

Wissen auf den Punkt gebracht.

 **30 MINUTEN**

Digitale Regionalökonomie

Carl Naughton
Corinna Pommerening

GABAL

30 Minuten
Digitale
Regionalökonomie

Carl Naughton, Corinna Pommerening

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek. Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-96739-136-7

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Buddelschiff, Stuttgart – www.Buddelschiff.de
Lektorat: Silke Martin, Kriftel
Autorenfoto Carl Naughton: Kristina Mehlem
Autorenfoto Corinna Pommerening: Dennis Daletzki
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2023 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Wir drucken in Deutschland.

www.gabal-verlag.de
www.gabal-magazin.de
www.twitter.com/gabalbuecher
www.facebook.com/gabalbuecher
www.instagram.com/gabalbuecher



PEFC zertifiziert
Dieses Produkt stammt aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten
Quellen.
www.pefc.de



Wir übernehmen Verantwortung! Ökologisch und sozial!

- Verzicht auf Plastik: kein Einschweißen der Bücher in Folie
- Nachhaltige Produktion: Verwendung von Papier aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, PEFC-zertifiziert
- Stärkung des Wirtschaftsstandorts Deutschland: Herstellung und Druck in Deutschland

Wissen auf den Punkt gebracht

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt zu dem Thema, das Sie besonders interessiert.
- **Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.**
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.

Inhalt

Vorwort	6
1. Treiber und Verstärker regionaler digitaler Ökosysteme	9
Gesellschaftliche und geopolitische Verstärker	9
Megatrend Neo-Ökologie	13
Megatrend Mobilität.....	15
Megatrend Konnektivität	18
Megatrend Silver Society	21
Megatrend Individualismus	23
2. Beyond Banking: Wie Banken und Sparkassen zur digitalen Heimat werden	27
Das Ende des klassischen Allfinanzdienstleisters	27
Heimat als Wertschöpfungsmodell	30
Rollen und Aufgaben im regionalen Ökosystem	33
Leadership als Enabler im regionalen Ökosystem	36
Die fünf Stufen zur Entwicklung eines RDÖ	39
3. Die 3 Kernentwicklungsfelder für den Auf- und Ausbau von RDÖs.....	51
Andere Unternehmen, gleiche Herausforderungen	52
Sichtbarkeit & Außenkommunikation.....	54
Pioniergeist	59
Transformation	63

4. Regionale digitale Ökosysteme in der Praxis	69
Neue Wege für die Initiierung und Entwicklung von RDÖs	69
Scoping von Regionalressourcen und Regional- spezifika.....	77
Stolperfallen und Erfolgsfaktoren.....	80
Best und Next Practices	83
Fast Reader	87
Die Autoren	92
Weiterführende Literatur	94
Register.....	95

**Welche gesellschaftlichen
und geopolitischen
Verstärker gibt es?**

Seite 9

**Wie wirkt sich die neue
Mobilitätskultur auf
die Regionen aus?**

Seite 15

**Welche Herausforderungen bringt
die demografische Entwicklung
mit sich?**

Seite 21

1. Treiber und Verstärker regionaler digitaler Ökosysteme

Regionale Ökosysteme entstehen auf Basis von Bedürfnissen der Bürger. Diese Bedürfnisse resultieren auch daraus, wie sich Dinge entwickeln. Trends beeinflussen hier wesentlich. In diesem Kapitel beschäftigen wir uns mit relevanten Megatrends, die als Treiber regionaler Ökosysteme zu erkennen sind, und mit aktuellen gesellschaftlichen und geopolitischen Verstärkern.

Die Corona-Pandemie hat gezeigt, auf welch fragilen Gerüsten die Wertschöpfungsprozesse der Globalisierung stehen. Diese Fragilität wird durch die Auswirkungen des Russland-Ukraine-Kriegs verstärkt sichtbar. Daraus ergibt sich die Logik, dass wirtschaftliche Resilienz zukünftig vor Ort in den Regionen gestärkt werden muss, um Abhängigkeiten durch eigene Stabilität im regionalen Wirtschaftskosmos zumindest ausgleichen zu können.

1.1 Gesellschaftliche und geopolitische Verstärker

In der jüngeren Vergangenheit sind drei Entwicklungen in den Vordergrund gerückt, die deutlich machen, warum Regionen gerade jetzt eine progressive Rolle einnehmen sollten:

1. Klimatische Veränderungen
2. (Post-)Corona-Pandemie
3. Russland-Ukraine-Krieg

Nachhaltigkeit gegen die Klimakrise

Der Begriff Nachhaltigkeit bestimmt unsere Zeit. Die aktuellen Sachstandsberichte des Weltklimarates (IPCC) zeigen unerbittlich, dass die selbst verursachte Klimakrise längst in der Gegenwart angekommen ist. Menschen und Ökosysteme spüren ihre Auswirkungen deutlich. Jüngste Ereignisse wie die Ahrtal-Flut oder Hitzewellen, Dürren, Starkregen und Stürme in ganz Deutschland sprechen eine deutliche Sprache. Nachhaltigkeit muss also als Prinzip verstanden werden, als ein Gleichgewicht, in dem sich Konsum und kompensatorisches, regeneratives Wachstum mehr oder weniger die Waage halten. Wenn wir speziell von der Situation der Menschheit auf unserer endlichen Erde sprechen, ist das Prinzip der Nachhaltigkeit dann gegeben, wenn die Lebensbedingungen der Menschen hier langfristig aufrechterhalten werden können. Wir brauchen ein stabiles, aber keineswegs starres Gleichgewicht, in dem das (offene) System Erde in einem für Natur und Menschen lebensfähigen Zustand bleibt. Dieses Gleichgewicht ist aktuell aus der Balance und wir müssen nachhaltig gegensteuern. Denn ohne mehr Nachhaltigkeit wird die Welt für uns Menschen früher oder später zusammenbrechen.

Anders wirtschaften

Unsere Gesellschaft verinnerlicht dieses Prinzip mit einer hohen Dynamik. Ressourceneffizientes und nachhaltiges Wirtschaften lautet die Antwort auf die neu entstehenden Konsummuster, die Regionalität als Nachhaltigkeitsprinzip miteinbeziehen. Diese neue Art des Wirtschaftens bietet die Möglichkeit, gerade auf regionaler Ebene das Prinzip der Nachhaltigkeit verstärkt zu leben. Denn regionale Wertschöpfungsketten, wie die im Bereich von Lebensmitteln, Mobilität und vor allem Energie, können einen hohen Beitrag zur Bewältigung der Klimakrise leisten und mit neuen Geschäftsfeldern die Resilienz stärken. Die Befriedigung von (Grund-)Bedürfnissen der Region aus der Region heraus schont die Ressourcen – zukünftig ein klarer Wettbewerbsvorteil.

Abhängigkeiten globaler Wertschöpfung

Als zweiter Verstärker ist die (Post-)Corona-Pandemie zu nennen. Sie hat die Labilität komplexer globaler Wertschöpfungsketten verdeutlicht. Die Just-in-time-Produktion und das Offshoring, das heißt der Rückgriff auf eine kleine Zahl von Zulieferern aus Niedrigkostländern, haben zwar zu einer erheblichen Senkung der Einkaufs-, Produktions- und Arbeitskosten geführt. Durch nationale Lockdowns und Grenzsicherungen kam es aber zu Ausfällen in Produktion und Lieferung, sodass eine Mehrzahl der Unternehmen von rasanten Umsatzeinbrüchen betroffen war. Das machte die Fragilität globaler Wertschöpfungsketten transparent und

verdeutlicht: Wir benötigen die Entwicklung resilienter Wertschöpfungsketten.

Der Russland-Ukraine-Krieg zeigt das noch drastischer. Bei Energieträgern, Metallen, Feldfrüchten und Holz gibt es starke Lieferengpässe und Preissprünge. Ein weiterer Beweis dafür, dass unser Wirtschaftssystem aus einem Gerüst fragiler Abhängigkeiten besteht. Diese aus dem Ausland importierte Unfreiheit kann zum Beispiel bei der Energieversorgung direkt regional reduziert werden. Dafür brauchen wir emanzipierte Regionen, die mutig ihre Potenziale nutzen und die Regionalisierung als Gegengewicht zur Globalisierung als Chance begreifen. Denn:

- Das Regionale gewinnt mit einer hohen Dynamik an Bedeutung.
- Die Reflexion über die Herkunft unserer Produkte und Dienstleistungen erhöht unsere Wertschätzung gegenüber der lokalen Produktion und etabliert neue Konsummuster.
- Die Produktion in regionalen Kreisläufen, die von diesen globalen Lieferketten weitgehend unabhängig sind, wird immer wichtiger.
- Kurze, regionale Liefer-, Leistungs- und Wertschöpfungsketten stehen für Nachhaltigkeit und Resilienz und sind die Antwort auf gegenwärtige Bedrohungen.
- Der Deglobalisierungseffekt führt dazu, dass klassische Handelsstrukturen hinterfragt und im Hinblick auf Nachhaltigkeit und Resilienz neu gedacht werden müssen.

Klimatische Veränderungen, die Corona-Pandemie und der Russland-Ukraine-Krieg verstärken die Relevanz regionaler digitaler Ökosysteme und zeigen: Die Wirtschaft braucht mehr Resilienz. Deshalb sollten Regionen diese Krisen als Chance nutzen, globale Wertschöpfungsketten zu regionalisieren.

1.2 Megatrend Neo-Ökologie

Die Ökologie, also die Wechselbeziehung zwischen Lebewesen und ihrer Umwelt, erlebt im Megatrend Neo-Ökologie ihre Renaissance. Der Begriff spiegelt eine neue Reihe umweltbewusster Werte wider, die in jeden Bereich unseres täglichen Lebens hineinreichen. Ob es um Kaufentscheidungen, Moralvorstellungen oder die Unternehmensstrategie geht: Das Paradigma der Nachhaltigkeit verändert das Verhalten und die Sichtweise der globalen Gesellschaft, von Kultur und Politik und lenkt das Handeln von Unternehmen und ganzen Wirtschaftssystemen grundlegend um. Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit entwickeln sich zunehmend zum hippen Lifestyle und Konsumtrends zur gesellschaftlichen Bewegung. Nachfrager entwickeln neue Logiken und Wertesysteme; „Umweltbewusstsein“ wird zur Grundlage neuer Handlungsmuster. Dieser Megatrend definiert die Zukunft neuer Werte der Gesellschaft, der Alltagskultur und der Wirtschaft. Es geht nicht mehr um Schuldzuweisungen und Bedauern, sondern um einen nachhaltigen und pragmatischen Lösungsansatz. Mensch und Technologie stellen

nicht mehr das Problem dar, sondern werden als Schlüssel zu einer umweltfreundlichen Zukunft gesehen.

Weniger Wachstum, mehr Gemeinwohl

Die Wirtschaft von morgen konzentriert sich weniger auf Wachstum und Gewinnmaximierung, sondern mehr auf Nachhaltigkeit, Postwachstum und das Gemeinwohl. Vor allem die jüngeren Generationen prägen eine neue Denkweise. Sie plädieren für eine Neujustierung der Ernsthaftigkeit. Denn ihre Zukunft steht auf dem Spiel. Für sie sind Sinn und sozialer Mehrwert die Hauptkriterien ihres Konsums. Ihr Ziel: eine nachhaltige und gerechtere Wirtschaft und Gesellschaft.

Qualität vor Quantität lautet das neue Leitmotiv für bewussten und nachhaltigen Konsum: Ökologische und sozial-ethische Aspekte beeinflussen das Verbraucherverhalten ebenso wie der Wunsch nach mehr Lebensqualität. Die wichtigsten Kriterien für den Kauf von Produkten sind die Produktions- und Anbaubedingungen sowie der regionale Ursprung des Produkts. Deshalb konzentrieren sich immer mehr Unternehmen auf die Herstellung umweltfreundlicher Güter, da ein nachhaltiger Konsum der Gesellschaft zum neuen Standard wird. Die Unternehmen reagieren darauf mit einem höheren Angebot, was in Zukunft das Angebot vielfältiger und langfristig auch erschwinglicher werden lässt und so die Produkte für ein breites Publikum attraktiv macht.

Booster fürs Regionale

Für Regionen bringt der Megatrend Neo-Ökologie den Booster für eine verstärkte Nachfrage nach heimischen Produkten und Dienstleistungen. Ob Lebensmittel, Mobilität oder Energie: Die Nähe zum Erzeuger und kurze Lieferwege stehen für nachhaltige Wirtschaftskreisläufe und bieten die Chance, neu aufkommende Bedürfnisse zu befriedigen und so Arbeitsplätze, Wohlstand und Lebensqualität in der Region zu steigern.

Neo-Ökologie ist eine neue Art, über Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt nachzudenken, und wird der Schlüssel zu einer intakteren Welt mit weniger Verschwendung. Das erfordert neue Lösungen, die nur gemeinsam geschaffen werden können. Regionen haben hier eine hohe Verantwortung, die in der Folge aber große Chancen auf Wohlstand und Lebensqualität bedeuten.

1.3 Megatrend Mobilität

Der Megatrend Mobilität steht für das Entstehen einer Mobilitätskultur, die durch diversifizierte und differenzierte Mobilitätsangebote vorangetrieben wird. Das Pendeln zur Arbeit mit dem Auto oder ÖPNV, die Urbanisierung sowie ein erhöhtes Klimabewusstsein der Bevölkerung finden hierbei Berücksichtigung. Neue Produkte und Dienstleistungen verändern und erweitern die Art und Weise, wie wir den Verkehr betrachten und nutzen. Es geht nicht mehr nur

darum, von A nach B zu kommen, sondern auch darum, wie man Arbeit, Wohnen und Freizeit optimal miteinander verbinden kann. Die Mobilität von morgen sollte praktisch, nachhaltig, vielfältig und erlebnisorientiert sein. Durch die Corona-Pandemie, als Mobilität nahezu nicht stattfand, ist erkennbar geworden, was diese für die Gesellschaft bedeutet – welche Vielfalt, Wahlmöglichkeiten und Perspektiven sie bietet. Mehr denn je steht Mobilität im Mittelpunkt des räumlichen und sozialen Wandels.

Vernetzt zu neuer Mobilitätskultur

Im Umfeld der vernetzten Gesellschaft entsteht eine neue Mobilitätskultur und das Auto als Statussymbol verliert immer mehr an Bedeutung. In einem vernetzten und (teil-)autonomen Mobilitätssystem bleibt es nur eine von vielen Komponenten. Die Vorzeigebispiele Paris und Mailand veranschaulichen, wie Städte mit menschenzentrierten Ansätzen mehr Platz für das öffentliche Leben schaffen. Die Wege zu Fuß und mit dem Fahrrad werden kürzer. Städte werden sich neu erfinden und sich vom Auto abkehren. Die Mobilität wird vielfältig und situativ. Autos, Lastenräder, E-Bikes oder Roller: Shared Economy wird weiterwachsen und nicht nur im Urbanen an Bedeutung gewinnen, sondern auch im Ländlichen zukünftig stärker ausgeprägt sein. Zwar gibt es zurzeit noch zu wenig Nachfrage, nicht zuletzt weil das Kosten/Nutzen-Verhältnis nicht attraktiv genug ist. Dennoch werden, nach einer Phase der Konsolidierung, die größten Anbieter auch im ländlichen Raum vielfältige Sha-

ring-Dienste mit einem besseren Verhältnis anbieten und die dann steigende Nachfrage sättigen.

Neo-Ökologie trifft Neo-Mobilität

Der Megatrend „Neo-Ökologie“ wird eine neue Wertschöpfung vor Ort prägen und zu kürzeren Transportwegen führen, die verstärkt in den Regionen liegen. In der Folge wird die letzte Meile immer mehr zum Flaschenhals in den regionalen Lieferketten. Es gibt schon jetzt erkennbare Ansätze, die dieses Problem lösen wollen und können. Insbesondere die Fahrradindustrie beginnt spezifische Angebote hierfür zu entwickeln. Elektrische, drei- und vierrädrige Produkte mit unterschiedlichen Lade- und Transportkapazitäten werden zunehmend auf den Radwegen zu sehen sein, die für die letzte Meile entwickelt und genutzt werden sollen. Das Angebot wird um Komfort, Sicherheit und Technologie erweitert, sodass diese neuen Fahr- und Transportmöglichkeiten das Problem der letzten Meile, sowohl im städtischen Umland als auch in den Stadtzentren, besser als jedes bisherige Konzept lösen.

Die Mobilität von Personen und Gütern wird also nicht abnehmen, sondern sie wird eine Wandlung vollziehen. Diese Wandlung werden auch neue, bisher branchenfremde Player gestalten und für sich nutzen. Regionen haben hier die Chance, mit lokalen Playern ein Mitgestalter dieser neuen Mobilitätskultur zu werden und so von einer attraktiveren Region und neuen Erlösströmen zu profitieren.