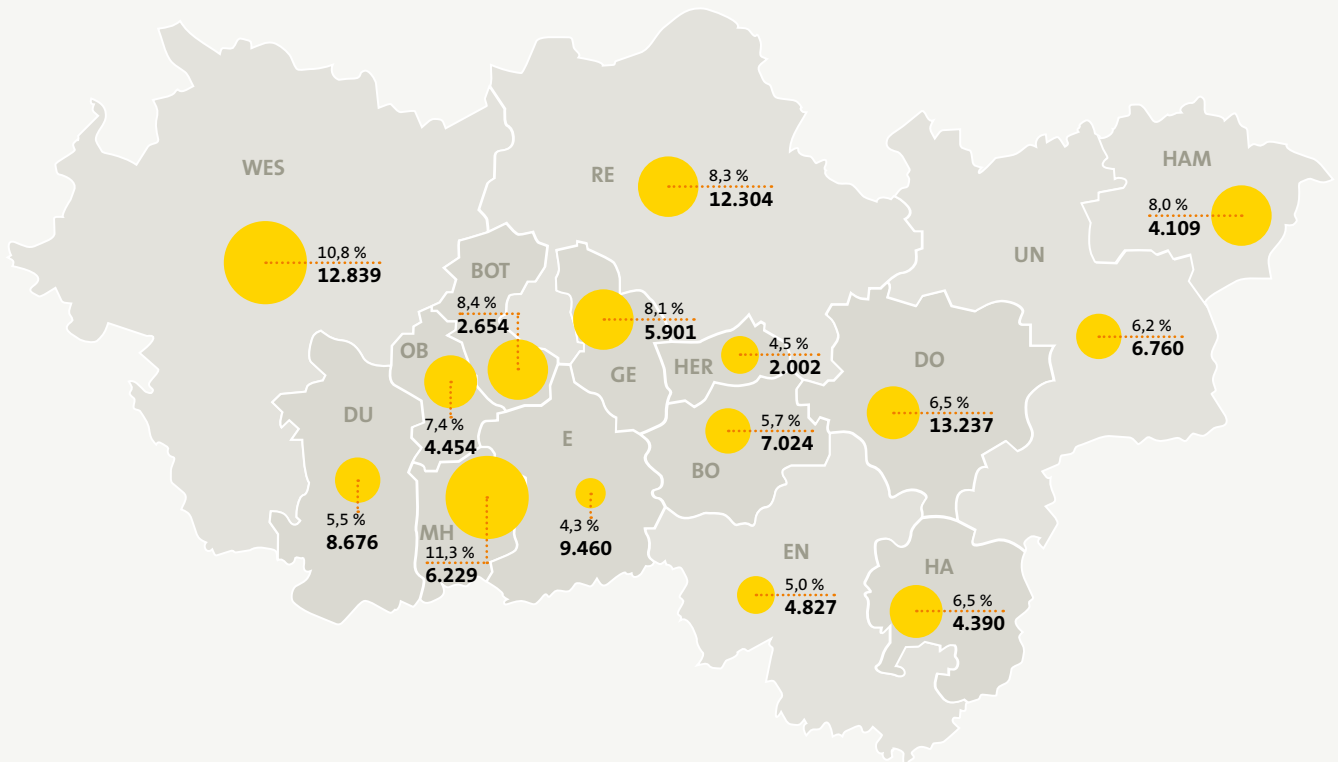
Im Jahr 2011 bot der Leitmarkt Nachhaltiger Konsum knapp 105.000 Personen in der Metropole Ruhr eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. Mit 6,7% liegt der Beschäftigtenanteil des Leitmarktes an der regionalen Gesamtbeschäftigung unter dem Bundes- und Landesniveau (7,9% bzw. 7,6%). Den größten Anteil mit insgesamt über 67.600 Beschäftigten stellten die einschlägigen Handelsunternehmen, gefolgt von benachbarten Dienstleistungen (18.684 Beschäftigte) und den Produzenten kurzlebiger Konsumgüter (14.518 Beschäftigte). Mehr als 4.000 Beschäftigte finden

Größenverhältnisse im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

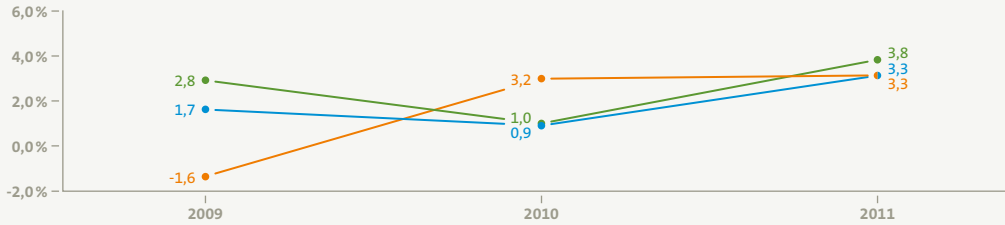


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

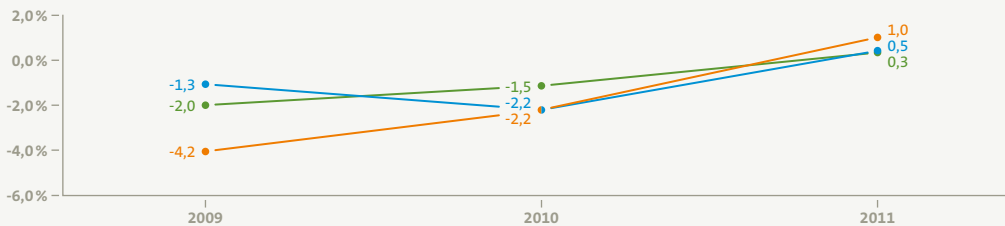
Kernbereich 1: Einzelhandel mit kurzlebigen Konsumgütern



■ 1,6
■ 2,5
■ 1,9

∅ – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

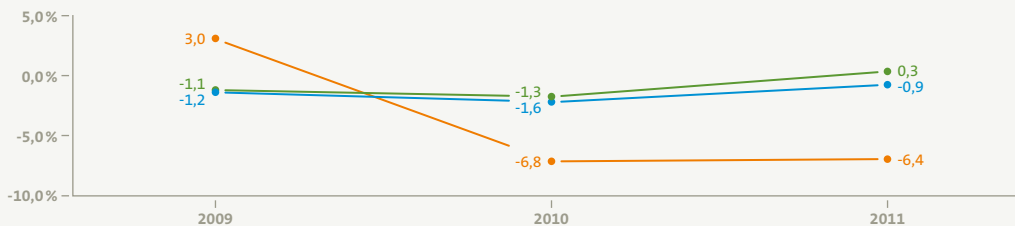
Kernbereich 2: Produktion kurzlebiger Konsumgüter



■ -1,8
■ -1,1
■ -1,0

∅ – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

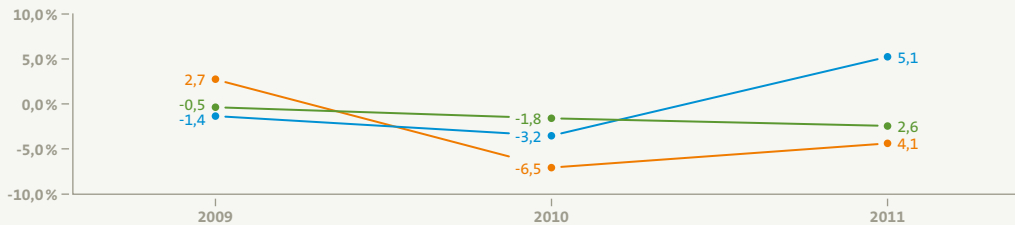
Benachbarte Dienstleistungen: Großhandel und Handelsvermittlung



■ -3,4
■ -0,7
■ -1,2

∅ – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Prozesse, Werkstoffe, Materialien



■ 0,1
■ 0,1
■ 0,2

∅ – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Metropole Ruhr BRD NRW

sich zudem bei den Materiallieferanten aus dem landwirtschaftlichem Sektor, den Webereien und Spinnereien sowie den Herstellern von Prozesstechnologien wie den Maschinenbauern für die Nahrungsmittel- und Bekleidungsindustrie. Zwischen 2008 und 2011 blieb die Beschäftigung, ähnlich wie im Bundesdurchschnitt, nahezu konstant. Zwar mussten in den beiden Krisenjahren 2008 und 2009 geringe Arbeitsplatzverluste hingenommen werden, diese konnten jedoch im Aufschwung der Jahre 2010 und 2011 mehr als ausgeglichen werden. Unterschiede waren allerdings in den einzelnen Leitmarkt Bereichen feststellbar. Während per Saldo im Beobachtungszeitraum bei den Produzenten kurzlebiger Konsumgüter und den benachbarten Dienstleistern insgesamt über 2.900 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze abgebaut wurden, wuchs der Beschäftigtenstand in den beiden übrigen Sparten um mehr als 3.100 Personen. Den größten Anteil hieran hatte der einschlägige Einzelhandel.

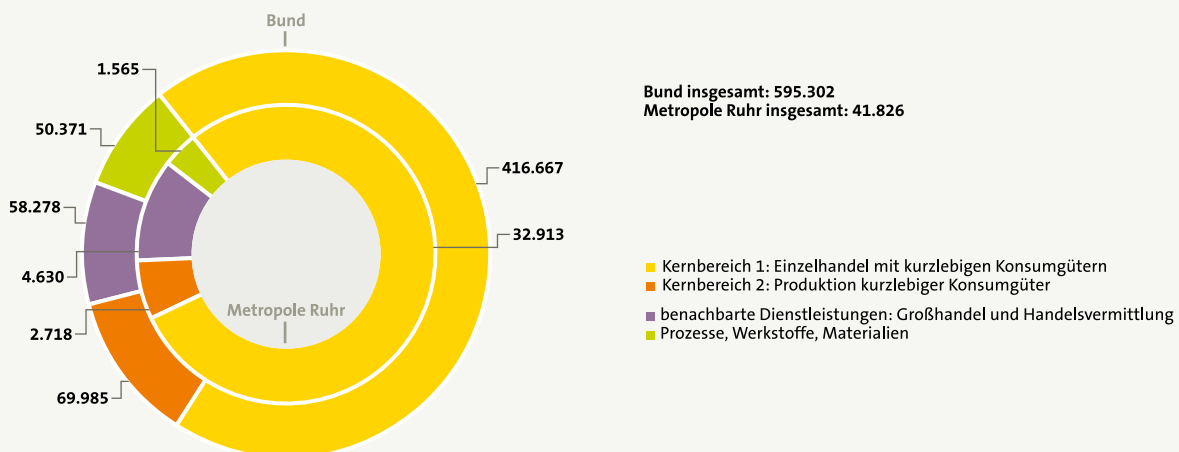
Struktur der Beschäftigung

Der Handel und viele personenbezogene Dienstleistungen gelten als Wirtschaftsbereiche mit einem hohen Anteil an Teilzeitbeschäftigung und Minijobbern. Dies lässt sich auch im vorliegenden Leitmarkt beobachten, in dem der einschlägige Einzelhandel eine zentrale Rolle spielt. Knapp 35 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gingen 2011 im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum einer Teilzeitarbeit nach. Eine Quote, die um rund drei Viertel über dem entsprechenden Anteil der Gesamtwirtschaft (20,1 %) liegt. Unter-

de zeigen sich zudem in den einzelnen Leitmarkt Bereichen. Während in den relevanten Einzelhandelsunternehmen nahezu die Hälfte der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung auf Teilzeitarbeitsplätze entfallen, werden in allen anderen Sparten vergleichsweise wenige Teilzeitarbeitskräfte eingesetzt. Dieses Bild trifft sowohl für die Metropole Ruhr wie auch für das Bundesgebiet insgesamt zu. Ähnliche Resultate zeigen sich im Hinblick auf den Einsatz geringfügig Beschäftigter. Insgesamt gesehen kommen im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum auf ein sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis 2,5 geringfügig beschäftigte Personen. Im Bundesgebiet beträgt die entsprechende Relation 3,7:1. Eine größere Verbreitung derartiger Beschäftigungsverhältnisse lässt sich in den Einzelhandelsunternehmen beobachten. Die relativ hohe Einsatzdichte bei den Werkstoff- und Materiallieferanten ist unter anderem auf die überdurchschnittliche Bedeutung von Saisonarbeitsplätzen in der Landwirtschaft zurückzuführen.

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft deutlich unterdurchschnittlich stellt sich im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum der Einsatz hochqualifizierter Beschäftigter dar. Mit 2 % liegt der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einem Fachhoch- oder Hochschulabschluss um über 7 Prozentpunkte unter dem entsprechenden Anteil der Gesamtwirtschaft. Vergleichbares lässt sich auch für das Bundesgebiet feststellen, auch wenn der entsprechende Anteil von Hochschulabsolventen hier mit 3,3 % etwas höher ausfällt.

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: Einzelhandel mit kurzlebigen Konsumgütern	1,2	1,1	48,8	50,4	2,1	2,7
Kernbereich 2: Produktion kurzlebiger Konsumgüter	4,0	5,1	7,2	9,5	5,3	7,6
benachbarte Dienstleistungen: Großhandel und Handelsvermittlung	2,8	4,7	11,3	12,9	4,0	5,5
Prozesse, Werkstoffe, Materialien	3,8	6,9	4,8	6,8	2,6	5,3
Leitmarkt Nachhaltiger Konsum insgesamt	2,0	3,3	34,7	29,9	2,5	3,7

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

Weitere Informationen über Trends und Entwicklungen im Leitmarkt Nachhaltiger Konsum:

BÖLW – Bund ökologischer Lebensmittelwirtschaft, 2011 und 2012: Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011, 2012

DB Research (26.08.2011): Der digitale Strukturwandel – Chancen für den Einzelhandel (http://www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_DE-PROD/PROD000000000277459/Der+digitale+Strukturwandel++Chancen+f%C3%BCr+den+Einzelhandel.PDF)

Dialego AG, 2011: Einkauf von Biolebensmitteln (http://dialego-foundation.de/index.php?id=1168&tt_news=&tx_faq_faq=&L=&type=98)

Fritz, Wolfgang (2008): Die Aldisierung der Gesellschaft. Eine ökonomische Perspektive (Vortrag an der Technischen Universität Braunschweig: http://www.wiwi.tu-bs.de/marketing/service/download/art/abc_vortrag_240608.pdf)

HBS 2011: Zwei Jahrzehnte wachsende Ungleichheit – zulasten der Wirtschaftskraft, in: Böcklerimpuls 3/2011

http://tim.rwth-aachen.de/download/press/2010-02_business_wissen_-_geschaeftsmodell_mc.pdf

<http://www.derhandel.de/news/technik/pages/Bewertungsportale-Gutes-Feedback-muss-man-sich-erarbeiten-7954.html>

<http://www.derhandel.de/news/unternehmen/pages/Mehr-7095.html>; <http://www.derhandel.de/news/unternehmen/pages/Spielwarenhandel-Spielwarenbranche-entdeckt-die-Oekologie-7072.html>

KPMG (2008): Trends im Handel 2010 (http://www.kpmg.de/docs/trends_im_handel_2010_de.pdf)

Ökobarometer 2010, 2010: Repräsentative Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Berlin

Otto Group Trendstudie 2011. 3. Studie zum ethischen Konsum – Verbrauchervertrauen, Hamburg

Statista 2012: Umsatz mit Naturkosmetik in Deutschland, nach: Bundesverband Parfümerien (<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/201220/umfrage/umsatz-mit-naturkosmetik-in-deutschland/>)

Statistisches Bundesamt, 2012: VGR. Private Konsumausgaben und verfügbares Einkommen

Statistisches Bundesamt, verschiedene Jahrgänge: Agrarstrukturerhebung – Betriebe mit ökologischem Landbau, Fachserie 3 Reihe 2.2.1

TransFair, 2012: TransFair Jahresbericht 2011/2012

Ulrich Eggert (2010): Handel 2020. Wege in die Zukunft. (<http://www.ulricheggert.de/>)

Umweltbundesamt (Hrsg.) 2007: Determinanten des Umweltverhaltens – Zwischen Rhetorik und Engagement. Vertiefungsstudie im Rahmen des Projektes „Repräsentativumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten“ im Jahr 2006

Umweltbundesamt, 2008 und 2010: Umweltbewusstsein in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Berlin

» Nachhaltiger Konsum ist nicht nur eine Frage des Preises «

Was verstehen Sie unter nachhaltigem Konsum?

Nachhaltiges Konsumverhalten erfüllt die relevanten Bedürfnisse der einzelnen Verbraucher und berücksichtigt gleichzeitig, dass zukünftige Generationen auch noch die Grundlagen für ein gutes Leben vorfinden sollen. Das heißt, man konsumiert nur das, was man braucht, achtet auf biologische, ökologische oder effiziente Produkte und schaut, wo man fair gehandelte Produkte kaufen kann, hat also auch die soziale Nachhaltigkeit im Auge. Es geht darum, vom Nutzen her zu denken und im Zweifelsfall nicht das zweite oder dritte Auto zu kaufen, sondern zum Beispiel Car-Sharing zu nutzen.

Handelt es sich beim nachhaltigen Konsum um einen generellen Trend oder eher um eine Nische?

In Relation zum Gesamtmarkt ist es noch eine Nische, aber mit erfreulichen Wachstumsraten. Nehmen Sie den Markt der Bioprodukte. Ursprünglich gab es sie nur in kleinen Biomärkten. Heute können Sie in jedem einigermaßen sortierten Supermarkt auch Bioprodukte kaufen. Dies gilt auch für Fair-Trade-Produkte. Gab es sie früher nur in Weltläden, finden Sie heute auch bei Aldi und Lidl Fair-Trade-gelabelte Produkte. Haushaltsgroßgeräte müssen heute eine Energieeffizienz-Kennzeichnung tragen. Zunehmend spielt auch CSR, also soziale Unternehmensverantwortung, eine Rolle.

Gibt es Hemmnisse für die weitere Verbreitung des nachhaltigen Konsums?

Ja, für einige Menschen ist es eine Preisfrage, wenn auch nicht für alle Bereiche. Bei Waschmaschinen oder Kühlschränken sind sehr energieeffiziente Geräte noch deutlich teurer. Es gibt aber auch Bereiche wie etwa Ernährung, da kann man auch mit weniger Fleisch auskommen, dafür aber qualitativ gutem. Das ist nachhaltiger und unterm Strich ist dabei auch Geld einzusparen. Nicht zuletzt ist auch die längere Nutzung eines Produkts günstiger oder der Verzicht auf einen Kauf, den man nicht unbedingt braucht. Hemmnis ist auch, dass vielfach Pro-



Ulrike Schell ist Mitglied der Geschäftsleitung der Verbraucherzentrale NRW e.V. und leitet dort den Bereich Ernährung und Umwelt. Sie ist weiterhin in verschiedenen Beiräten zu forschungs- und praxisorientierten Projekten tätig, die sich mit nachhaltiger Entwicklung und nachhaltigem Konsum beschäftigen.

dukte mit Nachhaltigkeitsargumenten geworben und gelabelt werden, wo ein echter Nachhaltigkeitsnutzen fehlt. Dies sorgt bei vielen Verbrauchern für Verunsicherung.

Sehen Sie Unterschiede beim nachhaltigen Konsum zwischen der Metropole Ruhr und anderen Regionen?

Zum einen spielt die Wertigkeit von Nachhaltigkeit auch eine Rolle bei den Menschen, die weniger zur Verfügung haben, die andere Sorgen haben, es ist wie gesagt nicht nur eine Preisfrage. Und wenn Sie sich etwa die Unternehmen ansehen, die mit dem Fair-Trade-Preis ausgezeichnet wurden, finden Sie immer wieder Unternehmen aus dem Ruhrgebiet darunter.

Werte Blutdruck

Die letzten 14 Messwerte

200
160
120
80
40
0



119 / 65 mmHg Mi. 26. Sep. 12:51

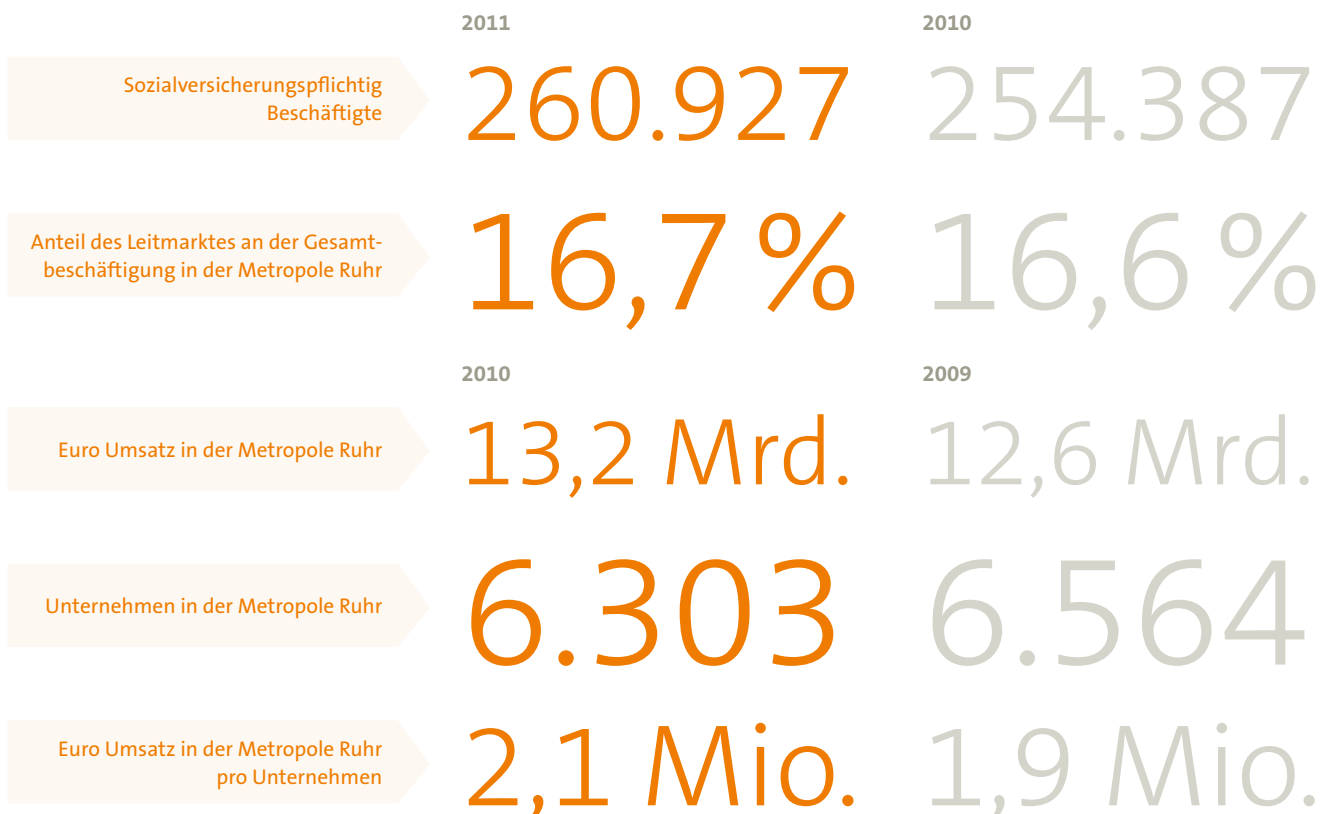
Messwert mit wählen, mit zurück

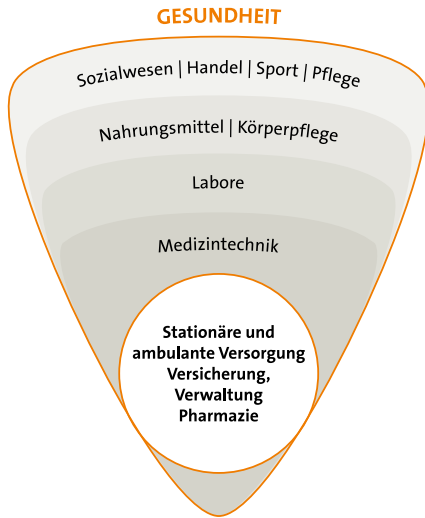


Leitmarkt Gesundheit

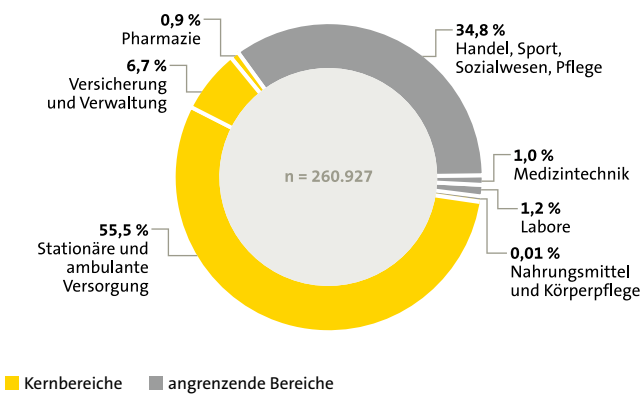
Der demografische Wandel – insbesondere die alternde Gesellschaft –, ein durch veränderte Lebensstile bedingter Rückgang familiärer Unterstützungsstrukturen und ein gestiegenes Gesundheitsbewusstsein sind Treiber im Leitmarkt Gesundheit, die bereits in den vergangenen Jahren zu einer erhöhten Nachfrage nach Gesundheitsleistungen geführt haben. Gesundes Leben steht heute ganz oben in der gesellschaftlichen Bedürfnispyramide. Hinzu kommt der medizinische und medizintechnische Fortschritt auf der An-

gebotsseite, der das Spektrum von Gesundheitsleistungen erheblich erweitert. Vor diesem Hintergrund wird Gesundheit auch ein in absehbarer Zukunft weiterhin wachsender Zukunftsmarkt sein. In der dichtbesiedelten Metropole Ruhr, die über ein großes Nachfragepotenzial verfügt, stellen integrierte gesundheitliche Versorgungssysteme, telemedizinische sowie gesundheits- und freizeitorientierte Dienstleistungen wichtige Zukunftsfelder dar.

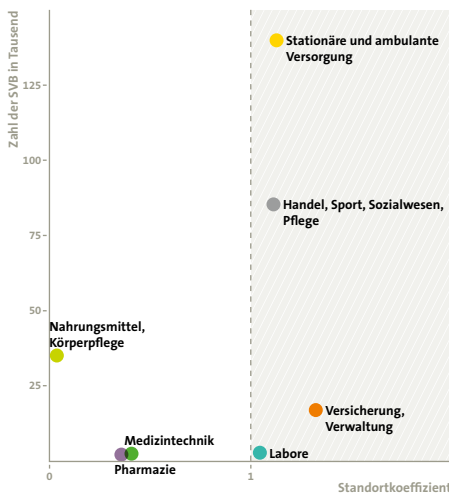




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Gesundheit



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Zum ersten Kernbereich zählen die Anbieter stationärer und ambulanter Versorgungsdienstleistungen. Der zweite Kernbereich besteht aus den gesundheitsbezogenen Versicherungs- und Verwaltungsdienstleistungen und der dritte Kernbereich umfasst Unternehmen der pharmazeutischen Industrie. Der Altenhilfebereich, der Handel mit Gesundheitsprodukten sowie der Sport-, Freizeit- und Gesundheitstourismusbereich definieren die benachbarten Dienstleistungen, während Hersteller von Behindertenfahrzeugen, einschlägige Kosmetikerhersteller und Produzenten von Diätahrung den Bereich der benachbarten Industrien bilden. Medizintechnikunternehmen dominieren schließlich den Teilbereich der industriellen Prozesstechnik, die um zahntechnische Laboratorien im Labordienstleistungsbereich ergänzt werden.

Bedeutung und Stärken

Im Bundesvergleich ist der Leitmarkt Gesundheit in der Metropole Ruhr leicht überdurchschnittlich positioniert, obwohl die pharmazeutische Industrie wie auch die Medizintechnik ein vergleichsweise unterdurchschnittliches Gewicht an der regionalen Beschäftigung besitzen. Die Stärken der Metropole Ruhr liegen vor allem auf der Nachfrageseite, repräsentiert durch eine dichte Krankenhauslandschaft, wichtige Trägereinrichtungen und eine hohe Bevölkerungsdichte. Die Nachfrage im Leitmarkt Gesundheit wird daher zunächst vor allem regional sein. Hier gewonnene Erfahrungen stellen jedoch zugleich Potenziale für die überregionale Vermarktung von Gesundheitsdienstleistungen und Technologien dar. In der Konsequenz weisen die Bereiche der stationären und ambulanten Versorgung, der Versicherungs- und Verwaltungsbereich sowie der einschlägige Handel, Pflegedienstleistungen, Sport und das Sozialwesen gegenüber dem Bund überdurchschnittliche Beschäftigtenanteile auf. Auch in der überwiegenden Zahl der Kreise und kreisfreien Städte der Region besitzt der Leitmarkt eine überdurchschnittliche Bedeutung für die jeweilige Wirtschaftsstruktur oder liegt nahe am Bundesdurchschnitt.

Unternehmen und Umsätze

Insgesamt boten im Jahr 2010 knapp 6.300 Unternehmen in der Region Dienstleistungen und Güter für den Leitmarkt Gesundheit an. Sie erzielten einen Umsatz von über

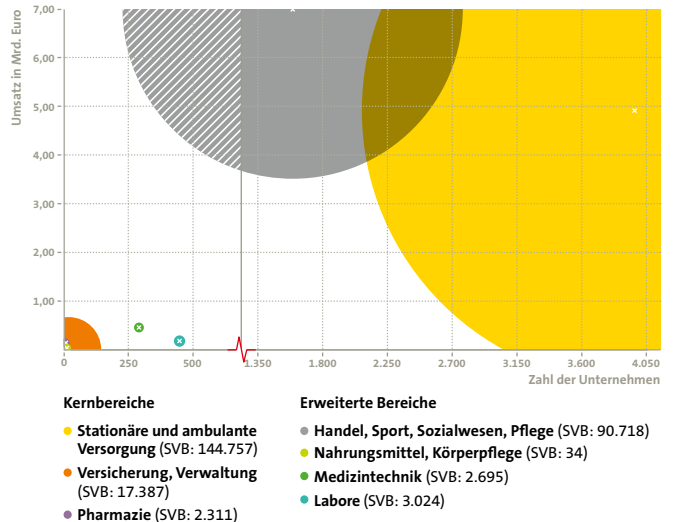
13,1 Mrd. Euro. Die bedeutendsten Umsatzträger waren dabei im Bereich Handel, Sport, Sozialwesen und Pflege sowie in der stationären und ambulanten Versorgung zu finden. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen weist die Metro-pole Ruhr insgesamt eine zum Bundesgebiet und dem Land NRW vergleichbare Größenstruktur auf. Allerdings zeigen sich zwischen den einzelnen Sparten deutlichere Unterschiede. So sind die industriell geprägten Teilbereiche des Leitmarktes Gesundheit, wie etwa die pharmazeutische Industrie und die Hersteller von medizintechnischen Geräten, im Ruhrgebiet deutlich kleiner als im Bundes- und Landes-durchschnitt.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

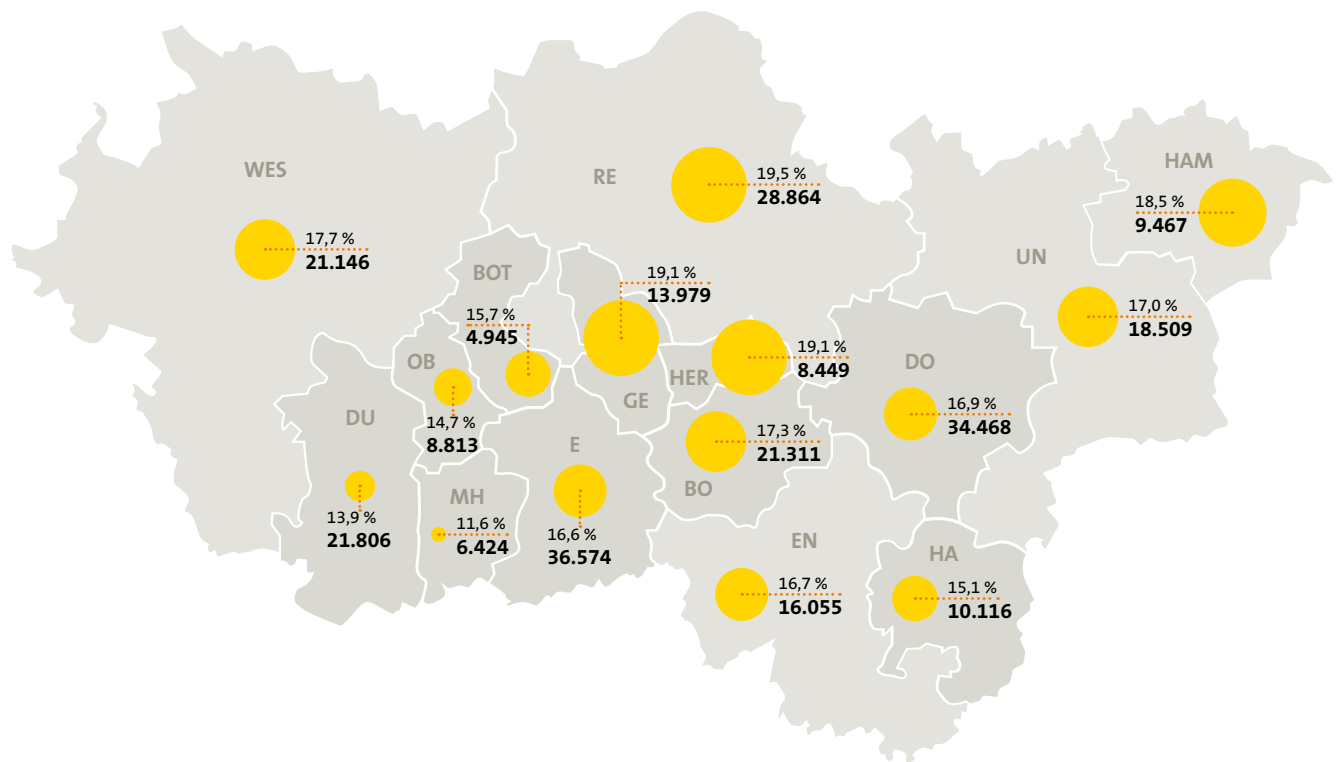
Im Juni 2011 waren 16,7% aller sozialversicherungs-pflichtig Beschäftigten der Metro-pole Ruhr im Leitmarkt Ge-sundheit tätig. Der größte Teil dieser knapp 261.000 Perso-nen entfiel auf den Bereich der stationären und ambulanten Versorgungsdienstleistungen (55,5%), gefolgt von Dienst-leistern aus dem Bereichen Handel, Sport, Sozialwesen

Größenverhältnisse im Leitmarkt Gesundheit

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

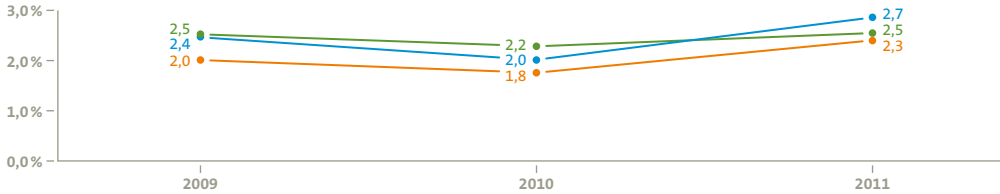


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Gesundheit an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

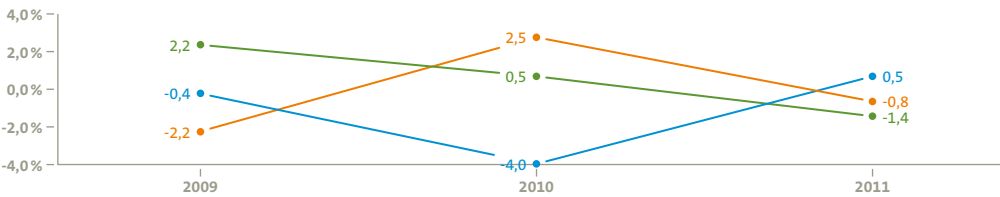
Kernbereich 1: stationäre und ambulante Versorgung



- 2,1
- 2,4
- 2,3

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

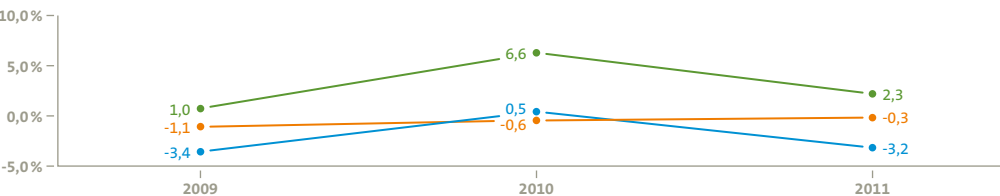
Kernbereich 2: Versicherung / Verwaltung



- -0,1
- 0,4
- -1,3

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

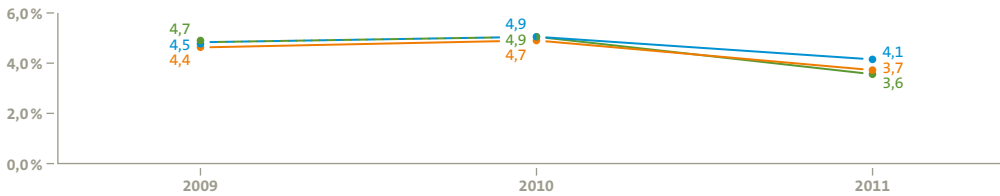
Kernbereich 3: Pharmazie



- -0,7
- 3,3
- -2,0

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

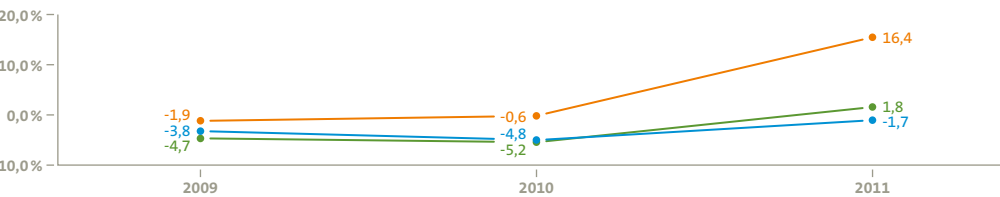
Benachbarte Dienstleistungen: Handel, Sport, Sozialwesen, Pflege



- 4,3
- 4,4
- 4,5

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

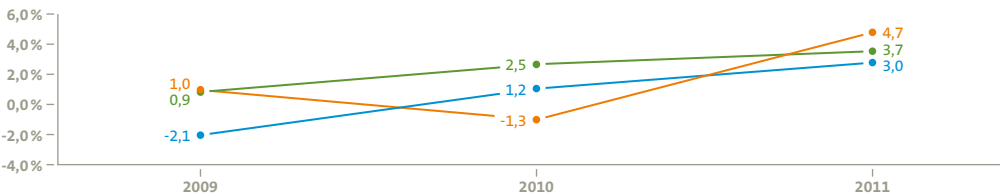
Benachbarte Industriezweige: Nahrungsmittel und Körperpflege



- 4,6
- -2,7
- -3,4

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

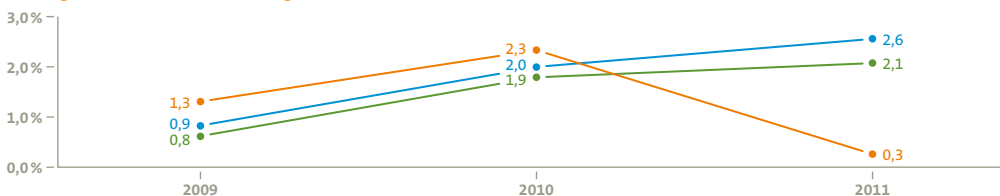
Prozesse, Werkstoffe, Materialien: Medizintechnik



- 1,5
- 2,4
- 0,7

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen: Labore



- 1,3
- 1,6
- 1,8

Ø – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

und Pflege (34,8%). Zwischen 2008 und 2011 wurden im Leitmarkt Gesundheit mehr als 19.000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze geschaffen. Der Großteil dieser Beschäftigungsgewinne wurde in den Jahren 2010 und 2011 erzielt. Mit einem Wachstum von 2,6% verlief die Beschäftigtenentwicklung in diesem Zeitraum damit in etwa auf dem Bundesniveau. Unterschiede waren jedoch in den einzelnen Leitmarktsparten zu beobachten. So ist die Beschäftigung in den beiden großen Leitmarkt Bereichen kontinuierlich gestiegen. Weit über 90% der Beschäftigungsgewinne im Leitmarkt Gesundheit entfielen auf Unternehmen und Einrichtungen der stationären und ambulanten Versorgung sowie auf Dienstleister aus den Bereichen Handel, Sport, Sozialwesen und Pflege. Beschäftigungsverluste waren dagegen in den Sparten Versicherung und Verwaltung zu beobachten. Dies gilt ebenso für die pharmazeutische Industrie der Metropole Ruhr, die im Gegensatz zu ihren Wettbewerbern im Bundesgebiet weiterhin Personal abgebaut hat. Dagegen konnten die Hersteller von medizintechnischen Geräten ihre Beschäftigung im Beobachtungszeitraum per Saldo leicht ausbauen.

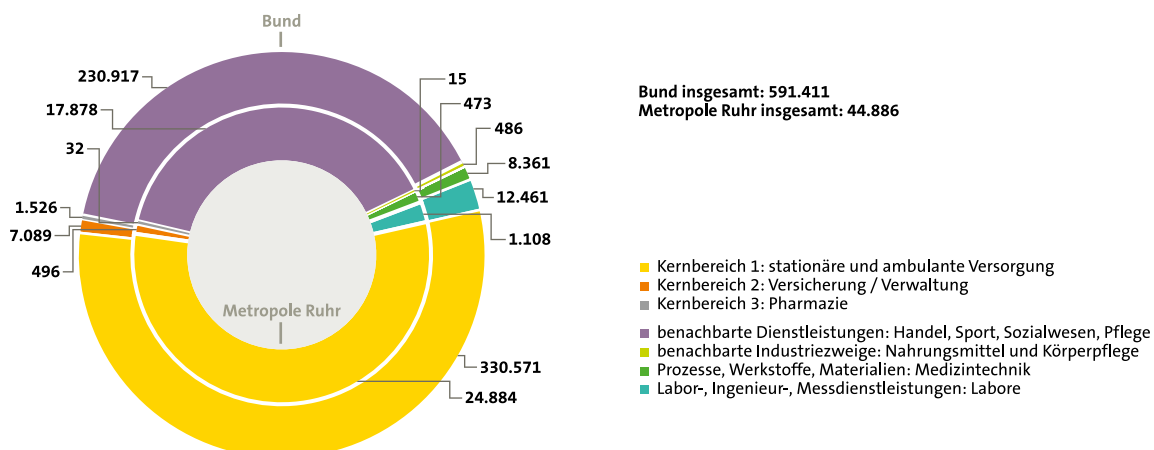
Struktur der Beschäftigung

Wie in vielen personenbezogenen Dienstleistungsbereichen findet sich auch hier ein vergleichsweise hoher Anteil an Teilzeitbeschäftigung. Mit 31,9% der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung lag die Teilzeitquote hier mehr als 10% über dem entsprechenden Wert in der Ge-

samtwirtschaft des Ruhrgebiets. Noch deutlich höhere Anteile finden sich im Bereich Handel, Sport, Sozialwesen und Pflege (42,3%). Er ist zudem der einzige Bereich, dessen Teilzeitquote geringfügig über dem entsprechenden Bundeswert liegt. In allen anderen Leitmarkt Bereichen des Ruhrgebiets arbeiten vergleichsweise weniger Teilzeitbeschäftigte als im Bundesgebiet. Über dem Bundesdurchschnitt liegt dagegen der Einsatz geringfügig Beschäftigter. Kommt in der Metropole Ruhr auf 5,8 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine ausschließlich geringfügig beschäftigte Person, so liegt die entsprechende Relation im Bundesgebiet bei 7,3:1. Insgesamt gesehen weist der Leitmarkt Gesundheit mit 44.886 geringfügig Beschäftigten im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ein niedrigeres Niveau an geringfügiger Beschäftigung auf (Gesamtwirtschaft: Metropole Ruhr: 4,4:1, Deutschland: 3,8:1).

10,3% der im Leitmarkt Gesundheit der Metropole Ruhr sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verfügen über einen Hochschulabschluss. Damit liegt der Anteil Hochqualifizierter über dem Anteil in der Gesamtwirtschaft (9,8%). Größere Schwankungsbreiten lassen sich allerdings in den einzelnen Teilen des Leitmarktes beobachten. Während sich überdurchschnittlich hohe Einsatzquoten im Bereich der Verwaltung und Versicherung und naturgemäß im Kern des medizinischen Leitmarkt Bereichs, der stationären und ambulanten Versorgung, finden, werden in den übrigen Bereichen in deutlich geringerem Umfang Hochschulabsol-

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Gesundheit in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Gesundheit

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: stationäre und ambulante Versorgung	12,9	13,1	28,0	30,7	5,8	6,9
Kernbereich 2: Versicherung / Verwaltung	15,0	15,1	20,3	25,3	35,0	32,7
Kernbereich 3: Pharmazie	8,3	22,9	4,8	11,6	72,2	80,7
benachbarte Dienstleistungen: Handel, Sport, Sozialwesen, Pflege	5,8	6,8	42,3	42,1	5,1	6,4
benachbarte Industriezweige: Nahrungsmittel und Körperpflege	k. A.	16,1	6,8	8,8	2,3	21,2
Prozesse, Werkstoffe, Materialien: Medizintechnik	5,6	13,2	7,6	9,3	5,7	14,8
Labor-, Ingenieur-, Messdienstleistungen: Labore	1,3	1,8	8,4	11,7	2,7	4,1
Leitmarkt Gesundheit insgesamt	10,3	11,2	31,8	32,9	5,8	7,3

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

venten eingesetzt. Hier liegen die Anteilswerte zudem teilweise deutlich unter den entsprechenden Bundeswerten. Ein Grund hierfür ist in den unterschiedlichen Unternehmensstrukturen zu suchen. Pharmazeutische Industrie und Medizintechnik stellen Industriebereiche dar, die durch vergleichsweise hohe Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten gekennzeichnet sind. In anderen Regionen des Landes

oder des Bundes sind diese Industriebereiche deutlich stärker großbetrieblich organisiert, mit entsprechend größeren Forschungsabteilungen. Kleinbetriebliche Strukturen, wie sie in der Metropole Ruhr in diesen Wirtschaftsbereichen zu finden sind, verfügen dagegen in der Regel über geringere finanzielle, und damit vor allen Dingen auch über geringere personelle Forschungskapazitäten.



Hans Adolf Müller ist Leiter des Gesundheitsmanagements der Knappschaft-Bahn-See, Bochum.

» Gezielte Maßnahmenpakete für Pflege im häuslichen Umfeld «

Was ist aus Ihrer Sicht der wichtigste Trend in der Gesundheitswirtschaft?

Der „Gesundheitsmarkt zu Hause“ ist der Top-Trend, denn unsere Klientel im Revier ist besonders alt und multimorbid. Etwa 150.000 Menschen sind älter als 70 Jahre alt und pflegebedürftig mit drei bis vier chronischen Erkrankungen. Für ihre Pflege kalkulieren wir einen Deckungsbeitrag von fast einer Milliarde Euro. Werden diese Menschen jedoch nicht vernünftig gepflegt, wird dieser Beitrag schnell weit überschritten.

Wie sieht Ihre Lösung für dieses Problem aus?

Wir arbeiten daran, dass die Menschen im häuslichen Umfeld bleiben können und in Kleinpflgeeinheiten eine kompetente Betreuung erhalten. Unsere Gesundheitsberater sehen sich das häusliche Umfeld an und sprechen mit den Patienten und erarbeiten schließlich mit dem Hausarzt ein gezieltes Maßnahmenpaket. Die Resonanz ist sehr positiv, weil wir eben nicht mit dem Schrotgewehr in den Apfelbaum schießen.

Spielt dabei auch technische Unterstützung eine Rolle?

Bei den Lösungspaketen spielen fast immer telemedizinische Elemente eine Rolle. In manchen Fällen reicht das Armband für den Notruf, in anderen ist etwa eine Diabetes-

Schulung angebracht. Wir arbeiten dabei eng mit Partnern zusammen. Manche Patienten haben Vorbehalte, sind aber langfristig dankbar für diese neuen Möglichkeiten.

Welche weiteren Kooperationspartner haben Sie?

Ein für uns wichtiger Partner sind die Wohnungsgesellschaften, die im Rahmen von „Wohnen im Revier“ kooperieren. Mit weiteren Partnern – etwa der Bertelsmann-Stiftung, dem Land NRW oder den Industrie- und Handelskammern – könnten wir, so erste Überlegungen, im Rahmen einer „Demographic City“ breite Modelllösungen für das Ruhrgebiet umsetzen.

Wie sieht es mit neuen Wohnformen im Alter aus, sind Sie da auch aktiv?

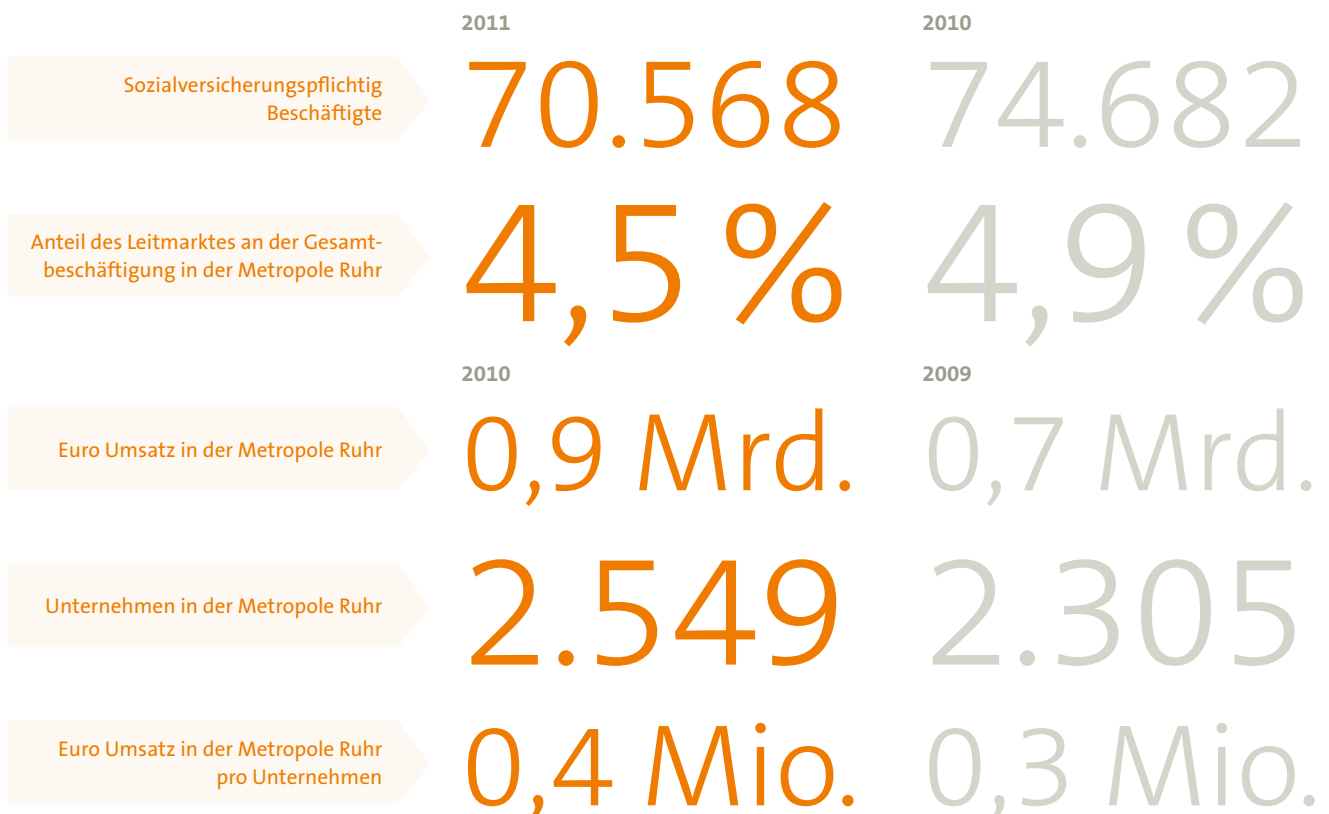
Wir fördern das nicht konkret, aber in unseren Diskussionen mit der Wohnungswirtschaft leisten wir Überzeugungsarbeit. Für sehr sinnvoll halte ich etwa Altenwohngemeinschaften mit elf oder zwölf Wohnungen, die von einer Pflegekraft betreut werden. Wir unterstützen diese Wohnform mit Sozialberatern, die Pflege und Betreuung mitgestalten.

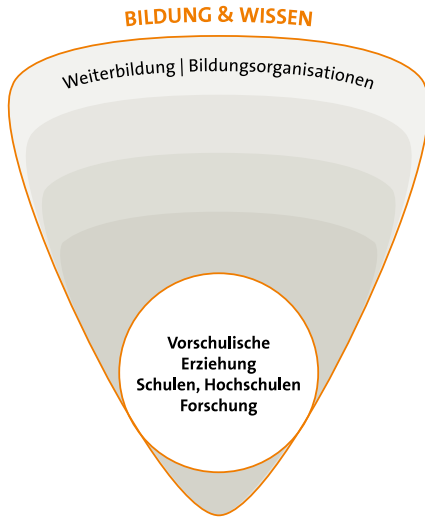


Leitmarkt Bildung & Wissen

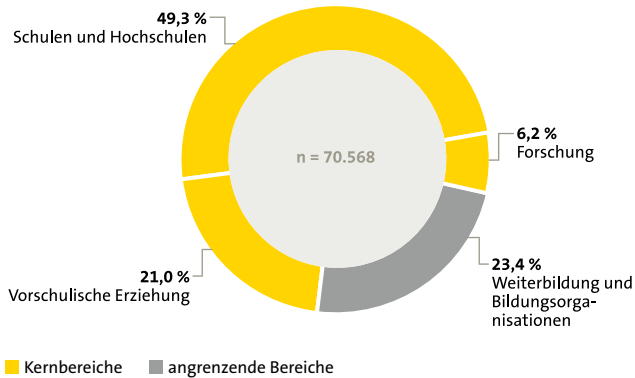
Mit dem Übergang zur Wissensgesellschaft werden die Produktion, die Weitergabe und der Erwerb von Wissen zu Schlüsselfaktoren für die Sicherung und den Ausbau von individuellem und gesellschaftlichem Wohlstand. Steigende Anforderungen einer technisierten und dynamischen Arbeitswelt erfordern eine kontinuierliche Anpassung und Erneuerung von Wissensbeständen und Erfahrungswissen. Für den Einzelnen bedeutet dies, bis ins Alter zunehmend in die eigene Bildungsbiografie zu investieren. Diese Entwicklungen fördern die Nachfrage nach Angeboten, die eine effektive Verarbeitung von Wissen unterstützen. Auf der Unternehmensseite hängen die Sicherung und der Ausbau von Wettbewerbspositionen in wachsendem Maße von der kontinuierlichen Durchführung von Forschung und Entwicklung

ab, die zudem verstärkt disziplinübergreifend betrieben werden müssen. Dies führt zu einer steigenden Nachfrage von Personen, die in der Lage sind, Wissen kompetent anzuwenden. Für Unternehmen wächst so, nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund des sich abzeichnenden Fachkräftemangels, die Konkurrenz um die besten Köpfe. Kontinuierliche Investition in die betriebliche Aus- und Weiterbildung erhalten für die mittel- bis langfristige Wettbewerbsfähigkeit damit einen vergleichbaren Stellenwert wie Investitionen in Forschung und Entwicklung. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen stellen forschungs- und weiterbildungsorientierte Dienstleistungen im Leitmarkt Bildung & Wissen für die Metropole Ruhr mit ihrer hohen Bevölkerungszahl und dichten Forschungslandschaft wichtige Zukunftsfelder dar.

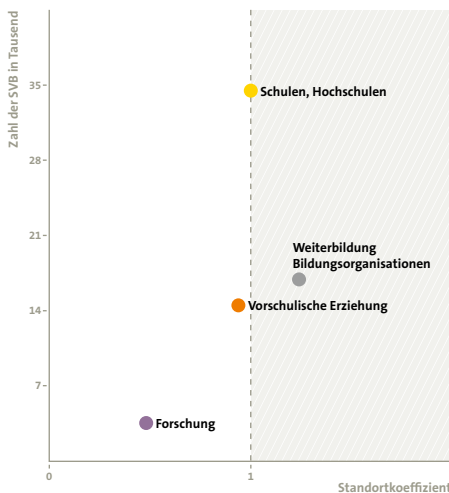




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Bildung & Wissen



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Der erste Kernbereich im Leitmarkt Bildung & Wissen umfasst Einrichtungen der vorschulischen Erziehung wie Kindergärten bzw. Kindertagesstätten, Vorklassen und Schulkindergärten. Im zweiten Kernbereich sind allgemeinbildende Schulen, berufsbildende Schulen, Hochschulen und Akademien zusammengefasst. Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen bilden den dritten Kernbereich. Zu den benachbarten Dienstleistungen gehören Bildungsdienstleister wie Weiterbildungsanbieter und Bibliotheken sowie Vertreter von Bildungs- und Wissenschaftsorganisationen.

Bedeutung und Stärken

Der Leitmarkt Bildung & Wissen insgesamt ist in der Metropole Ruhr weitgehend im Bundestrend positioniert. Während Weiterbildungseinrichtungen innerhalb der benachbarten Dienstleistungen eine überdurchschnittliche Bedeutung für die Beschäftigtenstruktur besitzen, ist die außeruniversitäre Forschung nach wie vor deutlich weniger prägend für die Region. Betrachtet man den Leitmarkt insgesamt aus einer kleinräumigen Perspektive, so weisen im Vergleich zum Ruhrgebiet insgesamt Essen, Bochum und Dortmund als Universitätsstandorte, aber auch Gelsenkirchen überdurchschnittliche Beschäftigtenanteile auf. Die Städte Hagen und Duisburg als weitere Universitätsstandorte liegen geringfügig unter dem Bundesniveau.

Unternehmen und Umsätze

Insgesamt boten im Jahr 2010 knapp 2.550 Unternehmen in der Metropole Ruhr Dienstleistungen im Leitmarkt Bildung & Wissen an. Sie erzielten einen Umsatz von 914 Mio. Euro. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen weist das Ruhrgebiet, ebenso wie der bundesdeutsche Leitmarkt insgesamt, eine kleinbetriebliche Unternehmensstruktur auf. Nennenswerte Unterschiede zwischen den Größenstrukturen der Vergleichsregionen (NRW und Bundesgebiet) zeigen sich nicht. Die etwas größeren Einheiten im Bereich der Schulen und Hochschulen dürften auf die großen Ruhrgebietsuniversitäten zurückzuführen sein.

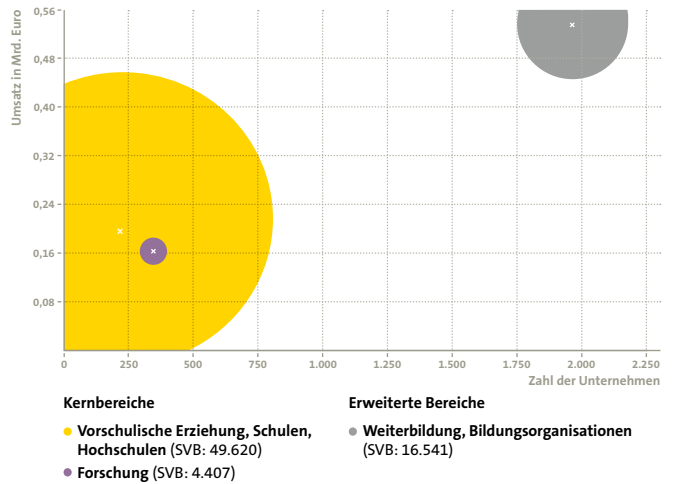
Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

Im Jahr 2011 bot der Leitmarkt Bildung & Wissen über 70.000 Personen in der Metropole Ruhr eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. Nahezu auf Bundesniveau liegt der Beschäftigtenanteil des Leitmarktes an der regionalen Gesamtbeschäftigung (4,5 %). Den größten Beschäftigtenanteil mit insgesamt über 34.700 Beschäftigten stellten die Schulen und Hochschulen der Metropole Ruhr, gefolgt von Unternehmen und Einrichtungen der Weiterbildung und Bildungsorganisationen (16.541 Beschäftigte). Zwischen 2008 und 2011 gingen im Leitmarkt Bildung & Wissen mehr als 1.750 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze verloren. Dabei verlief die Beschäftigtenentwicklung zwischen den einzelnen Bereichen sehr unterschiedlich.

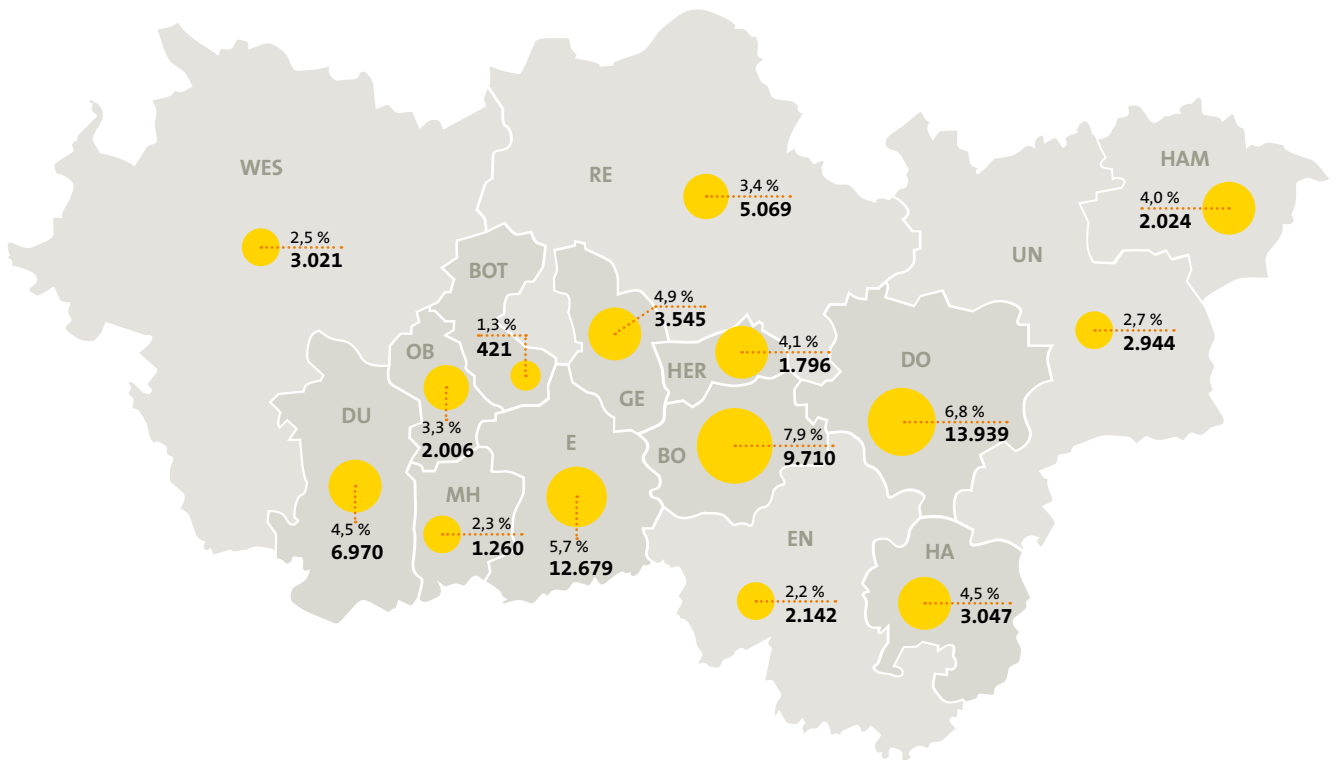
Während im Forschungsbereich per Saldo knapp 400 Arbeitsplätze verloren gingen, konnten im Bereich der vorschulischen Erziehung Arbeitsplatzgewinne beobachtet werden. Dabei fielen zwischen 2008 und 2009 die Wach-

Größenverhältnisse im Leitmarkt Bildung & Wissen

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

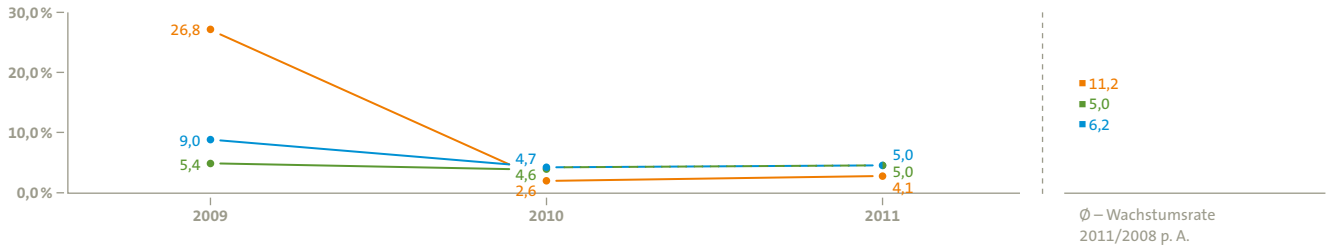


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Bildung & Wissen an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

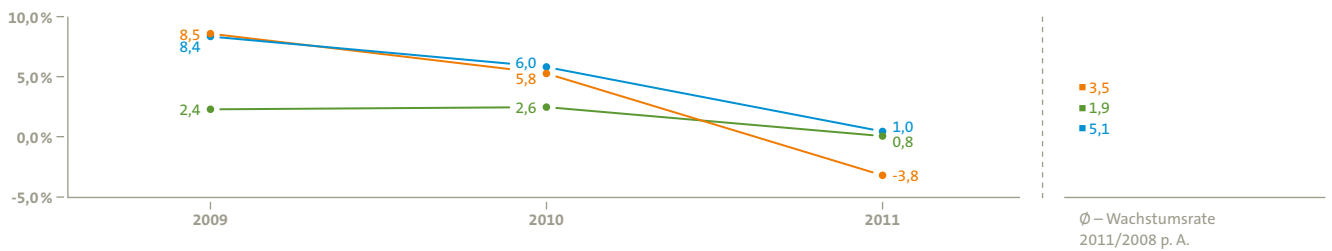
Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

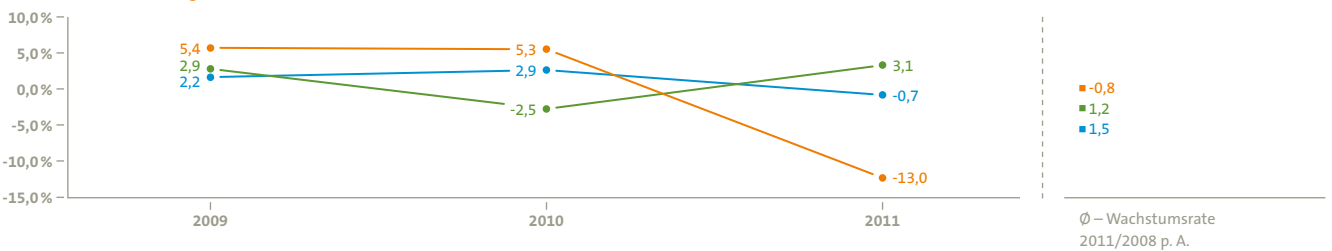
Kernbereich 1: Vorschulische Erziehung



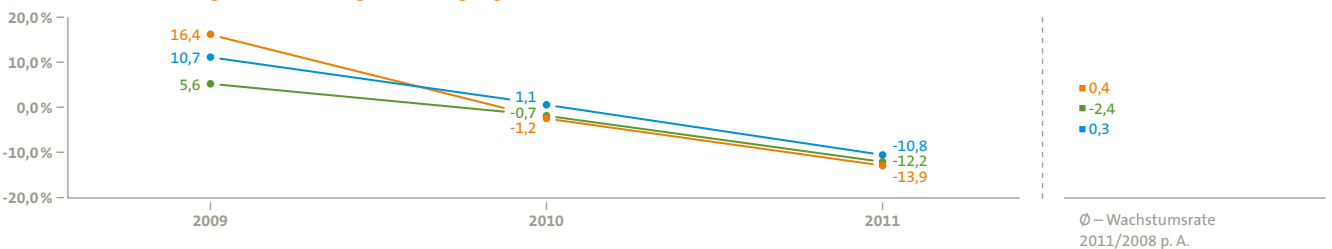
Kernbereich 2: Schulen und Hochschulen



Kernbereich 3: Forschung



Benachbarte Dienstleistungen: Weiterbildung und Bildungsorganisationen



Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

■ Metropole Ruhr
 ■ BRD
 ■ NRW

tumsraten in der Metropole Ruhr deutlich höher als im Bundesgebiet insgesamt aus. Auch im Weiterbildungsbereich lassen sich in den Beobachtungszeiträumen unterschiedliche Entwicklungen erkennen. Während zwischen 2008 und 2009 die Beschäftigung um mehr als 16% anstieg, waren in den Jahren 2010 und 2011 Arbeitsplatzverluste (-13,9%) zu beobachten. Ein Grund hierfür dürfte im antizyklischen Ausgabenverhalten der öffentlichen Hand im Bereich der beruflichen Weiterbildung liegen. Mit steigender Arbeitslosigkeit wachsen die Ausgaben der Bundesagentur für Fördermaßnahmen der beruflichen Weiterbildung. Mit zunehmender Verbesserung der Arbeitsmarktsituation werden dagegen die entsprechenden Ausgaben reduziert. Von diesen Ausgabenschwankungen sind Weiterbildungsträger mit einem hohen Anteil an öffentlichem Auftragsvolumen in besonderer Weise betroffen. Diese Beschäftigungsschwankungen konnten bundesweit beobachtet werden. Sie waren jedoch in der Metropole Ruhr stärker ausgeprägt.

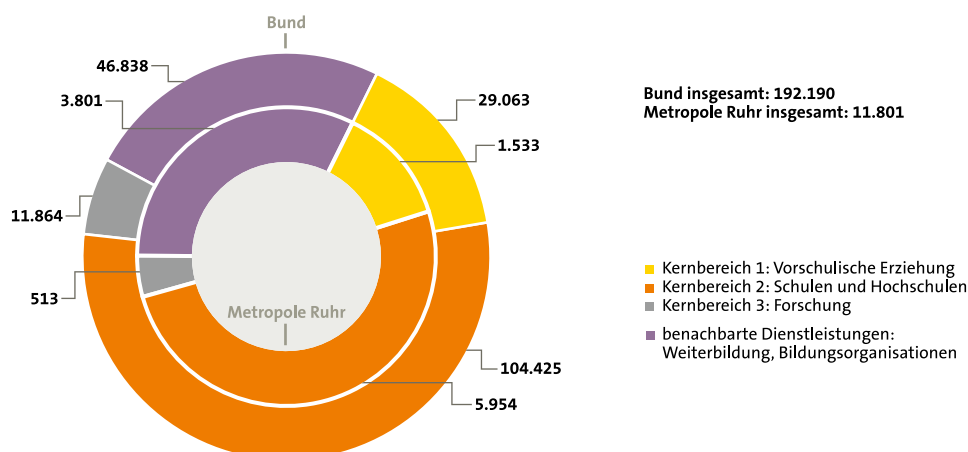
Struktur der Beschäftigung

2011 arbeiteten 35,8% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Leitmarkt Bildung & Wissen der Metropole Ruhr in einem Teilzeitarbeitsverhältnis. Damit lag die Quote deutlich über dem entsprechenden Anteil der Gesamtwirtschaft (20,1%). Noch deutlich höhere Anteile finden sich in der vorschulischen und auch in der schulischen Erziehung. Mit Ausnahme der außeruniversitären Forschung sind die jeweiligen Teilzeitquoten in diesem Leit-

markt für das Ruhrgebiet allerdings niedriger als im Bundesgebiet. Besonders ausgeprägt ist dies im Bereich der vorschulischen Erziehung. Hier liegt die Teilzeitquote mehr als 10% unter dem Bundesdurchschnitt. Dies trifft ebenso auf die hier nicht ausgewiesene Teilzeitquote des Landes NRW zu. Offensichtlich hatten im Landesdurchschnitt und in der Metropole Ruhr sozialversicherungspflichtige Vollzeitbeschäftigte im Bereich der vorschulischen Erziehung ein höheres Gewicht als im Bundesgebiet insgesamt. Über dem Bundesdurchschnitt liegt dagegen der Einsatz geringfügig Beschäftigter. Kommt im Ruhrgebiet auf sechs sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine ausschließlich geringfügig beschäftigte Person, so liegt die entsprechende Relation im Bundesgebiet bei 7 : 1. Insgesamt gesehen weist der Leitmarkt Bildung & Wissen im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ein niedrigeres Niveau an geringfügiger Beschäftigung auf (Metropole Ruhr: 4,4:1, Deutschland: 3,8:1). Unterschiede sind zudem in den einzelnen Leitmarktbereichen feststellbar. Während im Bereich der vorschulischen Erziehung und in den Schulen und Hochschulen der Einsatz geringfügig Beschäftigter nahezu dem Bundesniveau entspricht, weist der außeruniversitäre Forschungsbereich der Metropole Ruhr höhere Indikatorenwerte auf.

Deutlich überdurchschnittlich ist naturgemäß im Leitmarkt Bildung & Wissen der Einsatz hochqualifizierter Beschäftigter. Mit 34,8% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt der Anteil der Beschäftigten mit einem Fachhoch-

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Bildung & Wissen in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Bildung & Wissen

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: Vorschulische Erziehung	3,3	5,8	43,1	53,6	9,7	9,7
Kernbereich 2: Schulen und Hochschulen	56,0	50,1	41,0	44,6	5,8	6,1
Kernbereich 3: Forschung	43,2	45,6	22,3	19,3	8,6	15,2
benachbarte Dienstleistungen: Weiterbildung und Bildungsorganisationen	16,2	20,9	22,0	24,3	4,4	5,3
Leitmarkt Bildung & Wissen insgesamt	34,8	34,9	35,8	39,4	6,0	7,0

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

oder Hochschulabschluss nahezu auf dem entsprechenden Bundeswert. Größere Schwankungsbreiten lassen sich allerdings in den einzelnen Teilen des Leitmarktes beobachten. Mit rund 43% bzw. 56% finden sich aufgabenbedingt in

den Einrichtungen der außeruniversitären Forschung bzw. in den Schulen und Hochschulen der Metropole Ruhr die größten Anteile hochqualifizierter Beschäftigter.

Wie würden Sie die W3L AG beschreiben?

Wir sind einerseits eine Akademie und andererseits ein Softwarehaus. Der Schwerpunkt im Softwarehaus liegt auf der Entwicklung von Individualsoftware. In der Akademie bieten wir Bildungsleistungen wie Online-Studiengänge an.

Das heißt, die berufsbegleitenden Studiengänge werden in Kooperation mit anderen Hochschulen durchgeführt?

Ja, das Hochschulgesetz in NRW erlaubt es, dass private Bildungseinrichtungen mit Hochschulen kooperieren, um Studiengänge durchzuführen. Es handelt sich um staatliche Studiengänge der Fachhochschule Dortmund, die für die Prüfungen und die Qualität der Studiengänge verantwortlich ist und die Abschlüsse vergibt. Die W3L-Akademie führt die Studiengänge durch und bereitet die Studierenden auf die Prüfungen und die Abschlüsse vor.

Warum ist eine solche Kooperation für die FH interessant?

Es handelt sich um reine Online-Studiengänge, die berufsbegleitend durchgeführt werden. Als Softwarehaus haben



Dr.-Ing. Olaf Zwintzsch ist seit 2004 hauptamtlicher Geschäftsführer der W3L GmbH. Seit der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft vertritt er die W3L AG als Vorstand. Er ist für die Unternehmensbereiche Software Solutions Services und W3L-Akademie verantwortlich.

» Als Softwarehaus bilden wir Abiturienten für den IT-Bereich in dualen Studiengängen aus «

wir Erfahrung in diesem Bereich und Studiengänge konzipiert, die berufsbegleitend optimal funktionieren: Sie bieten viel Flexibilität, da nicht jeder berufsbegleitend im gleichen Tempo studiert. Wir haben daher auch keine starre Semesterinteilung und nur zwei Präsenztage pro Jahr.

Welche Rolle spielen private Bildungsanbieter heute?

Private Bildungsanbieter ergänzen staatliche Angebote um flexible Konzepte, um besonderen Zielgruppen eine Aus- und Weiterbildung zu ermöglichen. Die W3L-Akademie bietet insbesondere für Berufstätige ein flexibles Angebot.

Wo kommen Ihre Ideen her? Haben Sie die Software selbst entwickelt?

Unser Unternehmen ist eine Ausgründung aus dem Lehrstuhl für Softwaretechnik an der Ruhr-Universität in Bochum. Der Lehrstuhlinhaber, Prof. Dr. Helmut Balzert, hat eine neue

Didaktik für E-Learning entwickelt. Auf Basis dieser Didaktik wurde eine eigene E-Learning-Plattform realisiert. Die W3L-Akademie hat sich dann dazu entschlossen, zusammen mit der FH Dortmund eigene Online-Studiengänge zu konzipieren und anzubieten. Über 200 Studierende weltweit zeugen davon, dass dieses Angebot angenommen wird.

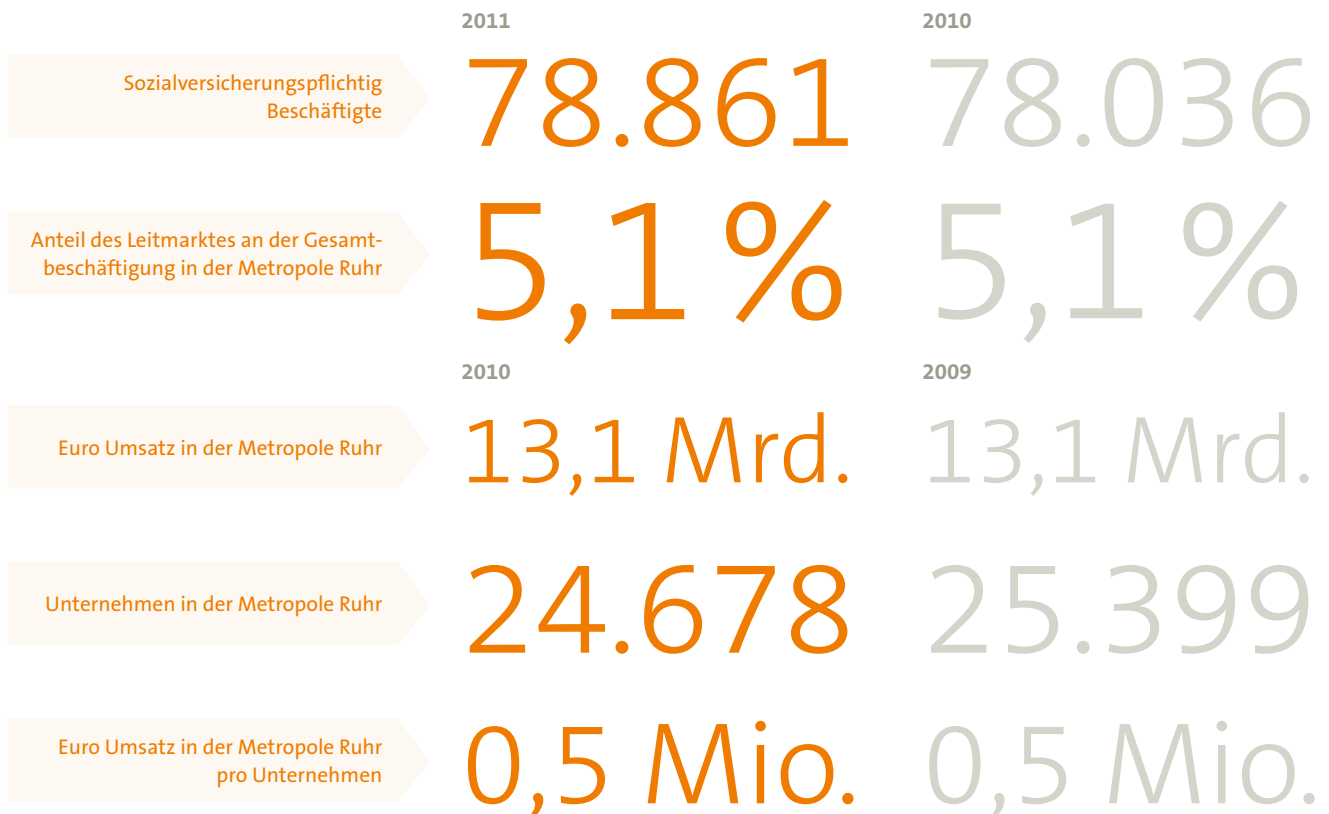
Wie wichtig ist im dualen Studiengang die Zusammenarbeit mit Unternehmen?

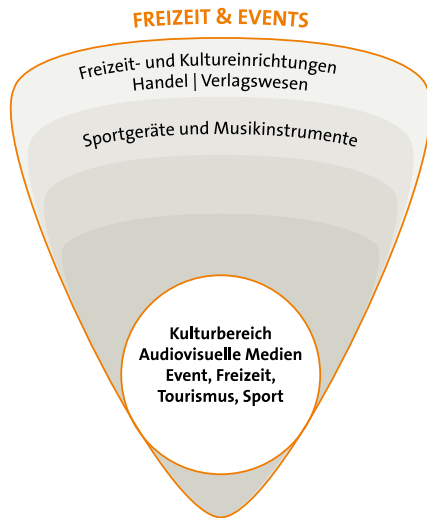
Unternehmen haben das Ziel, talentierte zu Mitarbeiter fördern, um ihnen eine Perspektive zu geben. Unser Konzept ermöglicht es Unternehmen, Mitarbeiter online studieren zu lassen. Mit über 10 mittelständischen Unternehmen haben wir eine Bildungspartnerschaft abgeschlossen. Ein großes Problem für die Unternehmen ist es jedoch, qualifizierten Nachwuchs zu gewinnen.

Leitmarkt Freizeit & Events

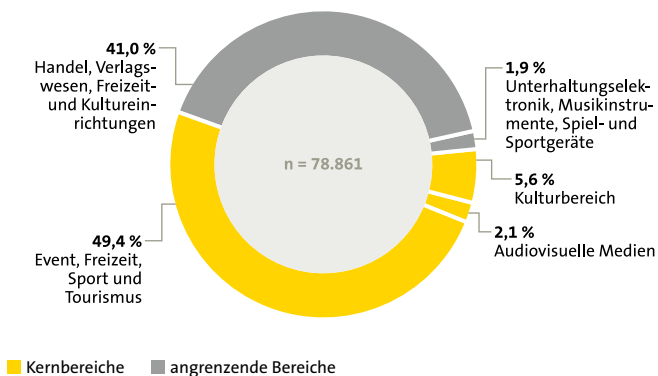
Mehr Freizeit, verbunden mit dem Bedürfnis nach Lebensqualität und einem besseren Leben sowie ein wachsendes Interesse an Events, die auf Erlebnis und Lebensfreude ausgerichtet sind, sind wichtige Treiber im Leitmarkt Freizeit & Events. Soziale Medien und mobile Kommunikationstechnologien unterstützen diese Trends und ermöglichen gleichzeitig neue Formen aktiver, gemeinschaftlicher Teilhabe. Unternehmen machen sich unter dem Stichwort

„Live-Marketing“ zunehmend diese Bedürfnisse in ihren Marketingstrategien zunutze. Hohe Kompetenz der Metropole Ruhr bei nationalen und internationalen Großevents sind vor diesem Hintergrund wichtige Aktivposten der Region, die die vielfältigen Dienstleistungsangebote rund um Events und Freizeit als erfolgversprechendes und ausbaufähiges Zukunftsfeld erscheinen lassen.

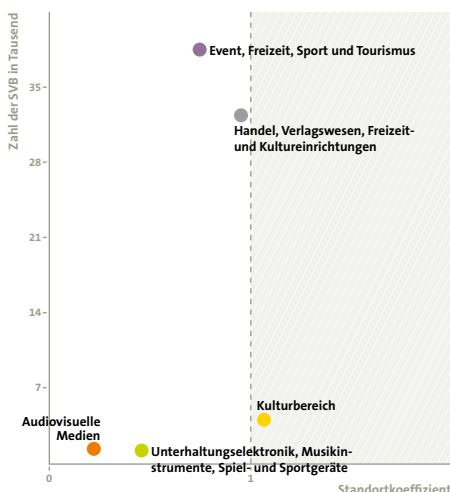




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Freizeit & Events



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Im ersten Kernbereich sind Museen und Einrichtungen der bildenden und darstellenden Kunst und Kultur zusammengefasst. Audiovisuelle Medien als zweiter Kernbereich beinhaltet Film-, Funk- und Fernsehanbieter und -produzenten sowie darauf bezogene Dienstleister. Der dritte Kernbereich schließlich umfasst Unternehmen und Einrichtungen aus den Segmenten Event, Freizeit, Sport und Tourismus. Zu den benachbarten Dienstleistungen werden der einschlägige, auf die Kernbereiche bezogene Handel sowie das Verlagswesen und der Betrieb von Freizeit-, Sport- und Kultureinrichtungen gezählt. Hersteller audiovisueller Geräte sowie Hersteller von Musikinstrumenten, Spielwaren und Sportgeräten bilden den Bereich der benachbarten Industrien.

Bedeutung und Stärken

Insgesamt ist der Leitmarkt Freizeit & Events in der Metropole Ruhr unterdurchschnittlich vertreten. Dies trifft vor allen Dingen für den Kernbereich audiovisuelle Medien und die benachbarten Industriezweige zu. Der dritte Kernbereich, in dem Events, Freizeit, Sport und Tourismus zusammengefasst sind, präsentiert sich im Bundesvergleich ebenfalls eher unterdurchschnittlich, auch wenn das Ruhrgebiet hier stärker als in den beiden zuvor genannten Leitmarktsegmenten positioniert ist. Demgegenüber liegt der Anteil der im Kulturbereich Beschäftigten leicht über dem Bundesdurchschnitt, während der Beschäftigtenanteil der benachbarten Dienstleistungen knapp unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Innerhalb der Region stellt sich das Bild differenzierter dar. So hat der Leitmarkt Freizeit & Events vor allen Dingen für Essen und Hamm eine überdurchschnittliche Bedeutung, während er in Bottrop und Oberhausen in etwa dem Bundesniveau entspricht.

Unternehmen und Umsätze

Mehr als 24.600 Unternehmen waren 2010 in der Metropole Ruhr auf dem Leitmarkt Freizeit & Events aktiv. Insgesamt erzielten sie einen Umsatz von rund 13,1 Mrd. Euro. Den größten Anteil daran hatten mit deutlichem Abstand Unternehmen aus den Bereichen Handel, Verlagswesen, Freizeit und Kultur. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen weist die Metropole Ruhr, ebenso wie der Leitmarkt im Bund und im Land NRW, eine deutlich kleinbetriebliche Unternehmensstruktur auf. Nennenswerte Unterschiede

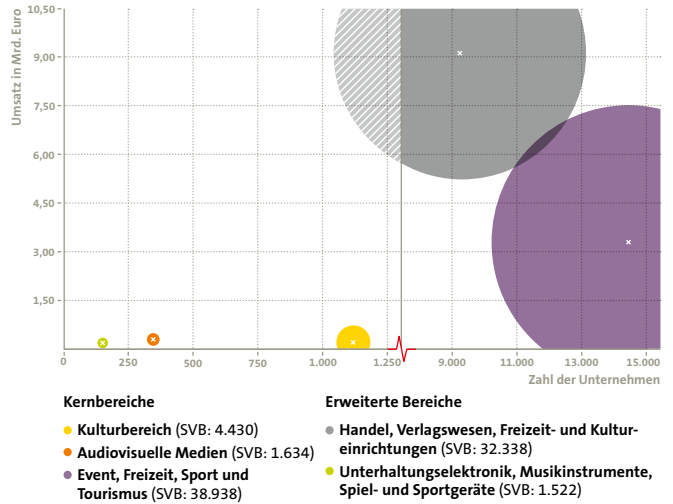
zwischen den Größenstrukturen der Vergleichsregionen zeigen sich nicht. Lediglich im Bereich der benachbarten Industriezweige sind im Bund und im Land NRW deutlich größere Unternehmen vertreten.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

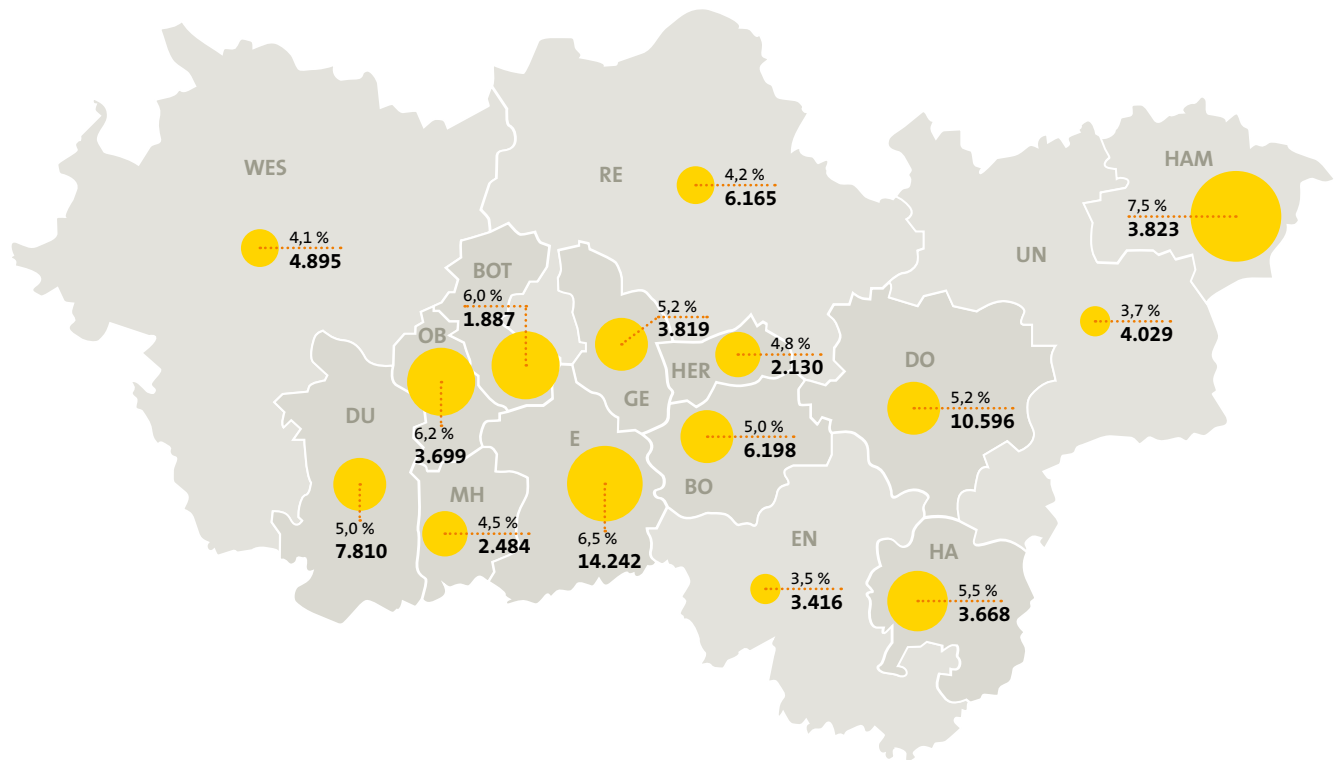
Im Jahr 2011 bot der Leitmarkt Freizeit & Events 78.861 Personen in der Metropole Ruhr eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. Mit einem Anteil von 5,1% liegt der Beschäftigtenanteil des Leitmarktes an der regionalen Gesamtbeschäftigung allerdings unter dem entsprechenden Bundesniveau (6,2%). Den größten Beschäftigtenanteil mit nahezu 39.000 Beschäftigten stellten Unternehmen aus den Bereichen Event, Freizeit, Sport und Tourismus, gefolgt von Unternehmen und Einrichtungen aus den benachbarten Dienstleistungen (Handel, Verlagswesen, Freizeit- und Kultureinrichtungen: 32.338 Beschäftigte). Insgesamt gesehen war zwischen 2008 und 2011 ein kontinuierliches Wachstum der Beschäftigung zu beobachten. Mehr als 1.600 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze konnten

Größenverhältnisse im Leitmarkt Freizeit & Events

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

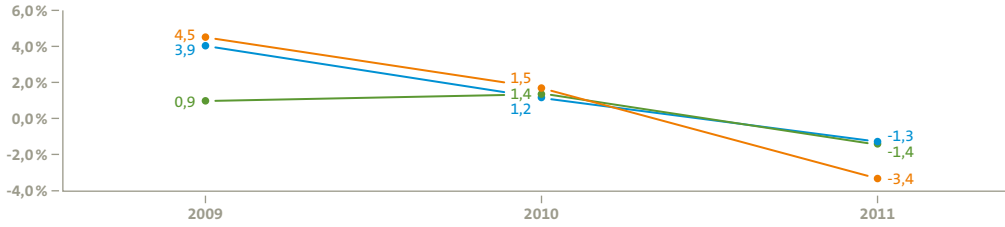


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Freizeit & Events an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

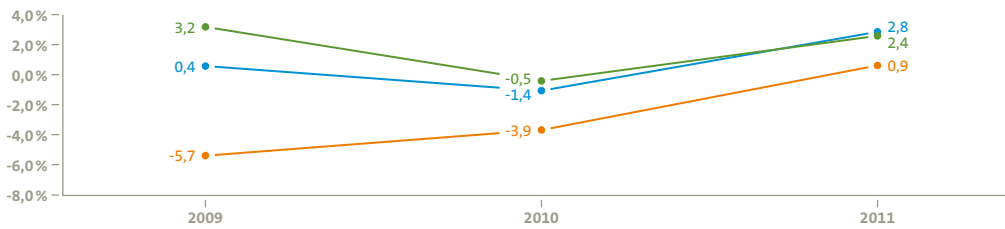
Kernbereich 1: Kulturbereich



■ 0,9
■ 0,3
■ 1,3

∅ – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

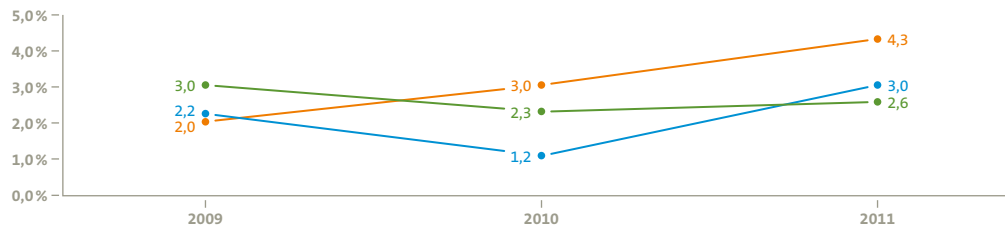
Kernbereich 2: audiovisuelle Medien



■ -2,9
■ 1,7
■ 0,6

∅ – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

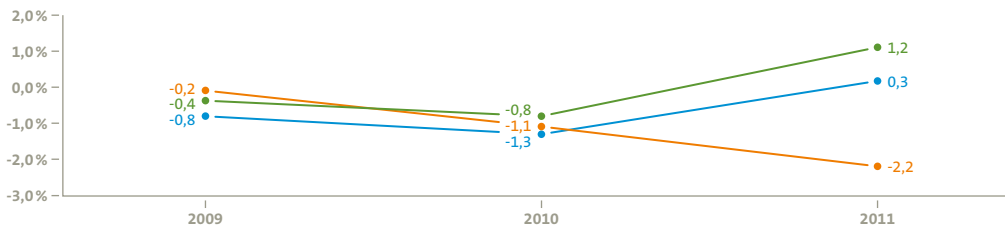
Kernbereich 3: Event, Freizeit, Sport, Tourismus



■ 3,1
■ 2,6
■ 2,1

∅ – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

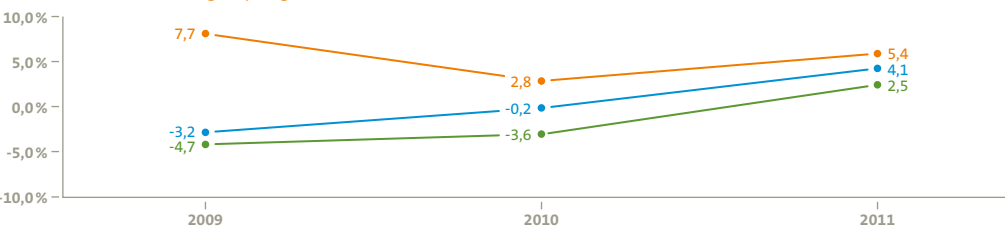
Benachbarte Dienstleistungen: Handel, Verlagswesen, Freizeit- und Kultureinrichtungen



■ -1,1
■ 0,0
■ -0,6

∅ – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

Benachbarte Industriezweige: Sportgeräte und Musikinstrumente



■ 5,3
■ -1,9
■ 0,3

∅ – Wachstumsrate 2011/2008 p. A.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

im Leitmarkt Freizeit & Events in der Metropole Ruhr zusätzlich geschaffen werden. Dabei verlief die Beschäftigtenentwicklung zwischen den einzelnen Bereichen teilweise sehr unterschiedlich.

Die größte Zahl zusätzlicher Arbeitsplätze konnte der Kernbereich Event, Freizeit, Sport und Tourismus für sich verbuchen. Zwischen 2008 und 2011 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um rund 3.400 Personen. Mit Wachstumsraten zwischen 2,0% (2009/2008) und 4,3% (2011/2010) lagen die Beschäftigungsgewinne in der jüngsten Zeit über dem Bundesdurchschnitt (+2,6%). Ein uneinheitliches Bild zeigt sich dagegen im Kulturbereich. Hier standen einer positiven Beschäftigtenentwicklung im Zeitraum 2008 bis 2010 (+4,5% bzw. +1,5%) Beschäftigungsverluste zwischen 2010 und 2011 gegenüber (-3,4%). In der Tendenz vergleichbare Entwicklungen, wenn auch auf niedrigerem Niveau waren auch im Bundesgebiet insgesamt feststellbar. Von einem kontinuierlichen, wenn auch moderaten Beschäftigtenabbau waren dagegen der einschlägige Handel, das Verlagswesen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen betroffen. In der jüngeren Zeit zwischen 2010 und 2011 mussten hier zudem weitere Beschäftigungsverluste hingenommen werden, während im Bundesgebiet und im Land NRW Arbeitsplatzgewinne zu verbuchen waren.

Insgesamt lässt sich für die Metropole Ruhr feststellen, dass sich die positiven Effekte nationaler und internationaler

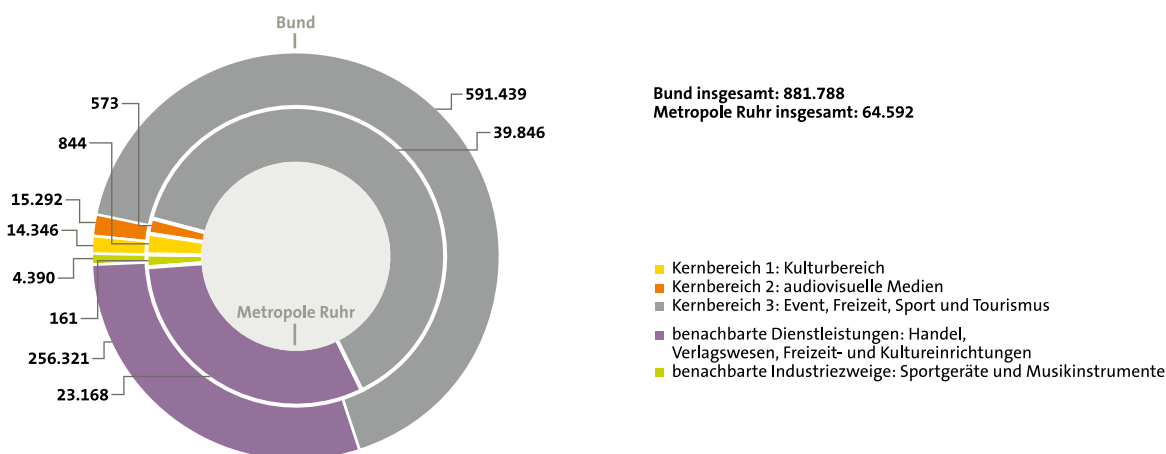
Events der jüngeren Zeit, wie die Kulturhauptstadt 2010, die Ruhrtriennale, die Extraschicht oder die Route der Industriekultur, offensichtlich eher im Bereich Event, Freizeit, Sport und Tourismus niedergeschlagen haben als im stärker durch die öffentliche Hand geprägten Kulturbereich. Gleichwohl reichten die Beschäftigungsgewinne noch nicht aus, deutlichere Spuren im Beschäftigtenprofil der Region zu hinterlassen.

Struktur der Beschäftigung

In diesem überwiegend dienstleistungsgeprägten Leitmarkt waren 2011 überdurchschnittlich viele Teilzeitkräfte beschäftigt. Mit 24,3% lag die Teilzeitquote hier mehr als 3% über dem entsprechenden Wert in der Gesamtwirtschaft der Metropole Ruhr.

Noch deutlich höhere Anteile finden sich im Bereich der audiovisuellen Medien (32,2%) und im Bereich Event, Freizeit, Sport und Tourismus (29,2%). In der Metropole Ruhr liegen in diesem Leitmarkt in allen Bereichen die Teilzeitquoten über den entsprechenden Werten im Bundesgebiet. Leicht über dem Bundesdurchschnitt ist auch der Einsatz geringfügig Beschäftigter. Kommt im Ruhrgebiet auf 1,2 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine ausschließlich geringfügig beschäftigte Person, so liegt die entsprechende Relation im Bundesgebiet bei 2 : 1. Insgesamt gesehen weist der Leitmarkt Freizeit & Events mit 64.592 geringfügig Beschäftigten im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ein deutlich

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Freizeit & Events in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Freizeit & Events

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: Kulturbereich	15,0	21,7	18,2	19,1	5,2	5,2
Kernbereich 2: audiovisuelle Medien	10,3	17,9	32,2	17,8	2,9	6,7
Kernbereich 3: Event, Freizeit, Sport und Tourismus	1,8	1,8	29,2	26,0	1,0	1,5
benachbarte Dienstleistungen: Handel, Verlagswesen, Freizeit- und Kultureinrichtungen	6,0	10,1	19,7	18,2	1,4	2,5
benachbarte Industriezweige: Sportgeräte und Musikinstrumente	11,8	17,1	3,9	8,2	9,5	14,8
Leitmarkt Freizeit & Events insgesamt	4,6	7,1	24,3	21,8	1,2	2,0

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

höheres Niveau an geringfügiger Beschäftigung auf (Metropole Ruhr: 4,4 : 1, Deutschland: 3,8 : 1). Unterschiede sind in den einzelnen Leitmarktbereichen feststellbar. Während im Bereich Event, Freizeit, Sport und Tourismus in der Metropole Ruhr nahezu genauso viele geringfügig Beschäftigte wie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte arbeiten, liegen die entsprechenden Relationen bei den benachbarten Industriezweigen und im Kulturbereich niedriger.

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft deutlich unterdurchschnittlich stellt sich im Leitmarkt Freizeit & Events dagegen der Einsatz hochqualifizierter Beschäftigter dar. Mit 4,6% liegt der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

mit einem Fachhoch- oder Hochschulabschluss um fast 5% unter dem entsprechenden Anteil der Gesamtwirtschaft. Größere Schwankungsbreiten lassen sich in den einzelnen Teilen dieses Leitmarktes beobachten. Während im Kulturbereich, den benachbarten Industriezweigen und den audiovisuellen Medien die entsprechenden Beschäftigtenanteile über dem Niveau der Gesamtwirtschaft liegen, sind in den Unternehmen des Bereichs Event, Freizeit, Sport und Tourismus nur 1,8% Hochschulabsolventen beschäftigt. Ein Wert, der dem bundesdeutschen Durchschnitt entspricht, während in den übrigen Leitmarktbereichen des Ruhrgebiets die Anteile der Hochschulabsolventen unter den entsprechenden Bundeswerten liegen.

» Wir wollen nicht nur eine einmalige Show machen, sondern in der Region richtig etwas bewegen und das kreative Potenzial hier halten «

Christian Eggert hat 1990 die Agentur DACAPO gegründet und das Format Urbanatix anlässlich der Kulturhauptstadt 2010 entwickelt.

Was sind die Schwerpunkte von DACAPO?

Die Agentur DACAPO habe ich vor 22 Jahren gegründet, mit Schwerpunkt Künstlermanagement, da gab es das Wort Event im heutigen Sinne noch nicht, ebenso wenig Eventagenturen. Aus diesem Künstlermanagement ist das Kreieren von Shows für große Firmenveranstaltungen entstanden. Die von uns entwickelten Shows wurden an Standorten wie der Westfalenhalle, der Alten Oper in Budapest oder der Felsenreitschule in Salzburg aufgeführt. 1993 haben wir das Luna Varieté mit initiiert. Dann habe ich mich sehr stark mit internationaler Artistik und verschiedenen anderen Genres auseinandergesetzt: Das Crossover aus Theater, Musik, Comedy und Artistik hat sich immer mehr zu unserem Schwerpunkt entwickelt.

Ist Urbanatix Ihr erstes eigenes großes Format?

Das ist auf jeden Fall das größte Format. Wir haben es 2007 entwickelt, als klar war, dass RUHR.2010 Kulturhauptstadt mit dem Flaggschiff Essen wird. Die Idee war, Streetartisten auf die Bühne zu bringen, das Bewegungspotenzial der Streetart mal für die breite Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Schnell kam dann auch die Idee, dies in der Jahrhunderthalle zu machen, da dies ein sehr urbaner Ort mit toller Infrastruktur ist und sein Image uns eine große Aufmerksamkeit sichern würde. Weiterhin haben wir unsere langjährigen Kontakte zu Künstlern aus aller Welt genutzt, internationale Topartisten einbezogen und das Ganze in ein multivisuelles Gewand gekleidet.



Wie finanzieren Sie derartige neue Formate, wer geht in Vorleistung?

Das Konzept von Urbanatix wurde als Projekt bei RUHR.2010 eingereicht und zunächst abgelehnt. Wir haben dann aber gedacht, das kann nicht wahr sein, weil der Slogan damals war: Entdecken, Erleben, Bewegen. Wir sind dann zum Kulturdezernenten in Bochum gegangen und haben ihm das Konzept vorgestellt, und er hat das sofort verstanden. Dann hat sich die Stadt Bochum engagiert und Urbanatix zu einem Stadtprojekt gemacht. Damit war die finanzielle Basis gesichert und wir konnten mit den Castings beginnen.

Welches Geschäftsmodell verbirgt sich hinter Urbanatix?

Das Projekt Urbanatix war zunächst nur für einen kurzen Zeitraum, für das Kulturhauptstadtjahr, angelegt. Von der riesigen Resonanz waren wir dann selber überrascht. Die Tickets für diese Produktion verkauften sich innerhalb kürzester Zeit, so dass wir uns im Juli/August 2010 entschieden haben, noch einmal 13 Shows im Dezember zu spielen. Selbstverständlich haben wir auch unsere Kontakte aus der Agentur genutzt, um auf Urbanatix aufmerksam zu machen. Inzwischen hat es Auftritte für ganz unterschiedliche Marken wie Adidas, Kawasaki oder das Fraunhofer-Institut gegeben.

Wie sieht es mit der geplanten Artistenschule aus?

Die war schon in der ersten Konzeption Anfang 2008 vorgeesehen. Uns war von Anfang an klar, dass wir nicht nur eine einmalige Show liefern, sondern richtig was in der Region bewegen wollen. Wir haben gesehen, welches Potenzial an Artisten es im Ruhrgebiet gibt, die hier bisher keinerlei Möglichkeiten haben, daraus auch einen Beruf zu machen. Die beiden einzigen Artistenschulen in Deutschland sind in Berlin und wir wollen nicht, dass das ganze kreative Potenzial aus dem Ruhrgebiet abwandert und sich in Berlin ansiedelt. Wir wollen das kreative Potenzial in der Region halten.

Haben Sie hierfür Vorbilder?

Es gibt viele Vorbilder, das größte ist der Cirque du Soleil, der sich aus einer kleinen Keimzelle entwickelt hat und der sukzessive immer weiter ausgebaut worden ist. Er gilt heute als der weltgrößte Live-Entertainment-Konzern und ist nicht einmal 20 Jahre alt.

Was sind die nächsten Schritte?

Als Nächstes geht es darum, im kommenden Jahr mit einer Produktionsfirma einen Spielfilm rund um Urbanatix zu drehen, der Anfang 2014 in die Kinos kommen soll. Eine Förderung von der Filmstiftung für das Drehbuch gibt es bereits. Es handelt sich um einen abendfüllenden Spielfilm, in dem das moderne Ruhrgebiet endlich einmal im Kinoformat abgebildet wird. Jürgen Vogel ist einer der Schauspieler, die bereits zugesagt haben. Wir versprechen uns davon sehr viel und planen, ab 2014 auch mal ausgedehntere Tourneen zu machen.

Gibt es in diesem Umfeld weitere noch nicht gehobene Schätze im Ruhrgebiet?

Ich sehe sehr viel guten Nachwuchs, Leute die zwischen zwanzig und dreißig sind und kleine Festivals selber organisieren, auch zum Teil die Risiken selber übernehmen. Poe-

tryslam ist etwa eine Form, die gerade immer weiter wächst mit vielen kleinen zarten Pflänzchen, die gepflegt werden wollen. Sie könnten sich ähnlich wie Streetart entwickeln. Vor vier Jahren hätte keiner gedacht, dass Streetart so eine Kraft entwickelt, und heute gibt es kaum noch Werbespots, in denen nicht irgendwelche Tricker oder Tänzer sich auf dem Kopf drehen oder sonst was machen.

Kommt Ihnen das neue Interesse an der Kreativwirtschaft entgegen?

Bei uns kommt da bisher nichts an, das ist alles Politik. Ich sehe da schon Möglichkeiten einer Förderung, aber wir persönlich hatten bis heute wenig davon. Es wird oft nicht gesehen, welches kreative Potenzial ein Projekt wie Urbanatix bindet. Wir haben Choreographen, wir haben Musiker, Techniker, wir haben die Leute, die Videos machen usw. Bei 15 Shows in der Jahrhunderthalle wird durchaus auch Geld bewegt, das in die Kreativwirtschaft fließt. Wir würden uns erhoffen, dass es an der einen oder anderen Stelle einfach noch einmal Impulse aus der Politik oder auch aus der Wirtschaft gibt, um den kreativen Freiraum ohne wirtschaftliche Angst noch weiter ausbauen zu können.

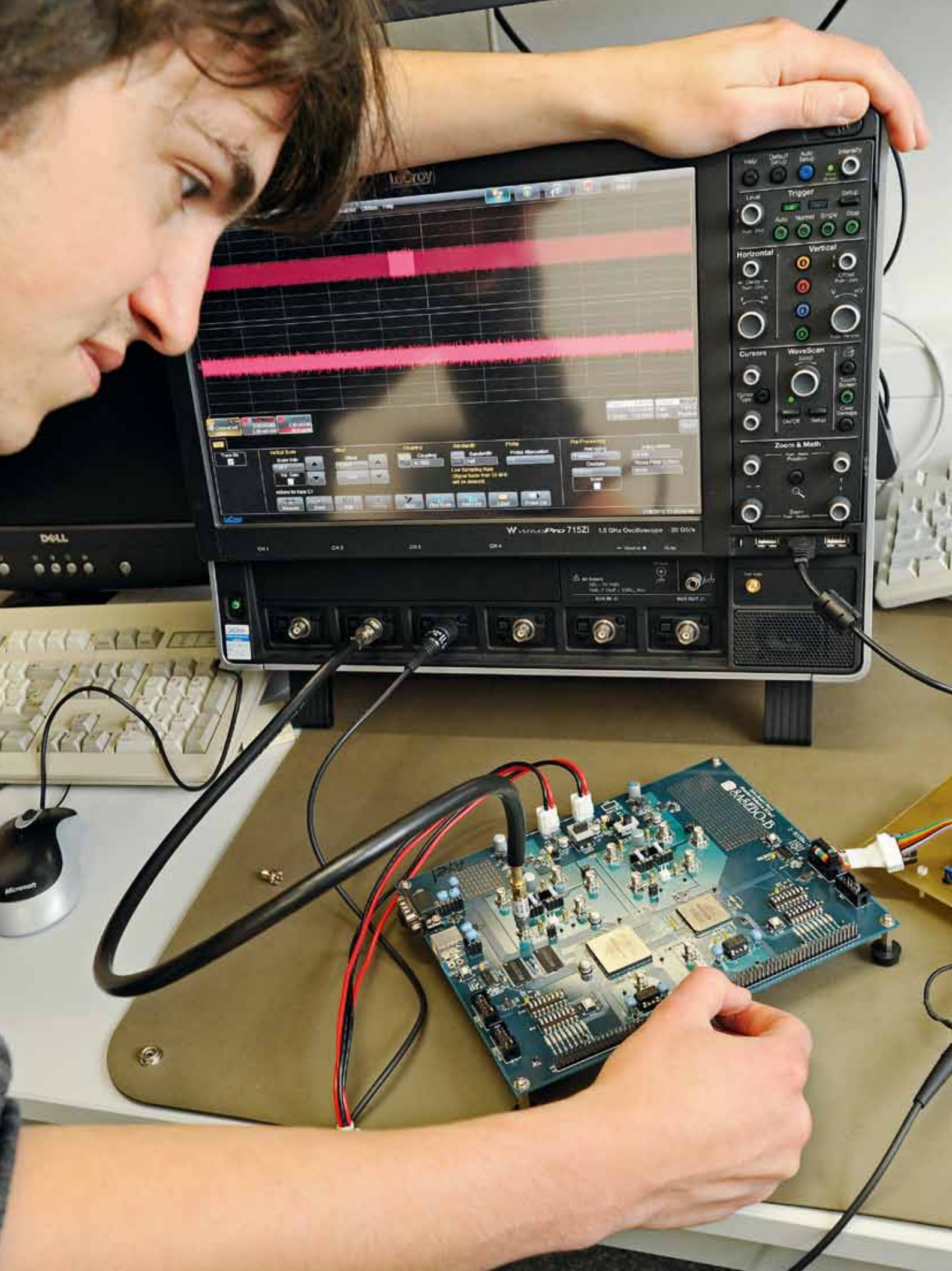
Geht es dabei um das große Geld?

Es geht überhaupt nicht um das große Geld, das wird verdient, wenn sich ein Komödiant auf die Bühne stellt und 15.000 Leute zugucken.

Aber Sie haben ja auch eine große Resonanz ...

Ja, aber wir haben auch neunzig Leute, die daran arbeiten, und wir haben nur zwölfhundert Plätze, das ist schon ein großer Unterschied. Das große Geld wird man damit nie verdienen, das ist aber auch nicht die Intention. Es geht nur darum, dieses Projekt immer weiter auszubauen, damit es bleibende Spuren hinterlässt, und das tut es ja jetzt auch schon.



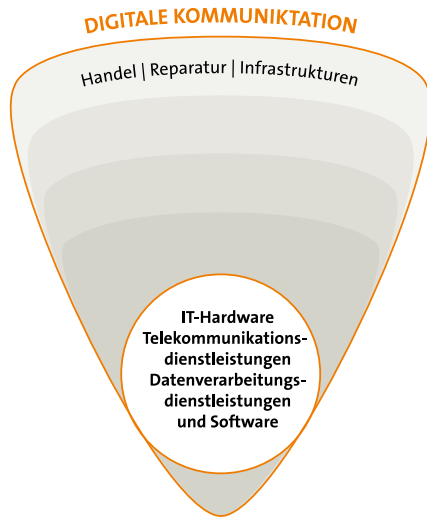


Leitmarkt Digitale Kommunikation

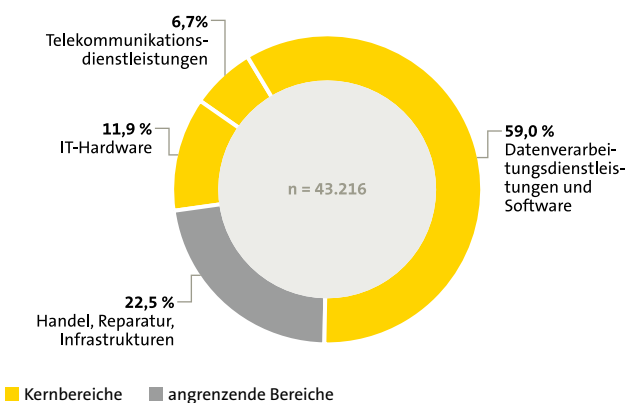
Die tägliche Nutzung digitaler und mobiler Endgeräte im Berufs- und Privatleben, die wachsende Verbreitung cloud-basierter Software- und Datennutzung, die zunehmende Vernetzung und Konvergenz ehemals getrennter Gerätekategorien und die Nachfrage nach neuen Inhalten für die tägliche Kommunikation sind wichtige Treiber im Leitmarkt Digitale Kommunikation. Dabei beruht ein erheblicher Teil des Wachstums auf der Nachfrage nach leistungsfähiger, modular aufgebauter Software sowie damit verbundenen

Inhaltsangeboten und Dienstleistungen, die speziell auf die Bedürfnisse von Firmen und Privatkunden zugeschnitten sind. Bereits Ende der 2000er Jahre sind die IKT-Dienstleistungen stärker gewachsen als die anderen digitalen Kommunikationsbereiche. Die wichtige Optimierung von Schnittstellen, die Anpassung von IT-Architekturen der Unternehmen sowie die wachsenden Herausforderungen an IT-Sicherheit sind Zukunftsfelder, in denen die Metropole Ruhr über vielfältige Potenziale verfügt.

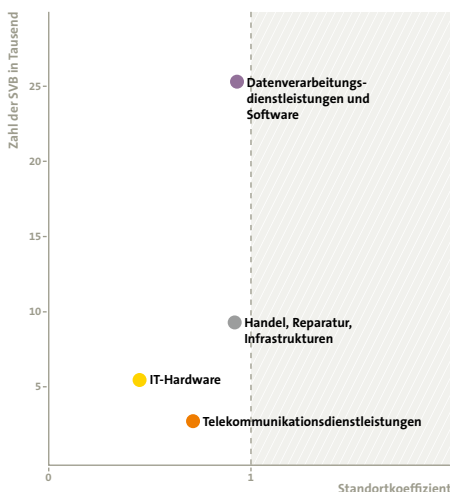




SVB-Anteile der Teilbereiche am Leitmarkt Digitale Kommunikation



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Leitmarktes

Zum ersten Kernbereich zählen die Hersteller von IT-Hardware. Der zweite Kernbereich setzt sich aus den Anbietern von Telekommunikationsdienstleistungen zusammen und im dritten Kernbereich sind die Softwareentwickler und Dienstleister rund um die Datenverarbeitung zusammengefasst. Der einschlägige Einzel- und Großhandel, Unternehmen aus den Bereichen Grafik- und Kommunikationsdesign sowie Softwareverlage bilden den Teilbereich der benachbarten Dienstleistungen.

Bedeutung und Stärken

Im Leitmarkt Digitale Kommunikation ist die Metropole Ruhr im Bundesvergleich unterdurchschnittlich positioniert. Dies gilt vor allem für die IT-Hardware und die Telekommunikationsdienstleistungen. Bei dem am stärksten wachsenden Teilmarkt, den IT-Dienstleistungen und der Software, liegen die Beschäftigtenanteile der Region dagegen annähernd auf dem bundesdurchschnittlichen Niveau. Kleineräumig betrachtet hat dieser Leitmarkt vor allen Dingen in Dortmund eine überdurchschnittliche Bedeutung für die lokale Wirtschaft der Stadt. Vergleichbares trifft zudem für Essen und Mülheim an der Ruhr zu.

Unternehmen und Umsätze

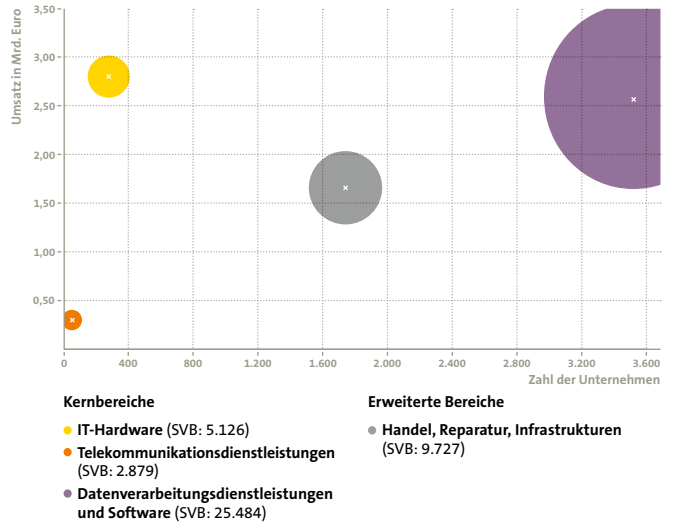
2010 haben mehr als 5.700 Unternehmen der Metropole Ruhr Güter und Dienstleistungen für den Leitmarkt Digitale Kommunikation angeboten. Sie erzielten einen Umsatz von mehr als 6,7 Mrd. Euro. Den größten Anteil mit insgesamt rund 2,46 Mrd. Euro konnten die IT-Hardwareproduzenten für sich verbuchen, gefolgt von den Softwareherstellern und Datenverarbeitungsdienstleistern mit 2,5 Mrd. Euro. Gemessen am Umsatz pro Unternehmen weist das Ruhrgebiet eine deutlich kleinbetrieblichere Unternehmensstruktur auf als der Bundes- und Landesdurchschnitt in NRW. Dies zeigt sich insbesondere im Bereich der Telekommunikationsdienstleister. Hier verfügt das Land NRW mit den wichtigen Standorten in Bonn und Düsseldorf über die größten Unternehmenseinheiten. Weitere Unterschiede, wenn auch auf niedrigerem Niveau, zeigen sich bei den IT-Hardwareproduzenten.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

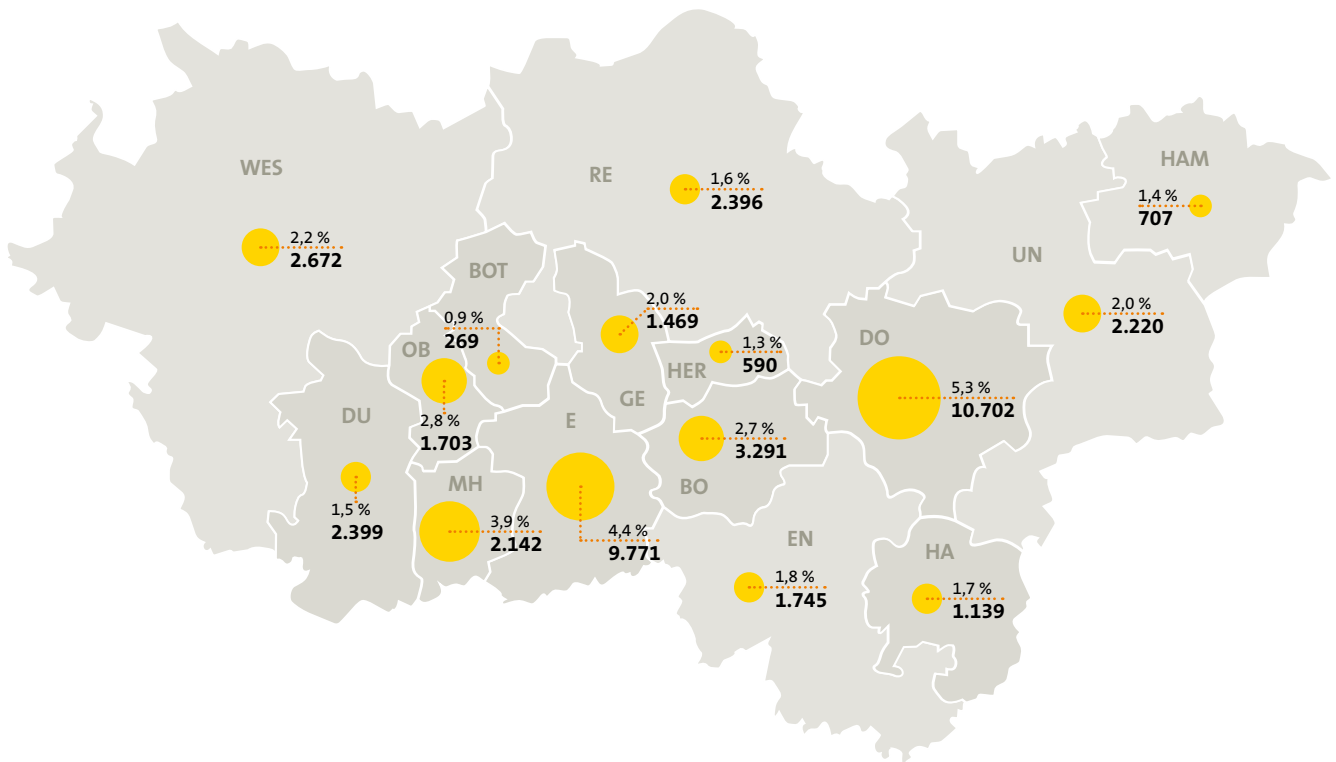
Im Juni 2011 gingen im Leitmarkt Digitale Kommunikation der Metropole Ruhr über 43.200 Personen einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach. Dies entspricht 2,8% der Gesamtbeschäftigten. Der Großteil dieser Beschäftigten (59%) arbeitete in den Softwareunternehmen und bei den Anbietern von Datenverarbeitungsdienstleistungen der Region, gefolgt von Unternehmen aus den Bereichen Handel, Reparatur, Infrastrukturen (22,5%) sowie den IT-Hardwareherstellern (11,9%). Zwischen 2008 und 2011 blieb die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze im Leitmarkt Digitale Kommunikation nahezu konstant. Dahinter verbergen sich jedoch bei genauerer Betrachtung erhebliche Entwicklungsunterschiede in den einzelnen Jahren und zwischen den einzelnen Leitmarktsparten. So mussten im Zeitraum 2008 bis 2009 Beschäftigungsverluste hingenommen werden. Insgesamt schrumpfte die Beschäftigung in diesem Zeitraum um 2%, während sich im Bundesgebiet der Beschäftigungsstand um 0,8% erhöhte. Einen entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung hatten

Größenverhältnisse im Leitmarkt Digitale Kommunikation

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

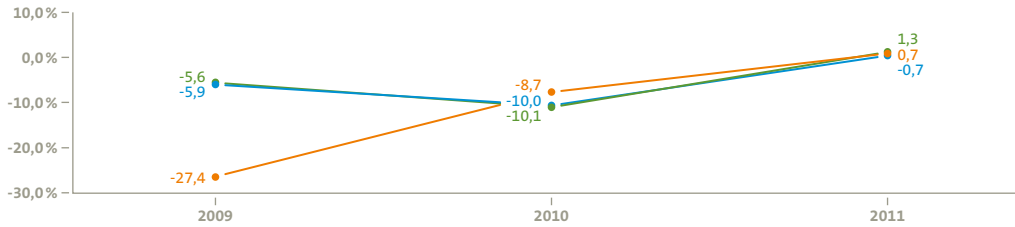


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Digitale Kommunikation an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

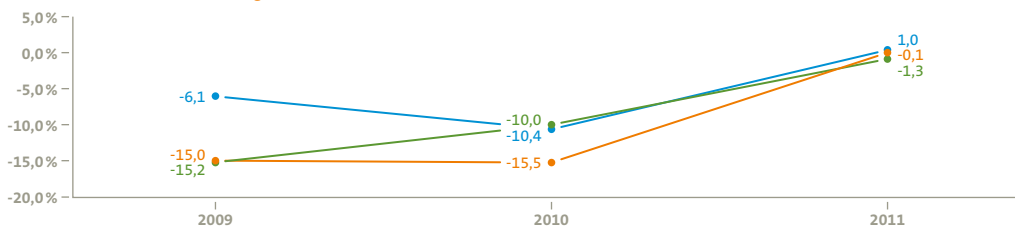
Kernbereich 1: IT-Hardware



- -11,8
- -4,8
- -5,5

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

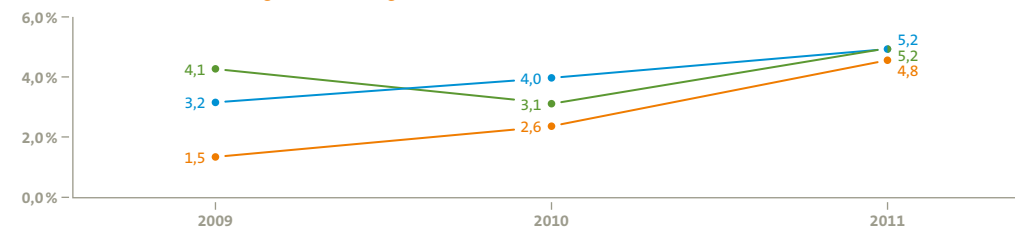
Kernbereich 2: TK-Dienstleistungen



- -10,2
- -9,0
- -5,0

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

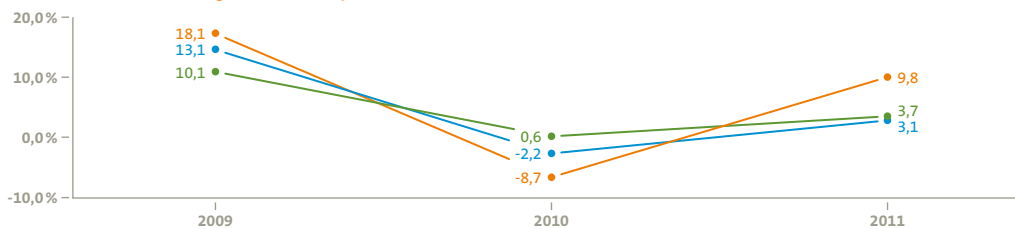
Kernbereich 3: Datenverarbeitungsdienstleistungen und Software



- 3,0
- 4,1
- 4,1

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Benachbarte Dienstleistungen: Handel, Reparatur, Infrastrukturen



- 6,4
- 4,8
- 4,7

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

die IT-Hardwarehersteller. Dabei dürfte ein Großteil der Arbeitsplatzverluste von mehr als 2.100 Beschäftigten, die in der Metropole Ruhr zwischen 2008 und 2009 ihren Arbeitsplatz verloren haben, auf die Stilllegung des Nokia-Standortes in Bochum zurückzuführen sein. Auch im Bundesgebiet waren in den beiden Jahren bei den Hardwareherstellern Arbeitsplatzverluste zu verzeichnen, mit -5,6% fielen sie allerdings deutlich niedriger aus als im Ruhrgebiet. Deutlich positiver entwickelte sich dagegen die Beschäftigung im Softwarebereich (+1,5%) und den benachbarten Dienstleistungen (+18,1%), und hier insbesondere im einschlägigen Handel. Diese positive Entwicklung setzte sich in den Jahren 2010 und 2011 im gesamten Leitmarkt fort. Mit einem Plus von 5% lag das Beschäftigungswachstum in der Region über dem entsprechenden Bundeswert (+3,6%). Dagegen schlug sich der gestiegene Wettbewerbsdruck im Telekommunikationsmarkt in weiteren Arbeitsplatzverlusten bei den Telekommunikationsdienstleistern nieder. Im Bundesgebiet fielen diese Verluste sogar geringfügig stärker aus als im Ruhrgebiet.

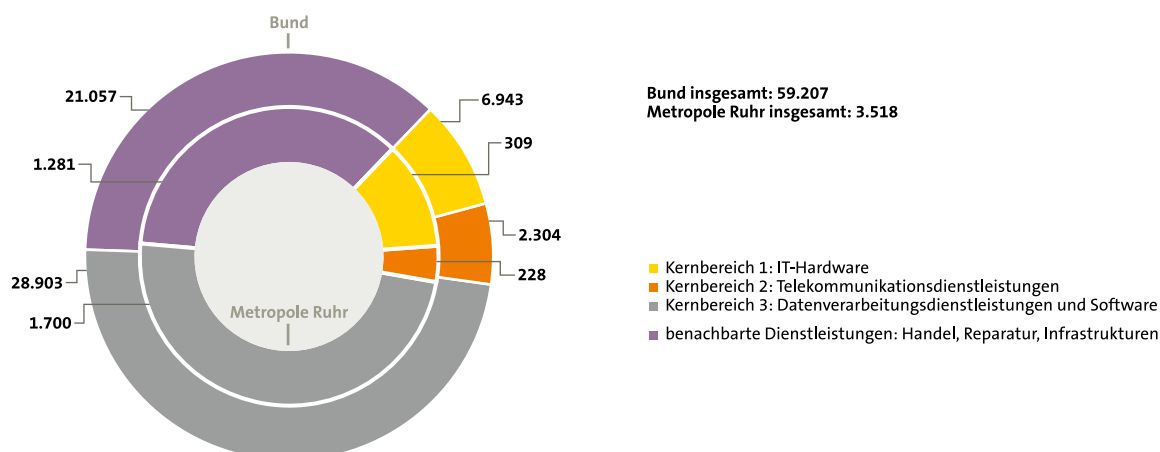
Struktur der Beschäftigung

In deutlich geringerem Maße als in der Gesamtwirtschaft der Metropole Ruhr sind im Leitmarkt Digitale Kommunikation Teilzeitarbeit und geringfügige Beschäftigung vertreten. Während in der Gesamtwirtschaft der Metropole Ruhr im Juni 2011 20,1% der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung auf Teilzeitarbeitsplätze entfielen, lag die

entsprechende Teilzeitquote in diesem Leitmarkt bei 8,6%. Auch in den einzelnen Leitmarktsparten finden sich vergleichbar niedrige Anteile von Teilzeitbeschäftigten. Der Regionalvergleich zeigt zudem, dass der relativ geringe Einsatz von Teilzeitarbeitskräften sich nicht auf die Unternehmen in der Metropole Ruhr beschränkt, sondern ein bundesweites Phänomen darstellt. Mit 9,4% ist die bundesdeutsche Teilzeitquote in diesem Leitmarkt nur geringfügig höher. Über dem Bundesdurchschnitt liegt dagegen der Einsatz geringfügig Beschäftigter. Kommt im Ruhrgebiet auf zwölf sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine ausschließlich geringfügig beschäftigte Person, so liegt die entsprechende Relation im Bundesgebiet bei 16 : 1. Dieses Bild ist dabei in allen Leitmarkt Bereichen zu beobachten. In der Binnenbetrachtung jedoch weist der Leitmarkt Digitale Kommunikation im Vergleich zur Gesamtwirtschaft des Ruhrgebiets ein deutlich niedrigeres Niveau an geringfügiger Beschäftigung auf (Metropole Ruhr: 4,4 : 1, Deutschland: 3,8 : 1).

Die Durchführung kontinuierlicher Innovationen bei gleichzeitig kurzen Innovationszyklen sind für Unternehmen auf dem Leitmarkt Digitale Kommunikation wesentliche Wettbewerbsmerkmale. Die Verfügbarkeit hochqualifizierter und motivierter Mitarbeiter sind für die Unternehmen daher zentrale Erfolgsfaktoren. Dies verdeutlicht auch ein genauere Blick auf die Beschäftigungsstrukturen in diesem Leitmarkt. Die hier tätigen Unternehmen setzen in weit überdurchschnittlichem Umfang als in der Gesamtwirtschaft

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Digitale Kommunikation in absoluten Zahlen



Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Digitale Kommunikation

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Kernbereich 1: IT-Hardware	19,8	24,3	6,8	7,7	16,6	29,4
Kernbereich 2: Telekommunikationsdienstleistungen	5,5	13,8	11,2	8,2	12,6	32,0
Kernbereich 3: Datenverarbeitungsdienstleistungen und Software	23,7	31,0	8,8	9,4	15,0	17,3
benachbarte Dienstleistungen: Handel, Reparatur, Infrastrukturen	7,7	12,3	8,4	11,6	7,6	9,4
Leitmarkt Digitale Kommunikation insgesamt	18,4	24,5	8,6	9,4	12,3	16,5

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

hochqualifizierte Beschäftigte ein. Mit 18,4% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt der Anteil der Beschäftigten mit einem Fachhoch- oder Hochschulabschluss deutlich über dem entsprechenden Wert der Gesamtwirtschaft (9,5%). Größere Schwankungsbreiten lassen sich allerdings in den einzelnen Teilen des Leitmarktes beobachten. Mit 19,8% bzw. 23,7% liegen die entsprechenden Beschäftigtenanteile bei den Hardwareherstellern sowie in den Softwareunternehmen und bei den Datenverarbeitungsdienstleistern der

Metropole Ruhr über dem Leitmarktniveau. Letztere haben zudem über den gesamten Beobachtungszeitraum hinweg kontinuierlich ihren Bestand an hochqualifizierten Beschäftigten ausgeweitet. Auch wenn diese bundesweit zu beobachtenden Entwicklungen im Ruhrgebiet schwächer ausgeprägt waren, unterstreichen sie die zentrale Bedeutung, die die Softwareentwicklung für das Innovationssystem im Leitmarkt Digitale Kommunikation spielt.

» Mülheim ist geschichtlich gesehen die Wiege der Spielindustrie in Deutschland «

Carsten Widera-Trombach ist Geschäftsführer der Crenetic GmbH Studios, eines unabhängigen Entwicklerstudios mit Sitz in Mülheim, das Computerspiele erstellt.

Wie entstehen bei Ihnen neue Produkte und woher kommen die Impulse?

Wir machen zu 95% Auftragsarbeiten: Ein Verlag, ein sogenannter Publisher, beauftragt uns, ein Spiel zu entwickeln. Das Thema wird entweder vorgegeben oder wir stellen unsere Ideen vor. Wir entwickeln dann die Software, die Publisher vertreiben und finanzieren sie vor.

Welche Rolle spielen Ihre Kunden? Bekommen Sie Feedback von den Nutzern Ihrer Spiele und arbeiten Sie damit?

Es kommt darauf an, was wir machen. Auf klassische PC-Spiele gibt es nur wenig direktes Kunden-Feedback. Das läuft eher über die einschlägigen Fachzeitschriften. Bei Browsergames sieht das anders aus: Hier sind wir direkt, sozusagen live, an den Endkunden dran, da sie auf unseren Servern spielen. Dieses unmittelbare Feedback nutzen wir.

Wie schätzen Sie die Wettbewerbsposition der Game-Produktion im Ruhrgebiet insgesamt ein?

Mülheim ist geschichtlich gesehen die Wiege der Spielindustrie in Deutschland. Damals hatte Bluebyte, ein Urgestein der deutschen Spieleentwicklung („Die Siedler“, „Battle Isle“) hier sein Hauptquartier. Diese sitzen nun in Düsseldorf. Aber um diese Firma herum haben sich hier sehr viele Freelancer angesiedelt, so dass wir gut aufgestellt sind.

Hat die Wertschöpfungskette ein großes Potenzial oder gibt es Lücken?

Wir sind mit Programmierern, Illustratoren, Leuten, die Storys schreiben, Grafikern und Sounddesignern auf engstem



Raum gut besetzt. Die Games Factory in Mülheim mit ca. 80 Beschäftigten und weiteren Freelancern hat das spirituelle Erbe der einstigen Leitunternehmen angetreten.

Wie ist die Beziehung zwischen den Unternehmen? Wird konkurriert oder kooperiert?

Die Unternehmen kooperieren untereinander. Das ist das Alleinstellungsmerkmal unserer Branche: Hier geht es darum, gemeinsam am Markt zu bestehen. Hier in der Games Factory arbeiten alle eng in unserer Wertschöpfungskette zusammen. Wir haben auch Existenzgründerlabore, die wir unterstützen. Konkurrenzkampf haben wir international, aber nicht national.

Bietet Ihnen der Leitmarkt Bildung & Wissen größere Chancen?

Ja, wir haben Lösungen für Probleme, die die klassische Industrie noch gar nicht sieht. So haben wir zum Beispiel ein Wirtschaftsspiel entwickelt, in dem man seine Arbeitskräfte verwalten und effektiv einsetzen muss, um zu gewinnen. Das ließe sich durchaus auch bei großen Unternehmen einsetzen. Das Problem ist, mit den Verantwortlichen ins Gespräch zu kommen. Die Amerikaner sind da schon viel weiter, dort hat man die Potenziale der Gamification längst erkannt und nutzt Spieledesignprinzipien bereits in allen möglichen Bereichen.

Dr. Rüdiger Striemer verantwortet bei der in Dortmund ansässigen adesso AG als Vorstand die Unternehmensbereiche Software Development und Corporate Communications.



Was sind für die adesso AG die wichtigsten Trends im Leitmarkt Digitale Kommunikation?

Wir sind ein Softwaredienstleister, der sowohl im Produkt- als auch vor allem im Individualentwicklungs- und Beratungsgeschäft tätig ist. Wir haben es im Wesentlichen mit drei Trends zu tun, von denen wir glauben, dass diese tatsächlich die Softwareentwicklung in den Unternehmen umwälzen werden: Das eine Thema ist die „Mobilität“. Das ist zwar auf den ersten Blick kein so neues Thema mehr. Wir merken jetzt aber, dass es in einem ganz breiten Ausmaß in den Unternehmen angekommen ist. Nachdem unsere Kunden in den letzten zehn Jahren ihre Geschäftsprozesse mit

bes Jahr an der Software zu bauen und dem Kunden etwas auszuliefern, von dem der dann sagt: „Nein, so habe ich das gar nicht gemeint.“ Sondern man arbeitet sehr eng mit dem Anwender zusammen und innerhalb von ganz wenigen Wochen wird eine erste Softwareversion ausgeliefert. Diese ist dann überhaupt nicht vollständig, aber daran können sich Anwender und Entwickler reiben.

Der dritte Trend schließlich ist „Elastizität“. Dabei geht es darum, dass die Herstellung von Anwendungssoftware und deren Betrieb zusammenwachsen, und das in ganz unterschiedlichen Dimensionen. Da fällt zum Beispiel ein

» Mobilität, Agilität und Elastizität – drei Trends, die die Softwareentwicklung in den Unternehmen umwälzen werden «

unserer Unterstützung automatisiert haben, kommt jetzt der nächste Schritt; sie werden mobilisiert. Das bedeutet, Geschäftsprozesse können künftig immer mehr am Ort der Leistungserbringung abschließend bearbeitet werden.

Der zweite Trend ist „Agilität“ in verschiedenen Dimensionen: Agilität vor allem in der Entstehung von neuen Softwarelösungen. Agile Softwareverfahren gehen nicht mehr nach dem klassischen Wasserfallmodell vor, wonach erst einmal eine umfangreiche Spezifikation gemacht wird und sich die Softwareentwickler dann zurückziehen, um ein hal-

Thema wie Cloud rein, mit all seinen Facetten. Dazu gehört aber auch ein Thema wie Big Data, also große Datenvolumina, die bearbeitet werden müssen, und zwar nicht mehr zwangsläufig innerhalb relationaler Datenbanken, sondern auf der Basis ganz neuer Technologien, die es den Unternehmen erlauben, endlich nicht mehr nur Informationen, sondern Wissen zu verarbeiten.

Sind damit auch neue Geschäftsmodelle verbunden?

Diese ergeben sich etwa durch die Möglichkeit, mobile Endgeräte weit verbreitet zu nutzen. Wir arbeiten zum Beispiel

für eine große Rückversicherung. Für diese bauen wir medizinische Risikoprüfsysteme, die dazu dienen, beim Abschluss einer Lebensversicherung medizinische Fragen zu beantworten. Mit diesem medizinischen Risikoprüfsystem sind wir mittlerweile in der Lage, bei über 95% direkt fallabschließend automatisiert entscheiden zu können und direkte Deckungszusagen zu machen. So kann die Rückversicherung ihrem Kunden, dem Erstversicherer, diese Software zur Verfügung stellen, wenn dafür die Rückversicherungsdeckung gegeben wird. Die Software wird damit ein Verkaufsargument für eine ganz andere Dienstleistung.

Wenn Sie diese drei Trends so nennen, müssen Sie jetzt nicht viel enger mit den Kunden zusammenwachsen oder -arbeiten?

Genau, das ist ganz wichtig; das Berufsbild des Informatikers, vor allem des Softwareentwicklers, wird sich grundlegend ändern. Wir suchen heute nicht mehr nur den Technologieexperten. Was für uns bei Einstellungen mindestens genauso wichtig ist, sind die soziale und kommunikative Kompetenz. Der Softwareentwickler von morgen ist gleichzeitig auch ein Prozessexperte.

Finden Sie denn diese Leute gerade vor dem Hintergrund der Diskussion um fehlende Fachkräfte?

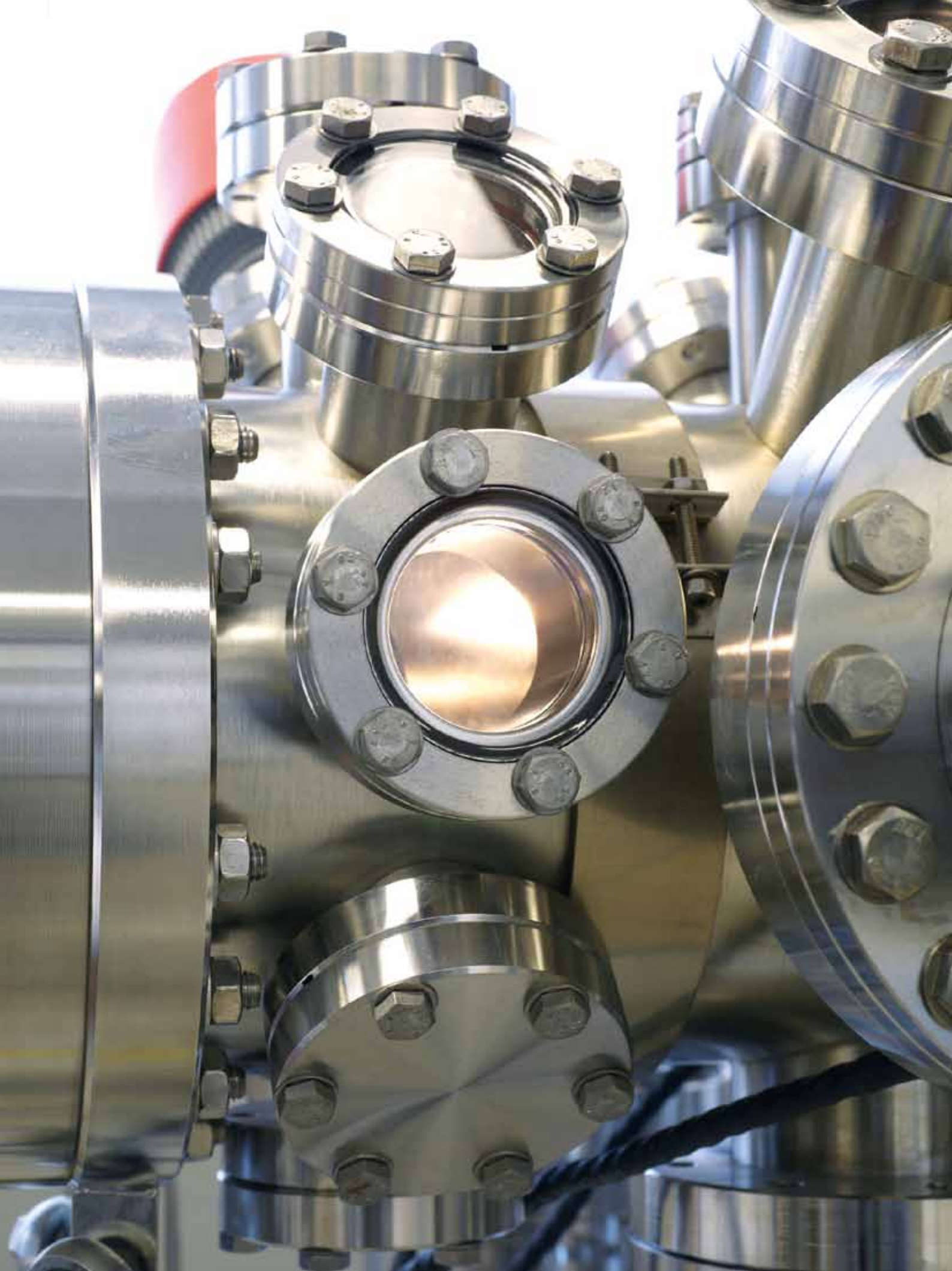
An unterschiedlichen Standorten unterschiedlich gut. Unser größter Standort ist ja in Dortmund, da sind wir – vorsichtig formuliert – mittelpärchtig aufgestellt. Denn der Personalmarkt in Dortmund wächst für uns fast nicht mehr. Softwareentwickler in Dortmund und der Umgebung haben irgendwann schon einmal von adesso gehört und sich entweder für oder gegen uns entschieden. In Dortmund ist es jedoch deutlich besser als zum Beispiel in Frankfurt und München, dort ist es fast unmöglich zu rekrutieren, das geht im Revier sehr viel besser.

Wenn Sie sich die Metropole Ruhr anschauen, würden Sie sagen, es ist ein starker IT-Standort?

Es ist insofern ein starker Standort, als es im Ruhrgebiet eine einzigartige, vielfältige Hochschullandschaft gibt. Und das ist gerade dann, wenn man nicht mehr nur nach eindimensional ausgebildeten Technologieexperten sucht, wie bei unserem Recruiting, eminent wichtig. Im Ruhrgebiet finden wir eben Leute, die kommunikativ sind, sowie Informatiker, die etwa im Nebenfach noch Medizin oder ein anderes anwendungsbezogenes Fach studiert haben. Anders sieht es bei den Kunden aus. Unsere Kunden sitzen eher im Rhein-Main-Gebiet, in Stuttgart, in München und so weiter.

Wie entstehen neue Geschäftsmodelle bei adesso?

Da gibt es verschiedene Ansätze. Zum einen setzen wir sehr stark auf die Innovationskraft unserer Mitarbeiter. Wir veranstalten alle zwei Jahre einen internen Innovationswettbewerb, bei dem alle Mitarbeiter aufgerufen sind, sich neue Geschäftsmodelle, neue Dienstleistungen, neue Produkte zu überlegen, und die besten Ideen werden dann prämiert. Darüber hinaus haben wir selbstverständlich auch institutionalisierte Einheiten wie einen Technologie- und Architekturmanager. Der ist dafür verantwortlich, dass adesso bei technologischen Innovationen auf die richtigen Pferde setzt. Nicht zuletzt arbeiten wir bei neuen Themen in Verbundprojekten. Es wäre vermessen zu sagen, dass wir in der immer vernetzter und komplizierter werdenden Welt alles könnten. Deswegen suchen wir uns Partner, oft auch aus dem Forschungsbereich, mit denen wir dann Innovationen entwickeln.



Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste

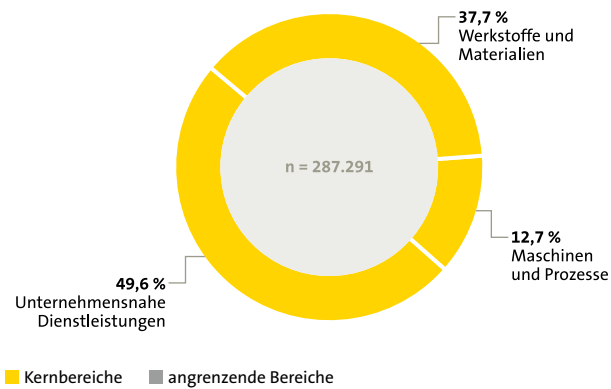
Die wirtschaftspolitischen Diskussionen der vergangenen Jahre waren häufig geprägt von Debatten um die Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft. Dies hat sich in jüngster Zeit deutlich geändert. Nicht erst seit der aktuellen Finanzkrise gilt: Wenn von der wirtschaftlichen Profilierung der Metropole Ruhr die Rede ist, dann ist auch auf die industrielle Basis, d. h. die Werkstoffwirtschaft, die industrielle Prozesswirtschaft und die eng mit der Produktion verbundenen Dienstleistungen, einzugehen. Auch wenn der Industrielle Kern im Ruhrgebiet im Vergleich mit anderen Metropolregi-

onen und mit den weniger verdichteten Regionen in Nordrhein-Westfalen nicht mehr die herausragende Bedeutung hat wie in früheren Jahren, so bleibt er doch zentral für die wirtschaftliche Dynamik des Ruhrgebiets. In der Gesamtbeurteilung der Leitmarktanalysen fällt sehr stark auf, dass das erreichte Wachstum und die zukünftige Dynamik der Ruhrwirtschaft wesentlich von den industriellen Kernleistungen und den angelagerten unternehmerischen Dienstleistungen getrieben werden.

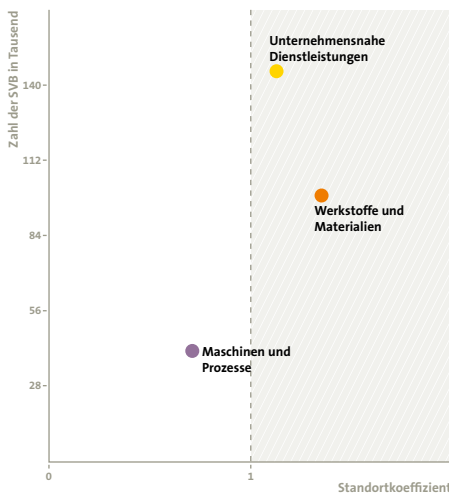




SVB-Anteile der Teilbereiche Leitmarkt Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste



Bedeutung der einzelnen Teilbereiche



(Standortkoeffizient größer 1: Anteil des Bereichs an der Gesamtbeschäftigung in der Metropole Ruhr höher als im Bundesdurchschnitt)

Quelle: StaBu, IT.NRW, BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Abgrenzung des Industriellen Kerns und der Unternehmerischen Dienste

Im Industriellen Kern finden sich Grundstoffproduzenten wie die Chemie- und Kunststoffindustrie, die Eisen- und Stahlindustrie sowie die Metallverarbeitung. Sie sind in der Gruppe der Werkstoffe und Materialien zusammengefasst. Der Prozessbereich umfasst Maschinenbauer und Unternehmen der Mess- und Regeltechnik, soweit sie nicht bereits eindeutig einem der Leitmärkte zugeordnet werden konnten. Ebenso wie bei den Herstellern von Werkstoffen und Materialien werden damit auch sogenannte Multi-Purpose-Güter berücksichtigt, Güter also, die keinen einzelnen, eindeutig definierbaren Verwendungszweck aufweisen. Die unternehmensnahen Dienstleistungen schließlich als dritter Bereich tragen der Tatsache Rechnung, dass industrielle Produktion immer stärker mit einschlägigen Dienstleistungen vernetzt ist. Auch hier wurden lediglich die nicht den einzelnen Leitmärkten zugeordneten einschlägigen Dienstleistungsbereiche, wie z. B. Steuerberater, berücksichtigt.

Bedeutung und Stärken

Verglichen mit den anderen Regionen in Deutschland wird erkennbar, dass die Metropole Ruhr nicht länger das industrielle Herz Deutschlands ist. Andere Metropolregionen weisen deutlich höhere Anteile der Industrie an der Gesamtwirtschaft auf: die Region Stuttgart mit einem Mix aus Automobilindustrie, Maschinenbau und Elektronik, Rhein-Neckar mit der chemischen Industrie und das Dreieck Hannover/Braunschweig/Wolfsburg mit der Automobilindustrie.

Der Industrielle Kern in der Metropole Ruhr unterscheidet sich davon. Mit den Schwerpunkten Werkstoffe und industrielle Prozesse sowie der Grundstoff- und Spezialchemie ist er wesentlich stärker als andere Metropolregionen auf Zulieferprodukte ausgerichtet. Damit hat er häufig einen doppelten Charakter: einerseits einen eigenständigen, oft technologiegetriebenen industriellen Zusammenhang, aber andererseits auch immer stärker einen integralen und treibenden Teil in den einzelnen Leitmärkten. Der Beschäftigtenanteil in den Bereichen Werkstoffe und Materialien liegt deutlich höher als im Bundesdurchschnitt, der der unternehmensnahen Dienstleistungen leicht darüber und Maschinen und Prozesse unterhalb des Bundesdurchschnitts. Allerdings stellen sich Maschinen und Prozesse als

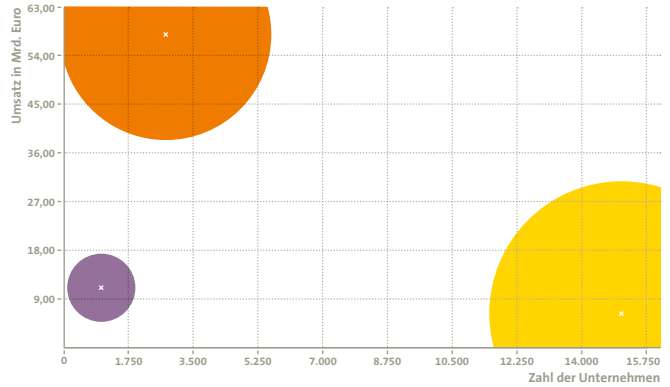
der Bereich mit der größten Dynamik heraus, der sich in den 2000er Jahren stärker als im Bundesdurchschnitt entwickelt hat. Der Industrielle Kern und die Unternehmerischen Dienste spielen vor allen Dingen in den Städten Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Hagen, Hamm, Mülheim an der Ruhr, dem Ennepe-Ruhr-Kreis und dem Kreis Unna eine im Bundesvergleich herausgehobene Position in der Wirtschaftsstruktur.

Unternehmen und Umsätze

Insgesamt boten im Jahr 2010 mehr als 19.400 Unternehmen in der Metropole Ruhr Güter und Dienstleistungen im Bereich Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste an. Sie erzielten einen Umsatz von knapp 76,8 Mrd. Euro. Der größte Anteil entfiel dabei auf die Hersteller von Materialien und Werkstoffen. Mit mehr als 59 Mrd. Euro lag dieser Wert deutlich über dem Vorjahreswert. Zu berücksichtigen ist dabei allerdings, dass die im Jahr 2010 abgeschlossene Verlagerung der ThyssenKrupp-Zentrale von Düsseldorf

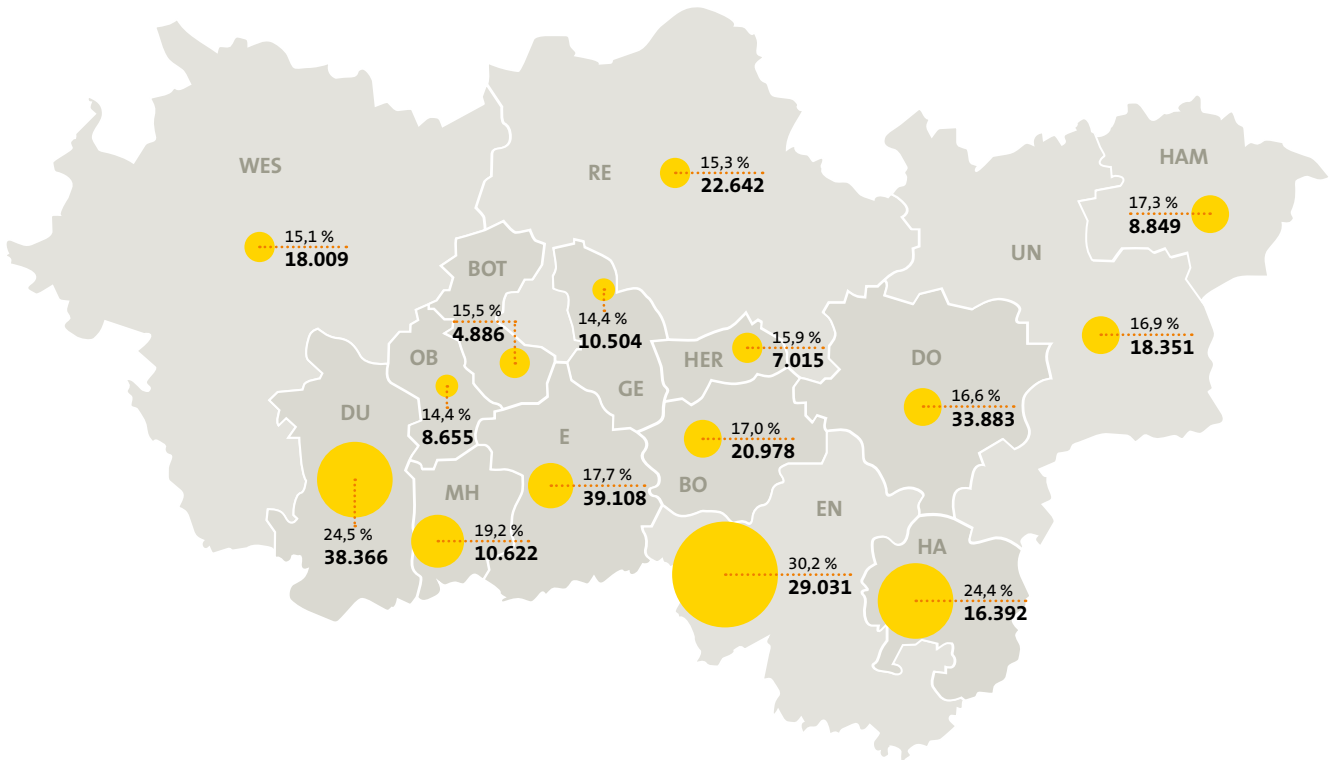
Größenverhältnisse im Leitmarkt Leitmarkt Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste

(x = Mittelpunkt des Kreises, Kreisfläche = Zahl der SVB)



- Unternehmensnahe Dienstleistungen (SVB: 142.602)
- Werkstoffe und Materialien (SVB: 108.269)
- Maschinen und Prozesse (SVB: 36.419)

Quelle: BA, IT.NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

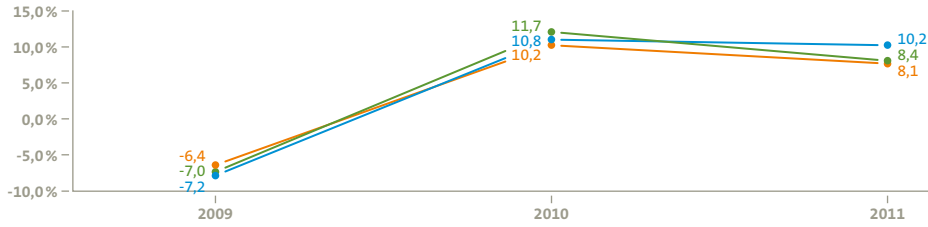


Anzahl und Anteil der Beschäftigten im Leitmarkt Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste an der Gesamtzahl der Beschäftigten in den jeweiligen Städten und Kreisen.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Prozentuale Veränderung der Wachstumsrate der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum jeweiligen Vorjahr

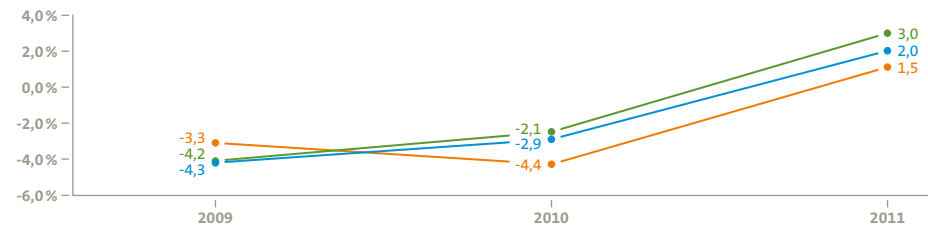
Unternehmensnahe Dienstleistungen



■ 3,9
■ 4,4%
■ 4,6

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

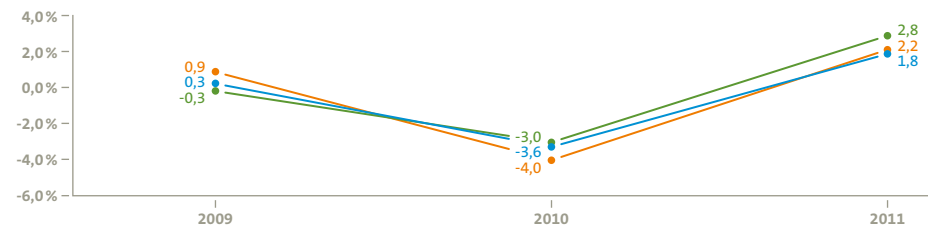
Werkstoffe und Materialien



■ -2,1
■ -1,1
■ -1,7

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Maschinen und Prozesse



■ -0,3
■ -0,2
■ -0,5

Ø – Wachstumsrate
2011/2008 p. A.

Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Metropole Ruhr BRD NRW

nach Essen auch zu einer entsprechenden Anpassung in der regionalen Zuordnung der Umsatzsteuerpflicht geführt hat. Ein nicht unerheblicher Teil des gestiegenen Umsatzes in diesem Bereich dürfte daher auf diesem statistischen Effekt beruhen.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

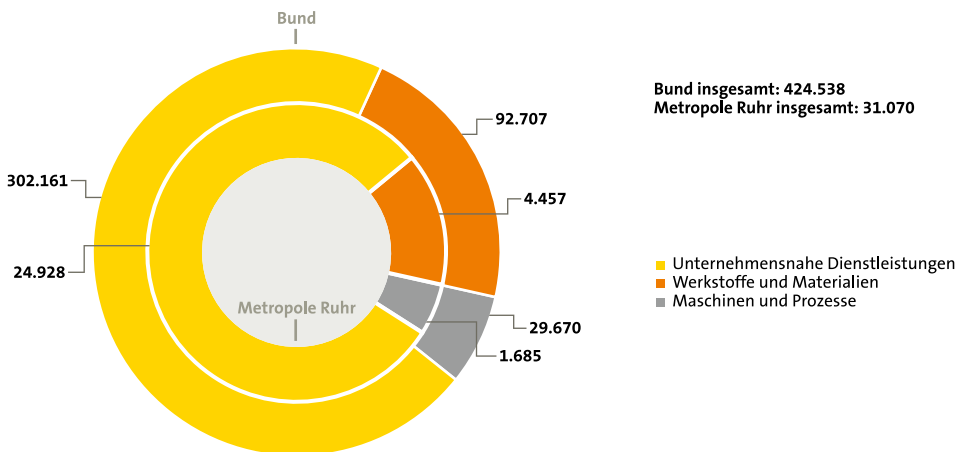
Im Juni 2011 waren insgesamt knapp 288.000 Personen im Industriellen Kern und den Unternehmerischen Diensten des Ruhrgebiets sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Insgesamt fanden 18,4% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Region hier ihren Arbeitsplatz. Mit mehr als 142.000 Beschäftigten stellen die unternehmensnahen Dienstleistungen den größten Teil der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze, gefolgt von den Herstellern von Werkstoffen und Materialien mit rund 108.000 Beschäftigten. Den kleinsten Teil bilden Maschinenbauer und Prozesstechnikerhersteller mit über 36.400 Beschäftigten. Zwischen den Jahren 2008 und 2011 wuchs die Beschäftigung im Industriellen Kern und den Unternehmerischen Diensten der Metropole Ruhr um rund 1%. Dabei trugen die unternehmensnahen Dienstleistungen per Saldo den größten Teil der Beschäftigungsgewinne, während der Industrielle Kern insgesamt gesehen Arbeitsplatzverluste zu verzeichnen hatte. Dabei fiel der Beschäftigungsabbau bei den Werkstoff- und Materialherstellern stärker aus als im Maschinenbau und in der Prozesstechnik. In den Jahren 2010 und 2011 konnten

allerdings auch die Industrieunternehmen ihre Beschäftigung wieder ausbauen. Vergleichbare Entwicklungen waren auch im Bundesgebiet insgesamt zu beobachten.

Struktur der Beschäftigung

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft lässt sich eine deutliche Dominanz von Vollzeitarbeitsplätzen feststellen. In der Metropole Ruhr waren im Industriellen Kern und den Unternehmerischen Diensten lediglich 8,8% der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze mit Teilzeitkräften besetzt. Im Bundesgebiet lag dieser Wert mit 9,3% nur geringfügig höher. Der größte Anteil an Teilzeitarbeitsplätzen findet sich im Bereich der unternehmensnahen Dienstleistungen. Mit 13,8% der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung liegt die Quote allerdings deutlich unter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt von 20,1%. Gleichfalls unter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt liegt der Einsatz von geringfügig Beschäftigten. Insgesamt standen rund 31.000 Personen in den einschlägigen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Metropole Ruhr in einem derartigen Arbeitsverhältnis. Damit entfiel auf neun sozialversicherungspflichtig Beschäftigte eine geringfügig beschäftigte Person. In den unternehmensnahen Dienstleistungen ist diese Beschäftigungsform zwar deutlich stärker verbreitet als in den Industriebereichen, mit einer ungefähren Relation von 6 : 1 liegt die Verbreitung allerdings auch hier unter dem Niveau der Gesamtwirtschaft. Nicht zuletzt auf-

Verhältnis Bund und Metropole Ruhr ausschließlich geringfügig Beschäftigte im Leitmarkt Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste in absoluten Zahlen



Quelle: BA; Berechnungen des IAT, Stand 2011.

Beschäftigtenstrukturen im Leitmarkt Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste

Abgrenzung des Leitmarktes	Anteil SVB mit Fach-, Hochschulabschluss an SVB – in % 30.06.2011		Anteil Teilzeitbeschäftigte an SVB – in % 30.06.2011		Verhältnis SVB bezogen auf einen ausschließlich geringfügig Beschäftigten 30.06.2011	
	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland	Metropole Ruhr	Deutschland
Unternehmensnahe Dienstleistungen	10,4	12,9	13,8	14,0	5,7	7,6
Werkstoffe und Materialien	6,9	6,7	3,6	5,0	24,3	16,2
Maschinen und Prozesse	12,5	13,6	3,8	4,6	21,6	30,4
Industrieller Kern und Unternehmerische Dienste insgesamt	9,3	11,1	8,7	9,3	9,2	11,1

Quelle: BA; Berechnungen des IAT.

grund der Arbeitsanforderungen in den Unternehmen der Material- und Werkstofftechnik sowie der Maschinen- und Prozesstechnik sind die Beschäftigungsstrukturen deutlich stärker durch Vollzeitverhältnisse geprägt als in anderen Wirtschaftsbereichen. Dies trifft auf große Teile der unternehmensnahen Dienstleistungen ebenfalls zu, vor allen Dingen auf jene Unternehmen mit einem hohen Anteil an hochqualifizierten Beschäftigten. Mit 9,3% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt der Anteil der Beschäftigten mit einem Fachhoch- oder Hochschulabschluss in den Unternehmen des Industriellen Kerns und den Unternehmerischen Diensten in etwa auf dem Niveau der Gesamtwirtschaft. Dies trifft in der Einzelbetrachtung auch auf die Teilbereiche der unternehmensnahen Dienstleistungen und die Maschinen- und Prozesshersteller der Metropole Ruhr

zu. Im Vergleich zum Bundesgebiet weisen die Werkstoff- und Materialhersteller einen geringfügig höheren Anteil an hochqualifizierten Beschäftigten auf, während in den beiden anderen Bereichen niedrigere Anteilswerte zu beobachten sind. Die zeitliche Betrachtung zeigt jedoch, dass sich der Abstand zum Bundesgebiet insbesondere bei den Maschinenbauunternehmen und den Herstellern von Prozesstechnologien kontinuierlich verringert hat. Grundlage hierfür war ein im Vergleich zum Bund deutlich stärkeres Wachstum bei den hochqualifizierten Beschäftigten in den Jahren 2008 bis 2011 (Ruhrgebiet: +4,2%; Deutschland: +2,4%). Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zeigt sich, dass der industrielle Kern der Metropole Ruhr gute Voraussetzungen hat, auch weiterhin eine tragende Rolle bei der Bewältigung des Strukturwandels zu spielen.

Dr.-Ing. Reinhold Achatz ist seit April 2012 Leiter des Corporate Centers Technology, Innovation & Quality der ThyssenKrupp AG in Essen. Er kann auf eine weltweite Tätigkeit im Forschungsbereich zurückgreifen und ist unter anderem beratender Ehrenprofessor der Tsinghua-Universität in Peking.



Herr Dr. Achatz, Sie haben jüngst angekündigt, eine konsistente und zukunftsweisende Innovationsstrategie für ThyssenKrupp zu entwickeln. Können Sie bereits einige Kernpunkte nennen?

Heute ist es so, dass jeder international tätige Konzern, und das gilt auch für ThyssenKrupp, eine klare Innovationsstrategie benötigt. Wir leben in einem Umfeld, das sich aus meiner Sicht dramatisch ändert. Nicht vorhersehbare Ereignisse wie Fukushima oder die Wirtschaftskrise sind aktuelle Beispiele. Hinzu kommen technologiegetriebene Veränderungen, die von Fachleuten zwar teilweise vorhersagbar sind, aber es ist nie klar, wann sich eine Technologie am Markt durchsetzt und welche Dimensionen dies annehmen wird. Der wesentlichste Schluss ist, dass wir immer stärker bran-

chenübergreifend aktiv sein müssen, stärker systemisch denken und offen für Veränderungen sein müssen, die wir dann auch akzeptieren und gestalten sollten.

Thema Materialien betrifft. Hier werden wir uns technologisch gesehen eher breiter aufstellen. Bisher waren wir auch stark auf Mechanik ausgerichtet, diese Kompetenz werden wir stärker durch Software und Elektrik ergänzen müssen. Es geht also hin zu mechatronischen Systemen. Dies ist für unsere Produkte und Lösungen, aber auch für die im Geschäftsbereich „Plants“ entwickelten Anlagen relevant.

Welche Rolle spielen für Sie die Kunden im Innovationsgeschehen?

Wir befinden uns meist nicht im Endkundengeschäft, sondern arbeiten vor allem mit industriellen Partnern zusammen, etwa im Energiebereich, bei Bodenschätzen oder auch im Bereich Mobilität. Es geht vor allem um Infrastrukturen,

» Wir müssen branchenübergreifend aktiv sein, systemisch denken und Veränderungen gestalten «

chenübergreifend aktiv sein müssen, stärker systemisch denken und offen für Veränderungen sein müssen, die wir dann auch akzeptieren und gestalten sollten.

Was bedeutet dies für ThyssenKrupp?

ThyssenKrupp ist ein Konzern, der auf langlebige Trends setzt und sich bei technologischen Innovationen lange Zeit eher in der Follower-Rolle befand. Künftig geht es darum, hier an der Spitze zu sein und unsere Engineering-Kompetenz weiter auszubauen. Für uns ist alles wichtig, was das

hier sind die Geschäftszyklen länger als etwa bei Smartphones. Bei den über mehrere Jahre laufenden Zyklen spielen daher innovative Trends eine umso größere Rolle. Wenn man da danebenliegt, liegt man für einen längeren Zeitraum daneben, und das ist oft ganz schwer wieder aufzuholen. Umso wichtiger ist es, Kundenbedürfnisse gut zu verstehen.

Wie sehen Sie die Themen „Open Innovation“ oder „Soziale Innovation“?

Gerade „Open Innovation“ ist ein Thema, was ich auch schon

in meiner vergangenen Position bei Siemens sehr stark vorangetrieben habe. Egal, wie gut die eigene Organisation auch ist, es gibt immer auch sehr gute Leute außerhalb der eigenen Organisation, die mit einer anderen Perspektive auf das Geschäft, das man aktuell betreibt, schauen. Es geht darum, neues Wissen durch „Open Innovation“ zu gewinnen und die eigene Position realistischer einzuschätzen. Das zweite Thema, was für mich entscheidend ist, dreht sich um Technikakzeptanz und Geschäftsmodelle, also die eher sozial beeinflussten Aspekte. Wird die Technik akzeptiert? Nimmt man Menschen mit? Findet man entsprechende Geschäftsmodelle, um die Themen erfolgreich zu vermarkten? Das sind die Kernfragen.

Geben Sie dazu bitte ein Beispiel?

Ich gehe davon aus, dass zusätzlich zu Produkten oder Lösungen auch das Thema Service eine immer größere Rolle spielt. Meine Definition von Service ist eine sehr breite. Es ist nicht nur der Wartungsmonteur, der zum Kunden fährt und den Aufzug repariert, wobei der Kunde die Anfahrt und die Zeit sowie die verbrauchten Materialien bezahlt. Meine Definition von Service ist, dass wir den Kundennutzen eindeutig identifizieren. Der Kunde bezahlt dann nicht mehr für die Kosten, die wir haben, sondern für den Nutzen, den wir für ihn generieren, z. B. gemessen in Maschinenlaufzeit.

Wenn Sie von „Open Innovation“ sprechen, finden Sie da in der Metropole Ruhr kompetente Innovationspartner?

Ja gut, ich bin erst seit kurzer Zeit im Ruhrgebiet. Aber ich bin momentan dabei, die interessantesten Partner zu identifizieren. Die Gespräche, die ich zum Beispiel mit der Ruhr-Universität Bochum und der Universität in Dortmund geführt habe, waren sehr gut. Auch mit der Universität Duisburg-Essen kommen wir immer stärker ins Gespräch. Ich sehe, dass im universitären Bereich ein großes Potenzial vorhanden ist, an dessen besserer Hebung wir noch arbeiten müssen. Aber auch Max-Planck und Fraunhofer sind in der Region gut vertreten.

Wie ließe sich dieses Potenzial heben?

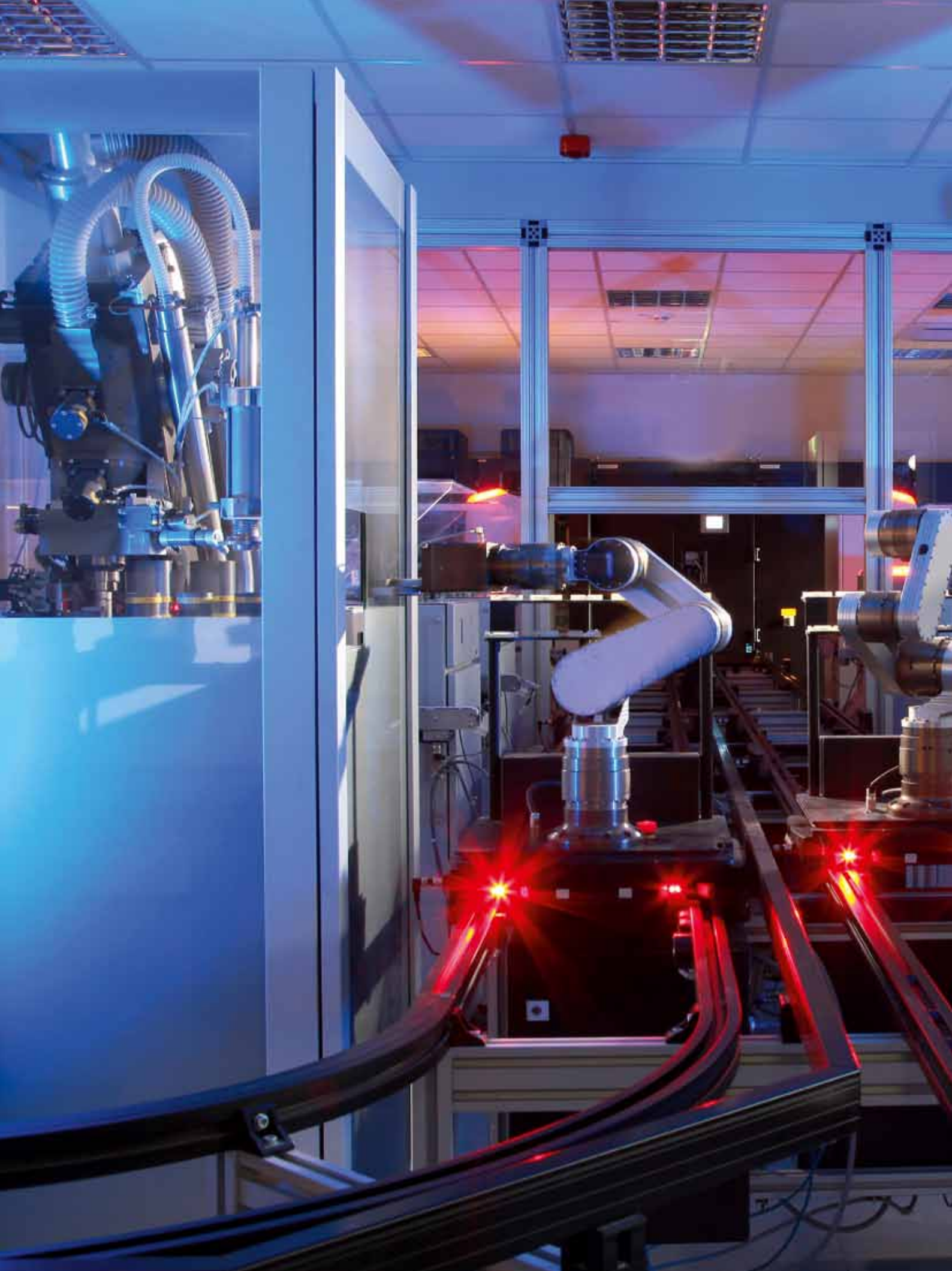
Generell bin ich ein großer Freund von vernetztem Arbeiten. Gerade wenn Menschen aus unterschiedlichen Themen zusammenkommen, entstehen oft neue Ideen. Dies gilt vor allem für branchenübergreifende Innovationen, die in einem Netzwerk viel eher zu erwarten sind als in einer homogenen Organisation. Besonders viel verspreche ich mir von den Universitäten, weil da immer die Chance besteht, dass man auf Menschen trifft, die neue Ideen haben, aus denen wir dann den Kundennutzen herausfiltern müssen.

Im Wirtschaftsbericht Ruhr wird das Thema „Neue urbane Ökonomie“ für eine künftige Positionierung der Metropole Ruhr herausgearbeitet. Können Sie sich mit ThyssenKrupp in solch einem Bereich wiederfinden?

Definitiv. Ich sehe auch für ThyssenKrupp etwa beim Thema Mobilität viele Möglichkeiten. Nehmen Sie das Stichwort „Elevator“. Es geht nicht nur um Aufzüge, sondern um „move people“: Wie werden Menschen von A nach B gebracht, horizontal und vertikal? Ich kann mir vorstellen, dass gerade in den großen Städten, wo viele Menschen sehr eng zusammenleben, andere Wege der Mobilität eine größere Rolle spielen werden. Es wird künftig nicht mehr Sinn machen, sich nur ins Auto zu setzen und von A nach B zu fahren, sondern es wird um die intermodale Mobilität gehen. Smartphone und IT-Infrastruktur zeigen, wie man von A nach B kommen oder gehen möchte, können aber auch Alternativen generieren. Gerade in Verbindung mit Elektroautos ist hier viel im Fluss. Ich sehe aber auch große Chancen durch neue Materialien und damit Leichtbau. Hier werden Dinge möglich, die in der Vergangenheit nicht denkbar waren. Hochfester Stahl, aber auch Carbon Composites bieten hier enormes Potenzial.

Können Sie sich dafür Modellprojekte auch in der Metropole Ruhr vorstellen?

Die finanzielle Situation der Kommunen im Ruhrgebiet ist sicher der Wermutstropfen in dieser Diskussion. Die Frage ist, ob sich neue Businessmodelle realisieren lassen, die für private Investoren interessant sind.



„Neue urbane Ökonomie“ als Profil der Metropole Ruhr

Wirtschaftsförderung hat sich in den vergangenen Jahren tiefgreifend verändert. Mit der thematischen Ausweitung auf Cluster- und Netzwerkprojekte sowie auf Technologie- und Gründungsförderung beeinflussen neue Institutionen und Akteure die wirtschaftspolitische Agenda. Klassische Funktionen der Wirtschaftsförderung wie Bestandspflege, Ansiedlungsförderung, Gewerbeflächenentwicklung oder Marketing stehen weiterhin auf der Tagesordnung, waren in den vergangenen Jahren aber seltener im Blickfeld der öffentlichen und wissenschaftlichen Diskussion.

Diese Veränderungen und Ausdifferenzierungen haben zahlreiche und in der Regel gute Gründe. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass kommunale und regionale Wirtschaftsförderung mittlerweile in ein verschiedene Ebenen umfassendes politisches Entscheidungssystem eingebunden sind, das den Rahmen für verfügbare Ressourcen und strategische Ausrichtung vorgibt. Die Herausforderung lokaler Wirtschaftsförderung besteht immer mehr darin, die eigenen Stärken und Schwächen zu analysieren, um gezielte Strategien zu entwickeln und diese mit den Vorgaben und Spielregeln der anderen politischen Ebenen vereinbar zu machen.

Angesichts der eingangs angesprochenen Ausdifferenzierung der Akteure und Institutionen ist dies selbstverständlich einfacher gesagt als getan. Technische Hilfsmittel können das Wissensmanagement erleichtern, greifen aber ins Leere, wenn eine gemeinsame Strategie fehlt. Die hierarchische Lösung, alle Aktivitäten in einer Organisation zu bündeln, ist angesichts der Vielzahl und Unterschiedlichkeit der Aufgaben sowie der wachsenden Vernetzung von öffentli-

chen und privaten Akteuren nicht sinnvoll. Zudem haben große Konsens- und Verhandlungsrunden in den vergangenen Jahren nur selten zu innovativen Lösungen geführt, die tatsächlich konkret auf Problemlagen oder Potenziale ausgerichtet waren.

Hinzu kommt, dass neue Aufgaben auf der Tagesordnung stehen. Hierbei geht es nicht um allgemein anhaltende Trends wie die zunehmende Globalisierung, eine neue Dynamik der Wissensgesellschaft oder immer schnellere Innovationszyklen. Es geht um konkrete Probleme, die das wirtschaftliche Geschehen in den Regionen in den kommenden Jahren beeinflussen und verändern werden.

Zu nennen ist etwa der demografische Wandel, der die fachliche Basis der wirtschaftlichen Entwicklung in den nächsten Jahren treffen und gefährden wird. Hierbei geht es nicht nur um die sogenannten MINT-Berufe, sondern immer auch – und kurzfristig womöglich dringender – um qualifizierte Facharbeit. Noch sind die Engpässe räumlich und sektoral begrenzt, langfristig müssen aber weitreichendere Lösungen gefunden werden, als beispielsweise Fachkräfte aus südeuropäischen Krisenländern nach Deutschland zu importieren.

Notwendig ist eine integrierte Sichtweise. Knappheit von Fachkräften kann nicht ohne Blick auf die Attraktivität der Arbeitsplätze und die Lebensqualität in der Region diskutiert werden. Fachkräfteknappheit, Rückgang der Beschäftigten im Bereich Forschung und unterdurchschnittliche Anteile von Akademikern an den Beschäftigten sind im Zusammenhang zu sehen und führen zu der Frage, wie die Wirtschaft

der Metropole Ruhr sich den zukünftigen Anforderungen der wissensbasierten Produktion stellt. Diese Bedarfe zu verstehen und darauf zu reagieren, erfordert sicherlich weitere Lernprozesse.

Darüber hinaus haben die Jahre nach der Finanz- und Wirtschaftskrise gezeigt, dass die industrielle Produktion keineswegs ein Auslaufmodell ist, sondern zumindest in Deutschland Motor des Aufschwungs war. Die neue Wertschätzung der Industrie hat mittlerweile Eingang in die politischen Programme gefunden, die Umsetzung steht allerdings noch auf der Tagesordnung. Und deutlich ist auch, dass die künftige Rolle der Industrie nicht auf die Kernbranchen des produzierenden Gewerbes reduziert werden kann, sondern dass es sinnvoll ist, Produktion, Dienstleistung und Vermarktung zu verbinden. Auch wird die industrielle Modernisierung nicht ohne eine ökologische Modernisierung umzusetzen sein, vermutlich wird sogar eine Effizienzrevolution notwendig werden.

Für die Metropole Ruhr stellt sich die wichtige Frage, wie die herausragenden Kompetenzen im Leitmarkt Ressourceneffizienz sowie die laufenden Projekte und Netzwerke so genutzt werden können, dass die hier ansässigen Unternehmen eine führende Rolle bei den dringend gefragten Lösungen für Effizienzprobleme übernehmen können.

Diese Herausforderungen verlangen zunehmend integrierte, traditionelle Technologien und sektorübergreifende und vernetzte Lösungen. Dies ist keineswegs Zukunftsmusik, wie die in diesem Wirtschaftsbericht präsentierten Interviews bestätigen. Kaum ein Unternehmen ist in nur einem Leitmarkt tätig, alle Unternehmen denken über neue Geschäftsmodelle nach und öffnen ihre Innovationsstrategien. Neue Gesundheitskonzepte sind ohne digitale Kommunikation und neue Wohnformen nicht mehr denkbar, ein Aufzug oder eine Rolltreppe sind Bestandteil eines umfassenderen Mobilitätskonzepts, Forschungsunternehmen feiern ihre Jubiläen nicht nur mit einem Kongress und wissenschaftlichen Vorträgen, sondern machen daraus urbane Events.

Regionale Wirtschaftsförderung kann davon lernen. Nicht, indem sie Märkte vorgibt und planbare Ziele setzt, sondern indem sie Orientierung für die Vielzahl der beteiligten Ak-

teure liefert. Die Ausrichtung auf die Stärken in acht Leitmärkten und den Industriellen Kern unter der Überschrift einer „Neuen urbanen Ökonomie“ kann eine derartige Orientierung sein, die es nun gilt, durch Leitprojekte mit Leben zu füllen und zu profilieren. Allerdings sind wie eingangs gesagt auch Leitmärkte zunächst einmal Kategorien, die nicht als geschlossene Felder betrachtet werden dürfen. Genau deshalb sind die Leitprojekte so wichtig, da mit ihnen konkrete Räume für leitmarktübergreifende Lösungen und für neue Geschäftsmodelle erschlossen werden können, um das Leitbild der „Neuen urbanen Ökonomie“ sichtbar zu machen und das wirtschaftliche Profil des Ruhrgebiets essenziell weiterzuentwickeln. Der Grundgedanke besteht darin, insbesondere die leitmarktübergreifenden Kompetenzen zu nutzen, um neue Geschäftsmodelle zu inspirieren und an konkreten Orten in der Metropole Ruhr umzusetzen. Im besten Fall entstehen so Lösungen für eine innovative Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts Metropole Ruhr, die Modellcharakter haben und darüber hinaus in andere metropolitane Räume exportiert werden können.

Ein erstes Beispiel ist die Entwicklung von **Schnittstellen der Mobilität** im Güter- wie auch im Personenverkehr. Diese Überlegung ist an sich nicht neu, seit Jahren gibt es dazu Modellprojekte. Gefragt sind allerdings neue Geschäftsmodelle, die integrierte Mobilitätskonzepte für Anbieter wie auch Nutzer attraktiv und finanzierbar machen. Die Kompetenzen aus den Leitmärkten Mobilität, Digitale Kommunikation und Ressourceneffizienz bilden hierfür eine starke Ausgangslage. Auch der Nachhaltige Konsum ist angesichts des wachsenden Anteils des Internethandels (und damit auch des Gütertransports) einzubeziehen.

Ein zweites Beispiel bilden **Industrie- und Gewerbeflächen, die gemeinsame Effizienz- und Synergieeffekte nutzen**. Auch hier lässt sich an eine lange und erfolgreiche Tradition der Verbundwirtschaft in der Montanindustrie anknüpfen. Steigende Kosten für Wasser, Energie und Rohstoffe lassen die Bereitschaft der Unternehmen für derartige Konzepte wachsen. Betreibergesellschaften wie etwa in Chemieparks üblich, Contractingmodelle oder auch Joint Ventures zwischen öffentlichen Versorgungsunternehmen liefern bereits die Basis für mögliche neue Geschäftsmodelle. Auch hier kann eine effektive Umsetzung erreicht werden, wenn Akti-

m metropoleruhr

irdenerung



Gegen den Strom fliegen!



Challenge 2020

20 REGELN

- Universalprinzipien
- Strategie
- Führung vs Management
- Family Governance
- Mitarbeiter



Probleme suchen!



werden Sie zum PROBLEM-TRÜFFELSCHWEIN!



GLÜCK AUF!



Dr. Wilder



in rasantem TEMPO!



- intelligente Infrastrukturen
- saubere Technologien
- Ressourceneffizienz
- Informations

Häuser werden intelligent!
+ produzieren ENERGIE

KOMMEN DER HOCHBURG
IM AN DER RUHR

vitäten von Unternehmen aus dem Industriellen Kern oder aus Leitmärkten wie Ressourceneffizienz oder Urbanes Bauen & Wohnen gebündelt werden.

Energieeffiziente Quartiere liefern ein drittes Beispiel. Es ist mittlerweile offensichtlich, dass im urbanen Raum Ressourceneffizienz auf der Quartiersebene die wirksamsten Erfolge erzielen kann. Allerdings sind hier auch Hürden zu überwinden: Eine komplexe bestehende Infrastruktur sowie eine heterogene Struktur von Beteiligten mit sehr unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten in Verbindung mit institutionellen Hemmnissen etwa bei der Kostenabrechnung lassen dieses Thema zu einer Herausforderung für Unternehmen aus Leitmärkten wie Urbanes Bauen & Wohnen, Ressourceneffizienz oder Digitale Kommunikation werden. Gefragt sind dabei technische Lösungen und integrierte Planungsstrategien, vor allem aber auch moderierende Leistungen und Finanzierungsmodelle.

Räume der integrierten Versorgung sind ein viertes Beispiel. Auch hier geht es um die Quartiersebene, vor allem mit Blick auf die Herausforderungen durch eine alternde Gesellschaft. Integrierte Versorgungsmodelle sollen dazu beitragen, ein Verbleiben älterer Menschen in den Quartie-

ren zu ermöglichen. Dafür müssen die hierfür notwendigen Betreuungsdienstleistungen, eine quartiersnahe und eine Versorgung des alltäglichen Bedarfs sowie Freizeitmöglichkeiten angeboten werden. Erste Ansätze hierfür sind vor allem im Leitmarkt Gesundheit vorhanden, es geht aber auch darum, Kompetenzen aus Leitmärkten wie Urbanes Bauen & Wohnen, Freizeit & Events oder Nachhaltiger Konsum einzubeziehen.

Neue Orte Ruhr bilden ein fünftes Beispiel. Der demografische Wandel bedeutet nicht nur, eine alternde Gesellschaft zu versorgen, sondern verlangt ebenso, Orte für die nachwachsende Generation zu bieten. Hier geht es um Orte, die Freiräume für Neues bieten, wo sich in den gängigen Märkten ungehobene Potenziale entfalten können, die ein entsprechendes kulturelles und auch kulinarisches Umfeld bieten. Derartige Szeneviertel sind oft für die Wahrnehmung einer Stadt oder Region zentral, sie ziehen Menschen an, sie leben immer auch von einer gewissen Unordnung und Offenheit. Sie sind schwer zu planen, das heißt, hier geht es vor allem darum, Orte als Freiräume anzubieten, die von den Nutzern, den Jugendlichen, von Kulturschaffenden oder den Anbietern von Kreativleistungen wie Events genutzt und gestaltet werden können.



Ausstellung
Colour your
City
Kalle



Herausgeber und Auftraggeber:**wirtschaftsförderung**  **metropoleruhr**

Wirtschaftsförderung metropoleruhr GmbH
 Ruhrstraße 1
 45468 Mülheim an der Ruhr

Auftragnehmer:

Institut Arbeit und Technik (IAT)
 Dr. Dieter Rehfeld, Jürgen Nordhause-Janzen
 Munscheidstraße 14
 45886 Gelsenkirchen

Gestaltung:

FREIWILD Kommunikation
www.freiwild-kommunikation.de

Quellen:

Alle quantitativen Darstellungen basieren auf Daten des Statistischen Bundesamtes, IT.NRWs, der Bundesagentur für Arbeit sowie auf Berechnungen des IAT Gelsenkirchen. Stand sozialversicherungspflichtig Beschäftigte: Juni 2009; Umsatz- und Unternehmenszahlen: Jahresdurchschnittswerte 2009.

Bildnachweis:

Cover: © wmr, Ralph Lueger (ThyssenKrupp)
 Seite 10: www.istockphoto.com/blyjak
 Seite 18: © wmr, Ralph Lueger (Knut's in Witten)
 Seite 26: © wmr, Ralph Lueger (Touchpoint)
 Seite 34, 37, 39: © wmr, Ralph Lueger (Rüttenscheider Markt, Essen, Limbecker Platz, Essen; Random Store, Bochum Ehrenfeld)
 Seite 46: © wmr, Ralph Lueger (Fraunhofer-inHaus-Zentrum)
 Seite 54: © wmr, Ralph Lueger (ExperConsult)
 Seite 62: © ECCO INDOOR TRAIL 2012, Lars Schneider
 Seite 71: © DACAPO, Urbanatix2012/Biker; Frank-Oppitz-Photography
 Seite 72: © wmr, Ralph Lueger
 (Horst Görtz Institut für IT-Sicherheit an der Ruhr-Universität Bochum)
 Seite 82: © wmr, Norbert Enker, Max-Planck-Institut für Kohlenforschung, Mülheim an der Ruhr
 Seite 91: © ThyssenKrupp Polysius AG
 (POLAB®-Shuttle-Installation mit zwei mobilen Robotern)
 Seite 94: © wmr, Frank Elschner
 (Graphic Recording Zukunftskongress Ruhr 2012)
 Seite 96: © wmr, Ralph Lueger (Knut's in Witten)

Druck:

Daube Druck Reiner Heger
www.druckerei-daube.de

Stand: Dezember 2012

www.business.metropoleruhr.de
 ISBN 978-3-9815722-0-9

