

Dienstleistungsstandort

Nord-Pas-de-Calais

Strukturwandel einer Altindustrieregion

H. Peter Dörrenbacher / Christian Schulz*



Nach dem Niedergang traditioneller Schlüsselbranchen bilden Versandhandel und Dienstleistungen den Hoffnungsschimmer für die „Fabrik Frankreichs“, eine der ältesten und vormals bedeutendsten Industrieregionen in Europa.

Die Region Nord-Pas-de-Calais ist nicht nur eine der ältesten Industrieregionen Europas, sondern war bis in die jüngste Zeit einer der am stärksten industrialisierten Räume des Kontinents. Inzwischen jedoch sind die ehemaligen Schlüsselbranchen Textilindustrie, Steinkohlebergbau sowie Eisen- und Stahlerzeugung vom Niedergang und dem damit verbundenen Verlust hunderttausender Arbeitsplätze betroffen. Dank günstiger Verkehrslage, zahlreicher Industrieansiedlungen vor allem der Automobilindustrie und der dynamischen Entwicklung des Handels hat die Region das Potenzial, die mit dem Strukturwandel verbundenen Probleme zu überwinden. Dabei kommt dem aus der Textilindustrie hervorgegangenen Versandhandel, der hier wie in keiner anderen Region konzentriert ist, dem sich rasant entwickelnden E-Commerce und den daran angeschlossenen Dienstleistungsunternehmen eine besondere Bedeutung zu.

Bereits im 13. Jahrhundert war Flandern Zentrum der europäischen Tuchproduktion. Im 15. Jahrhundert wurde Lille unter burgundischer Herrschaft zu einem wichtigen Finanzzentrum, und seit dem 17. Jahrhundert begannen die städtischen Textilunternehmer, die ländliche Arbeitskraftreserve in die protoindustrielle Produktion zu integrieren. Seit Anfang des 19. Jahrhunderts

haben viele Unternehmerfamilien der sich herausbildenden Textilbourgeoisie damit begonnen, mit hohem Kapitaleinsatz die im nahe gelegenen England entwickelten technischen Innovationen der Spinnerei und Weberei in großen Produktionsanlagen zu adoptieren.¹ Beschleunigt durch die Nutzung der Dampfkraft, den zur gleichen Zeit in der Region expandierenden Steinkohlebergbau und die Eisen- und Stahlerzeugung entstand innerhalb weniger Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts eine der bedeutendsten europäischen Industrieregionen.

Das industrielle Erbe

Textilindustrie

Die Textilindustrie konzentrierte sich auf die beiden nordöstlich von Lille gelegenen Städte Roubaix und Tourcoing und deren direkte Umgebung. In den dortigen Spinnereien, Kämmereien und Webereien waren am Vorabend des Ersten Weltkrieges 43 000 Fabrikarbeiter und weitere 20 000 Heimarbeiter beschäftigt. Im Raum Lille waren seinerzeit 30 000 Arbeiter in Baumwollspinnereien und 50 000 Arbeiter in der Leinenproduktion tätig. In den 1930er Jahren hatte die Region einen Anteil von 90 Prozent an der fran-

* Prof. Dr. H. Peter Dörrenbacher lehrt Geographie an der Universität des Saarlandes, Kontakt: p.doerren@mx.uni-saarland.de. Dr. Christian Schulz lehrt am Geographischen Institut der Universität zu Köln, Kontakt: ch.schulz@uni-koeln.de. Die Ersterscheinung des Beitrags wurde in ungekürzter Fassung in der *Geographischen Rundschau*, Jahrgang 57, Heft 9/2005, S. 12–18 im Westermann-Verlag veröffentlicht.

zösischen Wollkämmerei und der Leinentuchproduktion, 40 Prozent der Wollgarn- und 30 Prozent der Woll- und Baumwollstofferzeugung.²

Steinkohlebergbau

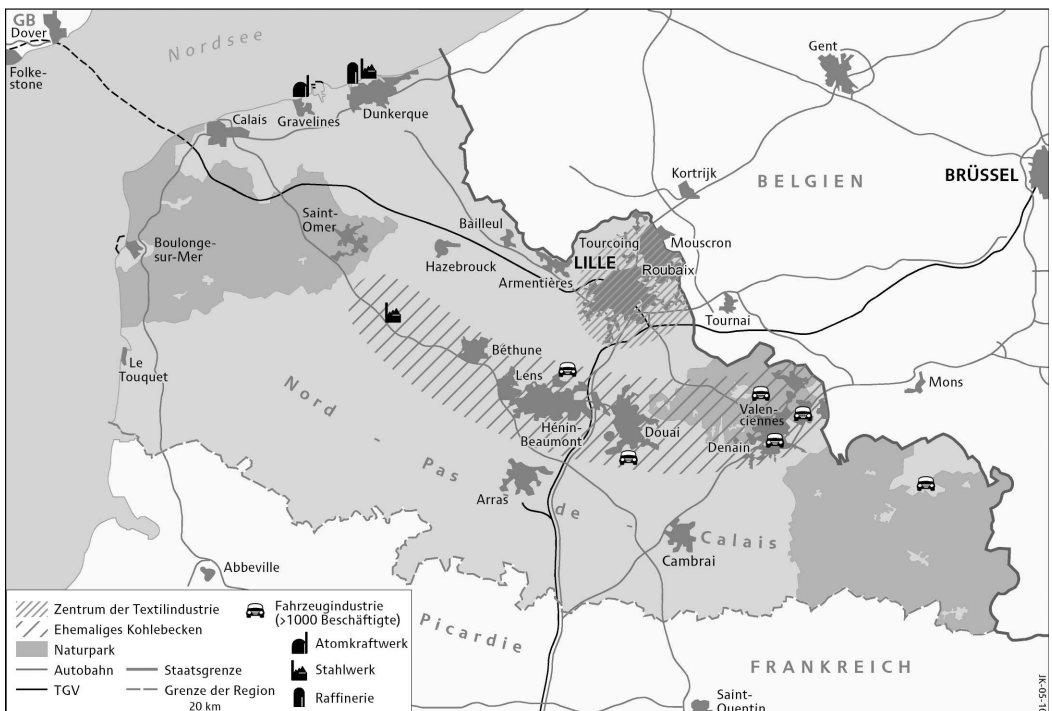
Etwa zeitgleich expandierte der Steinkohlebergbau. Nachdem bereits 1720 Steinkohle im Südosten der Region entdeckt worden war, dehnten sich die Bergbauaktivitäten ab Ende des 18. Jahrhunderts nach Nordwesten aus und reichten Anfang des 20. Jahrhunderts bis an die Kanalküste. Von 1815 bis 1913 stieg die Kohleförderung von 900 000 auf 28,4 Millionen t, dies entsprach etwa 70 Prozent der damaligen Kohleförderung Frankreichs.³

Eisen- und Stahlindustrie

Drittes Standbein der industriellen Entwicklung war die Eisen- und Stahlindustrie. Im Jahr 1834 wurde im Raum Valenciennes die erste Hütten-gesellschaft gegründet. Mit seinen beiden Clus-

tern, Tal der Sambre und Valenciennes, wurde der Norden neben Lothringen das wichtigste Eisen- und Stahlrevier Frankreichs, dessen Entwicklung vor allem durch die Verfügbarkeit heimischer Kohle, lothringischer Minette-Erze und die Ausdehnung der europäischen Eisenbahnnetze beschleunigt wurde. Aufbauend auf der Montan-industrie entwickelte sich die metallverarbeitende Industrie und der Schwermaschinen- und Eisenbahnbau. Der durch die Industrialisierung bedingte Bevölkerungsanstieg sowie die weit entwickelte Landwirtschaft förderten die Entstehung einer starken Lebensmittelindustrie. Mit einem Anteil von 2,2 Prozent der Landesfläche, aber 7,6 Prozent der Bevölkerung Frankreichs und 10,9 Prozent der im Sekundären Sektor Beschäftigten⁴ war die Region Nord-Pas-de-Calais, abgesehen von der Île-de-France, im Jahr 1954 die am meisten verdichtete und industrialisierte Region Frankreichs. Schon lange wurde sie als die „Fabrik Frankreichs“ bezeichnet.

Abb. 1: Übersichtskarte Nord-Pas-de-Calais



Eigener Entwurf; Kartographie: J. Kubelke; Kartengrundlage: Conseil Régional Nord-Pas-de-Calais.

Niedergang der traditionellen Industriezweige

Problematisch war jedoch, dass alle drei genannten Schlüsselbranchen „Altindustrien“ waren, die bereits vor beziehungsweise unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg ihren Zenit überschritten hatten. Angesichts des Wiederaufbaubooms nach dem Krieg wurde die absehbare Krise der einseitig strukturierten regionalen Wirtschaft aber lange Zeit ignoriert. Allein in der Zeit von Anfang der 1960er bis Ende der 1980er Jahre ging die Zahl der Industriebeschäftigten in der Region von rund 250 000 auf weniger als 100 000 zurück.⁵ Dabei war der Beschäftigungsverlust in den drei Schlüsselbranchen noch viel größer, denn dieser wurde durch Industrieneuansiedlungen bisher nicht präsenter Branchen deutlich kompensiert. Allein im Steinkohlebergbau gingen bis 1990 alle Arbeitsplätze (Maximalstand im Jahre 1947: rund 220 000) verloren.

Wie die anderen mitteleuropäischen Steinkohlereviere litt auch das nordfranzösische Revier ab Ende der 1950er Jahre unter der zunehmenden Marktverdrängung der Kohle durch das Mineralöl und die wachsenden Preisdifferenzen zwischen heimischer und importierter Kohle. Hinzu kam, dass Frankreich bei der Elektrizitätserzeugung ganz auf die Kernenergie setzte und mit dem Atomkraftwerk Gravelines in der Nähe von Dunkerque in der Region den drittgrößten Kernkraftwerkskomplex Frankreichs errichtete. Kaum anders war die Situation der Eisen- und Stahlindustrie. Die ersten Hochöfen wurden bereits kurz nach dem Krieg im Tal der Sambre stillgelegt und 1956 der Beschluss gefasst, an der Kanalküste bei Dunkerque ein Hüttenwerk zu errichten. Dieser so genannte „nasse“ Standort, der 1962 in Betrieb genommen wurde, war sowohl hinsichtlich der Rohstoffbeschaffung als auch des Produktabsatzes transportkostengünstiger. Zwar stieg zunächst die Zahl der in der Eisen- und Stahlindustrie Beschäftigten von 42 000 (1962) noch auf 56 400 (1976) an.⁶

Mit der Stahlkrise, die alle alten Industrieländer Mitte der 1970er Jahre erfasst hatte, setzte jedoch auch in Nordfrankreich ein beschleunigter Schrumpfungsprozess ein. Die Eisen- und Stahl-

industrie hat sich zwischenzeitlich vor allem auf die Standorte Dunkerque und Isbergues konzentriert, wo Ende der 1990er Jahre noch rund 5 500 beziehungsweise 1 800 Personen beschäftigt waren.⁷ Negativ betroffen wurde der Stahlstandort Dunkerque von der Stilllegung der dortigen Werft im Jahr 1986, andererseits erfuhr er durch die Einrichtung einer so genannten „Zone d'Investissement Privilégié“ im Jahr 1992 einen wichtigen Entwicklungsimpuls: Diese steuerliche Privilegierung und die niedrigen Strompreise (Kernkraftkomplex Gravelines) halfen nicht nur dem integrierten Hüttenwerk SOLLAC Atlantique (ARCELOR-Gruppe), sondern hatten gewiss eine wichtige Rolle gespielt für die Errichtung einer Aluminiumhütte durch den Pétchiney-Konzern im gleichen Jahr.⁸ Die Branche zählt heute nur noch etwa 15 000 Beschäftigte.

Noch höher waren die Arbeitsplatzverluste in der Textilindustrie. Der Niedergang dieser Branche setzte schon vor dem Zweiten Weltkrieg ein. Zur Stilllegung vieler Produktionsstätten und massiven Arbeitsplatzverlusten kam es jedoch erst ab den 1960er Jahren. Viele der Unternehmen, die im 19. Jahrhundert Pioniere der industriellen Entwicklung waren⁹, verfügten nur noch über einen veralteten Maschinenpark, darüber hinaus verpassten sie die Umstellung auf neue synthetische Textilfasern. Die Unternehmen waren nun zur Rationalisierung, Einstellung oder Verlagerung der Produktion in so genannte Billiglohnländer gezwungen. Jede dieser Optionen war mit einem starken Arbeitsplatzverlust verbunden. So ging die Beschäftigung in der Textilindustrie von 160 000 im Jahr 1962 auf nur noch knapp 22 000 (2002) zurück.¹⁰

Trotz dieses Rückgangs haben die Unternehmen der Textilindustrie ihre Bedeutung nicht vollständig verloren. Bereits in den 1920er Jahren haben sich die ersten Unternehmen im Versandhandel betätigt, um Überschussware abzusetzen und ihre Ertragslage zu verbessern. In der Textilkrise haben später viele Unternehmen an diese Strategie angeknüpft und nach einer Phase der Konzentration in den 1970er Jahren ihre Aktivitäten diversifiziert und/oder in andere Geschäftsbereiche verlagert, vorwiegend im Versand-, Groß- und Einzelhandel. Eine ganze Reihe

bedeutender Handelsunternehmen Frankreichs sind aus ehemaligen Textilunternehmen im Raum Roubaix und Tourcoing hervorgegangen, wie die Verbraucherkette Auchan, die Baufachmarktkette Leroy-Merlin und die Sportartikelfachmarktkette Decathlon, um nur einige wenige Beispiele zu nennen. Anfang der 1980er Jahre begann eine erneute Konzentrations- und Schrumpfungphase, wobei produktive Unternehmensteile, häufig Nischenproduktionen im Bereich neuartiger technischer Textilien, aufrecht erhalten wurden. Für die Entwicklung regionaler Kompetenz auf dem Gebiet der Textiltechnik von wesentlicher Bedeutung ist die École Nationale Supérieure des Arts et Industries Textiles (ENSAIT) mit Sitz in Roubaix.

Industriepolitik und Strukturwandel

Bereits Mitte der 1950er Jahre wurden die Kreise in dem von Zechenstilllegungen schon früh betroffenen westlichen Teil des Reviere als so genannte „Zones critiques“ gefördert. In der ersten Hälfte der 1960er Jahre konzentrierte sich die Förderung zwischenzeitlich vor allem auf den ländlichen, bisher wenig industrialisierten Raum. Besondere Bedeutung für die Ansiedlung von Betrieben im Bergbaurevier hatten die Société Financière pour favoriser l'Industrialisation (Sofirem) und deren Tochtergesellschaft Financière du Nord-Pas-de-Calais (FINORPA), welche Mitte der 1960er Jahre von der staatlichen Bergbau-Holding, Charbonnages de France (CdF), und deren regionaler Bergbaugesellschaft, Houillères du Bassin Nord-Pas-de-Calais (HNBC), gegründet wurden. Diese haben in der Zeit von 1967 bis 1984 zur Schaffung von 28 000 Arbeitsplätzen und in der Zeit von 1983 bis 1992 von 32 000 Arbeitsplätzen in neu angesiedelten Betrieben beigetragen.¹¹

Fahrzeugindustrie

Wie in anderen monostrukturierten Montanregionen (zum Beispiel Ruhrgebiet, Saarland, Lothringen) hat die staatlich geförderte Ansiedlung von Montage- und Zulieferbetrieben der Auto-

mobilindustrie einen großen Beitrag zur Schaffung von Ersatzarbeitsplätzen geleistet. Allein an den sieben größten Standorten der Automobilindustrie (Douvrin, Valenciennes, Douai, Maubeuge, Lieu Saint-Amand, Ruitz, Onnaing) sind zur Zeit rund 23 000 Personen beschäftigt.¹² Problematisch ist jedoch, dass es sich bei den angesiedelten Betrieben, ähnlich wie in anderen Altindustrieregionen, um wenig miteinander vernetzte Zweigbetriebe mit nur relativ geringen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten handelt.¹³ Dennoch ist der Norden Frankreichs eine der wichtigsten Regionen der Fahrzeugindustrie in Europa. Dies kommt nicht zuletzt dadurch zum Ausdruck, dass Toyota 1997 beschlossen hat, sein erstes Montagewerk auf dem europäischen Kontinent in dieser Region zu errichten. Das neben den großen Automobilkonstruktoren Renault, PSA (Peugeot und Citroën) und Toyota auch fünf der weltweit zehn bedeutendsten Zulieferunternehmen präsent sind und mittlerweile über 52 000 Arbeitsplätze geschaffen haben¹⁴, verdeutlicht den Stellenwert der Branche für die regionale Wirtschaft.

Lebensmittel- und Metallverarbeitende Industrie

Neben dem Fahrzeugbau sind die Lebensmittelindustrie mit rund 38 000 und die Metallverarbeitende Industrie mit 37 400 Beschäftigten¹⁵ die wichtigsten Industriebranchen. Die Lebensmittelindustrie hat insofern strategische Bedeutung, als einige wichtige Produzenten in der Region ihren Stammsitz haben (zum Beispiel Bonduelle) und multinationale Lebensmittelkonzerne sich in jüngster Vergangenheit an regionalen Unternehmen beteiligt oder diese ganz übernommen haben. Diese Entwicklung ist ambivalent, denn zum einen konnten auf diese Weise eine ganze Reihe von Produktionsstandorten gesichert werden. Im Rahmen dieses Konzentrationsprozesses gehen jedoch meistens Arbeitsplätze verloren. Angesichts der starken Konkurrenz und des durch den Handel ausgeübten Drucks zur Rationalisierung stagniert die Beschäftigung in dieser Branche seit einigen Jahren.

Hochtechnologie

Die gravierendsten Probleme der Wirtschaft in der Region Nord-Pas-de-Calais sind dagegen die gleichen wie in anderen altindustrialisierten Regionen. So sind die Anteile der KMU und der Unternehmen, die im Bereich der Hochtechnologien tätig sind, in der Region Nord-Pas-de-Calais geringer als im nationalen Durchschnitt, obwohl die Region über mehrere Universitäten und Forschungseinrichtungen verfügt und der Forschung und dem Technologietransfer durch den bereits in der Mitte der 1980er Jahre aufgelegten „Fond d'Industrialisation du Bassin Minier“ (FIBM) eine zentrale Rolle beigegeben wurde. Vor allem unter diesem Gesichtspunkt kommt dem Versandhandel und E-Commerce, welche teilweise aus der Textilindustrie hervorgegangen sind, und den häufig hoch technologisierten Dienstleistungsunternehmen, welche mit dieser neu entstandenen Handelsbranche verbunden sind, eine ganz besondere Bedeutung für die strukturelle Erneuerung der Region zu. Die folgenden Ausführungen werden sich daher auf diesen Bereich konzentrieren.

Fallbeispiel Lille-Roubaix-Tourcoing:

Vom Zentrum der Textilindustrie zum Mail Order Valley

Neben den inzwischen international bedeutenden Einzelhandelsketten („Grande Distribution“, siehe oben) und der ähnlich erfolgreichen Hotelbranche (zum Beispiel die Accor-Gruppe mit den Ketten IBIS, Mercure, Novotel, Formule 1 etc.) zählt der Versandhandel zu den wichtigsten Nachfolgeaktivitäten beziehungsweise Diversifizierungspfaden der nordfranzösischen Textilindustrie. Dies ist um so bemerkenswerter, als sich in der Region eine weltweit einzigartige Konzentration dieser Branche entwickeln konnte. Mit etwa 200 Versandhandelsfirmen sowie knapp 29 000 Beschäftigten ist hier ein Branchencluster entstanden, das mehr als 65 Prozent der Versandhandelsaktivitäten des Landes (und 15 Prozent des europäischen Umsatzes) auf sich vereint. Zu dem Cluster gehören auch etwa 900 spezialisierte

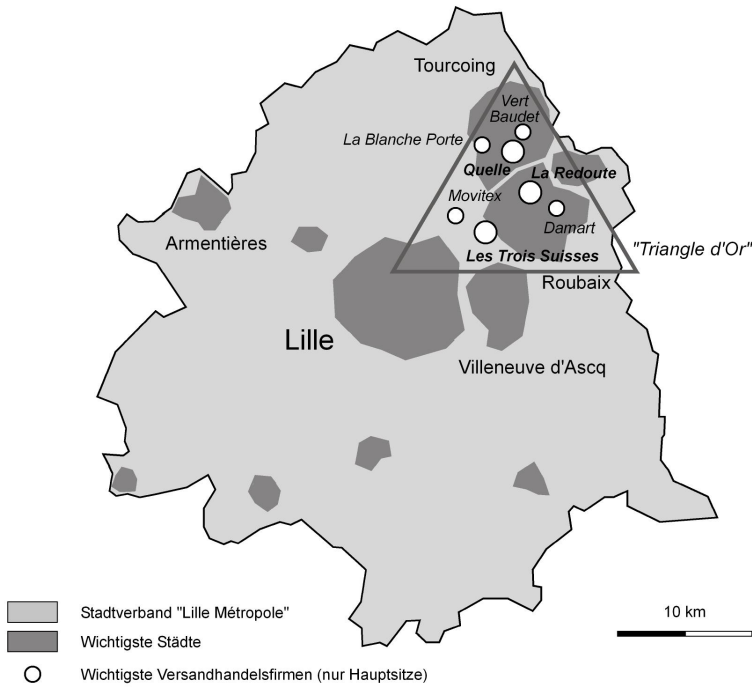
Dienstleister (zum Beispiel Fotostudios, Design-/PR-Agenturen, Katalogdruckereien, Verpackungs- und Versandfirmen, Logistikunternehmen, Call-Center, EDV-Dienstleister etc.), die weitere 30 000 Personen beschäftigen.¹⁶

Unter den Unternehmen, die ihren Hauptsitz in der Region haben, finden sich acht der 15 größten Versandhandelsfirmen Frankreichs. Sieben davon haben ihren Standort im so genannten „Goldenen Dreieck“ des Versandhandels zwischen Lille, Roubaix und Tourcoing (siehe Abbildung 2), darunter La Redoute/Redcats (Nr. 1 in Frankreich und Nr. 3 weltweit), Les Trois Suisses (Nr. 2 in Frankreich, Mehrheitseigner ist der Weltmarktführer Otto-Versand) und Quelle/La Source (Nr. 4 in Frankreich und Tochter der weltweit auf Platz 2 rangierenden Versandhandelspartei des Karstadt-Quelle-Konzerns).

Heute zählt die Gruppe Les Trois Suisses International weltweit knapp 11 000 Beschäftigte, Redcats/La Redoute gar 19 000. Der Jahresumsatz liegt bei 1,1 beziehungsweise 2 Milliarden Euro in Frankreich und 2,6 beziehungsweise 4,4 Milliarden Euro weltweit. Beide Unternehmen zusammen „verursachen“ etwa 15 Prozent des jährlichen Paketaufkommens in Frankreich!¹⁷

Regionalwirtschaftlich bedeutend ist die Branche insbesondere auch durch die Impulse für bestimmte Dienstleistungssegmente, die in aller Regel räumlich und zum Teil auch institutionell eng mit den Versandhäusern verbunden sind. Dabei handelt es sich sowohl um externe Dienstleistungsanbieter als auch um strategisch ausgegliederte („derivative Spin-offs“) Dienstleistungsabteilungen (zum Beispiel Transport- und Logistikunternehmen), die aber weiterhin zum Unternehmensverbund gehören. Hinzu kommen von den Versandhäusern neu gegründete Unternehmen, etwa Hausbanken für Leasingkunden, zum Beispiel COFIDIS (Les Trois Suisses) oder Finaref/Kangourou (ehemals La Redoute, seit 2003 zur Großbank Crédit Agricole gehörig). Einen Sonderfall stellt die so genannte Cité Numérique dar, ein Dienstleistungszentrum rund um das Thema Fotografie, Grafik-Design, Multimedia, Druckvorbereitung und Direktmarketing, in dem verschiedenste und bisher auf zahlreiche Unternehmenstochter und –abteilungen verteilt

Abb. 2: „Goldenes Dreieck“ des Versandhandels im Raum Lille-Roubaix-Tourcoing



Quelle: Schulz et al.: Far away, so close? Regional clustering of mail order firms and related business services in the Lille Metropolitan Area/France. Birmingham 2004, S. 7.

te Aktivitäten gebündelt wurden. Das Unternehmen Les Trois Suisses und seine Versandhandels-töchter können hier zentral im Sinne eines One-Stop-Shopping auf bestimmte Leistungen zugreifen, die von 250 zum Teil hochspezialisierten Fachkräften angeboten werden. Dieses Konzept hat sich als so erfolgreich erwiesen, dass kürzlich eine Zweigniederlassung in Paris gegründet wurde, die schwerpunktmäßig für Fremdkunden auch aus anderen Branchen tätig ist.¹⁸

Das innovative Konzept der Cité Numérique steht auch beispielhaft für die Innovativität der Versandhandelsbranche, die immer wieder als Pionier technischer oder organisatorischer Entwicklungen (zum Beispiel die frühe Einführung von Call-Center) auffällt und damit auch Impulse für andere Branchen gibt. Es folgten viele weitere Neuerungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Produktpräsentation. Hervorzuheben ist hier sicherlich die Tatsache, dass der Versandhandel nicht etwa leidtragender Konkurrent des wachsenden Internethandels oder des so

genannten E-Commerce ist, sondern selbst zu den Protagonisten der Entwicklung zählt und den klassischen Kataloghandel längst um entsprechende Internetauftritte („virtuelle Kaufhäuser“) mit teilweise interaktiver Produktpräsentation ergänzt hat. Im internationalen Vergleich profitierten die Versandhäuser sicher auch von dem „Internetworker“ Minitel, mit dessen Hilfe französische Haushalte schon seit 1983 elektronisches Einkaufen praktizier(t)en.

Besonders weit fortgeschritten ist der französische Versandhandel auch im Bereich neuer Marketinginstrumente, gegenwärtig etwa mit der Etablierung so genannter Consumer-Response-Strategien. Im Zuge einer „Ultra-Personalisierung“ der Kundenansprache wird hier das digital erfasste Bestell- und Kaufverhalten der Konsumenten in verschiedenen Sparten zu Profildatenbanken zusammengeführt, die Grundlage zielgerichteter Mailings oder Telefonmarketingaktionen ist. Häufig werden diese Daten verschnitten mit sonstigen personenbezogenen und konsumrelevanten Da-

ten, die meist von großen Versicherungskonzernen erworben werden. Die großen Paketdienste und auch die französische Post betätigen sich zunehmend auch im Segment des Direktmarketings und treten hier als wichtiger operationeller Dienstleister der Versandhandelsfirmen auf. So verwundert es nicht, dass La Poste nicht nur wegen des großen Paketaufkommens als Hauptsponsor der jährlich in Lille tagenden, landesweit wichtigsten Fachmesse und -konferenz für Versandhandel und Direktmarketing (Rendez-vous européen de la vente à distance et du marketing direct) auftritt.

Diese Messe – das nach dem deutschen Pendant in Wiesbaden wichtigste Jahresereignis der Branche in Europa – ist Ausdruck eines institutionellen Standortumfeldes, in dem sich Branchenvertreter im Einklang mit Regionalpolitik und kommunaler Wirtschaftsförderung um eine Unterstützung dieser dynamischen Branche bemühen. Dies geschieht etwa auch im Bildungsbereich, wo in der Ecole Supérieure de Commerce de Lille (ESC), einer der privaten Elitehandelsschulen Frankreichs, ein international ausgerichteter Masterstudiengang „Direktmarketing und E-Commerce“ aufgebaut wurde. Dieser zeichnet sich durch seinen starken Praxisbezug und die enge Kooperation mit führenden Unternehmen der Region (etwa durch Werksstudierende/Praktikanten) aus. Die Brancheninitiative MOVE (Mail Order Valley of Europe) ist nicht nur für oben genannte Messe und andere Formen des Standortmarketings verantwortlich, sondern auch für die gezielte Beratung (MOVE Training) der mehrheitlich kleinen und mittleren Unternehmen. Hierzu gehört auch der Betrieb eines spezialisierten Gründerzentrums Centre Frédéric Kuhlmann, das baulich und funktional bewusst mit der ESC Lille verbunden wurde.

Ausblick

Trotz weiterhin positiver Umsatzentwicklungen in der Versandhandelsbranche besteht die Befürchtung, internationale Konzentrationsprozesse einerseits sowie Dezentralisierungstendenzen in

der Lager- und Zustellungslogistik (etwa Direktbelieferung durch den Hersteller ohne „Umweg“ über den Standort des Versandhändlers) andererseits könnten mittelfristig das Standort-Cluster gefährden. Demgegenüber stehen die wachsenden Verflechtungen zwischen verschiedensten Dienstleistungsanbietern, das spezifische institutionelle Umfeld sowie die Konvergenz mit Nachbarbranchen in der Produktentwicklung für eine Stabilisierung und zukunftsfähige Diversifizierung des Standorts.

Insgesamt werden die beschriebenen Prozesse der Tertiärisierung und des tiefgreifenden Strukturwandels begleitet von einem spürbaren Imagewandel der Region, der inzwischen auch deutlich über Frankreichs Grenzen hinaus ausstrahlt – wie etwa Lilles Erfolg als Europäische Kulturhauptstadt 2004 zeigt. Neben der neuen wirtschaftlichen Dynamik ist der zum Teil sehr phantasievolle Umgang mit dem industriekulturellen Erbe der Region zu einem positiv besetzten Markenzeichen geworden. Besonders förderlich sind jedoch auch die eingangs genannte Investition in die Verkehrsinfrastruktur, allen voran die TGV/Eurostar-Anbindung von Lille und Calais, die zu einem bemerkenswerten Anstieg internationaler Touristenströme, insbesondere aus Großbritannien geführt hat. So nahm die Zahl der Hotelübernachtungen britischer Gäste zwischen 1996 und 2002 um 70 Prozent zu; im Jahr 2003 stellten sie mit 72 Prozent aller Übernachtungen die mit Abstand wichtigste Besuchergruppe.¹⁹ Die mit der Inbetriebnahme des Kanaltunnels ebenfalls sprunghaft angestiegene Zahl britischer Immobilienkäufe (vor allem Feriendomizile und Altersruhesitze an der Kanalküste) ist ein weiteres Indiz dieser Entwicklung – ebenso wie der florierende (Tages-)Einkaufstourismus in Calais und Lille, aber auch in tunnelnahen großflächigen Einkaufszentren mit angeschlossenen Hotel- und Freizeitkomplexen (zum Beispiel Cité de l'Europe in Cocquelles bei Calais). Wie alle anderen gezeigten Facetten des Wandels stehen sie für ein „neues“ Nord-Pas-de-Calais, das seine Innovationskraft und sein investives Kapital in starkem Maße aus den traditionellen Strukturen schöpft – und sich dessen durchaus bewusst ist.

- 1 Pouchain, P.: Les maîtres du Nord. Du XIXe siècles à nos jours. Paris 1998.
- 2 Paris, D.: La mutation inachevée. Mutation économique et changement spatial dans le Nord-Pas-de-Calais. Paris 1993, S. 24.
- 3 Ebd., S. 26.
- 4 Ebd., S. 32.
- 5 Battiau, M. et al.: Le Nord-Pas-de-Calais: un espace industriel en voie de recomposition. *Hommes et Terres du Nord* (1989), Nr. 1/2, S. 25–33, hier S. 32.
- 6 INSEE/DRIRE, Institut National de la Statistique et des Études Économiques, Direction régionale Nord-Pas-de-Calais, und Direction Régionale de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement du Nord-Pas-de-Calais: L'industrie dans le Nord-Pas-de-Calais. Lille 1999, S. 50; sowie Vaudois, J. und C. Mene: La dynamique spatiale du tissu industriel dans la région Nord-Pas-de-Calais : les industrie agro-alimentaires. In: D. Paris (Hg.): Nord-Pas-de-Calais, une région d'Europe en mouvement. Montpellier, Paris 1989, S. 91–143, hier S. 136.
- 7 Vgl. INSEE/DRIRE 1999, a.a.O.
- 8 Battiau et. al. 1989, a.a.O., S. 30 f und Battiau et al.: Politiques de redéveloppement et changement économique dans l'ancien bassin minier. *Hommes et Terres du Nord* (1994) Nr. 1, S. 29–39, hier S. 31.
- 9 Vgl. Pouchain 1998, a.a.O.
- 10 Thumerelle, J.-P.: Le Nord-Pas-de-Calais: Affaiblissement économique et résistances démographiques. *Hommes et Terres du Nord* (1989) Nr. 1/2, S. 9–23; sowie Vilain, É.: Emploi en 2002: les enseignements d'un bilan. INSEE Nord-Pas-de-Calais Profils, 12/2004.
- 11 Battiau et al. 1994, a.a.O., S. 31.
- 12 ARIA, Association Régionale de l'Industrie Automobile du Nord-Pas-de-Calais. www.aria-automobile-nord.com; abgerufen am 7.1.2005.
- 13 Dörrenbächer, H. P., und C. Schulz: Cross-border production systems and „corporate cross-cultures“? The case of the Saar-Lorraine automotive industry. *Die Erde* 133 (2002) Nr. 1/2, S. 3–17.
- 14 ARIA, a.a.O.
- 15 Vgl. Vilain 2004, a.a.O.
- 16 Schulz, C., H.P. Dörrenbächer und C. Liefoghe: Far away, so close? Regional clustering of mail order firms and related business services in the Lille Metropolitan Area/France. Birmingham 2004 (Working Papers on Services, Society, Space 14).
- 17 Vgl. Pouchain 1998, a.a.O.; sowie ARDNPC, Agence Régionale de Développement du Nord-Pas-de-Calais: Vente à distance, de la VPC au commerce électronique. La Note d'information Economique 231. www.ardnpc.org/noteco/actu/frames_note.asp?case=231; abgerufen am 31.7.2004.
- 18 Vgl. LCN, La Cité Numérique – déclencheur d'actes d'achats: Dossier de Presse. Croix 2004.
- 19 CRT NPC, Comité Régional de Tourisme Nord-Pas-de-Calais (Hg.): Le Tourisme en Région Nord-Pas-de-Calais. Les Chiffres-Clés. Lille 2004, S. 6.