

'Duitse economie bloeit door regionale ontwikkeling'

Lezing David Audretsch in Spui 25

Achtergrond - 3 februari 2017 - Auteur: Josta van Bockxmeer

In de jaren negentig gold Duitsland als de zieke man van Europa. Nu is het land juist een voorbeeld van economische bloei. Hoe dat kan, onderzoeken David Audretsch en Erik Lehmann in hun boek 'The Seven Secrets of Germany'. Audretsch gaf er donderdag een lezing over in Amsterdam.

Tijdens zijn vele reizen door Duitsland is David Audretsch, hoogleraar economische ontwikkeling aan de Amerikaanse Indiana University, vooral geïnspireerd geraakt door de landelijke gebieden. Die zijn volgens hem anders dan in andere landen, waar grote bedrijven en universiteiten meestal in de grote steden zitten. In Duitsland daarentegen vind je vooraanstaande instituten en succesvolle bedrijven in plaatsen als [Tuttingen in Baden-Württemberg](#), Melle in Nedersaksen en Hattersheim in Hessen. De bedrijven worden ook wel de 'hidden champions' genoemd, de verstopte kampioenen.

Enthousiast vertelt Audretsch de volle zaal aan het Spui hoe hij met een groep studenten een glasfabriek net buiten Augsburg bezocht. De fabriek maakte vooral gebogen glas voor musea, en had grote klanten als Harvard en de Duke University. De eigenaar van dit familiebedrijf was erin geslaagd zijn producten wereldwijd te verkopen, en deed dat met lokale krachten, zijn eigen familie. Bedrijven zoals deze glasfabriek "denken niet aan snelle winst, maar aan duurzaamheid", zegt Audretsch.

Silicon Saxony en Packaging Valley

Daarin worden de bedrijven gesteund door de lokale overheden. Een centraal begrip in Audretsch' lezing, en ook in het boek 'The Seven Secrets of Germany', dat hij samen met hoogleraar bedrijfskunde Erik Lehmann schreef, is 'Standortpolitik'. Dat betekent zoveel als 'politiek van de standplaats' en heeft volgens Audretsch en Lehmann te maken met het federale systeem in Duitsland, waarin elke deelstaat voor zijn eigen succes moet zorgen. Dat zorgde voor investeringen in kenniscentra zoals hogescholen en buitenuiversitaire instituten.

In 2014 investeerden bedrijven en de overheid in Duitsland 2,89 procent van het

BBP in onderzoek en ontwikkeling. In Nederland was dat met 2 procent bijna een derde minder. Instituten zoals de Fraunhofer-Gesellschaft en het Max-Planck-Instituut werken nauw samen met ondernemers uit het midden- en kleinbedrijf om hun producten te verbeteren. Het leverde grappige bijnamen op voor de plekken waar dat gebeurt, zoals '[Silicon Saxony](#)' in Saksen en '[Packaging Valley](#)' in Baden-Württemberg.

Arm maar sexy

De '*Standortpolitik*' kan volgens Audretsch vele vormen aannemen. Dat blijkt uit het voorbeeld van Berlijn, waar burgemeester Klaus Wowereit in 2003 zei dat de stad "arm, aber sexy" was. "Hij beseftte dat de belangrijkste waarde van de stad haar imago is," zegt Audretsch. Onder de vele jongeren die dat aantrok bevinden zich creatievelingen en ondernemers, de "entrepreneurs" waar Audretsch het steeds over heeft. "Vervolgens maakte de regering het aantrekkelijker voor buitenlanders om naar Berlijn te komen", zegt hij.

Discussieleider Mark Sanders, hoofddocent Macro-economie aan de Universiteit Utrecht, vraagt of Berlijnse bedrijven het goed doen "vanwege, of juist ondanks de politiek". Het is de vraag of het imago van Berlijn een politieke verdienste is, of dat het andere oorzaken heeft. Van het geld dat Duitsland in 2014 in Onderzoek en Ontwikkeling investeerde, kwam maar iets meer dan een kwart van de overheid. Audretsch geeft toe dat ook andere omstandigheden een rol spelen in het succes van Berlijn. Bovendien werkt de '*Standortpolitik*' niet overal: Sleeswijk-Holstein heeft bijvoorbeeld nog steeds te kampen met een hoge werkloosheid. Dat neemt volgens Audretsch niet weg dat er sprake is van een "duidelijke politieke strategie" bij de ontwikkeling van regio's in Duitsland.

De nadruk op regionale ontwikkeling leidt volgens Audretsch tot sociale cohesie. "Wat de Verenigde Staten van Duitsland kunnen leren, is dat mensen in alle delen van de bevolking belangrijk zijn," zegt hij. Volgens hem is Duitsland er daarom beter dan andere landen in geslaagd om aan het populisme te ontkomen. "Duitsland heeft het vermeden groepen mensen van zich te vervreemden", zegt hij. Natuurlijk zijn de opkomst van de AfD en [de toegenomen kloof tussen arm en rijk](#) hem niet ontgaan. Op de vraag hoe het verder zal gaan kan hij dan ook geen antwoord geven. Maar voor nu is voor hem duidelijk: het zijn lokale ondernemers zoals de glasfabrikant bij Augsburg die Duitsland sterk maken.

Artikel:

<https://duitslandinstituut.nl/artikel/20071/duitse-economie-bloeit-door-regionale-ontwikkeling>