

Intolerante Orte sterben

Richard Florida im Interview.

Wirtschaftswissenschaftler Richard Florida über die ökonomischen Vorteile offener Gesellschaften.

Published February 20, 2007

By Matthias Hohensee

<http://www.wiwo.de/pswiwo/fn/ww2/sfn/buildww/id/2491/id/247798/SH/0/depot/0/index.html>

WirtschaftsWoche: Herr Professor Florida, in Ihrem Buch „The Rise of the Creative Class“ vertreten Sie eine provokante These: „Je schwuler eine Stadt, umso offener ist sie – und wirtschaftlich umso erfolgreicher.“ Übertreiben Sie da nicht ein wenig?

Florida: Klar, es gab heftige Reaktionen darauf. Wir haben aber in Studien herausgefunden, dass Leute von Regionen und Orten angezogen werden, die ein offenes Klima haben. Wir haben das für die USA und Schweden untersucht und einen Indikator entwickelt, der das gut darstellt, den Gay-Index. Ein Ort, der Selbstverwirklichung ermöglicht, zieht kreative Leute an – und darunter sind viele Schwule, die dort offener leben können. Es sind also Orte, in denen Unternehmer ihre Innovationen zum Leben erwecken können.

Zum Beispiel?

Wo hat die High-Tech-Revolution stattgefunden? Nicht in New Jersey, auch nicht im Süden der USA – es war in San Francisco und seinem Umland, der Bay Area. Es war der Ort, der stark die Gegenkultur der Sechzigerjahre prägte. Viele der Innovatoren im Silicon Valley waren früher Hippies oder liebäugelten mit der Hippie-Kultur. Die Region wurde von einer Woge der Selbstverwirklichung erfasst. Sei du selber, folge deinen Ideen, du musst dich nicht von außen auferlegten Regeln unterordnen. Vordenker wie Apple-Gründer Steve Jobs orientierten sich daran.

Sie bemühen gerne die High-Tech-Branche. Treffen Ihre Thesen auch auf andere Industrien zu?

Halt, das ist ein Missverständnis. Es ist nicht Technologie, die das Wachstum forciert – es sind die Menschen dahinter, die immer neue Dinge erfinden. Die entscheidende Frage ist von Ökonomen bisher nur unzureichend beantwortet worden: Welche sozialen und kulturellen Faktoren bringen diese Talente hervor? Viele Volkswirte nehmen an, dass man Talente einfach hat – so wie Staaten über Rohstoffe verfügen. Aber kreative Menschen sind anders als Gold oder Öl sehr mobil. Wir müssen daher untersuchen: Wo sammeln sie sich? Und warum? Wie zieht man sie an und behält sie? Ich bin überzeugt, dass neben hervorragenden Universitäten und Forschungseinrichtungen eine tolerante und weltoffene Atmosphäre ein wichtiger Magnet ist.

Was sind die größten Missverständnisse, mit denen Sie sich herumplagen müssen?

Ach, da ist die Mär, ich sei Aktivist der Schwulenbewegung. Manche behaupten, ich sei gegen die Familie und wolle, dass sich alles nur noch um Singles dreht. Es ist aber nun mal Fakt, dass es in den USA inzwischen mehr Singles als verheiratete Paare gibt. Oder die Auffassung, dass Kreative stets auch Künstler seien. Manche hören den Begriff „kreative Klasse“ – und denken an Poeten, Maler oder Designer. Aber es geht auch um Unternehmer, Wissenschaftler, Beschäftigte in wissensbasierten Berufen. Meine Forschungen haben ergeben, dass es in Amerika rund 38 Millionen Kreative gibt und 150 Millionen weltweit in den entwickelten Ländern.

Kritiker behaupten, Sie würden alles, was Ihren Thesen widerspricht, unter den Teppich kehren. Etwa die Tatsache, dass als un kreativ eingestufte Regionen wie Las Vegas boomen und in den vergangenen Jahren viele Jobs geschaffen haben. Vermeintliche Magnete wie Seattle und San Francisco haben hingegen Einwohner verloren.

Es stimmt, Las Vegas hat eine Menge Jobs geschaffen. Aber es sind größtenteils niedrig bezahlte Jobs im Dienstleistungsbereich und nur wenige in innovativen Industrien. Nehmen wir eine Wette an, welche Städte in den nächsten Jahren besonders prosperieren, Las Vegas und Oklahoma City oder San Francisco

und Seattle. Ich – und ich glaube, die meisten anderen auch – würden auf Letztere setzen. Klar ziehen Leute aus San Francisco und Seattle weg. Doch größtenteils deswegen, weil sie sich die hohen Lebenshaltungskosten nicht mehr leisten können, weil sie zu wenig verdienen. Sie werden durch besser ausgebildete Leute mit höherem Einkommen ersetzt, die meist kleinere Haushalte bilden. Ihren Forschungen zufolge zieht Toleranz Talent an. Gibt es umgekehrt intolerante Talente?

Intolerante und engstirnige Orte sterben. Es mag Ausnahmen geben. Aber es wird enger, je mehr Angehörige der kreativen Klasse ihren Wohnort frei wählen können. Die Wahl des Wohnorts ist wahrscheinlich die wichtigste Entscheidung im Leben. Mehr und mehr Menschen sind in der Lage, sich den Platz auszusuchen, an dem sie leben wollen. Sie verändern damit die Weltwirtschaft.

Eine solche Entwicklung produziert auch Verlierer.

Ja. Die Welt ist nicht flach. Sie hat Spitzen, gebildet von Megazentren, die besonders innovativ sind. Und wir erleben nicht nur einen wirtschaftlichen, sondern auch einen sozialen Wandel. Viele fühlen sich von den Veränderungen bedroht.

Wer vor allem?

Es sind vor allem Ältere, vorwiegend Männer mittleren Alters. Die wachsende gesellschaftliche Rolle der Frauen, von Singles, von Schwulen und Lesben, von Immigranten – das jagt manchen Angst ein. Und leider werden diese Gruppen zunehmend zu Sündenböcken für Missstände gemacht, anstatt zu sagen, wir müssen uns dem Problem stellen und eine Wirtschaft befördern, an der möglichst viele partizipieren können.

Droht eine Zweiklassengesellschaft zwischen kreativen und weniger kreativen Menschen?

Die Gefahr besteht. Die Kluft zwischen den Kreativen und der übrigen Gesellschaft wächst. Ebenso zwischen den Regionen, die Kreative anziehen können, und jenen, die nicht dazu in der Lage sind. Das produziert heftige politische und kulturelle

Verwerfungen, die mein Land bereits lähmen und auch anderswo auf der Welt zu beobachten sind. Die Situation ist mit der industriellen Revolution zu vergleichen, die neben immensem Wirtschaftswachstum eine ökonomisch bevorzugte Schicht von Leuten hervorbrachte und eine Reihe von wirtschaftlich sehr starken Regionen – was soziale, politische und militärische Spannungen bedingte.

Was schlagen Sie dagegen vor?

Wir müssen sicherstellen, dass viele Menschen an der kreativen Wirtschaft teilhaben. Wir können die Welt nicht vorantreiben, wenn 30 Prozent der Leute in entwickelten Ländern mitwirken und alle anderen zurückfallen. Die Sozialdemokratie beschäftigte sich in der Vergangenheit damit, wie man materielle Güter besser verteilt. Diese Debatte ist vorbei. Sie ist irrelevant. Tatsächlich geht es darum, wie man Menschen dazu bringt, ihre Talente zu entwickeln und sie ökonomisch zu nutzen.

Deutschland hat lebenswerte Städte und gute Universitäten. Trotzdem wandern Talente ins Ausland ab. Was läuft falsch?

Ich mag Deutschland. Aber Deutschland ist noch immer nicht weltoffen genug. All die großen Wirtschaftsmächte – Japan, Deutschland und nun auch die USA – sind in dieser nationalen Identitätskrise verhaftet. Es geht nicht um Einwanderung. Es geht darum, Talente anzuziehen. Volkswirtschaften wie Australien, Kanada, Neuseeland und die skandinavischen Länder, neuerdings sogar Großbritannien, haben das erkannt und richten sich danach. Deutschland wird von der gleichen Einwanderungsdebatte herunterzogen wie wir sie in den USA haben: Immigranten sind schlechter ausgebildet, sie liegen uns auf der Tasche und so weiter. Die eigentliche Debatte sollte sein: Wie kann Deutschland mit seinen guten Universitäten, seiner fantastischen wissenschaftlichen Tradition und seinen wunderbaren Städten attraktiv für Talente aus der ganzen Welt werden?

Und? Kann es das?

Deutschland hat sich zu einer offenen, lebenswerten und toleranten Gesellschaft entwickelt, die Schweden ähnelt – mit einer starken Rolle von Frauen, Rechten für Schwule und hohen Umweltschutzstandards. Das Land hat eine hervorragende Basis. Die Frage ist, ob der politische Wille vorhanden ist, sie zu nutzen.

[20.02.2007] matthias.hohensee@wiwo.de (Silicon Valley)
Aus der WirtschaftsWoche 8/2007.

Alle Rechte vorbehalten.

Die Web-Seiten von wiwo.de, ihre Struktur und sämtliche darin enthaltenen Funktionalitäten, Informationen, Daten, Texte, Bild- und Tonmaterialien sowie alle zur Funktionalität dieser Web-Seiten eingesetzten Komponenten unterliegen dem gesetzlich geschützten Urheberrecht der ECONOMY.ONE GmbH. Der Nutzer darf die Inhalte nur im Rahmen der angebotenen Funktionalitäten der Web-Seiten für seinen persönlichen Gebrauch nutzen und erwirbt im übrigen keinerlei Rechte an den Inhalten und Programmen.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ist ohne schriftliche Genehmigung der ECONOMY.ONE GmbH untersagt. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-Rom.

© ECONOMY.ONE GmbH, 2000-2007