



>> Meinung

Innovationen schaffen Beschäftigung

Die hartnäckige Arbeitslosigkeit ist das zentrale wirtschaftliche und gesellschaftliche Problem Deutschlands. Sie verursacht unsere Wachstumsschwäche mit und hängt an unseren sozialen Sicherungssystemen wie ein Mühlstein. Ausgelöst vom weltweiten Strukturwandel, sind es vor allem Geringqualifizierte, die durch den Rost des Arbeitsmarktes fallen. Deshalb ist es so wichtig, dass gerade Jugendliche mit schwachen Schulleistungen durch eine Lehrstelle die Eintrittskarte in die Arbeitswelt erhalten. Allerdings hat die Bildungsfähigkeit ihre Grenzen, und die globalisierte Welt wird den internationalen Wettbewerb um die besten Qualifikationen weiter verschärfen. Also dauerhaft schlechte Karten für wesentliche Teile der Gesellschaft und ihre Spaltung in Besitzer und Verlierer von Arbeitsplätzen?



Klaus F. Zimmermann

Traditionell mangelt es in Deutschland nicht an Erfindungen, die die natürliche Voraussetzung für Innovationen sind. Das deutsche Problem liegt vielmehr in der Entwicklung der Marktfähigkeit von Neuerungen. Sie müssen als Produktinnovationen geschickt an den Bedürfnissen der Konsumenten anknüpfen oder als Prozessinnovationen rasch zu kostengünstigen Veränderungen der Produktionsstrukturen führen. Das wird hierzulande oft nur als technokratisches Problem gesehen. Dabei sind Neugier und Risikobereitschaft ebenso wichtige Faktoren der Innovationsfähigkeit wie technische Komponenten. Ist unsere Bereitschaft, Neuerungen in Produktion und Konsum begierig aufzugreifen, wirklich ausreichend entwickelt?

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) hat im Auftrag der Deutschen Telekom Stiftung und des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) kürzlich einen neuen Innovationsindikator entwickelt, der Deutschland im Wettbewerb der Industriekulturen nur einen Mittelplatz zuweist. Das in diesem Indikator abgebildete Innovationssystem erfasst als wichtigste Faktoren Bildung, Forschung und Entwicklung, Finanzierung und Innovationen, Vernetzung der Innovationsakteure, Umsetzungsfähigkeiten, Regulierung und Wettbewerb und eine innovationsfreundliche Nachfrage. Es zeigt sich, dass mit den USA und den skandinavischen Ländern Staaten mit sehr unterschiedlichen Gesellschaftsmodellen wesentlich innovationsfähiger sind als Deutschland. Deutlich wird aber auch, dass die deutschen Unternehmen ihre Aufgaben sehr wohl erfüllen; ihre Erfolge basieren im Wesentlichen auf einer starken Vernetzung von Kunden, Zulieferern und der Forschung sowie einer immer noch guten Infrastruktur von Verkehr, Energie und der Informations- und Kommunikationstechnologie.

Die Schwächen des deutschen Innovationssystems liegen zunächst in einem unzureichenden Bildungswesen, für das zu wenig ausgegeben wird, dessen Qualität verbesserungsfähig ist und in dem zu wenig Wettbewerb herrscht. Den Deutschen mangelt es aber im Vergleich der Nationen auch an Risikobereitschaft und Unternehmertum, an der Risikofinanzierung kleiner Unternehmen und am Interesse an Wissenschaft und Technik. Auch werden Frauen im deutschen Innovationsprozess viel stärker ausgesetzt als in anderen Ländern.

Arbeitsökonomische Fragen sind deshalb die wichtigsten Herausforderungen bei der Weiterentwicklung der deutschen Innovationsfähigkeit. Bildung und Ausbildung zu stärken bleibt der Kern der Aufgaben zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit. Aber hier geht es nicht nur um die Vermittlung von zukunftsweisendem Fachwissen, das den Anschluss an die technischen Entwicklungen sichert. Vielmehr benötigen wir eine Kultur der Veränderung und der Risikobereitschaft. Wir brauchen Menschen, die für Neues offen sind und auch ein zeitweises Scheitern verkraften. Auch dies muss das Bildungssystem leisten. Denn der wichtigste Faktor in der Wissensgesellschaft ist der Mensch. Er ist die ultimative Ressource zur Bewältigung unserer gesellschaftlichen Herausforderungen.



Institut zur Zukunft der Arbeit

IZA

Herausgeber: Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
Redaktion: Holger Hinte, Mark Fallak
Adresse: IZA, Postfach 7240, 53072 Bonn
Tel.: +49 (0) 228 - 38 94 222
Fax: +49 (0) 228 - 38 94 180
E-Mail: compact@iza.org
Internet: www.iza.org
Grafiken/Fotos: IZA
Druck: Verlag Andrea Dynowski, Köln
Layout: IZA