

Elektronische Marktplätze als Standortfaktoren von Regionen

Rainer Kuhlen

I. Globalisierung - Regionalisierung

In Gesellschaften, in denen Information eine derart dominierende Rolle spielt, daß sie Informationsgesellschaften genannt werden, werden die Karten für die Strukturierung von Wirtschafts- und Finanzräumen (und im Gefolge auch von politischen Räumen) neu gemischt. Diese Debatte der Politik-, Verwaltungs- und Wirtschaftswissenschaft wurde in der Vergangenheit in erster Linie unter dem Aspekt der Globalisierung geführt (z.B. *Strange* 1994; *Strange/Stopford* 1991; *Harasim* 1993; popularisierend *Toffler* 1990).

Wir wollen hingegen im folgenden herausarbeiten, daß durch die Informatisierung aller gesellschaftlichen Bereiche (im Mikrobereich der Organisationen/Unternehmen und aus der Makrosicht gesellschaftlicher Großgruppen) nicht nur die Globalisierungsdebatte eine neue Dimension gewinnt, sondern - was zunächst als Widerspruch erscheint - auch die Regionalisierungsdebatte. Und diese steht hier im Vordergrund, ohne damit die Bedeutung der Globalisierungstendenzen schmälern zu wollen. Ganz im Gegenteil, erst durch die aus den Regionen aktualisierbaren Potentiale der Globalisierung gewinnt auch das Regionalisierungskonzept die entscheidende und neue Dimension, die wir über den Begriff der *virtuellen Regionen* diskutieren wollen.

Die Karten auch für den Erfolg von Regionen und lokalen Marktplätzen werden in der Informationsgesellschaft neu gemischt (*Kuhlen* 1995b). Klassische Standortfaktoren werden durch die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien mit ihren vielfältigen Strukturierungspotentialen neu bewertet oder durch neue ersetzt. Waren es in der Vergangenheit in erster Linie die Formen des physischen Verkehrs - das Ausmaß der Vernetzung von Schiene, Straße oder Wasserwegen -, die die Wirtschaft einer Region bestimmten, so sind es heute die elektronischen Netze, durch die der elektronische Verkehr, der Austausch von Information in der elektronischen Kommunikation, möglich wird und die der Wirtschaft die Rahmenbedingungen für ihre Entwicklung setzen. Physische Vernetzung wird aus technischer Sicht zur elektronischen und aus Organisationssicht zur virtuellen.

II. Netze, Dienste, Märkte, Marktplätze

Wenn wir im vorherigen Abschnitt von elektronischen Netzen gesprochen haben, dann soll damit keine technische Diskussion angestoßen werden. Viel-

mehr soll hier die informationelle (inhaltliche) und organisationelle Sicht auf elektronische Netze im Vordergrund stehen. Sosehr die technischen Netze die Grundlage für alle Ausprägungen elektronischer Information und Kommunikation sind, und daher auch die Regionen/Kreise und Städte/Gemeinden die Folgen (Potentiale und Risiken) der Auflösung des Netzmonopols der Deutschen Telekom ab Anfang 1998 in ihr Kalkül einbeziehen müssen (sollen sie z.B. eigene Netze nicht nur anmieten, sondern vielleicht selber verlegen und betreiben?), so sind es natürlich in erster Linie die Informationen selbst, die Inhalte, die über die Netze transportiert werden und die faktisch strukturverändernd wirken.

So wie durch die Existenz von Autobahnen alleine noch keine Wirtschaftsgüter bewegt werden, sondern erst durch die auf ihnen sich bewegenden Kraftfahrzeuge, so bewirken die Netze für sich keine neuen Wirtschaftsstrukturen, sondern die auf ihnen transportierten Dienste. Oder etwas anders formuliert: Mehrwerte werden erst durch die auf den Netzen eingerichteten, Informationen bereitstellenden elektronischen Dienste bzw. durch die sie organisierenden elektronischen Marktplätze geschaffen (*Kuhlen* 1995, 80ff)¹. Und so wie der Einsatz der physischen Transportmittel (Schiff, Waggon, Lkw, Flugzeug) durch effiziente Logistik gesteuert wird, so die elektronischen Dienste über elektronische Marktplätze.

Warum, so könnte man fragen, muß es noch elektronische Marktplätze geben, also organisierte Formen der Distribution und Nutzung von Informationsgütern, wenn die Entwicklung elektronischer Netze und Dienste zweifellos in Richtung allgemeiner Publikumsmärkte geht, so daß mit der Ausweitung der elektronischen Märkte der Wissenschafts-/Fachkommunikation, der Geschäftskommunikation und der (weitgehend nicht öffentlichen) Verwaltungskommunikation immer mehr die Endnutzer aus dem allgemeinen Publikum direkt einbezogen werden? Nach unserer Erfahrung bedeutet dies nicht, daß damit Mittlerstrukturen überflüssig werden. Ganz im Gegenteil.

Das Übermaß an global leicht zu verteilter Information, der leichte Marktzugang von Informationsanbietern mit der Konsequenz einer Fülle von

1) Zur Unterscheidung zwischen elektronischen Diensten und elektronischen Marktplätzen: *Dienste* sind die *Informationsgüter*, z.B. in Form von Online-Informationsbanken oder neuen Online-Informationsangeboten, die heute immer mehr unter Verwendung der Softwareumgebung des World Wide Web von Informationsproduzenten (Content Provider) hergestellt und über die Netze vertrieben bzw. die von Informationsnutzern aus den Netzen abgerufen und genutzt werden. *Elektronische Marktplätze* hingegen *organisieren* Verteilung und Nutzung dieser Dienste und machen sie der Öffentlichkeit zugänglich. In *Kuhlen* 1996 heben wir weiter darauf ab, daß über elektronische Marktplätze eine offene Palette an einzelnen Dienstleistungen angeboten wird, die nicht auf ein spezielles Fachgebiet oder eine spezielle Anwendung konzentriert sind. Und nicht zuletzt halten wir es für wünschenswert, wenn Marktplätze nicht nur auf kommerzielle Interessen allein ausgerichtet sind, sondern im Sinne der Idee eines *Forums* auch Informationsbedürfnisse der allgemeinen Öffentlichkeit, z.B. bezüglich Verwaltung, Politik, Kultur, Bildung, Soziales, befriedigen. Elektronische Marktplätze sind allgemein offene Systeme zur Organisation von elektronischen Diensten und offen auch bezüglich der zum Einsatz kommenden Betreibermodelle.

Informationsprodukten und Informationsdienstleistungen und die dadurch provozierte Konkurrenz von Anbietern selbst auf eng definierten Gebieten machen es für den Endnutzer immer schwieriger, sich einen Überblick zu verschaffen, bzw. für den Anbieter schwierig, sich dem Publikum mit seinen Angeboten bekannt zu machen. Dafür werden auf elektronischen Märkten *Mittler* gebraucht. Deren Leistungen sind also in erster Linie Orientierungs- oder allgemeiner Strukturierungsleistungen, die natürlich nicht Selbstzweck sind, sondern die es erlauben, die Aktionen auf elektronische Weise durchzuführen, die bislang auch auf „normalen“ Märkten möglich sind.

Neben den allgemeinen Suchmechanismen (Kataloge, Roboter, Agenten) für die globalen Dienste (*Bekavac* 1996) sind es vor allem die elektronischen Marktplätze, die als Mittler fungieren und die die elektronischen Märkte zum realen Feld von Operationen machen. Elektronische Marktplätze sind die Organisationsformen elektronischer Märkte², oder anders formuliert: die institutionellen konkreten Vermittlungsformen elektronischer Märkte³.

Elektronische Marktplätze sind also Informationssysteme im Kontext elektronischer Märkte. Mit ihrer Hilfe können Nutzer von ihrem „Standort aus über telematische Systeme Markttransaktionen anbahnen, abschließen und abwickeln [...] sowie mit anderen Marktteilnehmern kommunizieren“ (*Zimmermann/Kuhn* 1995, 36f).

Der Transaktionsbegriff ist hier entscheidend. Er drückt das kommerzielle Interesse an der Einrichtung, dem Betrieb und der Nutzung von elektronischen Marktplätzen aus. Mit Transaktionen sind alle Formen von Geschäftskontakten und -prozessen gemeint: zum einen aus dem Bereich des „electronic shopping“ Präsentation von Produkten und Dienstleistungen, Marketing, Kundenkontaktpflege, Online-Ordering, Bezahlen, zum anderen aus dem Bereich „business to business“ Anbahnung und Verwirklichung von Geschäftsbeziehungen (zum Aufbau virtueller Organisationen), Informationen über Ge-

2) Häufig wird für „Marktplatz“ auch der aus dem Amerikanischen stammende Begriff der Mall verwendet, wenn kommerzielle Aspekte angesprochen sind, oder der Begriff des Forums, wenn mehr der öffentliche, informationelle Aspekt angesprochen ist. Lenk (o.J.) spricht von BürgerBüros: „Die BürgerBüros arbeiten in multimedialer Telekooperation mit den jeweiligen Service-Anbietern wie z.B. Banken, Reiseveranstaltern, Verkehrsträgern, Landes- und Bundesbehörden. Damit entstehen neue, attraktive Arbeitsplätze“. Unser Vorschlag faßt beide Aspekte, den der Mall als „Electronic shopping“ und den des Forums als öffentliche Infrastruktur, zusammen und erweitert ihn durch Einbeziehung von Vorgängen des „business to business“ (s. die folgende Anmerkung).

3) Der abstrakte Begriff des Marktes bzw. der Märkte wird zur Kennzeichnung allen wirtschaftlichen Geschehens verwendet, das mit Hilfe der Elektronik abgewickelt wird. In Übereinstimmung mit Schmid (Schmid 1993, 468) verwirklichen elektronische Märkte alle Funktionen, die auch klassische Märkte bedienen, allerdings nun mit Hilfe der Telematik. Dazu gehören zum einen Funktionen des elektronischen Tausches und Einkaufs (electronic shopping), angefangen von der Präsentation der Güter (Produkte und Dienstleistungen), einschließlich der Werbung, über Bestellung und finanzielle Abwicklung. Zum andern gehören dazu Prozesse des allgemeinen Geschäftsverkehrs (business to business), z.B. die Anbahnung und Abwicklung von Kooperationsbeziehungen zwischen Organisationen bis hin zum Aufbau virtueller Organisationen oder Geschäftsprozesse.

schäftspartner und mögliche Investitionsorte. Abwicklung von Prozessen oder Aufgaben wie Finanzierung, Steuer oder Zoll. Über die Elektronisierung der Transaktionen werden für die Anbieter Umsätze erwirtschaftet, für die Nutzer werden Transaktionen schneller und für sie kontrollierter und preisgünstiger durchgeführt, und nicht zuletzt können Betreiber elektronischer Marktplätze ihre nicht unerheblichen Investitionen⁴ für den Aufbau und den Betrieb elektronischer Marktplätze durch Beteiligung an den Gewinnen durch Transaktionen zurückgewinnen. Der Gewinn aus den Transaktionskosten wird, neben den Einnahmen aus der Werbung und den Einnahmen aus dem Aufbau von Diensten für Anbieter, der wesentliche Finanzierungsfaktor für elektronische Märkte sein. Ein entscheidender Wettbewerbsfaktor in der Konkurrenz der elektronischen Marktplätze untereinander, z.B. um die Dominanz in einer Region, wird daher die Leistungsfähigkeit der Transaktionsdienste sein.

Neben der Transaktionsfunktion erfüllen elektronische Marktplätze auch eine allgemeine und öffentliche Informationsfunktion. Daher ist die Bezeichnung „Marktplatz“ (Forum) durchaus angemessen, weil sie, anders als die Bezeichnung „Markt“, die ein ausschließlich kommerzielles Interesse suggeriert, auf einen breiteren Objektbereich abzielt. Denn faktisch beziehen sich viele Marktplätze durchaus auch auf nicht-kommerzielle Bereiche. Ein in den USA weit verbreitetes Beispiel für diese Verbindung kommerzieller und nicht-kommerzieller Marktplätze sind die sogenannten „Free-nets“ (vgl. *Kuhlen* 1995a, 181 ff; *Kubicek/Wagner* 1995), bei denen von Gemeinden, oft getragen von der Eigeninitiative der Bürgerinnen und Bürger, ein in der Regel unentgeltlicher Zugriff auf lokale elektronische Informations- und Kommunikationsleistungen gegeben wird, die häufig über einen kostengünstigen (symbolischen) oder sogar gebührenfreien Internet-Durchgriff auf globale Dienste erweitert werden können. „Free-nets“ sind in der Regel kommerziellen Anwendern mit deren Angeboten offen, erfüllen aber dadurch, daß sie auch Verwaltungsinformation oder allgemein: öffentliche oder Infrastrukturinformationen bereitstellen, durchaus auch die Funktion von Bürgerinformationssystemen (*Lenk* 1995, *Frisch* 1994).

Die Idee offener elektronischer Marktplätze kann aber auch als gegenwärtige Realisierung des allgemeinen Programms der europäischen Aufklärung verstanden werden. Moderne Gesellschaften - so könnte das politische Programm der Moderne (*Mittelstraß* 1992) auf die Gegenwart transformiert werden - können auch danach beurteilt werden, inwieweit sie es ihren Bürgerinnen und Bürgern ermöglichen, ihre privaten und öffentlichen Geschäfte auf informationell abgesicherter Grundlage zu betreiben. War dies u.a. auch schon

4) Kostenabschätzungen für Aufbau und Betrieb elektronischer regionaler Marktplätze sind kaum publik. Von Vorarlberg Online (VOL), ein erfolgreicher Content Provider aus der Initiative einer regionalen Monopolzeitung (Vorarlberger Nachrichten), wurde bekannt, daß in den ersten Jahren des Betriebs von ca. 3 Millionen DM als Investition ausgegangen wird, wobei knapp die Hälfte durch Einnahmen (über Firmenpräsentationen und die Service-Provider-Funktion) wieder eingespielt werden.

die Rechtfertigung für den Betrieb öffentlicher oder wissenschaftlicher Bibliotheken oder auch für die partielle Subventionierung von Online-Datenbankanbietern in den 70er und 80er Jahren, so mag das auch für die Ausgestaltung elektronischer Marktplätze in der Gegenwart gelten.

Unter dieser Perspektive können elektronische Marktplätze auch daran gemessen werden, inwieweit sie nicht nur Prozesse des „electronic shopping“ und des „business to business“ befördern, sondern auch Information im Sinne von Infrastrukturleistungen darbieten und kommunikative Prozesse, z.B. im Austausch von Verwaltung und Bürger, unterstützen. Steht bislang bei den meisten Initiativen elektronischer Marktplätze die Erwartung auf eine Steigerung wirtschaftlicher Prosperität im Vordergrund, so könnten diese auch an der Einlösung des Versprechens auf informationelle Selbstbestimmung gemessen werden⁵.

III. Globale, regionale Marktplätze

Elektronische Marktplätze werden als globale bzw. nationale zentrale Leistungen realisiert, aber zunehmend auch als regionale oder sogar als kommunale Dienstangebote. Auch in der Bundesrepublik vergeht seit Ende 1995 kaum eine Woche, in der nicht neue attraktive Online-Dienste auf dem Markt erscheinen, die die Funktion von elektronischen Marktplätzen einnehmen, da auf ihnen nicht nur Information angeboten, sondern auch die Gelegenheit zu Geschäftstransaktionen (Werbung, Bestellungen, Zahlungsverkehr) gegeben wird. Damit sind nicht nur die großen Anbieter wie T-Online (Telekom), AOL (Bertelsmann), Europe Online (Burda) oder Microsoft Network (MSN) gemeint, sondern auch umfassende, häufig auf das World Wide Web sich abstützende Dienste wie Online MARKETPLACE von IndustryNet (industry.net/c/main/)⁶, der EUnet Internet Shop (germany.eu.net/shop/), der Marktplatz der MAZ-Internet Services GmbH (maz.net/), die Dienste von [germany.net](http://germany.net/index.html) (germany.net/index.html), das österreichische APAnet (apa.co.at/) oder die Dienste von Germany LIVE (germany.net/). Aber auch die elektronischen Angebote von Medienunternehmen wie „Stern“ (stern.de/) oder der „Neuen Zürcher Zeitung“ (NZZ) (nzz.ch/), um nur diese beiden Beispiele von vielen aus der Medieninformation in der Bundesrepublik zu nennen, sind als elektronische Marktplätze zu verstehen. Ergänzt werden diese eher zentralen Marktplätze durch eine Vielzahl regionaler und lokaler Angebote.

5) Wir erweitern hier die Begriffsprägung des Verfassungsgerichtsurteils zur letzten Volksbefragung, wonach informationelle Selbstbestimmung eine Erweiterung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts (Art. 2, Abs. 1 GG) dahingehend darstellte, daß jeder einzelne selbst über Angaben und Weiterverwendung ihn betreffender persönlicher Daten bestimmen soll. Wir übertragen den Begriff „informationelle Selbstbestimmung“ auf das Recht und die Fähigkeit, sich selbstbestimmt auf der Grundlage ausreichender Information verhalten zu können (Kuhlen 1995a, 11. Fußnote 7).

6) Alle Adressen sind um „<http://www>“ zu ergänzen.

Warum entstehen zusätzlich regionale und kommunale/lokale Marktplätze? In der Literatur wird für das Entstehen regionaler und kommunaler/lokaler Marktplätze in erster Linie das Kompensationsargument angeführt (vgl. Lenk o.J.): Elektronische Marktplätze dienen der Beseitigung regionaler Standortnachteile, vor allem von ländlichen und grenzüberschreitenden Gebieten. Durch elektronische Marktplätze (im doppelten Sinne des kommerziellen „electronic shopping“ bzw. des „business to business“ und des öffentlichen Informationsforums) können sowohl Leistungsstandards gehalten werden, die im Rahmen von Sparmaßnahmen bedroht sind, z.B. Serviceneiveaus von Post, Sparkassen, Außenstellen von Rathäusern oder anderen Verwaltungseinheiten, Bibliotheken, Volkshochschulen, als auch unter Ausnutzung der Potentiale von Telekommunikation und Mehrwertdiensten neue Dienstleistungen angeboten und zudem Anreize für die Ansiedlung von Unternehmen geschaffen werden.

Wer sind die Betreiber solcher regionalen und lokalen elektronischen Marktplätze? Wir machen zwei Tendenzen für regionale Marktplätze aus: Einerseits erweitern die globalen und nationalen Betreiber ihre Märkte durch eine stärker kundenorientierte Regionalisierung, andererseits treten in den Regionen selber, begünstigt durch die niedriger werdenden Eintrittsbarrieren zu elektronischen Märkten und begünstigt durch den Vertrauensvorschuß als regional/lokal bekannte Organisation, immer mehr Betreiber mit sehr verschiedenen Hintergründen auf, die aus der jeweiligen Region oder Kommune heraus regionale bzw. lokale Marktplätze organisieren.

Regionale, lokale Dienste entstehen nicht nur in großen Städten, den Metropolen, sondern auch und gerade in Grenzregionen und im ländlichen Raum. Elektronische Kommunikation dient auch der Kompensation regionaler Standortdefizite. Das war schon immer das Geheimnis des Erfolgs der klassischen Kommunikationsformen Brief, Telefon, Telefax und dann Bildschirmtext verwendenden Versandhäuser. Diese erzielen immerhin 10 Prozent des Umsatzes im Handel. Warum jetzt nicht „electronic shopping“ aus der Provinz, aus dem ländlichen Raum, und zwar nicht nur aus Angeboten der zentralen elektronischen Marktplätze, sondern gerade aus den regionalen Angeboten⁷?

Sind die technischen Voraussetzungen der Telekommunikation und des In-

7) Regionale elektronische Marktplätze haben den Vorteil, daß die Anlieferung der Waren, die über elektronische Prozesse bekannt gemacht und bestellt werden können, aus der Region heraus schneller und kostengünstiger erfolgen kann. Zu erwarten ist, daß durch elektronische Märkte der physische Verkehr, wie auch vermutlich der der personalen Kommunikation, in einer Region faktisch sogar vergrößert werden wird. Der Vorteil der regionalen Auslieferung entfällt allerdings bei elektronischen Informationsprodukten und -dienstleistungen, die ohnehin nur in der immateriellen Form übermittelt werden, die also in dieser Hinsicht raumunabhängig sind. Raumabhängig bleiben sie durch den inhaltlichen regionalen Bezug, wie er z. B. durch eine regionale Tageszeitung, ein Anzeigenblatt, ein Veranstaltungsjournal oder einen regionalthemenbezogenen Verlag hergestellt wird. Diese wiederum werden nur sehr begrenzt überregional abgefragt, so daß deren Einspeisung in einen zentralen und nicht nach Regionen weiter spezifizierten Dienst auch wenig Sinn macht.

ternet-Zugriffs gegeben⁸, so können regionale Marktplätze rasch zu flächendeckenden Systemen für Einkauf und Information werden. Im Odenwaldkreis z.B. haben Anfang 1996 10 Prozent aller Haushalte oder 20 Prozent aller Zeitungsleser einen Zugang zum Internet (bundesweit im Süd/Nord-Gefälle zwischen 4 und 6 Prozent). Konsequenz ist mit RIO im Odenwald mit zur Zeit etwa 1000 Web-Seiten ein funktionsfähiger, wenn auch noch sehr kleiner elektronischer Marktplatz entstanden. Sind die Betreiber-Konstellationen zudem günstig, wie z.B. bei der auf regionalen Märkten im deutschsprachigen Bereich am intensivsten genutzten und am weitesten ausgebauten Electronic Mall Bodensee (EMB) (Kuhlen 1996), die sich durch eine Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Hochschulen und Technologie-Transfer-Einrichtungen auszeichnet, entwickeln sich schnell umfangreiche und leistungsstarke elektronische regionale Marktplätze.

Und der Erfolg findet Nachahmer. Allein im Bodenseegebiet sind in einem halben Jahr nach der Innovationsvorgabe der Electronic Mall Bodensee (gegründet Mitte 1995) fast ein Dutzend weiterer kleiner bodenseebezogener Online-Dienste entstanden, unter Namen wie Seenetz, Elektronischer Marktplatz Bodensee, Regionetz, Südkurier Online etc. Sind das die neuen benötigten Arbeitsplätze der Informationsgesellschaft? Wird damit ein gewichtiger Teil des Bruttosozialprodukts erbracht werden? Nicht heute, aber vielleicht bald im nächsten Jahrtausend?

Wer immer auch die Anbieter und Betreiber in den Regionen sein werden - durch elektronische Marktplätze werden, wie zu Anfang erwähnt, Standortfaktoren auch aus der regionalen Perspektive neu bewertet. Heute sind es die elektronischen Netze und die auf ihnen organisierten elektronischen Marktplätze, die der Wirtschaft die Rahmenbedingungen für ihre Entwicklung setzen. Die Existenz eines funktionierenden regionalen elektronischen Marktplatzes kann als ein wesentlicher und für die Zukunft entscheidender Erfolgs- und Wettbewerbsfaktor für die regionale Wirtschaft angesehen werden.

IV. Virtuelle Regionen - Neubestimmung von Region über den Vernetzungsgrad

Was definiert einen regionalen elektronischen Marktplatz? Nach INTERREG (1981, 22) sind Regionen im sozialgeographischen Sinne „räumlich ge-

8) Die Entwicklung elektronischer Marktplätze wird zur Zeit am meisten durch die Unzulänglichkeiten der technischen Infrastruktur, sprich: von den unzureichenden Übertragungsraten, behindert. Die meisten Nutzer haben Zugriff über Modem mit 14 oder 28 kBit/sec Übertragungsraten. Reicht dies allein schon bei etwas anspruchsvolleren Darstellungen und bei der allgemeinen Erwartung auf direkte Reaktion aufgrund einer Manipulation am Bildschirm (wie gewohnt bei der lokalen PC-Anwendung) nicht aus, so sind es die Netzengpässe selber, die häufig genug unerfreuliche Nutzungsbedingungen schaffen. Änderungen sind hier, wenn nicht so schnell global oder überregional, in erster Linie durch kommunale und/oder regionale Hochleistungsnetze zu erwarten, die nach Wegfall des Netzmonopols der Deutschen Telekom konkurrierend aufgebaut werden.

schlossene oder zusammenhängende Gebiete, deren Bevölkerung mit bestimmten gemeinsamen Merkmalen ausgestattet ist und den Willen hat, ihre dadurch gegebene Besonderheit zu wahren und mit dem Ziel kulturellen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Fortschritts weiterzuentwickeln“. Vor allem die quasi deontische Vorgabe (hat den Willen) führt sicher nicht zu sehr scharfen, zumindest schwierig empirisch zu belegenden bzw. operationalisierbaren Kriterien. Jedoch scheint uns dieses latente, mit historischen und kulturellen Referenzen gespeiste Identitätsstreben auch als regulative Vorstellung für elektronisch vernetzte Regionen produktiv zu sein. Problematischer - unter der Perspektive elektronischer Märkte und realisierter Marktplätze - ist es eher mit dem an sich eindeutigeren herkömmlichen Kriterium der räumlichen Geschlossenheit.

Allgemeines Kennzeichen elektronischer Märkte und damit auch von konkreten elektronischen Marktplätzen ist zeit- und raumunabhängige Kommunikation. Ist zeitunabhängige, asynchrone Kommunikation vor allem im globalen Wettbewerb entscheidend, so wollen wir uns im folgenden mit der Unabhängigkeit von Raum bzw. einer neuen Abhängigkeit von Raum auf elektronischen regionalen Marktplätzen beschäftigen. Sind elektronische Marktplätze Abbildungen bisheriger Raumstrukturen? Deckt also z.B. ein möglicher elektronischer Marktplatz Weser-Ems-Online die Landkreise Ammerland, Aurich, Cloppenburg, Emsland, Friesland, Grafschaft-Bentheim, Leer, Oldenburg, Osnabrück, Vechta, Wesermarsch und Wittmund im Verbund mit den Städten Delmenhorst, Emden, Oldenburg, Osnabrück, Wilhelmshaven, Westerstede, Aurich, Cloppenburg, Meppen, Jever, Nordhorn, Leer, Vechta, Brake und Wittmund ab? Ganz sicher nicht automatisch. Durch Telekommunikation, besser: mittels der durch sie bewirkten Vernetzung werden geographische Grenzen aufgehoben. Telekommunikation ist global schlechthin. Die Extension elektronischer Marktplätze kann nicht exklusiv durch physische Raumgrenzen definiert werden.

Zudem gilt als Grundregel einer jeden elektronischen Informationsleistung, so auch für die organisationelle Ausprägung eines elektronischen Marktplatzes, daß sie nicht eine Eins-zu-Eins-Abbildung bisheriger konventioneller Informationsleistungen sein sollte. Ein Hypertext ist nicht die elektronische Entsprechung eines konvertierten gedruckten Buches, sondern soll die Hypertext immanenten Mehrwerteffekte herausarbeiten (Kuhlen 1991). Ein elektronischer Marktplatz ist nicht die Eins-zu-Eins-Abbildung existierender Wirtschafts- oder Verwaltungsgeschehens einer Ansammlung von Landkreisen und Städten.

Was kann denn sonst die Identität regionaler/lokaler Marktplätze stiften? Wir wollen hier auf den Begriff der Vernetzung zurückkommen und verstehen ihn erneut nicht im technischen Sinne der Verkabelung durch Telekommunikationsnetze. Wir meinen mit Vernetzung das Ausmaß der Verflechtung von heterogenen Akteuren in zunächst virtuellen, dann sich aber durchaus lokal organi-

sierenden Räumen. Vernetzte virtuelle Räume entstehen durch zielorientierte Kooperationsformen von Organisationen, die sich also zur Durchführung von temporären oder auch dauerhaften Aufgaben zusammengeschlossen haben. Aber auch virtuelle Organisationsformen sind letztlich immer auf reale Akteure in realen Orten angewiesen. Und hier spielt nach wie vor das Prinzip der faktischen Nähe und Vertrautheit bzw. das oben angesprochene latente Identitätsgefühl eine große Rolle. Einige Beispiele hierfür:

Im Prinzip, unter dem abstrakten Gesichtspunkt der virtuellen Realisierung, spricht nichts dagegen, daß die Wirtschaft einer geographischen Region oder einer Stadt im Norden Deutschlands sich des technologischen Wissens einer Universität in Südafrika vergewissert. Faktisch wird der Technologietransfer besser mit der lokalen Universität funktionieren. Nichts spricht im Prinzip dagegen, daß die in einem globalen elektronischen Marktplatz aus Singapur angebotene rote Velourcouch in Konstanz bestellt wird. Solange aber diese Couch nicht digitalisiert und über die Netze transportiert werden kann, solange wird sie eher aus dem Kaufhaus der Stadt oder der Nachbarstadt bezogen werden. Geschäftspartner können über globale Dienste global gesucht, Organisationsformen der Zulieferung weltweit verwirklicht, Abwicklung von Krediten über dislozierte Geldinstitute vorgenommen, Arbeitskräfte auf globalen Märkten gesucht werden - realistischer ist die Anbahnung von Geschäftsbeziehungen auf der Grundlage von Bekanntheit und Vertrautheit, also regionaler Nähe.

Personen und Organisationen als Teilnehmer in globalen Netzwerken sind nicht als isolierte anonyme Atome in einem überdimensionalen Molekularverband anzusehen, sondern bestimmen sich durch ihre realen Beziehungen zu anderen Partnern. Will man nicht von einer vollständigen Virtualisierung der Beziehungen zwischen den Partnern aufgrund zeitlich befristeter Aufgaben ausgehen - was auch ein mögliches, theoretisches Modell vernetzter Kooperationsformen ist -, so sind die durch die historische, politische, soziale und kulturelle Entwicklung gebildeten regionalen Räume eine sinnvolle Grundlage für stabile Teilnetze in globalen Netzen.

Natürlich wollen wir angesichts der globalen Effekte der Telekommunikation keinen geschlossenen regionalen Marktplätzen das Wort reden. Auch regionale Marktplätze verwirklichen offene und damit an den Weltmarkt angeschlossene Märkte. Für einen Großteil der in einer Region angesiedelten Produktions- und Dienstleistungsunternehmen macht der extraregionale Export den Großteil des Geschäftes aus. Schon mittelständische Unternehmen sind aufgrund ihrer besonderen Innovationskraft exportintensiv und auf diesen Export angewiesen. So ist trotz einer aus vielen Gründen erwünschten Intensivierung der regionalen Geschäftsbeziehungen (Regionalisierung des Handels) zu erwarten, daß das Bestehen einer Vielfalt ausgebauter regionaler elektronischer Marktplätze, die alle natürlich wiederum untereinander vernetzt sein werden, die Überregionalisierung des Handels verstärken wird.

Aber das schmälert nicht die Bedeutung regionaler/lokaler elektronischer

Marktplätze. Eine Region - so können wir aus der bisherigen Diskussion schließen - definiert sich als regionaler elektronischer Marktplatz durch das Ausmaß der Vernetzung der in ihr und im Umfeld von ihr angesiedelten Akteure aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Medien und Kultur, um nur diese als Beispiele für dominierende Akteure anzuführen. In konsequenter Fortsetzung dieses Vernetzungsgedankens kann man sogar den Schluß ziehen, daß zum einen Identität der Bevölkerung in einer Region durch das Ausmaß der Vernetzung ihrer Akteure, einschließlich der Bürgerinnen und Bürger selber, und daß zum anderen der wirtschaftliche Erfolg oder die Leistungsfähigkeit eines regionalen Gebildes durch das Ausmaß der Vernetzung bestimmt werden.

Die Vernetzung ist die Bedingung der Möglichkeit für die Bildung neuer (virtueller) Kooperationsformen. Eine vernetzte Region - und noch einmal, wir meinen damit nicht in erster Linie eine Region, die durch Telekommunikationsnetze durchgängig verkabelt ist, sondern eine Region, die über Informationsdienstleistungen auf elektronischen Marktplätzen vernetzt ist - ist eine potentiell kooperative Region (eine andere Bezeichnung für virtuelle Region) und damit eine wirtschaftlich leistungsfähige. Sie ist zugleich - um den Gedankengang der informationellen Selbstbestimmung noch einmal aufzugreifen - eine informationell aufgeklärte Region, die ihren Bürgerinnen und Bürgern die informationell abgesicherte Teilhabe an ihren privaten, professionellen und öffentlichen Geschäften ermöglicht.

Zentralbereiche regionaler Marktplätze können über einen hohen Vernetzungsgrad bestimmt werden. Man wird nicht so weit gehen, rein formal eine Region durch Überschreiten eines festzulegenden (numerischen) Grenzwertes zu definieren. Aber es werden sich sicher sehr bald in der Entwicklung elektronischer Netzwerke regionale/lokale Kerne herausbilden. Vernetzung diffundiert an den Rändern. Randbereiche können mehreren Netzen angehören. Netze überlappen sich und sind, wie erwähnt, in nationale und globale Netze eingebettet. Auch das gehört zur Virtualisierung von Regionen und regionalen elektronischen Marktplätzen.

Ist Vernetzung zwar in der Intensität (auch) abhängig von geographischer Nähe, so kann daraus nicht geschlossen werden, daß die einzelnen Teile oder Standorte der vernetzten Region (die Knoten im Netzwerk) in einer größeren Region aufgehen. Vielmehr bieten sich in der elektronischen Vernetzung gute Chancen, daß die dezentralen Bereiche in ihrer Autonomie und Identität erhalten bleiben. Lediglich die Formen der arbeitsteiligen Organisation und Kooperation werden durch virtuelle Regionen neu bestimmt. Virtuelle Regionen führen keineswegs zu verwaltungsbedingten Eingemeindungen. Die einzelnen Elemente können bestehen bleiben und schließen sich - gemäß dem virtuellen Konzept - je nach anfallenden Aufgaben - temporär oder dauerhaft - zusammen.

Literatur

- (Bekavac 1996) *B. Bekavac*: WWW-Suchmaschinen und -Kataloge. In: IX. Multiuser Multitasking Magazin, 7, 1996, 102-109
- (Frisch 1994) *E. Frisch*: Interaktive Bürgerinformationssysteme. Mit einer empirischen Untersuchung zur Akzeptanz des Hamburger Direkten Bürgerinformationssystems. Diplomarbeit Universität Konstanz, Informationswissenschaft 1994
- (Harasim 1993) *L. M. Harasim* (Hg.): Global networks. Computers and international communication. MIT Press: Cambridge, MA; London 1993
- (INTERREG 1981) *Internationales Institut für Nationalitätenrecht und Regionalismus* (Hg.): Regionalismus in Europa Bd. II. München 1981
- (Kubicek/Wagner 1995) *H. Kubicek; H. Wagner*: Community networking and universal service in the U.S.A. In: *H.-J. Kreowski* et al. (Hg.): Realität und Utopien der Informatik. Agenda-Verlag: Münster 1995, 175-187r
- (Kuhlen 1991) *R. Kuhlen*: Hypertext, ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank. Springer-Verlag: Berlin 1991
- (Kuhlen 1995a) *R. Kuhlen*: Informationsmarkt. Chancen und Risiken der Kommerzialisierung von Wissen. Universitätsverlag Konstanz: Konstanz 1995
- (Kuhlen 1995b) *R. Kuhlen*: Elektronische regionale Märkte als kooperative Netze. In: *P. Schieber* (Hg.): Informationsmanagement in der Informationsgesellschaft. Universitätsverlag Konstanz: Konstanz 1995, 302-325
- (Kuhlen 1996) *R. Kuhlen*: Electronic Mall Bodensee - ein grenzüberschreitender elektronischer Marktplatz (in diesem Band)
- (Lenk 1995) *K. Lenk*: Contracts, multimedia networks and the human interface: enhancing public and commercial services through small common serviceshops. In: *Comput., Environ. and Urban Systems* 19, 1995, 3, 193-200
- (Lenk o.J.) *K. Lenk*: „BürgerBüros“ als innovative kommunale Serviceagenturen. Ein neues Konzept auf dem Weg zur Durchsetzung. (Manuskript 1996, erscheint in: Office Management)
- (Mittelstraß 1992) *J. Mittelstraß*: Leonardo-Welt. Über Wissenschaft, Forschung und Verantwortung. Suhrkamp: Frankfurt 1992
- (Schmid 1993) *B. Schmid*: Elektronische Märkte. In: *Wirtschaftsinformatik* 5, 1993, 465-480
- (Schmid et al. 1995) *B. Schmid u. a.*: Electronic Mall: Banking und Shopping in globalen Netzen. B. G. Teubner. Stuttgart 1995
- (Strange 1994) *S. Strange*: States & markets. An introduction to international political economy. 2nd Edition Pinter 1994
- (Strange/Stopford 1991) *S. Strange; J. M. Stopford*: Rival states, rival firms - competition for world market shares. Cambridge University Press 1991
- (Toffler 1990) *A. Toffler*: Machtbeben, Wissen, Wohlstand und Macht im 21. Jahrhundert. ECON: Düsseldorf 1990
- (Zimmermann/Kuhn 1995) *H.-D. Zimmermann; C. Kuhn*: Grundlegende Konzepte einer Electronic Mall. In: Schmid et al. 1995, 33-94

Diskussion

Joachim Jens Hesse: Wenn ich das richtig verstanden habe, wird gesagt, die materielle Infrastruktur ist da, und es geht jetzt im wesentlichen um personelle und institutionelle Infrastrukturen und außerdem um die Nutzung des Faktors „glücklicher Zufall“. Wie geht das zusammen, wie schafft man staatliche Regionalpolitik als Angebotspolitik, die sich im wesentlichen auf jene Schlüsselbereiche der personellen und institutionellen Infrastrukturen und den glücklichen Zufall bezieht?

Dietrich Fürst: Das führt zu nichts anderem, als daß die Regionalpolitik, wenn sie dann von der Region stärker betrieben wird und überhaupt betrieben werden kann, im Grunde eine ermöglichende Politik ist. Sie kann nicht inhaltlich präzise sagen, in welche Richtung etwas geht. Sie kann nur Pfade definieren, das heißt Möglichkeiten eröffnen und die Akteure dazu bringen, damit soviel Synergieeffekte wie möglich zu erzeugen, also zusammenzuarbeiten und die auftretenden Chancen besser zu nutzen.

Was die personelle und institutionelle Infrastruktur anbelangt, stehe ich auf dem Standpunkt, daß das Strukturen sind, die in erster Linie auf der regionalen Ebene geschaffen werden müssen. Ich gehe von einem etwas weiter gefaßten Humankapitalbegriff aus, der Humanvermögen definiert. Humanvermögen ist für mich auch mit Werten verbunden und mit sozialer Einbindung. Es hat etwas damit zu tun, daß es auch Selbsthilfeorganisationen gibt, die ersatzweise auftreten können. Dies sind Potentiale, die eine Region zur Verfügung stellen kann.

Thomas Ellwein: Herr Fürst, wenn Sie den Anspruch der Regionalpolitik so reduzieren, brauchen Sie dazu den Staat nicht. Ich sehe keine Legitimation für diese Art von Politik. Das ist dann genau das, was gute Beratungsfirmen auch können.

Dietrich Fürst: Ich ging davon aus, daß wir über den Staat im Moment nicht diskutieren müssen; denn ich unterstelle, daß es hier ein gemeinsames Verständnis gibt, welche Funktion der Staat im Augenblick wahrnimmt. In diesem Rahmen stellt sich die Frage: Was kann die Region zusätzlich leisten, um die Funktion in ihrer Effektivität zu verbessern? Nur das war meine Fragestellung. Und das betrifft, meine ich, genau die Bereiche der personellen und institutionellen Infrastrukturen.

Rainer Kuhlen: Sie haben herausgestellt, daß die Informations- und Dienstleistungsgesellschaft in hohem Maße Humankapital aktivieren muß. Deshalb haben Sie auch auf die personellen und institutionellen Infrastrukturen abgehoben. Aber sind diese personellen und institutionellen Infrastrukturen wirk-

lich entscheidend? Sind nicht in der Informations- und Dienstleistungsgesellschaft andere, technische Infrastrukturen - Vernetzung, Basistechnologien für Dienstleistungen, Informationsprodukte oder -güter - mindestens genauso entscheidend? Oder setzen Sie die einfach voraus?

Dietrich Fürst: Wir haben im Kreis Goslar ein Projekt, das sich mit Regionalmanagement befaßt. Primär geht es zunächst darum, anhand konkreter Probleme die Akteure der Region dazu zu gewinnen, überhaupt über ihre Potentiale im Vergleich zu konkurrierenden Regionen nachzudenken und daraus Entwicklungspfade für die Lösung der Probleme abzuleiten. Dies ist zunächst ein Kooperationsprozeß zwischen den Akteuren, der von der wissenschaftlichen Seite mit Analysen von Stärken und Schwächen unterstützt wird. Dieser Prozeß läuft noch.

Die technischen Infrastrukturen habe ich deshalb nicht in dieser Form angesprochen, weil die auf der regionalen Ebene nicht gestaltet werden können.

Arthur Benz: Wenn man über Strategien der Softwareentwicklung, der Entwicklung von Konzepten für die personelle und institutionelle Seite der Infrastruktur diskutiert, dann schließt das nicht aus, daß damit harte Verteilungskonflikte verbunden sind. Das beste Beispiel dürfte der Nahverkehr sein, der als Hardware und Infrastruktur vorhanden ist. Die Aufgabe, die sich hier stellt, ist eine Reorganisation, und mit der Reorganisation verbunden sind massive Konflikte der Differenzierung. Daran zeigt sich dann auch, daß die regionale Kooperation durch Verteilungskonflikte sehr schnell gefährdet ist.

Die neu formierte Region Stuttgart zum Beispiel konnte selbst mit dem Regionalparlament diese Konflikte offensichtlich nicht lösen, so daß das Land intervenieren mußte. Ich denke deshalb, man muß sich in jedem Fall die Frage stellen, was in regionaler Kooperation leistbar ist und wo nicht doch irgendeine Steuerungsinstanz eingebaut werden muß, die im Zweifelsfall diese Teilungskonflikte lösen kann.

Friedrich Buttler: Mir gefällt nicht, wenn gesagt wird, die materielle Infrastruktur ist vorhanden. Ich meine vielmehr, wir müssen uns jeweils für die Zeit und den Stand der Technik und der Organisation unserer Gesellschaft einen Infrastrukturbegriff bilden, an dem gemessen unsere materielle Infrastruktur teilweise obsolet ist - beim ÖPNV ist das schon angesprochen worden -, also zwar vorhanden, aber einfach nichts mehr wert ist, weil sie nicht mehr bedient werden kann.

Wir definieren heute materielle Infrastruktur doch völlig anders als früher. Und ich bin auch der Meinung, daß genau diese Infrastruktur regional gestaltet werden kann und auch dringend der regionalen Gestaltung bedarf, und daß diejenigen, die das nicht tun, in ihren Entwicklungsprozessen einiges verschlafen werden.

Auch die personelle Infrastruktur kann man nicht statisch definieren. Man braucht auch dazu Entwicklungsvorstellungen. Hier könnte man sich auf den Standpunkt stellen, daß gemessen am Qualifikationsniveau, das die Bevölkerung erreicht hat, erhebliche Fortschritte erzielt worden sind. Gemessen an den jeweiligen Erfordernissen will ich das aber nicht so ohne weiteres konzedieren.

Wir brauchen also einen etwas differenzierteren, inhaltlich gefüllteren, situationsgerechteren Infrastrukturbegriff, der dem Rechnung trägt, was ich jetzt kritisch angemerkt habe.

Thomas Ellwein: Herr Fürst, wenn ich das zusammenfasse, was Sie gesagt haben, und mir dann einen Kreis vorstelle mit der bei uns gängigen Legitimation, daß der Kreistag unmittelbar von der Bevölkerung gewählt wird, daß die Willensbildung dort nicht über die Gemeinden gesteuert wird - das wird sie auch, weil viele Bürgermeister im Kreistag sitzen, aber es kann auch anders sein -, dann geht es im Grunde doch um die Frage: Kann dieser Kreis seine Aufgabe erfüllen?

Gute Kreispolitik heißt dann, die Probleme im Kreis zu erkennen, einen Prioritätenkatalog aufzustellen und in der geeigneten Form abzuarbeiten und sich zugleich auf die sich ständig neuen Aufgaben wieder einzustellen. Ein Kreis wird dann gute Politik machen, wenn er Einzelfallentscheidungen trifft. Das ist auch seine Funktion, dafür ist er angelegt; er soll keine generellen Beschlüsse fassen über den Status der Gesellschaft oder zum Beispiel über die Bildungspolitik, sondern er soll in seinem Gebiet, räumlich überschaubar, mit Kräften und Akteuren, die jedermann kennt, dieses Geschäft erledigen. Für mich ist sehr fraglich, ob ich da so viel Planung brauche. Es genügt doch völlig, wenn die Ziele klar sind.

Rainer Kuhlen: Die sind aber nicht klar.

Thomas Ellwein: Für den Kreis ist doch zum Beispiel völlig klar, wieviel und welche Schulen er braucht, weil sich das aus der Schulpolitik des Landes ergibt. Es ist auch einigermaßen klar, wieviel Kreisstraßen er unterhalten kann.

Rainer Kuhlen: Auf der höheren Ebene sind die Ziele klar. Im übrigen aber ist es doch ein Reparaturbetrieb für das, was an aktuellen Problemen ansteht. Darüber hinaus aber muß der spezifische Entwicklungsfall herausgearbeitet werden; das hat auch eine strategische Dimension.

Dietrich Fürst: Der Kreis Goslar, um noch einmal dieses Beispiel anzuführen, laboriert seit gut zehn Jahren an dem Problem, daß der Verkehr immer dichter wird und Verkehrskonzepte nicht zu entwickeln sind, weil die Verteilungskonflikte nicht geregelt werden können.

Es wäre eine Aufgabe für den Kreis, sich dieser Thematik anzunehmen, sie

nicht sektoral als Verkehrsproblem zu definieren - dann kommt man nie zu einer Lösung -, sondern in einen Entwicklungspfad mit hineinzunehmen, in dem auch die Verteilungskonflikte angegangen werden können, weil die zu verteilende Masse größer ist.

Für mich ist das eine Führungsaufgabe, nicht das Management von einzelnen Aufgaben, sondern die Integration der verschiedenen Aufgaben zu einem Entwicklungspfad.

Thomas Ellwein: Das ist eine Führungsaufgabe, das ist völlig klar. Wir brauchen ein strategisches Verständnis beim Landrat und beim Oberkreisdirektor, das ist auch klar, und das muß sich im Kreistag durchsetzen. Wir brauchen eine fähige Kreisplanungsstelle, die die Unterlagen liefert und zum Beispiel nicht nur das Verkehrsproblem sieht, sondern das Verkehrsproblem als Teil eines größeren Problems, die also Zusammenhänge herstellt. Aber das läuft doch alles unter der Firmierung „gute Politik“.

Dietrich Fürst: So gesehen ist Modernisierung des Staates auch nur „gute Politik“, und dann ist eigentlich alles, was wir machen, unter dieses Stichwort zu stellen.

Peter Singer: Grundsätzlich gibt es ja keinen Streit darüber, daß Regionen, auch um sich zu artikulieren, Verantwortlichkeiten brauchen.

Wir sind hier mitten im niedersächsischen Dilemma: Wir haben die Regionalplanung auf die Landkreise gegeben und sehen im Grunde genommen, daß es nicht oder nicht überall funktioniert. Erstens sind die Kreise zu klein. Zweitens gibt das Land den Kreisen, nämlich der Regionalplanung, der Region, wenn Sie so wollen, zuviel vor; das Raumordnungsprogramm ist so dicht, daß den Landkreisen die Lust vergeht, etwas eigenes zu entwickeln. Wir haben Landkreise, die bis heute kein regionales Raumordnungsprogramm haben. Und das Land drängt auch nicht darauf.

Ich meine, man sieht daran, daß man Akzeptanz auch von regionalen Bestrebungen nur dann fördern kann, wenn man einen gewissen Freiraum läßt, Fehler und Risiken eingeschlossen.

Dietrich Fürst: Das ist im Prinzip richtig. Wir haben in den letzten zwanzig Jahren eine Entwicklung gehabt, die in der Tat zu mehr Zentralisierung auf der Landesebene geführt und die Gestaltungsspielräume der Kreise eingeengt hat.

Peter Singer: Vielleicht liegt das auch an einer Besonderheit in Niedersachsen. Wir hatten hier einen einzigen Bereich mit Großgemeinden schon seit Anfang der dreißiger Jahre, das war Oldenburg. Meine Gemeinden waren für mich immer ganz andere Partner als die Gemeinden im übrigen Niedersachsen für meine Kollegen - die kleinste Gemeinde in Niedersachsen hatte 17

Einwohner. Da besteht natürlich die Gefahr, daß nicht nur der Kreis, sondern das Land sagt, die können das nicht leisten, wir müssen das alles vorgeben. Es gab eine Zeit, in der meine Kollegen als Landesplaner den Gemeinden vorschrieben, daß sie noch fünf Bauplätze bebauen könnten. Das ging weit ins Bundesbaugesetz hinein. Meine Gemeinden in Oldenburg wußten damals schon genau, was räumliche Ordnung war. Sie waren gewohnt, großräumiger zu denken, sie waren sehr selbstbewußt. Ich meine, eine solche Partnerschaft muß sich entwickeln, um auch Regionen selbstbewußter zu machen.

Jürgen Mittelstraß: Es scheint eines der Resultate unserer Überlegungen zu sein, daß die eigentümliche Dynamik, die sich mit dem Begriff der Region verbindet, zunehmend durch Überkomplexität der Strukturen und Überregulierung erstickt wird beziehungsweise gar nicht zum Zuge kommt. Je detaillierter und genauer wir die tatsächlichen Verhältnisse sehen, desto schwieriger wird es, die allgemeinen Erwartungen an den Regionalbegriff, wie wir sie zunächst formuliert haben, zu realisieren.

Heiko Engelkes: Ich bin immer wieder erstaunt über die eigene Sprache der Wissenschaftler, die derart spezialisiert und theoretisiert ist, daß „normale“ Menschen, zu denen ich mich zähle, sie kaum begreifen und nachvollziehen können. Wahrscheinlich ist das notwendig, aber ich stelle doch die Frage, ob es noch möglich ist, zwischen dieser Sprache und der Öffentlichkeit, zu der dann auch die Politiker zählen, eine Brücke zu schlagen, ob das, was Sie theoretisch entwickeln, von den Praktikern überhaupt verstanden werden kann.

Ich stimme Herrn Ellwein zu, wenn er sagt, Regionen sind Konstrukte. Es sind, wenn es um wirtschaftliche Entwicklung geht, weniger die altherkömmlichen Landschaften oder sonstigen Regionen, sondern es sind gewollte Organismen oder, wie Herr Kuhlen sagt, Bereiche, in denen zielorientierte Kooperation nötig ist.

Etwas erstaunt hat mich bisher, daß die Region als rein nationale Einheit definiert wird, daß sogar gesagt wird, Landkreise seien die gegebene Einheit, um regionale Politik zu entwickeln und durchzusetzen. Mir fehlt - bis auf die Ausführungen von Herrn Kuhlen - das grenzüberschreitende Element. Gerade in einer Europäischen Union, in einem Europa, das sich mehr und mehr verbindet, sollte man den Gedanken der grenzüberschreitenden Region nicht auslassen, wobei - das klang an - auch die Frage der Grenzen neu definiert werden müßte. Steht Weser-Ems beispielsweise nur in grenznaher Verbindung zu Holland? Sind nicht die Anrainer der Nordsee auch grenzüberschreitende Regionen, mit denen man Kontakt aufnehmen könnte?

Besonders gut gefallen hat mir das Beispiel aus Konstanz, weil das wirklich einmal ein Beispiel zu sein scheint, wie man regionale Elemente bündeln und die Regionen neu verknüpfen und vernetzen kann. Herr Kuhlen hat gezeigt, wie man daraus einen Marktplatz entwickeln kann, und zwar nicht nur innerhalb

der ursprünglich angestammten Grenzen, sondern auch über nationale Grenzen hinweg in die Nachbarländer, und wie man Kontakte schaffen kann, die vorher nicht bestanden haben.

Jürgen Mittelstraß: Es ist in der Tat so, daß wir eine gewisse Esoterik der wissenschaftlichen Sprache für diese erste Runde unseres Gespräches in Kauf genommen haben. Als ein Gespräch der Experten untereinander war das jedenfalls stärker so gewollt. Es wird in der großen Diskussionsrunde die Nagelprobe geben, ob sich die Übersetzung einer solchen eher wissenschaftlichen Sprache in eine öffentliche Sprache durchführen läßt.

Die Regionalität, die grenzüberschreitend ist, war zum Teil schon Element unserer Gespräche im kleinen Kreis am Beginn dieser Veranstaltung. Insofern ist das nicht übersehen worden. Aber es ist richtig, daß es jetzt auch noch einmal in diesem Zusammenhang betont wird. Sonst könnte in der Tat der irrtümliche Eindruck entstehen, Regionen sind bereits durch bestimmte Gebietskörperschaften und dergleichen definiert. Sie sind es vielleicht in der Praxis. Aber das ist ja gerade ein Element, was dynamisiert werden sollte.

Hermann Bausinger: Mehr oder weniger latent kommen die Kulturbestände immer wieder ins Spiel. Herr Kuhlen, Sie haben von Nähe und von latenten Identitätsgefühlen gesprochen. Nun kann man „Nähe“ ganz schlicht mathematisch definieren als das, was beieinander ist. Das muß noch nichts mit Identität zu tun haben. Sie haben das auf einer Ebene behandelt. Ich frage mich, ob das, was Sie uns dargestellt haben, wirklich eine Nähe ist, die Identität erzeugt.

Was da abgerufen werden kann, ist eine unglaublich diffuse und divergente Angelegenheit - und insofern nichts Neues, als ich, wenn ich mich über die Presse orientiere, auch in alle Richtungen gehe. Wenn in Bekanntschaftsanzeigen der „Süddeutschen Zeitung“ vom „Raum Frankfurt“ die Rede ist, hat das mit Nähe dann aber auch nichts zu tun.

Ich frage mich, ob der Begriff des „Marktplatzes“ nicht ein bißchen zu euphemistisch ist. Der Marktplatz, den Sie vorgeführt haben, ist ein Marktplatz der Ausdifferenzierung, während der herkömmliche, der reale Marktplatz ein Platz ist, auf dem sich alle treffen, die dort sind. Ihr Marktplatz ist dazu da, daß ich meinen jeweiligen Weg finde; er ist also ein Mittel der Individualisierung. Ich frage mich, ob man hier nicht gegensteuern müßte dadurch, daß Kristallisationskerne hergestellt werden. Ein Region ist für mich nicht nur ein geographisch definierbares Gebilde mit offenen Grenzen, sondern auch etwas, was eine Kristallisation braucht.

Herr Mittelstraß hat zum Abschluß der vorherigen Diskussionsrunde daran erinnert, daß wir nie von Zentren gesprochen haben. Meine Frage wäre auch die Frage nach einem solchen Zentrum, was nicht unbedingt eine Gemeinde oder eine Stadt sein muß, sondern was gewissermaßen eine geistige Kristallisation bringt.

Jürgen Mittelstraß: Ich meinte nicht, daß Region im kulturellen Sinn etwas Nachgeordnetes oder Vorgeordnetes und insofern noch Diffuses ist. Ich hatte nur den Eindruck, daß in unserer Diskussion der Begriff der Region seine Definiertheit oder eine bestimmte begriffliche Klarheit im wesentlichen in wirtschaftlichen, administrativen und anderen Kontexten findet und nicht so sehr im Bereich der Kultur im allgemeinen. Aber auch das Administrative, Wirtschaftliche, Politische ist natürlich ein zentraler Teil der Kultur, und ich habe mich in einem privaten Gespräch mit Herrn Bausinger schon überzeugen lassen, daß auch in der kulturwissenschaftlichen Diskussion der Begriff der Region eine wesentliche Rolle spielt.

Rainer Kuhlen: Herr Bausinger, was Sie sagen, scheint mir ein typisches kulturkonservatives Argument zu sein: die isolierten Individuen, die vor dem Computer sitzen und keine Kommunikation pflegen. Alle empirischen Untersuchungen haben längst gezeigt, daß das gerade kommunikationsfördernd ist, daß elektronische Märkte in hohem Maße interaktive Märkte sind. Wenn Sie die Zeitung nehmen und eine Anzeige lesen, müssen Sie zum Telefon greifen, sonst kommt keine Kommunikation zustande. Das ist bei den elektronischen Märkten anders. Das ist also nicht eine diffuse, sondern eine in hohem Maße partizipative, kommunikative Information.

Heiko Engelkes: Wenn Sie heute einen Rundfunksender oder eine Zeitung betreiben wollen, müssen Sie eine gewisse Struktur auch für die inhaltliche Verantwortung haben. Genauso ist es hier: Wenn Sie eine Betreibergesellschaft für alle gründen wollen, muß diese auch eine inhaltliche Verantwortung haben. Denn was da geliefert wird, geht über den Inhalt eines kostenlosen Wochenblattes hinaus. Gibt es da schon Vorstellungen, oder wie regeln Sie das in Konstanz?

Rainer Kuhlen: Die Debatte ist lange geführt worden. Natürlich ist gekennzeichnet, wer für eine Seite verantwortlich ist. Andererseits können wir keine Form von Zensur aufnehmen. Das sind Fragen, die aber nicht regional und lokal gelöst werden können, sondern nur auf internationaler Basis; denn was aus Honolulu eingespeist wird, entzieht sich möglicherweise den juristischen Grundlagen, die wir in Deutschland haben.