

Peter Dirksmeier

Innovationsförderung und Verwaltung: Das Beispiel der Freien Hansestadt Bremen

Promotion of innovation and administration: the example of the Free Hanseatic City of Bremen

Schlagwörter: Innovation, Verwaltung, Innovationsförderung, Bremen, Paradoxie, Creative Industries

Keywords: Innovation, administration, promotion of innovation, Bremen, paradox, creative industries

Kurzfassung

Der Aufsatz verfolgt die These, dass die Verwaltung als Institution der Herstellung von bindenden Entscheidungen die Adressatin von Forschungsergebnissen der Innovationsforschung sein sollte. Die Verwaltung steht bei der Innovationsförderung allerdings vor dem dreifachen Problem, dass Innovationen nicht-intendierbar sind, sie selbst ein nicht-innovatives Milieu bildet und auf Mehrheitsentscheide angewiesen ist. Der Beitrag analysiert den verwaltungsinternen Umgang mit diesen Hemmnissen anhand des Beispiels der Freien Hansestadt Bremen. Als Ergebnis zeigt sich, dass vor allem über Moderations- und Delegationsmaßnahmen den endogenen Widerständen der Innovationsförderung begegnet wird.

Abstract

The paper presents the thesis that the administration should be the target for innovation research. In the context of the promotion of innovations the administration deals with a threefold paradox. Innovations are non-intendable, the administration forms a non-innovative environment and the administration is dependent on majority decisions. Using the Free Hanseatic City of Bremen as a case study the paper scrutinizes the internal handling of these obstacles of the administration. As a main empirical finding it shows up that presentation and delegation are the main methods the administration uses to encounter its own endogenous resistances in the context of the promotion of innovation.

„Die Deutschen können Technologie, aber sie können keine Märkte.“

„Ich würde heute behaupten, Innovation fördern heißt sich klar machen, dass Innovation nur das ist, was erfolgreich am Markt ankommt.“¹

1. Problemstellung

Innovation ist eine irisierende Semantik, mit der die Politik zu operieren scheint, wenn sie Entscheidungen in Bezug auf die Zukunft als besonders gelungen, erfolgversprechend oder neu kommuniziert. Häufig sind diese Kommunikationsakte nichts weiter als das, was in der Alltagssprache als „heiße Luft“ bezeichnet wird. Es sind Ausführungen, die keinerlei Informationen enthalten, die der Adressat der Kommunikation nicht schon im Vornher ein besitzt (Frankfurt 2005, S. 43). Sie stellen in der Regel eine Übertreibung dar. Die Übertreibung ist eine besondere Funktion, die aus geringsten Differenzen ihrer Operan-

ten wirkmächtige Unterschiede erzeugt (Leary 1976, S. 36), die die Beteiligten in der politischen Kommunikation wiederum in Wert setzen. Der Innovationsbegriff ist ein häufiger Topos der politischen Übertreibung. Über die Förderung von Innovationen sollen von politischer Seite Dörfer, Stadtteile, Städte oder ganze Regionen ökonomisch besser gestellt werden. Die Politik sieht Innovationen als eine Zauberformel für regionale ökonomische Prosperität an. Die geographische Innovationsforschung fragt folgerichtig vor allem nach der regionalen Verteilung von Innovationen und Innovationsleistungen und deren Auswirkungen auf

die globale Wirtschaft eines Areals (für die USA Feldman/Florida 1994; für Ostasien Edgington 2008; für Europa zuletzt Caprarezse 2007; Ponds/van Oort 2008; Wink 2007).

Mit Blick auf das politische System schlägt der Bielefelder Soziologe Niklas Luhmann die operative Unterscheidung Politik/Verwaltung vor. Verwaltung bezeichnet dabei diejenigen Handlungssysteme, die darauf spezialisiert sind, nach Maßgabe von Plänen und Programmen bindende Entscheidungen herzustellen. Eine Entscheidung gilt per definitionem als bindend, wenn sie in der sozialen Umwelt des Verwaltungssystems akzeptiert wird. Luhmanns Argument ist, dass sich aufgrund von unterschiedlichen Kommunikationskulturen innerhalb des politischen Systems eine Binnendifferenzierung ergibt – die rationale Verwaltung und die expressive Politik. Damit entstehen im politischen System aufgrund der funktionalen Spezifizierung von Rationalität und Expressivität strukturelle Diskrepanzen (Luhmann 1971, S. 66). Diese Binnendifferenzierung des politischen Systems paust sich allerdings nicht in die wissenschaftlichen Arbeiten über Innovationen durch. Die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen dieser Forschung sind meist an die Politik adressiert, nicht aber an die Verwaltung, in deren Aufgabenfeld die Innovationsförderung hingegen häufig fällt (prominent für diese Adressierung Florida/Kenney 1993, S. 649).

Die interne Differenzierung des politischen Systems in eine rationale Verwaltung, die bindende Entscheidungen produziert, und in eine expressive Politik, die über diese Entscheidungen kommuniziert, lässt die Folgerung zu, dass Wirtschaftsförderung und Planungsmaßnahmen eine genuine Aufgabe der rationalen Verwaltung sind. Dies gilt ebenfalls für die Innovationsförderung. Ressourcenintensive Innovationsprozesse werden von Handlungsträgern der Wirtschaft nur unter bestimmten Bedingungen angestrebt. Fördermaßnahmen zielen mithin auf diese Rahmen setzenden Begrenzungen. Der Ökonom Giovanni Dosi kommt zu dem Ergebnis, dass drei Faktoren für die Investition von Wirtschaftsakteuren in potenzielle Innovationen wesentlich sind. Die Akteure müssen zunächst überzeugt sein, dass eine bis dato nicht entdeckte oder implementierte Technik bzw. wissenschaftliche Möglichkeit besteht. Sie müssen darüber hinaus davon ausgehen, dass ein Markt für die Resultanten des Inventionsprozesses gegeben ist, und der aus der Implementierung der Innovation zu erwartende Profit muss schließlich über dem notwendigen Ressourceneinsatz liegen (Dosi 1988a, S. 1120). Die Innovationsförderung steht damit vor der vielschichtigen Aufgabe, das grundlegende Moment der Unsicherheit, das dem Innovationsprozess in Form von Investitionen inhärent ist, mit geeigneten Fördermaßnahmen zu begegnen (Dosi 1988b, S. 222).

Vor dem Hintergrund der analytisch-begrifflichen Unterscheidung Politik/Verwaltung untersucht der Beitrag die Vielschichtigkeit der Förderung von Innovationen am Beispiel der Verwaltung der Freien Hansestadt Bremen.

Er greift damit die Binnendifferenzierung des politischen Systems analytisch auf und stellt auf die Rationalität der Verwaltung im Gegensatz zur Expressivität der Politik ab. Die diesem Vorgehen zugrundeliegende These ist, dass die Herstellung von bindenden Entscheidungen in Bezug auf die Förderung von Innovationsprozessen eine Aufgabe der Verwaltung und nicht der Politik ist, somit stärker die Verwaltung Adressatin der Innovationsforschung sein sollte. Die Rationalität der Verwaltung ist wiederum in Bezug auf die Förderung von Innovationen mit einer dreifachen Paradoxie konfrontiert, die mit ihrer endogenen Vernunftbestimmtheit kollidiert. Innovationen sind nicht-intendierbar und erscheinen häufig erst retrospektiv als Innovation. Die Verwaltung ist mit einem ihr eigenen nicht-innovativen Milieu konfrontiert, in dem starke Beharrungskräfte eine strukturelle Veränderung verhindern. Und die Verwaltung selbst tritt als ein „unbegabter Akteur“ (Ibert 2005, S. 600) auf, der seine kollektiv bindenden Entscheidungen als Mehrheitsentscheide trifft, Innovationen aber zum Zeitpunkt ihres Entstehens selten mehrheitsfähig sind. Der Aufsatz prüft den Umgang mit diesen Hemmnissen der Innovationsförderung anhand des Fallbeispiels der Bremer Verwaltung empirisch. In einem ersten die Untersuchung vorbereitenden Schritt arbeitet der Beitrag zunächst das Problem der Förderung von Innovationen in der kommunalen Verwaltung theoretisch heraus (Abschnitt 2). Kapitel drei enthält einige Bemerkungen zur Methode. Der vierte Abschnitt stellt die Resultate einer empirischen Studie² zu dem Problem der Innovationsförderung in der Verwaltung der Freien Hansestadt Bremen heraus. Diese Ergebnisse werden getrennt nach den o.a. drei Paradoxien der Innovationsförderung ausgearbeitet (Abschnitt 4). Der Aufsatz schließt mit einigen schlussfolgernden Bemerkungen (Abschnitt 5).

2. Die Förderung von Innovationen als Problem des politischen Systems

2.1 Innovation und Innovationsprozesse

Die Bedeutung von Innovationen für die Fortentwicklung einer Volkswirtschaft oder der Gesellschaft wird kaum mehr bestritten. Die Erklärung dieses Phänomens fällt dagegen je nach Kontext, ob ökonomisch, soziologisch, raumplanerisch oder geographisch, unterschiedlich aus. Der Begriff Innovation bezeichnet eine Neuerung im technischen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen, institutionellen und soziokulturellen Sinne. Gemäß der klassischen Begriffsbildung von Joseph Schumpeter sind Innovationen definiert als der Prozess der Neukombination und schöpferischen Zerstörung durch die Kombination von Produkten, Techniken, Verfahren, Märkten und Finanzkapital, d.h. eine Innovation führt vorher getrennte Bereiche zusammen und verbreitet anschließend Produkte und Prozesse auf dem Markt (Nowotny 2007, S. 3). Schumpeter fand für diesen Sachverhalt das Synonym der objektiven Möglichkeit (1939, S. 97). Diesen objektiven Möglich-

keiten wohnen zwei Tendenzen inne. Sie treten zum einen stoßweise und geballt auf, da erst bestimmte Innovationen wiederum folgende Innovationen bedingen. Innovationen treten zum anderen räumlich und zeitlich geschlossen auf, da ihnen die Tendenz zu Eigen ist, sich auf bestimmte Sektoren und deren Umwelt zu konzentrieren (a.a.O. 1939, S. 100–101, Schumpeter 1935, S. 4).

Theoretisch formuliert korreliert Innovation mit der Existenz einer problemgenerierenden Struktur. Eine solche Struktur kennzeichnet, dass ihre zugelassenen Operationen³ Probleme entstehen lassen, die meist nur über eine Neudefinition der Operanden oder durch eine Modifikation der Operationen gelöst werden können. Erst danach können neue Probleme bearbeitet werden. Das Auftreten von Problemen gibt demnach Anlass für Transformationen. Operationen schaffen mitunter Probleme, die anschließend als Innovation, d.h. als Transformation von Operanden oder Operationen gelöst werden (Hernes 1995, S. 124). Dies kann zum Beispiel der Fall sein, wenn eine Regel – etwa ein Gesetz – eine mehr oder weniger bedeutende Unbestimmtheitszone entstehen lässt, da die Anwendung der Regel auf einen bestimmten Fall ein Interpretationsproblem aufwirft, das nicht dadurch gelöst werden kann, dass eine ergänzende Regel zu richtigen Regelinterpretation hinzugezogen wird (Bouveresse 1993, S. 50). Klassisches Beispiel für diesen Fall ist die im Ausgang des Mittelalters entstehende Innovation der „juristischen Person“ als Reaktion auf das juristische Problem der Gründung von Organisationen und Korporationen. Mit dieser begrifflichen Innovation konnten fortan Organisationen wie Individuen behandelt und die bestehenden Gesetze beibehalten werden (Hernes 1995, S. 126). In ihrer planungstheoretischen Lesart bezeichnet Innovation eine Veränderung, die sich gegen die Logik bestehender Regeln vollzieht. Innovation stellt auf das Handeln im Gegensatz zur rein geistigen Idee ab. Innovationen sind planungstheoretisch formuliert unmoderne Handlungen, die gegenwärtige Regeln des Handelns überschreiten und sich damit als erfolgreich und folgenreich erweisen (Ibert 2005, S. 600).

Neuere ökonomische Begriffsbestimmungen von Innovation verweisen auf deren Prozesscharakter als Abfolge von Invention, verstanden als neues Wissen, das bis zur Anwendungsreife eines ersten Produktes entwickelt wurde und Diffusion als dessen Ausbreitung unter den bedeutsamen Akteuren (Dosi 1988b; Silverberg et al. 1988). Giovanni Dosi konzipiert den Innovationsbegriff auf der Grundlage der Unterscheidung von Information und Wissen. Innovation ist ein Ablauf von Invention und deren Diffusion als eine Vereinfachung zur Erreichung technischer Vorteile. Innovation umfasst darüber hinaus die Möglichkeit des Innovators, ökonomische Vorteile zu erzielen (Dosi 1988b, S. 234). Giese und Nipper differenzieren den Begriff Innovation in den Gesamtprozess der Innovation selbst, den sie als die erstmalige Einführung oder Anwendung eines Produktes oder Organisationsverfahrens

am Markt konzipieren und in die assoziierten Teilprozesse der Invention und Diffusion (Giese/Nipper 1984, S. 205). Eine weitere Differenzierung von Innovationen ist nach ihren jeweiligen Realisierungsbereichen möglich. Produktinnovationen bezeichnen demnach die Entwicklung neuer oder die technische Optimierung vorhandener Produkte. Prozessinnovationen benennen die Modifizierung der Herstellungsverfahren und Organisationsinnovationen die Umgestaltung in der Organisation von Bezug, Produktion und Absatz von Produkten (Kulke 2008, S. 94). Der Begriff der Innovation verweist damit immer auf die Entstehung von Neuem und dessen Durchsetzung auf dem jeweiligen Markt.

2.2 Die Organisation von Innovationsprozessen

Vor dem skizzierten Hintergrund der Vielzahl an Innovationskonzepten versteht der Beitrag in Anlehnung an Dosi unter Innovation einen Prozess der Abfolge einer Invention als besondere Konstellation von Informationen und Wissen in einem Subjekt oder einer Organisation und der Diffusion dieser Invention, die mit ökonomischen Vorteilen für den jeweiligen Inventor verbunden sind. Nicht die jeweilige spezielle Förderung von Produkt-, Prozess- oder Organisationsinnovationen steht im Vordergrund der vorliegenden Untersuchung, sondern die Förderpolitiken des Innovationsprozesses im Allgemeinen, der mit ökonomischen Gewinnen in Verbindung gebracht wird.

Innovationsprozesse verlaufen in der Regel diskontinuierlich, d.h. in regionalen und sektoralen Clustern (Lasuén 1973, S. 168). Statistische Analysen zeigen, dass der Kontext-Effekt akkumulierender Innovationen beispielsweise als „Spillover“ universitärer Forschung in die jeweils angrenzende Region nachweisbar ist, sich allerdings nicht zwischen Regionen findet (Jaffe 1989, S. 967–968). Im Innovationsprozess aus der Universität heraus ist nicht die Anzahl der Inventionen der kritische Punkt, sondern die Vermittlung des neuen Wissens in die Firmen hinein (Schamp/Spengler 1985, S. 172). In der Regionalökonomie dominiert darauf aufbauend die These, dass die räumliche Nähe von Unternehmen, die hohe urbane Unternehmensdichte und -vielfalt einen Wissensaustausch zwischen Unternehmen ermöglicht und so die Innovationsfähigkeit der Unternehmen erhöht (z.B. Leamer/Storper 2001; Storper/Venables 2004). Die Geographie hat im Anschluss an diese These das Argument der räumlichen Emergenz entwickelt, wonach Innovationen als Ergebnis von kumulierten Ressourcen und Wissen interpretiert werden, die sich an bestimmten Orten im Raum konzentrieren (Feldman/Florida 1994, S. 212). Als Mechanismus fungieren hier regionale kollektive Lernprozesse von vernetzten, auf Technologie basierenden kleinen und mittleren Unternehmen, die in der Literatur nachgewiesen sind (Keeble et al. 1999; Lawson/Lorenz 1999). Entsprechend reagiert das politische System seit den 1990er Jahren mit Förderprogrammen zur Clusterbildung und der Unternehmensvernetzung. Über die Förderung von Innovationen versucht das

politische System, u. a. regionale Disparitäten zu verringern und Wettbewerbsnachteile an peripheren Standorten zu vermindern. Im Zusammenhang mit einer innovationsorientierten Regionalpolitik taucht daher neben der reinen Finanzhilfe das Instrument der Technologie und Gründerzentren⁴ auf, meist für Klein- und Mittelbetriebe an peripheren Standorten, mit dessen Hilfe diese in die Lage versetzt werden sollen, neue und erfolgversprechende Produktionsverfahren, Produkte und Organisationsformen zu implementieren. Der Erfolg dieser Einrichtungen in Hinblick auf Innovationen ist in der Literatur hingegen umstritten (Behrendt/Tamásy 1997).

Als Indikator des Erfolgs dieser öffentlichen Innovationspolitik bietet sich das in den Regionen investierte Venture Capital an. Venture Capital kann jedoch ebenso eine Erfolgsvoraussetzung für die Clusterbildung sein, neben anderen Faktoren wie leistungsstarke Institutionen (Klagge 2003) oder erfolgreiches Lernen (Keeble et al. 1999). Es zeigt sich hingegen empirisch, dass die Aktivitäten von Investmentunternehmen in einer Region zu einer deutlichen Verstärkung der Innovationsleistung führt (Sunley et al. 2005, S. 268). Dies vollzieht sich zum einen über die Umlenkung von öffentlichen Geldern in Investmentkapital und zum anderen über die Direktinvestitionen der Kapitalunternehmen in die von ihnen als besonders innovativ beobachteten Firmen. Erfolgreiche Innovationen ziehen privates Investmentkapital an.

Innovation und die Kommunikation über Innovation entwickelt sich aktuell in Richtung einer Kultur der Offenheit in Bezug auf eine zunehmend unsichere Zukunft. Die Wissenschaftstheoretikerin Helga Nowotny stellt in diesem Zusammenhang die These auf, dass Innovation die soziale Leerstelle füllt, die aus der Ungewissheit gegenüber der Zukunft folgt (Nowotny 2007, S. 10). Aus dieser Tatsache resultiert ihre Attraktivität für die Politik. Über Innovation wird versucht, die Zukunft positiv zu verändern. Innovation steht mithin in der Gegenwartsgesellschaft an der Stelle, an der im Mittelalter die Astrologie stand (Eliade 1978, S. 65). Über die Organisation von Innovationen versucht das politische System, regulierend auf zukünftige, vom Standpunkt der Gegenwart aus unbekannte, ökonomische Prozesse einzuwirken.

Von dem Bonner Wirtschaftsgeographen Oliver Ibert stammt in diesem Sinnzusammenhang der Vorschlag, mithilfe einer Institutionalisierung von Fremdheit zu einer Organisation von Innovationsprozessen zu gelangen. Ibert vertritt die These, dass die behördliche Planung Bedingungen schaffen sollte, unter denen Fremde interagieren können. Innovationen würden auf diese Weise strukturell angelegt, da Neues entstünde, wenn Fremde in alten Strukturen interagieren, die sie während des Interaktionsprozesses modifizieren (a.a.O., S. 604). Der Fremde ist häufig Mittler und „*early adopter*“ von Inventionen und damit ein sekundärer Inventor, da er aufgrund seiner sozialen Position der Distanz, Isolation und Desintegration gezwungen

ist, Inventionen zum eigenen Schutz oder zu einer Ökonomisierung der sozialen Umwelt zu übernehmen (Hettlage 1987, S. 33). Entscheidend ist dabei das Charisma,⁵ das bestimmten Fremden erlaubt, wirtschaftliche und soziale Gegensätze innerhalb der Fremdgruppe zu überwinden und so die am erfolgversprechendsten erscheinende Maßnahme durchzusetzen (Günther 1927, S. 220). Iberts These ist, dass wenn eine Institutionalisierung dieser Eigenschaften des Fremden gelingt, die Entstehung von Innovationen bereits strukturell im jeweiligen Funktionssystem angelegt sei (Ibert 2005, S. 604). Ibert beschreibt damit eine Organisation zweiter Ordnung. Er stellt die Bedeutung der Bereitstellung von Gelegenheiten heraus, die wiederum Gelegenheiten für Inventionen und anschließend Innovationen bieten. Damit erhöht sich die Wahrscheinlichkeit für die Entstehung von Innovationsprozessen. Empirische Hinweise für Iberts theoretische These finden sich in Italien. Dente et al. kommen in einer empirischen Studie zu Governanceprozessen in Turin und Mailand zu dem Ergebnis, dass das Niveau der Innovativität mit einer komplexen und kompakten kommunalen Governancestruktur korreliert, in der Akteure aus den unterschiedlichsten sozialen Bereichen zusammenkommen und interagieren, mithin Fremdheit institutionalisiert in Wert gesetzt wird (Dente et al. 2005, S. 49).

Vor diesem theoretischen Hintergrund der Vielschichtigkeit der Organisation von Innovationsprozessen greift der Beitrag aus der Vielzahl an existierenden Förderpolitiken und Förderkonzepten wie Technologie und Gründerzentren, Risikokapitalinvestments privater und öffentlicher Akteure usw. diejenigen Handlungen der Verwaltung in der Freien Hansestadt Bremen heraus, die sich gegen die Logik bestehender Regeln wenden. Ein besonderes Augenmerk richtet sich dabei auf die Strategien der Förderung der Creative Industries in Bremen, die als kreatives Milieu und eigenständiges Innovationsfeld angesprochen werden. Das Ziel dieses Vorgehens ist es, auf empirischer Basis herauszuarbeiten, ob in Bremen neue Formen der institutionellen Förderung von Innovationsprozessen eingesetzt werden, wie z. B. die Institutionalisierung von Fremdheit, und wie die Verwaltung in Bremen mit den sich aus diesen Förderstrategien ergebenden eingangs des Beitrags angeführten Widersprüchen und Paradoxien verfährt.

3. Methode

Die Studie basiert auf 21 Experteninterviews⁶ und einer vorgeschalteten Dokumentenanalyse, die im November und Dezember 2007 in Bremen und Bremerhaven durchgeführt wurde (Dirksmeier/Helbrecht 2008). Ziel dieses Vorgehens war es, die Handlungen der Bremer Verwaltung zu analysieren, mit denen in der Freien Hansestadt versucht wird, die Rahmenbedingungen für Innovationsaktivitäten im Allgemeinen zu verbessern. Den Ausgangspunkt der Untersuchung bilden schriftliche Dokumente als institutionalisierte Spuren von verschiedenen Förderstrate-

gien, die Schlussfolgerungen über Aktivitäten, Absichten und Erwägungen ihrer Verfasser bzw. der von ihnen repräsentierten Organisationen erlauben (Wolff 2003, S. 503). Ausgewertet wurden Konzepte und Strategiepapiere der Wirtschaftsförderung, Sitzungsprotokolle des ressortübergreifenden Arbeitskreises Kulturwirtschaftsbericht, die vorliegenden quantitativen Studien zum Wissenstransfer, zur Lebensqualität von Hochqualifizierten und zur Innovationshäufigkeit in Bremen, Reden der politischen Akteure zum Thema Innovation sowie die Kulturhauptstadtbewerbung der Freien Hansestadt Bremen.

Der Dokumentenanalyse schlossen sich 21 leitfadengestützte Experteninterviews an, die auf den Ergebnissen der Quellenanalyse aufbauten. Dabei standen besonders die Handlungsstrategien im Fokus, die auf die Förderung von Innovationen abstellen. Bei den ausgewählten Gesprächspartnern handelt es sich um Akteure, die aktiv an der Formulierung und Umsetzung von Förderstrategien in der Verwaltung beteiligt sind. Der Bremer Wirtschaftsförderung, Wirtschaftsbehörde und den Arbeitgeberverbänden sind zehn Gespräche zuzuordnen, die sich auf Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung und des Arbeitgeberverbandes selbst, der Handels- und Arbeitnehmerkammer, den senatorischen Behörden für Wirtschaft und Stadtentwicklung sowie des Stadtmarketings verteilen. Kultur als eine Strategie der Wirtschafts- und Innovationsförderung wurde in Bremen zum Zeitpunkt der Untersuchung verstärkt vor allem im Rahmen des Kulturwirtschaftsberichts diskutiert. Daher entfielen auf die Kulturförderung fünf Gespräche mit Mitarbeitern der Kulturbehörde sowie mit Kultur befasster Akteure der Handels- und Arbeitnehmerkammer. Vier Gesprächspartner sind Akteure der Creative Industries und je ein Gespräch fand mit dem Leiter der Senatskanzlei Bremen sowie eines Wirtschaftswissenschaftlers von der Universität Bremen statt.

4. Die Förderung von Innovationen in der Bremischen Verwaltung

Das innovationspolitische Vorgehen in der Freien Hansestadt Bremen ist durch das Programm „Innovative Region/High-Tech-Region/Bremen/Bremerhaven“ geprägt. Der Strukturwandel von einem vornehmlich industriell geformten Standort zu einem Dienstleistungs- und Hochtechnologiestandort wird von mehreren Förderprogrammen, dem Investitionssonderprogramm, wirtschafstrukturalpolitischen Aktionsprogrammen und dem Innovationsprogramm „InnoVision 2010“ begleitet. Das Neue an dem letzten Förderentwurf „InnoVision 2010“ ist ein stärkerer Einbezug der Kulturförderung, um weiche Standortfaktoren – wie z. B. die Lebensqualität – in der Region zu entwickeln. Grundannahme ist hierbei, dass die fokussierten Hochqualifizierten und Dienstleister sensibel für eine Verbesserung der Lebensqualität, Schulqualität oder des Kulturangebots sind. Die Innovationsförderung in der Verwaltung der Freien Hansestadt Bremen verteilt sich aufgrund

dieses Förderkonzepts auf im Wesentlichen zwei Bereiche, der Wirtschaftsbehörde mit ihren Untergesellschaften und Wirtschaftsförderungseinrichtungen⁷ und der Kulturbehörde. Darüber hinaus sind noch Teile der sog. Creative Industries⁸ mit der behördlichen Förderung und Umsetzung von Innovationen im Rahmen von Landesprojekten betraut. Die Creative Industries treten in diesem Zusammenhang als ein eigenständiger Innovationsbereich auf, sie sind gleichzeitig Nachfragerin von Innovationen und sie werden als Erzeugerin eines innovativen Milieus beobachtet. Aus diesen Gründen wurden die Creative Industries in die Untersuchung miteinbezogen. Der folgende Abschnitt stellt die Ergebnisse der Studie getrennt nach den drei Paradoxien der verwaltungsinternen Innovationsförderung vor.

4.1 Die Nicht-Intendierbarkeit von Innovationen und Innovationsförderung

Der theoretische Vorschlag von Ibert, zur Organisation von Innovationen eine Institutionalisierung des Fremden vorzunehmen (Ibert 2005, S. 604), da der Fremde aufgrund seiner Eigenschaft der Objektivität ein Inventor sui generis sei (klassisch für diese Position: Sombart 1987, S. 883), findet sich in der Bremer Wirtschaftsbehörde in modifizierter Form wieder. Über die Objektivität des Fremden sollen Zufälle zum Aufbau von Strukturen genutzt und damit auf die Nicht-Intendierbarkeit von Innovationsprozessen reagiert werden. Ein genuines Ziel ist hier die Vermittlung von kulturellem Wissen aus dem kreativen und künstlerischen Milieu in die Wirtschaft. Die Bremer Wirtschaftsbehörde verfügt mit der Bremer Design GmbH über eine Tochtergesellschaft, die als Institution diese Übertragung organisiert. Dies vollzieht sich vor allem über Messen, Workshop-Veranstaltungen und Seminare, die die sich gegenseitig fremden Akteure einander näher bringen soll. Aus diesen neu geschaffenen Netzwerken heraus sollen Innovationsprozesse entstehen. Eine zweite institutionelle Zusammenführung von Fremden ist der von der Wirtschaftsförderung organisierte „Runde Tisch“, der bei einer bereits vorliegenden Invention alle Beteiligten physisch zu einem Gespräch vereint, den Inventor wie Vertreter der Bremer Investitionsbank, Wirtschaftsförderung und Politik. Die sich bis dato Fremden suchen gemeinsam nach Realisierungsmöglichkeiten der vorgestellten Invention, um sie anschließend in eine marktgängige Innovation zu überführen. Eine dritte Weise, das theoretische Innovationspotenzial des Fremden zu nutzen, sind bestimmte Programme zur Unterstützung von Migranten. Migranten in der Bundesrepublik Deutschland zeigen eine starke Neigung, sich selbstständig zu machen (Statistisches Bundesamt 2009). Die Bremer Wirtschaftsbehörde reagiert auf diese Tatsache mit fremdsprachigen und bedürfnisgerechten Beratungsangeboten, um das Innovationspotenzial der Migranten zu aktivieren.

Das Ziel der Zusammenführung von Kreativwirtschaft und Kunstszene mit der klassischen Wirtschaft in Bre-

men ist es, eine neue Innovationskultur in der Hansestadt zu verankern. Die Bremer Design GmbH unternimmt eigene Forschungen mit dem Ziel herauszufinden, wie sich die angewandten kreativen Disziplinen an einem Wirtschaftsstandort verhalten. Auf diesen Erkenntnissen aufbauend wird nachfolgend eine bedarfsgerechte Förderpolitik implementiert. Als Methoden kommen sowohl qualitative Interviews als auch Ausstellungen zum Einsatz. Als entscheidender Punkt der Innovationsförderung trotz der Nicht-Intendierbarkeit von Innovationsprozessen wird die Verbindung des technischen Wissens mit der besonderen Kompetenz von Künstlern und anderen Kreativen angesehen. Die Zielvorstellung sieht eine symbiotische Verbindung von Technik und Design vor, wie sie etwa in Produkten wie dem Ipod angedeutet ist.

Ein neues Instrument der Bremer Innovationsförderung ist die Gestaltung von Business Improvement Districts (BID) als Innovationsbereiche. Die Institution des Business Improvement Districts stammt ursprünglich aus Nordamerika und ist definiert als: „a territorial subdivision of a city in which property owners or businesses are subject to additional taxes. The revenues generated by these district-specific taxes are reserved to fund services and improvements within the district and to pay for the administrative costs of BID operations. BIDs' services are provided in addition to those offered by city governments“ (Briffault 1999, S. 368). Obwohl BIDs ein junges Phänomen sind – der erste BID entstand 1975 in New Orleans (a.a.O., S. 367), – können sie bereits für die Außenwahrnehmung von Städten in den USA bestimmend werden, wie empirische Studien zeigen (Ward 2007). In der Bundesrepublik Deutschland sind die Länder für die Erlassung von Gesetzen zuständig, die BIDs ermöglichen. Die Freie und Hansestadt Hamburg hat am 31.12.2004 ein erstes solches Gesetz in Deutschland erlassen. Die Freie Hansestadt Bremen folgte am 12.07.2006 mit dem Bremischen Gesetz zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren, indem explizit auf die „Stärkung der Innovation“ (Bremische Bürgerschaft 2006) abgestellt wird. Über den institutionalisierten Zusammenschluss von Grundeigentümern und Gewerbetreibenden zur Verbesserung des geschäftlichen und städtischen Umfeldes erhofft sich die Bremer Verwaltung eine Generierung von Innovationsprozessen im Handelssegment. Mit dieser Maßnahme gibt die Verwaltung bewusst einen Teil ihrer Handlungskompetenz an die private Wirtschaft ab, um auf diesem Wege sämtliche Innovationspotenziale auszuschöpfen. Momentan befinden sich in Bremen zwei BIDs in der Gründungsphase. In Bremerhaven ist darüber hinaus ein weiteres implementiert. Über den bisherigen Erfolg kann die Bremer Verwaltung aufgrund der Kürze der Maßnahmen noch keine Angaben machen.

Die Creative Industries sind eine weitere Strategie der Bremer Verwaltung, der Nicht-Intendierbarkeit von Innovationen zu begegnen. Den Kernbereich der Creative Industries definiert die Bremer Wirtschaftsförderung über die Felder

Medien, eEntertainment und eCulture. Der Großteil der Creative Industries in Bremen gehört zu den Klein- und Kleinstunternehmen, die weniger als 50 bzw. zehn Mitarbeiter beschäftigen und deren Umsatz zehn bzw. zwei Mio. Euro nicht übersteigt. Diese Klein- und Kleinstunternehmen werden als „Generators of Diversity“ (Jacobs 1992, S. 143) im Sinne von Jane Jacobs betrachtet. Ihnen wird in der Fachliteratur großes Innovationspotenzial zugeschrieben, das mit vergleichsweise geringem finanziellem Aufwand zu fördern ist (Scott 2001; Scott 2006). Die Creative Industries werden in Bremen gezielt zur ökonomischen Entwicklung und zur Revitalisierung großer Industrie- und Hafenbrachen eingesetzt. Größtes Projekt ist in diesem Zusammenhang die Bremer Überseestadt, mit 300 ha Gesamtfläche bei 3,5 km Länge annähernd doppelt so groß wie das bekanntere Projekt der 155 ha großen Hamburger HafenCity. Die Creative Industries sollen Vielfalt und eine innovative Atmosphäre im ehemaligen Bremer Überseehafen erzeugen. Sie werden daher als Nachfragerin von Innovationen und als Produzentin von Innovationen gefördert. Ziel ist die Etablierung von Urbanität in den aufgelassenen Hafenflächen in Bremen.

Die Bremer Wirtschaftsförderung unterstützt die Creative Industries mit einer Förderstrategie, die sie selbst als „Partisanenstrategie“ titulierte. Über die Maßnahmen klassischer Wirtschaftsförderung hinaus unterstützt sie flexibel und mit geringem finanziellem Aufwand verschiedene Projekte und Ideen im Kleinen. Die Wirtschaftsförderung operiert damit im übertragenen Sinne wie ein Partisan. Dieser Begriff stammt aus der Militärgeschichte und bezeichnet einen beweglichen paramilitärischen Kämpfer (Horn 1998). Die „Partisanenstrategie“ setzt nicht auf ein dominierendes Leuchtturmprojekt. Die Fördermaßnahmen streuen stattdessen breit über verschiedene Projekte und sollen auf diese Weise Vielfalt generieren, die weitere Innovationsprozesse entstehen lässt. Die Bremer Überseestadt ist dabei das räumliche Hauptzielgebiet. Beihilfen zur Förderung der Creative Industries umfassen in der Überseestadt z. B. Netzwerkveranstaltungen und Szene-Events, die Gründungsunterstützung „Ideenlotsen in der Überseestadt“, einen Stipendiatenwettbewerb und eine Entwicklerwerkstatt.

Die Kleinteiligkeit der Maßnahmen ist eine Reaktion der Verwaltung auf die Kleinmaßstäblichkeit und die Überlebenswahrscheinlichkeiten der Betriebe in den Creative Industries. Potenzielle Adressaten von Förderprogrammen sind für Wirtschaftsförderer nur schwer aufzufinden. Dennoch werden diese Akteure als wichtig betrachtet, um Urbanität herzustellen, die wiederum eine innovative Atmosphäre erzeugt. An dieser Stelle setzt die Partisanenstrategie an. Sie versucht, über eine breite, undifferenzierte und bewegliche Initialförderung aussichtsreiche Projekte zu erkennen. Zeigen sich die geförderten Projekte und Betriebe nach einer Initialphase als erfolgreich, profitieren sie im Anschluss von den regulären, finanziell lukra-

tiveren Fördermaßnahmen der Bremer Wirtschaftsförderung. Die Partisanenstrategie fungiert damit als ein Filter, der Signifikanz und Struktur aus insignifikanten und zufälligen Projekten der Creative Industries extrahiert. Dieser Filter soll Gelegenheitsstrukturen für das Entstehen von Innovationsprozessen bieten.

Als wichtigste Förderstrategie der Bremer Verwaltung lässt sich abschließend die Moderation charakterisieren. Innovationen und eine moderne Innovationskultur am Standort sollen über die systematische Zusammenführung von verschiedensten, einander fremden Akteuren aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Subfeldern wie Unternehmen, Kunstszene, Grundlagenforschung usw. erreicht werden. Diese Moderationen sind teilweise in Veranstaltungen, Messen, Runden Tischen oder Tochtergesellschaften der Wirtschafts- und Kulturbehörde institutionalisiert, sodass die theoretischen Überlegungen zur Aktivierung der Innovationspotenziale des Fremden in der Bremer Verwaltung zumindest implizit auftauchen.

4.2 Das nicht-innovative Milieu der Verwaltung und Innovationsförderung

Das Innovationspotenzial in Bremen ist im deutschlandweiten Vergleich durchschnittlich, wie vergleichende Studien zu Wirtschaftsstandorten belegen (zuletzt etwa Prognos AG 2002, BAW 2007). Die Bremer Wirtschaft steht vielmehr vor dem Problem, die potenziellen Innovationen in ökonomischen Mehrwert zu übersetzen. Bisherige Inwertsetzungen stellen vor allem auf den „Spillover-Effekt“ der universitären Forschung ab, der in der Literatur empirisch nachgewiesen ist (Jaffe 1989), d.h. Inventionen sollen in den Hochschulen entstehen und anschließend ökonomisch in privatwirtschaftlichen Unternehmen in Wert gesetzt werden. Dieses sog. „linear model“ (Pavitt 2005, S. 93) der Innovationsübertragung ist in Bremen verbesserungsfähig. Bremen ist mit zwei Universitäten, zwei Hochschulen, zwei Fachhochschulen und neunzehn außeruniversitären Forschungsinstituten im Bereich der Forschung und Entwicklung (FuE) gut ausgestattet. Eine Analyse der Übertragung dieses Innovationspotenzials in Unternehmensgründungen im deutschlandweiten Vergleich „hat ergeben, dass die Zahl der hochschulbezogenen Gründungen weiter erhöht werden kann“ (Meurer/Sünner 2004, S. 10). Die Innovationskultur in Bremen ist primär technikergerichtet, d.h. die Struktur des Wirtschaftsstandorts als Hafen- und Industriestadt paust sich in die Innovationskultur durch.

In der Bremer Verwaltung ist ein langsamer Mentalitätswechsel erkennbar, der Innovationsprozesse nicht länger mit Patenten, Ingenieuren oder Grundlagenforschung assoziiert, sondern bewusst auf Inventionen abstellt, die am Markt erfolgreich sind. Dabei wird akzeptiert, dass Innovationen mit Schnelligkeit und unternehmerischen Risiko gekoppelt sind. Die Bremer Wirtschaftsförderung stellt daher, z. B. im Bereich der Medien und IT Förderung, seit

zwei Jahren einen Risikokapitalbetrag zur Verfügung, der ca. 25 % der gesamten Förderung in dem jeweiligen Wirtschaftsegment ausmacht. Dieses Risikokapital dient ausschließlich der schnellen und riskanten Förderung von kurzfristig entstandenen innovativen Projekten. Es wird in der Literatur häufig betont, dass innovative regionale Ökonomien den Zufluss von Risikokapitalanlagen benötigen, um eine neue ökonomische Struktur von kleinen technologischen Firmen aufzubauen. Die Innovationsleistung dieser Unternehmen korreliert dabei mit dem Zufluss an Kapital (Sunley et al. 2005, S. 256). Der von der Bremer Wirtschaftsförderung verwendete Innovationsbegriff ist mithin bewusst breit angelegt und bietet vielfältigen Projekten eine Chance auf finanzielle und strukturelle Förderung. Nach Maßgabe der Bremer Wirtschaftsbehörde fallen sowohl Modifizierungen in der Servicestruktur kleiner Handwerksbetriebe, Premieren im Theater, Kunstaussstellungen als auch ingenieurwissenschaftliche Inventionen in die förderungswürdigen Kategorien der Innovationsförderung. Diese bewusste Breite der Zielkategorien, die sich ebenfalls in der Struktur der Wirtschaftsbehörde und ihren Untergesellschaften spiegelt, kann als eine genuine Stärke der Wirtschaftsförderung in der Freien Hansestadt Bremen gelten. Per definitionem fallen keine Potenziale aus den Förderprogrammen heraus. Über die Breite der Förderziele versucht die Bremer Verwaltung ihrer eigenen instituti-
onsinternen Trägheit zu begegnen.

Trotz der postulierten Stärkung der Kultur ist der Anteil der Kulturbehörde an der globalen Innovationsförderung in Bremen quantitativ gering. Auch im Bereich der kulturellen Innovationsprozesse bleibt es auf geringe finanzielle und strukturelle Beihilfen begrenzt, die meist als zeitlich befristete Projekte realisiert werden. Die finanzielle Ausstattung der Kulturbehörde lässt weitergehende Maßnahmen nicht zu. Das besondere innovative Potenzial des kulturellen und kreativen Milieus wird somit in Bremen über Tochtergesellschaften der Wirtschaftsbehörde erschlossen. Die Kulturbehörde selbst tritt in diesem Sinnzusammenhang nur in einem geringen Maße als handelnder Akteur auf.

4.3 Die Verwaltung als „unbegabter Akteur“ und Innovationsförderung

Die Bremer Verwaltung kennzeichnet eine starke Ressortorientierung in ihrer Förderpolitik. Obwohl der Kultursektor von verschiedenen Seiten als innovativ beobachtet wird, sind die Fördermaßnahmen der Kulturbehörde in diesem Feld marginal. Eine Beteiligung an einer integrativen Innovationsförderung über verschiedene Ressorts hinweg gelingt lediglich bei bestimmten Leuchtturmprojekten, wie z. B. der Ansiedlung eines Teilprojektes aus dem Fraunhofer Institut am Bremer Flughafen. In diesem Fall der Fraunhofer E-Culture-Factory gelang es, ein ressortübergreifendes Projekt technisch-künstlerischer Neuerung über finanzielle und strukturelle Beihilfen, z. B. der Bereitstellung von Büro- und Laborräumen, in der Hanse-

stadt für drei Jahre anzusiedeln. Auf diesem singulären Erfolg aufbauend vollzieht sich in der Bremer Verwaltung ein langsamer Mentalitätswandel, der z. B. die Creative Industries als einen wichtigen urbanen Innovationsbereich erkennt und versucht, diesen entsprechend zu fördern. Die Kulturbehörde unterstützt bislang kulturelle Innovationsprozesse nur mit finanziellen und strukturellen Hilfen, wenn diese ebenfalls in einem genuin kulturellen Umfeld entstehen. Das Projekt „Urban Screen“, die Projektion von Bildern auf Hausfassaden im Bremer Stadtteil „Viertel“ ist ein Beispiel für eine solche Innovationsförderung im kulturellen Kontext der Stadt. Die Erstellung eines Kulturwirtschaftsberichts nach Züricher Vorbild lässt sich als ein Indiz für diesen diagnostizierten langsam einsetzenden Mentalitätswandel in der Verwaltung interpretieren.

Die Verwaltung in der Freien Hansestadt steht damit vor einem Prozess der Eigenmodernisierung, aus dem heraus Innovationen entstehen könnten. Als ein Problem, das diesem Prozess in Bremen entgegenwirkt, tritt das Medium „soziales Kapital“ auf, d.h. ökonomisch verwertbare Ressourcen, die an den Besitz eines dauerhaften Netzes von Beziehungen institutionalisierter Art gebunden sind (Bourdieu 1980, S. 2). Dieses Beziehungsnetz hemmt Innovationsförderungen vor Ort, da die begrenzten monetären Mittel vor allem in die Aufrechterhaltung des bestehenden Beziehungsnetzes von Institutionen und Personen fließen. Innovationsprozesse werden auf diese Weise gebremst. Ein zweites Problem ist die Abwesenheit struktureller Grundvoraussetzungen in Bremen, die ein Entstehen z. B. von kulturellen Innovationen erleichtern würden. So fehlt der Stadt eine kontinuierliche Festivaltradition oder eine Tradition von singulären Open-Air Events. Die Generierung eines innovativen Milieus bleibt letztlich auf einzelne subkulturelle Schwerpunkte beispielsweise in der Musikszene beschränkt, die sich in der Stadt herausgebildet haben.

5. Schlussfolgerungen

Das Entscheiden über die Innovationsförderung in der Verwaltung setzt Planung voraus, d.h. die Festlegung eines Entscheidungsproblems und die gleichzeitige Festlegung der Bedingungen zu dessen Lösung (Luhmann 1971, S. 68). Die übliche und tradierte Entscheidungstechnik der Verwaltung weckt über weithin akzeptierte Maßnahmen möglichst viel Konsens und Kooperation unter den jeweils

von der Entscheidung Betroffenen (Luhmann 1969, S. 208). Genau dieser Lösungsweg steht im Fall der Innovationsförderung nicht zur Verfügung, da Innovationsprozesse nicht intendierbar, eine Herbeiführung von Konsens- und Kooperationsentscheidungen damit im Vorhinein nicht möglich ist.

Die vorliegende empirische Studie zeigt, dass die Verwaltung der Freien Hansestadt Bremen mit der dreifachen Paradoxie der Innovationsförderung, d.h. ihrer Nichtintendierbarkeit, ihrer Lokalisierung in einem uninnovativen Milieu und ihrer fehlenden Mehrheitsfähigkeit, unter den Rahmenbedingungen knapper Etats mit im Wesentlichen zwei Methoden begegnet – Moderation und Delegation. Das Problem der mangelnden Intendierbarkeit von Innovationsprozessen versucht die Bremer Verwaltung sowohl im Wirtschafts- als auch Kulturressort über eine institutionalisierte Zusammenführung von Fremden zu lösen. Die Bremer Wirtschaftsbehörde verfügt z. B. mit der Bremer Design GmbH über eine Tochterinstitution, die kulturelle Akteure wie Künstler institutionell über Messen, Workshops und Seminare mit Wirtschaftsunternehmen in Kontakt bringt. Darüber hinaus moderiert die Wirtschaftsbehörde selbst einen „Runden Tisch“, der alle an wirtschaftlichen Innovationen Beteiligten physisch an einem Ort vereint. Den zwei Hemmnissen, dass die Verwaltung selbst Teil eines nicht-innovativen Milieus ist und ihre Entscheidungen als Mehrheitsentscheidungen trifft, umgeht sie über das Delegationsprinzip. Delegation bezeichnet einestituierung, wobei der Mandatsträger von der Gruppe die Macht erhält, sie als Gruppe darzustellen oder zu verkörpern (Bourdieu 1985, S. 37). Die Bremer Verwaltung versucht über die Auslagerung von Entscheidungsprozessen in externe Organisationen wie der Bremer Design GmbH, den Ideenlotsen in der Überseestadt oder der Einführung von BIDs ihre endogene strukturelle Schwäche im Bereich der Innovationsförderung zu umgehen. Diese externen Organisationen operieren an der Stelle, wo ohne Delegation die schwerfällige Verwaltung selbst handeln müsste. Die Erfolge dieser Vorgehensweise der Bremer Verwaltung werden sich letztlich am ökonomischen Mehrwert messen lassen müssen, der über die erfolgreiche Implementierungen von Innovationsprozessen in Zukunft erzielt werden kann, denn: „Innovation (ist) nur das (...), was erfolgreich am Markt ankommt.“⁹

Ich danke Ivo Mossig für seine nachhaltige Kritik im Entstehungsverlauf dieses Aufsatzes, der für seinen Autor selbst ein Innovationsprozess darstellte.

Anmerkungen

- (1)
Die zwei Zitate entstammen aus Interviews mit Akteuren der Bremer Verwaltung.
- (2)
Die Studie wurde durch die Freie Hansestadt Bremen, Senator für Wirtschaft und Häfen sowie der Europäischen Union finanziert. Ich bedanke mich bei den genannten Stellen für die großzügige Ermöglichung dieser Forschung.
- (3)
Eine Operation ist definiert als „der Ausdruck einer Beziehung zwischen den Strukturen ihres Resultats und ihrer Basen“, also z. B. „das, was mit dem einen Satz geschehen muß, um aus ihm den anderen zu machen“ (Wittgenstein 1984, S. 50). Die Operation hat damit selbst keinen eigenen Sinn, lediglich ihr Ergebnis weist Aussagekraft auf und hängt wiederum von den Basen der Operation ab. Eine Operation kennt kein sie bestimmendes Objekt, sondern sie zeigt selbst nur eine Verbindung zwischen den Objekten auf, die nicht durch die Operation bestimmt werden, in der sie auftauchen (Esposito 1991, S. 39).
- (4)
Technologie und Gründerzentren bezeichnen unternehmerische Standortgemeinschaften junger Stammunternehmen mit befristeten Aufenthalt und einer betrieblichen Tätigkeit in der Entwicklung, Produktion und Vermarktung technologisch neuer Produkte, Verfahren und Dienstleistungen. Die Besonderheit dieser Institutionen sind arrondierte Mieträume, Gemeinschaftseinrichtungen und Beratungsleistungen, die den Unternehmen vor Ort zur Verfügung stehen (Behrendt/Tamásy 1997, S. 36).
- (5)
Charisma definiert Max Weber als „außeralltätlich (...) geltende Qualität einer Persönlichkeit“ (Weber 1980, S. 140).
- (6)
Die Verwendung der männlichen Form der Personenbezeichnungen dient ausschließlich der Lesbarkeit des Textes. Der Autor distanziert sich ausdrücklich von allen anderen Interpretationen.
- (7)
Der Senator für Wirtschaft und Häfen setzt sich im Wesentlichen aus drei Abteilungen mit 18 Unterreferaten zusammen sowie drei Schwestergesellschaften, der Bremer Investitionsgesellschaft (BIG), der Bremer Design und des Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft Bremen (RKW).
- (8)
Creative Industries können definiert werden als „those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property“ (Deuze, 2007, 249). Allgemein bestehen starke Inkonsistenzen in der Begriffsbestimmung der Creative Industries in der Literatur, die große inhaltliche Varianzen aufweisen (hierzu Galloway/Dunlop 2007).
- (9)
Zitat aus einem Interview mit einem Akteur der Wirtschaftsbehörde.

Literatur

- BAW Institut für Regionale Wirtschaftsforschung GmbH (Hrsg.) (2007): Innovationsleistung und Innovationspotenzial. Die Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten im Vergleich der Verdichtungsräume in Deutschland. Berlin.
- Behrendt, Heiko; Tamásy, Christine (1997): Bilanz eines Booms: Erfüllen Technologie- und Gründerzentren die politischen Erwartungen? Deutsche Analysen im Licht anglo-amerikanischer Untersuchungen. *Geographische Zeitschrift* 85, S. 34–51.
- Bourdieu, Pierre (1980): *Le Capital Social: Notes Provisoires*. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 3 H. 31, S. 2–3.
- Bourdieu, Pierre (1985): Sozialer Raum und »Klassen«. *Leçon sur la Leçon*. Zwei Vorlesungen. Frankfurt/Main.
- Bouveresse, Jacques (1993): Was ist eine Regel? In: Praxis und Ästhetik. Neue Perspektiven im Denken Pierre Bourdieus. Hrsg.: Gebauer, Gunter; Wulf, Christoph. Frankfurt/Main, S. 41–56.
- Bremische Bürgerschaft (Hrsg.) (2006): Entwurf eines Bremischen Gesetzes zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (Drucksache 16/1074). Bremen.
- Briffault, Richard (1999): A Government for Our Time? Business Improvement Districts and Urban Governance. *Columbia Law Review* 99, S. 365–477.
- Caprarezse, Marco (2007): Räumliche Verteilung der Innovationsleistung in der Schweiz. *Geographica Helvetica* 62, S. 210–220.
- Dente, Bruno et al. (2005): Government or Governance of Urban Innovation? *DISP* 162 H. 3, S. 41–52.
- Deuze, Mark (2007): Convergence Culture in the Creative Industries. *International Journal of Cultural Studies* 10, S. 243–263.
- Dirksmeier, Peter; Helbrecht, Ilse (2008): Engpassfaktor Humankapital II – Ansätze der Bremer Landespolitik zur Attraktion von Hochqualifizierten. Gutachten für den Senator für Wirtschaft und Häfen. Bremen. = ForStaR Gutachten, Nr. 5.
- Dosi, Giovanni (1988a): Sources, Procedures, and Microeconomic Effects of Innovation. *Journal of Economic Literature* 26, S. 1120–1171.
- Dosi, Giovanni (1988b): The Nature of the Innovative Process. In: Technical Change and Economic Theory. Hrsg.: Dosi, Giovanni et al. London/New York, S. 221–238.
- Edgington, David W. (2008): The Kyoto Research Park and Innovation in Japanese Cities. *Urban Geography* 29, S. 411–454.
- Eliade, Mircea (1978): Das Okkulte und die moderne Welt. Zeitströmungen in der Sicht der Religionsgeschichte. Salzburg.
- Esposito, Elena (1991): Paradoxien als Unterscheidungen von Unterscheidungen. In: Paradoxien, Dissonanzen, Zusammenbrüche. Situationen offener Epistemologie. Hrsg.: Gumbrecht, Hans Ulrich; Pfeiffer, K. Ludwig. Frankfurt/Main, S. 35–57.
- Feldman, Maryann P.; Florida, Richard (1994): The Geographic Sources of Innovation: Technological Infrastructure and Product Innovation in the United States. *Annals of the Association of American Geographers* 84, S. 210–229.
- Florida, Richard; Kenney, Martin (1993): The New Age of Capitalism. *Innovation-Mediated Production*. *Futures* 25, S. 637–651.
- Frankfurt, Harry G. (2005): *On Bullshit*. Princeton/Oxford.
- Galloway, S.; Dunlop, S. (2007): A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy* 13, S. 17–31.

- Giese, Ernst; Nipper, Josef (1984): Die Bedeutung von Innovation und Diffusion neuer Technologien für die Regionalpolitik. *Erdkunde* 38, S. 202–215.
- Günther, Adolf (1927): Soziologie des Grenzvolks, erläutert an den Alpenländern. *Jahrbuch für Soziologie* 3, S. 200–234.
- Hernes, Gudmund (1995): Prozeß und struktureller Wandel. In: Sozialer Wandel. Modellbildung und theoretische Ansätze. Hrsg.: Müller, Hans-Peter; Schmid, Michael. Frankfurt/Main, S. 85–138.
- Hettlage, Robert (1987): Der Fremde: Kulturmittler, Kulturbringer, Herausforderer von Kultur. In: Kulturtypen, Kulturcharaktere. Träger, Mittler und Stifter von Kultur. Hrsg.: Lipp, Wolfgang. Berlin, S. 27–44.
- Horn, Eva (1998): Partisan, Siedler, Asylant. Zur politischen Anthropologie des Grenzgängers. *Ästhetik und Kommunikation* 29 H. 102, S. 39–46.
- Ibert, Oliver (2005): Wie lassen sich Innovationen planen? Informationen zur Raumentwicklung H. 9/10, S. 599–607.
- Jacobs, Jane: *The Death and Life of Great American Cities*. New York 1992.
- Jaffe, Adam B. (1989): Real Effects of Academic Research. *American Economic Review* 79, S. 957–970.
- Keeble, David et al. (1999): Collective Learning Processes, Networking and 'Institutional Thickness' in the Cambridge Region. *Regional Studies* 33, S. 319–332.
- Klage, Britta (2003): Regionale Kapitalmärkte, dezentrale Finanzplätze und die Eigenkapitalversorgung kleinerer Unternehmen – eine institutionell orientierte Analyse am Beispiel Deutschlands und Großbritanniens. *Geographische Zeitschrift* 91, S. 175–199.
- Kulke, Elmar (2008): *Wirtschaftsgeographie*. Paderborn.
- Lasuén, José Ramón (1973): Urbanisation and Development – the Temporal Interaction between Geographical and Sectoral Clusters. *Urban Studies* 10, S. 163–188.
- Lawson, Clive; Lorenz, Edward (1999): Collective Learning, Tacit Knowledge and Regional Innovative Capacity. *Regional Studies* 33, S. 305–317.
- Leamer, Edward E.; Storper, Michael (2001): The Economic Geography of the Internet Age. *Journal of International Business Studies* 32, S. 641–666.
- Leary, James P. (1976): Fists and Foul Mouths. Fights and Fight Stories in Contemporary Rural American Bars. *Journal of American Folklore* 89, S. 27–39.
- Luhmann, Niklas (1969): *Legitimation durch Verfahren*. Neuwied/Berlin.
- Luhmann, Niklas (1971): Politische Planung. In: *Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung*. Luhmann, Niklas. Opladen, S. 66–89.
- Meurer, Petra; Sünner, Isabel (2004): Förderung von Existenzgründungen. Ergebnisse aus der Mittelstandsenquête Bremen. Bremen. = BAW Monatsbericht, Heft 9.
- Nowotny, Helga (2007): *Innovationskultur – zur Produktion neuen Wissens*. Vortragsmanuskript. Wolfsburg.
- Pavitt, Keith (2005): Innovation Processes. In: *The Oxford Handbook of Innovation*. Hrsg.: Fagerberg, Jan; Mowery, David C.; Nelson, Richard R. Oxford, S. 86–114.
- Ponds, Roderik; Van Oort, Frank (2008): Spatial Patterns of Innovation in Science-Based Technologies in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 99, S. 238–247.
- Prognos AG (Hrsg.) (2002): *Prognos Deutschland Report 2002–2020*. Basel.
- Schamp, Eike W.; Spengler, U. (1985): Universitäten als regionale Innovationszentren? Das Beispiel der Georg-August-Universität Göttingen. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 29, S. 166–178.
- Schumpeter, Joseph A. (1935): The Analysis of Economic Change. *The Review of Economics and Statistics* 17 H. 4, S. 2–10.
- Schumpeter, Joseph A. (1939): *Business Cycles. A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. Volume I. – New York/London.
- Scott, Allen J. (2001): Capitalism, Cities, and the Production of Symbolic Forms. *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series* 26, S. 11–23.
- Scott, Allen J. (2006): Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs* 28, S. 1–17.
- Silverberg, Gerald; Dosi, Giovanni; Orsenigo, Luigi (1988): Innovation, Diversity, and Diffusion: A Self-Organisation Model. *Economic Journal* 98, S. 1032–1054.
- Sombart, Werner (1987): *Der moderne Kapitalismus. Historisch-systematische Darstellung des gesamteuropäischen Wirtschaftslebens von seinen Anfängen bis zur Gegenwart*. Erster Band. Die vorkapitalistische Wirtschaft. Zweiter Halbband. München.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2009): *Unternehmen und Arbeitsstätten*. Gewerbeanzeigen. Wiesbaden.
- Storper, Michael; Venables, Anthony J. (2004): Buzz: Face-to-Face-Contact and the Urban Economy. *Journal of Economic Geography* 4, S. 351–370.
- Sunley, Peter et al. (2005): Venture Capital Programmes in the UK and Germany: In What Sense Regional Policies? *Regional Studies* 39, S. 255–273.
- Ward, Kevin (2007): "Creating a Personality for Downtown": Business Improvement Districts in Milwaukee. *Urban Geography* 28, S. 781–808.
- Weber, Max (1980): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie*. Tübingen.
- Wink, Rüdiger (2007): Innovationsförderung durch die EU-Strukturpolitik nach 2007. Neue Ansätze, alte Probleme? *Raumforschung und Raumordnung* 65, S. 315–326.
- Wittgenstein, Ludwig (1984): *Tractatus logico-philosophicus*. Tagebücher 1914–1916. Philosophische Untersuchungen. Frankfurt/Main.
- Wolff, Stephan (2003): Dokumenten- und Aktenanalyse. In: *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hrsg.: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst von; Steinke, Ines. Reinbek, S. 502–513.

Dr. Peter Dirksmeier
Humboldt-Universität zu Berlin
Geographisches Institut
Unter den Linden 6
10099 Berlin
E-Mail: peter.dirksmeier@geo.hu-berlin.de