

INNO-FUTURES

Territorial innovation approaches, practices and policies:
What possible futures?

These Nr. 3

Vom Export-Basis-Modell zu einer konsumenten- und einwohnerorientierten Innovations- und Standortpolitik.

These als Diskussionsgrundlage des Zukunftsworkshops am 4.Mai 2015

Autoren: Hugues Jeannerat, Tina Haisch, Olivier Crevoisier und Heike Mayer

Mitarbeit Sandra Bürcher, Delphine Guex, Antoine Habersetzer, Ariane Huguenin, Christian Livi, Victoriya Salomon, Alain Segessemann, Nelson Vera und Martin Warland

THESE 3

Vom Export-Basis-Modell zu einer konsumenten- und einwohnerorientierten Innovations- und Standortpolitik.

Der Export von Gütern und Dienstleistungen als Basis für regionales Wirtschaftswachstum

Zu Beginn muss die exportorientierte Industrie klar von der residentiellen Industrie unterschieden werden. Der Ausdruck „residentiell“ beschreibt jene Industrie, die für den lokalen Markt produziert und die sich dort entwickelt, wo die konsumierende Bevölkerung lebt.

Die Exportbasis spielt eine wichtige Rolle für die Bestimmung des absoluten und Prokopfeinkommens einer Region. Während die Produktionsfaktoren den direkten Einfluss der Exportbasis auf den regionalen Wohlstand beschreiben, ist der indirekte Effekt viel wichtiger. Weil die residentielle Industrie vollständig auf die regionale Nachfrage angewiesen ist, ist sie historisch vom Schicksal der Exportbasis abhängig. [...]

Es ist offensichtlich, dass [regionales Wachstum] eng mit dem Erfolg seiner Exporte verknüpft ist – sei es durch die verbesserte Ausgangslage existierender Exporte im Vergleich zu konkurrenzierenden Regionen oder durch die Entwicklung neuer Exporte.

Douglass C. NORTH (1955) (freie Übersetzung) Location Theory and Regional Economic Growth, *Journal of Political Economy* 63(3), pages 249, 250 et 251.

At the outset, export industries must be clearly distinguished from "residential industries." The term "residential" is used to designate industry for the local market which develops where the consuming population resides. [...]

Clearly the export base plays a vital role in determining the level of absolute and per capita income of a region. While the return to factors of production in the export industries indicates the direct importance of these industries for the well-being of the region, it is the indirect effect that is most important. Since residential industry depends entirely on demand within the region, it has historically been dependent on the fate of the export base. [...]

It is evident that [the growth of a region] is closely tied to the success of its exports and may take place either as a result of the improved position of existing exports relative to competing areas or as a result of the development of new exports.

Die Mobilität der Konsumenten ist die grösste Herausforderung der Regionalentwicklung

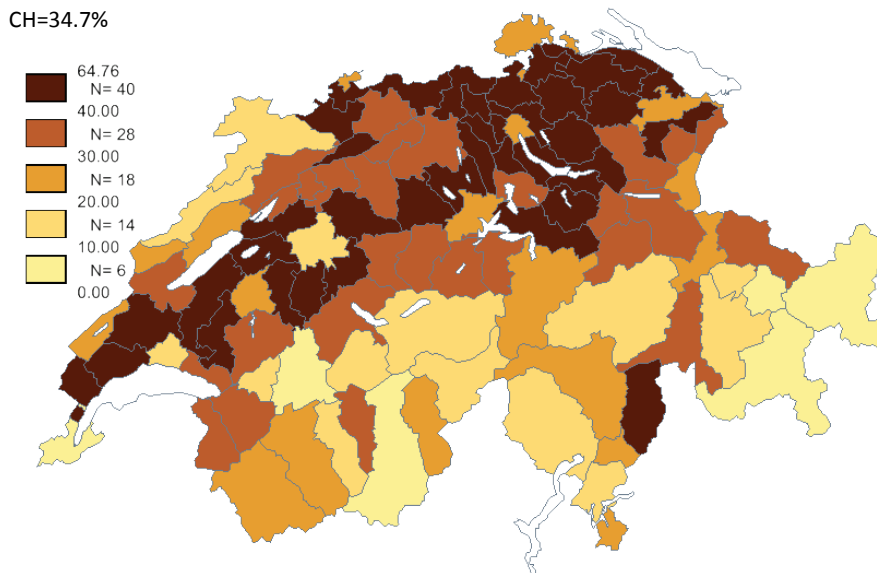
Die räumliche Trennung von Wohnen und Arbeiten macht die Pendler zu einer wichtigen Einnahmequelle für Schweizer Regionen.

In der Schweiz machen die Einkommen der Pendler 53% der gesamten Einkommen aller Bewohner einer Gemeinde aus, beziehungsweise 35% der gesamten Einkommen aller Bewohner einer Region. Die Pendlereinkommen sind demnach die wichtigste externe Einkommensquelle. Mehr als ein Drittel aller Schweizer Regionen, vor allem im Mittelland, erzielt demnach mehr als 40% ihrer Einnahmen durch Pendler (Abbildung 1). Noch grösser ist der Anteil auf Gemeindeebene (beinahe 90% der Gemeinden mit mehr als 40% der Einnahmen durch Pendler).

Diese Analyseergebnisse zeigen: In der Schweiz sind Wohnen und Arbeiten räumlich klar voneinander getrennt. Mit Blick auf die höheren Einkommen zeigt sich besonders deutlich, dass die Schweizer Regionen, die von diesen Einkommen profitieren, nicht jene sind, in denen sie durch die exportorientierte Produktion von Waren und Dienstleistungen, namentlich der hochproduktiven Industrien der urbanen Zentren, erwirtschaftet werden. Durch die Mobilität der Personen werden ihre Einkommen weit verstreut. Pendler und Rentner tragen ihre Einkünfte zurück zu ihren Wohnorten, beziehungsweise erhalten sie dort, wodurch hier die Kaufkraft merklich ansteigt. Diese beiden Bevölkerungsgruppen vereinen durchschnittlich 60% des Gesamteinkommens aller Bewohner der Schweizer Regionen auf sich.

Projekt: *L'économie résidentielle en Suisse : identification et mise en perspective*

Abbildung 1: Anteil des externen Einkommens durch Perndler*



* Die übrigen externen Einkommen sind Transferleistungen wie zum Beispiel durch die AHV (29.6%), die Einkommen von Bewohnern, die in exportorientierten Unternehmen arbeiten (26.3%), Einkommen von Beschäftigten in der kantonalen oder Bundesverwaltung in der Region (5.4%) und Einkommen von Beschäftigten aus der Tourismusindustrie (4%).

Projekt: *L'économie résidentielle en Suisse : identification et mise en perspective, à partir d'OFS 2008/2010 et AFC 2010*

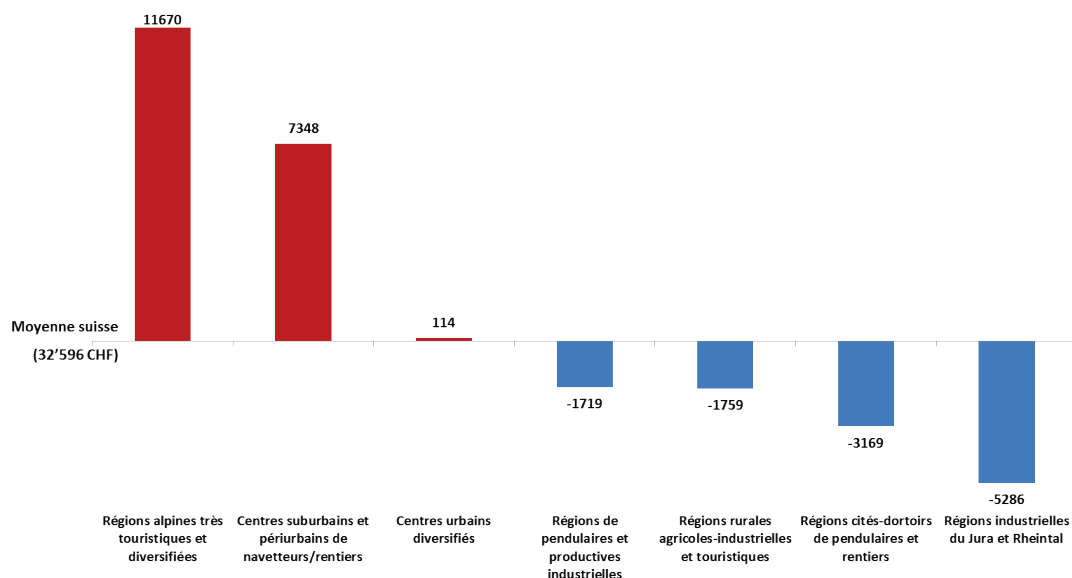
Diversifikation der Einkommensquellen: Urbane Zentren als Konsumorte für höhere Einkommen

Zwei von drei Stellen in der Schweiz hängen heute von der residentiellen Ökonomie ab. Dazu lassen sich vier wichtige Feststellungen machen (Abbildung 2):

1. Die diversifizierten urbanen Zentren Zürich, Basel, Genf, Lausanne, Bern etc. erfüllen Zentrumsfunktionen und verfügen über stark diversifizierte Einkommensquellen. Dank dieser Diversifikation erzielen die Regionen hohe Einkommen und sie hängen in ihrer Entwicklung nicht nur von einer Einkommensquelle ab.
2. Die städtischen und stadtnahen Zentren der Pendler und Rentner schneiden dabei von allen Regionen am besten ab. Im Gegensatz zu den Regionen mit «Schlafstadt»-Charakter, können diese Regionen einen gewichtigen Anteil der Einkommen der Pendler und Rentner für sich beanspruchen und behalten gleichzeitig die breit gefächerte Palette der übrigen Einkommensquellen (aus beispielsweise der Finanz- und Versicherungsindustrie oder unternehmensbezogenen Dienstleistungen). Zu diesen Regionen gehören Zimmerberg, Glattal-Furttal, Zürcher Unterland und Pfannenstiel in Zürich, das untere Baselbiet und Nyon, Morges, Vevey und Lavaux am Lac Lemman.
3. Die stark diversifizierten alpinen Tourismusregionen haben ein hohes Pro-Kopf-Einkommen. Den Regionen Saanen-Gstaad, Berner-Oberland, Goms, Engadin und Davos gelingt es neben den Einkünften aus dem Tourismus weitere Einkommensquellen zu erschliessen: sie profitieren von den öffentlichen Dienstleistungen (z.B. Spitäler), den Rentnern und den exportorientierten, nicht industriellen Wirtschaftsaktivitäten (unternehmensbezogene Dienstleistungen, grosse Bauunternehmen, Automobilhandel etc.).
4. Sogar wenn die Einkommen aus der produzierenden Industrie mit denen der Pendler verknüpft sind (wie zum Beispiel in den Industrieregionen des Jura oder des Rheintals), haben diese nur einen geringen Einfluss auf das Einkommensniveau einer Region.

Projekt: *L'économie résidentielle en Suisse : identification et mise en perspective*

Abbildung 2: Abweichung des Pro-Kopf-Einkommens nach Region im Vergleich zum Schweizer Durchschnitt (CHF)



Projekt: *L'économie résidentielle en Suisse : identification et mise en perspective, à partir d'OFS 2008/2010 et AFC 2010*

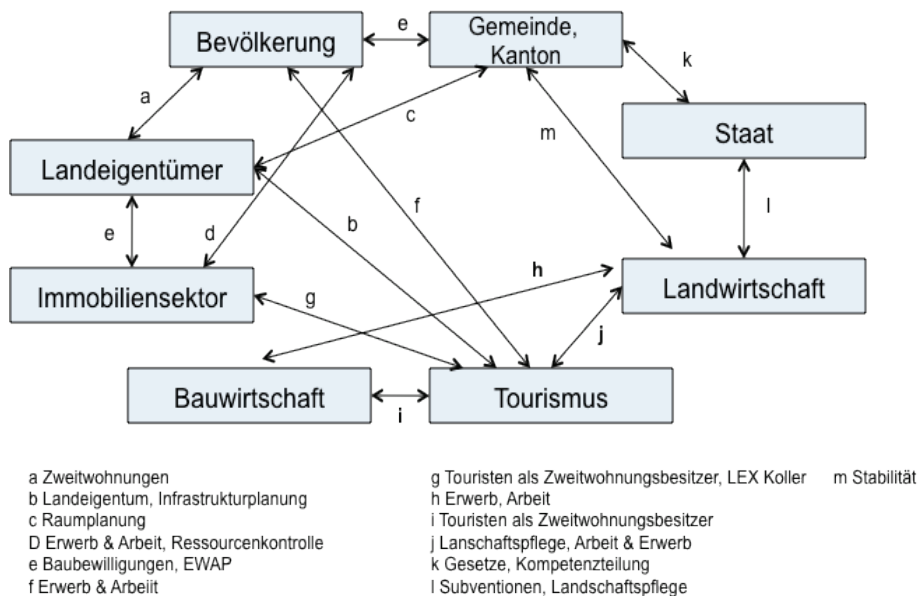
Grindelwald : Standortentwicklung für Einwohner, Tourismus und Landwirtschaft

Alpine (urbane) Tourismusgemeinden der Schweiz haben in den letzten 10 Jahren, vor allem aber seit der Weltwirtschaftskrise 2008 und der Aufhebung der Euro-Franken Kopplung, mit einer Vielzahl an Herausforderungen zu kämpfen. Finanzielle Schwierigkeiten werden durch das Fernbleiben treuer Kunden aus dem Euroraum, weniger Nachwuchs im Skisport und folglich rückläufigen Logiernächten verursacht. Zusätzlich entstehen Kosten durch die künstliche Schnee-Herstellung als Folge des Klimawandels und durch ein erhöhtes Risiko für Naturgefahren.

Um diesen und weiteren Herausforderungen (veraltete Anlagen wie Hotels, Bergbahnen) zu begegnen, finden in Grindelwald und in anderen Regionen (Grimselgebiet, Surselva) partizipative Prozesse einer neuen Strategieentwicklung statt, hin zu einer Einwohner- und Kundenorientierten Regionalpolitik. Durch die starken gegenseitigen Abhängigkeiten der Akteursgruppen in der Gemeinde (vgl. Abb. 3) können nur kollektiv partizipative Prozesse zu einer stärker diversifizierten Einkommens- und Standortpolitik führen. Auf dieser Basis entstanden in Grindelwald in den letzten Jahren eine Vielzahl an innovativen Projekten, welche sowohl die Einwohner als Kosumenten berücksichtigt (z.B. die Erneuerung des Dorfzentrums EIGER+) als auch die gestiegenen Anforderungen der Touristen in einer Erlebnisökonomie bedient (Projekt V-Bahn, neue mountainbike trails). Die Landwirtschaft als wichtiges Bindeglied zwischen Einwohnern, Landeigentümern und Tourismus profitierte von einer Milchverarbeitungsgenossenschaft (Eigermilch AG), welche Arbeitsplätze in der Gemeinde sichert und die Bevölkerung sowie die Toursiten mit lokalen Produkten versorgt.

Projekt: *Working towards resilience: is collective agency the key? Evidence from Swiss mountain tourism communities.*

Abbildung 3: Abhängigkeiten der verschiedenen Akteursgruppen



Projekt: *Working towards resilience: is collective agency the key? Evidence from Swiss mountain tourism communities.*

Montreux: Tourismuswirtschaft, permanente und temporäre residentielle Ökonomie

Im Lauf des 19. Jahrhunderts wurde Montreux zu einer beliebten Tourismusdestination mit einer Vielzahl an Hotels, Grand-Hotels und Luxushotels. Gleichzeitig zogen damals auch wohlhabende Bewohner in die Region, womit es gelang, neben der Hotellerie weitere Einkommensquellen zu erschliessen.

Nach dem Deutsch-Französischen Krieg zogen in den 1870er Jahren viele reiche Ausländer an den Lac Léman. Der Kanton Waadt führte im 19. Jahrhundert eine erste Form der Pauschalbesteuerung ein, mit der sich die neuen Bewohner, je nach Lebensstandart, an den Aufgaben der öffentlichen Hand beteiligen. Seit den Zwischenkriegsjahren ist die Erbschaftssteuer eine wichtige Einnahmequelle der lokalen Behörden.

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts lässt die Attraktivität der Destination immer stärker nach. Das exklusive Angebot steht in einem immer stärkern Missverhältnis zu einem steigenden Bedarf für ein breiteres Tourismusangebot. Und auch der Kongresstourismus lockt weniger Gäste in die Region. Die lokalen Behörden und die Tourismusverantwortlichen richten ihre Strategie deshalb immer stärker auf die Standortentwicklung für ausländische Bewohner aus. Ein wichtiger Bestandteil dieser Strategie ist die Entwicklung des Immobiliensektors.

Mit der steigenden Mobilität, ziehen seit den 1990er Jahren auch immer mehr Langzeitgäste oder temporäre Bewohner nach Montreux. Zwischen 1991 und 2002 stieg der Anteil der Einnahmen der Kurtaxe durch Zweitwohnungen von 31% auf 41%. Gleichzeitig sank der Anteil der permanent bewohnten Unterkünfte von 71% auf 40%. Diese neue Form der regionalen Attraktivität trägt zur Zersiedelung der Region bei. Da diese temporären Bewohner keine Steuern zahlen und weniger konsumieren ist gleichzeitig auch ihr Einfluss auf die residentielle Ökonomie schwächer.

Projekt: Entre abîme et métamorphose: une approche interdisciplinaire du développement des stations touristiques

Werte schaffen durch die Einbettung eines Unternehmens in seiner Region

Der Ansatz der „Embeddedness“ besagt, dass ökonomische Aktivitäten von Unternehmen durch ihr soziales Umfeld beeinflusst werden und diese ihr Umfeld auch beeinflussen. Ökonomischer Austausch vollzieht sich nicht nur über den Markt beziehungsweise die Hierarchie, sondern auch über Netzwerke.

Folglich ist die soziale Einbettung der Unternehmen in einer Region von grosser Bedeutung. Durch politisches Engagement für die Region können Werte für die ansässige Bevölkerung geschaffen werden, beispielsweise, indem sich das Unternehmen für den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur einsetzt, für Bildung und Wirtschaftsförderung. Davon profitiert eine ganze Region und wird somit attraktiver. Für die Bevölkerung entstehen neue Arbeitsplätze. Durch den Aufbau neuer Industrien nimmt die Gemeinde mehr Steuergelder ein. Die Unternehmen schaffen auch Werte, indem sie als Sponsoren für kulturelle Aktivitäten auftreten, welche die Attraktivität einer Region ebenfalls vergrössern. Davon kann wiederum der Tourismus profitieren usw. Im Zusammenspiel der verschiedenen Akteure entstehen Werte im Sinne eines „shared value“, die für alle Vorteile schaffen können.

Nun gilt es zu erforschen, wie ein solches Wertennetzwerk aussieht und wie dieses noch ausgebaut und verbessert werden kann. Denn im Unternehmertum geht es nicht nur um Prozess- und Produktentwicklung, sondern auch um die Schaffung von Werten.

Projekt: Unternehmertum in peripheren Regionen der Schweiz

Theoretische und politische Betrachtungen

Export von Gütern und Dienstleistungen als Quelle des regionalen und nationalen Wachstums

In den USA wurde bereits in den 1920er Jahren, vor allem aber in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, die unterschiedliche wirtschaftliche Entwicklung der verschiedenen Regionen untersucht. Diese Untersuchungen bestätigten immer wieder die Grundannahme, wonach eine Region besonders erfolgreich ist, wenn sie über zusätzliche Exporte neue Einnahmequellen erschliessen kann. In der Folge verfestigte sich in den vergangenen Jahren ein exportbasierter Zugang zu Innovation und Regionalentwicklung. Diese Theorie stützt sich im Wesentlichen auf die folgenden Elemente:

- Bei den wirtschaftlichen Aktivitäten muss zwischen den exportorientierten, für ausserregionale Märkte bestimmte Dienstleistungen und Produkte, und der residentiellen Ökonomie für den Heimmarkt unterschieden werden.
- Die Exportaktivitäten werden auch Basisaktivitäten genannt. Indem sie neue Einnahmequellen erschliessen, stimulieren diese über die Einkommenseffekte wiederum die residentielle Wirtschaft.
- Angelehnt an andere Theorien zu den komparativen nationalen Vorteilen¹ sind die Regionen zur Innovation aufgerufen, um bestehende oder neue Basisaktivitäten zu entwickeln und so die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.
- Die regionalen Produktionsnetzwerke (nachgelagerte Güter und Dienstleistungen, Zulieferer und Unterauftragnehmer, Arbeitsmarkt, Forschungs- und Entwicklungstätigkeit) bilden ein System um diese Basisaktivitäten und tragen zu deren Entwicklung, Stärkung, Anpassung oder Erholung bei. Diese Systeme gelten als regionale Innovationssysteme.

Diese Prinzipien bilden die Basis der meisten Modelle nationaler und regionaler Innovationspolitik. Dabei geht die Politik explizit, oder auch implizit, davon aus, dass:

- i. die globalisierte Wirtschaft und der Wohlstand der Nationen in erster Linie auf der Mobilität der Dienstleistungen und Güter beruht (dies wird auch von der Welthandelsorganisation WHO so verstanden);
- ii. die Arbeitskräfte ihre Einkünfte, abgesehen von ihren Ferien, in der Region, in der sie arbeiten, ausgeben.

¹ In diesen Theorien wird, besonders seit den Analysen von Ricardo, der Ansatz vertreten, wonach die entwickelten Volkswirtschaften dank des internationalen Austauschs und dem Export spezialisierter Waren und Dienstleistungen ihren komparativen Vorteil gegenüber den Wachstumsmärkten wahren und das Bruttoinlandsprodukt steigern können.

Dieses Verständnis der Innovationspolitik lässt allerdings ausser acht, dass die Mobilität von Arbeitskräften und Konsumenten heute viel grösser ist und sie ihre Einkünfte zu einem grossen Teil nicht dort ausgeben, wo sie diese erwirtschaftet haben.

Politik heute

Ein Grossteil der wirtschaftlichen Entwicklung der Schweiz beruht auf dem Export von Waren (Uhren, Mikrotechnologie, Präzisionsmaschinen, Produkte der chemisch-pharmazeutischen Industrie, weiterverarbeitete Landwirtschaftsprodukte etc.) und Dienstleistungen (Bank- und Versicherungsdienstleistungen, Wirtschaftsberatung, Tourismus etc.). Um diese Exporte zu unterstützen, wurden in den vergangenen Jahren verschiedene branchenspezifische Massnahmen auf nationaler und kantonaler Ebene ergriffen (Technologie, Energie, Regionalspezifisch, Landwirtschaft, Tourismus)

Diese politischen Massnahmen beruhen auf dem traditionellen Verständnis des Export-Basis-Modells, dass Länder und Regionen ihren Wohlstand der Mobilität von Waren und Dienstleistungen verdanken:

- Innovation muss die Wettbewerbsfähigkeit bestehender Exporttätigkeiten stärken (zum Beispiel durch Produkt- und Prozessinnovationen oder eine Verlängerung der Wertschöpfungskette).
- Innovation muss zur Entwicklung von Technologien und Konzepten oder marktreifer, exportorientierter Produkte und Dienstleistungen führen (zum Beispiel: Start-Ups, Produktinnovationen).
- Die lokale Nachfrage ermöglicht die Entwicklung neuer Lösungen, Technologien oder Produkte für den Export (zum Beispiel neue ökologische oder medizinische Lösungen und Technologien).
- Der Tourismus gilt als gewöhnliche Exportleistung, der innovative Reiseprodukte und – dienstleistungen für externe Märkte entwickelt.

Die Aktivitäten der residentiellen Ökonomie werden allerdings nur selten von diesen Innovationsförderinstrumenten berücksichtigt. In der Regel sind sie Gegenstand von Massnahmen zur Entwicklung, Förderung oder Verbesserung der Lebensqualität (zum Beispiel Raumplanung oder Kulturförderpolitik).

Doch die gesteigerte Mobilität der Bewohner (z.B. der Pendler), Besucher und ganz allgemein der Konsumentinnen und Konsumenten, bietet den Regionen heute neue Entwicklungs- und Innovationsmöglichkeiten. Arbeitskräfte, Rentner und andere Bewohner sind in ihrem Konsum mobiler und verausgaben ihre Gelder immer weiter von dort entfernt, wo sie ihr Einkommen erzielen. So werden einzelne Tätigkeiten, die früher zur residentiellen Ökonomie gezählt wurden, heute praktisch Teil der Basisaktivitäten weil mit ihnen neue Einkommen erzielt werden können.

Allgemeine Fragen

- Wie muss das Export-Basis-Modell umgedacht werden, um der gesteigerten Mobilität der Konsumenten und Bewohner Rechnung zu tragen?
- Welche Innovationen ermöglichen es, aus der Mobilität der Konsumenten und Bewohner neue Einkommen zu erzielen?
- Wie können die Regionen über die innovative Weiterentwicklung ihrer Lebensqualität und Standortbedingungen neue Einkommen erzielen?
- Was muss bei der Innovation und Entwicklung der Lebensbedingungen berücksichtigt werden, damit verschiedene Formen des Konsums nebeneinander existieren können (Anwohner, Besucher, Touristen etc.) ?

These: Vom Export-Basis-Modell zu einer konsumenten- und einwohnerorientierten Innovations- und Standortpolitik.

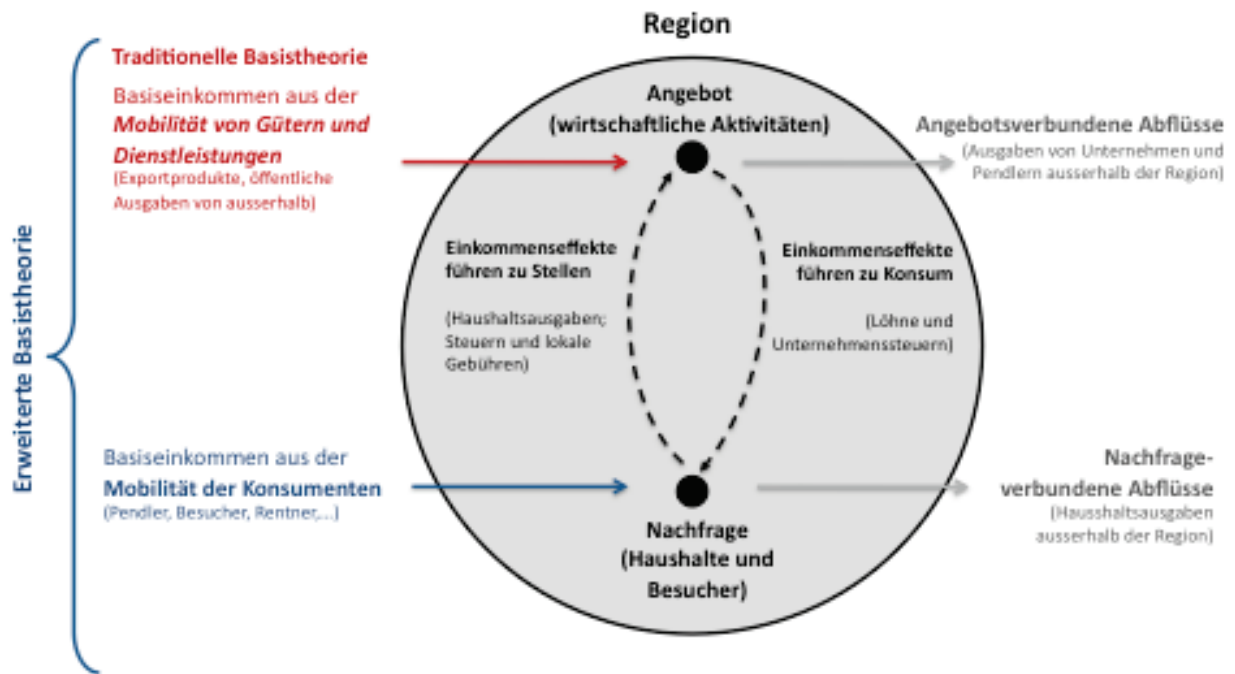
Sprechen wir von der regionaler Innovation der Zukunft, darf sich diese nicht länger auf die Fähigkeit beschränken, vor Ort marktreife und konkurrenzfähige Produkte und Dienstleistungen für den Export zu entwickeln, die so ein Basiseinkommen für die Region erwirtschaften. Denn regionale Innovation ist auch die Fähigkeit der Wirtschaftsakteure, Angebote zu entwickeln, die auf die gesteigerte Mobilität der Konsumenten (Arbeitskräfte, Pendler, Rentner, Touristen und andere Gäste) abzielen und so neue Einkommen erwirtschaften.

Die Innovationspolitik muss sich also von den bisherigen Modellen verabschieden und sich auf ein erweitertes Verständnis des Exportbasismodells ausrichten (Abbildung 4). Demnach wird unter regionaler Entwicklung die Fähigkeit verstanden,

- die regionale Einkommensbasis zu diversifizieren und neben den Einkommen aus dem Export von Waren und Dienstleistungen auch auf die Anziehung von Bewohnern und Gästen zu setzen und
- die sich ergänzenden wirtschaftlichen Aktivitäten, die aus dieser Diversifikation resultieren, aber auch die daraus potentiell entstehenden Konflikte vor Ort zu managen (zum Beispiel das Zusammenleben und Synergien aus Industrie, Bewohnern und Tourismus).

Allgemein versteht die Wirtschaftspolitik die Aktivitäten der residentiellen Ökonomie als Folge der exportorientierten Wirtschaftsaktivitäten. In der erweiterten Theorie des Exportbasismodells sind die Aktivitäten jedoch ein möglicher Motor der regionalen Wirtschaftsentwicklung. Dieser Ansatz bedingt allerdings ein noch breiteres Verständnis von Wirtschaftsentwicklung und Standortförderung: Stadtentwicklung und Raumplanung sorgen nicht nur für attraktive Rahmenbedingungen für die exportorientierte Wirtschaft, sondern auch für attraktive Lebensbedingungen für die immer mobileren Personen und erschliessen so neue Einkommensquellen für die Region.

Abbildung 4: Erweitertes Exportbasismodell



Die Innovationspolitik der Zukunft muss folglich die Steigerung der Lebensqualität im Blick haben, um die Schweiz, die Kantone und Regionen nicht nur im Wettbewerb um attraktive Produktionsstandorte von Gütern und Dienstleistungen erfolgreich zu positionieren sondern auch um sie für die mobilen Konsumenten attraktiv zu gestalten.

In diesem Sinne ist regionale Innovation nicht die Schaffung attraktiver steuerlicher Rahmenbedingungen oder der Bau der Basisinfrastruktur. Regionale Innovation bedeutet die Entwicklung neuer wirtschaftlicher Aktivitäten, deren Einkünfte einerseits aus der Mobilität von Waren und Dienstleistungen andererseits aber auch aus der Mobilität von Personen resultieren. Im Speziellen müssen die politischen Massnahmen ein attraktives Standortmarketing unterstützen und ein stimmiges Konsumangebot fördern, mit dem sich der Konsum der Besucher und Bewohner vor Ort steigern lässt. Die Innovationspolitik der Zukunft muss die Vernetzung und den Wissensaustausch auf diesem Gebiet genauso unterstützen, wie sie es bei den traditionellen exportorientierten Aktivitäten schon macht.

Der Tourismus gilt bis anhin als exportorientierte Branche, vergleichbar mit zum Beispiel der Uhrenindustrie. Im hier vorgeschlagenen erweiterten Verständnis schafft der Tourismus attraktive Standort- und Lebensbedingungen für Touristen und Bewohner einer Region. Kulturelle Aktivitäten wie Festivals, Messen, Museen, Konzerthallen oder der Geschäftstourismus können die Brücke schlagen zwischen den verschiedenen Aktivitäten.

Zweitwohnungen gelten bei vielen Bewohnern der Städte im Mittelland als Hauptursache für die Zerstörung der alpinen Landschaft. Alle Massnahmen, mit denen die kalten Betten wieder aufgewärmt werden, bremsen den Ausbau der Zweitwohnungen und halten gleichzeitig das Niveau der residentiellen und produktiven Aktivitäten der Region. Auch mit der Öffnung von Produktionsstätten für Besucher wie zum Beispiel von Cailler in Broc oder von Käseereien in den Alpen können residentielle und auf den Tourismus ausgerichtete Aktivitäten mit dem lokalen produzierenden Gewerbe verknüpft werden.

Das erweiterte Verständnis des Basismodells versteht die Massnahmen zur Steigerung der regionalen Innovationsfähigkeit als integrierte Innovationspolitik, die folglich auch alle Aktivitäten aus den Bereichen Energie, Landwirtschaft, Dienstleistungen und dem Tourismus beinhaltet. Auch das Standortmarketing wird Teil der übergeordneten regionalen Innovationsstrategie. Dabei sollen nicht nur die Vorzüge einer Region kommuniziert werden, um neue Bewohner oder Besucher anzuziehen (zum Beispiel natürliche Umgebung, steuerliche Rahmenbedingungen oder attraktive Immobilienpreise). Vielmehr geht es auch darum, die Region mit ihren eigenen Werten zu vermarkten und gleichzeitig wirtschaftliche Aktivitäten zu entwickeln, die sich diesen Werten verschrieben haben. Gelingt es den Regionen, die Entwicklung ihrer lokalen Wirtschaft und die Vermarktung der Region in authentischer Weise aufeinander abzustimmen, können sie ihre nachhaltige und erfolgreiche Entwicklung längerfristig sicherstellen.