



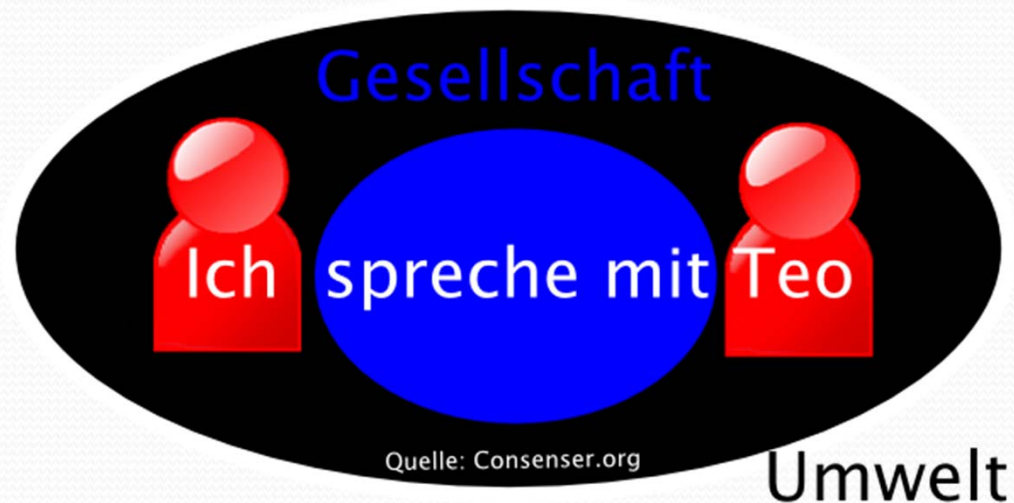
„Kreative Milieus, Kommunikation und Netzwerkbildung

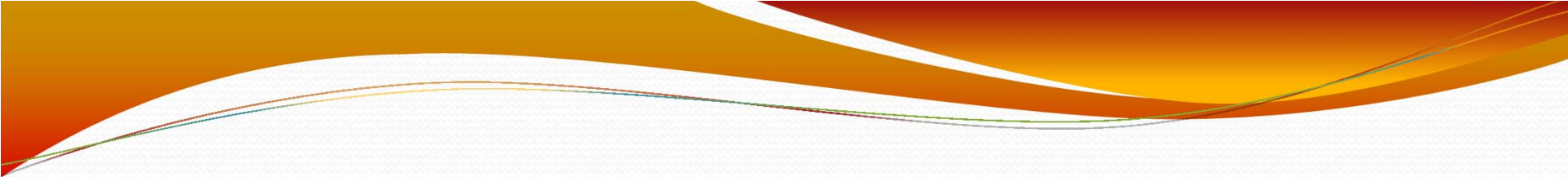
Potenziale für neue Arbeitswelten in der Oberlausitz"

Dr. Maik Hosang, 2014

Hintergrund des gegenwärtigen Wandels der Arbeits- und Lebenswelten:

- Gesellschaften sind kommunikativ organisierte Komplexe Soziale Systeme:



- 
- Gesellschaft/Kultur beginnt mit **Lautsprache** : Archaisch-magische Gesellschaften/Kulturen
 - seit ca. 3-5000 v.u.Z. „Hoch-“kulturen durch **Schrift** : mythische Gesellschaften
 - **Buchdruck** (durch Gutenberg um 1450): moderne Gesellschaften
 - durch **Computer und Internet** Beginn ganz neuer Kultur und Gesellschaft: „integrale“ Netzwerkgesellschaft, Kultur- und Kreativitätsgesellschaft („Kulturell-Kreative“), Gesundheitsgesellschaft

Hintergrund der demografischen Probleme der OL:

- Eine qualitativ neues Kommunikationsmedium (www)
- ermöglicht viel komplexer differenzierte und integrierte Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft –
- diese Veränderung aller Lebens- und Arbeitsbereiche kommt jedoch hier bisher kaum an,
- daher gehen vor allem die zukunftsorientierten Menschen (d.h. u.a. Frauen wegen ihrer Kinder) dahin, wo es schon ist

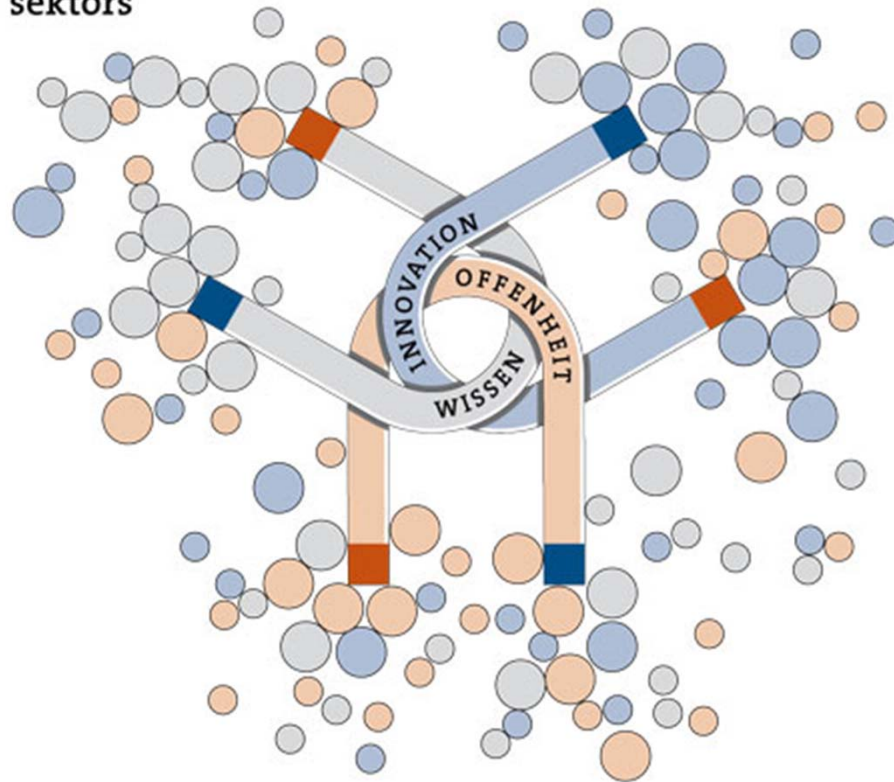
Industrielle Karrierelogik



Karrierelogik in der Kreativökonomie



Abbildung 2: Selbstverstärkende Wirkung des Kreativsektors



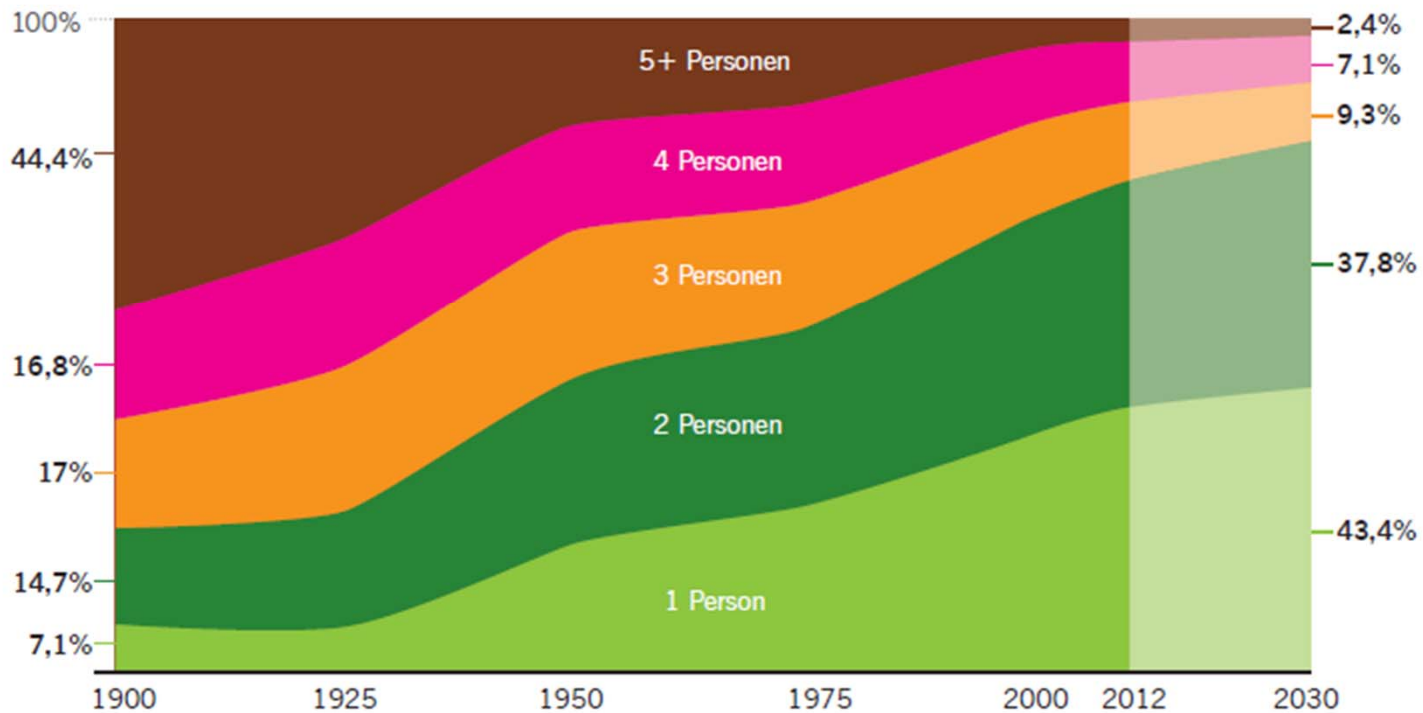
Quelle: HWWI 2010, Grafik: © B&E, BILD&ERNT

Megatrend Individualisierung

:zukunfts|institut

VON DER GROSSFAMILIE ZUR SINGLE-GESELLSCHAFT

Anteil der Haushalte nach Haushaltsgrößen in Deutschland (Prozent der Haushalte)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2002 und 2012, DIW 1980

Megatrend Female Shift

- Der Megatrend Female Shift beschreibt einen grundsätzlichen Wandel unserer männerdominierten Welt.
- Frauen streben verstärkt nach Führungspositionen, während Männer ihr Recht auf Zeit mit der Familie einfordern.
- Neue Männer und Frauen finden ihre Lebensbalance in beruflicher Verwirklichung und in Beziehungs- und Familienmodellen abseits der traditionellen Vater-Mutter-Kind-Konstellation.

Megatrend Neues Lernen

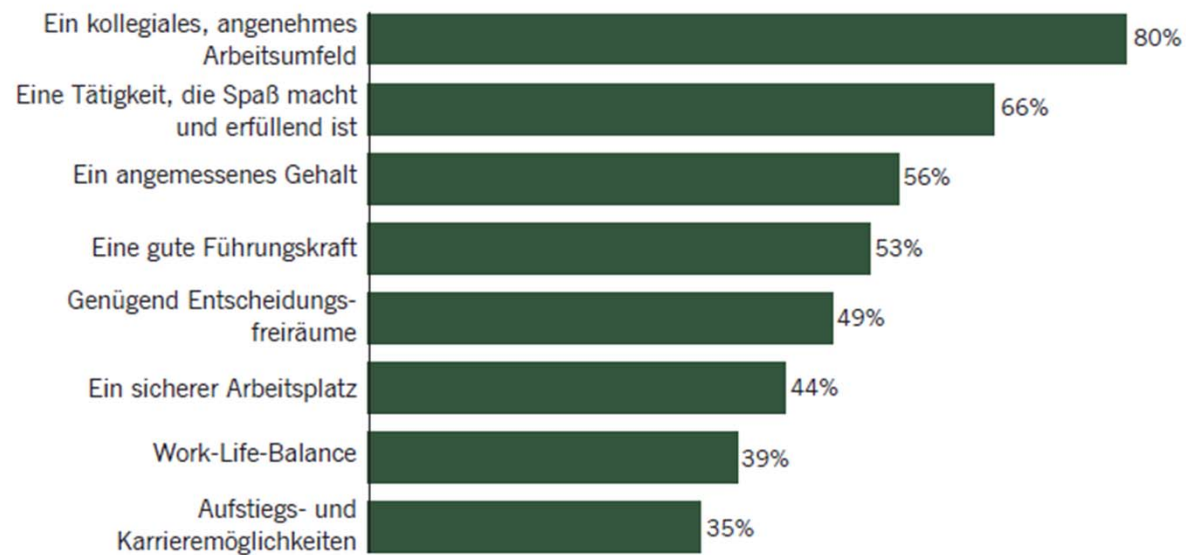
- Der Megatrend Neues Lernen beschreibt, wie sich Bildung im Zeitalter der Wissensexplosion verändert. Überall auf der Welt schaffen digitale Medien einen immer leichteren Zugang zu einer immer größer werdenden Wissensmenge.
- Im „War for Talents“ der anbrechenden globalen Kreativ-Ökonomie setzt sich diese Erkenntnis durch: Bildung ist ein Schlüssel zu einer hoffnungsvollen Zukunft. Wo jetzt individuelle Talente gefördert werden und leidenschaftliche Neugier entfacht wird, sind die Voraussetzungen für Innovationen und sozialen Aufstieg geschaffen.

Megatrend New Work

:zukunfts|institut

INTRINSISCHE MOTIVATION IST NICHT KÄUFLICH

Was Fach- und Führungskräfte in Deutschland motiviert (Zustimmung in Prozent)



Quelle: Stepstone, Hay Group 2011

Megatrend Sinnmärkte

- Simpler Gebrauchswert ist out - wer in Zukunft sein Produkt an den Mann bringen will, muss dem Konsumenten mehr bieten können: Die Märkte der Zukunft sind Sinnmärkte, in denen fünf Dimensionen von Bedeutung sind.
- **Werthaltigkeit:** Das Produkt muss einen ideellen Charakter besitzen.
- **Tiefe:** Es muss Bedeutung versprechen.
- **Orientierung:** Es muss eine Richtung und eine Perspektive vorgeben.
- **Kollektivität:** Es muss in einem größeren Zusammenhang der Tradition, der Verantwortung und der Zusammengehörigkeit stehen.
- **Transzendenz:** Es muss eine symbolische Bedeutung haben, die über das Alltägliche hinausgeht.

Megatrend Konnektivität

- Konnektivität bezeichnet die neue Organisation der Menschheit in Netzwerken. Über das „Internet der Dinge“ kommunizieren nicht mehr nur Menschen, sondern auch Maschinen miteinander. Doch dieser Wandel ist nur vordergründig ein technischer; der wahre Impact liegt im Sozialen.
- Der Trend zur Openness öffnet Unternehmen und administrative Strukturen nach außen. Er wird von der Forderung nach Transparenz vorangetrieben, die die ganze Gesellschaft umformt.

Megatrend Urbanisierung

- Zum ersten Mal in der Geschichte leben jetzt mehr Menschen in der Stadt als auf dem Land. Der Aufstieg der Wissensgesellschaft führt zu einer weiteren Verdichtung von urbanen Gebieten und gibt ihnen eine neue Bedeutung als Knotenpunkte des Wissens.

Ergänzungstrend: Urbanität ländlicher Räume:

Urbanität hat neben genereller kommunikativer Verdichtung insbesondere drei Qualitäten, die auch in einigen ländlichen Räumen zunehmen:

- Gelassener Umgang mit Fremdheit,
- subjektiv bewusste Individualisierung und
- erweiterte Kontingenz, d.h. eine starke Offenheit und Vielfalt möglicher menschlicher Lebenserfahrungen.

„Urbanität als Habitus: Zur Sozialgeographie städtischen Lebens auf dem Land“
([Peter Dirksmeier](#))



Zukunft der Oberlausitz

Situation:

Die Welt(wirtschaft) steht am Beginn einer „großen Transformation“, in der weniger materiell-technische als vielmehr kreative psychosoziale Ressourcen entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Regionen sind: neben Fachwissen sind das **Querdenken, Kreativität, Bewusstsein, Kommunikation, Vernetzung, Mut und Empathie.**

Dieses Humankapital zieht bevorzugt dorthin, wo es sich selbst verstärken kann. Hierzulande sind das bisher die kreativen Milieus von München, Berlin, Dresden etc. Die Anwesenheit dieser Humanressourcen bedeutet wiederum Standortvorteile für die neuen Dienstleistungen, weshalb sich diese verstärkt dort ansiedeln.

Ländliche Regionen erleiden dadurch einen Verlust an Humankapital, Wirtschaftskraft, Infrastruktur etc. Kernproblem dabei ist die Abwanderung gut gebildeter junger Frauen, damit auch ihrer potenziellen Männer und Kinder. Prognosen für die Oberlausitz besagen, dass die Anzahl der Arbeitskräfte zwischen 18 und 45 Jahren hier bis 2030 um 50% sinkt; bei gut ausgebildeten Menschen sogar noch mehr.

Weiterer Abstieg der Oberlausitz ist nicht zwangsläufig:

- Meta- und Megatrends wie Gesundheit, Glokalität, Neo-Ökologie begünstigen ländliche Räume,
- doch nur, wenn auch
- Neues Lernen, Individualisierung, Urbanität, und Konnektivität entwickelt werden

