

Josef Hilbert/Jürgen Nordhause-Janzen/Dieter Rehfeld

Informations- und Kommunikationswirtschaft in NRW - Regionale Spezialisierungen und wirtschaftspolitischer Handlungsbedarf

Die Informations- und Kommunikationstechnologien gelten weiterhin als ein Wachstumsbereich für die kommenden Jahre, der auch in Nordrhein-Westfalen einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Umstrukturierung leisten kann. Diese Hoffnungen sind durchaus nicht unrealistisch. An der Rekordbeteiligung der CeBIT 1998, der weltgrößten Messe für IuK-Technologien, sind nordrhein-westfälische Unternehmen und Einrichtungen mit etwa jedem siebten Stand beteiligt gewesen, und es scheint, daß allenfalls Personalengpässe im Informatikbereich den weiteren Boom dieser Branche stoppen könnten.

Folgt man den Auguren der Marktforschung, so wird in den nächsten Jahren weltweit kein anderer Wirtschaftsbereich ein vergleichbares Produktions- und Beschäftigungswachstum verzeichnen wie die Informations- und Kommunikationswirtschaft (IuK-Wirtschaft). 1996, so die Schätzungen des Fachverbandes Informationstechnik, belief sich das weltweite Umsatzvolumen der Branche auf rund 2.1 Mrd. DM. In einzelnen Marktsegmenten werden von anderen "Beobachtern" bis zum Jahr 2000 Wachstumsraten zwischen 2000 % und mehr prognostiziert. Kein Wunder also, daß dieser Wirtschaftssektor sich in den Augen vieler Beobachter zum "Tummelplatz für Prognoseinstitute", aber auch zum Hoffnungsträger für neue und zusätzliche Beschäftigung entwickelt hat.

Allerdings, so zeigen neuere Untersuchungen auch deutlich, sind die anfänglich gehegten Arbeitsplatzhoffnungen zu relativieren. In einer neueren Studie kommt das Beratungsunternehmen Arthur D. Little zu dem Ergebnis, daß im Zeitraum 1995 bis 2010 das Arbeitsplatzangebot in der deutschen IuK-Wirtschaft um insgesamt 153.000 zunehmen wird. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rund 0,8%, oder in absoluten Zahlen von rund 10.000 zusätzlichen Arbeitsplätzen pro Jahr.

Auch wenn diese Zahlen eher Anlaß zur Ernüchterung und Anreiz zu einer realistischeren Betrachtung geben sollten, verwundert es nicht, daß gerade auch die Wirtschaftspolitiker in den unter einer anhaltend hohen Arbeitslosigkeit leidenden Städten und Regionen, wie etwa denen des Ruhrgebietes, große Hoffnungen auf diesen neuen Wirtschaftszweig setzen. Waren es in den 80er Jahren die Mikroelektronik und in den 90er Jahren die Umweltschutztechnik, so sind es heute die Ansiedlung von Call-Centern, der Aufbau eines lokalen Netzwerkbetreibers und Anbieters von Mehrwertdiensten oder die Durchführung eines der Projekte im Rahmen der Media-Initiative NRW, die von fast allen Städten angestrebt werden. Der folgende Beitrag plädiert dafür, die Bemühungen zur Entwicklung der Informations- und Kommunikationswirtschaft stärker auf die spezifischen Ausgangsbedingungen und Potentiale der einzelnen Teilregionen auszurichten. Um die Notwendigkeit und Chancen regionalspezifischer Ansätze zu verdeutlichen, werden die Strukturen und Entwicklungen der IuK-Wirtschaft in den drei stärksten NRW-Medienregionen - Düsseldorf/mittlerer Niederrhein, Köln und Ostwestfalen-Lippe - nachgezeichnet. Es zeigt sich, daß hier völlig unterschiedliche Ausgangsbedingungen dem Erfolg den Weg geebnet haben. Aus den gewonnenen Erfahrungen werden abschließend Schlußfolgerungen über industrie- und dienstleistungspolitische Ansätze zur Förderung der Informations- und Kommunikationswirtschaft in den anderen Teilregionen NRWs

gezogen. Begonnen werden die Ausführungen mit einer Skizze des Profils der IuK-Wirtschaft in NRW.

1 Die IuK-Wirtschaft in NRW - Ein Kurzprofil

Bei der IuK-Wirtschaft handelt es sich um einen Wirtschaftsbereich, dessen Unternehmen über eine Vielzahl der klassischen Branchen verteilt sind. Technische Veränderungen (Stichwort: Multimedia) haben dazu beigetragen, daß einstmals relativ getrennte Marktbereiche zunehmend zusammenwachsen und sich eine neue Wertschöpfungskette bildet. Neben Unternehmen des industriellen Sektors stellen Teile des Dienstleistungssektors einen der zentralen Bereiche dieser Wertschöpfungskette dar. Gleichzeitig besteht zur Zeit noch keine offizielle Abgrenzung des Sektors. Jede Untersuchung, die sich mit diesem Wirtschaftsbereich befaßt, ist demnach auf eine entsprechende Abgrenzung ihres Gegenstandsbereichs angewiesen. Tabelle 1 zeigt die von uns gewählte Abgrenzung der IuK-Wirtschaft nach Zweigen der Wirtschaftszweigsystematik auf.

Tabelle 1: IuK Wirtschaft Abgrenzung nach der WZ 93

WZ 93 Nummer	WZ 93 Bezeichnung und IuK Wirtschaftsbereich
	Audiovisuelle Medien
22.14	Verlage von bespielten Tonträgern
22.31	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern
22.32	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
22.33	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
74.81	Fotografisches Gewerbe
92.11	Film- Videoherstellung
92.12	Filmverleih und Videoprogrammanbieter
92.20	Hörfunk- und Fernsehanstalten/-herstellung
92.32.4	Tonstudios
92.32.5	technische Hilfsdienste
	Medien Hardware
30.02	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen
32.10	Herstellung von elektronischen Bauelementen
32.20	Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen
32.30	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie phono- und videotechnischen Geräten
33.40.3	Herstellung von Foto-, Projektions- und Kinogeräten
	Print Medien
22.11	Buch- und Musikverlage
22.12	Zeitungsverlage
22.13	Zeitschriftenverlage
22.15	Sonstiges Verlagsgewerbe
	Werbung
74.13	Markt- und Meinungsforschung
74.14	PR-Beratung
74.40	Werbung
	Telekommunikation, Software
64.20	Fernmeldedienste
72.10	Hardwareberatung
72.20	Softwareberatung/-entwicklung
72.30	DV-Dienste
72.40	Datenbanken
72.50	Instandhaltung/Reparatur von Büromaschinen und EDV-Geräten
72.60	Sonstige mit DV verbundene Tätigkeiten

Insgesamt waren 1996 mehr als 34.000 Unternehmen im Bereich der nordrhein-westfälischen IuK-Wirtschaft tätig. Insgesamt erzielten sie einen Gesamtumsatz von 130 Mrd. DM. Dabei

bildet der Telekommunikations- und Softwaresektor den zahlenmäßig stärksten Bereich. Insgesamt lag der Unternehmensanteil der IuK-Wirtschaft an der nordrhein-westfälischen Gesamtwirtschaft bei 5,8%. Der entsprechende Umsatzanteil von mehr als 6% entsprach in etwa dem doppelten der nordrhein-westfälischen chemischen Industrie (Tabelle 2). Diese Zahlen verdeutlichen, daß die nordrhein-westfälische IuK-Wirtschaft innerhalb der regionalen Wirtschaftsstruktur eine beachtliche Größe darstellt. Dies unterstreichen auch die Zahlen zur Erwerbstätigkeit. 1996 waren rund 210.000 Personen in der IuK-Wirtschaft Nordrhein-Westfalens tätig.

Tabelle 2: Unternehmen, Umsatz und Beschäftigte in der nordrhein-westfälischen IuK-Wirtschaft - 1996

IuK-Bereich	Unternehmen	Umsatz in 1.000 DM	Erwerbstätige	
			absolut	NRW in % BRD
Audiovisuelle Medien	3.555	6.786.212	20000	20,0
Medien Hardware	1.465	9.186.499	79000	20,6
Print Medien	1.958	18.137.694	30000	14,2
Werbung	18.032	21.388.490	26000 ^{a)}	18,8
Telekommunikation, Software	9.040	75.239.128	57770	14,1
IuK-Wirtschaft insgesamt	34.208	130.738.023	212770	17,1
N R W-Wirtschaft insgesamt (ohne IuK)	554.099	1.886.504.587	7197300	21,5
Anteil IuK-Wirtschaft an NRW-Wirtschaft insgesamt - in % -	5,81	6,48	2,87	
^{a)} nur 74.40: Werbung				

Quelle: LDS Umsatzsteuerstatistik 1996; Sonderauswertung IAT Mikozensus 1996; eigene Berechnungen

Die Zahlen verdeutlichen, daß dieser Wirtschaftsbereich unter Beschäftigungsaspekten zwar eine gewichtige Größe darstellt, eine genauere Betrachtung zeigt jedoch, daß das Land im Vergleich zur Gesamtbeschäftigung in allen anderen Teilbereichen nur unterdurchschnittliche Beschäftigtenanteile für sich verbuchen kann. In der Konsequenz ist das beschäftigungspolitische Gewicht der Branche insgesamt in Nordrhein-Westfalen mit rund 2,9 % geringer ausgeprägt als dies in der Bundesrepublik der Fall ist (Bund ca. 3,7%). Offensichtlich konnten die durchaus vorhandenen wirtschaftstrukturellen Potentiale in Nordrhein-Westfalen bislang nicht in ausreichendem Maße in entsprechende Beschäftigungseffekte umgesetzt werden. Legt man die oben dargestellte Prognose von Arthur D. Little zugrunde, so besteht die Gefahr, daß Nordrhein-Westfalen von den insgesamt errechneten, äußerst moderaten Arbeitsplatzzuwächsen der kommenden Jahre bei unveränderten Relationen nur unterdurchschnittlich profitieren wird.

Diese Einschätzung erhält in einer stärker regionalisierten Betrachtungsweise eine noch größere Bedeutung. Die Unternehmen der IuK-Wirtschaft sind in NRW regional sehr unterschiedlich verteilt. Knapp die Hälfte - und rund 60 vH des Umsatzes - konzentrieren sich auf drei von insgesamt 15 Regionen: auf Düsseldorf/Mittlerer Niederrhein, Köln und Ostwestfalen-Lippe. Die Anteile der Ruhrgebietsregionen schwanken bezogen auf die Unternehmen zwischen 3,2 vH (Emscher Lippe) und 6,0 vH (Mühlheim/Essen/Oberhausen), insgesamt finden sich gut 18 vH aller Unternehmen und rund 17 vH des Umsatzes der IuK-Wirtschaft

im Ruhrgebiet. Im großen und ganzen konzentrieren sich die Unternehmen der IuK-Wirtschaft in NRW entlang einer Achse, die von Bonn über Köln und Düsseldorf bis Essen reicht, hinzu kommt Ostwestfalen-Lippe (Tabelle 3).

Tabelle 3: Regionale Verteilung der nordrhein-westfälischen IuK Wirtschaft 1994
- Umsatzanteile und Unternehmensanteile in % -

	regionale Umsatzanteile						regionale Unternehmensanteile					
	audiovisuelle Medien	Medien Hardware	Print Medien	Werbung	Telekommunikation, Software	IuK Wirtschaft gesamt	audiovisuelle Medien	Medien Hardware	Print Medien	Werbung	Telekommunikation, Software	IuK Wirtschaft gesamt
NRW	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<i>Region:</i>												
Hochsauerlandkreis, Kreis Soest	0,4	1,9	0,5	0,6	0,5	0,8	1,7	2,8	1,7	1,6	1,5	1,7
Mittleres Ruhrgebiet	2,3	0,8	2,0	1,7	3,7	2,0	3,9	3,7	3,9	4,0	4,7	4,1
Dortmund, Kreis Unna, Hamm	1,6	4,1	3,8	2,3	7,2	3,6	5,0	6,5	3,6	4,6	5,1	4,8
Märkische Region	0,7	14,0	1,8	1,1	1,0	3,2	2,4	4,3	2,1	2,7	2,7	2,7
Siegen	0,3	3,5	0,2	0,9	1,6	1,2	1,0	3,4	1,1	1,4	1,7	1,5
Ostwestfalen-Lippe	2,0	8,6	8,8	5,7	8,1	6,8	7,1	10,1	7,9	8,2	8,3	8,2
Bergische Großstädte	1,4	6,4	0,8	2,0	1,8	2,4	3,7	6,6	3,0	4,1	3,4	3,9
Düsseldorf, Mittlerer Niederrhein	10,1	30,3	17,1	49,0	18,4	30,2	21,4	16,7	19,6	22,8	17,9	20,9
Mühlheim, Essen, Oberhausen	5,5	2,5	30,3	4,5	8,4	10,2	5,5	5,8	6,9	6,4	5,1	6,0
Niederrhein	2,5	2,1	1,7	2,8	5,9	3,0	5,1	6,2	5,1	5,7	6,0	5,7
Aachen	0,9	4,1	2,6	2,8	6,0	3,3	4,7	7,1	4,5	5,5	9,1	6,3
Bonn	1,7	1,3	6,0	5,9	4,9	4,6	5,8	4,5	10,7	5,7	8,1	6,8
Köln	67,3	13,2	17,7	15,5	24,5	22,7	24,9	12,8	20,4	17,8	17,3	18,3
Emscher-Lippe	1,2	0,4	0,8	1,4	1,4	1,1	3,4	2,9	3,0	3,3	3,2	3,2
Münsterland	2,1	6,8	5,5	3,7	6,6	4,9	4,5	6,5	6,9	6,1	5,9	5,9
NRW (gewogener Durchschnitt)	1,98	3,82	2,93	3,08	4,18	3,85	4,71	5,83	4,79	5,06	5,24	5,13

Quelle: LDS, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 1994; eigene Berechnungen

Die IuK-Unternehmen sind nicht nur ungleich innerhalb des Landes verteilt, sondern es lassen sich auch zwischen den Regionen unterschiedliche Schwerpunktsetzungen und Ursachen für dieselben ausmachen. Dies läßt sich am Beispiel der drei stärksten NRW-Medienregionen Düsseldorf/Mittlerer Niederrhein, Köln und - mit deutlichem Abstand - Ostwestfalen-Lippe verdeutlichen.

2 Neue Medien in Köln: Frischer Wind für innovationsorientierte Branchen

Die Kölner Region hat sich zu dem führenden Standort für audiovisuelle Medien in Deutschland und Europa entwickelt. Fast zwei Drittel des nordrhein-westfälischen Umsatzes bei der Herstellung von Filmen und Video-Filmen und 87 vH des Umsatzes aus dem Bereich "Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen" werden in Köln erwirtschaftet.

Allerdings wäre es verkürzt, die Bedeutung dieses Produktionsclusters "audiovisuelle Medien" in Köln auf die Sendeanstalten und die Produzenten von Filmen zu reduzieren. Im Umfeld dieser Kernunternehmen hat sich eine differenzierte und spezialisierte Zuliefererstruktur herausgebildet, die Requisiteure, Maskenbilder, Schneidesysteme und Bühnenbildner ebenso einschließt wie Handwerkstätigkeiten von Dekorateurern, Tapezierern, Schreibern oder Elektroinstallateuren. Ein spezialisierte Presse, Medienverbände, ein innovatives kulturelles Klima und nicht zuletzt wirtschaftspolitische Maßnahmen seitens der Stadt und des Landes wie spezielle Programme zur Unterstützung der Finanzierung von Medienunternehmen oder der Aufbau eines Media-Parks vervollständigen dieses Bild eines dynamischen Medienstandortes, der mit seinen Impulsen weit über den eigentlichen Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien hinausreicht.

Regionalanalysen zum Kölner Raum haben etwa ergeben, daß die Ausstrahlung der Neuen Medien mittlerweile sogar im Bereich der unternehmensnahen Dienstleistungen zu neuen Akzenten, zur Herausbildung eines neuen Produktionsclusters "Organisationsmanagement" geführt hat. Der Bezugspunkt hierfür ist eine Bündelung bisher weitgehend getrennt angebotener produktionsorientierter Dienstleistungen, die auf Basis der durch die IuK-Technologie gegebenen Vernetzungsmöglichkeiten Technologieberatung, Netzaufbau- und -pflege, Mehrwertdienste und Organisationsberatung miteinander verbinden.

Den Kern bilden hierbei vier Unternehmensgruppen, die von verschiedenen Ausgangspunkten her diese neue Systemleistung anbieten. Hierbei handelt es sich um

- Netzbetreiber, die als Unternehmensberatung tätig werden.
- Systemmanagement-Unternehmen, die in die Organisationsberatung einsteigen.
- Hardwarehersteller, die Technik- und Unternehmensberatung nutzen, um ihre Standardhardware und ihre Spezialgeräte (wie Scannerkassen oder Buchungsautomaten) besser absetzen zu können.
- Ausgliederte Bereiche von Großunternehmen, die ihre ursprünglich unternehmensinternen Kompetenzen (wie Softwareentwicklung, Vernetzung oder Schulung) auch extern anbieten.

In der Gesamtschau wird die Entwicklung in Köln offensichtlich stark dadurch geprägt, daß vorhandene, unter Innovationsdruck stehende oder geratene Branchen den frischen Wind aus den Neuen Medien zu ihrer eigenen Modernisierung genutzt haben. Peu à peu sind dabei neue, sehr stark durch IuK-Technologien geprägte Wirtschaftsaktivitäten entstanden, die sich dann zu neuen Produktionsclustern fortentwickeln konnten.

3 Neue Medien in Düsseldorf: Alte Stärken ziehen an

Auch Düsseldorf, der zweite in Nordrhein-Westfalen herausragende Standort von IuK-Technologien mit den größten Unternehmensanteilen in den Sparten Medien-Hardware, Werbung/Public Relations und Telekommunikation/Software, weist bei einer genaueren Betrachtung deutliche Spezialisierungen auf. Auch wenn die IuK-Wirtschaft in Düsseldorf bisher nicht so detailliert untersucht worden ist wie in Köln, so lassen sich doch zentrale Merkmale für die starke Stellung innerhalb NRWs ausmachen.

Die hohen NRW-Anteile Düsseldorfs bei der Medienhardware (16,7 vH der Unternehmen, 30,3 vH des Umsatzes) hängen mit der starken Präsenz von Niederlassungen bzw. Zweigwerken japanischer Unternehmen zusammen, unter denen wiederum Elektronikunternehmen sehr stark vertreten sind. Diese Präsenz, mit der Düsseldorf zu dem Zentrum japanischer Unternehmen in Deutschland, wenn nicht in Europa, geworden ist, basiert weniger auf Zusammenarbeit im Bereich von Produktion oder Forschung und Entwicklung, sondern auf der mittlerweile stark differenzierten Infrastruktur für japanische Unternehmen.

Weiterhin ist Düsseldorf ein attraktiver Standort für den Sitz von Unternehmenszentralen. Dies macht diese Region auch interessant als Standort für produktionsorientierte Dienstleistungen und erklärt die hohen Anteile in der Sparte Public Relation/Werbung (22,7 vH der Unternehmen, 49,0 vH des Umsatzes). Für die Entwicklung der IuK-Wirtschaft sind diese Unternehmen bedeutsam, weil von ihnen wichtige Leitwendungen z.B. in Bereichen wie Multimediapräsentation oder Mehrwertdienste ausgehen.

Mit der hohen Präsenz von Unternehmenszentralen hängt auch die sich seit einigen Jahren herausbildende gewichtige Stellung Düsseldorfs bei den neuen Netzanbietern zusammen. Nach der Deregulierung im Telekommunikationsbereich sind neue Netzanbieter und -betreiber entstanden, die ihre Wurzeln vor allem in der Elektrizitätswirtschaft haben und die neuen Gesellschaften bevorzugt in Düsseldorf ansiedeln. Die Ansiedlung solcher Unternehmen hat mittlerweile zu einer Profilierung Düsseldorfs als Kommunikationsstandort geführt, der auch immer wieder ausländische Anbieter anzieht, die in den deutschen Markt einsteigen wollen.

Wenngleich mit anderer Spezialisierung, so war die Entwicklung in Düsseldorf doch vergleichbar zu der in Köln. Etablierte Branchen nutzten die Neuen Medien, um sich auf die Herausforderungen der Zukunft einzustellen. Für die Region von Vorteil war, daß es sich bei diesen Branchen nicht um Krisen-, sondern eher um Boombranchen handelte. Hinzu kam, daß Düsseldorf darüber hinaus als Standort für ausländische Wirtschaftsaktivitäten und als Verwaltungssitz für Großunternehmen ebenfalls Neue Medien anzog.

4 Neue Medien in Gütersloh - lonesome riding eines global players

Ganz anders als in Köln und Düsseldorf stellt sich die Situation in Gütersloh dar. Dieser Kreis ist der wichtigste Medienwirtschaftskreis in Ostwestfalen, der drittstärksten Medienregion in Nordrhein-Westfalen. Während in Köln und Düsseldorf reichhaltige und vielfältige Verflechtungen zu anderen Wirtschaftsbereichen vorliegen, sind die wichtigsten Medienunternehmen in Gütersloh Teil der Bertelsmann AG, einem der weltweit bedeutendsten Me-

dienkonzerne, der seine Unternehmenszentralen in Ostwestfalen hat und um diesen Standort herum einige Unternehmen betreibt, zu denen auch solche aus dem Bereich der Neuen Medien gehören.

Charakteristisch für Bertelsmann sind jedoch nicht regionale oder gar lokale wirtschaftliche Verflechtungen, sondern der Aufbau einer weltweiten Konzernstruktur, die an den jeweiligen nationalen Standorten die geeignetsten Produktionsstrukturen und Absatzwege nutzt. Wichtige Bertelsmann-Standorte der Sparten Bücher, Unterhaltung, Zeitungen und Magazine, Druck und medienbezogene Dienstleistungen sowie Neue Medien sind in Hamburg, München und Köln, also den klassischen Medienstandorten in Deutschland, zu finden. Niederlassungen, Entwicklungszentren, Gemeinschaftsunternehmen, oft in Verbindung mit strategischen Allianzen sind weltweit, vor allem an innovativen Medienstandorten wie London, Paris, New York, Los Angeles oder Tokio, angesiedelt. Die zu Bertelsmann gehörenden online-Dienstleister und Internet-Provider Bertelsmann AOL und CompuServe (Europa) stellen zusammen die größte europäische Kraft dieses neuen Wirtschaftszweiges dar.

Auch in Gütersloh gibt es unabhängige Medienunternehmen, die von Bertelsmann profitieren oder sogar von ehemaligen Bertelsmann-Mitarbeiterinnen oder -Mitarbeitern aufgebaut wurden. Doch sind derartige regionale Verflechtungen eher Randerscheinungen des Medienstandortes Gütersloh. Entscheidend ist vielmehr, daß der innovative Bertelsmann-Verbund sich weltweit erstreckt und in Gütersloh nicht von einem Milieu wie in Köln oder Düsseldorf gesprochen werden kann. Innovative Unternehmensstrategien, so zeigt dieses Beispiel, müssen nicht unbedingt auf einem entsprechenden regionalen Umfeld basieren, sie lassen sich auch innerhalb eines weltweiten Unternehmensverbundes realisieren.

5 Konsequenzen für die Strukturpolitik: Lassen sich strukturschwache Regionen mit Neuen Medien modernisieren?

In der Technologie-, Struktur- und Regionalpolitik wird oftmals heftig und unspezifisch darauf gepocht, strukturschwachen Regionen (wie etwa dem Ruhrgebiet) durch Neue Medien neue Impulse zu geben. Die Auseinandersetzung mit den drei erfolgreichsten NRW-Medienregionen erlaubt einige Rückschlüsse, ob und wie eine entsprechende Strategie erfolgreich sein kann.

- Neue Medien entstehen nicht aus dem Nichts, sondern sie entwickeln sich offensichtlich nur im Zusammenspiel mit Wirtschaftsaktivitäten, die "vor Ort" bereits eine lange Tradition haben.
- Neue Medien sind keine Garantie für Aufholprozesse in strukturschwachen Regionen. Die Herausbildung eines neuen Produktionsclusters "Neue Medien" braucht Zeit. In Köln und in Düsseldorf ist im wahrsten Sinne des Wortes viel Wasser den Rhein heruntergelaufen, bevor sich aus den etablierten Branchen die neuen Spezialisierungen herausgebildet haben und eigenständig Akzente setzen konnten. Das um die audiovisuellen Medien herum entstandene Medien-Cluster in Köln hat Wurzeln, die bis in die 50er Jahre zurückreichen, und es hat sich in den 60er und 70er Jahren nur sehr langsam entwickelt, bevor der Boom in den 80er Jahren begann. Der hohe Zeitbedarf neuer Impulse durch Neue Medien muß also all diejenigen enttäuschen, die auf schnelle Effekte für Wachstum und Beschäftigung in strukturschwachen Regionen setzen.

- Wenngleich Neue Medien kurzfristig keine strukturpolitische Wunderwaffe sind, so bieten sie mittel- und langfristig strukturschwachen Regionen dennoch gute Chancen. Das läßt sich gut am Beispiel des Ruhrgebiets erläutern. In allen bislang erfolgreichen Medienregionen begann die Entwicklung der Neuen Medien damit, daß sie von den bereits etablierten Branchen genutzt wurden. Entsprechende Modernisierungen stehen auch in etablierten Branchen des Ruhrgebiets an, etwa im Handel, in der Verkehrswirtschaft oder auch in der Industrie (etwa bei der Fernwartung von Anlagen). Neue Medien sind dann nicht selbst ein neuer Wirtschaftszweig, sondern zunächst einmal eine (Infrastruktur)-Voraussetzung für die Erneuerung alter Branchen.
- Ein wichtiger Ansatzpunkt für eine durch Neue Medien gestützte Erneuerung alter Branchen ist die Kundenorientierung, d.h. die Ausrichtung auf manifeste oder latente Bedarfe. Bei einer entsprechenden Orientierung rücken dann nicht nur solche Gestaltungsmöglichkeiten in den Mittelpunkt, bei denen es gelingen kann, Produkte und Dienstleistungen billiger und besser zu machen, sondern es zeichnen sich auch Korridore für neue, innovative Angebote ab - so jedenfalls die Erfahrungen aus den starken Medienregionen. Und auf dieser Basis können sich dann langfristig neue Produktionscluster herausdestillieren.

Zusammenfassend wird deutlich, daß die IuK-Technologien nicht das beschäftigungspolitische Wundermittel für alle Regionen sind, als das sie in einer oberflächlichen Sicht oft erscheinen. Nur eine auf regionalen Potentialen aufbauende wirtschaftspolitische Strategie wird in der Lage sein, die vorhandenen Möglichkeiten wirksam auszuschöpfen. Um dies zu realisieren, bedarf es einer regional differenzierten Industrie- und Dienstleistungspolitik, die seitens des Landes und des Bundes Rahmenbedingungen setzt, eine unspezifische Konkurrenz Aller um Alles verhindert und die den Regionen Raum gibt, eine ihren spezifischen Potentialen entsprechende Politik der Anwendung von IuK-Technologien umzusetzen.