

Wirtschaftsforum «Metropolitanregion»

24. August 2018

Eine Einschätzung aus Sicht von Christof Abegg, EBP

Weiterhin mit Elan unterwegs – aber in kleinen Schritten

Die «Metropolitanregion» bewegt die Wirtschaft nach wie vor. Die erfreuliche Beteiligung, die angeregten Diskussionen und die positive Atmosphäre unterstreichen, dass die Idee unbestritten ist: Eine verstärkte grossräumige Zusammenarbeit und Vernetzung als Basis für einen attraktiven Wirtschaftsraum und eine gestärkte Wahrnehmung. Die Teilnehmenden sind weiterhin motiviert, den Gedanken einer Metropolitanregion mitzutragen und mitzugestalten. Inhaltlich gestaltet sich der Prozess jedoch anspruchsvoll: Eine thematische Fokussierung, die Identifikation konkreter Massnahmen und eine breiter abgestützte Beteiligung der Wirtschaft geht nur in kleinen Schritten voran. Verschiedene offene Fragen geben Anlass zu Diskussionen.

Welches sind die wichtigen metropolitanen Wirtschaftsthemen?

«Erreichbarkeit und Mobilität» als ein Kernthema der Metropolitanregion ist unbestritten. Schwerer fällt es den Beteiligten, explizite wirtschaftliche Handlungsfelder zu benennen. Ein greifbarer Mehrwert einer gemeinsamen Bearbeitung auf der metropolitanen Ebenen scheint nicht offensichtlich. Roland Scherer hat auf anregende und nachvollziehbare Weise vier mögliche Handlungsfelder benannt, fokussiert auf die grenzüberschreitende Vernetzung: Wissenschaftliche Exzellenz und Leuchttürme, Kreativ-Raum St.Gallen-Bodensee, Bildung und Digitalisierung, Employer Branding Industrieregion.

Das Inputreferat hat aber auch aufgezeigt, dass in den einzelnen Themen bereits zahlreiche Aktivitäten und Projekte laufen. In den Gruppen ging die thematische Employer Branding Industrieregion Diskussion eher in die Breite, denn in die Tiefe. Ein Beispiel: Das Handlungsfeld wurde in verschiedenen Gruppen dahingehend abgeändert, als die gesamte «Wirtschaftsregion» einzuschliessen ist. Damit wird jedoch auch eine klare Profilbildung erschwert. Unter den vier vorgeschlagenen Handlungsfeldern ist kein favorisiertes Thema erkennbar, das mit hoher Priorität verfolgt werden soll.

Welche Bedürfnisse hat die Wirtschaft?

Die Schwierigkeit einer Fokussierung und Prioritätensetzung hängt auch mit der Heterogenität der Wirtschaft zusammen. Je nach Branche, Standort, Markt- und Absatzraum oder Konkurrenzsituation werden andere Themen als wichtig erachtet. Will man allen Anliegen gerecht werden, ist zwangsläufig eine breitere und allgemein formulierte Themenpalette notwendig. Die individuelle Situation beeinflusst auch die Einschätzung dazu, wie eine Metropolitanregion räumlich gefasst werden soll. Insbesondere unterscheidet sich die Haltung gegenüber einer verstärkten grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Die thematische und räumliche Heterogenität kommt auch in der zersplitterten Verbandslandschaft zum Ausdruck. Zum einen wird auch hier eine verstärkte Zusammenarbeit eingefordert, bis hin zu einer radikalen Vereinfachung der Strukturen. Andererseits bleibt für zahlreiche Wirtschaftsthemen der regionale, kantonale bzw. branchenspezifische Kontext weiterhin relevant.

Wo liegt der gemeinsame Nenner?

In allen vier Gruppen wurde die Wahrnehmung und das Image des Wirtschaftsraums als wichtige verbindende Klammer genannt. Ein starkes Image wirkt als gemeinsamer Nenner, von dem sich alle einen Vorteil versprechen; indem das Bewusstsein nach innen gestärkt und Aufmerksamkeit nach aussen geschaffen wird. Die Stärkung der Wahrnehmung als eigenständige Wirtschaftsregion wurde bereits in der ersten Denkwerkstatt diskutiert und als zentrales Ziel einer Metropolregion von allen akzeptiert. Man verspricht sich dabei insbesondere eine erhöhte Anziehungskraft auf Fachkräfte, aber auch auf Unternehmen. Die Zielgruppen, und mit ihnen die ins Feld zu führenden Standortqualitäten, sind indessen erst vage erkennbar. Ebenfalls diffus ist die Vorstellung zur räumlichen Abgrenzung des zu vermarktenden Wirtschaftsraumes.

Wie grossräumig – und unter welchem Label?

Auch wenn eine grossräumige Zusammenarbeit unbestritten ist, sorgt die «Metropolitanregion» in den Diskussionen nach wie vor für Irritationen. Die Verwendung des Begriffs in der Diskussion auf Bundesebene ist unbestritten. Er wird als notwendig erachtet, wenn es gilt, auf politischer Ebene die Bedürfnisse des Raumes gleichwertig mit den bestehenden Metropolitanräumen einzubringen. In der regionsinternen Debatte weckt der Begriff jedoch auch Widerstände.

Die Frage des Perimeters steht seit der ersten Denkwerkstatt im Raum: Das Spannungsfeld besteht darin, einen Perimeter ausreichend gross zu ziehen, um eine «kritische Masse» zu erreichen, ihn andererseits aber auch so eng zu halten, dass eine Profilbildung und Positionierung nicht verwässert wird. Findet sich im Raum Appenzell-St.Gallen-Bodensee-Rheintal noch ein deutlich wahrnehmbarer Bezug, nehmen mit dem Schritt über die Grenze nach Vorarlberg die gemeinsamen Interessen und Bedürfnisse ab. Zweckmässigkeit und Ziele einer grenzüberschreitenden Zusammenarbeit werden von den Unternehmen je nach Standpunkt sehr unterschiedlich bewertet. Der Input von Roland Scherer hat mit dem «Bodenseeraum» nochmals eine weitere Dimension geöffnet. Mit einem solch weit gefassten Betrachtungsperimeter dürfte sich allerdings auch die Abgrenzung einer Metropolitanregion gegenüber bestehenden Gremien erschweren, insbesondere der IBK. Mit der Abgrenzung verbunden ist auch die Benennung des Raumes. Sie wurde, wie schon in der ersten Denkwerkstatt, kontrovers diskutiert.

Was ist konkret zu tun – und von wem?

Verschiedentlich wurde die Erwartung geäussert, dass die Zeit der «Denkwerkstätten» vorüber und nun Taten gefragt seien. Das Wirtschaftsforum hat aber auch gezeigt, dass dazu noch verschiedene Fragen zu klären sind. Zum einen laufen bereits zahlreiche Projekte und Vorhaben, auch über die Kantons- und Landesgrenzen hinweg. Wo kann mit zusätzlichen Aktivitäten ein Mehrwert generiert werden? Zum anderen sind die handelnden Akteure zu benennen. Wer initiiert, leitet und finanziert konkrete Massnahmen? Dabei ist das Zusammenspiel bestehender Akteure zu klären, da der «Metropolitanraum» als solcher nicht existiert. Die Wirtschaftsverbände sollten eine wichtige Funktion übernehmen, um die Besonderheit der bestehenden engen Verbindung von Politik und Wirtschaft zu nutzen. Wie dies über bestehende Aktivitäten hinaus konkret aussehen kann, ist noch weitgehend offen.