

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

SECHS JAHRE EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG **BILANZ UND AUSBLICK**

6 JAHRE

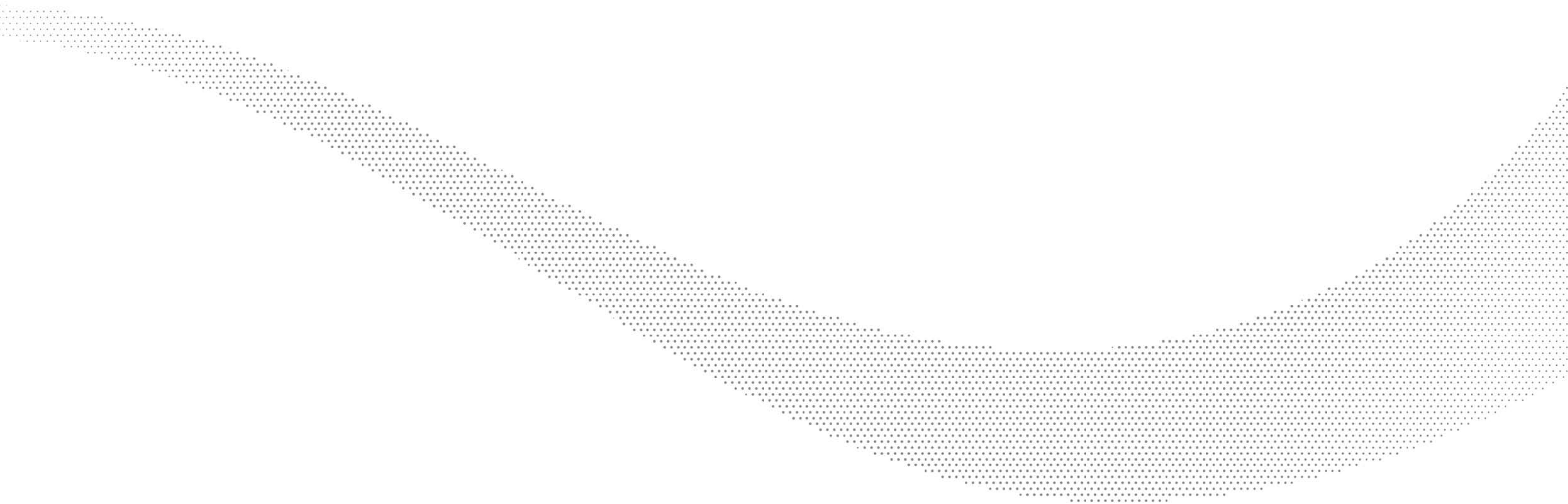


metropolregion **nürnberg**

KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

BILANZ UND AUSBLICK

SECHS JAHRE EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG



metropolregion **nürnberg**

KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

INHALT

STANDORTBESTIMMUNG	06
Statements	07
Interview Ratsvorsitz	08
CHRONOLOGIE	16
Meilensteine	16
Räumliche Entwicklung	24
VIER ZIELE, EINE VISION UND 60 PROJEKTE	26
ENGAGIERT FÜR DIE REGION: GOVERNANCE UND NETZWERKE ..	29
Rat der Metropolregion	30
Erklärungen	34
Steuerungskreis	36
Geschäftsstelle	38
Forum Verkehr und Planung	40
Forum Kultur	42
Forum Wirtschaft und Infrastruktur	44
Forum Wissenschaft	46
Forum Tourismus	48
Forum Sport	50
Forum Marketing	52
Wirtschaftsfördererkonferenz	54
Arbeitsgespräch	55
Regionalinitiativen	56
IKM / METREX	58
Lenkungskreis Klimaschutz und Nachhaltige Entwicklung	60
IHK-Netzwerk	62

MARKETINGVEREIN	64
PROJEKTE 2005–2011	66
ANZEIGENSERIE	88
NETZWERKER	90
ÖFFENTLICHE NEUGIER	100
BLICK AUF DIE HEIMAT FÜR KREATIVE	102
ADRESSEN UND FOTONACHWEISE	106
IMPRESSUM	107

STANDORTBESTIMMUNG

MORE THAN YOU EXPECT –

sechs Jahre Metropolregion Nürnberg

„More than you expect“ lautete der erste Claim für die Region Nürnberg. Es war die Überraschungsqualität, die damals wie heute im „Kommen.Staunen.Bleiben“ der Metropolregion, unsere Kernkompetenz ausweist. Wie Recht unsere Marketingexperten haben, zeigt die vorliegende Bilanz.

Als die Metropolregion Nürnberg vor sechs Jahren gegründet wurde, war es ein großes Abenteuer, auf das sich viele Akteure in der Region mit Begeisterung eingelassen haben. Kein zentraler Plan, kein Kompendium, in dem nachzulesen war, was eine Metropolregion ist und wie sie arbeitet. Es ging darum, sich selbst als Region neu zu erfinden. Die Parole lautete 2004 „Eine Metropolregion tritt an!“ und man definierte sich und (noch) ohne offizielle Anerkennung selbstbewusst qua Behauptung als solche. Dieses Abenteuer hat viele Energien und viele gute Geister in unserer Region geweckt und so stark motiviert, dass sie sich mit ihren Kompetenzen und Kontakten eingebracht haben und bis heute einbringen.

Die Zählung derer, die sich nebenamtlich und freiwillig in den metropolregionalen Gremien engagieren, ergibt um die 600 Personen. Sie kommen aus der gesamten Metropolregion. Allein diese Netzwerke sind von unschätzbarem Wert, wenn es darum geht, die Anliegen unserer Region kraftvoll durch- und umzusetzen. In unseren sieben Fachforen wurde und wird sehr unabhängig und selbstverantwortlich gearbeitet. Unser Strategiemodell „Heimat für Kreative“ gibt Orientierung, ohne zu regulieren.

Die politische Willensbildung lenkt der Rat der Metropolregion und gestaltet in beratender Funktion der Steuerungskreis. 55 Oberbürgermeister, Bürgermeister und Landräte wollen gemeinsam „die bevorzugte Heimatregion für Kreative aus aller Welt werden“, wie es im Mission Statement „Heimat für Kreative“ heißt. Als nachhaltige Stärke dazu wird Polyzentralität anerkannt, die Heimat für Kreative als ein Netz mit vielen Knoten.

Das kompromisslose Setzen auf unsere regionalen Eigenkräfte und dezentrale Steuerung hat uns vorangebracht. Weder wäre der Verkehrsverbund Großraum Nürnberg in dieser Geschwindigkeit erweitert, noch ein Wissenschaftstag veranstaltet, noch die Metropolregion im Grünen, noch ein Leitbild WaBe ent-

wickelt worden ... Rund 60 Projekte sind in diesen Jahren entstanden. Sie finden sie in dieser Bilanz aufgelistet und zusammengetragen. Die Arbeit der Gremien, Fachforen und Netzwerke sind Thema eines eigenen Kapitels. In den Fachforen ist es vor allem dem Moderationsgeschick der dreiköpfigen Lenkungs-gremien zu verdanken, dass Projekte zum Erfolg wurden.

Den Vergleich unserer Arbeit mit (finanziell weitaus besser ausgestatteten) anderen Metropolregionen brauchen wir nicht zu scheuen. Das zeigen die Bewertungen von Entscheidern und Funktionsträgern, die diese Bilanz durchziehen. Dabei handelt es sich um keine Bilanz im klassischen Sinne, in der Soll und Haben abgeglichen werden. Weder der Input in Personal- und Sachressourcen ist aufgrund der dezentralen Strukturen und Nebenamtlichkeit rechnerisch seriös zu erfassen, noch der Output. Es gibt keine Rechnungen über erbrachte Leistungen bei der Generierung von Ideen, Projektentwicklung und der Akquise von Finanzmitteln. Es gibt auch keine aufwendigen Kosten-Nutzen-Analysen zu realisierten Projekten. In der Metropolregion erfindet, wählt und bewertet oftmals die „Schwarm-Intelligenz“, besser noch die „Netzwerk-Intelligenz“. Wir sind in gewisser Weise eine metropolregionale Form sozialer Netzwerke.

Schließlich hat bislang vor allem in den Köpfen der Experten vorhandenes Wissen um spezielle Stärken unserer Region digitale und papierene Gestalt gefunden, wie diese Bilanz zeigt. Denn auch diese Aufgabe haben die Foren mit Bravour gemeistert: die Bestandsaufnahme und Bewertung. So entsteht eine Festival-Region wie Phönix aus der Asche, eine Sport-Region, eine Wissensregion, eine Gateway-Region. Eine kulinarische Landkarte der Metropolregion wird bis zur Consumenta mit dem 1. Spezialitätenwettbewerb kartiert.

Starken Wind und Schub für das Unterfangen gaben nicht selten einzelne Akteure, die sich hoffentlich alle ausreichend in dieser Bilanz gewürdigt finden. Ich danke an dieser Stelle ausdrücklich meinen Kolleginnen und Kollegen in den Rathäusern und Landratsämtern der Metropolregion, der stetigen Unterstützung durch die IHK Nürnberg und den Partnerkammern sowie all jenen, die sich der schöpferischen Selbstausbeutung hingegeben haben.

Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass unsere Formen der Zusammenarbeit in der Metropolregion zukunftsweisend sind. Nach sechs Jahren treten ihre Stärken deutlich zu Tage, aber auch Risikofaktoren. Ich denke, dass eine Professionalisierung der Strukturen zum Management der Netzwerke und Gremien, der Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation und des Marketing ansteht. Und ich denke, dass der Motor Politik, der in den ersten Jahren die Metropolregion antrieb, einen zweiten Antrieb gebrauchen kann: das könnte die Wirtschaft sein, die obgleich seit Anfang an dabei, noch weitaus stärker mitwirken könnte. Wenn uns dieses alles gelingt, liegt ein weiteres „überraschendes“ Kapitel Metropolregion Nürnberg vor uns.

Dr. Ulrich Maly

STATEMENTS

„Als die Metropolregion Nürnberg vor mittlerweile sechs Jahren gegründet worden ist, hätten wir uns die große Bandbreite an Themen und Projekten, die wir heute betreuen, kaum vorstellen können. Der bisher größte Erfolg ist für mich der Gewinn des Medical Valley Metropolregion Nürnberg im Spitzenclustertwettbewerb der Bundesregierung. Mit dem Titel „Exzellenzzentrum für Medizintechnik“ fließen erhebliche Fördermittel in die Region. Die enge Kooperation zwischen Politik, Wissenschaft und Wirtschaft war dabei ein herausragender Vorteil. Es hat sich gezeigt, dass die partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit in der Metropolregion ein nicht zu unterschätzender Standortfaktor ist, der uns zuversichtlich in die Zukunft blicken lässt.“

Dr. Siegfried Balleis, Oberbürgermeister der Stadt Erlangen
Statement für die Bilanz „Sechs Jahre Metropolregion Nürnberg“

„Vieles, was bei uns vorher in regionalen Bezügen stattgefunden hat, können wir jetzt über Nürnberg, über eine eigene Marke, eine weltweit bekannte, sympathische Marke verkaufen. Das heißt, es ist uns als Hochschule Amberg-Weiden gelungen, dass wir in einer Zeit globaler Entscheidungen und Handlungen Knotenpunkte verspüren und aufbauen konnten. Knotenpunkte, die ein Netzwerk immer engmaschiger werden lassen. Das heißt, dass wir über Nürnberg und über andere Städte und Gebietskörperschaften das, was wir können, wissen und wollen, natürlich auf breitere Basis stellen. Wir lernen von anderen, wir tauschen uns untereinander aus.“

Prof. Dr. Erich Bauer, Präsident Fachhochschule Amberg-Weiden
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Die Metropolregion Nürnberg bringt dem Landkreis Kitzingen im Tourismus und im Öffentlichen Personennahverkehr sehr viele Vorteile. Der Umfang des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg (VGN) ist für den Landkreis Kitzingen vor allem im Binnentourismus ein großer Gewinn. Viele Bewohner aus dem Raum Nürnberg und darüber hinaus gehen mit dem VGN in unserer Region auf Wein- und Entdeckungsreise.

Seit 2006 ist Iphofen Mitglied im VGN, 2007 folgte Kitzingen. Der VGN kommt an! Die Fahrgastzahlen sind seitdem an beiden Bahnhöfen erheblich gestiegen. Der gemeinsame Tarif- und Verkehrsverbund ist für die Bürger ein spürbarer Vorteil der Metropolregion Nürnberg – für Pendler aus dem Raum Kitzingen ebenso wie für die Besucher unseres Kitzinger Landes!“

Tamara Bischof, Landrätin des Landkreises Kitzingen
Statement für die Bilanz „Sechs Jahre Metropolregion Nürnberg“

„Ja, die Metropolregion hat mir einen wunderbaren Preis verliehen – eine Auszeichnung – auf den ich sehr stolz bin, auf den auch Ansbach stolz sein kann. Sie hat mir eine künstlerische Heimat gegeben und sie ist eine Region, deren Geschichten ich gerne erzähle.“

Jürgen Eick, Intendant des Theaters Ansbach
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Die Metropolregion Nürnberg ist unter den 11 deutschen Metropolregionen sicher eine der erfolgreichsten und aktivsten, die auch unter dem Label Metropolregion schon vieles erreicht und bewirkt hat. Mich beeindruckten viele Projekte, die die Metropolregion angestoßen hat – vom demografischen Wandel bis hin zum Thema Energie und Klimaschutz, das Einbringen in die Donaustrategie ... viele viele Dinge. Regionale Wertschöpfungsketten – ein Alleinstellungsmerkmal der Metropolregion Nürnberg. Ich glaube, die Region ist gut aus den Startlöchern gekommen und hat einen guten Lauf aufgenommen.“

Stefan Dallinger, Sprecher des Initiativkreises Europäische Metropolregionen in Deutschland

Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Es ist gelungen, die Metropolregion Nürnberg national und international auf die Landkarte zu bringen. Einen Lichtpunkt auf die Weltkarte zu setzen.“

Markus Löttsch, Hauptgeschäftsführer der IHK Nürnberg für Mittelfranken
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Die Zusammenarbeit der Gebietskörperschaften, Unternehmen und Einzelpersonen in der Metropolregion ist vorbildlich und trägt maßgeblich dazu bei, die Aufmerksamkeit für die gesamte Region im In- und Ausland zu erhöhen. Nach innen wurden viele sinnvolle Kooperationsprojekte initiiert, die zur Vernetzung von Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Tourismus beitragen und zahlreiche neue Ideen generieren. Auf politischer Ebene hilft die Metropolregion bei der Formulierung der nordbayerischen Interessen, was für die Entwicklung von Wirtschaft und Kommunen im Land von hoher Bedeutung ist. Das gemeinsame Netzwerk bietet die Möglichkeit, herausragende Veranstaltungen zu organisieren. Ich denke hier beispielsweise auch an den Wissenschaftstag der Metropolregion, der am 15. Juli 2011 in Ansbach stattfindet.“

Carda Seidel, Oberbürgermeisterin der Stadt Ansbach
Statement für die Bilanz „Sechs Jahre Metropolregion Nürnberg“

„Unserem Unternehmen und auch mir ganz persönlich hat die Metropolregion viel gebracht. Wir sind enorm größer geworden. Wir bündeln unsere Kräfte. Nicht die Kleinräumigkeit ist Trumpf, sondern eine riesige zusammenhängende Region mit unglaublich vielen Facetten. Und das wirkt nach außen – insbesondere auf die internationale Kundschaft.

Heribert Trunk, Bi-Log Service Group GmbH Bamberg, Geschäftsführer
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

INTERVIEW RATSVORSITZ

NUR EIN KATZENSPRUNG – UND DOCH EIN RIESENSCHRITT

Die Lenker der Europäischen Metropolregion Nürnberg sind stolz darauf, wie sich Selbstbewusstsein und Zusammenhalt in sechs Jahren entwickelt haben.



Sie sind ausgeflogen, um Bilanz zu ziehen. Gelandet sind die Ratsvorsitzenden der Europäischen Metropolregion Nürnberg im Landkreis Fürth. In der idyllisch gelegenen Buchschwabacher Mühle sitzen Ulrich Maly und seine Stellvertreter Günther Denzler und Gerd Geismann mit Christa Standecker, der Geschäftsführerin der Metropolregion, um einen Tisch. Sechs Jahre Metropolregion, was hat sie bewegt – was hat sich verändert?

Sie alle haben die Metropolregion über zwei Amtsperioden geleitet und begleitet, sicher kennen sie sie in- und auswendig. Erfahren Sie trotzdem noch Neues?

Geismann: Heute Morgen kam gerade der Newsletter: Die Kooperationsbörse für zwischenbetriebliche Zusammenarbeit etwa bei Entwicklungsprojekten, Patenten und Joint-Ventures, die ist das Neueste zusammen mit der „Allianz pro Fachkräfte“.

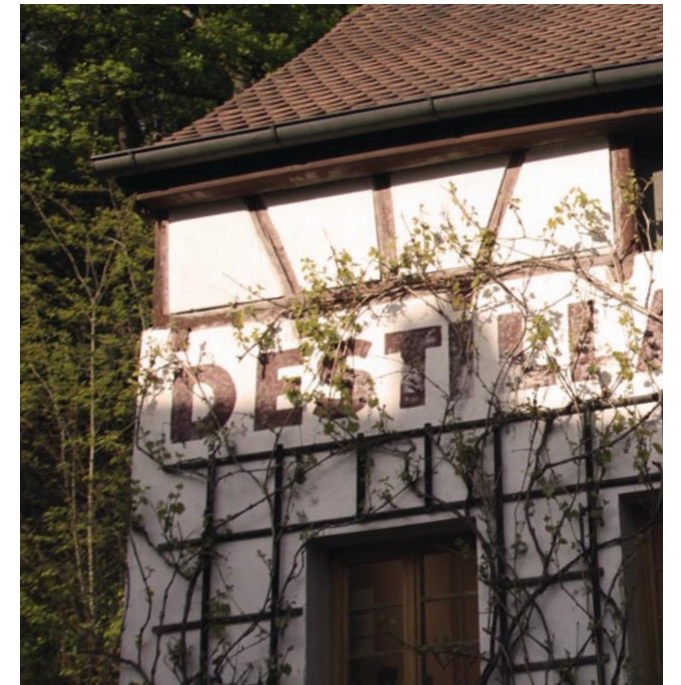
Maly: Das Schöne ist: In unserem Arbeitsprinzip mit den dezentral aufgestellten Foren gibt es nicht einen, der alles weiß. Ich bin immer wieder überrascht! Wie fleißig man zum Beispiel bei Original Regional zusammenarbeitet oder dass Ökologen ein CO₂ Minderungsprogramm aufstellen wollen für die ganze Region. Für mich ist der Reiz, dass da immer wieder neue Lagerfeuer entstehen, ganz ohne hierarchisches Prinzip – sondern einfach weil sich genügend Menschen finden, die sagen: „Da machen wir jetzt was.“

Denzler: Die Ergebnisse der Foren kennt nicht jeder von uns. Sehr gut gefällt mir die „Allianz pro Fachkräfte“: Die Metropolregion reagiert damit sehr früh auf die demografische Entwicklung und auf den daraus resultierenden Fachkräftemangel. Dies wäre früher Thema jedes Landkreises selbst gewesen, heute wird es sehr kompetent von den Industrie- und Handelskammern bearbeitet. Dabei werden die Erfahrungen aller mit eingebracht. Das bringt uns wesentlich voran, wenn es um Lösungen geht.

Standecker: Eine sehr schöne Überraschung habe ich letzte Woche bei der Eröffnung der Ausstellung „Heimat für Kreative“ in Weißenburg erlebt: Vor dem Landratsamt war die Fahne der Metropolregion gehisst. Außerdem hat sich der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen den Regionsnamen „altmühl-franken“ gegeben mit dem Untertitel „Der starke Süden“. Damit ist ja nicht der starke Süden der Bundesrepublik und nicht des Freistaats gemeint, sondern der Süden der Metropolregion. Das heißt, auf der mentalen Karte ist die Metropolregion der Bezugsraum, in dem man lebt und der die eigene Standortkraft unterstützt. Das ist ein ungeheurer Entwicklungsprozess.

Wächst damit auch das Interesse an den Partnern?

Maly: Ja, man interessiert sich für Dinge, die unsere Vorgänger nicht tangiert haben. Ein Beispiel: Die Staatsstraße zwischen Dinkelsbühl und Rothenburg ist schlecht. Das ist ein großes Problem für die Gemeinden, den Oberbürgermeistern von Nürnberg konnte das früher schlicht wurscht sein. Wenn man sich aber als Verantwortungsgemeinschaft definiert, dann wird über solche infrastrukturellen Schwächen auch in den Foren geredet. Man setzt sich ein



und interessiert sich automatisch: Gibt es irgendwelche Themen, die gerade hochkochen?

Aber dann werden die Probleme immer mehr. Brauchen Sie zu den eigenen noch die der anderen?

Maly: Das relativiert auch die eigenen!

Denzler: Man fühlt sich insgesamt verantwortlich, das hat ja alles miteinander zu tun, ...

Geismann: Man leidet mit den anderen jetzt schon mehr mit als früher.

Denzler: ... und sieht sich in einem größeren Zusammenhang. Die Probleme sind jedoch sehr unterschiedlich: Im bevölkerungsarmen östlichen Oberfranken sind es völlig andere als unmittelbar in der Stadt Nürnberg. Sie hat im sozialen Bereich Probleme, wo hingegen wir mit einer Arbeitslosenquote von 2,9 Prozent denken: Da möchte ich nicht tauschen.

Maly: Wenn zum Beispiel der Kollege Karl Döhler aus seinem Landkreis Wunsiedel berichtet, dass der in den nächsten Jahren 20 Prozent Einwohner verlieren wird, dann sind das Probleme, die keiner von uns hat. Da müssen wir uns schon in eine neue Denkwelt einfinden.

Denzler: Wenn man diese Sorgen einmal hört, gewichtet man die eigenen nicht mehr ganz so stark.



Aber die Metropolregion steht doch gut da: Für die nächsten Jahre wird ein Plus von 70 000 Einwohnern prognostiziert.

Maly: Aber es gibt innerhalb der Metropolregion große Ungleichgewichte.

Denzler: In Oberfranken ist die Bevölkerung rückläufig. Der Landkreis Forchheim und der Landkreis Bamberg sind die einzigen, die heute noch stabile Einwohnerzahlen vorweisen können. Vor einigen Jahren hat man uns sogar noch Wachstum prognostiziert ...

Maly: Besonders betroffen ist das frühere Grenzland, das deindustrialisiert worden ist. Wo früher viel Geld verdient worden ist mit Glas, mit Porzellan, mit Leder und Textil. Wo alles weg ist und auch die Strukturpolitik des Freistaats nicht mehr greift. Im Landkreis Wunsiedel werden die Kindergärten zu groß und die Wasserversorgung wird teuer, weil fixe Kosten auf weniger Köpfe aufgeteilt werden. Für die, die bleiben, wird das Leben teurer. Sie überlegen, ob sie bleiben ... Das ist eine Teufelsspirale. Wenn ich als Oberbürgermeister von Nürnberg Demografie buchstabiere, dann ist das eher die Überalterung, aber kein quantitatives Problem.

Nürnberg als größte Stadt der Metropolregion taucht als einzige im Namen auf.

Maly: Mir ist das fast peinlich: Nürnberg ist die einzige Gebietskörperschaft, die nicht abgestimmt hat, ob sie Mitglied wird. Das war einfach keine Frage! Es lässt sich historisch belegen, dass die Freie Reichsstadt Nürnberg für eine lange Periode von Prosperität auch im Umland gesorgt hat. Schon damals war die Stadt allein nicht genug, um unsere kulturelle Identität darzustellen. Was ist denn typisch für uns? Das werden Sie in der Stadt allein nicht beantworten können! Es ist doch so: Wir alle leben ein Stück mit dem Land und das Land ein Stück mit der Stadt. Um Nürnberg zu verstehen, muss man einen Radius von 50 Kilometern kennen.

Geismann: 54 Kilometer!

Ihre Stadt, Sulzbach-Rosenberg, gilt mit rund 20 000 Einwohnern noch als Kleinstadt. Was verbindet sie mit der Großstadt Nürnberg?

Geismann: Die Goldene Straße, aber das habe ich schon dutzende Male gesagt. Sulzbach-Rosenberg war mit die wichtigste Stadt zwischen Nürnberg und Prag. Das Selbstbewusstsein, das wirtschaftliche Denken – das könnte ich nachweisen über die letzten 1000 Jahre, wie intensiv der Austausch auf dieser Achse West-Ost war. Das erste Wirtschaftskartell überhaupt, das war ja die „Große Hammereinung“ von 1387 zwischen Sulzbach, Amberg und den Bürgern der Stadt Nürnberg. Und als Nürnberg im Zweiten Weltkrieg so furchterlich bombardiert wurde, da waren es Männer aus Sulzbach-Rosenberg, die bergmännisches Vorgehen kannten und in den Trümmern nach Verschütteten gesucht haben. Die Metropolregion ist nicht aufgesetzt, aufgepfropft oder erfunden! Sie hat historische Vorläufer.

Maly: Und sie funktioniert so gut, weil es nicht darum geht, Identitäten aufzugeben. Die Weintrinker aus Kitzingen bleiben beim Wein, die Biertrinker aus Kulmbach bei ihrem Bier. Und ob katholisch oder protestantisch – niemand muss seinen Glauben aufgeben, wenn er der Metropolregion beiträgt.

Denzler: Das alles vor dem Hintergrund, dass Bayern doch wahnsinnig südlasig war, „fränkisch-zänkisch“ hat man uns immer genannt. Deshalb war ich so begeistert von der Metropolregion und dass ganz Oberfranken dazugehört. Wir kooperieren auf gleicher Augenhöhe: Ob Nürnberg mit einer halben Million Einwohner oder der Landkreis Bamberg mit rund 145 000 – jeder hat eine Stimme. Dass wir so gut miteinander umgehen, hat viel mit Ulrich Maly zu tun, der sich nie als der OB der größten Stadt in den Mittelpunkt gedrängt hat.

Geismann: Für uns ist das Verkehrskreuz Nürnberg unerlässlich. Es ist ja nur ein Katzensprung zum Flughafen, zum Intercity und zum Hafen ...

Maly: Du hast einmal gesagt: Wenn dein Kind heiratet und du brauchst einen neuen Anzug, dann fährst du nach Nürnberg. Es gibt eine schöne Karte, die zeigt, wohin Grundig seine Arbeiterbusse geschickt hat – auch in die Oberpfalz.



Geismann: ... Die Stahlrohre, die die Maxhütte in Sulzbach-Rosenberg produziert, werden noch heute über Nürnberg versandt. Es gibt neben den wirtschaftlichen auch kulturelle Verflechtungen. Und dann natürlich der Club!

Denzler: Ich möchte noch Original Regional und den VGN nennen, die sich gegenseitig beflügeln. Diese Freizeitlinien werden toll angenommen und wenn die Nürnberger und Erlanger zu uns kommen, dann weil wir attraktiv sind. Die Veranstaltungen müssen nur einmal in den Nürnberger Nachrichten stehen, dann wird es fast zuviel. In der Fränkischen Toskana gab's schon mittags kein Bier mehr.

Maly (lacht): Da sind die „Kahlfresser“ gekommen!

Denzler: Ich denke, dieses „Fernweh ganz nah“ hat ein Riesipotenzial. Ich verstehe die Metropolregion in diesem Sinn als Gemeinschaft, in die man sich einbringt.

Die Metropolregion definiert sich ganz bewusst als Verantwortungsgemeinschaft. Spüren Sie das?

Geismann: Nach dem Zusammenbruch der Maxhütte war eine Umstrukturierung von Stadt und Region unabdingbar. Sie hat durch die Impulse aus der Metropolregion gewonnen! Durch den Werbemittelhersteller Elasto form etwa und die Fürther Welt-Firma Kurz, die Heißprägefolien herstellt. Die Nähe zu

Nürnberg und seinen hochwertigen Arbeitsplätzen sorgt auch dafür, dass wir nur eine ganz schwache Abwanderungsquote haben.

Sie haben vor allem interne Effekte genannt, aber die Metropolregion soll doch auch Außenwirkung entfalten?

Maly: Der globale Wettbewerb ist ein Wettbewerb der Regionen, nicht der Städte. Mit seinen 500 000 Einwohnern würde auch Nürnberg weltweit nicht wahrgenommen.

Standecker: 2009 hatte die Metropolregion in Brüssel einen großen Auftritt in der Landesvertretung. Mit Festspielleiterin Katharina Wagner und vier Streichern, mit einem Riesenbuffet der Genussregion Oberfranken ...

Maly: ... und 13 verschiedene Biersorten, das vergessen die nie! International treten wir bei der Immobilienmesse MIPIM in Cannes auf und werben mit dem Grünen Hügel in Bayreuth, mit unterfränkischem Bier und Nürnberger Bratwürsten. Die Amerikaner wollen immer wissen: Wie weit ist es zu Wagner? Dann sagen wir, eine Dreiviertelstunde von Haus zu Haus. Das interessiert Wirtschaftsleute in der ganzen Welt. Also versuchen wir, Entfernungen kurz zu machen und Kulturgrenzen einzureißen.

Denzler: Der Aufbau von Selbstvertrauen ist wesentlich. Ohne Metropolregion wäre das schwieriger. Als Oberfranken dazukam, haben wir leidenschaftlich diskutiert, wie die Metropolregion heißen soll. Zusammen mit Bayreuth war uns völlig klar, das kann nur Nürnberg sein. Franken – wer weiß, wo das liegt?

Maly: Wenn wir mit der Europäischen Metropolregion für uns werben, sind wir nur glaubwürdig, wenn auch etwas dahintersteht. Ich erinnere mich noch an die erste Stellenanzeige von Adidas, in der sie namentlich aufgetaucht ist.

Spiegelt sich die Metropolregion schon in der Identität ihrer Bewohner?

Maly: Wie ist denn der Alltag? Wenn ich am Strand von Bibione liege und komme ins Gespräch, sage ich, ich komme aus Nürnberg – und erzähle nichts von der Metropolregion. Das tun auch die anderen nicht, was auch nichts ausmacht. Die Metropolregion sollte nie eine individuelle Identität herstellen, sondern Klammer sein für eine Region. Vor allem politisch.

Standecker: Aber auch für die Wirtschaft ist sie wichtig!

Denzler: Ich gestehe, in den Herzen ist die Metropolregion noch nicht angekommen.

Maly: Aber das muss sie gar nicht.

Trotzdem müssen Sie als Politiker auch ihren Wählern, gut drei Millionen Bürgern und Bürgerinnen, die Metropolregion nahebringen.

Maly: Die emotionale Qualität „Heimat“ wird sie nie besitzen. Heimat, das ist mein Dorf oder meine Stadt. Diese Identitäten in Frage zu stellen, das wäre ein tödlicher Spaltpilz. Der Nutzen der Metropolregion muss sich materiell erschließen und sich aus echten Themen wie Original Regional, dem Binnentourismus oder dem VGN-Ausbau speisen.

Denzler: Mir fällt auf, dass zu viel gejammert wird. Auf die Metropolregion und dass man dazu gehört, dürfen wir ein Stück weit stolz sein. Aber dieses Bewusstsein braucht Zeit, um zu wachsen.

Geismann: Das Zusammenwachsen wird von innen empfunden und von außen so gesehen. Sogar in München, scheint mir, sind sie ein wenig neidisch!

Denzler: Früher war es im Bayerischen Landkreistag leichter, die Städte in Grund und Boden zu reden. Heute muss man das bei 22 Landkreisen und zwölf Städten der Metropolregion differenzierter sehen.

Die Partnerschaft von Stadt und Land gilt als herausragendes Merkmal der Metropolregion. Spüren Sie das?

Standecker: Die Metropolregion findet zwischen Rathäusern, Stadtverwaltung und Landratsämtern statt. Herr Tischler vom Kulturamt in Sulzbach-Rosenberg zum Beispiel kennt jetzt seine Kollegen in Coburg und Bamberg, ich selbst habe ein Netzwerk der persönlichen Mitarbeiter ins Leben gerufen. Wir treffen uns zwei Mal im Jahr, setzen eine Tagesordnung fest und tauschen uns aus – da verändert sich was in den Köpfen.

Geismann: Absolut. Unsere Wirtschaftsförderer zum Beispiel treffen sich regelmäßig. So etwas wie „Qualifizierung im Einzelhandel“, ein Modell der Metropolregion, war zuvor undenkbar.

Aber die U-Bahn in Nürnberg fährt alle drei Minuten, der Bus am Land dreimal am Tag. Da kann man von gleichen Lebensverhältnissen in der Region schwerlich sprechen.

Maly: Man kann, ehrlicherweise, nicht alle Gegensätze von Stadt und Land aufheben. Aber selbst ums Geld gibt es kaum Konkurrenz. Es ist mit der Metropolregion Nürnberg so wie es in der alten Betonwerbung hieß: Es kommt drauf an, was man daraus macht.

Denzler: Die Europäische Metropolregion hat eine andere Flughöhe als die Städte und Landkreise. Wir wollen mit niemandem konkurrieren – auch wenn die Regionalen Planungsverbände und die Regierungspräsidenten Angst bekommen. Gerade weil das Mitmachen in der Metropolregion absolut freiwillig ist, gibt es wenig Reibungspunkte.

Dann steht einer Erweiterung ja nichts im Wege?

Maly: Die Metropolregion definiert sich nicht geografisch! Zu Beginn war der Begriff sogar rein „metaphysisch“: Wir haben zuerst die Felder festgelegt,

die wir bearbeiten, und nach und nach sind die Städte und Landkreise dazugekommen.

Denzler: Zu Beginn gab es einen Kern der Metropolregion ...

Maly: Auf unseren Karten ist er schon verschwunden!

Denzler: ... dann kam die Diskussion, dürfen die Oberfranken dazu? Maly hat gesagt: Da machen wir ein Netz. Inzwischen ist die Zugehörigkeit zu Kern oder Netz nicht mehr von grundsätzlicher Bedeutung.

Standecker: Der Kern zahlt aber noch doppelte Beiträge. Zehn Cent pro Kopf und Jahr, das Netz fünf.

Zehn Cent, die kann man doch aus der Hosentasche zahlen?

Maly: Das kommt auf die Einwohnerzahl an. Die intensivsten Diskussionen im Nürnberger Stadtrat haben wir um die kleinsten Beträge.

Standecker: Die Wirtschaft will sich stärker einbringen. Die Volks- und Raiffeisenbanken sind an einer Partnerschaft interessiert. Die IHK Nürnberg für Mittelfranken und die IHK Bayreuth möchten sich beteiligen, auch finanziell. Auch das ist eine Veränderung: In den ersten Jahren war die Politik der stärkste Motor ...

Maly: ... und einige Köpfe aus der Wirtschaft.

Denzler: Das ist doch ein Indiz dafür, dass sie die Metropolregion für wichtig halten. Unternehmen rechnen da sehr genau ...



Geismann: ... und sie haben ein großes, eigenes Interesse: Sie wollen ihre Fachkräfte halten!

Erweiterung kann auch neue Handlungsfelder bedeuten. Was ist neu, was geplant?

Maly: Neu sind die Zusammenarbeit der Energieagenturen, das Logistiknetzwerk und der Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Unser Ziel ist eine CO₂ neutrale Metropolregion.

Standecker: Neu ist es auch, immer wieder unsere „Heimat für Kreative“ in die Köpfe zu bringen, z. B. durch den Entdeckerpass. Und wir werden einen Spezialitätenwettbewerb starten – eine kulinarische Landkarte, die zeigt, was diese Region zu bieten hat.

Geismann: Vergesst dabei die Bauernseufzer aus Sulzbach-Rosenberg nicht!

Standecker: Eine weitere Neuigkeit sind die Aktivitäten rund um das Thema Kultur – vom Künstler des Monats bis zur Internetplattform „Mehrwertzone Kultur“. Neu ist das Magazin „Bezirk 09“, das unter Federführung der IHK Nürnberg entsteht und helfen soll, Fachkräfte zu binden.

Denzler: Wichtig ist für mich das neue MORO-Projekt – kurz für Modellprojekt der Raumordnung, das unser „Medical Valley“ in Erlangen und Forchheim mit dem ländlichen Raum vernetzen soll. Die Frage ist: Wie bringt man das Know-how der Medizintechniker in ländliche Räume? Wie können Firmen und die dortigen Netzwerke zusammenarbeiten, so dass alte Menschen lange unabhängig in den eigenen vier Wänden leben können. Damit wollen wir uns als Gesundheitsregion etablieren.

Das hört sich nach viel Arbeit an. Kommt die Erholung da nicht zu kurz?

Maly: Nein! Vor kurzem haben sich die Naturparks vernetzt, die fast 50 Prozent der Fläche der Metropolregion ausmachen. Wir werben mit einem Falblatt, das an 700 Schulen verteilt wurde, für den Wandertag in der Metropolregion. Mein Tipp auch für Erwachsene: Es muss keiner übers Wochenende wegfiegen. Wir können alles daheim erleben!

Interview: Gabi Pfeiffer

HEIMAT FÜR KREATIVE

Die Europäische Metropolregion Nürnberg versteht sich als „Heimat für Kreative“. Aber wann sind ihre Ratsvorsitzenden und die Geschäftsführerin kreativ?

Dr. Ulrich Maly regiert die Großstadt Nürnberg mit 500 000 Einwohnern seit 2002 und hat im Juli 2011 den Vorsitz des Bayerischen Städtetages übernommen. Er sei „in erster Linie beim Kochen kreativ, mit Abstrichen beim Organisieren von sozialen und politischen Netzwerken“, übt sich der 50-Jährige in Understatement. Nach Meinung des Volkswirts lässt sich Kreativität schwerlich der Politik überstülpen: „Die Grundeinstellung ist das Entscheidende.“



Dr. Günther Denzler ist seit 1996 Landrat des Landkreises Bamberg mit rund 145 000 Einwohnern und seit 2003 Bezirkstagspräsident von Oberfranken. Auf die eigene Kreativität komme es nicht in erster Linie an, sagt der 63-Jährige. Sondern darauf, ein kreatives Milieu zu schaffen – so dass Mitarbeiter ihr Potenzial entfalten und gute Ideen entwickeln und umsetzen können. „Manchmal muss man Begeisterung erzeugen, auch wenn man selbst nicht ganz überzeugt ist.“



Gerd Geismann wurde 1988 zum 1. Bürgermeister von Sulzbach-Rosenberg gewählt. Unter seiner Ägide hat sich die frühere Eisen- und Stahlstadt in der Oberpfalz zum Dienstleistungszentrum mit 19.720 Einwohnern gewandelt. „Mir fällt immer wieder etwas Neues ein“, sagt der 65-Jährige. Zuletzt war es die Gestaltung der Historischen Druckerei Seidel zum Kulturzentrum und derzeit die Restaurierung der ehemaligen Synagoge als würdige Erinnerungs- und kulturelle Begegnungsstätte. „Provinz ist, was man daraus macht“, sagt Geismann selbstbewusst und grüßt auf der Internetseite der Stadt aus dem Cyberspace.



Dr. Christa Standecker ist seit dem Start der Metropolregion im Jahr 2005 ihre Geschäftsführerin. Seit 2006 ist sie Mitglied im Beirat des Bundesverkehrsministers. Die 49-Jährige stammt aus Hahnbach in der Oberpfalz. Sie versteht sich als Grenzgängerin zwischen den Kulturen: Zwischen Politik und Wirtschaft und zwischen der barocken, musikalischen Kultur der Oberpfalz und der protestantisch-strengen der Mittelfranken: „Das befeuert meine Kreativität – und ich freue mich am Anderssein der Franken.“

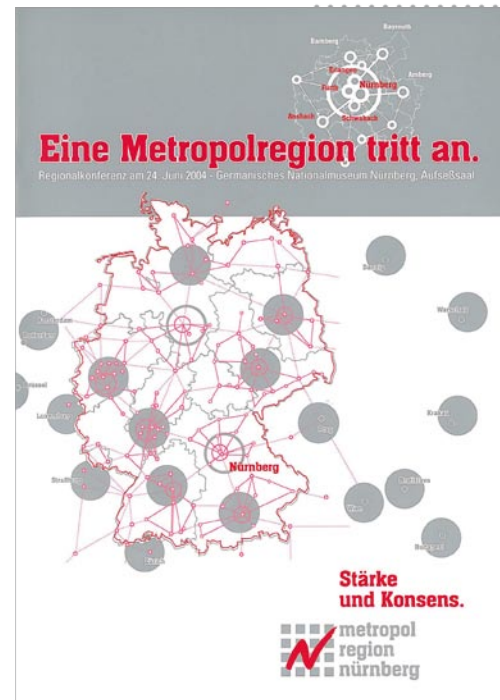
CHRONOLOGIE MEILENSTEINE

2004

- 1 **24. JUNI**
Regionalkonferenz „Eine Metropolregion tritt an“ in Nürnberg und Unterzeichnung einer Resolution



1



2005

- **28. APRIL**
Anerkennung als Metropolregion durch die Ministerkonferenz für Raumordnung in Berlin
- 2 **12. MAI**
Unterzeichnung der „Charta der Metropolregion Nürnberg“ in Erlangen mit 60 Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur
- **15.–18. JUNI**
METREX-Jahreshauptversammlung „Lissabon-Prozess“ in der NürnbergMesse
- **27. JULI**
Konstituierende Sitzung des Rates der Europäischen Metropolregion in Nürnberg, Verabschiedung der Geschäftsordnung mit mehr als 40 Landräten, Oberbürgermeistern und Bürgermeistern
- **10. NOVEMBER**
Konstituierende Sitzung des Forums Tourismus
- **15. NOVEMBER**
Konstituierende Sitzung des Forums Marketing
- **25. NOVEMBER**
Konstituierende Sitzung des Forums Wirtschaft und Infrastruktur
- **3. DEZEMBER**
Konstituierende Sitzung des Forums Wissenschaft
- **6. DEZEMBER**
Konstituierende Sitzung des Forums Kultur und Sport

3



2



2006

- **10. FEBRUAR**
Konstituierende Sitzung des Forums Verkehr und Planung
- 3 **17. MAI**
Jahrestagung „Ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg: Stärken-Chancen-Potentiale“ auf Schloss Theuern
- **30. MAI**
Beitritt des Landkreises Kitzingen zur Europäischen Metropolregion Nürnberg
- **9.–12. OKTOBER**
Die Metropolregion Nürnberg präsentiert sich erstmalig mit dem Netzwerk METREX auf den „Open Days“ in Brüssel
- **16. OKTOBER**
Internetauftritt der Metropolregion Nürnberg unter www.em-n.eu geht an den Start
- **17. OKTOBER**
Beitritt des Landkreises Neustadt a. d. Waldnaab und der Stadt Weiden zur Europäischen Metropolregion Nürnberg
- 4 **21. DEZEMBER**
Erstes Autobahnschild „Metropolregion Nürnberg“ an der A6



4



2008

6 12. APRIL
Paneuroparadweg Paris - Nürnberg - Neustadt a. d. Waldnaab - Prag wird mit einem Bürgerfest in Nürnberg eröffnet

7 22. APRIL
Bundesweites Modellvorhaben der Raumordnung (MORO) startet mit einer gemeinsamen Werkstatt in Nürnberg

8 30. JUNI
2. Wissenschaftstag der Europäischen Metropolregion Nürnberg an der Universität Bayreuth zum Thema „Zwischen Campus und Markt“; mit Prof. Dr. Danuta Hübner, EU-Regionalkommissarin (mit Ratssitzung und Ratsempfang)

9 5. SEPTEMBER
1. Strategiesitzung des Steuerungskreises der Europäischen Metropolregion Nürnberg in Nürnberg; Vision „Heimat für Kreative“

10 6.–8. OKTOBER
Unternehmen und Kommunen präsentieren sich erstmals gemeinsam unter dem Dach der Europäischen Metropolregion Nürnberg auf der EXPO REAL

28. NOVEMBER
Konstituierende Sitzung des Forums Sport als eigenständiges Forum (vorher Forum Kultur und Sport)

5



6



9



2007

13.–16. MÄRZ
Unternehmen und Kommunen präsentieren sich erstmals gemeinsam unter dem Dach der Europäischen Metropolregion Nürnberg auf der internationalen Immobilienmesse MIPIM im südfranzösischen Cannes

5 20. JULI
Jahrestagung „Stärken stärken – ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg“ in Bad Windsheim; Erarbeitung der Bad Windsheimer Erklärung

23. JULI
1. Wissenschaftstag der Europäischen Metropolregion Nürnberg an der Universität Erlangen-Nürnberg zum Thema „Vernetzte Kompetenzen“; mit Günter Gloser, Staatsminister für Europa im Auswärtigen Amt

10



7

8



2009

- 15. JANUAR
Start der Regionalkampagne „Original Regional aus der Metropolregion Nürnberg“
- 11 19. MÄRZ
Gründungstagung der Allianz gegen Rechtsextremismus in der Metropolregion Nürnberg im Historischen Rathaussaal in Nürnberg
- 12 26. MAI
3. Wissenschaftstag der Metropolregion Nürnberg an der Hochschule Amberg - Weiden in Amberg mit dem Thema „grenzenlos wissen“; mit Prof. Dr. Martin Faulstich, Vorsitzender des ATZ Entwicklungszentrums in Sulzbach-Rosenberg
- 13 7. JULI
Start des Pilotprojektes „Die Europäische Metropolregion Nürnberg auf dem Weg zur familienfreundlichsten Wirtschaftsregion Deutschlands“ unterstützt vom Bundesfamilienministerium und der Bertelsmann-Stiftung
- 14 6. OKTOBER
Auftritt der Europäischen Metropolregion Nürnberg als „Urban-rural alliance METREXplus“ bei den Open Days in Brüssel; Durchführung von zwei Workshops und einer Podiumsdiskussion, sowie einem musikalischen Empfang mit Katharina Wagner

12



14



11



13



16



17



18

2010

26. JANUAR

Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg wird Spitzencluster

5. FEBRUAR

Leitbild für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung (WaBe) wird von Politik, Wirtschaft, Wissen und Verwaltung öffentlich unterzeichnet

13. APRIL

Start der Wanderausstellung „Die Goldene Straße – Rekonstruktion einer Kulturregion“ in Sulzbach-Rosenberg



19



15

15 30. APRIL

4. Wissenschaftstag der Metropolregion Nürnberg an der Universität Bamberg mit dem Thema „Alles für den Menschen“; mit dem Bayerischen Wissenschaftsminister Dr. Wolfgang Heubisch und Erzbischof Prof. Dr. Ludwig Schick; (Ratssitzung und Ratsempfang)

30. MAI

Beitritt des Landkreises Hof in die Europäische Metropolregion Nürnberg

16 1. JUNI

Naturpark-Wanderausstellung „Die grünen Schätze der Metropolregion“ geht auf Tour durch die Region

17.–18. JUNI

Abschlussveranstaltung des bundesweiten Modellvorhabens der Bundesraumordnung (MORO) „Stadt-Land-Partnerschaft“ in Hamburg

16. JULI

Würzburg gibt passive Mitgliedschaft in der Metropolregion Nürnberg auf

17 23. JULI

Jahrestagung „Demografischer Wandel – Auswirkungen, Strategien und gute Beispiele in der Europäischen Metropolregion Nürnberg“ im Porzellanikon in Selb

1. AUGUST

Der EntdeckerPass geht an den Start

16. SEPTEMBER

Konstituierende Sitzung des Lenkungskreises „Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung“ der Europäischen Metropolregion Nürnberg in Ansbach

24. SEPTEMBER

2. Strategiesitzung des Steuerungskreises der Europäischen Metropolregion Nürnberg in Herzogenaurach „Heimat für Kreative?“ 5-Jahresbilanz und Ausblick bis 2015

18 30. SEPTEMBER

Stärkung der Projektarbeit in der Geschäftsstelle der Metropolregion durch die Kooperationsstelle „Partnerschaft Ländlicher Raum – Verdichtungsraum in der Europäischen Metropolregion Nürnberg“, gefördert durch das Bayerische Wirtschaftsministerium

22. OKTOBER

„Endenergiebilanz“ für die Europäische Metropolregion Nürnberg wird vorgestellt

19 18. NOVEMBER

Fachtagung „Regional ist MEHR WERT – Nachhaltigkeit und regionale Wertschöpfung in der Metropolregion Nürnberg“ im Bildungszentrum Triesdorf

RÄUMLICHE ENTWICKLUNG



- 1) 1972 // Städteachse Nürnberg - Fürth - Erlangen - Schwabach
- 2) 1973 // Planungsregion 7 „Industrieregion Mittelfranken“ (PIM) & Planungsregion 8 „Westmittelfranken“
- 3) 2005 // Zusammenschluss der Landkreise und Städte zur Europäischen Metropolregion Nürnberg
- 4) 2011 // Alle Mitglieder der Europäischen Metropolregion Nürnberg
— (mit dem seit 2010 erweiterten VGN-Gebiet)

STARKE KOOPERATIONSTRADITION

Stück um Stück wachsen die Kooperationen in und um die Städteachse Nürnberg - Fürth - Erlangen - Schwabach bis heute.

Zu den wichtigsten Antriebskräften für die Entwicklung der Metropolregion schreibt Dr. Hartmut Frommer:

„Die größte Dynamik entfalteten zwei nicht von der offiziellen Landesplanung vorgesehene Strukturen“, und meint damit zum einen die hervorragenden Kooperationsstrukturen in der Städteachse Nürnberg - Fürth - Erlangen - Schwabach, zum anderen den Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN).

So besprechen seit Jahrzehnten in sogenannten Nachbarschaftskonferenzen die Oberbürgermeister der Städteachse relevante Themen. Diese Abstimmungen setzen sich auf Fachreferentenebene durch regelmäßige Arbeitstreffen fort, die auch in gemeinsame Projekte münden. Jüngeren Datums sind die sogenannten 4 + 4 Konferenzen, an denen neben den Oberbürgermeistern der Städteachse auch die Landräte der angrenzenden Landkreise teilnehmen.“

(Quelle: Die Europäische Metropolregion Nürnberg, in: Bayerische Verwaltungsblätter, Heft 13/2006, S. 392-397)

Informelle Netzwerke wie der Kreis der fränkischen Landräte und der fränkischen Oberbürgermeister befördern die regionale Willensbildung.

2005 findet die konstituierende Sitzung des Rates der Europäischen Metropolregion Nürnberg mit 9 Landkreisen und 12 kreisfreien Städten statt.

Heute sind es 22 Landkreise und 11 kreisfreie Städte.



Zu Beginn stellte Dr. Hartmut Frommer seinen widerspenstigen Lupo aus dem städtischen Fuhrpark zur Verfügung. Mittlerweile sponsert der Mittelständler Eugen Wexler den Dienstwagen der Metropolregion.



VIER ZIELE, EINE VISION UND 60 PROJEKTE

Mit der Vision „Heimat für Kreative“ verfolgt die Metropolregion Nürnberg vier strategische Ziele: den Aufbau der Internationalen Marke Metropolregion Nürnberg, den Ausbau der Metropolfunktionen, Gestalten in Europa und Optimierung der innerregionalen Kooperation. Eine Priorisierung der vier Ziele gibt es nicht. Auch keinen zentralen Plan und keine zentrale Einheit, die Ziele und Projekte verantwortet. Vielmehr bringen die Foren und Netzwerke der Metropolregion Projekte dezentral hervor und realisieren diese auch

selbstverantwortet. In den Gremien und Foren der Metropolregion wurden und werden seit 2005 rund 60 Projekte umgesetzt (ausführliche Darstellungen im Kapitel Projekte).

Mit dem Strategiemodell der Metropolregion wird lediglich ein Rahmen vorgegeben, in dem das Zusammenspiel von Vision, Zielen und Leitprojekten dargestellt wird.

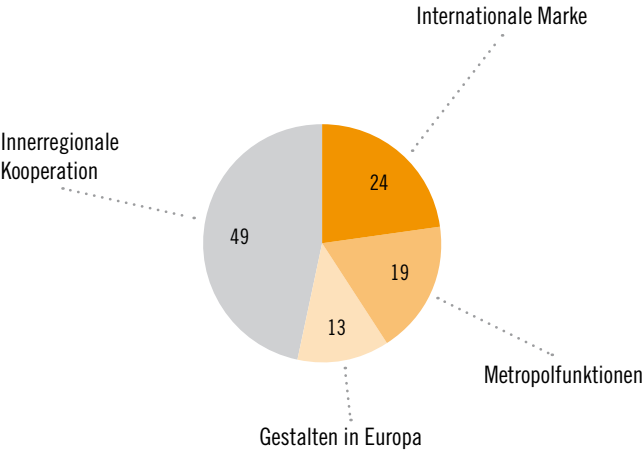
STRATEGIE-MODELL

Vision:	HEIMAT FÜR KREATIVE
Strategische Ziele:	1. Aufbau der internationalen Marke Metropolregion Nürnberg 2. Ausbau der Metropolfunktionen 3. Gestalten in Europa 4. Optimierung der innerregionalen Kooperation

HEIMAT FÜR KREATIVE		
KREATIVITÄT	INTERNATIONALITÄT	LEBENSQUALITÄT
Leitprojekte: → Leitbild WaBe → Wissenschaftstag → Science-Center → Spitzencluster Medizin → Festivalregion → Nachwuchsförderung Leitungssport → Mega-Gewerbeflächen	Leitprojekte: → TEN-22 im Donaauraum → China Landbridge → Auftritt in Brüssel → Grenzüberschreitende Zusammenarbeit → Allianz gegenRechtsextremismus → Messekonzept	Leitprojekte: → Binnentourismus → Original Regional → EntdeckerPass → Verkehrsverbund → Familienfreundlichste Wirtschaftsregion → Metropolregion im Grünen → Zeitarbeit
Kernthemen: → Markenaufbau → technologische Exzellenz → Kreativ- und Kulturwirtschaft	Kernthemen: → Gateway-Funktion → Internationale Vernetzung → Menschenrechte und Toleranz → Demografischer Wandel	Kernthemen: → Kooperationsqualität → Partnerschaft Stadt-Land → Nachhaltigkeit → Sozialwirtschaft → Medizin, Gesundheit

PROJEKTE NACH BEITRAG ZU DEN VIER STRATEGISCHEN ZIELEN DER METROPOLREGION

n = 58
Mehrfachnennungen möglich



MISSION STATEMENT

Die „Regierungserklärung“ der Metropolregion Nürnberg schwört die Akteure auf die gemeinsame Vision ein:

WIR WOLLEN DIE BEVORZUGTE HEIMATREGION FÜR TALENTIERTE UND ENGAGIERTE MENSCHEN AUS ALLER WELT SEIN.

SINN UND ZWECK UNSERER ARBEIT IST DIE ANZIEHUNGSKRAFT UNSERER REGION. WIR ÜBERRASCHEN, WIR BEGEISTERN.

IN EINEM VISIONÄREN VERBUND SCHAFFEN WIR DAS ANGEBOT EINER INTERNATIONALEN METROPOLE, ABER OHNE DEREN TYPISCHE NACHTEILE.

WIR SIND DAS NETZ MIT VIELEN STARKEN KNOTEN.

WIR SIND DIE METROPOLREGION NÜRNBERG.

Ergebnis der dezentralen Netzwerk-Intelligenz sind Projekte, die sich immerhin zur Hälfte dem Ziel der innerregionalen Kooperation verpflichtet sehen. Dies folgt der Einsicht, dass nach innen zusammenwachsen muss, wer nach außen gemeinsam erfolgreich auftreten will. Dazu gehören Projekte wie die Erweiterung des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg (VGN), die enge Kooperation der Energieagentur Oberfranken mit der EnergieRegion unter dem Dach der Energieagentur Nordbayern, dazu gehören alljährlich zahlreiche Tourismusmessen „Fernweh ganz nah“, die Metropolregion im Grünen und die Regionalkampagne Original Regional.

An zweiter Stelle folgt die Stärkung der Marke „Metropolregion Nürnberg“. Auf das Markenkonto zahlen ein: internationale Messeauftritte, Delegationsreisen und Marketingkampagnen, wie die überregionale Anzeigerserie oder Plakataktionen. Auch die Autobahnschilder haben eine starke überregionale Wirkung, wie die Resonanz bei Geschäftsreisenden und auswärtigen Besuchern zeigt.

An dritter Stelle folgt die Stärkung der Metropolfunktionen. Dazu gehört insbesondere die Weiterentwicklung verkehrlicher Infrastruktur zur Einbindung in die europäische und globale Wirtschaft. Lobbying und fachliche Expertise bringt das Forum Verkehr und Planung ein. Dazu gehört das Leitbild WaBe (nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung), das wirtschaftlich-technologische Kompetenzfelder im regionalen Konsens ausweist. Dazu gehört der Spitzencluster Medical Valley. Dazu gehört die Stärkung der Forschungs- und Hochschulinfrastruktur in der Metropolregion. Der Wissenschaftstag ist hierzu Beispielprojekt.

An vierter Stelle steht das Mitgestalten in Europa. Dieses Ziel wird vor allem in Zusammenarbeit mit METREX und dem Initiativkreis der Europäischen Metropolregionen in Deutschland (IKM) bearbeitet. So hat die Geschäftsstelle der Metropolregion Auftritte in Brüssel im Rahmen der Open Days der Städte und Regionen gestaltet sowie gemeinsam mit METREX und dem IKM bei Stellungnahmen und Konsultationsprozessen der Europäischen Kommission mitgewirkt.

Die erfolgreiche Projektarbeit gründet sich auf die traditionell hohe Kooperationsqualität in der Region. Die Zusammenarbeit in Netzwerken ist kein Novum sondern lange eingeübt wie z. B. in der Verwaltungszusammenarbeit innerhalb der Städteachse Nürnberg-Fürth-Erlangen-Schwabach, im Treffen der fränkischen Oberbürgermeister und Landräte oder in weiteren teilregionalen Zusammenschlüssen. Die auf Ebene der Metropolregion etablierte Stadt-Land-Partnerschaft – die Governance – gilt als Modell und wird u. a. als Modellvorhaben der Bundesraumordnung gefördert.

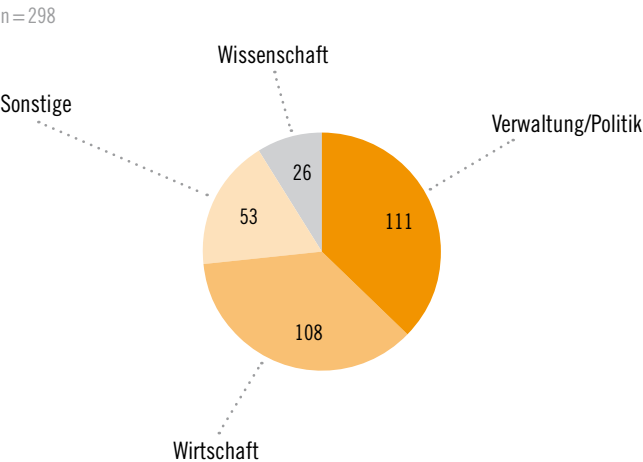
PROJEKTFINANZIERUNG

Die durchgeführten Projekte sind überwiegend mischfinanziert. Der Anteil aus Haushaltsmitteln der Metropolregion hat dabei einen Anschub-Charakter. Die Wirtschaft trägt projektbezogen wichtige Finanzierungsanteile. Drittmittel stammen vor allem von der Bundesebene oder von Gebietskörperschaften. Inzwischen konnten auch Landesmittel akquiriert werden; zukünftig sollen deutlich mehr Mittel aus europäischen Fördertöpfen eingeworben werden.

Auch hier schlägt die dezentrale Verantwortung in der Metropolregion durch, so dass es keine typischen Finanzierungen gibt. Jedes Projekt findet seine eigene Form.

- Der jährliche Messeauftritt der Metropolregion Nürnberg auf der Weltleitmesse für Immobilien in Cannes wird durch einen Zuschuss aus Haushaltsmitteln der Metropolregion und des Marketingvereins in Höhe von insgesamt 30 000 € unterstützt. Die Gesamtkosten des Auftritts betragen rund 160 000 €. Die restlichen Mittel werden durch die Stadt Nürnberg und privatwirtschaftliche Partner aufgebracht.
- Die Kosten für den Wissenschaftstag der Metropolregion liegen bei rund 100 000 €. Aus dem Haushalt der Metropolregion werden 20 000 € Zuschuss gewährt. Die verbleibenden Finanzmittel werden durch Sponsoring von Unternehmen und Zuschüssen aus Stiftungen gedeckt bzw. zum Teil auch von den jeweiligen gastgebenden Gebietskörperschaften erbracht.
- Das Projekt „Metropolregion im Grünen“ wurde durch Fördermittel des Bundes in Höhe von 10 000 € finanziert. Hinzu kamen Personalleistungen aus der Geschäftsstelle der Metropolregion und finanzielle sowie sachliche Sponsoringleistungen durch den Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN) und den ADAC in etwa gleicher Höhe.
- Das Projekt METRO (mit METRO I, II, III von 2009–2012) zur Qualifizierung von Einzelhändlern in kleinen und mittelgroßen Städten der Metropolregion hat ein Gesamtfördervolumen von ca. 800 000 €. Davon wurden ca. 780 000 € aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) finanziert, die Kofinanzierung erfolgt über die Freistellung der zu qualifizierenden Mitarbeiter und Mittel des Freistaates Bayern.

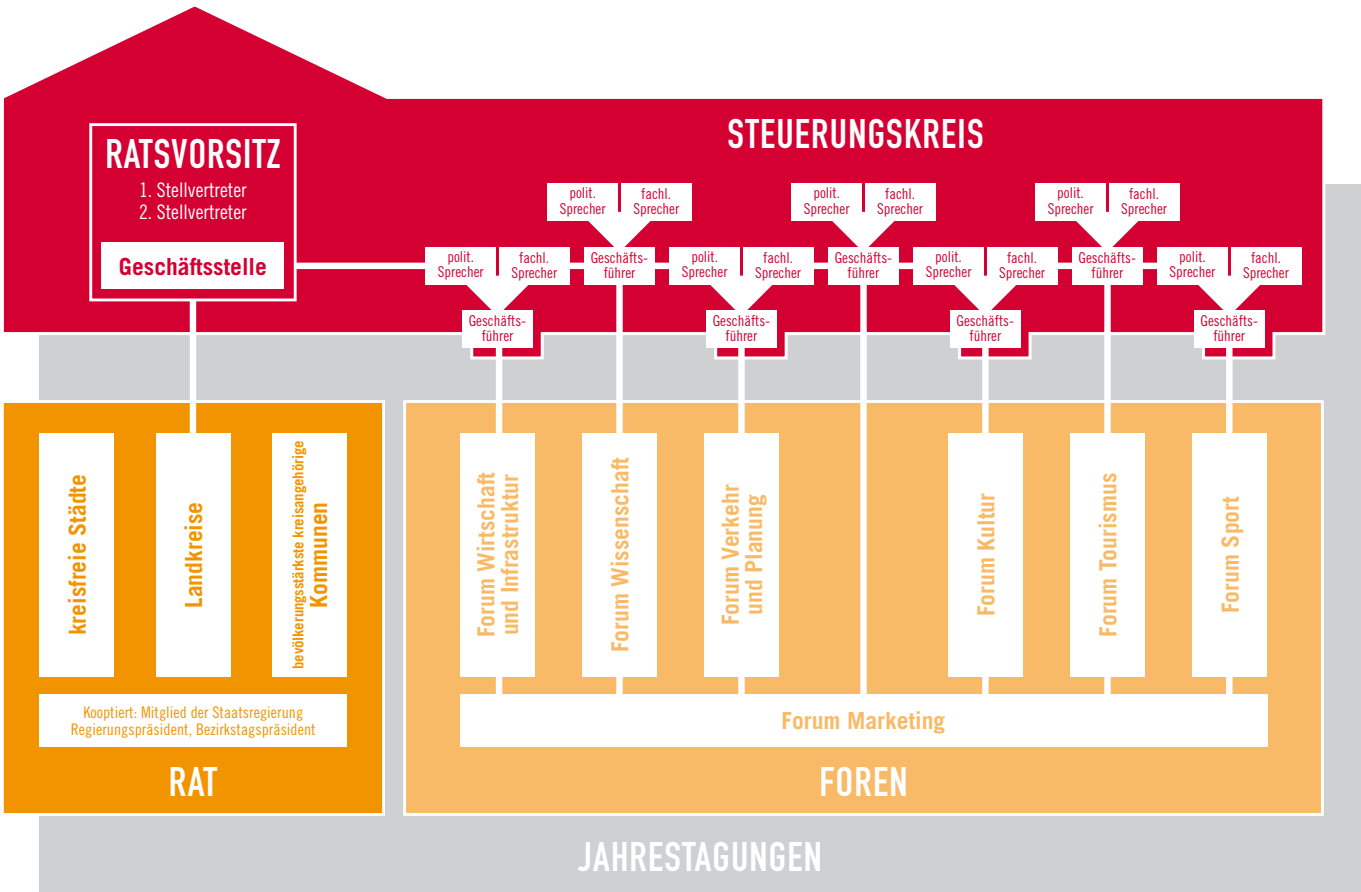
HERKUNFT DER MITGLIEDER DER FACHFOREN: STAKEHOLDER



ENGANGIERT FÜR DIE REGION: GOVERNANCE UND NETZWERKE

GOVERNANCE-MODELL

Das Governance-Modell der Metropolregion Nürnberg und ihre Organisationsstruktur als Stadt-Land-Partnerschaft gilt bundes- und europaweit als Modell.



Zu den Netzwerken der Metropolregion zählen die sieben Fachforen, das IHK-Netzwerk sowie weitere fest etablierte Gruppierungen, die sich regelmäßig treffen. Insgesamt arbeiten knapp 600 Personen in den Netzwerken der Metropolregion mit. Sie kommen in etwa gleichverteilt aus den Bereichen Verwaltung, Politik und Wirtschaft. Die Wissenschaftler stellen naturgemäß eine kleinere Gruppe. Unter Sonstigen sind Kulturmanager, Touristiker, Künstler, Sportfunktionäre, Sportler und Marketingfachleute zusammengefasst. Sie alle engagieren sich freiwillig und nebenamtlich für die Region. Sie bringen ihre Netzwerke und Kompetenzen ein und übernehmen gemeinsam Verantwortung für die Region.

RAT DER METROPOLREGION

55 Oberbürgermeister, Bürgermeister und Landräte arbeiten als regionale Verantwortungsgemeinschaft auf Augenhöhe zusammen.

Der Rat bildet den demokratischen Kern und legitimiert die interne Willensbildung und die Vertretung nach außen. Er fußt auf dem Prinzip der bürger-schaftlichen Repräsentation in der kommunalen Selbstverwaltung.

Der Rat setzt sich zusammen aus den gesetzlichen Vertretern der Gebietskörperschaften, kooptierte Mitglieder sind Vertreter der Bayerischen Staatsregierung mit Wurzeln in der Metropolregion sowie Vertreter der vier Regierungsbezirke und der vier Bezirkstage.

Ein aus dem Rat gewählter Ratsvorsitz – bestehend aus einem Oberbürgermeister, einem Landrat und einem Bürgermeister – vertritt die Metropolregion nach außen. Seit 2005 bilden der Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg, Dr. Ulrich Maly, der Landrat des Landkreises Bamberg, Dr. Günther Denzler, und der Bürgermeister der Stadt Sulzbach-Rosenberg, Gerd Geismann, diesen Vorsitz.

SITZUNGEN

1. Sitzung (Konstituierung)	27. Juli 2005	Stadt Nürnberg / Flughafen
2. Sitzung	28. Oktober 2005	Stadt Erlangen / Rathaus
3. Sitzung	12. Januar 2006	Landkreis Fürth / Landratsamt
4. Sitzung	30. Mai 2006	Stadt Forchheim / Rathaus
5. Sitzung	17. Oktober 2006	Landkreis Bamberg / Landratsamt
6. Sitzung	5. Februar 2007	Landkreis Kronach / Landratsamt
7. Sitzung	3. Mai 2007	Bezirk Mittelfranken
8. Sitzung	7. November 2007	Landkreis Kitzingen / Landratsamt
9. Sitzung	14. Februar 2008	Stadt Weißenburg i. Bayern / Rathaus
10. Sitzung	30. Juni 2008	Stadt Bayreuth / Universität (mit Wissenschaftstag)
11. Sitzung	1. Oktober 2008	Stadt Neumarkt i. d. Oberpfalz / Rathaus
12. Sitzung	1. April 2009	Markt Eslarn / Pfarrheim St. Marien (Landkreis Wunsiedel)
13. Sitzung	16. Oktober 2009	Stadt Bad Windsheim / Kultur- und Kongress Center
14. Sitzung	30. April 2010	Stadt Bamberg / Konzert- und Kongresshalle (mit Wissenschaftstag)
15. Sitzung	21. Oktober 2010	Stadt Erlangen / Siemens
16. Sitzung	10. Mai 2011	Markt Schnaittach / Theater Tausendschön
17. Sitzung	28. Oktober 2011	Herzogenaurach / Hotel HerzogPark (Landkreis Erlangen-Höchstadt)

Die wechselnden Sitzungsorte des Rates sind Programm. Ob bei Siemens in Erlangen oder in der Universität Bayreuth, ob in Eslarn an der tschechischen Grenze oder in Schnaittach mit Charlotte Knobloch, immer sind diese Orte mit Themen und Menschen verbunden, die die Metropolregion voranbringen.

KREISFREIE STÄDTE (11)

Amberg (OBM Dandorfer)
Ansbach (OBM Seidel)
Bamberg (OBM Starke)
Bayreuth (OBM Dr. Hohl)
Erlangen (OBM Dr. Balleis)
Fürth (OBM Dr. Jung)
Nürnberg (OBM Dr. Maly)
Schwabach (OBM Thürauf)

Coburg (OBM Kastner)
Hof (OBM Dr. Fichtner)
Weiden (OBM Seggewiß)

LANDKREISE (22)

Amberg-Sulzbach (LR Reisinger)
Ansbach (LR Schwemmbauer)
Bamberg (LR Dr. Denzler)
Bayreuth (LR Hübner)
Erlangen-Höchstadt (LR Irlinger)
Forchheim (LR Glauber)
Fürth (LR Dießl)
Neumarkt i. d. Opf. (LR Löhner)
Neustadt a. d. Aisch (LR Schneider)
Nürnberger Land (LR Kroder)
Roth (LR Eckstein)
Weißenburg-Gunzenhausen (LR Uhl)

Coburg (LR Busch)
Haßberge (LR Handwerker)
Hof (LR Hering)
Kitzingen (LR Bischof)
Kronach (LR Marr)
Kulmbach (LR Söllner)
Lichtenfels (LR Leutner)
Neustadt a. d. Waldnaab (LR Wittmann)
Tirschenreuth (LR Lippert)
Wunsiedel (LR Dr. Döhler)

Bevölkerungsreichste kreisangehörige GEMEINDEN (22)

Feuchtwangen (BM Ruh)
Forchheim (OBM Stumpf)
Herzogenaurach (BM Dr. Hacker)
Hirschaid (BM Schlund)
Lauf a. d. Pegnitz (BM Bisping)
Neumarkt i. d. Opf. (OBM Thumann)
Neustadt a. d. Aisch (BM Meier)
Pegnitz (BM Thümmler)
Roth (BM Edelhäüßer)
Sulzbach-Rosenberg (BM Geismann)
Weißenburg (OBM Schröppel)
Zirndorf (BM Zwingel)

Haßfurt (BM Eck)
Kitzingen (OBM Müller)
Kronach (BM Beiergröblein)
Kulmbach (OBM Schramm)
Lichtenfels (BM Dr. Fischer)
Marktdrewitz (OBM Dr. Seelbinder)
Münchberg (BM Fein)
Neustadt b. Coburg (OBM Rebhan)
Tirschenreuth (BM Stahl)
Vohenstrauß (BM Wutzlhofer)

KOOPTIERTE MITGLIEDER (7)

Bezirk Mittelfranken (Bezirkstagspräsident Richard Bartsch)
Regierung von Mittelfranken (Regierungspräsident Dr. Thomas Bauer)
Marketingverein der Metropolregion Nürnberg e. V. (Dr. Fabian Kern)
Bay. Staatsministerium des Innern (Staatsminister Joachim Herrmann)
Bay. Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (Staatsminister Dr. Markus Söder)
Bay. Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (Staatssekretärin Melanie Huml)
Bay. Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (Staatssekretärin Katja Hessel)

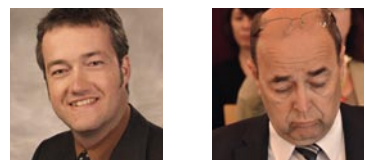
Stand: 1. April 2011



PRINZIPIEN DER ZUSAMMENARBEIT

- **Subsidiarität:** Es werden nur solche Projekte auf der Ebene Metropolregion bearbeitet, bei denen die Zusammenarbeit einen echten Mehrwert erbringt.
- **Offenheit und Dynamik:** Der regionale Zuschnitt und die Themenbereiche sind veränderbar; es können sich weitere Städte und Landkreise beteiligen oder auch nicht mehr beteiligen.
- **Konsens:** Beschlüsse werden einstimmig gefasst.
- **Demokratischer Kern:** Der Rat der Metropolregion setzt sich zusammen aus Landräten, Oberbürgermeistern und Bürgermeistern, die direkt gewählt wurden.
- **Gleiche Augenhöhe:** Im Rat haben alle Mitglieder eine Stimme, d. h. ein Landrat und der Bürgermeister der einwohnerstärksten Kommune eines Landkreises haben genauso eine Stimme wie der Oberbürgermeister einer Großstadt.
- **Stadt-Land-Partnerschaft:** Die Stärken der ländlichen Räume werden besonders hervorgehoben und durch Vernetzung mit den urbanen Räumen zum Tragen gebracht.
- **„regional governance“:** Vernetzung mit Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Verwaltung. Alle Sphären sind eingebunden und engagieren sich in den Netzwerken der Metropolregion.

Charta der Europäischen Metropolregion Nürnberg vom 12. Mai 2005



BM Patrick Ruh, Feuchtwangen



OBM Franz Stumpf, Forchheim



BM Dr. German Hacker, Herzogenaurach



BM Andreas Schlund, Markt Hirschaid



BM Benedikt Bisping, Lauf a. d. Pegnitz



OBM Thomas Thumann, Neumarkt i. d. Oberpfalz



OBM Wolfgang Dandorfer, Amberg



OBM Carda Seidel, Ansbach



OBM Andreas Starke, Bamberg



OBM Dr. Michael Hohl, Bayreuth



OBM Dr. Siegfried Balleis, Erlangen



OBM Dr. Thomas Jung, Fürth



OBM Dr. Ulrich Maly, Nürnberg



LR Klaus Peter Söllner, Kulmbach



LR Reinhard Leutner, Lichtenfels



LR Simon Wittmann, Neustadt a. d. Waldnaab



LR Wolfgang Lippert, Tirschenreuth



LR Dr. Karl Döhler, Wunsiedel



BM Klaus Meier, Neustadt a. d. Aisch



BM Manfred Thümmel, Pegnitz



OBM Matthias Thürauf, Schwabach



OBM Norbert Kastner, Coburg



OBM Dr. Harald Fichtner, Hof



OBM Kurt Seggewiß, Weiden i. d. Oberpfalz



LR Richard Reisinger, Amberg - Sulzbach



LR Rudolf Schwemmbauer, Ansbach



LR Dr. Günther Denzler, Bamberg



BM Ralph Edelhäuser, Roth



BM Gerd Geismann, Sulzbach - Rosenberg



OBM Jürgen Schröppel, Weißenburg



BM Thomas Zwingel, Zirndorf



BM Rudi Eck, Haßfurt



OBM Siegfried Müller, Kitzingen



OBM Henry Schramm, Kulmbach



LR Herrmann Hübner, Bayreuth



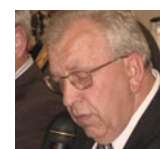
LR Eberhard Irlinger, Erlangen - Höchstädt



LR Reinhardt Glauber, Forchheim



LR Matthias Dießl, Fürth



LR Albert Löhner, Neumarkt i. d. Oberpfalz



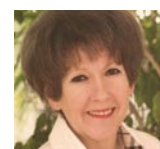
LR Walter Schneider, Neustadt a. d. Aisch - Bad Windsheim



LR Armin Kroder, Nürnberger Land



BM Wolfgang Beiergröblein, Kronach



BM Dr. Bianca Fischer, Lichtenfels



OBM Dr. Birgit Seelbinder, Marktredwitz



BM Thomas Fein, Münchberg



OBM Frank Rebhan, Neustadt b. Coburg



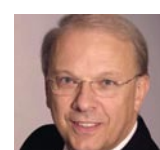
BM Franz Stahl, Tirschenreuth



BM Andreas Wutzhofer, Vohenstrauß



LR Herbert Eckstein, Roth



LR Franz Xaver Uhl, Weißenburg - Gunzenhausen



LR Michael C. Busch, Coburg



LR Rudolf Handwerker, Haßberge



LR Bernd Hering, Hof



LR Tamara Bischof, Kitzingen



LR Oswald Marr, Kronach



Bezirksstadtspräsident Richard Bartsch, Mittelfranken



Regierungspräsident Dr. Thomas Bauer, Mittelfranken



Dr. Fabian Kern, Geschäftsführer Marketingverein



Staatsminister Joachim Herrmann



Staatsminister Dr. Markus Söder



Staatssekretärin Melanie Huml



Staatssekretärin Katja Hessel

ERKLÄRUNGEN

Mit der Bad Windsheimer Erklärung und dem Prinzip der gleichen Augenhöhe (jedes Ratsmitglied hat eine Stimme, unabhängig von Einwohnerzahl und Wirtschaftskraft) wurde die Metropolregion Nürnberg bundes- und europa- weit zu einem Modell.

BAD WINDSHEIMER ERKLÄRUNG DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG (EMN)

Die Metropolregion Nürnberg ist ein freiwilliger Zusammenschluss von 33 Ge- bietskörperschaften im nordbayerischen Raum zum Zwecke der verstärkten Kooperation. Ziele sind die Stärkung der Metropolfunktionen, das gemeinsa- me internationale Standortmarketing, die Mitgestaltung in Europa und der Ausbau der innerregionalen Verflechtung. Durch die Zusammenarbeit wird die regionale Willensbildung von Akteuren aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und weiteren gesellschaftlichen Akteuren fortentwickelt. Die EMN ver- steht sich als regionale Verantwortungsgemeinschaft.

1. Gleichwertige Lebensverhältnisse stehen für uns als Ziel und Maßstab des Handelns im Mittelpunkt unserer Aktivitäten und sind für die EMN die Ba- sis der Verantwortungsgemeinschaft.
2. Die räumliche Struktur der EMN ist polyzentral, d. h. neben den Großstäd- ten gibt es eine Vielzahl von Zentren unterschiedlicher Größenordnung sowie von Achsen zwischen diesen Zentren, die als Kristallisationsorte für gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung wirken.
3. Die pauschale gegensätzliche Darstellung von Stadt und ländlichen Räumen ist sachlich falsch und entspricht nicht der Lebenswirklich- keit in Bayern. Stadt und Land sind seit jeher mannigfaltig verflochten, Entwicklungen waren nie isoliert inselartig, sondern stets das Ergebnis wechselseitiger Austauschprozesse. So besteht heute eine flächenhafte Verflechtung der kleinen Gemeinden mit ihren jeweiligen zentralen Orten (z. B. Mittelzentren) und über diese mit den Oberzentren. Die Möglichkeiten moderner Mobilität haben entfernungsmäßige, geografische, wirtschaftli- che, kulturelle Grenzen verschoben, ja aufgelöst. Die Metropolregion ist als großräumiger Kooperationsraum eine Antwort auf diese Veränderungen. In der Konkurrenz um öffentliche Fördermittel sollten daher die Kriterien der Strukturschwäche und der besonderen Belastung zugrunde gelegt werden. Strukturpolitik soll dort ansetzen, wo sie notwendig ist – ob in der Stadt oder auf dem Land.
4. Ländliche Räume haben unterschiedlichste Kompetenzen. Dazu gehören ihre Funktionen als Wohn- und Wirtschaftsstandorte sowie als Natur-, Er- holungsund Freizeiträume. Diese Kompetenzen und die Funktionsfähigkeit örtlicher Infrastrukturen nachhaltig zu entwickeln, ist auch Aufgabe der Verantwortungsgemeinschaft Metropolregion. Eine der wesentlichen „wei- chen“ Standortqualitäten der EMN ist die hohe Lebensqualität und ihre Verwurzelung in Tradition und Geschichte. Bodenständige Kultur, kulina- rische Lebensart und traditionelle Veranstaltungen sind in den ländlichen Räumen und ihren Zentren weit tiefer verwurzelt als in urbanen Gebieten.
5. Unsere Metropolregion kann keine Wunder wirken, aber sie versteht sich als regionale Verantwortungsgemeinschaft. Sie bietet für die in ihr zusam- mengeschlossenen Städte und Landkreise neue Entwicklungschancen, die über die klassische Struktur- und Regionalpolitik hinausgehen. „Stärken stärken“ bedeutet für die ländlichen Räume, dass ihre Strukturen durch die enge Vernetzung mit städtischen Räumen gestärkt werden.

6. Vor diesem Hintergrund wird sich die EMN u. a. folgender Handlungsfelder besonders annehmen:
 - a) Die EMN wird gemeinsam mit bestehenden Initiativen das Handlungs- feld regionale Wirtschaftskreisläufe und regionale Produkte/Speziali- täten als Marketinginstrument und zur Stärkung der innerregionalen Verflechtung intensiv bearbeiten.
 - b) Die EMN wird im Handlungsfeld Tourismus ihre Aktivitäten weiter aus- bauen. Dabei geht es im Binnentourismus um die Bindung der Kaufkraft in der Region. Zur Gewinnung neuer auswärtiger Touristen sollen die Highlights in der Gesamtregion stärker gemeinsam profiliert werden.
 - c) Eine gute verkehrliche Vernetzung in der Region ist Grundvoraussetzung für das Ausschöpfen der vorhandenen Potenziale. Die weitere Verbes- serung der Mobilität durch den Ausbau des VGN und die Optimierung der Regionalverkehre ist deshalb im Fokus der EMN. Gleiches gilt für Autobahnen und Bundesstraßen.
 - d) Bei der Clusterpolitik wird die EMN darauf achten, dass Stärken und strukturelle Besonderheiten in ländlichen Räumen besondere Berück- sichtigung finden. Zu beachten sind hierbei u. a. die Kompetenzfelder Energie, Automotive, Neue Materialien, Lebensmittel und Ernährung und ein hoher Besatz an kleinen und mittelständischen Unternehmen.
 - e) Die EMN weist besondere Kompetenzen in der europäischen und in- terkulturellen Zusammenarbeit auf. Dies gilt in besonderem Maß für die Landkreise und Städte in Grenzlage. Für die Gateway-Funktion der Metropolregion sind diese Kompetenzen besonders zu aktivieren und in- wertzusetzen.

Beschluss des Rates der Metropolregion Nürnberg vom 7. November 2007
Die Erklärung ist das Ergebnis der Jahrestagung „Stärken stärken – Ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg“ am 20. Juli 2007 in Bad Windsheim.

Der demografische Wandel wurde mit der Jahrestagung der Metropolregion 2010 als wichtige Herausforderung angenommen. Die Selber Erklärung wirft den Blick aus der Vogelperspektive auf die Metropolregion und erkennt die Polyzentralität als Stärke angesichts des demografischen Wandels an.

SELBER ERKLÄRUNG DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG (EMN)

Die Europäische Metropolregion Nürnberg hat sich in ihrer Charta vom 12. Mai 2005 als regionale Verantwortungsgemeinschaft definiert. In Anerken- nung der unterschiedlichen Größe, Funktionen und Kompetenzen ihrer Mit- glieder betont sie die Gleichwertigkeit, Polyzentralität, Interaktion und den festen Willen, gemeinsam neue Entwicklungschancen zu erschließen.

Die Verantwortungsgemeinschaft ist bedeutsam für die Wahrnehmung der Chancen und Herausforderungen der demografischen Entwicklungen in der Region. Die Jahrestagung der Metropolregion Nürnberg am 23. Juli 2010 im Porzellanikon in Selb hat sich mit Strategien, Handlungsmöglichkeiten und guten Beispielen bezüglich des demografischen Wandels befasst. Die Met- ropolregion wird die bisherigen fünf Handlungsfelder der Bad Windsheimer Erklärung vom 20. Juli 2007 zur Umsetzung ihrer Stadt-Land-Partnerschaft um die Gestaltung des demografischen Wandels erweitern.

Die Chancen der Metropolregion Nürnberg liegen in ihrer Polyzentralität. Als Netz mit vielen starken Knoten und attraktiven Räumen bietet sie alle Vortei- le einer internationalen Metropole, aber ohne deren typischen Nachteile. Als Heimat für Kreative will sie die bevorzugte Heimatregion für talentierte und engagierte Menschen aus aller Welt sein. Dazu ist die polyzentrale Struktur zu stärken. Ihre Vorteile sind gezielt zu nutzen und durch geeignete Maßnahmen inwertzusetzen.

Die Europäische Metropolregion Nürnberg stellt fest, dass

- die Bevölkerung in der Metropolregion Nürnberg wie in Deutschland nicht nur internationaler und älter wird, sondern auch weniger, sowie vereinzel- ter und in kleineren und weniger stabilen Familienverbänden leben wird,
- ihre Teilräume zwar in unterschiedlicher Intensität, aber ohne Ausnahme davon betroffen sind und Lösungen zur Sicherung von Wirtschaft und Ar- beitsmarkt, der öffentlichen Daseinsvorsorge, des Wohnungswesens, der medizinischen Versorgung und der Erreichbarkeit gemeinsam entwickelt, koordiniert und finanziert werden müssen,
- die gemeinsame Problembearbeitung und ein wechselseitiger Lernprozess neue Chancen der regionalen Entwicklung, der Imagebildung und der Stär- kung des inneren Zusammenhalts bieten,
- die kommunale und regionale Ebene sowie Land und Bund wesentliche An- strengungen unternehmen müssen, um gleichwertige Lebensverhältnisse und eine hohe Lebensqualität in der Metropolregion sicherzustellen,

- bürgerschaftliches Engagement kommunale, regionale und staatliche Da- seinsvorsorge künftig ergänzen muss,
- die Wirtschaft gefordert ist.

Deshalb sollen die Anstrengungen der Akteure in der Metropolregion Nürnberg darauf gerichtet werden, die Region im Standortmarketing und im weltweiten Wettbewerb um Fachkräfte als Heimat für Kreative zu profilieren. Durch das Zusammenwirken der Akteure soll die mittel- und langfristige Sicherung des wachsenden Fachkräftebedarfs erreicht werden.

Dazu gehört die Entwicklung von Modellprojekten auf Bundes- und Landes- ebene, die auf Synergien und den Mehrwert der Stadt-Land-Partnerschaft abzielen und die polyzentrale Struktur der Metropolregion stärken. Damit die Kommunen in der Metropolregion aktiv mitgestalten können, muss das Regio- nalmanagement weiter durch den Freistaat Bayern sichergestellt werden.

Maßnahmenkatalog

Förderung arbeitsmarktorientierter Zuwanderung • Erhöhung der Erwerbsbetei- ligung • Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Karriere/ver- mehrte Bildungsanstrengungen • Qualifizierung und verbesserte Vermittlung von Arbeitslosen • Regelung der Anerkennung ausländischer Bildungsab- schlüsse • Förderung des Wissens- und Erfahrungsaustausches zwischen den Generationen • Erhalt der Arbeitskraft älterer Mitarbeiter • Verstärkte struktur- politische Förderung durch den Freistaat Bayern • Prüfung der Neuansiedlung und Verlagerung von Behörden und sonstigen öffentlichen bzw. halböffentli- chen Einrichtungen in ländliche Räume • Einwerbung von projektbezogenen Fördermitteln auf Europa-, Bundes- und Landesebene • Verstetigung der Mittel der Städtebauförderung, der Dorferneuerung und der Wohnraumförderung unter Berücksichtigung eines demografischen Faktors • Entwicklung von grenzüber- schreitenden Mobilitätsangeboten • Forcierter Ausbau von Breitbandanbin- dungen • Einrichtung eines staatlich getragenen, wissenschaftlichen Instituts in der Metropolregion Nürnberg zur Bewältigung der Folgen des demografischen Wandels.

Beschluss des Rates der Metropolregion Nürnberg vom 10. Mai 2011

STEUERUNGSKREIS

Metropolregionale Themen und Projekte werden im Steuerungskreis gemeinsam beraten und nach Bedarf im Rat eingebracht. In zwei Strategiesitzungen, am 5. September 2008 im 10. Stock des N-Ergie-Hochhauses am Nürnberger Plärrer und am 24. September 2010 in Herzogenaurach wurden die Vision „Heimat für Kreative“ und das zugehörige Mission Statement erfunden. Dem Geschick der jeweils dreiköpfigen Leitungsgremien ist es zu verdanken, dass über 500 Mitstreiter aus der gesamten Region gemeinsam seit 2005 gut 60 Projekte auf den Weg bringen konnten.

Der Steuerungskreis trifft sich in einem ca. 6-wöchigen Vorlauf zur Ratssitzung zur Beratung fachübergreifender Themen. Hier bringen Wissenschaftler, Unter-

nehmer, Touristiker, Marketingfachleute, Kulturverantwortliche, Sportfunktionäre sowie Verwaltungsvertreter ihre Kompetenzen und Netzwerke in die Arbeit der Metropolregion ein.

Jedes Forum wird von einem Team – bestehend aus einem fachlichen und einem politischen Sprecher sowie einem Geschäftsführer – geleitet. Die Geschäftsführungen der Foren verteilen sich auf die Städte Nürnberg, Bamberg, Erlangen und Fürth sowie den Marketingverein der Metropolregion.

	Vorsitzender	1. Stellvertreter	2. Stellvertreter
RATSVORSITZ	Dr. Ulrich Maly Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg	Dr. Günther Denzler Landrat des Landkreises Bamberg	Gerd Geismann 1. Bürgermeister der Stadt Sulzbach-Rosenberg
	Geschäftsführerin		
GESCHÄFTSSTELLE	Dr. Christa Standecker		
	Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
WIRTSCHAFT UND INFRASTRUKTUR	Dr. Roland Fleck berufsm. Stadtrat und Sprecher der Wirtschaftsreferentenkonferenz der Städte Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach (WKS)	Dr. Siegfried Balleis Oberbürgermeister, Stadt Erlangen	Dirk von Vopelius Aufsichtsratsvorsitzender, Schuster & Walther IT-Gruppe
WISSENSCHAFT	Horst Müller Wirtschaftsreferent, Stadt Fürth	Wolfgang Dandorfer Oberbürgermeister, Stadt Amberg	Prof. Dr. Karl-Dieter Gröske Rektor, Universität Erlangen-Nürnberg
VERKEHR UND PLANUNG	Dipl.-Ing. Wolfgang Baumann Bau- und Planungsreferent, Stadt Nürnberg	Simon Wittmann Landrat, Landkreis Neustadt a. d. Waldnaab	Harald Leupold Geschäftsführer, Hafen Nürnberg-Roth GmbH
KULTUR	Dr. Dieter Rossmeissl Kulturreferent, Stadt Erlangen	Dr. Michael Hohl Oberbürgermeister, Stadt Bayreuth	Wolfgang Fink Intendant, Bamberger Symphoniker
SPORT	Jürgen Thielemann Leiter, SportService Nürnberg	Eberhard Irlinger Landrat, Landkreis Erlangen-Höchstadt	Jörg Ammon Bezirksvorsitzender, Bay. Landessportverband
TOURISMUS	Werner Hipelius Bürgermeister und Kultur- und Schulreferent, Stadt Bamberg	Franz Xaver Uhl Landrat, Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen	Olaf Seifert Geschäftsführer, Tourismusverband Franken
MARKETING	Dr. Fabian Kern Geschäftsführer, Marketingverein der Metropolregion Nürnberg e. V.	Herbert Eckstein Landrat, Landkreis Roth Vorstand Marketingverein Metropolregion Nürnberg e. V.	Peter Ottmann Mitglied der Geschäftsführung, NürnbergMesse GmbH

Stand: 1. April 2011

SITZUNGEN

1. Sitzung	28. September 2005	Nürnberg / Industrie- und Handelskammer für Mittelfranken
2. Sitzung	8. Dezember 2005	Nürnberg / GfK
3. Sitzung	28. April 2006	Nürnberg / Schuster & Walther IT-Business
4. Sitzung	27. September 2006	Stadt Nürnberg / Rathaus
5. Sitzung	11. Januar 2007	Landkreis Kitzingen / Landratsamt
6. Sitzung	16. April 2007	Stadt Sulzbach-Rosenberg / Rathaus
7. Sitzung	13. September 2007	Stadt Nürnberg / Rathaus
8. Sitzung	24. Januar 2008	Nürnberg / Hafen Nürnberg-Roth GmbH
9. Sitzung	7. Mai 2008	Stadt Amberg / Rathaus
10. Sitzung	5. September 2008	Nürnberg / N-Ergie (Strategie-workshop „Heimat für Kreative“)
11. Sitzung	27. Januar 2009	Fürth / Neue Materialien Fürth GmbH
12. Sitzung	17. September 2009	Stadt Nürnberg / Rathaus (anschließend Altstadtfest)
13. Sitzung	23. März 2010	Stadt Hersbruck / Dauphin Speed Event
14. Sitzung	24. September 2010	Landkreis Erlangen-Höchststadt / Hotel HerzogsPark (Klausur)
15. Sitzung	30. März 2011	Nürnberg / Handwerkskammer Mittelfranken, Nürnberg
16. Sitzung	28. September 2011	Bamberg



GESCHÄFTSSTELLE

Kernaufgabe der Geschäftsstelle ist die Geschäftsführung für Rat und Steuerungskreis der Metropolregion. 16 Mal haben sich die beiden Gremien seit der konstituierenden Ratssitzung im Sommer 2005 getroffen.

Dabei konzentriert sich die Geschäftsstelle inhaltlich auf die Aufbereitung strategischer Themen und ihre Diskussion in der Governance der Metropolregion. Die Geschäftsstelle konzipiert und organisiert Jahrestagungen für die Region mit Wissenschaftlern und Fachreferenten, so die Jahrestagungen in Theuern (2006) und Bad Windsheim (2007), aus der die Bad Windsheimer Erklärung hervorging. Ihre europäische Fortsetzung erfuhren diese Aktivitäten 2009 in einer großen Jahrestagung in Brüssel in der Bayerischen Landesvertretung als „METREXplus: Urban-Rural Alliances“ bei den Open Days der Städte und Regionen. Mehr als 600 Menschen aus 30 Ländern besuchten die drei Fach-Workshops der Metropolregion zu den Themen „Verkehr“, „Erneuerbare Energien“ und „Stadt-Land-Kooperationen“. Den fulminanten Abschluss bildeten der musikalische Abendempfang mit Katharina Wagner und ein „original regionales“ Buffet der Genussregion Oberfranken mit 250 europäischen Gästen.

Seit 2006 verantwortet die Geschäftsstelle gemeinsam mit dem Amt für Statistik der Städte Nürnberg und Fürth einen Regionalmonitor für die Metropolregion mit Indikatoren zu Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wissenschaft, Tourismus und weiteren Themen.

Zur Umsetzung der Stadt-Land-Partnerschaft hat die Geschäftsstelle Fördermittel für drei MOROs (Modellprojekte der Bundesraumordnung) akquiriert. Zwei davon wurden erfolgreich abgeschlossen. Im Rahmen des MORO wurde mit dem Sprecher Landrat Klaus Peter Söllner der Zusammenschluss der beiden großen Energieagenturen Oberfranken und der EnergieRegion Nürnberg zur Energieagentur Nordbayern auf den Weg gebracht.

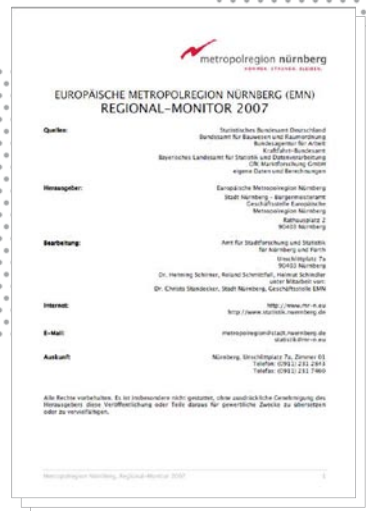
Außerdem konnte die Regionalkampagne Original Regional 2008 neu gestartet werden. Die Partner von Original Regional sind seither von acht auf 22 angewachsen. Mit dem Sprecher Landrat Herbert Eckstein wurde ein Lenkungsgremium eingerichtet, das darüber entscheidet, was „original regional“ ist und welche Projekte laufen sollen. Ein Projektmittelpool wurde eingerichtet,

der sich aus Finanzmitteln des Hauptsponsors Sparkassen sowie Fördermitteln der Bezirke Mittelfranken und Oberfranken speist.

Die Stadt-Land-Partnerschaft ist ein wichtiger Motor, der die Arbeit der Geschäftsstelle antreibt. Im Kern geht es darum, bei Projekten und Themen konsequent die Möglichkeiten der Vernetzung von Kompetenzen ländlicher wie städtischer Räume in der Region auszuschöpfen. 2010 fand die Jahrestagung mit dem Thema „Gestaltung des demografischen Wandels“ mit gut 200 Tagungsteilnehmern in Selb statt. Der Rat hat inzwischen die sogenannte Selber Erklärung verabschiedet. Im 2. Halbjahr 2011 startet dazu ein neues MORO-Projekt gemeinsam mit dem Spitzencluster Medical Valley.

Die Geschäftsstelle verantwortet außerdem die Öffentlichkeitsarbeit der Metropolregion. Seit 2005 wurden 99 Pressemitteilungen versendet und 34 Pressekongressen veranstaltet. Der vierteljährlich erscheinende Newsletter der Metropolregion wird in der Geschäftsstelle erstellt und ist ein Instrument der „internen Unternehmenskommunikation“, berichtet er doch aus allen Foren und Gremien. Der Jährliche Bericht der Metropolregion wird aus Berichten der Geschäftsstellen der Fachforen zusammengestellt und kommt zur Berichterstattung in vielen Kreistagen und Stadträten der Metropolregion zum Einsatz.

Für die weitere Professionalisierung der Arbeit in der Geschäftsstelle sorgt seit 2011 eine Kooperationsstelle „Partnerschaft Ländlicher Raum – Verdichtungsraum in der Europäischen Metropolregion Nürnberg“, gefördert durch das Bayerische Wirtschaftsministerium. Hier werden neue Projekte zu den Handlungsfeldern der Bad Windsheimer Erklärung generiert und umgesetzt.



NETZWERKER UND MODERATION

Die Geschäftsstelle versteht sich als Moderator und Manager der Netzwerke in der Metropolregion. Ihre Arbeit setzt auf die Einbeziehung und Aktivierung von Partnern aus der Metropolregion für Projekte. Andererseits sieht sie sich als Unterstützer dezentral entstandener Projekte und Ideen, dazu vermittelt sie Partner und macht Öffentlichkeitsarbeit.

VERTRETUNG IM IKM UND METREX

Die Geschäftsstelle vertritt die Metropolregion Nürnberg im Initiativkreis der deutschen Metropolregionen (IKM) und im europäischen Netzwerk METREX. Sie aktiviert diese Plattformen für eigene Auftritte, wie z. B. 2009 in Brüssel und hat wesentlich dazu beigetragen, dass sich der IKM mit dem Thema Stadt-Land-Partnerschaft auseinandersetzt; gleiches gilt für METREX.

FORUM VERKEHR UND PLANUNG

Das Forum Verkehr und Planung der Europäischen Metropolregion Nürnberg umfasst 54 Mitglieder aus Logistikunternehmen, Infrastrukturbetreibern, Industrie- und Handelskammern, Verkehrsunternehmen, politischen Mandats-trägern, Verwaltungen, regionalen Planungsverbänden und der Wissenschaft. Es setzt den Schwerpunkt seiner Arbeit auf folgende Bereiche:

TRANSEURÖPÄISCHES VERKEHRSNETZ / VERBINDUNGSQUALITÄT DER METROPOLREGION NÜRNBERG

Gesamtschau der Verkehrsaktivitäten mit benachbarten oder grenzüberschreitenden Metropolregionen; Bündelung und Steuerung der Initiativen in Verbindung mit dem Transeuropäischen Netz Verkehr; Koordination diesbezüglicher verkehrspolitischer Aktivitäten

➔ Beispiel: Beteiligung am Bauindustrie-Express des Bayerischen Bauindustrieverbandes am 19. November 2010

VERKEHRSINFRASTRUKTUR

Ausbau und Optimierung der Verkehrsinfrastruktur (Schiene, Straße, Wasser, Luft und intermodal) in der Metropolregion Nürnberg

➔ Beispiele: 12-Punkte-Programm-Verkehr der Industrie- und Handelskammern, Pan-Europa-Radweg

VERKEHRSMANAGEMENT

Bündelung der Verkehrsmanagement-Aufgaben in der Metropolregion Nürnberg; Verbesserung des Störfallmanagements und der Kooperation in Fragen der Verkehrssteuerung

➔ Beispiel: Online-Mitfahrzentrale

REGIONALPLANUNG

Abstimmung regionalplanerischer Fragestellungen; Entwicklung von Projekten

➔ Beispiel: Projektidee Regionalpark Regnitz-Rednitz

ÖFFENTLICHER PERSONENNAHVERKEHR

Erweiterung des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg mit dem Ziel der Deckungsgleichheit mit dem Gebiet der Metropolregion Nürnberg

ONLINE-MITFAHRZENTRALE



„Gemeinsam fahren wir besser“: Start der Online-Mitfahrzentrale der Metropolregion Nürnberg mit (v.l.n.r.) Wolfgang Baumann, Baureferent der Stadt Nürnberg und Geschäftsführer des Metropolregion Nürnberg-Forums Verkehr und Planung; Dr. Ulrich Maly, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg und Ratsvorsitzender der Metropolregion Nürnberg, Inna Janssen (Betreiberunternehmen) und Simon Wittmann, Landrat Neustadt a. d. Waldnaab und politischer Sprecher des Metropolregion Nürnberg-Forums Verkehr und Planung am 14. Juli 2010 in Nürnberg

BAUINDUSTRIE-EXPRESS 2010



„Frankens Schienen erfahren“: Diesem Motto schlossen sich ca. 120 Teilnehmer auf der Fahrt zwischen Nürnberg und Hof am 19. November 2010 an – und einige davon nutzten den Zwischenhalt in Marktredwitz für einen Erinnerungsfoto

DER VERKEHRSVERBUND GROSSRAUM NÜRNBERG IN DER METROPOLREGION NÜRNBERG



SITZUNGEN

1. Sitzung	10. Februar 2006	Nürnberg
2. Sitzung	1. März 2007	Fürth
3. Sitzung	29. November 2007	Marktredwitz
4. Sitzung	12. November 2008	Neustadt a. d. Waldnaab
5. Sitzung	4. Mai 2009	Ansbach
6. Sitzung	25. November 2009	Nürnberg
7. Sitzung	10. Mai 2010	Bayreuth
8. Sitzung	16. November 2010	Lauf a. d. Pegnitz
9. Sitzung	20. Mai 2011	Coburg

FORUM KULTUR

Das Forum Kultur hat sich 2009 in Bayreuth ein Leitbild gegeben. Darin sind fünf grundlegende Ziele formuliert: Da die Metropolregion Nürnberg eine Heimat für Kreative sein soll, sind Kulturschaffende, Kulturvermittler und Kulturbesucher zum Kommen, Staunen und Bleiben zu bewegen – getreu dem Slogan der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Die Wahrnehmung der Region von außen ist dabei gleichermaßen zu entwickeln wie die Identifizierung von innen. Schließlich hat die Kultur in der Metropolregion Nürnberg mit herausragenden Spitzenleistungen sowohl nationale als auch internationale Strahlkraft. Die Metropolregion ist zudem eine Region herausragender und vielfältiger Festivals. Deren Bandbreite soll zum zentralen Erlebnis- und Attraktivitätsmerkmal der Metropolregion Nürnberg ausgebaut werden. Zu den vorrangigen Aufgaben des Forums Kultur gehört die Vernetzung der kulturellen Einrichtungen innerhalb der Region und die Förderung ihrer Wahrnehmung. Die kulturelle Vielfalt der Metropolregion ist so zu bündeln, dass sich ihre Elemente ergänzen und gemeinsam nach innen wie außen attraktiv sind. Von großer Bedeutung ist es auch, die Bildungsarbeit aller kulturellen Einrichtungen in der Region zu fördern, denn die Teilhabe an Kultur setzt ein Verständnis für Kultur voraus.

Zu den wichtigsten Projekten des Forums zählt der Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht (vgl. Projekte). Um die künstlerisch-kreative Potenz der Metropolregion öffentlich sichtbar zu machen, wird seit Mai 2010 jeden Monat ein „Künstler des Monats“ gekürt.

ALLE BISHERIGEN „KÜNSTLER DES MONATS“ AUF EINEN BLICK



Jürgen Eick / Theaterintendant / Ansbach



J.B.O. / Musiker / Erlangen



Franz Pröbster Kunzel / Künstler / Forchheim i. d. OPf.



Gerhard Falkner / Literat / Schwabach



Tobias Ott / Künstler / Hof



Baron Enoch zu Guttenberg / Dirigent / Guttenberg



Dieter Köhnlein / Musiker / Ansbach



Lajos Keresztes / Fotograf / Nürnberg



Jutta Czurda / Tänzerin / Coburg



Sven Pippig / Schauspieler / Hof



Birgit Bossert / Künstlerin / Nürnberg



Jürgen Schopper / Spezialeffekte-Künstler / Nürnberg

SITZUNGEN

Forum „Kultur und Sport“

1. Sitzung		
2. Sitzung	22. Januar 2007	Erlangen
3. Sitzung	30. März 2007	Bamberg
4. Sitzung	18. September 2007	Erlangen

Danach Teilforum „Kultur“

1. Sitzung	19. November 2007	Lauf/Dehnberg
2. Sitzung	27. Mai 2008	Hersbruck

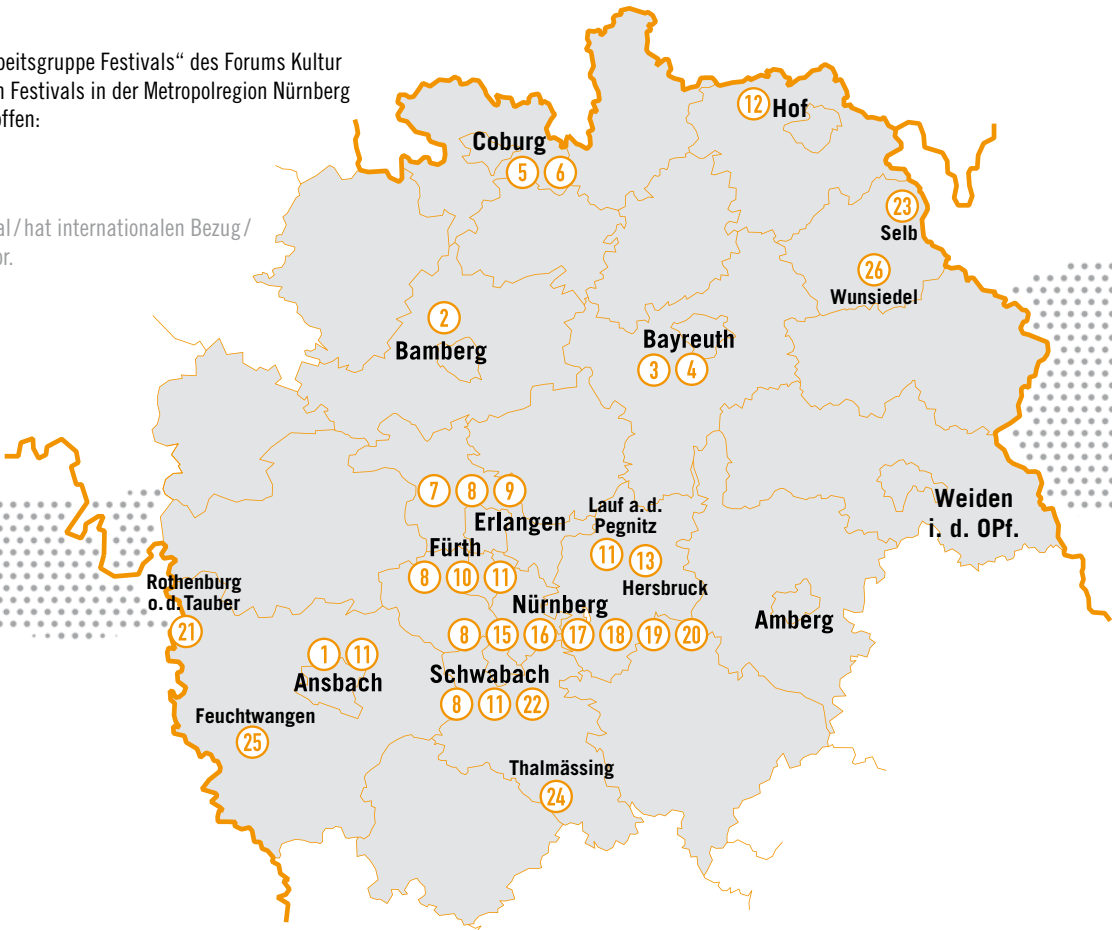
Forum „Kultur“ (nach Trennung von Forum „Sport“)

1. Sitzung	28. Oktober 2008	Coburg
2. Sitzung	3. März 2009	Bayreuth
3. Sitzung	27. Oktober 2009	Bamberg
4. Sitzung	15. April 2010	Amberg
5. Sitzung	23. September 2010	Neumarkt
6. Sitzung	24. März 2011	Nürnberg
7. Sitzung	22. September 2011	Sulzbach-Rosenberg

FESTIVALHIGHLIGHTS IN DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG

Für die Darstellung hat eine „Arbeitsgruppe Festivals“ des Forums Kultur eine Auswahl aus der Vielzahl an Festivals in der Metropolregion Nürnberg anhand folgender Kriterien getroffen:

- 1. mehrtägig,
- 2. regelmäßig wiederkehrend,
- 3. besitzt Alleinstellungsmerkmal/hat internationalen Bezug/hat Bedeutung im Kultursektor.



1) Bachwoche Ansbach



2) Biennale Bamberg



3) Bayreuther Festspiele



4) Festival junger Künstler Bayreuth (früher: Internationales Jugendfestspieltreffen)



5) Samba-Festival Coburg



6) Lied & Lyrik (Coburg und Schloss Banz)



7) Erlanger Poetenfest



8) Internationales Figurentheaterfestival (Nürnberg, Fürth, Erlangen, Schwabach)



9) Comic-Salon Erlangen



10) Klezmer Festival Fürth



11) LesArt – Fränkische Literaturtage (Ansbach, Fürth, Lauf und Schwabach)



12) Hofer Filmtage



13) Internationales Gitarren-Festival (Hersbruck)



14) Fränkischer Theatersommer



15) Filmfestival Türkei-Deutschland (Nürnberg)



16) Nürnberger Filmfestival der Menschenrechte



17) Bardentreffen (Nürnberg)



18) Rock im Park (Nürnberg)



19) ION – Internationale Orgelwoche Musica Sacra (Nürnberg)



20) Panoptikum – Kindertheater aus Bayern und Europa (Nürnberg und Augsburg)



21) Taubertal-Festival (Rothenburg o.d.T.)



22) Ortung – Schwabacher Kunsttage



23) Grenzland-Filmtage (Selb)



24) Kurzfilmtage Thalmässing



25) Kreuzgangfestspiele Feuchtwangen



26) Luisenburg-Festspiele (Wunsiedel)

FORUM WIRTSCHAFT UND INFRASTRUKTUR

Das Forum Wirtschaft und Infrastruktur ist dasjenige Forum der Metropolregion Nürnberg, das sich zentral um die strategische Standortentwicklung kümmert, insbesondere im Kontext der Globalisierung und der Wettbewerbssituation zu anderen europäischen Metropolregionen.

Aktuell haben sich zu folgenden Themenfeldern zeitlich befristete Projektteams gebildet:

- ➔ Projektteam „Entwicklungsleitbild“
- ➔ Projektteam „Messekonzept“
- ➔ Projektteam „Mega-Gewerbeflächen“
- ➔ Projektteam „Familienbewusste Personalpolitik“
- ➔ Projektteam „Zeitarbeit und Arbeitsmarkt in der Metropolregion Nürnberg“
- ➔ Projektteam „Kultur- und Kreativwirtschaft“

Daneben bestehen – zeitlich unbefristet – drei Arbeitsteams, die sich mit folgenden Themenfeldern beschäftigen:

- ➔ Arbeitsteam „Wohnen in der Metropolregion Nürnberg“
- ➔ Arbeitsteam „Energie in der Metropolregion Nürnberg“
- ➔ Arbeitsteam „ESF-Projekte für die Metropolregion Nürnberg“

SITZUNGEN

1. Sitzung	28. November 2005	Nürnberg
------------	-------------------	----------

Sondersitzung mit dem Wirtschaftsforum der Städteachse Nürnberg-Fürth-Erlangen-Schwabach am 17. Februar 2006 in Nürnberg

2. Sitzung	23. März 2006	Bamberg
3. Sitzung	12. September 2006	Fürth
4. Sitzung	15. Februar 2007	Erlangen
5. Sitzung	2. Oktober 2007	Dietenhofen
6. Sitzung	18. April 2008	Amberg
7. Sitzung	23. Oktober 2008	Bayreuth
8. Sitzung	6. März 2009	Kulmbach

Sondersitzung mit dem Forum Wissenschaft am 24. März 2009 in Fürth

9. Sitzung	30. Oktober 2009	Nürnberg
10. Sitzung	16. April 2010	Nürnberg
11. Sitzung	22. Oktober 2010	Forchheim
12. Sitzung	8. April 2011	Ansbach



MESSEAUFTRITT DER METROPOLREGION NÜRNBERG AUF DER MIPIM

Die Metropolregion Nürnberg war 2011 bereits das fünfte Mal in Folge auf der internationalen Leitmesse für Gewerbeimmobilien MIPIM (Marché International des Professionnels de l'Immobilier) in Cannes vertreten. Mit den Messeauftritten wird die Aufmerksamkeit für den Standort Nürnberg gesteigert und die Metropolregion gewinnt in der Wahrnehmung des internationalen Fachpublikums zunehmend an Profil: So konnte sich die Metropolregion Nürnberg durch die diesjährige Teilnahme an einem Panel des renommierten Urban Land Instituts wirkungsvoll als nachhaltiger und umweltbewusster Immobilien- und Wirtschaftsstandort platzieren.

Stadt und Metropolregion Nürnberg bieten viele Chancen und Möglichkeiten für attraktive Objekt- und Quartiersentwicklungen. Auch die Standpartner bieten Investoren und Entwicklern viel Raum für interessante Projekte und Investitionen.

Standpartner und Sponsoren waren in 2011: Airport Nürnberg, aurelis Real Estate, Drees & Sommer, IHK Nürnberg für Mittelfranken, IVG Immobilien, Marketingverein Metropolregion Nürnberg, NürnbergMesse, Sparkasse Nürnberg, Sontowski & Partner, Stadt Nürnberg, Müller Medien und die wbg Nürnberg.

LEITBILD FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM UND BESCHÄFTIGUNG (WABE)

Mit dem strategischen Entwicklungskonzept „Leitbild für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung“ (WaBe) eröffnet das Forum Wirtschaft und Infrastruktur richtungsweisende Perspektiven für die Zukunft.

Am 5. Februar 2010 wurde das „Leitbild für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung“ feierlich unterzeichnet. Damit bekennen sich Kammern, Kommunen, Gewerkschaften, Verbände und Hochschulen dazu, die Metropolregion gemeinsam voranzubringen.

Durch die Identifizierung wirtschaftlicher-technologischer Kompetenzfelder wird die metropolregionale Wettbewerbsposition auch zukünftig gesichert. In den Bereichen „Information und Kommunikation“, „Medizin und Gesundheit“, „Energie und Umwelt“, „Neue Materialien“, „Automation und Produktionstechnik“, „Verkehr und Logistik“ und „Automotive“ ist die Metropolregion schon erfolgreich und wächst überdurchschnittlich. Jedes Kompetenzfeld zeichnet sich durch Alleinstellungsmerkmale aus und weist Perspektiven und Handlungsfelder mit hohem Zukunfts- und Synergiepotenzial auf. Durch eine enge Verknüpfung der Kompetenzfelder können regionale Wertschöpfungsketten vertieft und weiter ausgebaut werden.

Die strategische Umsetzung des Leitbilds WaBe erfolgt durch das Projektteam „Entwicklungsleitbild“.

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Wissen und Kreativität entscheiden künftig über den wirtschaftlichen Erfolg von Städten und Regionen in Europa. Mit neuen Sichtweisen und anderen Handlungsansätzen hat die Kultur- und Kreativwirtschaft das Potenzial, einen neuen Zukunftsmarkt zu etablieren. Ziel des Forums Wirtschaft und Infrastruktur ist es, die Kultur- und Kreativwirtschaft, neben den technologieorientierten Kompetenzfeldern, systematisch zu fördern und damit die regionale Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen.

Als erster Schritt wurde im Oktober 2010 ein Bericht zur „Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg Daten & Fakten. Stärken. Handlungsempfehlungen.“ veröffentlicht, in dem die elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft untersucht und Entwicklungsperspektiven aufgezeigt wurden.

DIE EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG AUF DEM WEG ZUR FAMILIENFREUNDLICHSTEN WIRTSCHAFTSREGION DEUTSCHLANDS

Familienfreundlichkeit ist und bleibt ein großes Thema für die Unternehmen der Metropolregion Nürnberg. Mit familienfreundlicher Unternehmenspolitik kann die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und können neue Arbeitsplätze in der Europäischen Metropolregion Nürnberg geschaffen und gesichert werden.

In Kooperation mit dem Bundesfamilienministerium, der Bertelsmann Stiftung und weiteren wichtigen Akteuren der Region hat das Forum Wirtschaft und Infrastruktur diese Herausforderung erkannt und angenommen und das Kooperationsprojekt „Europäische Metropolregion Nürnberg – auf dem Weg zur familienfreundlichsten Wirtschaftsregion Deutschlands“ auf den Weg gebracht. Ziele des Projekts sind:

1. Mehr Unternehmen engagieren sich für Familienfreundlichkeit und eine gesunde Balance von Privat- und Berufsleben
2. Wirtschaftsnahe Einrichtungen und Kommunen erweitern ihre Unterstützungsprogramme und Infrastruktur
3. Regionale Akteure der Metropolregion Nürnberg schaffen Transparenz über Angebote rund um das Thema „Familie und Arbeitswelt“



FORUM WISSENSCHAFT

Das Forum Wissenschaft der Europäischen Metropolregion Nürnberg hat sich zur Aufgabe gemacht, den Vernetzungsgrad der Hochschulen, Universitäten, Forschungs- und Bildungseinrichtungen innerhalb der Region zu erhöhen und die Bedeutung des Wissenschaftsstandorts Metropolregion Nürnberg herauszustellen. Auf Basis der metropolitanen Grundprinzipien Freiwilligkeit, Subsidiarität, Offenheit, Konsens und gleiche Augenhöhe sollen herausragende wissenschaftliche Projekte angestoßen werden, die die Qualität der wissenschaftlichen Arbeit vor Ort widerspiegeln und Aufmerksamkeit bis weit über die Region hinaus erregen sollen. Eine hervorragende Beschaffenheit der wissenschaftlich/technologischen regionalen Infrastruktur ist elementare Voraussetzung für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der Region um qualifizierte Beschäftigte und damit für Lebensqualität und Wohlstand der Bevölkerung.

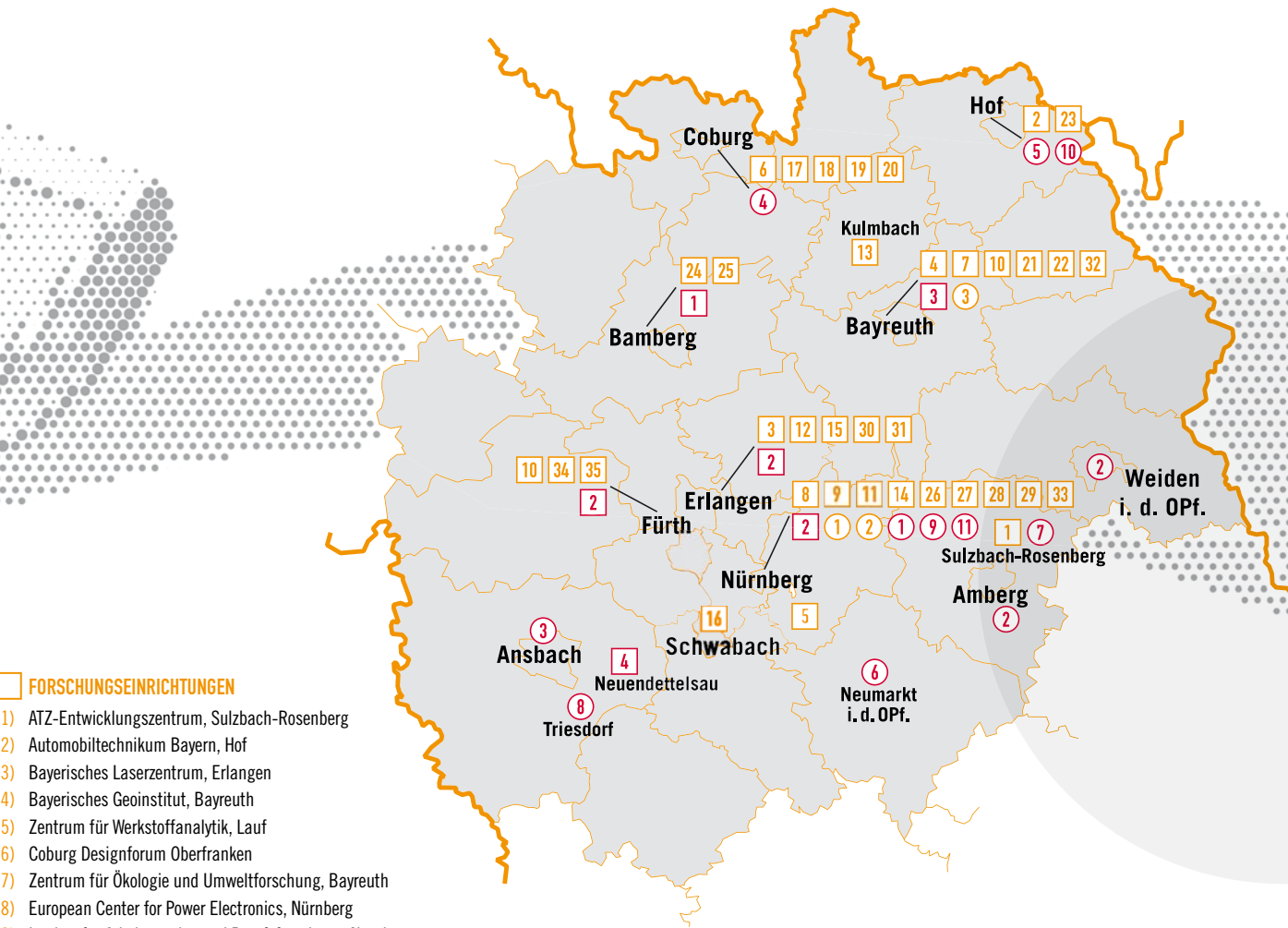
EINDRÜCKE VON DEN WISSENSCHAFTSTAGEN DER METROPOLREGION



SITZUNGEN

1. Sitzung	14. Februar 2006	Fürth
2. Sitzung	28. November 2006	Amberg
3. Sitzung	21. März 2007	Bayreuth
4. Sitzung	15. Oktober 2007	Bamberg
5. Sitzung	3. Juni 2008	Erlangen
6. Sitzung	28. Oktober 2008	Nürnberg
7. Sitzung	24. März 2009	Fürth
8. Sitzung	12. November 2009	Nürnberg
9. Sitzung	22. April 2010	Ansbach
10. Sitzung	8. Februar 2011	Nürnberg

DIE FORSCHUNGS- UND BILDUNGSEINRICHTUNGEN DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG



FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN

- 1) ATZ-Entwicklungszentrum, Sulzbach-Rosenberg
- 2) Automobiltechnikum Bayern, Hof
- 3) Bayerisches Laserzentrum, Erlangen
- 4) Bayerisches Geoinstitut, Bayreuth
- 5) Zentrum für Werkstoffanalytik, Lauf
- 6) Coburg Designforum Oberfranken
- 7) Zentrum für Ökologie und Umweltforschung, Bayreuth
- 8) European Center for Power Electronics, Nürnberg
- 9) Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Nürnberg
- 10) Kompetenzzentrum Neue Materialien, Bayreuth, Fürth
- 11) Leibniz-Gemeinschaft am Germanischen Nationalmuseum, Nürnberg
- 12) Max-Planck-Institut für die Physik des Lichts, Erlangen
- 13) Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel, Standort Kulmbach
- 14) Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg
- 15) Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, Erlangen
- 16) Forschungs- und Entwicklungszentrum für Sondertechnologien, Schwabach-Rednitzhembach
- 17) Technologietransferzentrum Automotive, Coburg
- 18) Centrum für innovative Softwaresysteme GmbH, Coburg
- 19) Institut für Psychosoziale Gesundheit, Coburg
- 20) Institut für Sensor- und Aktortechnik, Coburg
- 21) Friedrich-Baur-Forschungsinstitut, Bayreuth
- 22) Bayreuther Zentrum für Kolloide und Grenzflächen, Bayreuth
- 23) KEKUTEX Forschungs- und Innovationscenter Rehau, Hof
- 24) Europäisches Forum für Migrationsstudien, Bamberg
- 25) Staatsinstitut für Familienforschung, Bamberg
- 26) Haus der Forschung, Nürnberg
- 27) Bayern innovativ, Nürnberg
- 28) BAW Bayerische Akademie für Werbung und Marketing, Nürnberg
- 29) Fraunhofer-Zentrum für Kfz-Leistungselektronik und Mechatronik, Nürnberg
- 30) Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen, Erlangen
- 31) Fraunhofer-Institut für integrierte Systeme und Bauelemententechnologie, Erlangen
- 32) Fraunhofer-Projektgruppe „Keramische Verbundstrukturen“, Bayreuth
- 33) Fraunhofer-Arbeitsgruppe für Technologien der Logistik-Dienstleistungswirtschaft, Nürnberg
- 34) Fraunhofer-Entwicklungszentrum für Röntgentechnologie, Fürth
- 35) IDC, International Dialog College an Research Institute, Fürth

UNIVERSITÄTEN

- 1) Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- 2) Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
- 3) Universität Bayreuth
- 4) Augustana-Hochschule Neuendettelsau

KUNSTHOCHSCHULEN

- 1) Musikhochschule Nürnberg
- 2) Akademie der Bildenden Künste Nürnberg
- 3) Hochschule für evangelische Kirchenmusik, Bayreuth

HOCHSCHULEN FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN

- 1) Evangelische Hochschule Nürnberg
- 2) Hochschule Amberg-Weiden
- 3) Hochschule Ansbach
- 4) Hochschule Coburg
- 5) Hochschule Hof
- 6) Fachhochschule für angewandtes Management - Campus Neumarkt
- 7) Fachhochschule für öffentliche Verwaltung und Rechtspflege in Bayern Sulzbach-Rosenberg
- 8) Hochschule Weihenstephan-Triesdorf
- 9) Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg
- 10) Fachhochschule für öffentliche Verwaltung und Rechtspflege in Bayern, Hof
- 11) FOM Hochschule für Ökonomie & Management, Nürnberg

FORUM TOURISMUS

Die Stärkung des Freizeit- und Naherholungstourismus in der Metropolregion ist ein Schwerpunktthema, dem sich das Forum Tourismus der Metropolregion widmet. Unter dem Motto „Fernweh ganz nah“ soll das Interesse der einheimischen Bevölkerung an Kurzurlauben und Ausflügen innerhalb der Metropolregion geweckt werden. Neben der Förderung des Binnentourismus sind die Vernetzung der Tagungs- und Kongresshäuser und die Positionierung der Metropolregion Nürnberg als attraktive Freizeit- und Naherholungsregion weitere wichtige Ziele des Forums.

Der vom Forum Tourismus entwickelte und auch nach der Markteinführung weiterhin begleitete EntdeckerPass hilft dabei, die touristischen Highlights und verborgenen Schätze der Metropolregion zu erkunden. Beim Entdeckerpass handelt es sich um eine ganzjährig gültige Eintrittskarte in viele Museen, Thermen, Vergnügungsparks und weitere Kultur- und Freizeiteinrichtungen in der Region. Der EntdeckerPass regt die Nutzer an, in ihrer Freizeit die gesamte Metropolregion Nürnberg und ihre vielfältigen touristischen Angebote „zu entdecken“. Er leistet damit auch einen Beitrag zur Förderung des Regionalbewusstseins und lädt zu einem Erleben der Metropolregion Nürnberg ein.

Mit jährlich ca. zehn Tourismusbörsen präsentieren sich die Tourismusregionen gemeinsam unter dem Motto „Fernweh ganz nah in der Metropolregion Nürnberg“ auf etablierten Stadtfesten der Region. Touristiker präsentieren den Einheimischen die Freizeit- und Naherholungsangebote und die Besucher nehmen die Anregungen, auch einmal in ein anderes Gebiet der Metropolregion zu fahren, gerne an.

Die Tagungs- und Kongresshäuser der Metropolregion haben sich zusammengeschlossen und betreiben eine gemeinsame Vermarktung ihrer vielfältigen Kapazitäten unter www.emn-tagen.de. Auch wird eine übergreifende Qualitätssicherung, z. B. im Bereich der Personalschulungen und Weiterbildungen, vorgenommen.



SITZUNGEN

Das Forum Tourismus ist zweistufig organisiert. Das kleinere Kernteam trifft sich zweimal im Jahr, im Frühjahr und Herbst. Das gesamte Forum kommt einmal im Jahr, meist Herbst/Winter zu Strategieplanungen zusammen.

Bisherige Termine Kernteam:

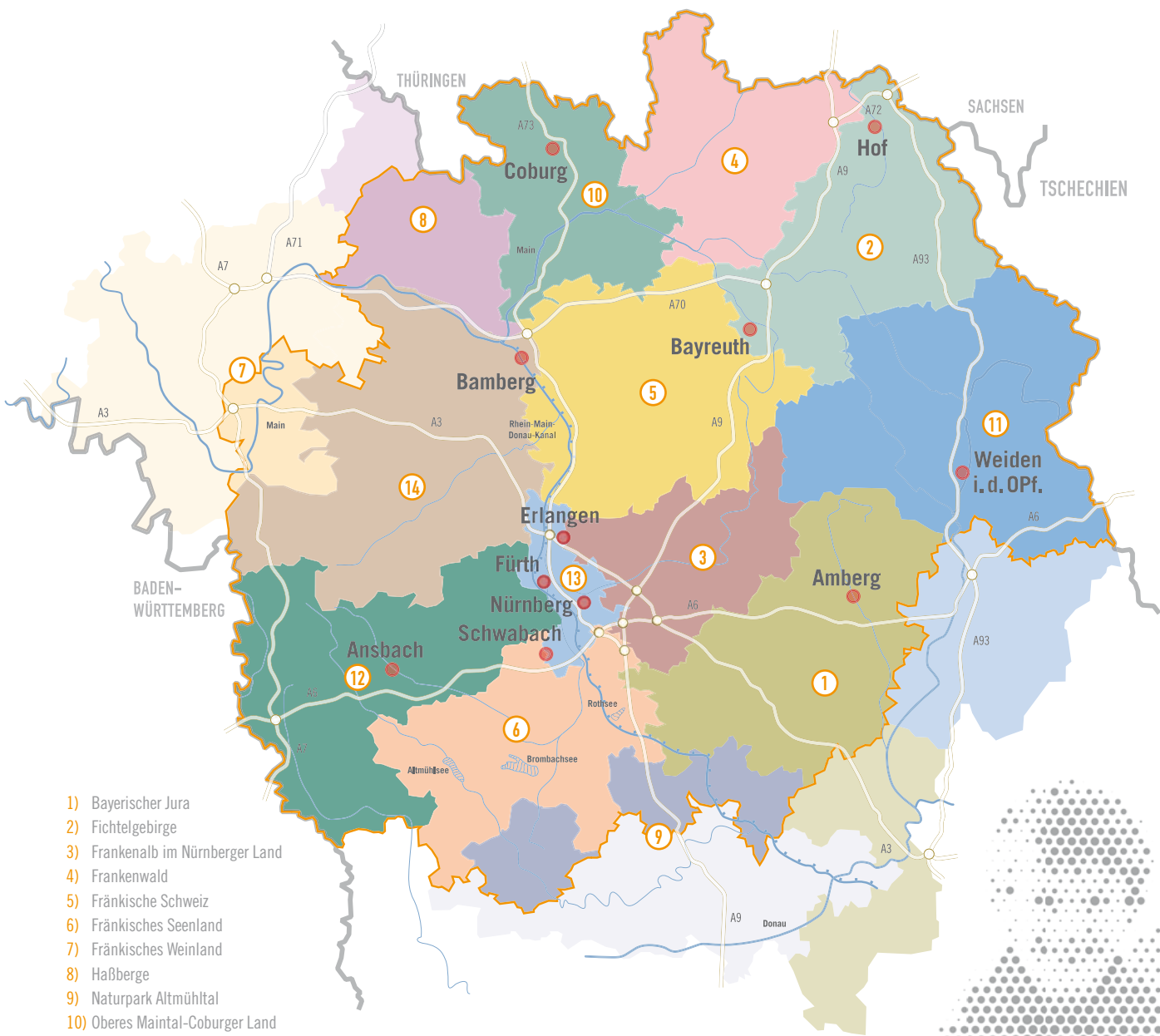
1. Sitzung	10. November 2005	Bamberg
2. Sitzung	7. Februar 2006	Nürnberg
3. Sitzung	22. März 2006	Nürnberg
4. Sitzung	19. September 2006	Nürnberg
5. Sitzung	16. Januar 2007	Hersbruck
5. Sitzung	13. Juli 2007	Feuchtwangen
6. Sitzung	19. Oktober 2007	Kronach
7. Sitzung	17. April 2008	Nürnberg
8. Sitzung	17. November 2008	Bamberg
9. Sitzung	19. Februar 2009	Nürnberg
10. Sitzung	11. November 2009	Neustadt a. d. Waldnaab
11. Sitzung	30. April 2010	Bamberg

Bisherige Termine Kernteam und erweiterter Kreis:

1. Sitzung	12. Juli 2006	Nürnberg
2. Sitzung	25. Januar 2007	Herzogenaurach
3. Sitzung	23. Oktober 2007	Gunzenhausen
4. Sitzung	11. Februar 2008	Nürnberg
5. Sitzung	2. Dezember 2009	Neumarkt i. d. Oberpfalz
6. Sitzung	10. November 2010	Amberg

Zusätzlich treffen sich die Mitglieder der Projektgruppen Binnentourismus und Tagungs- und Kongresswesen i. d. R. zweimal im Jahr.

DIE TOURISMUSGEBIETE DER METROPOLREGION NÜRNBERG



- 1) Bayerischer Jura
- 2) Fichtelgebirge
- 3) Frankenalb im Nürnberger Land
- 4) Frankenwald
- 5) Fränkische Schweiz
- 6) Fränkisches Seenland
- 7) Fränkisches Weinland
- 8) Haßberge
- 9) Naturpark Altmühltal
- 10) Oberes Maintal-Coburger Land
- 11) Oberpfälzer Wald
- 12) Romantisches Franken
- 13) Städteregion Nürnberg
- 14) Steigerwald

FORUM SPORT

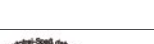
Ein Charakteristikum der Europäischen Metropolregion Nürnberg ist ihre hohe Vielfalt, die sich auch in einem breiten und etablierten Sportmarkt niederschlägt. Sport ist in der Gesellschaft anerkannt, weckt positive Emotionen und hat viele integrative Elemente. Er verbindet die Menschen in der Region und strahlt gleichzeitig über die Grenzen der Metropolregion hinaus.

Primäres Ziel des Forums ist es deshalb, die Identitätsbildung nach innen zu verstärken und die handelnden Akteure des Sports innerhalb der Metropolregion besser zu vernetzen. Darüber hinaus hat es sich das Forum Sport zur Aufgabe gemacht, den Sport als einen entscheidenden Standortfaktor zu definieren und auszubauen. Mit hochkarätigen Veranstaltungen wie dem Challenge Triathlon in Roth oder dem Norisring Rennen in Nürnberg sowie einmaligen sportlichen Freizeitmöglichkeiten wie der Kletterregion Fränkische Schweiz wird die Anziehungskraft der Metropolregion gestärkt.

Das Forum kann die unterschiedlichen sportlichen Aspekte bündeln, ist Ansprechpartner für die betreffenden Fragen der Metropolregion und kann die an der Thematik interessierten Akteure zusammenbringen. Die Unterstützung liegt primär auf der Einrichtung eines Netzwerks Sport in der Metropolregion, durch das die Kooperation miteinander und untereinander vereinfacht und weiterentwickelt wird.

SPORTVERANSTALTUNGEN IN DER METROPOLREGION MIT ÜBERREGIONALER BEDEUTUNG

	1) Run and Bike-Night (Coburg)
	2) Landkreislief Erlangen-Höchstadt
	3) Fränkische Schweiz-Marathon (Forchheim-Ebermannstadt)
	4) Frankenjura (Fränkische Schweiz)
	5) Metropolmarathon Fürth
	6) Tour de Hesselberg (Geroltingen)
	7) Sandboarding (Hirschau)
	8) Döbraberglauf (Hof)
	9) Rund um die Nürnberger Altstadt
	10) Norisring Speedweekend (Nürnberg)
	11) Firmenlauf (Nürnberg)
	12) Nürnberger Stadtlief

	13) Seenland-Marathon (Pleinfeld)
	14) Challenge Roth
	15) Via Carolina Running (von Prag nach Nürnberg)
	16) Weidener Straßenlauf
	17) Weidener Fischerberg-Halbmarathon
	18) Landkreislief Weidenburg-Gunzenhausen
	19) Autofrei-Spaß dabei (Wunsiedel)

SITZUNGEN

Forum „Kultur und Sport“		
1. Sitzung		
2. Sitzung	22. Januar 2007	Erlangen
3. Sitzung	30. März 2007	Bamberg
4. Sitzung	18. September 2007	Erlangen
Forum „Sport“ (nach Trennung von Forum „Kultur“)		
1. Sitzung	28. November 2008	
2. Sitzung	22. Juli	Nürnberg
3. Sitzung	17. September	Heßdorf
4. Sitzung	18. November	Herzogenaurach
Auftaktveranstaltung „Nachwuchsleistungssport in der Metropolregion Nürnberg“	30. September	Nürnberg

LEITPROJEKT NACHWUCHSFÖRDERUNG LEISTUNGSSPORT

Ziel ist die umfassende und nachhaltige Betreuung talentierter Sportlerinnen und Sportler. Das Forum Sport geht davon aus, dass das Sportangebot und die Sportstruktur in der Metropolregion eine herausragende Qualität hat. Das Angebot ist breit gefächert, vielfältig und flächendeckend. Es gibt attraktive und aktive Sportvereine, nationale und internationale Großevents, Mannschaftssport auf höchstem Niveau und hochklassige Wettbewerbe sowie Breitensportevents. Die Bertolt-Brecht-Schule ist Partnerschule des Leistungssports. Im Olympiastützpunkt Regionalzentrum Nord werden besonders talentierte Sportlerinnen und Sportler in den Schwerpunktsportarten Schwimmen, Leichtathletik, Ringen, Basketball, Hockey und Taekwondo ausgebildet. Alle Beteiligten streben eine Stärkung und einen Ausbau der Sportarten an. Mit dem Bundesleistungszentrum Ringen, Nachwuchs und Basketball sowie dem Haus der Athleten ist die Basis für eine erfolgreiche Jugend- und Nachwuchsförderung in der Metropolregion gegeben. Über die schriftliche Befragung der Leistungssportpartner in der Metropolregion Nürnberg und die Grundsätze einer zukunftsfähigen Nachwuchssportförderung soll die Vernetzung der Leistungssportpartner verbessert und ein Modell der optimalen Nachwuchssportförderung in der Metropolregion Nürnberg geschaffen werden. Die leistungsstarken Sportinstitutionen im Bereich der Metropolregion Nürnberg sollen weiter vernetzt werden, Handlungsempfehlungen für die Leistungssportpartner sollen formuliert werden. Der Startschuss für das Projekt erfolgte bei einer Auftaktveranstaltung am 30. September 2010.

BEWEGUNGSFÖRDERUNG – SCHWIMMEN FÜR ALLE

Vor dem Hintergrund, dass in Deutschland pro Jahr mehr als 500 Menschen ertrinken und bei Kindern im Alter bis 8 Jahren Ertrinken die zweithäufigste Todesursache ist, hat es sich das Forum Sport zum Ziel gesetzt, die Schwimmfähigkeit zwischen der 1. und 4. Jahrgangsstufe deutlich zu verbessern. Das Erreichen dieses Ziels basiert auf zwei Säulen. Zum einen wird an allen Grund- und Förderschulen der Metropolregion ein Wettbewerb ausgeschrieben, der den Erwerb von Seepferdchen prämiiert. Darüber hinaus werden im schulischen Schwimmunterricht junge Assistenten zur Verfügung gestellt, die im Rahmen eines freiwilligen sozialen Jahres bei den Schwimmkursen unterstützend zur Seite stehen. Das Projekt ist im Schuljahr 2010/11 als Modell in Fürth gestartet, die Prämierung soll erstmals im Juli 2011 erfolgen.

SPORT AWARD

Mit dem Sport Award sollen einmal jährlich herausragende Sportlerinnen und Sportler und ehrenamtlich aktive Bürger und Bürgerinnen der Europäischen Metropolregion geehrt werden. Die durch die eigene sportliche Betätigung erzielte Leistung, aber auch das Engagement im Bereich des Sports werden damit in die Öffentlichkeit gebracht. Erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler werden überregional bekannt, die Motivation für die Metropolregion an den Start zu gehen und der Metropolregion weiterhin verbunden zu bleiben und sich hier zu engagieren, steigt. In sieben Ehrungskategorien werden Sportlerinnen und Sportler sowie Funktionäre für ihr gesellschaftliches Engagement gewürdigt. Die zu Ehrenden erhalten einen Pokal, der idealerweise einen Bezug zur Europäischen Metropolregion hat. Der Rahmen für die Verleihung sollte dem Anlass angemessen sein und bei erfolgreichem Verlauf und entsprechender Unterstützung durch Partner und Sponsoren in Form einer Gala mit Begleitprogramm weiterentwickelt werden. Die Ehrung soll erstmals für das Jahr 2011 erfolgen.

FORUM MARKETING

VOM KIRCHTURMDENKEN ZUM LEUCHTTURMDENKEN

Wer auf den Autobahnen zwischen Würzburg und Neumarkt, zwischen Bayreuth und Nürnberg, zwischen Bamberg und Fürth, zwischen Amberg und Schwabach unterwegs ist, kommt an der Metropolregion Nürnberg nicht vorbei: Über 100 Schilder weisen inzwischen darauf hin, wo man sich gerade befindet.

Die Positionierung, die die Metropolregion einnimmt, muss man freilich anders erfahren: „Heimat für Kreative“ ist Vision und Leitmotiv für die Akteure. Beschlossen vom Rat der Metropolregion nach intensiver Diskussion im Steuerungskreis. Der Anspruch lautet: „Wir wollen die bevorzugte Heimatregion der kreativen Köpfe dieser Welt sein“. Diese Positionierung nach außen zu tragen, gehört ebenso zu den Aufgaben des Forums Marketing, wie die Steigerung der internationalen Bekanntheit der Marke „Metropolregion Nürnberg“.

Dabei befinden wir uns auch fünf Jahre nach Gründung noch am Anfang. Erste Achtungserfolge sind freilich erreicht und auf diesen Seiten dargestellt. Weitere müssen und werden folgen: in Zusammenarbeit mit den Foren und der Geschäftsstelle der Metropolregion, mit dem Marketingverein und der IHK Nürnberg für Mittelfranken und zusammen mit vielen Köpfen, die die Metropolregion ausmachen und prägen.

SITZUNGEN

1. Sitzung (Konstituierung)	15. November 2005	Erlangen
2. Sitzung	26. Januar 2006	Nürnberg
3. Sitzung	24. Februar 2006	Nürnberg
4. Sitzung	12. Juli 2006	Nürnberg
5. Sitzung	10. November 2006	Nürnberg
6. Sitzung	9. März 2007	Forchheim
7. Sitzung	14. September 2007	Brombachsee
8. Sitzung	22. Januar 2008	Nürnberg
9. Sitzung	28. Mai 2008	Neustadt a. d. Waldnaab
10. Sitzung	22. Oktober 2008	Bayreuth
11. Sitzung	4. Februar 2009	Nürnberg
12. Sitzung	1. Juli 2009	Erlangen
13. Sitzung bzw. 1. Sitzung Kernteam	9. Juni 2010	Nürnberg
14. Sitzung	23. September 2010	Nürnberg
2. Sitzung Kernteam	1. Dezember 2010	Nürnberg
3. Sitzung Kernteam	4. Februar 2011	Nürnberg
15. Sitzung	29. Juni 2011	Erlangen

HEIMAT FÜR KREATIVE

Die Europäische Metropolregion Nürnberg

DIE HEIMLICHE LIEBE DER SÜDDEUTSCHEN

Es gibt in Deutschland eine schöne Stadt mit rotem Umland. Und es gibt die Metropolregion Nürnberg. Der Unterschied macht ein für ganz Europa unendliches Merkmal aus: großen und kleinen Kommunen, aus Wirtschaft und Politik, aus privaten und öffentlichen Institutionen. Da kann man schon mal schwach werden.

Es Liebe auf dem zweiten Blick ein Thema für Sie? Dann gibt es bei uns in Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus, Kultur und Sport viel zu entdecken. Wir freuen uns auf Sie.

www.mrn-n.de

BOYGROUP MIT TRADITION

Der Weiblicher Kreisler bringt Musik zum Schenken, ebenso die Herzen eines weltweiten Publikums. Was ein schöner Beweis, was Talent und konzentrierte Arbeit ausstrahlen können - ganz so schwingen wir denn bei uns traditionell ausstrahlenden Tönen. Und das heißt es denn so einfach: Wo man singt, da hat's doch richtig mehr.

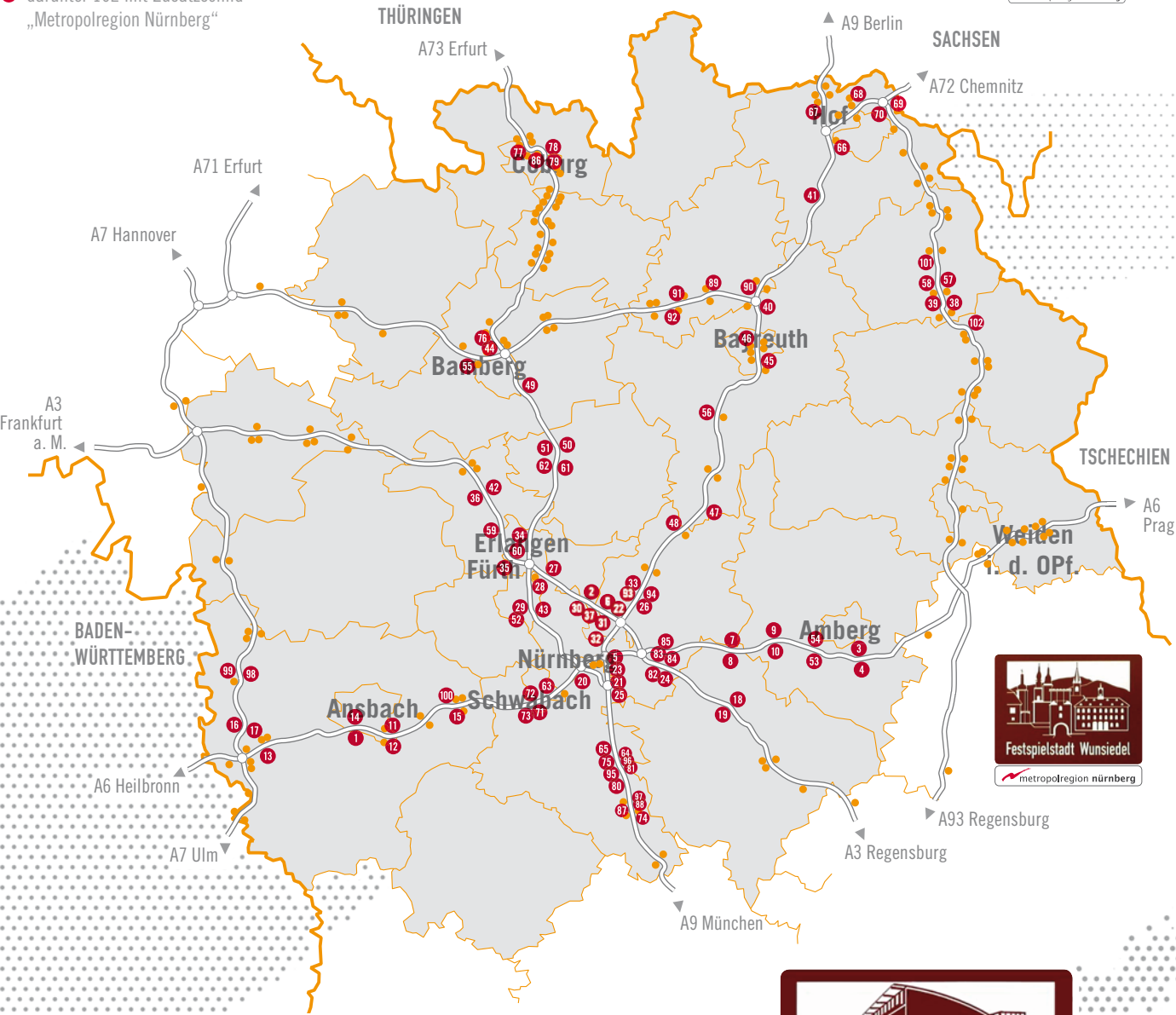
Sind verschiedene Töne die Thema für Sie? Dann gibt es bei uns in Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus, Kultur und Sport viel zu entdecken. Wir freuen uns auf Sie.

www.mrn-n.de



ZUSATZBESCHILDERUNG AN DEN TOURISTISCHEN UNTERRICHTSTAFELN DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG

- insgesamt 277 touristische Unterrichtstafeln in der Metropolregion,
- darunter 102 mit Zusatzschild „Metropolregion Nürnberg“



Frankenalb

metropolregion nürnberg

Egerland Kulturhaus Marktrechwitz

metropolregion nürnberg

Hersbruck Gesundheitsregion - Therme

metropolregion nürnberg

Bayreuth Festspielstadt

metropolregion nürnberg

Festspielstadt Wunsiedel

metropolregion nürnberg

WIRTSCHAFTSFÖRDERER-KONFERENZ

Die Wirtschaftsfördererkonferenz tagt zwei Mal pro Jahr. Teilnehmer sind die Wirtschaftsförderer der Landkreise und Kommunen in der Metropolregion Nürnberg. Sie übernimmt folgende Funktionen:

- Scharnier zwischen Forum Wirtschaft und Infrastruktur und Wirtschaftsförderungen der Gebietskörperschaften
- Optimierung der innerregionalen Verständigung
- Gemeinsame Außendarstellung
- Organisation von gemeinsamen Auftritten
- Operationalisierung von regionalen Themen der Wirtschaftsförderung

SITZUNGEN

1. Sitzung	9. Februar 2006	Heroldsberg
2. Sitzung	23. Januar 2007	Bamberg
3. Sitzung	3. Juli 2007	Forchheim
4. Sitzung	20. November 2007	Tirschenreuth
5. Sitzung	23. Juni 2008	Kulmbach
6. Sitzung	13. Januar 2009	Lauf a. d. Pegnitz
7. Sitzung	21. Juli 2009	Coburg
8. Sitzung	11. Februar 2010	Fürth
9. Sitzung	27. Juli 2010	Bamberg
10. Sitzung	10. Februar 2011	Kitzingen
11. Sitzung	28. Juli 2011	Hof



ARBEITSGESPRÄCH

Mit dem Arbeitsgespräch ist ein wichtiges Netzwerk aus Akteuren der sogenannten „Arbeitsebene“ entstanden – ein Netzwerk zwischen den Büroleitern und persönlichen Mitarbeiter der Oberbürgermeister, Bürgermeister und Landräte. Mit dabei sind Vertreter der Regierungspräsidien und der Industrie- und Handelskammern. Hier betreiben gut 60 Netzwerker Meinungsbildung und informieren sich im Nachgang zu den Ratssitzungen über aktuelle Themen und Projekte.



SITZUNGEN

1. Sitzung	14. April 2005	Nürnberg
2. Sitzung	6. Juli 2005	Ansbach
3. Sitzung	14. September 2005	Forchheim
4. Sitzung	23. November 2005	Bamberg
5. Sitzung	16. Februar 2006	Fürth
6. Sitzung	1. Juni 2006	Amberg
7. Sitzung	5. Dezember 2006	Kitzingen
8. Sitzung	25. Mai 2007	Erlangen
9. Sitzung	5. Dezember 2007	Nürnberg
10. Sitzung	16. April 2008	Neumarkt i. d. Oberpfalz
11. Sitzung	26. November 2008	Selb
12. Sitzung	29. April 2009	Triesdorf
13. Sitzung	24. November 2009	Muhr am See
14. Sitzung	08. Juni 2010	Forchheim
15. Sitzung	30. November 2010	Schwabach
16. Sitzung	1. Juni 2011	Coburg



REGIONALINITIATIVEN

ARBEITSTREFFEN DER REGIONALINITIATIVEN UND NETZWERK DER PARTNER DER REGIONALKAMPAGNE

Das Arbeitstreffen der Regionalinitiativen findet seit 2008 ein- bis zweimal jährlich statt. Hier treffen sich Vertreter von Leader-Regionen und Regionalmanagements, Handwerkskammern und Ämtern für Landwirtschaft sowie weitere regionale Initiativen aus der gesamten Metropolregion Nürnberg. Bei den Treffen werden Themenfelder behandelt, bei denen gemeinsame Aktivitäten Synergien erzeugen. Schwerpunktthemen bisher waren Projekte im Rahmen der Regionalkampagne Original Regional.

Beim Netzwerktreffen der Regionalkampagne sind die derzeit 22 Partnerinitiativen eingeladen, konkrete Projekte gemeinsam zu entwickeln und voranzutreiben.

SITZUNGEN

1. Arbeitstreffen	11. September 2008	Nürnberg / Rathaus
2. Arbeitstreffen	15. Januar 2009	Nürnberg / WirtschaftsRathaus
3. Arbeitstreffen	2. Dezember 2009	Forchheim / Rathaus
4. Arbeitstreffen	18. November 2010	Triesdorf / Landwirtschaftl. Lehranstalten
5. Arbeitstreffen	17. März 2011	Fürth / Landratsamt



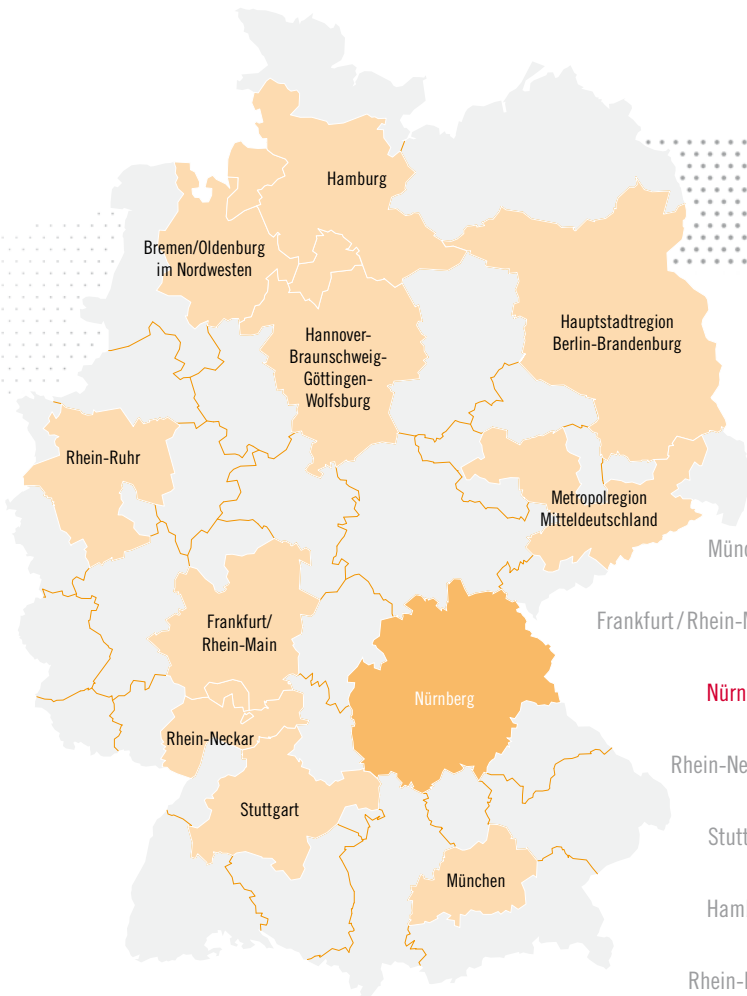
22 Initiativen sind Partner bei „Original Regional“. Sie werben gemeinsam für regionale Produkte.



IKM

Die deutschen Metropolregionen haben sich zum Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland IKM zusammen geschlossen. Er wird vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung begleitet.

Mitglieder sind die von der Ministerkonferenz für Raumordnung bestimmten Metropolregionen Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg, Bremen-Oldenburg, Frankfurt/Rhein-Main, Hamburg, Hannover-Braunschweig-Göttingen-Wolfsburg, Mitteldeutschland, München, Nürnberg, Rhein-Ruhr, Stuttgart und Rhein-Neckar, derzeit Sprecherregion. Als ständige Gäste sind der deutsche Städte- und Landkreistag vertreten.



DER IKM VERFOLGT DREI ZIELSETZUNGEN:

- 1. Formulierung des Selbstverständnisses und der Anforderungen der Europäischen Metropolregionen in Deutschland an die deutsche und europäische Raumordnungs- und Raumentwicklungspolitik sowie an die Fachpolitiken.
- 2. Verbesserung der Wettbewerbs- und Handlungsfähigkeit der Metropolregionen auf regionaler, deutscher und europäischer Ebene.
- 3. Weiterentwicklung und Umsetzung des Konzepts eines leistungsfähigen metropolitanen Netzes in Deutschland.

Zu diesem Zweck werden Veranstaltungen in Brüssel und auf Bundesebene organisiert, Stellungnahmen zur Europa- und Bundespolitik verfasst und metropolregionale Themen inhaltlich aufbereitet. Der Initiativkreis trifft sich drei bis vier Mal im Jahr. Am 22.–23. Mai 2005 und am 26.–27. November 2009 tagte er in Nürnberg

METROPOLREGIONEN IM PROGNOSE-ZUKUNFTSATLAS 2010

- 1 beste Chancen

2 sehr hohe Chancen

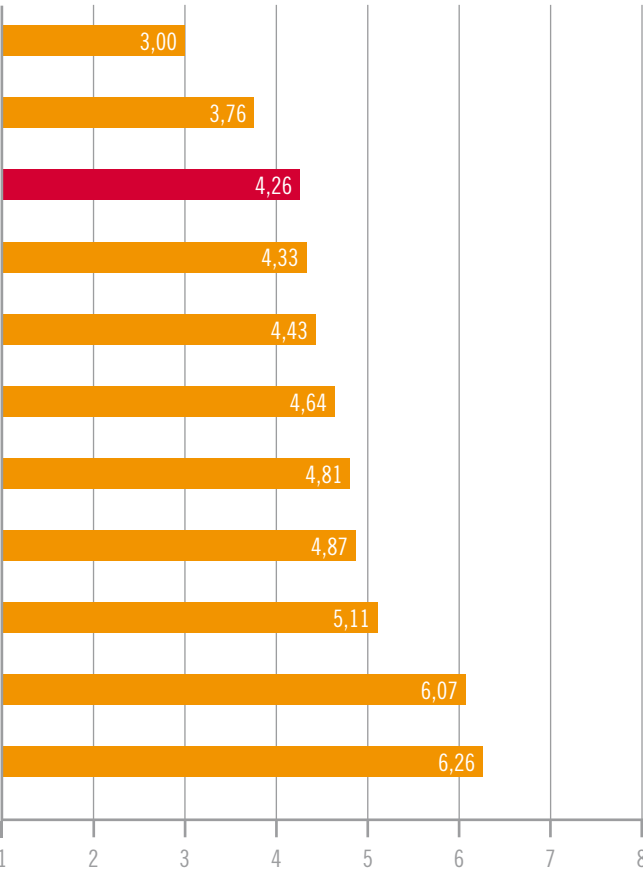
3 hohe Chancen

4 leichte Chancen
- 5 ausgeglichene Chancen und Risiken

6 leichte Risiken

7 hohe Risiken

8 sehr hohe Risiken



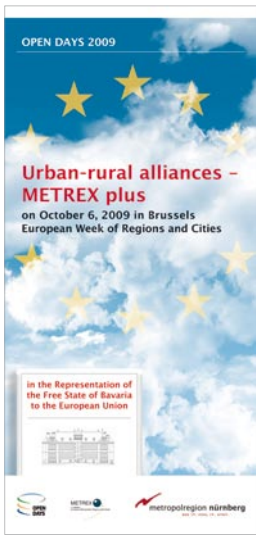
Quelle: Nach Prognos AG, Zukunftsatlas 2010

METREX

METREX ist das Netzwerk der europäischen Metropolregionen. Es bietet eine Plattform für den Wissens- und Erfahrungsaustausch über Ballungsraumfragen und Projekte zur Stadt-Land-Partnerschaft. Das Netzwerk hat ca. 50 Mitglieder.

METREX bringt die Dimension der Metropolräume in die europäische Politik, Programme und Projekte ein. Das Netzwerk ist ein Partner für die europäischen Institutionen, die Wissenschaft, Regierungsorganisationen und andere Netzwerke.

Am 15.–18. Juni 2005 fand die METREX-Jahrestagung in Nürnberg statt. 2009 hat die Metropolregion Nürnberg mit METREX-Partnern bei den Open Days der Städte und Regionen in Brüssel als „Urban-Rural Alliances“ die Stadt-Land-Partnerschaft als Thema neu gesetzt. Seit Januar 2011 werden diese Themen in der neu eingerichteten METREX-Expertengruppe URMA (Urban/rural relationships in metropolitan areas of influence) aktiv bearbeitet. Das Lobbying für die Berücksichtigung von Metropolregionen als Stadt-Land-Partnerschaften in der neuen EU-Strukturpolitik ab 2013 ist sehr erfolgreich.



METREX
The network of European Metropolitan Regions and Areas

METREX-MITGLIEDER

- 1) Oslo

2) Stockholm

3) Helsinki

4) Riga

5) Moskau

6) Vilnius

7) Stettin

8) Breslau

9) Krakau

10) Hamburg

11) Berlin

12) Hannover

13) Mitteldeutschland

14) Frankfurt

15) Nürnberg

16) Rhein-Neckar

17) Stuttgart

18) München

19) Glasgow

20) Amsterdam

21) Rotterdam / Den Haag

22) Brüssel

23) Paris

24) Marseille
- 25) Prag

26) Wien

27) Budapest

28) Oradea

29) Bukarest

30) Zürich

31) Venetien

32) Mailand

33) Turin

34) Bologna

35) Florenz

36) Neapel

37) Sofia

38) Thessaloniki

39) Athen

40) Eurociudad Vasca

41) Bilbao

42) Saragossa

43) Barcelona

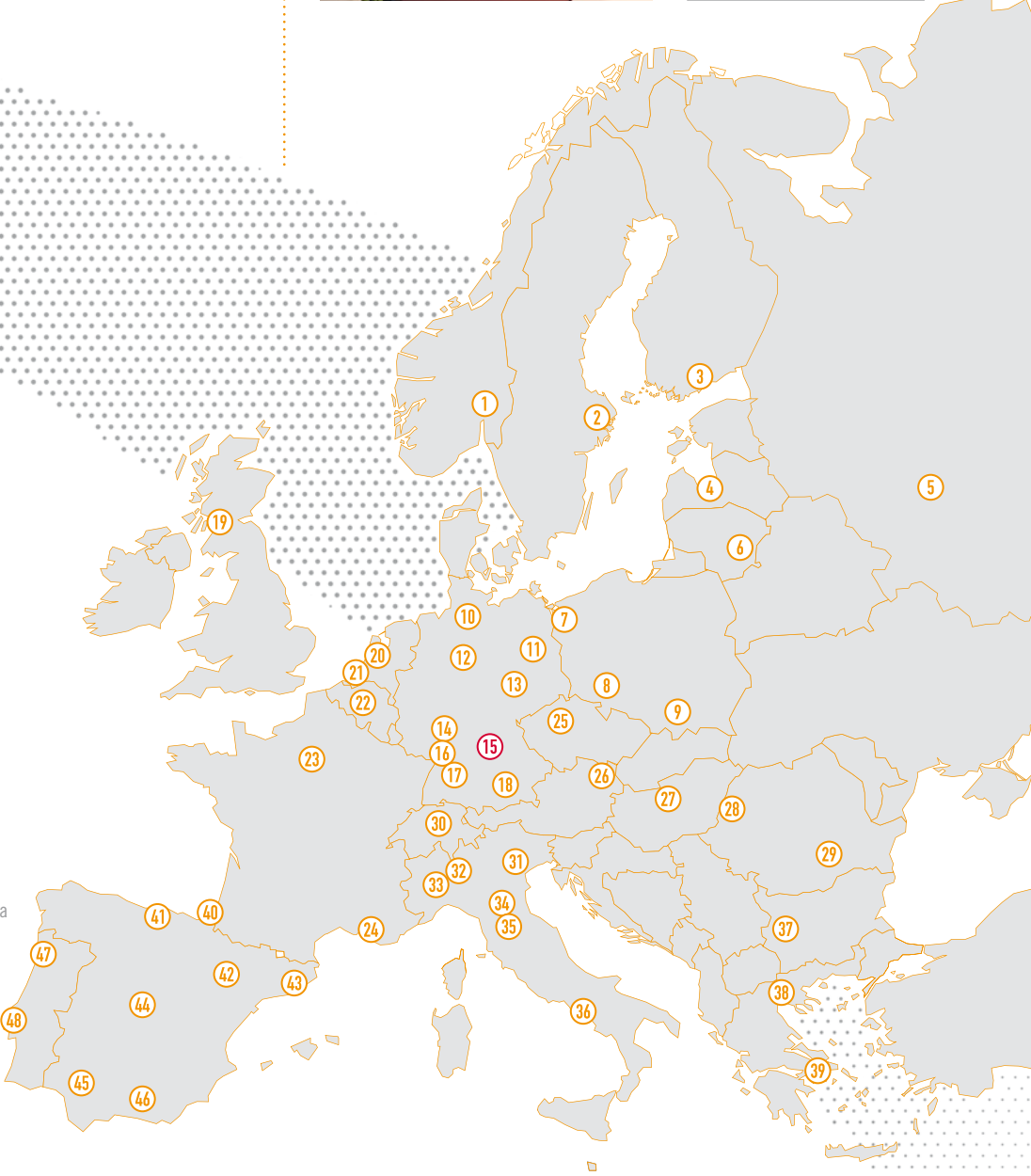
44) Madrid

45) Sevilla

46) Granada

47) Porto

48) Lissabon



LENKUNGSKREIS KLIMASCHUTZ UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

LENKUNGSKREIS KLIMASCHUTZ UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG IN DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG

Auf Initiative des Umweltreferenten der Stadt Nürnberg, Dr. Peter Pluschke, gemeinsam mit der ENERGIEregion hatte die Ratsversammlung der Metropolregion Nürnberg in ihrer Sitzung am 30. April 2010 in Bamberg die Einrichtung eines neuen Arbeitsbereiches „Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung“ beschlossen. Zielsetzungen dieses neuen Arbeitsbereichs innerhalb der Metropolregion sind ein lokaler Beitrag zum globalen Klimaschutz, die Verbesserung der innerregionalen Koordination von Institutionen und Projekten, ein fachlicher Austausch über Best Practices und Fördermittel sowie die bessere Kommunikation der Klimaschutzkompetenz nach innen wie nach außen.

Der Lenkungskreis versteht seine Aktivitäten als Beitrag zur Umsetzung des „Leitbilds für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung 2010“ für die Metropolregion, das am 05. Februar 2010 unterzeichnet wurde. In diesem „Leitbild für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung“ wird die „Erhaltung der Lebensgrundlagen für kommende Generationen durch ein nachhaltiges, umwelt- und regionalgerechtes Wirtschaften“ als ein übergeordnetes Ziel der EMN genannt.

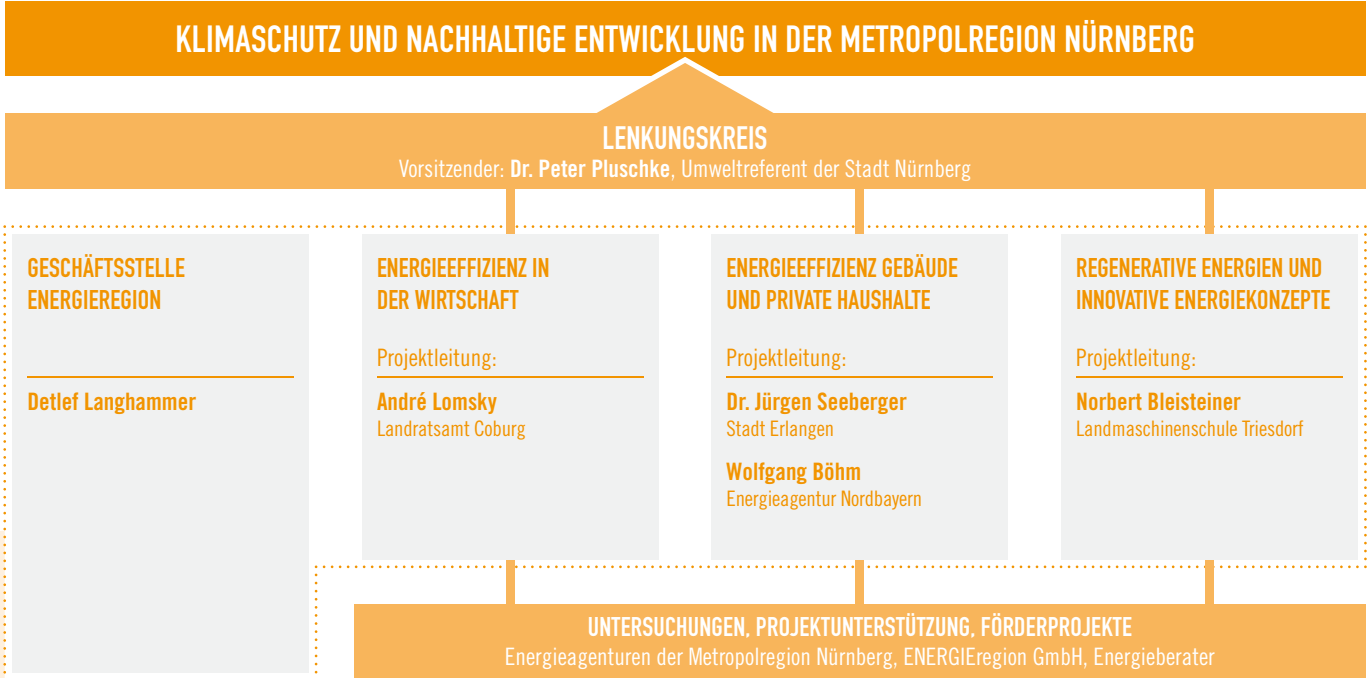
Zur Auftaktsitzung ins Bezirksrathaus des Bezirks Mittelfranken kamen am 16. September 2010 21 Vertreter aus Politik und Verwaltung der Städte und Landkreise der Metropolregion Nürnberg nach Ansbach. Hier wurden vor allem die zukünftige Organisation und Arbeitsstrukturen diskutiert und festgelegt. Die zweite Sitzung fand am 19. Januar 2011 in Bad Rodach im Landkreis

Coburg statt. Hier wurde die von der Energieagentur Nordbayern erstellte Endenergiebilanz für die Metropolregion Nürnberg vorgestellt sowie die Zielsetzungen für drei Arbeitskreise beschlossen, die die Ziele des Lenkungskreises in konkreten Projekten umsetzen sollen. Die Arbeitskreise befassen sich mit den Themen Energieeffizienz in Gewerbe/Industrie, Energieeffiziente Gebäude und private Haushalte sowie Erneuerbare Energien und innovative Energiekonzepte.



Dr. Peter Pluschke, Vorsitzender des Lenkungskreises „Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung in der EMN“ und Umweltreferent der Stadt Nürnberg

ORGANISATION DES LENKUNGSKREISES



IHK-NETZWERK

Im Netzwerk der IHKs arbeiten fünf Industrie- und Handelskammern, deren Bezirke sich mit dem Gebiet der Metropolregion Nürnberg überschneiden, in wichtigen übergreifenden Themen zusammen. Schon 2005 hatten die Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth, die Industrie- und Handelskammer zu Coburg, die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, die Industrie- und Handelskammer Regensburg für Oberpfalz/Kelheim und die Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt dazu ein Kooperationsabkommen geschlossen. Die Zusammenarbeit erstreckt sich seitdem vor allem auf Themen und Projekte in den Bereichen Standortpolitik und Verkehr, Internationales, Bildung sowie Innovation und Umwelt. Die wichtigsten erfolgreich abgeschlossenen Projekte sind das Leitbild WaBe für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung in der Metropolregion Nürnberg sowie das Zwölf-Punkte-Programm Verkehr für die Metropolregion.

LEITBILD WABE FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM UND BESCHÄFTIGUNG

Das Leitbild WaBe wurde in einem Projektteam des Forums Wirtschaft und Infrastruktur in Kooperation mit dem Forum Wissenschaft sowie mit Gewerkschaften und Wirtschaftskammern in der Metropolregion unter Federführung unserer IHK in den vergangenen Jahren erarbeitet.

Im Kern stehen die technologischen Kompetenzen in folgenden sieben Feldern:

- Verkehr und Logistik,
- Automotive,
- Information und Kommunikation,
- Medizin und Gesundheit,
- Energie und Umwelt,
- Neue Materialien,
- Automation und Produktionstechnik.

In diesen sieben Kompetenzfeldern weist die Metropolregion Nürnberg bereits überdurchschnittliche Stärken auf, und zugleich bieten diese sieben Felder ein besonders hohes Innovations-, Beschäftigungs- und Wachstumspotenzial.

Am 5. Februar 2010 wurde das Leitbild WaBe vom Rat der Metropolregion Nürnberg, den beteiligten Foren Wirtschaft, Wissenschaft und Marketing sowie von IHKs, Handwerkskammern und Gewerkschaften in der Metropolregion gemeinsam verabschiedet und feierlich unterzeichnet.





Industrie- und Handelskammer
zu Coburg



Oberfranken
Bayreuth



Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken



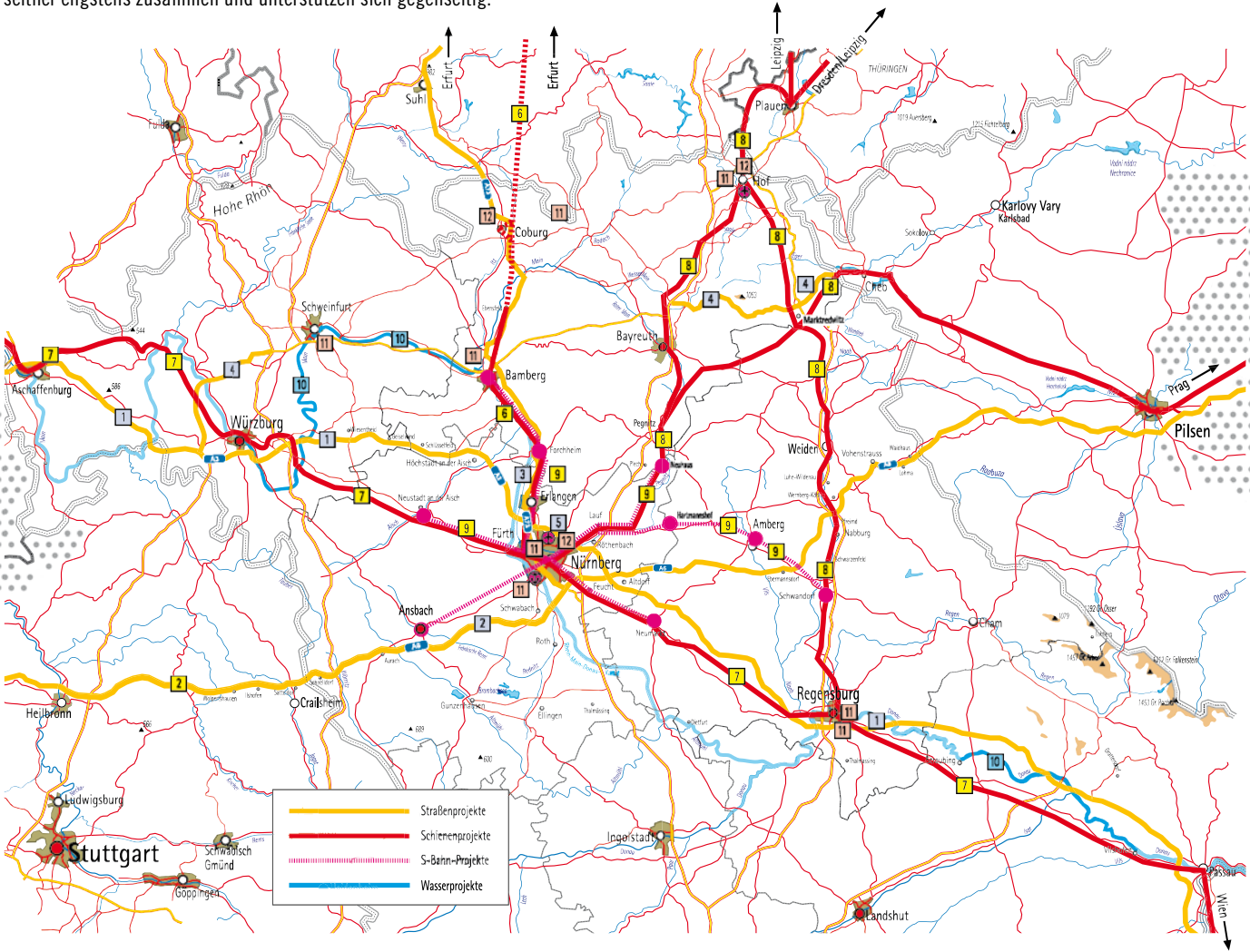
Regensburg
für Oberpfalz / Kelheim



Würzburg-Schweinfurt
Mainfranken

DAS 12-PUNKTE-PROGRAMM VERKEHR

Die Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth, die Industrie- und Handelskammer zu Coburg, die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, die Industrie- und Handelskammer Regensburg für Oberpfalz/Kelheim und die Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt sind sich der Bedeutung der Verkehrsinfrastruktur als Bindeglied für die Metropolregion Nürnberg bewusst und haben sich erstmals 2007 auf ein 12-Punkte-Programm Verkehr geeinigt, das die wesentlichen Projekte auf Straße, Schiene, Wasser und Luft in der Metropolregion benennt, beschreibt und begründet. Bei der Fortentwicklung dieser Projekte sowie bei der Aktualisierung des 12-Punkte-Programms arbeiten die beteiligten IHKs seither engstens zusammen und unterstützen sich gegenseitig.



- 1) A3 Ausbau Aschaffenburg - Würzburg - Nürnberg - Regensburg - Passau als Teil des TEN Brüssel - Wien

2) A6 Ausbau Heilbronn - Nürnberg als Teil des TEN Paris - Prag

3) A73 und Frankenschnellweg: Erhöhung der Leistungsfähigkeit Nürnberg - Forchheim

4) Verlängerung der A70 in Ost- und Westrichtung als Teil der Magistrale Würzburg - Schweinfurt - Bamberg - Prag

5) Direkte Anbindung des internationalen Airports Nürnberg an die A3

6) Aus- und Neubau der ICE Hochgeschwindigkeits-Trasse Nürnberg - Bamberg - Coburg - Erfurt als Teil des TEN 1 Palermo - Stockholm

7) Verbesserung der Schienenverbindung Frankfurt - Nürnberg - Regensburg - Passau - Wien
- 8) Verbesserung der Schienenverbindungen Prag/Dresden (als Teil des TEN 22) Leipzig - Hof - Regensburg (als Teil Ostkorridor DB)

9) Ausbau des S-Bahn-Netzes der Metropolregion (Stufe 2 + 3)

10) Donaus Ausbau Straubing - Vilshofen und Mainausbau Würzburg - Bamberg als Teil des TEN 18 Rotterdam-Konstanz

11) Ausbau des Kombinierten Verkehrs in der Metropolregion

12) Erhalt und Ausbau des Geschäftsreise- und Werkflugverkehrs in der Metropolregion

MARKETINGVEREIN

DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG E. V.

Die Stärken der Metropolregion Nürnberg national und international zu kommunizieren, die Attraktivität des Wirtschaftsraums herauszuarbeiten und mit der einzigartigen Lebensqualität zu werben – das sind die Aufgaben des Marketingvereins der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Schon seit 1996 arbeiten alle maßgeblichen Akteure der Region an diesem gemeinsamen Ziel. Der Verein finanziert seine Arbeit sowohl aus Mitgliedsbeiträgen, als auch aus Sponsoringbeiträgen namhafter Unternehmen und Organisationen aus der Region. Mit seinen vielfältigen Aktivitäten gelang es dem Marketingverein in den Jahren 2005 bis 2011 die Metropolregion Nürnberg deutlich zu platzieren: als einzige Europäische Metropolregion in Deutschland wirbt die Metropolregion Nürnberg mit Zusatzschildern an den Autobahnen für sich und eine bundesweite Anzeigenkampagne rückte mit überraschenden Motiven und selbstbewussten Understatement die Metropolregion als die „Heimliche Liebe der Süddeutschen“ ins rechte Licht.

Der Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V. wurde 1996 als eine Gemeinschaftsinitiative der Städte, der Landkreise und der regionalen Wirtschaft gegründet, um die Akteure in der Region zu vernetzen, Potentiale zu entdecken und gemeinsam Projekte zu stemmen. Ziel des Vereins ist der Aufbau einer attraktiven und weltweit einzigartigen Markenidentität „Metropolregion Nürnberg“, was durch Maßnahmen zur nationalen und internationalen Kommunikation sowie durch Projekte, die die Identität und Integration der Europäischen Metropolregion Nürnberg fördern, verwirklicht wird.

Die einmal jährlich stattfindende Mitgliederversammlung beschließt neben Satzung und Beitragsordnung die Richtlinien der Vereinsarbeit inklusive des entsprechenden Etats und wählt im Turnus von drei Jahren die drei Vorsitzenden des Vorstands, die den Verein gesetzlich vertreten. Der Vorstand, bestehend aus 23 Mitgliedern, darunter die 20 Landräte und Oberbürgermeister der Mitglieds-Gebietskörperschaften sowie je ein Vertreter der Industrie- und Handelskammer und der Handwerkskammer Mittelfranken, hat die Aufsichtsfunktion über den Verein. Er legt die langfristigen Ziele und den Schwerpunkt der Arbeit fest und stellt den jährlichen Haushalt auf. Der Vorstand wird bei seiner Arbeit durch die 41 Mitglieder des Kuratoriums, Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, beraten und unterstützt. Seit der Gründung der Metropolregion Nürnberg betreut der Verein auch das Forum Marketing, das 2009 als Fachbeirat offizielles Organ des Vereins wurde. Als Fachbeirat berät das Forum Marketing mit seinen 31 Mitgliedern sowohl den Vorstand, als auch die Geschäftsführung des Vereins, bringt innovative Vorschläge und Umsetzungsvarianten ein, prüft die Marketingstrategie und schlägt Änderungen oder eine Neuausrichtung vor. Ein siebenköpfiges Kernteam bereitet die Sitzungen des Forums vor und unterstützt die Geschäftsführung bei der Umsetzung der Projekte.

Die Geschäftsstelle des Marketingvereins und des Forum Marketing verlagerte 2009 ihren Sitz von Erlangen nach Nürnberg in den Business Tower der Nürnberger Versicherungsgruppe. Sie wird seit April 2011 von Dr. Fabian Kern geführt. Neben der Verwaltung des Vereins ist die Geschäftsstelle für die Umsetzung von eigenen Projekten verantwortlich sowie für die Kommunikation der Metropolregion Nürnberg zuständig.



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil wir nur im engen Zusammenwirken von Städten, Landkreisen und Gemeinden die Wahrnehmung unserer Region als einen der größten Wirtschaftsräume Deutschlands auf nationaler und internationaler Ebene stärken können.“

Dr. Siegfried Balleis
Oberbürgermeister der Stadt Erlangen und Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins

GRUSSWORT DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Die Metropolregion Nürnberg wächst jeden Tag ein Stückchen enger zusammen und wird dadurch täglich stärker. Wenn wir auf der Autobahn fahren, wird uns das durch die über 100 Zusatzschilder „Metropolregion Nürnberg“ sehr schnell bewusst. Es gibt viel zu entdecken in der Metropolregion Nürnberg: Kommen. Staunen. Bleiben. Das ist unsere klare Positionierung. Als Kommune engagieren wir uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil wir nur im engen Zusammenwirken von Städten, Landkreisen und Gemeinden die Wahrnehmung unserer Region als einen der größten Wirtschaftsräume Deutschlands auf nationaler und internationaler Ebene stärken können.

1996 gründeten Lokalpolitiker der Region zusammen mit der Wirtschaft den Verein als „Die Region Nürnberg e. V.“ mit dem Ziel, die Akteure in der Region zu vernetzen, Potentiale zu entdecken und gemeinsam Projekte zu stemmen. Hintergrund war, das bis dato negative Selbstbild der Region zu verbessern. Heute zählt der Verein 380 Mitglieder – Kommunen, Unternehmen, Kammern und Verbände – und blickt auf 15 Jahre erfolgreiches Standortmarketing mit vielfältigen Aktivitäten zurück.

Mit der Ernennung zur Europäischen Metropolregion 2005 kamen weitere Gremien mit vielen Akteuren hinzu – Rat, Steuerungskreis, Foren, Geschäftsstellen –, die alle gemeinsam an einem Ziel arbeiten, nämlich die Metropolregion Nürnberg von innen heraus zu stärken und nach vorne zu bringen, wie es in dieser Bilanz deutlich wird. Nachdem die ersten Kampagnen des Vereins noch darauf abgezielt hatten, eine Aufbruchstimmung in der Region und eine Identität nach innen zu wecken, verschob sich der Arbeitsschwerpunkt mit der Ernennung dahingehend, das internationale Ansehen und Image der neu ernannten Metropolregion zu stärken und eine weltweit einzigartige Markenidentität „Metropolregion Nürnberg“ aufzubauen. Dem Marketingverein kommt hierbei eine besondere Rolle zu, denn er ist das Sprachrohr der Metropolregion, das die „Heimat für Kreative“ in schillernden Farben zeichnet und die Welt einlädt, zu kommen, zu staunen und zu bleiben.



Dr. Siegfried Balleis
Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg e. V. und Oberbürgermeister der Stadt Erlangen



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil wir nur durch die gemeinsame Anstrengung von Stadt und Land eine sinnvolle Verbindung von Wirtschaft und Ökologie schaffen und damit die Lebensqualität in unserer Region nachhaltig sichern können.“

Herbert Eckstein
Landrat Landkreis Roth und zweiter Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins



„Die stärkere Vernetzung der Teilräume verbessert entscheidend die Nutzung der regionalen Wertschöpfungsketten. Zugleich können wir mit der wachsenden internationalen Bekanntheit der Metropolregion unseren Mitgliedsunternehmen neue Perspektiven im Welthandel eröffnen. Deswegen engagieren wir uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg.“

Markus Löttsch
Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Vorstandsmitglied des Marketingvereins



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil wir NÜRNBERGER sind.“

Hans-Peter Schmidt
Aufsichtsratsvorsitzender der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe und Kuratoriumsvorsitzender des Marketingvereins



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil in der Metropolregion „das Herz“ von Siemens schlägt. Hier haben unsere drei Sektoren Industry, Energy und Healthcare ihren Hauptsitz. Siemens hat sich nicht nur als größter Arbeitgeber in der Region, sondern auch als Großunternehmen vor Ort mit seinen vielfältigen Aktivitäten zu einem integralen Bestandteil der Gesellschaft entwickelt.“

Heinz Brenner
Leiter des Siemens Regionalreferates Erlangen/Nürnberg und dritter Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil es nach dem Motto der Metropolregion „Erforschen. Ideen aus Tradition“ auch für international agierende und innovative Unternehmen wie DATEV wichtig ist, ihre Wurzeln zu pflegen und über regional verankerte Netzwerke die Bekanntheit weit über die Region hinaus zu steigern.“

Prof. Dieter Kempf
Vorsitzender DATEV eG, Mitglied im Kuratorium des Marketingvereins



„Vor 75 Jahren in Nürnberg gegründet, sind wir inzwischen zum viergrößten Marktforschungsunternehmen der Welt angestiegen. Unserem Credo folgend „Die Stimme des Verbrauchers zum Klingen bringen“ wollen wir auch unsere Heimatregion zum Klingen bringen. Deswegen engagieren wir uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg.“

Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
Vorstandsvorsitzender der GfK SE, Mitglied im Kuratorium des Marketingvereins



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil wir in einem starken Netzwerk die Möglichkeit haben, unser Portfolio in seiner ganzen Vielfalt national auf einer professionellen Plattform zu kommunizieren und somit Kunden- und Kollegenkontakte bestmöglich zu multiplizieren. Davon kann man nur profitieren.“

Petra Strobl
Geschäftsführerin des Amberger Congress Centrum, Mitglied im Fachbeirat des Marketingvereins



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil die Sparkassen sich den Menschen, der Wirtschaft und den Kommunen in der Region seit jeher eng verbunden fühlen.“

Werner Schmiedeler
Obmann der mittelfränkischen Sparkassen



„Wir engagieren uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg, weil der Bezirk Mittelfranken mit seinen rund 3800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Mittelfranken Lebensqualität für Soziales, Gesundheit, Kultur, Bildung, Natur- und Umweltschutz und Jugendarbeit schafft und wir damit mit allen anderen Akteuren unsere Region zukunftsfähig machen.“

Richard Bartsch
Bezirkstagspräsident Mittelfranken, Mitglied im Kuratorium des Marketingvereins



„Innovationskraft und Unternehmertum brauchen ein kreatives und gut vernetztes Umfeld, in dem alle politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Akteure an einem Strang ziehen. Wir wollen, dass unser gemeinsamer Erfolg sichtbar wird und die besten Köpfe zu uns nach Nordbayern kommen, deswegen engagieren wir uns im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg.“

Dr. Bernd Rödl, WP/StB/RA
Geschäftsführender Partner und Gründer von Rödl & Partner, Mitglied im Kuratorium des Marketingvereins

PROJEKTE 2005 – 2011

Seit 2005 sind in den Fachforen, der Geschäftsstelle Metropolregion Nürnberg und dem Marketingverein der Metropolregion rund 60 Projekte erdacht, entwickelt und umgesetzt worden. Diese Projekte wären ohne die Metropolregion Nürnberg nicht in dieser Form entstanden und sicherlich nicht in diesem Tempo realisiert worden.

Dabei sind die Projekte sehr unterschiedlich:

Zu den Großprojekten gehört die Erweiterung des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg, der einmal deckungsgleich mit dem Gebiet der Metropolregion Nürnberg sein soll.

Dazu gehört der Wissenschaftstag, der seit 2007 jährlich wechselnd an einer anderen Hochschule in der Metropolregion stattfindet mit stetig steigenden Besucherzahlen (gut 1000 Teilnehmer 2010 in Bamberg).

Dazu gehört der EntdeckerPass der Metropolregion, der unter der Überschrift „Fernweh ganz nah“ den Reichtum unserer Kultur- und Naturlandschaften einfach und preisgünstig für die Einwohner der Region zugänglich macht.

Dazu gehören gemeinsame Messeauftritte auf der Leitmesse für Immobilien MIPIM in Cannes und der Expo Real in München – ein Projekt, das das Forum Wirtschaft und Infrastruktur verantwortet.

Dazu gehört die überregionale Anzeigenserie der Metropolregion 2009 mit einem Medienwert von ca. 750 000 €, die das Forum Marketing komplett über Sponsoring aus der Wirtschaft umsetzte.

Dazu gehören auch kleine, feine Projekte, wie die monatliche Auszeichnung des „Künstlers des Monats“ durch das Forum Kultur der Metropolregion und der Seepferdchen-Wettbewerb des Forums Sport.



1 2

1) TRANSEUROPAISCHES NETZ VERKEHR (TEN-V)

Die Europäische Metropolregion Nürnberg ist Knotenpunkt dreier vorrangiger Achsen des Transeuropäischen Verkehrsnetzes (TEN) für den Straßen-, Schienen- und Schiffsverkehr: TEN-Nr. 1, Schienenverkehrsachse Berlin – Palermo, Nr. 18, Binnenwasserstraße Rhein/Maas – Main – Donau und Nr. 22, Schienenverkehrsachse Nürnberg/Dresden – Athen/Constanza. Die EU fördert die Entwicklung der TEN in einem langfristig angelegten Schwerpunktprogramm. Ziel der optimierten Verkehrsinfrastruktur ist es, den Binnenmarkt zu stärken, grenzüberschreitende Verbindungen herzustellen und Randregionen anzugliedern. Das Forum Verkehr und Planung betreibt – in Kooperation mit dem Forum Wirtschaft und Infrastruktur – Lobbying im Hinblick auf die Realisierung dieser Achsen gegenüber der EU-Kommission in Bezug auf die Fortschreibung des TEN-V-Politics/Netzes und gegenüber dem Bund sowie dem Freistaat Bayern in Bezug auf Fortschreibung des Bundesverkehrswegeplans.

2) TEN-V NR. 22

Besonderes Augenmerk liegt auf der Realisierung des Transeuropäischen Netzes Verkehr (TEN-V), mit der vorrangigen Achse Nr. 22 (Nürnberg/Dresden – Athen/Constanza). Auf dieser Achse soll eine starke Ost-West-Verbindung im europäischen Schienenverkehr entwickelt werden, die das Rückgrat des Mittel-Süd-Ost-Europäischen Eisenbahnnetzes bildet. Im Rahmen einer Weiterentwicklung der TEN-V sollen zudem die beiden Bahnachsen TEN-V Nr. 17 (Paris – Strasbourg – Stuttgart – Wien – Bratislava) und TEN-V Nr. 22 zwischen Stuttgart und Nürnberg als Lückenschluss in eine „TEN-V Nr. 22 neu“ miteinander verknüpft werden.

Mit dem Streckenabschnitt Nürnberg – Marktredwitz/Bayreuth – Hof ist diese Achse auch Teil der Franken-Sachsen-Magistrale und Verbindungsglied mit der Metropolregion Mitteldeutschland.

3) ONLINE-MITFAHRZENTRALE

26 Landkreise und Städte haben am 14. Juli 2010 die Online-Mitfahrzentrale (MiFaZ) der Metropolregion Nürnberg gestartet. Damit stellen die teilnehmenden Städte und Landkreise ihren etwa 2,9 Mio. Bürgerinnen und Bürgern unter www.metropolregion-nuernberg.mifaz.de ein neues, kostenfreies Angebot zur Verfügung. Das Projekt einer Online-Mitfahrzentrale in der Metropolregion entsprang der Einsicht, Mobilität gemeinsam besser organisieren zu können. Die Vermittlung von Fahrgemeinschaften versteht sich dabei gerade in ländlichen Regionen nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung des ÖPNV-Angebots.

„Unserer Überzeugung folgend wieder eine echte Stadt-Land-Partnerschaft: Denn was beim öffentlichen Personennahverkehr schon lange gelungen ist, sollte doch auch beim Individualverkehr durch Bildung von Fahrgemeinschaften möglich sein!“

Simon Wittmann, Politischer Sprecher des Forums Verkehr und Planung der Metropolregion und Landrat des Landkreises Neustadt a.d. Waldnaab

4) GATEWAY-FUNKTION DER METROPOLREGION NÜRNBERG

Die Metropolregion Nürnberg hat aufgrund ihrer geografischen Lage, vor allem jedoch aufgrund der hervorragenden Verkehrsanbindung und -infrastruktur beste Voraussetzungen, um eine Gateway-Funktion in Richtung Süd- und Ost-Europa zu übernehmen. Dabei ist die weitere Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur insbesondere auf dem Schienenweg mit der Eisenbahnachse Nürnberg – Prag – Constanța (Schwarzes Meer) zentrale Voraussetzung. Das Forum Verkehr und Planung hat hierzu seine Fachexpertise eingebracht, die Gateway-Funktion fachlich untermauert und die Potenziale bewertet.



3

5) CHINA LANDBRIDGE

„ChinaLandbridge“ – so lautet der Projekttitel einer künftigen transkontinentalen Containerzug-Verbindung zwischen China (Beijing/Changping) und Deutschland (Nürnberg), deren technische und wirtschaftliche Machbarkeit durch eine Studie nachgewiesen wurde. Die „ChinaLandbridge“ stellt eine gute Ergänzung zu Luft- und Schiffstransporten zwischen Deutschland und China dar. Es scheint auf Basis des erhobenen Gütervolumens möglich, regelmäßig Containerzüge in beide Richtungen zu befrachten. Mit der „China Landbridge“ wird sich der Logistik- und Wirtschaftsstandort Metropolregion Nürnberg nicht nur als Gateway für Mittel- und Südosteuropa erweisen, sondern auch als Start- und Zielpunkt einer neuen Relation mit Asien.

„Die Realisierung der ChinaLandbridge ist eine enorme Herausforderung aller involvierten Partner und wird künftig die Verkehrs- und Logistikkompetenz der Metropolregion Nürnberg nachhaltig stärken.“

Harald Leupold, Fachlicher Sprecher des Forums Verkehr und Planung und Geschäftsführer der Hafen Nürnberg-Roth GmbH

6) FESTIVALHIGHLIGHTS

Eine Vielzahl von Festivals prägt das Bild der Metropolregion Nürnberg – als Erlebnis für die Besucher vor Ort und als Markenzeichen weit darüber hinaus. Deshalb hat sich das Forum Kultur die Aufgabe gestellt, die Metropolregion Nürnberg als Festivalregion zu etablieren. Eine Arbeitsgruppe setzte sich mit dem Begriff „Festival“ auseinander und hat Kriterien festgelegt, die ein Festival erfüllen muss: Es muss mehrtägig sein, regelmäßig wiederkehren und Alleinstellungsmerkmale aufweisen. Die Bestandsaufnahme ist abgeschlossen, eine Karte erstellt und ein Festivalkalender in Vorbereitung (vgl. S. 43).



DIE GRÜNEN SCHÄTZE
DER METROPOLREGION NÜRNBERG



9

7) KÜNSTLER DES MONATS

Um die künstlerisch-kreative Potenz der Region öffentlich sichtbar zu machen, wird seit Mai 2010 jeden Monat ein „Künstler des Monats“ aus der Metropolregion der Presse vorgestellt. So wird gezeigt, dass Kulturarbeit sich nicht nur auf die großen Zentren konzentriert, sondern sich bis in die ländlichen Gegenden erstreckt. Für die Auswahl des „Künstlers des Monats“ wurde eine Jury ins Leben gerufen, die sich aus Vertretern aus der gesamten Metropolregion zusammensetzt. Zur Gruppe der nominierbaren Künstler zählen Einzelpersonen, Paare und Gruppen, die professionell oder semiprofessionell im Kunstsektor tätig sind. Die Ausgezeichneten erhalten keine Geldbeträge, sondern eine Laudatio, die ihre Leistungen vor Medienvertretern verdeutlicht (vgl. S. 42).

8) „METROPOLREGION IM GRÜNEN“ – VERNETZUNG DER NATURPARKE

Unter dem Motto „Metropolregion im Grünen“ stellen sich die 10 Naturparke der Metropolregion Nürnberg gemeinsam dar. Eine Wanderausstellung macht Lust auf Entdeckungsreisen zu den „Grünen Schätzen der Metropolregion“. Wie vielfältig die Landschaften und Erlebnismöglichkeiten sind, davon handelt eine begleitende Broschüre. Weitere Informationen unter www.metropolregion-im-gruenen.de

„Herrliche Wanderungen durch urwüchsige Natur oder Kanufahrten auf idyllischen Flüssen, Kräutelerlebnis in Bauerngärten oder kulturelle Highlights – die zehn Naturparke in der Metropolregion Nürnberg bieten unendlich Möglichkeiten für Naherholung und Kurzurlaub quasi vor der Haustüre.“

Dr. Karl Döhler, Sprecher des Projekts „Metropolregion im Grünen“, Landrat Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge

9) AUSWEITUNG DES VGN AUF DIE GESAMTE METROPOLREGION NÜRNBERG

Der gemeinsame Tarif- und Verkehrsverbund ist in Stadt und Land gleichermaßen für die Bürger der wohl täglich erfahrbarste Vorteil der Metropolregion. Nach mehreren Verbundraumerweiterungen (z. B. ab 1. Januar 2010 Stadt und Landkreis Bamberg und Bayreuth, ein Teil des Landkreises Haßberge) umfasst das Verbundgebiet den Kernraum der Metropolregion Nürnberg. Bis Dezember 2010 wurde auch das S-Bahnnetz der Metropolregion massiv erweitert. Mit 224 Kilometern und mehr als 80 S-Bahn-Stationen ist es dreimal so groß wie zu Beginn des Jahres 2010. Der VGN zählt flächenmäßig zu den größten Verkehrsverbünden in Deutschland – und er soll weiter wachsen. Das Verbundgebiet umfasst rd. 14 000 km² mit 2,6 Mio. Einwohnern, 7 kreisfreien Städten, 14 Landkreisen und einem Zweckverband.

„Unser Ziel ist klar: Deckungsgleichheit zwischen Metropolregion Nürnberg und VGN zu erreichen. Damit wird die Metropolregion buchstäblich erfahrbar.“

Wolfgang Baumann, Geschäftsführer des Forums Verkehr und Planung der Metropolregion und Bau- und Planungsreferent der Stadt Nürnberg.

10) FOTO-SZENE METROPOLREGION

Das Forum Kultur, die Deutsche Gesellschaft für Photographie und die Galerie Treppenhaus geben der regen Fotoszene in der Metropolregion Nürnberg durch regelmäßige Ausstellungen einen förmlichen Rahmen. Das Projekt leistet einen Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit für die Fotografen der Metropolregion Nürnberg. In der ersten Ausstellung vom 24. April – 19. Juni 2009 zeigten 80 Fotografen aus der gesamten Metropolregion ihre Werke. Mit insgesamt 168 Bildern stellten sie das breite Spektrum ihres fotografischen Schaffens vor.

11) FAMILIENBEWUSSTE PERSONALPOLITIK – FAMILIENFREUNDLICHE WIRTSCHAFTSREGION

Unter dem Dach des Projektteams „Familienbewusste Personalpolitik“ konnte die Geschäftsstelle des Forums „Wirtschaft und Infrastruktur“ das Pilotprojekt „Europäische Metropolregion Nürnberg auf dem Weg zur familienfreundlichsten Wirtschaftsregion Deutschlands“ akquirieren. Unter anderem wurde in dem Kooperationsprojekt mit dem Bundesfamilienministerium und der Bertelsmann Stiftung Ende Juli 2010 der Unternehmenswettbewerb „Mehrwert Familie 2010“ gestartet. Mit dem Wettbewerb wurden Arbeitgeber im Februar 2011 prämiert, die – unabhängig von Unternehmensgröße und vorhandenen Organisationsstrukturen – innovative Maßnahmen zu Familienfreundlichkeit umgesetzt haben. Diese dienen dann im Rahmen des Projektes als „Gute Beispiele“ und Vorbilder für andere Unternehmen.

12) HAUPTSCHUL-POWER

Ungenutzte Potenziale junger Menschen zu wecken, ihr Selbstbewusstsein zu stärken und junge Menschen für einen Ausbildungsplatz zu qualifizieren, ist das Ziel des Projekts „Hauptschul-Power“. Ein knappes Dreivierteljahr lang arbeiten die Jugendlichen ein Wochenende im Monat an einem Thema und lernen ein konkretes Berufsbild kennen. Im Herbst 2010 startete bereits die vierte „Staffel“ mit insgesamt 100 Teilnehmer/innen. Mehr Informationen unter www.hauptschul-power.de. Hauptschul-POWER ist ein Projekt der defacto.stiftung in Erlangen, Realisierungspartner ist das Hubert Schwarz Zentrum.

13) „IMMOBILIEN-REGIONALSERVICE“

Der Immobilien-Regionalservice unterstützt kostenlos Unternehmen aus der Metropolregion Nürnberg bei der Immobiliensuche für ihre Mitarbeiter. Der Regionalservice ist zentrale Anlaufstelle für die Vermittlung von Immobilien der insgesamt 14 kommunalen, kirchlichen, genossenschaftlichen und freien Wohnungsunternehmen mit einem Bestand von über 57 000 Wohneinheiten, die sich im Arbeitsteam „Wohnen in der Metropolregion Nürnberg“ zusammengeschlossen haben. Nähere Informationen unter: www.immobiliien-regionalservice.de.

14) MESSEKONZEPT

Es wurde ein Konzept zur stärkeren Nutzung von Messen für die Image- und Standortwerbung erarbeitet. Das Messekonzept beinhaltet einen abgestimmten Messekalendar für die Metropolregion, um die Außendarstellung national und international zu stärken. Die Haushaltssituation erhöht die Notwendigkeit, sich auf einige wenige Veranstaltungen zu konzentrieren bzw. neue Wege zu beschreiten. Schwerpunkte sind die Gewerbeimmobiliemessen MIPIM, Cannes und Expo Real, München und internationale Auftritte auf der China Hi-Tech Fair in Shenzhen. Der Messeplatz Nürnberg wird bei der START Messe für Existenzgründer aktiv genutzt.



12



13



10

15) MESSEAUFTRITT DER METROPOLREGION NÜRNBERG AUF DER MIPIM UND DER EXPO REAL

Auf der internationalen Leitmesse für Gewerbeimmobilien MIPIM in Cannes (F) präsentierte die Europäische Metropolregion Nürnberg vom 8. – 11. März 2011 zum fünften Mal in Folge den Vertretern von Unternehmen des Immobilien- und Finanzsektors ihre Standort-Potenziale.

Die zentralen Themen in 2011 waren die nachhaltige Stadtentwicklung und die Logistikkoooperation der Metropolregion Nürnberg, mit der neue Wege in die Zukunft erschlossen werden sollen.

Der Messeauftritt in Cannes ist inzwischen fester Bestandteil des internationalen Standortmarketings der Metropolregion Nürnberg geworden.

„Die Präsentation vor internationalem Fachpublikum lenkt viel Aufmerksamkeit auf Nürnberg. Zudem hat sich die MIPIM zu einer Quelle neuer Tendenzen und Strömungen in der Immobilien- und Finanzwirtschaft entwickelt. Durch unsere Teilnahme können wir diese mitgestalten und Erfahrungen einbringen. Das steigert unser Ansehen national und international deutlich.“

Dr. Roland Fleck, Geschäftsführer des Forums Wirtschaft und Infrastruktur, Berufsmäßiger Stadtrat und Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg

Zum 11. Mal war Nürnberg auch mit einem Gemeinschaftsstand auf der größten Fachmesse für Gewerbeimmobilien Europas, der EXPO REAL in München, vertreten. 18 Partner aus der Metropolregion präsentierten 2010 dem internationalen Teilnehmerfeld auf einem 210 qm großen Messestand gemeinsam ihre Projekte und Potenziale. Als Unternehmen waren in 2010 am Stand dabei: alpha Projektentwicklung, aurelis Real Estate, KIB Projekt, Kochinvest, P&P Gruppe Bayern, Rödl & Partner Immowert, S-Group TenBrinke, Siemens Technopark, Sontowski & Partner, Sparkasse Nürnberg, W.I.V. Exclusivbau Bau-träger GmbH, wbg Nürnberg und die Firma Zapf aus Bayreuth. Kommunale Partner am Gemeinschaftsstand waren die Städte Erlangen, Fürth, Nürnberg, Schwabach und Weiden (i. d. OPf.).

16) BEWEGUNGSFÖRDERUNG – „SCHWIMMEN FÜR ALLE“

In der Metropolregion Nürnberg sollen alle Schülerinnen und Schüler nach Verlassen der Grundschule schwimmen können. Dazu wird ein Wettbewerb an Grund- und Förderschulen ausgelobt, der den Erwerb von möglichst vielen Seepferdchen prämiiert. Außerdem werden im schulischen Schwimmunterricht junge Assistenten zur Verfügung gestellt, die im Rahmen eines freiwilligen sozialen Jahres (FSJ) bei den Schwimmkursen unterstützen. Sie sollen zunächst an 10 Standorten in der Metropolregion zum Einsatz kommen. Sie arbeiten bei einem Sportverein, der die Hälfte der Kosten trägt. Partner sind DLRG und Wasserwacht. Firmen sollen als Sponsoren gewonnen werden.



11



16



Foto: ERM-Forum Sport

Erlanger Grundschulkinder beim Startschuss des Projekts Seepferdchen im Freizeitbad Atlantis



WaBe

Wachstum & Beschäftigung



Foto: KonzeptQuartier® GmbH

17

17) LEITBILD WACHSTUM UND BESCHÄFTIGUNG (WABE)

Seit 2007 befasste sich ein gemeinsames Projektteam der Foren Wissenschaft und Infrastruktur unter Federführung der IHK Nürnberg für Mittelfranken mit der Erarbeitung eines Leitbildes für nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung der Europäischen Metropolregion Nürnberg (Leitbild WaBe). Im Leitbild werden die Stärken der Metropolregion in den aussichtsreichsten Zukunftsfeldern identifiziert, um sie im globalen Wettbewerb durch Bündelung der regionalen Kräfte bestmöglich zu entwickeln. Nach Verabschiedung durch den Rat der Metropolregion wurde das Leitbild WaBe im Rahmen eines Festaktes im Erlanger Schloss am 5. Februar 2010 feierlich unterzeichnet. Ein Projektteam erarbeitet Vorschläge für die Umsetzung.

18) VERSTÄRKER MUSIK-CONVENTION

Die Musikmesse „Verstärker“ ist eine Convention für die Populärmusikszene in der Metropolregion Nürnberg. Sie bildet eine Plattform für Musiker, Musikschaffende, Labels, Veranstalter, Booker, Verlage, Musikjournalisten und Kreative aus dem Bereich der metropolregionalen Musikszene sowie Musikindustrie. Sie soll auch ein Forum bieten, um Informationen zu beziehen, direkte Kontakte zu knüpfen, Netzwerke zu schaffen und interregionale Musikstrukturen zu stärken. Nach dem erfolgreichen Start im Jahr 2008 soll sie im zwei- bis dreijährigen Turnus zu einem Haupttreffpunkt und Kommunikationsforum der Musikszene werden.

19) ORIENT-MANAGER

In Kooperation mit den Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gGmbH, der TrappNetworks Unternehmensberatung und dem Arabischen Museum Nürnberg e.V. initiierte die Geschäftsstelle des Forums Wirtschaft und Infrastruktur ein Konzept zur Qualifizierung im Bereich interkulturelle Kompetenzen für den Orient. Zielgruppe sind vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen aus der Metropolregion.



18

20) QUALIFIZIERUNG VON EINZELHÄNDLERN IN LÄNDLICHEN RÄUMEN ESF-PROJEKTE FÜR DIE METROPOLREGION NÜRNBERG

Unter dem Dach des Arbeitsteams „ESF-Projekte für die Metropolregion Nürnberg“ wurden mehrere Projekte mit Unterstützung des Europäischen Sozialfonds (ESF) akquiriert. Unterstützt und begleitet werden diese Projekte von Vertreter/innen der beteiligten Gebietskörperschaften. Die Durchführung liegt bei der Projektagentur IMPULSE GmbH (Dortmund und Nürnberg). Das Projekt „Qualifizierung von Führungskräften und Beschäftigten von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben in Mittelstädten der ländlichen Räume der Europäischen Metropolregion Nürnberg“ verzeichnete seit 2008 mit insgesamt 200 Teilnehmern, darunter 74 Führungskräfte und 126 Mitarbeiter/innen, einen unerwartet großen Zulauf. Auf Grund dieses Erfolges konnten zwei Anschlussprojekte erfolgreich beim Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Frauen eingeworben werden: Metro II „Touristen als Käufer gewinnen – ein Projekt für den Einzelhandel in den ländlichen Räumen der Metropolregion Nürnberg“ und Metro III „Qualifizierung der Fach- und Führungskräfte von Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen im ländlichen Raum der Metropolregion Nürnberg“.



22

21



21) STUDIE „KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DER METROPOLREGION NÜRNBERG“

Erstmals erarbeiteten die Foren Wirtschaft und Infrastruktur sowie Kultur einen Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht für die Metropolregion Nürnberg. Damit erweitert die Metropolregion Nürnberg ihre strategische Ausrichtung „Heimat für Kreative“ um den Wirtschaftsbereich der Künstler, Kulturschaffenden und Kreativen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft erweist sich als wichtige Quelle für originäre Innovationsideen. Dies spiegelt sich auch in den überdurchschnittlichen Wachstumsraten in mehreren Teilbereichen der metropolregionalen Kultur- und Kreativwirtschaft wider. Dies ist wichtig, weil ein attraktives, kreatives und kulturelles Angebot Einfluss auf die Arbeits- und Standortwahl sowohl hochqualifizierter Personengruppen als auch innovativer Unternehmen hat. Mit diesem Bericht unterstreicht die Metropolregion Nürnberg, dass sie es ernst meint mit ihrem Anspruch und ihrer strategischen Ausrichtung, „Heimat für Kreative“ zu sein.

Allianz gegen Rechtsextremismus in der Metropolregion Nürnberg



Handlungsprogramm

23

22) SCIENCE CENTER

In Bayern existiert bisher keine ständige Einrichtung, die Wissenschaft öffentlich populär veranschaulicht. Die Foren Wissenschaft und Wirtschaft und Infrastruktur bündeln vorhandene Aktivitäten in der Region und motivieren Unternehmen und Wissenschaftler, einen solchen publikumswirksamen Anziehungspunkt in der Metropolregion zu errichten. 2010 gründete sich ein Förderkreis „Bayerisches Science-Center in der Metropolregion Nürnberg“, um eine gemeinsame Plattform für die Aktivitäten zur Etablierung eines „Science Centers“ in der Region zu schaffen. Der Verein übernimmt folgende Aufgaben: Werbemaßnahmen sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Verein, Einwerbung finanzieller Mittel sowie die Erarbeitung einer Machbarkeitsstudie für ein Science Center in der Region.

23) ALLIANZ GEGEN RECHTSEXTREMISMUS

Die Kommunen und weitere Akteure nutzen die Governance der Metropolregion Nürnberg, um gemeinsam eine Allianz gegen Rechtsextremismus aufzubauen. Der Stadt Nürnberg kommt hier eine starke symbolische Funktion zu, die sie durch ein Menschenrechtsbüro und die Vergabe eines Internationalen Menschenrechtspreises seit 1995 aktiv ausfüllt. In der Allianz gegen Rechtsextremismus tauschen die Kommunen ihre Erfahrungen aus, unterstützen sich durch Beratung und haben ein gemeinsames Handlungsprogramm erarbeitet. Darin enthalten sind konkrete Vorschläge, was Städte, Gemeinden und bürgerschaftliche Initiativen gemeinsam gegen die verfassungsfeindliche Agitation rechtsextremistischer Parteien und Gruppen tun können, und in dem auch die Präventionsarbeit eine wichtige Rolle spielt.

24) ZEITARBEIT UND ARBEITSMARKT IN DER METROPOLREGION NÜRNBERG

Unter Federführung der Regionaldirektion Bayern der Bundesagentur für Arbeit beschäftigt sich ein Projektteam des Forums „Wirtschaft und Infrastruktur“ mit den Themen Zeitarbeit und Arbeitsmarkt in der EMN. Unter anderem wurde ein „Qualitätssiegel Zeitarbeit“ im Projektteam diskutiert. Aufgrund der Einführung eines Mindestlohnes in der Zeitarbeitsbranche durch die Bundesregierung und einer damit verbundenen bundesweiten Vereinheitlichung ist dieses Thema allerdings nicht mehr regional spielbar. Viele der Überlegungen des Projektteams gingen aber in die Überlegungen der Bundesregierung mit ein. Aktuell wird als neuer Schwerpunkt das Thema Fachkräftebedarf beleuchtet und bearbeitet.

FLAME
material _ innovation _ future

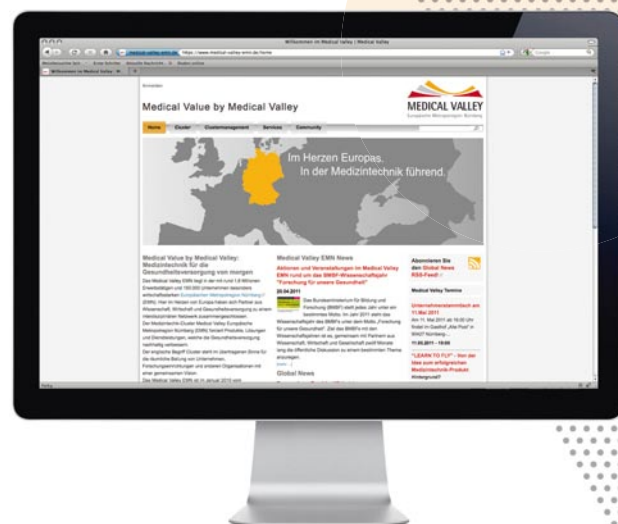
CENTRAL
EUROPE
COOPERATING FOR SUCCESS.

EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

26



28



MEDICAL VALLEY
Europäische Metropolregion Nürnberg

25) LOGISTIKKOOPERATION METROPOLREGION NÜRNBERG

Größere Logistikstandorte in der Metropolregion Nürnberg sollen besser vernetzt werden, um die Chancen im Wettbewerb der europäischen Logistikregionen zu verbessern. Die Vernetzung und Vertiefung der Zusammenarbeit zwischen den Städten, Gemeinden und Gemeindeverbänden in der Metropolregion soll durch die Schaffung eines zweckdienlichen Städte- und Gemeindefeldes „Logistik in der Metropolregion Nürnberg“ erfolgen.

26) EU-PROJEKT FLAME

Mit dem EU-Projekt FLAME (Future Laboratory for the Diffusion and Application of Innovation in Material Science and Engineering) wird ein Zukunftslabor für Anwendungen in der Materialwissenschaft mit ca. 2,5 Mio. € aus dem Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) der Europäischen Union gefördert. Im Projekt sind elf Länder in Zentral-Europa beteiligt. Ziel ist es, die regionale – auch im Entwicklungsleitbild festgeschriebene – Kompetenz in Neuen Materialien in ein übernationales Netzwerk einzubringen und Wachstum auf diesem Feld zu generieren. Die Metropolregion Nürnberg partizipiert als einzige Modellregion Deutschlands an FLAME. Die IHK Nürnberg für Mittelfranken und das Forum Wissenschaft planen umfangreiche Entwicklungsmaßnahmen.

27) INTERNATIONALES JAHR DER ASTRONOMIE 2009 IN DER METROPOLREGION NÜRNBERG

Weltweit haben im „Internationalen Jahr der Astronomie“ 2009 Amateur-astronomen, Wissenschaftler und Lehrer Interesse und Begeisterung für Astronomie geweckt. Allein in der Metropolregion Nürnberg wurden bei über 1000 Veranstaltungen fast 300 000 Interessierte gezählt. Das Forum Wissenschaft hatte zur Unterstützung eine Geschäftsstelle im Projektbüro Kulturidee eingerichtet.

Zum Auftakt erhielt Professor Harald Lesch im Planetarium den Preis der Nürnberger Astronomischen Gesellschaft verliehen. Größtes gemeinsames Projekt war die Wanderausstellung „Astronomie in der Metropolregion Nürnberg – Geschichte, Forschung und Volkssternwarten“, die das ganze Jahr über durch 22 Städte tourte. Bundesweites Highlight war das Wissenschaftstheater „SCIENCE-Fiction: Die KeplerKonferenz“, in der vier Außerirdische die Leistungen Johannes Keplers würdigten.

28) SPITZENCLUSTER MEDICAL VALLEY

Im Spitzenclusterwettbewerb des Bundesforschungsministeriums hat sich im Februar 2010 das Medical Valley Metropolregion Nürnberg mit seinem Antrag „Exzellenzzentrum für Medizintechnik“ in einem hochkompetitiven Feld von Mitbewerbern durchgesetzt. Es fließen mehr als 80 Mio. € in die Metropolregion Nürnberg. Die bereits vorhandene Weltmarktsitzenposition der in der Region beheimateten Unternehmen soll gesichert und weiter ausgebaut werden. Die Projekte von Industrieunternehmen und deren Forschungspartnern ermöglichen die Entwicklung innovativer Technologien, Produkte und Dienstleistungen, die die Gesundheitsversorgung deutlich verbessern werden. Dabei gilt es, alle potenziellen Partner zu integrieren und Methoden aus der Medizintechnik, der Gesundheitsversorgung und der Gesundheitsökonomie zu vernetzen.

29) STERNFAHRT

Die Bevölkerung der Metropolregion Nürnberg wird aufgerufen, sich an einem Tag im Jahr zu einem vorgegebenen Ort hinzubewegen. In diesem touristisch interessanten Ort findet eine zentrale Veranstaltungsfeier mit Bühne und attraktiven Aktionen statt. Das Ziel kann auf verschiedene Arten (zu Fuß, Inlineskate, Fahrrad) erreicht werden, Hauptsache mit Muskelkraft. Die erste Sternfahrt ist für Sommer 2012 geplant.

30) VDI-TECHNIKMEILE

Die VDI-Technikmeile ist eine zweitägige Veranstaltung, die den Bewohnern der Metropolregion Nürnberg Interesse und Faszination für Technologie vermitteln soll. Sie findet seit 2004 im zweijährigen Turnus in der Nürnberger Fußgängerzone zwischen Lorenzkirche und Jakobsplatz statt. Unternehmen aus dem gesamten Nordbayerischen Raum beteiligten sich an dieser Veranstaltung.



30

31) JÄHRLICHER WISSENSCHAFTSTAG DER METROPOLREGION

Der jährliche Wissenschaftstag ist eine der größten Veranstaltungen der Metropolregion Nürnberg, zu der Personen aus dem Bereich Wissenschaft, Wirtschaft, Bildung, Politik und Gesellschaft zusammenkommen, um standortrelevante, wissenschaftsbezogene und am Leitbild orientierte Themen zu diskutieren. Wechselnde Gastgeber waren bisher die Hochschulstandorte Nürnberg „Vernetzte Kompetenzen“ (2007), Bayreuth „Zwischen Campus und Markt“ (2008), Amberg „Grenzenlos Wissen: Von der Region in die Welt“ (2009) und Bamberg „Alles für den Menschen“ (2010). Im Jahr 2011 stand der Wissenschaftstag in Ansbach unter dem Motto „Mensch – Natur – Technik: Für unsere Welt von morgen“. Der Wissenschaftstag hat sich mittlerweile zu einer wichtigen Plattform für den Technologietransfer entwickelt und zieht nicht nur Besucher aus dem näheren Umkreis an, sondern trägt das innovative Image der Metropolregion über ihre Grenzen hinaus.

„Es werden auf dem Wissenschaftstag viele Kontakte geknüpft, zwischen der Wissenschaft und der Wirtschaft. Auch die Wirkung innerhalb der Metropolregion ist hervorragend: endlich trifft man wieder wen und kann sich austauschen – denn Wirtschaft findet ja auch nicht allein statt.“

Wolfgang Dandorfer, Politischer Sprecher des Forums Wissenschaft

„Das Feedback zu den vergangenen Wissenschaftstagen ist äußerst positiv. Die Veranstaltungen waren sehr fruchtbar und es gibt auch tatsächlich ganz neue Verbindungen und Netzwerke.“

Horst Müller, Geschäftsführer des Forums Wissenschaft

„Wir haben den Wissenschaftstag aus dem Forum Wissenschaft heraus entwickelt, weil wir die Metropolregion Nürnberg nicht nur als Wirtschafts- und Kulturregion sehen, sondern auch als Wissenschaftsregion bekannt machen wollen.“

Prof. Karl-Dieter Gröske, Fachlicher Sprecher des Forums Wissenschaft

„Der Wissenschaftstag ist deshalb wichtig, weil er nach außen trägt, dass sich die Zukunft eben in der Wissenschaft entscheidet. (...) Die Universitäten in Nordbayern sind wirklich sehr gut aufgestellt, da ist eine Dynamik drin, das fasziniert!“

Dr. Wolfgang Heubisch, Bayerischer Wissenschaftsminister

32) STÄRKUNG DES FREIZEIT- UND NAHERHOLUNGSTOURISMUS

Die Förderung des Freizeit- und Naherholungstourismus innerhalb der Metropolregion Nürnberg ist oberstes Ziel des Forum Tourismus. Dabei sollen Bürger der Metropolregion und Gäste vor Ort motiviert werden innerhalb der Metropolregion Reisen zu unternehmen und die Region zu entdecken. Mit den Tourismusbörsen „fernweh ganz nah“ wurde ein Instrument zur Förderung des Binnentourismus entwickelt, das weit über die Information hinaus geht und die Region erlebbar macht: der EntdeckerPass.



wt wissen schaftstag metropolregion nürnberg



31

fernweh ganz nah in der metropolregion nürnberg

32



entdecke die metropolregion nürnberg

KOMMEN. STAUNEN. LIEBEN.

Der EntdeckerPass:
Ihre Eintrittskarte zu großen und kleinen Top-Freizeiteinrichtungen in der Metropolregion

Mehr in vielen Tourist-Infos, Rathäusern und Landratsämtern in der Metropolregion sowie unter www.entdeckerpass.com oder unter der Hotline 0921 / 802 576

Gültig für ein Kalenderjahr
Inkl. 1 x VGN

Gefördert durch die Sparkasse
Gut für die Metropolregion.

33

33) ENTDECKERPASS

Die Metropolregion Nürnberg zeichnet sich durch Ihre außerordentlich hohe Lebensqualität aus, die sich auch in ihrem attraktiven Freizeitangebot widerspiegelt. Der EntdeckerPass bündelt die vielfältigen touristischen und kulturellen Naherholungs- und Freizeitangebote der Region und macht sie für Jung und Alt erlebbar. Seit Sommer 2010 ermöglicht der EntdeckerPass allen Einheimischen und Gästen freien bzw. ermäßigten Eintritt bei rund 100 teilnehmenden Leistungsträgern. Unter www.entdeckerpass.com sind alle Vorteile dieser neuen Freizeitkarte aufgeführt, die ihren Beitrag zur Steigerung des Regionalbewusstseins der Bevölkerung leisten wird.

34) TAGUNGS- UND KONGRESSWESEN

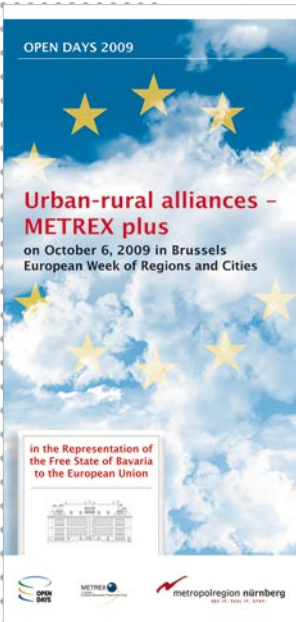
Eine gemeinsame Internetseite www.emn-tagen.de vernetzt das Angebot von Seminar- und Tagungshäusern und Kongresszentren in der Metropolregion Nürnberg. Mehrere Kongresszentren, Stadthallen, historische Gebäude sowie über 100 Hotels bieten Tagungskapazitäten in jeder gewünschten Größe – vom kleinen Kreis mit fünf Personen bis hin zum Großkongress mit 5000 Teilnehmern. Gemeinsame Weiterbildungsangebote für das Personal der Häuser z. B. in den Bereichen „Schwierige Gesprächssituationen im Kundenkontakt“ und „Beschwerdemanagement“ unterstützen bei der Professionalisierung der Arbeit.

35) MEGA-GEWERBEFLÄCHEN

Das Projektteam „Mega-Gewerbeflächen“ hat eine Übersicht über größere Gewerbeflächenpotenziale erarbeitet. Bei potenziellen Anfragen beschäftigungsintensiver Großansiedlungen mit mehr als 100 ha will man so rasch reagieren können. Die flächenmäßig interessanten Standorte mit einer Größe von mehr als 100 ha befinden sich überwiegend im Randbereich der Metropolregion Nürnberg. Drei bis vier Flächen können für eine Ansiedlung in einem kürzeren Zeitraum entwickelt werden, weil zumindest für einen Kernbereich die gewerbliche Nutzung gesichert ist.



34



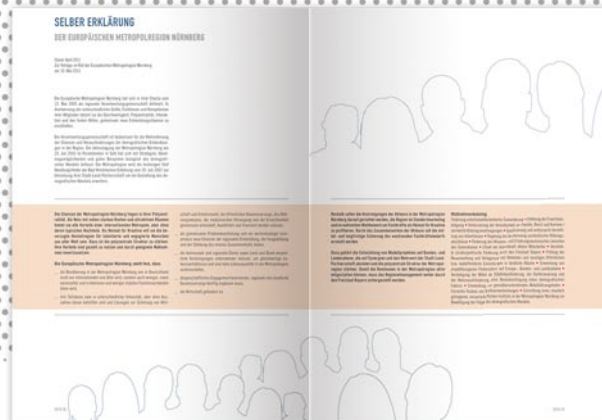
37



Foto: Ralf Scheibauer, Stadt Nürnberg



Foto: KonzeptQuartier © Siroff



36) NACHWUCHSFÖRDERUNG LEISTUNGSSPORT

In der Metropolregion Nürnberg sind die strukturellen Grundlagen für eine erfolgreiche Förderung des Jugend- und Nachwuchssportleistungssports grundsätzlich gegeben. Durch eine enge, verbesserte Verzahnung der Leistungssportpartner (OSP Regionalzentrum Nord, Bertolt-Brecht-Schule, Sportinternat „Sankt Paul“, Sportorganisationen und -vereine, kommunale Sporteinrichtungen) sollen talentierte Nachwuchssportler zukünftig noch optimaler unterstützt werden.

37) EUROPA-AUFTRITTE BEI DEN OPEN DAYS 2009 IN BRÜSSEL

Bei den Open Days 2009 in Brüssel hat die Geschäftsstelle der Metropolregion einen Auftritt des Netzwerks Urban-Rural-Alliances METREX plus koordiniert und vorbereitet. Das zentrale Thema „Stadt-Land-Partnerschaft“ und die konkreten Erfahrungen in der Metropolregion Nürnberg konnten so auf europäischer Ebene bespielt werden. Der Auftritt hat eine starke Resonanz auf dem europäischen Parkett ausgelöst. Rund 850 Teilnehmer aus 31 Ländern besuchten die vier Veranstaltungen in der Bayerischen Landesvertretung. Zwei Workshops befassten sich mit den Themenfeldern „Energie“ und „Trans-europäische Verkehrsnetze“. Eine prominent besetzte Runde unter Leitung des Ratsvorsitzenden der Metropolregion, Dr. Ulrich Maly, beschäftigte sich mit der Strukturpolitik nach 2013.

38) STUDIE ARBEITSORIENTIERTE INTERVENTIONS- UND GESTALTUNGSSPIELRÄUME IN DER METROPOLREGION NÜRNBERG

In einem von der Hans-Böckler-Stiftung geförderten Forschungsprojekt des IMU-Institut für Medienforschung und Urbanistik GmbH München wurden arbeitsorientierte Interventions- und Gestaltungsspielräume in der Metropolregion Nürnberg sowie in anderen deutschen Metropolregionen ausgelotet. Ein Ergebnis der Untersuchung war, dass die Möglichkeiten der Gewerkschaften und der Arbeitnehmerverbände zur Beteiligung bei Projekten der Metropolregion Nürnberg vergleichsweise gut sind.

39



39) JAHRESTAGUNGEN DER EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG

Um die Stärken ländlicher Räume anschaulich und ihre Chancen greifbar zu machen, veranstalteten die Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. und die Metropolregion Nürnberg am 17. Mai 2006 in Schloss Theuern die Konferenz „Ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg Stärken – Chancen – Potenziale“. Im Folgejahr fand am 20. Juli 2007 in Bad Windsheim die zweite Jahrestagung zum Thema „Stärken stärken – ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg“ statt. Dort wurde die sogenannte Bad Windsheimer Erklärung vorbereitet. Dieses strategisch-politische Grundsatzpapier bestätigt die Gültigkeit des Prinzips der Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse und rückt die Verflechtung von städtischen und ländlichen Räumen als Chance in den Vordergrund.

Am 23. Juli 2010 kamen rund 200 Teilnehmer zur Jahrestagung „Demografischer Wandel – Strategien und gute Beispiele in der Metropolregion Nürnberg“ ins Porzellanikon nach Selb. Die Teilnehmer aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft aus der gesamten Metropolregion haben im Rahmen der Tagung Strategien und Lösungswege im Umgang mit dem demografischen Wandel erarbeitet. Die Ergebnisse münden in die sogenannte „Selber Erklärung“, die Forderungen und Handlungsnotwendigkeiten auf kommunaler, regionaler, Landes- und Bundesebene stellt.

40) REGIONALKAMPAGNE ORIGINAL REGIONAL – PARTNERGEWINNUNG, NETZWERKAUFBAU UND FACHLICHER AUSTAUSCH

Die Regionalkampagne „Original Regional“ forciert Maßnahmen zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Es wird eine Plattform zur Verfügung gestellt, die durch eine Dachmarke und gemeinsame Marketingmaßnahmen ein Mehr an Aufmerksamkeit erzeugt. Weiterhin bietet die Regionalkampagne eine Plattform für den fachlichen Austausch zwischen den teilräumlichen Initiativen und für gemeinsame Projekte. In Facharbeitskreisen und bei Fachtagungen wird die inhaltliche Arbeit gemeinsam voran gebracht. Gefördert als Modellvorhaben der Bundesraumordnung wurde ein organisatorischer Rahmen entwickelt: Ein Lenkungsgremium trifft strategische Entscheidungen und akquiriert Mittel für einen Projektpool. Inzwischen sind 21 Regionalinitiativen Partner der Regionalkampagne.



41) REGIONALKAMPAGNE ORIGINAL REGIONAL – ÖFFENTLICHE AUFTRITTE MIT FERNWEH GANZ NAH

Regionale Produkte und Dienstleistungen erfüllen im Bereich Regionalentwicklung in mehrfacher Hinsicht eine wichtige Rolle: Neben der unmittelbaren wirtschaftlichen Bedeutung (Wertschöpfung, Arbeitsplätze) haben sie eine hohe identitätsstiftende Bedeutung und machen letztlich die Lebensqualität einer Region aus. Mit einem Lobbying für regionales Catering bei eigenen Veranstaltungen, Info-Ständen im Rahmen der Tourismusbörsen „fernweh ganz nah“ und öffentlichkeitswirksamen Auftritten wird für „original regionale“ Produkte geworben. Das Marketing für Original Regional, wie z. B. beim Web-auftritt www.original-regional.info, Messeauftritten sowie bei der Erstellung von Materialien und Kommunikationsmitteln erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Marketingverein der Metropolregion.

42) REGIONALKAMPAGNE – STRATEGIEN / LEITLINIEN

Die Arbeit in der Regionalkampagne „Original Regional“ basiert auf Leitlinien, die vom Lenkungsgremium Regionalkampagne und den seit Beginn beteiligten Regionalinitiativen gemeinsam entwickelt und festgelegt wurden. Die Einhaltung der Leitlinien dient als Aufnahmebedingung für neue Initiativen. Die strategische Ausrichtung der Regionalkampagne wird regelmäßig evaluiert und neu justiert. So wurde die Einhaltung der Gentechnikfreiheit durch eigene Erhebungen, die Aufstellung von Lieferlisten und gute Umsetzungsbeispiele für die Partner erleichtert.



Foto: EMN / D. Garsler



Foto: Zeilinger (Geschäftsführer)

40

41

42

43) CONSUMENTA-AUFTRITTE „ORIGINAL REGIONAL“

Als größte Verbrauchermesse in der Metropolregion Nürnberg deckt die Consumenta mit ihrem Einzugsbereich deren gesamtes Gebiet ab. Seit 2009 präsentiert sich „Original Regional“ wieder jährlich auf der Consumenta. Auf dem großzügigen Gemeinschaftsstand laden die Partner der Regionalkampagne zur Verkostung ein: Das Angebot reicht dabei von regionalem Käse oder heimischen Wurstwaren über Eiscreme und verschiedenen Obst-säften bis hin zu den berühmten fränkischen Spirituosen. Naturkosmetik sowie Fell- und Filzprodukte aus der Metropolregion zeigen, dass sich das „Original Regionale“ Warenangebot längst nicht mehr auf Lebensmittel be-schränkt.

44) STADT-LAND-PARTNERSCHAFT

Schon seit ihrer Gründung hat sich die Metropolregion Nürnberg als Stadt-Land-Partnerschaft etabliert. In der Metropolregion arbeiten städtische und ländliche Räume als gleichwertige Partner zusammen. Die Region ist inzwi-schen auf Bundes- und europäischer Ebene für diesen Ansatz bekannt. In einem Modellvorhaben der Bundesraumordnung (MORO) wurde in konkreten Projekten gezeigt, wie eine Stadt-Land-Partnerschaft in der Praxis funk-tionieren kann. Das Modell überzeugt: Seit Herbst 2010 fördert das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie eine Kooperationsstelle „Partnerschaft Ländlicher Raum – Verdichtungsraum in der Metropolregion Nürnberg“, die die Stadt-Land-Partnerschaft in neuen Projekten und Handlungsfeldern fortentwickelt.



Gemeinschaftsstand Original Regional auf der Consumenta

45) STARKE CLUSTER

Wie der Aufbau einer Stadt-Land-Partnerschaft im Bereich „Energie und Umwelt“ angegangen werden kann, wurde im Rahmen des Modellvorhabens der Bundesraumordnung (MORO) aufgezeigt. Hier wurden erste Schritte zum Aufbau eines Netzes Energietechnologischer Zentren (etz) realisiert. So sind z. B. das Netzwerk Erneuerbare Energien Westmittelfranken und das Know-How des atz in Sulzbach-Rosenberg eng in das Netzwerk eingebunden. Wei-terhin wurde eine Kooperation der Energieagenturen in der Metropolregion angestoßen. In Bereichen wie u. a. der Bürgerinformation oder dem kom-munalen Energiemanagement gelingt dies bereits: Die beiden großen, un-abhängigen Energieberatungsagenturen in der Region, die ENERGIEregion Nürnberg GmbH und die Energieagentur Oberfranken GmbH, fusionieren zur Energieagentur Nordbayern GmbH.

46) PANEUROPAPARADWEG PARIS – NÜRNBERG – NEUSTADT – PRAG

Im Landkreis Neustadt a. d. Waldnaab wurde 2001 eine stillgelegte Bahn-strecke zu einem Radweg umgebaut. Dieser wurde auf tschechischer Seite fortgeführt. Zeitgleich wurde auch an der Autobahn A 6 gebaut. Diese Eu-ropastraße (E 50), auch Via Carolina genannt, verbindet nunmehr Frank-reich mit Tschechien und bildet die wichtigste Magistrale zwischen beiden Ländern. Die Vorgängerin dieser modernen Autobahnverbindung war die mittelalterliche Handelsstraße „Die goldene Straße“. Dies waren die Grund-steinen für die Ausweisung des länderübergreifenden Radweges. Der Paneu-roparadweg verläuft auf vorhandenen Radwegen und verbindet unter einem einheitlichen Logo drei europäische Länder und zwei Weltmetropolen.

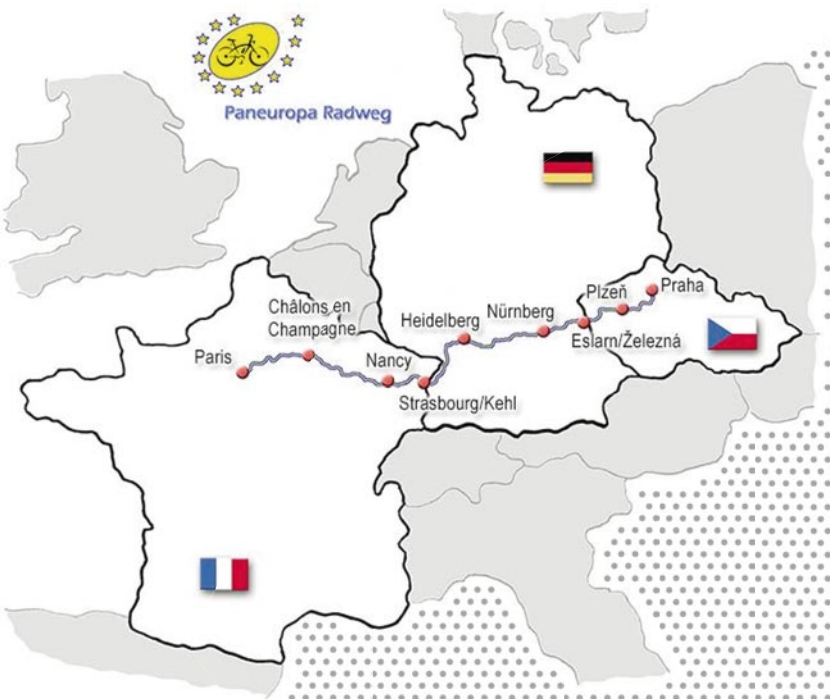
Zur Eröffnung präsentierten sich am 12. April 2008 die Touristikregionen der Metropolregion und entlang der Strecke in einem „Markt der Regionen“ in der Nürnberger Altstadt. Tausende Besucher ließen sich zum Bummel durch den Markt der Regionen und zum Mitfeiern verlocken.

„In meiner Gemeinde überschreitet der Paneuropa-Radweg die tschechische Grenze. Es ist schön, an der Schnittstelle dieses schönen Weges zu leben.“
Reiner Gäbl, Bürgermeister von Eslarn

47) GRENZÜBERSCHREITENDE ZUSAMMENARBEIT

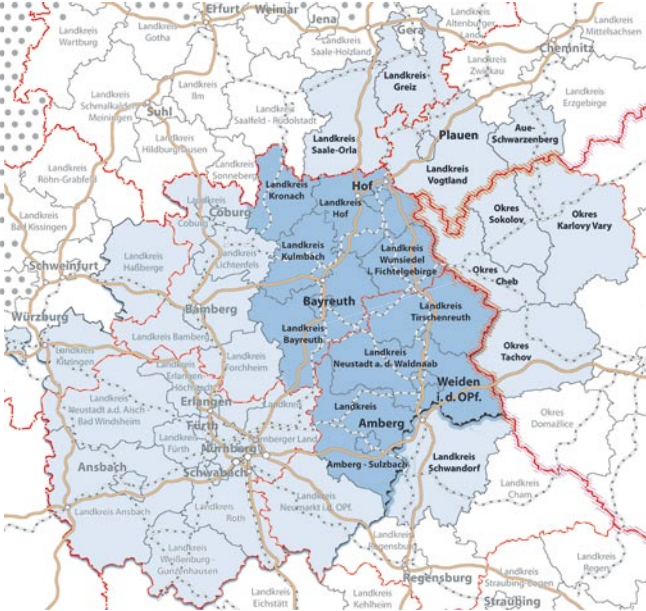
Kompetenzen in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit haben insbe-sondere die Landkreise und Städte der Metropolregion Nürnberg, die seit zehn Jahren in der „Euregio Egreensis“ erfolgreich grenzüberschreitend zusamen-arbeiten. Für die Metropolregion Nürnberg ist es von großer strategischer Bedeutung, die Wettbewerbsfähigkeit im deutsch-tschechischen Kooperati-onsraum weiter zu verbessern. Im Rahmen eines Modellvorhabens der Bun-desraumordnung (MORO) wurde durch die Euregio Egreensis u. a. eine Studie zu den Kontakten der Hochschulen und Forschungseinrichtungen zu Partnern in der Tschechischen Republik realisiert.

46



44

47



48) MEDIENPREIS DER METROPOLREGION

Der Medienverein Region Mittelfranken e.V. schreibt für den privaten Rundfunk in der Metropolregion Nürnberg einen Hörfunk- und Fernsehpreis aus und will damit die journalistische Qualität in der Region fördern. Der Medienpreis ist mit insgesamt 15 000 € dotiert. Vergeben werden die Preise für herausragende Leistungen in drei Kategorien sowohl für Hörfunk- als auch für Fernsehbeiträge. Über die Preisvergabe entscheidet auf Vorschlag einer Sachverständigen-Jury der Vorstand des Medienvereins. Die Preise werden im Rahmen einer Feierstunde übergeben. Der Medienpreis ist aus dem mittelfränkischen „Lokalen Rundfunkpreis“ hervorgegangen und wurde im Jahr 2006 auf die Metropolregion Nürnberg erweitert.

49) AUTOBAHNZUSATZSCHILDER METROPOLREGION NÜRNBERG

Die Metropolregion Nürnberg ist die erste und nach wie vor einzige europäische Metropolregion, deren Gebiet durch Zusatzschilder an den Autobahnen gekennzeichnet ist. Mit diesen Schildern wird die Identität und das Regionalbewusstsein gestärkt sowie die Einheit der Metropolregion Nürnberg nach außen gezeigt. Das Forum Marketing regte 2006 die Anbringung von speziellen Hinweisschildern an den touristischen Autobahnschildern der Kommunen und Landkreise an. Der Marketingverein übernahm die Organisation und Durchführung dieses Projekts als fortlaufende Marketingmaßnahme. Seit 2010 zielt das 100. Zusatzschild „Metropolregion Nürnberg“ die Autobahnen in der Metropolregion. Damit trägt im Durchschnitt etwa jede dritte touristische Hinweistafel ein derartiges Zusatzschild. Die Schilder sorgen jährlich für Millionen Kontakte mit der Marke „Metropolregion Nürnberg“ und stoßen auf regen Anklang – und das nicht nur innerhalb der Metropolregion Nürnberg.

50) BUNDESWEITE ANZEIGENSERIE DER METROPOLREGION NÜRNBERG IN DER SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG

Das Forum Marketing der Metropolregion Nürnberg startete im Oktober 2006 eine bundesweite Anzeigenkampagne in der Süddeutschen Zeitung. Zweieinhalb Jahre lang machte jeden Monat eine neue Anzeige mit überraschendem Motiv und selbstbewusstem Understatement auf die Stärken der Region aufmerksam. Die Anzeigen wurden von Sponsoren finanziert, die mit der Anzeige für ihr Unternehmen in der Metropolregion warben. Insgesamt entstanden 30 verschiedene Anzeigenmotive. Unter dem Titel „Heimat für Kreative“ wurden die 30 Motive der Anzeigenkampagne 2009 gebündelt in einer Ausstellung am Airport Nürnberg präsentiert. Die Ausstellung stellt der Marketingverein zum Verleih zur Verfügung. Eine Dokumentation der kompletten Anzeigenserie ist auf der Website www.metropolregion-nuernberg.de ausgestellt.

Ausstellung der Anzeigenkampagne am Flughafen Nürnberg 2009



50



Verleihung des 125. Jobstars 2008



Verleihung des Preises der Metropolregion an den 1. FCN 2007

51

51) PREISE DES MARKETINGVEREINS

Zwischen 1997 und 2009 zeichnete der Marketingverein mit dem „Jobstar“ jeden Monat Unternehmerinnen und Unternehmer aus, die in der Metropolregion Nürnberg Ausbildungs- und Arbeitsplätze schaffen. Die Trophäe in Form eines stilisierten „J“ wurde insgesamt 140 mal verliehen. Die Auszeichnung mit dem „Arbeitsplatz-Oscar“ der Region umfasste dabei nicht nur die Trophäe, sondern auch einen Bericht im hauseigenen Pressedienst RegioPress sowie einen TV-Beitrag beim Kooperationspartner Franken TV. Die Jubiläumsjobstars 100 und 125 wurden bei Sonderveranstaltungen bewusst an Organisationen verliehen, die nicht im Licht der Öffentlichkeit stehen, aber einen bedeutenden Beitrag zu Beschäftigung und Ausbildung leisten.

Der Preis der Metropolregion Nürnberg wurde zwischen 2002 und 2007 jährlich für herausragende Leistungen, Konzepte, Forschungsergebnisse, Ideen oder Akteure vergeben, die die Struktur oder die Lebensqualität der Metropolregion Nürnberg entscheidend verbessert und damit das Image der Metropolregion nachhaltig gefördert haben. Dotiert mit 40 000 € war er eine der höchstdotierten Auszeichnungen in Deutschland. Unter anderem erhielt der weltbekannte Wissenschaftler Prof. Dr. Willi Kalender, der die Computertomographie revolutionierte, den Preis der Metropolregion.

52) PROJEKTE FÜR EXISTENZGRÜNDER

Die Gründung junger Unternehmen oder der Start in die freiberufliche Selbständigkeit sind entscheidende Schritte – für die Gründer selbst, wie auch für die volkswirtschaftliche Dynamik. Aus diesem Grund unterstützte der Marketingverein zwischen 1998 und 2010 mit verschiedenen Projekten die Existenzgründer in der Metropolregion Nürnberg. So präsentierte sich der Marketingverein gemeinsam mit den Wirtschaftsförderern der Metropolregion von 1998 bis 2009 jährlich auf der **START-Messe** für Existenzgründer in Nürnberg und von 2007 bis 2009 auf den **Westmittelfränkischen Existenzgründertagen**. Bereits 1998 stellt der Marketingverein den **Existenzgründerpool** www.gruenderpool.de zur Verfügung, eine Internet-Datenbank in der Existenzgründer ihre Leistungen online darstellen, auf sich aufmerksam machen und sich untereinander vernetzen können. Damit Gründer noch stärker auf den Pool aufmerksam werden und so das in der Region vorhandene Potenzial zum Netzwerken erkennen und nutzen, wurden **verschiedene Flyer** erstellt, die über Mitwirkende, die Gebietskörperschaften der Metropolregion, Beratungsstellen etc. an Existenzgründer verteilt wurden. Parallel zur Online-Plattform www.gruenderpool.de wurde bereits 2002 ein jährlicher **Erfahrungsaustausch für Existenzgründer** eingeführt, auf dem sich Gründer bei Fachvorträgen und Erfahrungsberichten wichtige Tipps holen und beim anschließenden Get-Together neue Kontakte knüpfen können. 2009 und 2010 war der Marketingverein gemeinsam mit den Wirtschaftsförderern der Metropolregion auf der größten Mittelstandsmesse Deutschlands, der **B2D-Messe** (Business to Dialog-Messe) vertreten, auf der sich Unternehmen aus der Metropolregion umfassend über das Angebot in ihrer Heimat informieren und gleichzeitig ihr Businessnetzwerk erweitern konnten.

48



Mit dem Flyer „Netzwerken“ wird der Existenzgründerpool beworben



52



Gemeinschaftsstand auf der START-Messe 2009

53) MARKENMANAGEMENT

Mit der Ernennung zur Europäischen Metropolregion wurde 2006 ein entsprechendes **Logo „Metropolregion Nürnberg“** mit dem **Slogan „Kommen. Staunen. Bleiben.“** erarbeitet. Mit diesem Claim und dem modifizierten „N“, das bis heute das Logo ziert, wurden ab diesem Zeitpunkt alle Werbematerialien bedruckt, die mit der Metropolregion Nürnberg zu tun haben. Ziel ist es, eine attraktive und weltweit einzigartige Markenidentität „Metropolregion Nürnberg“ aufzubauen – auch im Ausland. Dafür übersetzten englischsprachige Marketingspezialisten den deutschen Slogan in: „**See it. Feel it. Stay.**“ Zum ersten Mal großflächig sichtbar wurde das neue Corporate Design zur Fußball-Weltmeisterschaft: Am Airport Nürnberg konnten sich Ankommende an einem Stand über die Metropolregion Nürnberg informieren. Im Laufe der Zeit wurden im Rahmen der Logofamilie Metropolregion Nürnberg weitere Logos kreiert, wie beispielsweise für das Projekt „**Original Regional**“ oder das Forum Tourismus „**Fernweh ganz nah**“. Der Marketingverein übernimmt dabei die Verwaltung der Logos, wie Eintragung, Markenschutz und Vergabe der Logos.

54) CORPORATE DESIGN

Um der Europäischen Metropolregion Nürnberg ein einheitliches Gesicht nach außen zu geben, wurde **2006** gemeinsam mit dem Logo das Corporate Design mit einem entsprechenden Leitfadens erarbeitet und den Akteuren in der Metropolregion zur Verfügung gestellt. **2010** erfolgte der Start zur Optimierung des CD, verbunden mit der Erstellung eines **Handbuchs**. Im selben Zug wurden Vorlagen für Briefe, Visitenkarten und Präsentationen sowie **Vorlagen** für Broschüren, Roll-ups, Flyer, Anzeigen und weitere Kommunikationsmaterialien und Publikationen im Print- und Onlinebereich erstellt. In einer **Media Box** werden die Vorlagen allen Akteuren der Metropolregion, wie den Fachforen und Geschäftsstellen, als Grundlage für die Kommunikation online zur Verfügung gestellt. Neben den Vorlagen enthält die Media Box auch Grafiken wie Karten, Logos und Bildmaterial.

53



55

55) INTERNETAUFTRITTE

Mit der Ernennung zur Europäischen Metropolregion Nürnberg wurde neben dem Internetauftritt des Marketingvereins (damals noch die Region Nürnberg e. V.) ein eigenständiger Internetauftritt für die Metropolregion **www.em-n.eu** geschaffen. 2007 wurde der Internetauftritt des Vereins **www.marketingverein-metropolregion.de** einem Relaunch unterzogen (inklusive inhaltlicher Aktualisierung und Straffung) und optisch an Layout und Corporate Identity der Metropolregion angeglichen. 2008/2009 erfolgte die Sicherung der Internetdomain **www.original-regional.info** und der Bereich für „Original Regional“ auf den Internetseiten des Marketingvereins wurde deutlich erweitert. Es galt, die Thematik der Regionalkampagne aufzugreifen, die Partnerinitiativen darzustellen sowie einen Veranstaltungskalender und Pressespiegel zu ergänzen. Außerdem wurden Verkaufstellen regionaler Produkte gelistet sowie der Tipp des Monats eingeführt. „Original Regional“ erhält derzeit einen **eigenständigen Internetauftritt** als Teil des neuen Internetkonzepts der Metropolregion Nürnberg, der komplett neu gestaltet wird. Wesentlicher Teil des neuen Auftritts ist eine Onlinedatenbank für „Original Regional“-Produkte und Dienstleistungen.

Um der Metropolregion Nürnberg eine einheitliche Stimme nach außen zu geben, wurde 2010 mit den Vorbereitungen für die Zusammenlegung der beiden Internetauftritte des Marketingvereins und der europäischen Metropolregion Nürnberg unter **www.metropolregion-nuernberg.de** begonnen. Die Metropolregion-Website wird derzeit komplett neu konzipiert und gestaltet. Highlight des neuen Auftritts soll ein Veranstaltungskalender für die gesamte Metropolregion werden.

56) KOMMUNIKATIONS- UND WERBEMITTEL

Die internationale und nationale Kommunikation der Stärken der Metropolregion Nürnberg ist die Kernaufgabe des Marketingvereins. Hierzu wurden und werden fortlaufend verschiedene Kommunikations- und Werbemittel erstellt. Neben **Pressemitteilungen** zu verschiedenen Themen und Veranstaltungen gab der Marketingverein bis einschließlich 2009 monatlich den **RegioPress** als offiziellen Presse- und Informationsdienst für über 800 Journalisten im In- und Ausland sowie für Multiplikatoren heraus. Mit den **RegioNews** informierte der Marketingverein ebenfalls bis 2009 seine Mitglieder sowie die Wirtschafts- und Kulturreferenten der Metropolregion halbjährlich per E-Mail über aktuelle Geschehnisse, laufende und geplante Projekte, Veranstaltungen und Neuerungen. RegioPress und RegioNews wurden 2010 durch das neue Online-Newsletter Format „**Marketing Aktuell**“ abgelöst, das jährlich in ca. 25 Ausgaben über aktuelle Projektentwicklungen, aber auch Nachrichten aus der Metropolregion Nürnberg berichtet. Das **Standortmagazin „Dürer“** ermöglichte 2005 bis 2008 zwei Mal pro Jahr einen umfassenden und anspre-

chenden Einblick in die wirtschaftliche und kulturelle Vielfalt der Region in deutscher und englischer Sprache. Zwischen 2004 und 2009 gab der Marketingverein im 2-Jahres-Rhythmus die **Eventbroschüre „Dabei sein“** heraus, in der die wichtigsten Ereignisse, Festivals, Veranstaltungen und Großveranstaltungen aus den Bereichen Musik und Festivals, Feste, Kunst und Kultur, Theater und Schauspiel sowie Sport aufgelistet waren.

In Zusammenarbeit mit den Foren der Metropolregion erstellte der Marketingverein 2007 den so genannten „**VarioFolder**“ in deutscher und englischer Sprache. Die zunächst 13 Einlegeblätter, die sukzessive durch neue ergänzt wurden, informieren über die Kompetenzfelder und besondere Themen der Region. Der Vario Folder ersetzt damit den Flyer „**Entdecken**“ der bis dato in einer Kurzübersicht die Metropolregion Nürnberg mit den wichtigsten Fakten darstellte. 2011 wird diese Publikation dem aktuellen Corporate Design angepasst. Ergänzt wird der Vario Folder seit 2007 durch die sogenannte „**Road-Show**“, ein 8-teiliges Ständermodul, mit grundsätzlichen Informationen zum Wirtschaftsraum, zur Lebensqualität sowie zu den touristischen Highlights der Metropolregion. Als erste deutsche Metropolregion bot die Metropolregion Nürnberg zwischen 2007 und 2009 eine eigene **Podcast-Serie** an, für die der Marketingverein monatlich einen Beitrag in Deutsch und Englisch produzierte und diesen kostenlos über die Websites des Marketingvereins, der Metropolregion und über die gängigen internationalen Podcast-Plattformen wie iTunes zum Download zur Verfügung stellte. Die Beiträge von Wirtschaft und Politik über Kunst und Kultur bis hin zu Wissenschaft und Forschung basierten auf dem vom Marketingverein veröffentlichten Buch „**Zukunft hat Herkunft – Unsere Erfindungen veränderten die Welt**“ und richteten sich an junge Akademiker, die für die Region begeistert werden sollten.

„**Zukunftssicher. Sagen wir nicht an dem Ast, auf dem unsere Kinder sitzen**“ – so lautet der letzte Titel der Neuauflage der Grundsatz-Broschüre zu „Original Regional“ (früher „**Probieren**“). Neben Alltagstipps zum Klimaschutz, Rezepten und Saisonkalendern, legte die Broschüre in der vierten komplett überarbeiteten Neuauflage im Zeitraum zwischen 2005 und 2009 dar, wie regionale Wirtschaftskreisläufe funktionieren, warum es Sinn hat, regional einzukaufen und wieso man dadurch ganz automatisch zum Klimaschützer wird. 2009 kam ein Flyer zur Regionalkampagne mit dem Titel „**Ohne Regionale Produkte fehlt**



was!“ hinzu, in dem Ziele und Partner vorgestellt wurden. Dieser wurde 2010 in überarbeiteter Fassung als Broschüre neu aufgelegt. Ergänzt wurden die „Original Regional“-Broschüren 2009/2010 durch insgesamt **vier Roll-ups**, die sowohl Initiativen und Regionalkampagne „Original Regional“ vorstellen, als auch die Vorteile regionaler Wirtschaftskreisläufe darlegen und bei Veranstaltungen und Infoständen zum Einsatz kommen. 2010 wurde eigens auf dem **Nürnberger Hauptmarkt** ein **Marktstand für „Original Regional“** sowie eine entsprechende **Ausstattung für Markt- und Infostand** (2009) im aktuellen Corporate Design angeschafft. Um das Logo „Original Regional“ weiter zu verbreiten, wurden 2009 und 2010 **verschiedene Werbemittel** (Aufkleber, Taschen, Postkarten) erstellt und über die Partner verteilt.

Die Autoren Markus Raupach und Bastian Böttner konnten 2010 dafür gewonnen werden, ihre Neuauflage des Buchs „**Frankens schönste Bierkeller und Biergärten**“ auch um oberpfälzer Landkreise zu erweitern. Damit deckte die Publikation die gesamte Metropolregion Nürnberg ab, die auch ausführlich mit dem neuen EntdeckerPass im Buch vorgestellt wurde. Derzeit arbeitet der Marketingverein mit den Autoren im Rahmen eines **Erlebniswegweisers für die gesamte Metropolregion Nürnberg** zusammen.

56



57) MARKETINGKAMPAGNEN

2005 wurde die 1997 begonnene **Testimonialkampagne „Raum für starke Köpfe“** mit acht aussagekräftigen und international bekannten Testimonials durch eine **Radiokampagne** in Kooperation mit dem Nürnberger Rundfunksender „Radio Energy“ erweitert. Mit einem emotionalen **Kinospot** warb die Metropolregion von August 2008 an drei Monate lang in den Kinos der Region für ihre Stärken mit dem Ziel, vor allem die neu hinzugekommenen Gebietskörperschaften, die sich in den vergangenen Jahren der Metropolregion angeschlossen haben, für die Metropolregion zu begeistern. Der Spot traf scheinbar den Nerv, denn in kurzer Zeit wurde er über 15000 Mal auf dem Videoportal YouTube angeklickt. Um das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Metropolregion zu stärken, starteten der Marketingverein und die Ströer Deutsche Städte Medien GmbH im August 2008 gemeinsam die **Plakatkampagne „Neue Perspektiven“**, die mit dem Bildmotiv der Metropolregion im Herzen Europas auf 300 Großflächenplakate vor allem in den Außenbereichen der Metropolregion für die Idee des Zusammenschlusses unter einem Dach warb. Im selben Jahr gab es in Nürnberg eine Neuauflage dieser Plakatierung: Da die Stadtreklame Nürnberg freundlicherweise die Hängung von 500 Citylight-Postern sponserte, wurden die Nürnberger nochmals auf die „Neuen Perspektiven“, die die Metropolregion bietet, aufmerksam gemacht.

Mit einer **Plakatkampagne zum Start der Regionalkampagne „Original Regional“** und der neuen Website www.orginal-regional.info wurde Anfang Oktober 2008 für die Vorteile des regionalen Einkaufens geworben. An über 8000 Wahlplakatständen über die ganze Metropolregion verteilt wiesen Plakate mit den abgewandelten Wahlslogans der vier großen Parteien auf den Start der Kampagne hin. Erst wenn regionale Produkte fehlen, wird jedem klar, welch hohen Stellenwert sie haben. Deshalb warb die Metropolregion Nürnberg 2009 mit einem leeren Teller und einem leeren Bierkrug sowie dem Slogan **„Ohne regionale Produkte fehlt was!“** auf 300 Großflächenplakaten, die von der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH kostenlos in der gesamten Metropolregion zur Verfügung gestellt wurden, für regionales Einkaufen. Weitere 200 City-Light-Poster der Stadtreklame Nürnberg ergänzten die Kampagne in Nürnberg.

58



2008 warb ein Lithomobile für die neuen Perspektiven der Metropolregion bei der Eröffnung der A6



19 Kindergärten erhielten 2007 zum Abschluss der Weiterbildungsreihe „Leben gestalten lernen“ ein Zertifikat

58) MARKETINGAKTIONEN

2006 initiierte der Marketingverein gemeinsam mit dem Landesbund für Vogelschutz in Bayern die Weiterbildungsreihe **„Leben gestalten lernen“** für Kindergärten in der Metropolregion. Ziel der einjährigen Fortbildung war es, den Erziehern Methoden der Umweltbildung an die Hand zu geben, um im direkten Kontakt mit der Natur die Kommunikations-, Gestaltungs- und Sozialkompetenzen der Kinder zu schulen. Das Projekt wurde bis 2008 finanziell und kommunikativ durch den Marketingverein unterstützt. 2007 stellte der Marketingverein gemeinsam mit der Initiative **„Deutschland – Land der Ideen“** auf einer Pressekonferenz im Germanischen Nationalmuseum die 12 ausgezeichneten Ideen aus der Metropolregion Nürnberg vor. Ebenfalls 2007 initiierte der Marketingverein gemeinsam mit der FELDMANN media group und den Foren Marketing, Kultur und Sport einen **bundesweiten Clipwettbewerb für die Europäische Metropolregion Nürnberg** um Produktionsfirmen, Filmemachern und Hobbyregisseuren die Gelegenheit zu geben, ungewöhnliche und unterhaltsame Werbespots zu erstellen, die auf die Metropolregion Nürnberg aufmerksam machen sollten. Technologische Exzellenz und Kreativität – für diese Stärken der Metropolregion Nürnberg steht seit Dezember 2008 eine neue **interaktive Vitrinengestaltung in der Ankunftshalle des Airport Nürnberg**, mit der sich Fluggäste und Abholer die Zeit vertreiben können. Außerdem warben sowohl Geschäftsführung als auch Mitarbeiter im Berichtszeitraum mit Vorträgen, Messeständen und Aktionen für die Stärken der Metropolregion, wie beispielsweise 2008 auf der Eröffnung der A6 mit einer **Lithomobile-Werbung** oder durch die mehrjährige Unterstützung des Firmenlaufs der Metropolregion.



Start der Plakatkampagne „Neue Perspektiven“ 2008



Premiere des Kinospots der Metropolregion Nürnberg im Cinecitta Nürnberg 2008



Start der Plakatkampagne „Ohne Regionale Produkte fehlt was“ 2009

57

59) REGIONAL-MONITOR 2006 UND 2007

Der Regional-Monitor zur Europäischen Metropolregion Nürnberg bietet eine Zusammenfassung relevanter Daten in Form von Karten, Tabellen und Texten, untergliedert in alle zugehörigen kreisfreien Städte und Landkreise. Die Publikationen stehen unter http://www.nuernberg.de/internet/statistik/tabellen_metropolregion.html zum Download zur Verfügung.

60) INTERNATIONALE MESSEN UND DELEGATIONSREISEN

Punkten im globalen Wettbewerb der Standorte: Auf internationalem Parkett für die Metropolregion Nürnberg zu werben, ist eine der wesentlichen Aufgaben des Marketingvereins der Metropolregion. Deshalb vertritt der Verein die Metropolregion alljährlich auf zahlreichen Messen im In- und Ausland, bei Kongressen und Delegationsreisen, die beispielsweise von Bayern International organisiert wurden. In Gesprächen mit Unternehmern und Investoren entstehen so interessante und zukunftsfähige Kontakte für die hiesige Wirtschaft.

Jedes Jahr im Februar wird die Metropolregion Nürnberg anlässlich der Spielwarenmesse zur Heimat der Spielwarenbranche. Von 1998 bis 2009 präsentierte der Marketingverein auf seinem Stand auf dem **International Toy fair** Exponate der Hersteller aus der Region um zu zeigen, welches Potenzial der Standort in Sachen Spielwaren hat. Weil Spielwaren aber auch etwas mit Kindern und damit der sozialen Verantwortung zu tun haben, wurden die **Exponate** am Ende der Messe an **gemeinnützige Institutionen** wie die Erlanger Kinderklinik, Kindergärten und -krippen oder soziale Einrichtungen **gespendet**.

Zur Vorbereitung auf den Status „Metropolregion“ trat die „Region Nürnberg“ 2003 dem Netzwerk der europäischen Ballungs- und Großräume **METREX** bei, die die Interessen der europäischen Metropolregionen bündelt und eine Plattform für den Austausch bietet. 2005 fand das **19. Treffen des Netzwerks** der europäischen Ballungs- und Großräume (METREX) auf Einladung des Marketingvereins und der Stadt Nürnberg im damals neuen Congress Center Ost in **Nürnberg** statt. Als Partner von METREX nahm der Marketingverein außerdem



Stand des Metropolregion auf der International Toy Fair 2009 mit den Exponaten der Spielwarenindustrie in der Region. Der Großteil der Exponate wurde im Nachgang der Messe an verschiedene Einrichtungen, wie die Kinderklinik Erlangen, gespendet.

Stand der Metropolregion auf der Kulturindustriemesse 2008 in Shenzhen, China



jährlich an den **Open-Days in Brüssel** sowie 2008 an der **Climate Change Tagung in Washington** teil.

2003 bis 2010 präsentierte der Marketingverein gemeinsam mit Partnerunternehmen jedes Jahr das Kompetenzfeld „Medizin, Pharma und Gesundheit“ der Metropolregion auf der renommierten Branchenveranstaltung **ARAB Health in Dubai**. Die Zielsetzung lag darin, die führende Rolle der Metropolregion in diesem Bereich international zu festigen und weiter auszubauen. Das Kompetenzfeld „Medizin, Pharma und Gesundheit“ präsentierte der Marketingverein 2005 außerdem auf der **Syrian Medicare** und dem **Medizinsalon Moskau**, 2006 auf einer **Delegationsreise nach Mumbai und Dehli in Indien** sowie auf der **Messe Hospital in St. Petersburg**, 2007 auf dem **Welt-Gesundheitstourismus-Kongress in Limassol** auf Zypern und 2008 auf der **International Healthcare Conference and Exhibition in Malaysia Hauptstadt Kuala Lumpur**.

Auch bei der größten Tourismus-Messe des Mittleren Ostens vertrat der Marketingverein jedes Jahr die Metropolregion und stellte zwischen 2004 und 2009 den Tourismusstandort auf dem **Arabian Travel Market (ATM) in Dubai**, mit einem Informationsstand insbesondere den Bereich Patiententourismus vor. In China hob der Marketingverein gemeinsam mit der Nürnberger Congress- und Tourismuszentrale die Metropolregion als Tourismusstandort auf dem **China International Travel Mart (CITM) in Shanghai** 2008 hervor. 2006 bis 2008 trat der Marketingverein auf der **Kulturindustriemesse in der Partnerstadt Shenzhen, China** auf. 2007 war der Marketingverein an **Delegationsreisen in die Partnerstadt Shenzhen** und zum **Wirtschaftssymposium in Atlanta** beteiligt, 2008 in die **Partnerstadt Charkov** in der Ukraine. 2009 präsentierte der Marketingverein die Metropolregion Nürnberg auf dem **„Taste Europe“-Festival in Prag**, das anlässlich der dort stattfindenden Sitzung des Ausschusses der Regionen der EU dort ausgerichtet wurde.

Der Stand der Metropolregion auf dem Arabian Travel Market 2009 in Dubai



Der Stand der Metropolregion auf dem Medizinsalon Moskau 2005



Gemeinschaftsstand der Metropolregion Nürnberg auf der Arab Health in Dubai 2010.

ANZEIGENSERIE

„Nur Mut“ hieß die erste Anzeige der Metropolregion Nürnberg, die im Oktober 2006 in der Süddeutschen Zeitung erschienen ist. Sie war der Startschuss für eine ganze Anzeigenserie mit am Ende 30 piffigen Einzelmotiven.

In der Tat gelang Dirk von Vopelius als fachlicher Sprecher des Forums Marketing das Kunststück, ohne Eigenmittel eine überregionale Anzeigenserie im Medienwert von 750 000 € zu realisieren. Die Anzeigen finanzierten sich allein über das Sponsoring von Unternehmen und Einrichtungen aus der Metropolregion.

Dirk von Vopelius entpuppte sich als Kreativdirektor der Metropolregion, der den Markenkern und die Markenstrategie wesentlich gestaltete. Zuletzt verdankt ihm die Metropolregion das griffige Mission Statement „Heimat für Kreative“.



NETZWERKER

FORUM VERKEHR UND PLANUNG

Leitungsgremium		
Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Baumann, Wolfgang berufsm. Stadtrat Bau- und Planungsre- ferent, Stadt Nürnberg	Wittmann, Simon Landrat, Landkreis Neu- stadt a. d. Waldnaab	Leupold, Harald Geschäftsführer, Hafen Nürnberg-Roth GmbH

Mitglieder	
Amm, Fritz	Spedition Amm GmbH & Co. KG
Aster, Detlef	Wasser- und Schifffahrtsdirektion Süd
Bisping, Benedikt	1. Bürgermeister Stadt Lauf a. d. Pegnitz
Brehm, Wolfram	IHK Bayreuth für Oberfranken
Brumberg, Friedrich-Wilhelm	Amt für ländliche Entwicklung Mittelfranken
Brunner, Wolfgang	Regierung von Mittelfranken, Luftamt Nordbayern
Burkert, Martin	TRANSNET Servicebüro Nürnberg, MdB
Dietlmeier, Otto K.	Stadt Amberg
Döhler, Dr. Karl	Landrat Landkreis Wunsiedel i. Fichtelgebirge
Enser, Dr.-Ing. Werner	CNA Center for Transportation & Logistics Neuer Adler e.V., Nürnberg
Finzel, Günter	Stadt Bayreuth
Fregin, Carsten	Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
Friedl, Wolfram	Regierung der Oberpfalz
Fugmann, Dr. Ludwig	Regierung von Mittelfranken
Fuß, Klaus	MSG Mainschiffahrts-Genossenschaft eG Würzburg
Hohm, Stefan	Fa. Dachser (Logistik), Niederlassung Hof
Josel, Klaus-Dieter	Deutsche Bahn AG
Kaiser, Franz-Josef	Spedition Debus & Dinkel GmbH
Keppeler, Klaus	Regierung von Mittelfranken
Klaus, Prof. Peter	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Koller, Thomas	Handwerkskammer für Oberfranken
Korda, Dr. Christian	Stadt Erlangen
Krüger, Karl-Heinz	Flughafen Nürnberg GmbH

Lammel, Ludwig	Regionaler Planungsverband Westmittel- franken (RPV 8)
Langhans, Werner	1. Bürgermeister Markt Wendelstein
Matuschewski, Prof. Dr. Anke	Universität Bayreuth
Maurer, Thomas	Planungsverband Industrieregion Mittelfranken
Meier, Andrea	Verkehrsplanungsamt Stadt Nürnberg
Motschenbacher, Klaus	Regionaler Planungsverband Oberfranken-West (RPV 4)
Müller, Dr. Rainer	VAG Verkehrs Aktiengesellschaft Nürnberg
Müller, Thomas	Regierung von Mittelfranken
Odewald, Christiane	Regierung von Oberfranken
Opolka, Bernd	Auto- und ReiseclubDeutschland ARCD
Ossberger, Dr. Karl-Friedrich	Ossberger GmbH & Co.
Prechtl, Hans	Regionaler Planungsverband Regens- burg (RPV 11)
Riegler, Frank	ver.di Bezirk Mittelfranken
Röser, Armin	Stadt Fürth
Rubach, Klaus	Stadtwerke Bamberg GmbH
Schaller, Ulrich	IHK Nürnberg für Mittelfranken
Scheuenstuhl, Peter	Stadtwerke Bamberg GmbH
Scheler, Harald	Schenker AG
Schmidt, Detlev	Regionale Entwicklungsagentur des Landkreises Bayreuth
Schütz, Helmut	Autobahndirektion Nordbayern
Seitz, Gerhard	Regierung von Mittelfranken
Strubbe, Uwe	Siemens AG
Trunk, Rudolf	IHK Würzburg-Schweinfurt
Weidlich, Oliver	Regierung von Unterfranken
Weißkopf, Prof. Dr. Willi	Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH
Wittmann, Karl	Regionaler Planungsverband Oberpfalz-Nord (RPV 6)
Wormser, Hans	Spedition Wormser
Zunner, Bernhard	Landratsamt Nürnberger Land

FORUM KULTUR

Leitungsgremium		
Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Rossmeissl, Dr. Dieter Kulturreferent, Stadt Erlangen	Hohl, Dr. Michael Oberbürgermeister, Stadt Bayreuth	Fink, Wolfgang Intendant, Bamberger Symphoniker

Mitglieder	
Altenbeck, Dieter	Landestheater Coburg
Berger, Martina	Landratsamt Coburg
Birk, Bodo	Kulturamt Erlangen
Boss, Thomas	Kulturamt Volkshochschule, Stadt Amberg
Brüning, Petra	Stadt Feuchtwangen
Decke, Jürgen	Theater Pfütze
Dengler-Schreiber, Karin	Welterbezentrum, Stadt Bamberg
Dersch, Wolfgang	Kulturreferat Stadt Amberg
Diethe-Hollis, Ursula	IG Bau, Amt für Kultur und Freizeit
Doebelin, Renate	IHK Erlangen
Eckert, Toni	Landratsamt Forchheim

Eggers, Horst	Handwerkskammer Oberfranken
Emmerich, Peter	Bayreuther Festspiele
Floritz, Claudia	Kulturamt Stadt Fürth
Gomringer, Nora	Villa Concordia
Großmann, Prof. Dr. Ulrich	Germanisches Nationalmuseum Nürnberg
Hegwein, Peter	Stadt Hof
Heißmann, Volker	Comödie Fürth
Hipelius, Werner	Bürgermeister Stadt Bamberg
Hörl, Prof. Ottmar	Akademie der Bildenden Künste Nürnberg, Präsident
Hübsch, Rainer	Organisation, Stadt Hof
Kappler, Beatrice	Windsbacher Knabenchor
Kiefer, Ruth	Kulturmanagement Spalt
Kluxen, Dr. Andrea	Bezirk Mittelfranken
Lehner, Prof. Dr. Julia	Kulturreferat, Stadt Nürnberg
Lewandowski, Rainer	E.T.A.-Hoffmann Theater Bamberg
Martin, Prof. Ulrich und Klausenitzer, Prof. Ulf	Hochschule für Musik Nürnberg
Matuschka, von Georg	OBM Stabsstelle Metropolregion Nürnberg Erlangen
Moritz, Dr. Gabriele	Kulturamt Stadt Neumarkt
Nürnberg, Peter	Kulturamtsleiter Stadt Hof
Ott, Katja	Theater Erlangen
Pietschmann, Wolfgang	LK Coburg, Gemeinde Hollfeld
Popp, Renate	ver.di Bezirk Mittelfranken
Raab, Dr. Udo	IHK Nürnberg für Mittelfranken
Riedelbauch, Wolfgang	Festspielleitung Fränkischer Sommer
Schels, Michael	Kulturbüro Schels im Atelier und Künstlerhaus Defet
Schlieker, Ute	Amt für Kultur und Touristik, Stadt Ansbach
Schneider, Hermann	Intendant Mainfranken theater Würzburg
Schrader, Ingrid	Hofer Symphoniker
Schwinn, Johannes	Kulturmanager M.A., Ansbach
Standecker, Dr. Christa	Geschäftsführung Metropolregion Nürnberg
Stauß, Gabriele	Veranstaltungs- und Eventfirma T.J. & M GmbH
Stöber, Brigitta	Bürgermeisterin Hersbruck
Stöhr, Günter	Abt. Kultur und Tourismus, Stadt Wunsiedel
Täubrich, Hans-Christian	Leiter Dokumentationszentrum Nürnberg
Tausendpfund, Walter	Pegnitz
Tessmer, Norbert	Bürgermeister, Stadt Coburg
Theiler, Peter	Staatstheater Nürnberg
Tischler, Alfred	Kulturwerkstatt Sulzbach-Rosenberg
Vogel, Christian	Germanisches Nationalmuseum
Vogel, Robert	Musica Sacra
Vorsatz, Petra	Stadtgeschichte und Tourismus, Stadt Weiden
Weiß, Ralf	Dehnberger Hoftheater

FORUM WIRTSCHAFT UND INFRASTRUKTUR

Leitungsgremium		
Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Fleck, Dr. Roland berufsm. Stadtrat und Wirtschaftsreferent, Stadt Nürnberg	Balleis, Dr. Siegfried Oberbürgermeister, Stadt Erlangen	von Vopelius, Dirk Aufsichtsratsvorsitzender, Schuster & Walther IT-Gruppe; Präsident, IHK Nürnberg für Mittel- franken

Mitglieder (Kernteam)	
Baumüller, Günter	Baumüller Holding GmbH & Co. KG, Nürnberg, Geschäftsführer
Bögl, Johann	Max Bögl Bauunternehmung GmbH & Co. KG, Neumarkt, Geschäftsführer
Braun, Anton	BIZTEAM Systemhaus GmbH, Altenstadt a. d. Waldnaab, Geschäftsführer
Bräunlein, Peter	Pigrol Farben GmbH, Ansbach, Geschäftsführer
Bruchmann, Christine	Moritz Fürst GmbH & Co. KG, Nürnberg, Geschäftsführende Gesellschafterin
Cerny, Michael	Stadt Amberg, 2. Bürgermeister
Diederichs, Bernd A.	NürnbergMesse GmbH, Geschäftsführer
Doll, Stephan	Deutscher Gewerkschaftsbund der Region Mittelfranken, Nürnberg, Vorsitzender
Eberhardt, Dr. Ulrich	HUK-Coburg Rechtsschutzversicherungs AG, Vorstandsmitglied
Everding, Dr. Matthias	Sparkasse Nürnberg, Vorstandsvorsitzender
Fähnlein, Rudolf	Bayerischer Bauernverband, Ansbach, Direktor
Fackelmann, Alexander	Fackelmann GmbH & Co, Hersbruck, Geschäftsführer
Falk, Christian	Bolta Werke GmbH, Leinburg/Diepersdorf, Geschäftsführer
Fauser, Robert	Bayerischer Unternehmensverband Metall und Elektro e. V., BayME-Geschäftsstelle Mittelfranken, Nürnberg, Geschäftsführer

Forster, Prof. Dr. Elmar	Handwerkskammer für Mittelfranken in Nürnberg, Hauptgeschäftsführer
Hager, Achim	HFO Telecom AG Hof, Vorstandsvorsitzender
Heindl, Richard	HEITEC AG, Erlangen, Vorstandsvorsitzender
Hofmann, Ingrid	Hofmann Personalleasing – I.K. Hofmann GmbH, Nürnberg, Geschäftsführende Gesellschafterin
Hohl, Dr. Michael	Stadt Bayreuth, Oberbürgermeister
Holtzwardt, Ralf	Regionaldirektion Bayern der Bundesagentur für Arbeit, Vorsitzender der Geschäftsführung
Kempf, Prof. Dieter	DATEV eG, Nürnberg, Vorstandsvorsitzender
Kobald, Gerhard	GLEN DIMPLEX DEUTSCHLAND GmbH, Kulmbach, Vertriebsleiter Inland
Kreitinger, Klaus	Regierung von Mittelfranken, Ansbach, Leiter der Abt. Wirtschaft und Verkehr
Krüger, Karl-Heinz	Flughafen Nürnberg GmbH, Geschäftsführer
Lang, Dr. Werner	MEKRA Lang GmbH & Co. KG, Ergersheim, Geschäftsführer
Leupold, Harald	Hafen Nürnberg-Roth GmbH, Nürnberg, Geschäftsführer
Maier, Dr. Ewald	Sparkasse Forchheim, Direktor
Maser, Wolf	Gebr. Maser GmbH, Nürnberg, Geschäftsführer
Müller, Horst	Stadt Fürth, Berufsm. Stadtrat und Wirtschaftsreferent
Ossberger, Dr. Karl-Friedrich	Ossberger GmbH & Co., Weißenburg/Bay., Geschäftsführender Gesellschafter
Overdiek, Hans H.	Pfleiderer AG, Neumarkt, Sprecher des Vorstandes
Ponnath, Michael	Ponnath DIE MEISTERMETZGER GmbH, Kemnath, Geschäftsführer
Reydl, Karl	Rohrwerk Maxhütte GmbH, Sulzbach-Rosenberg, Geschäftsführer
Rödl, Dr. Bernd	Rödl & Partner, Nürnberg, Seniorpartner
Rösch, Dr. Andreas	Landratsamt Forchheim, Wirtschaftsförderung/Kreisentwicklung
Rohrseitz, Gert	ECKA Granulate GmbH & Co. KG, Fürth, Geschäftsführer
Rupp, Dr. Werner	NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft, Vorstandsvorsitzender
Schnurrer, Alexander	Josef Schnurrer GmbH & Co., Weiden i. d. OPf., Geschäftsführer
Schreiber, Gerald	defacto Call Center GmbH, Erlangen, Geschäftsführer

Schuhmann, Dr. Michaela	Stadt Nürnberg, Amt für Wirtschaft, Leiterin der Geschäftsstelle Forum Wirtschaft und Infrastruktur
Schwager, Richard	Stadt Schwabach, Stadtkämmerer und Wirtschaftsreferent
Schwarz, Ekkehard	Landratsamt Ansbach, Wirtschaftsförderung
Seibt, Richard	Open Source Business Foundation e. V., Vorstandsvorsitzender
Sontowski, Klaus-Jürgen	Sontowski & Partner GmbH, Erlangen, Geschäftsführer
Starke, Andreas	Stadt Bamberg, Oberbürgermeister
Steuerlein, Rüdiger	AREVA NP GmbH, Erlangen, Kaufmännischer Geschäftsführer
Taubenberger, Hans	PDR Recycling GmbH & Co. KG, Thurnau, Geschäftsführer
Thumann, Thomas	Stadt Neumarkt i. d. OPf., Oberbürgermeister
Timpel, Jürgen	Baugenossenschaft Erlangen-Höchstadt eG
Trunk, Heribert	BI-LOG GmbH, Bamberg, Vorsitzender der Geschäftsführung
von Schlenk-Barnsdorf, Carl-Joachim	Carl Schlenk AG, Roth, Vorstand
Weidemann, Andreas	1. Bevollmächtigter der Industriegewerkschaft Metall, Nürnberg
Weiler, Hermann F.	GDW Werkzeugmaschinen Herzogenaurach GmbH, Geschäftsführer
Weggen, Wolfgang	Diehl Stiftung & Co. KG, Nürnberg, Stellvertr. Vorsitzender des Vorstands

Weßner, Dr. Konrad	puls Marktforschung GmbH, Schwaig, General Manager
Wübbenhorst, Prof. Dr. Klaus L.	GfK SE, Nürnberg, Vorstandsvorsitzender
Zingrebe, Berndt	Sill Optics GmbH & Co. KG, Wendelstein, Geschäftsführender Gesellschafter
Ständige Gäste	
Beugel, Konrad	Stadt Erlangen, Berufsm. Stadtrat und Referent für Wirtschaft und Finanzen
Enser, Dr.-Ing. Werner	CNA e. V. Geschäftsführer
Naujoks, Gustav	ofraCar – e. V. 1. Vorsitzender, Geschäftsführer Metallform Glaser, Bamberg GmbH
Nordschild, Michael	NIK e. V. Geschäftsführer
Raab, Dr. Udo	IHK Nürnberg für Mittelfranken, Leiter des Geschäftsbereichs Standortpolitik und Unternehmensförderung
Rabenstein, Rolf	Stadt Nürnberg, Leiter der Abteilung „Regionale Kooperation u. Beschäftigung“ im Amt für Wirtschaft
Reinhardt, Prof. Dr.-Ing. Erich R.	Medical Valley EMN. e. V., Geschäftsführer
Richter, H. Peter	ENERGIEregion Nürnberg e. V., Geschäftsführer
Singer, Prof. Dr.-Ing. Robert F.	Neue Materialien Fürth (NMF), Geschäftsführer
Standecker, Dr. Christa	Geschäftsstelle der Europäischen Metropolregion Nürnberg, Geschäftsführerin

FORUM WISSENSCHAFT

Leitungsgremium

Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Müller, Horst berufsm. Stadtrat und Wirtschaftsreferent, Stadt Fürth	Dandorfer, Wolfgang Oberbürgermeister, Stadt Amberg	Gröske, Prof. Dr. Karl- Dieter Rektor, Universität Erlangen-Nürnberg

Kernteam

Albrecht, Heinrich	Regierung von Mittelfranken, Sachge- biet Wirtschaftsförderung
Bauer, Hans-Karl	Handwerkskammer für Oberfranken, Verwaltungssitz Coburg
Bauer, Prof. Dr. Erich	HAW-Hochschule Amberg-Weiden
Bormann, Prof. Dr. rer. nat. Rüdiger	Universität Bayreuth
Branscheid, Prof. Dr.-Ing. Wolfgang	Max Rubner-Institut, Inst. f. Sicherheit u. Qualität b. Fleisch
Braun, Prof. Dr. Michael	Georg-Simon-Ohm-Hochschule
Brey, Reinhard	Fachhochschule für öffentliche Ver- waltung und Rechtspflege
Bühlmeyer, Dr. Wolfgang	IHK für Oberfranken Bayreuth, Innovati- on und Umwelt
Buntfuß, Prof. Dr. Markus	Augustana-Hochschule
Dandorfer, Wolfgang	Stadt Amberg i. d. Oberpfalz
Eberl, Dr. Elfriede	IHK Nürnberg für Mittelfranken, Innovation und Umwelt
Eckstein, Herbert	Landrat Landkreis Roth
Ehm, Harald	EUREGIO EGRENSIS Arbeitsgemein- schaft Bayern e. V.
Faulstich, Prof. Dr.-Ing. Martin	ATZ Entwicklungszentrum
Forchel, Prof. Dr. Alfred	Julius-Maximilians-Universität Würzburg
Frey, Prof. Dr.-Ing. Lothar	Fraunhofer-Institut für Integrierte Systeme u. Bauelementetechnologie
Gabriel, Ralf	Kulturidee GmbH
Geiger, Prof. Dr.-Ing. mult. Manfred	blz Bayerisches Laserzentrum GmbH
Gerhäuser, Prof. Dr.-Ing. Heinz	Fraunhofer-Institut Integrierte Schal- tungen IIS
Göske, Dr. rer. nat. Jürgen	ZWL Zentrum für Werkstoffanalytik Lauf GmbH
Groch, Claudius	Fachhochschule für angewandtes Management - Campus Neumarkt
Gröske, Prof. Dr. Karl-Dieter	Universität Erlangen-Nürnberg
Hörl, Prof. Ottmar	Akademie der Bildenden Künste
Kaiser, Dr. Georg	Universität Würzburg Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit

Kunz, Dr. Dieter	Neue Materialien Bayreuth GmbH
Lehmann, Prof. Dr. Jürgen	Hochschule Hof
Leiding, Dr. Claus	Besamungsverein Neustadt a. d. A. e. V.
Leuchs, Prof. Dr. Gerd	Max-Planck-Institut für die Physik des Lichts
Ludwigs, Dr. Heinz-Walter	Universität Bayreuth Kontaktstelle für Wissens- und Technologietransfer
Mammen, Prof. Dr. Gerhard	Hochschule Ansbach
Meiser, Prof. Dr. Alfred	Handwerkskammer Oberpfalz
Möller, Prof. Dr. Joachim	IAB Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
Müller, Horst	Wissenschaftsstadt Fürth, Ref. VI, berufsm. Stadtrat
Pötzl, Prof. Dr. Michael	Hochschule Coburg
Puch, Prof. Dr. Hans-Joachim	Evangelische Hochschule Nürnberg
Raab, Dr. Udo	IHK Nürnberg für Mittelfranken, Leiter Geschäftsbereich Standortpolitik
Rummenhohl, Dr. Hans-Martin	Deutsche Telekom AG, Leiter Regional- büro Süd
Ruppert, Prof. Dr. Dr. habil. Godehard	Universität Bamberg
Schmidt, Dr. Manfred	Bundesamt für Migration und Flüchtlinge
Schmidt, Dr.-Ing. Robert	IHK Nürnberg für Mittelfranken, Leiter GB Innovation I Umwelt
Schöck, Thomas A.H.	Universität Erlangen-Nürnberg
Schreglmann, Olaf	Deutscher Gewerkschaftsbund, Industrieregion Mittelfranken
Schwieger, Prof. Dr. Wilhelm	Universität Erlangen-Nürnberg, Lehr- stuhl für Chemische Reaktionstechnik
Singer, Prof. Dr.-Ing. Robert F.	Neue Materialien Fürth GmbH
Standecker, Dr. Christa	Stadt Nürnberg, Europäische Metropol- region Nürnberg
Ullrich, Prof. Dr. Martin	Hochschule für Musik Nürnberg
Vogelsgang, Hermann	Bay. Fachhochschule für öffentliche Verwaltung u. Rechtspflege
Walwei, Dr. Ulrich	IAB Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
Weber, Dr. Wolfgang	Hochschule Amberg-Weiden
Weber, Prof. Dr. Heribert	Hochschule Würzburg-Schweinfurt

Zusätzlich zum Kernteam des Forums wird jeweils ein Kreis von rund 100 Personen zu den Sitzungen des Forums Wissenschaft eingeladen.

FORUM TOURISMUS

Leitungsgremium

Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Hipelius, Werner Bürgermeister und Kul- tur- und Schulreferent, Stadt Bamberg	Uhl, Franz Xaver Landrat, Landkreis Weißenburg-Gunzen- hausen	Seifert, Olaf Geschäftsführer, Touris- musverband Franken

Kernteam

Albrecht, Heinrich	Regierung von Mittelfranken
Bauer, Franz-Xaver	Tourismus Zentrale Fränkische Schweiz
Braun, Dr. Michael	Tourismusverband Ostbayern
Christel, Andreas	Tourismusedirektor, Stadt Bamberg
Coulin, Yvonne	Verkehrsverein Nürnberg
Dießl, Matthias	Landrat Landkreis Fürth
Engelmann, Dr. Gerhard	Geschäftsführer BHG-Geschäftsstelle Bezirk Mittelfranken
Gieler, Walter	Landratsamt Fürth
Ilg, Robert	1. Bürgermeister Stadt Hersbruck
Lenz, Friedhelm	CCN CongressCenter Nürnberg
Schlag, Oskar	Hotel Arvena Park
Schwemmbauer, Rudolf	Landrat Landkreis Ansbach
Walchshöfer, Prof. Dr. Jürgen	Tourismusverband Romantisches Franken
Winter, Franz	Bürgermeister Markt Dürnwangen

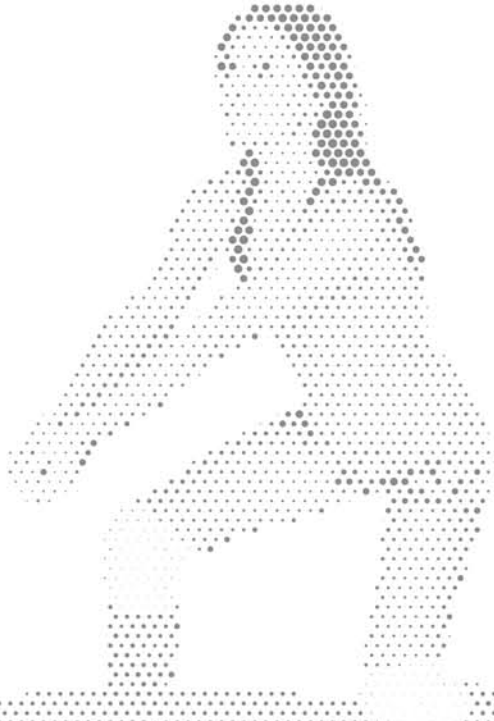
Erweiterter Kreis

Anselstetter, Herrmann	Bürgermeister Markt Wirsberg
Arai-Hoffmann, Silvia	Airport Nürnberg
Baumgärtner, Heike	Tourismusverband Naturpark Altmühltal, Eichstätt
Beck, Dorothea	Deutsche Spielzeugstraße, Coburg
Bentzel, Graf von Benedikt	Erlebnispark Schloss Thurn, Herolds- bach
Blank, Siegfried	Amt für Kultur, Ansbach
Fischer, Elisabeth	„Urlaub auf dem Bauernhof“, Ebensfeld
Fischer, Max	Amberger Fremdenverkehrsverein e.V.
Frank, Christian	Erlangerer Tourismus- und Marketing- Verein e.V.
Franz, Markus	Frankenwald Tourismus
Göbel, Simone	Landratsamt Kitzingen
Gruber, Erika	IHK Nürnberg für Mittelfranken, Gunzenhausen
Gruber, Thomas	Landratsamt Roth
Gulder, Waltraud	Tourismus Coburg
Henle, Frank	IHK-Gremium Gunzenhausen
Kemppgens, Jan	Stadt Bayreuth
Knott, Peter	Landkreis Tirschenreuth
Leisgang, Georg	Hotelier Gasthof zum Storch GmbH, Schlüsselfeld
Leutner, Reinhard	Landrat Landkreis Lichtenfels
Leyrer, Wolfgang	Hotel Herzogspark in Herzogenaurach
Lobenhofer, Waltraud	AOVE-GmbH, Hahnbach
Löw, Dr. Kerstin	Tourismus- und Veranstaltungsbetrieb, Kronach
Luger, Andrea	Bezirksvorsitzende BHG, Bezirk Ober- franken, Behringersmühle
Müller, Sandra	Stadtmarketing Fürth
Munder, Andreas	Tourismus & Marketing GmbH Ochsen- kopf, Fichtelberg
Niederprüm, Hans-Dieter	Tourismusverband Fränkisches Seen- land GbR, Gunzenhausen
Reichert, Thomas	Fachbereich Wirtschaftsförderung und Tourismus, Stadt Bamberg
Scharf, Heinrich	Tourist-Information Amberg
Schlecht, Karin	Kongresshaus Rosengarten, Coburg
Seewald, Hubert	Frankenthaltherme Bad Windsheim GmbH
Seitz, Rainer	Tourist-Information Neumarkt i. d. Oberpfalz
Stöhr, Günter	Verkehrs- und Kulturamt Wunsiedel
Thumann, Thomas	Oberbürgermeister Neumarkt in der Oberpfalz
Tischler, Alfred	Tourist-Information und Kulturwerk- statt, Sulzbach-Rosenberg
Vogl, Siegfried	Landratsamt Nürnberger Land, Lauf an der Pegnitz

FORUM SPORT

Leitungsgremium		
Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Thielemann Jürgen Leiter, SportService Nürnberg	Irlinger, Eberhard Landrat, Landkreis Erlangen-Höchstadt	Ammon, Jörg Bezirksvorsitzender, Bay. Landessportverband

Kernteam	
Biechele, Christian	Kicker-Sportmagazin, Nürnberg
Biechele, Sabine	Regierung von Mittelfranken, Ansbach
Eckardt, Carsten	Post-SV Nürnberg e.V., Nürnberg
Fröbel, Eberhard	Sportamt Coburg
Klement, Ulrich	Sport- und Bäderamt Erlangen
König, Thomas	Sportamt Fürth
Kopkow, Johannes	Basketball GmbH, Nürnberg
Krieg, Hans-Jürgen	hl-studios GmbH, Erlangen
Leistner, Gernot	MotorSportClub Nürnberg e.V.
Möckel, Christian	Sportamt Bayreuth
Oberhuber, Karl-Heinz	Landratsamt Weißenburg-Gunzenhausen, Weißenburg
Pastowski, Sven	adidas AG, Herzogenaurach
Schwägerl, Dr. Natalie	BLSV-Sportbezirk Mittelfranken, Nürnberg
Standecker, Dr. Christa	Europäische Metropolregion Nürnberg
Wächtler Thomas	LRA Erlangen-Höchstadt, Erlangen
Walchshöfer Felix	TeamChallenge GmbH, Roth
Zeh Dominik	Hofer Sportverband, Hof
Ziemainz Jana	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Erlangen



FORUM MARKETING / FACHBEIRAT MARKETINGVEREIN

Leitungsgremium		
Geschäftsführer	Politischer Sprecher	Fachlicher Sprecher
		
Kern, Dr. Fabian Geschäftsführer, Marketingverein Metropolregion Nürnberg e. V.	Eckstein, Herbert Landrat, Landkreis Roth; 2. Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins Metropolregion Nürnberg e. V.	Ottmann, Peter Mitglied der Geschäftsführung, NürnbergMesse GmbH

Kernteam	
Brenner, Heinz	Leiter Regionalreferat Erlangen/Nürnberg Siemens AG, 3. Vorsitzender des Vorstand Marketingverein Metropolregion Nürnberg e. V.
Kamm-Schubert, Rita	stellvertretende Vorsitzende Fachausschuss Kommunikation IHK Nürnberg für Mittelfranken, Leiterin Unternehmenskommunikation N-ERGIE AG
Nordschild, Michael	Geschäftsführer Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft e.V
Zelnhefer, Dr. Sigfried	Vorstandsvorsitzender Presseclub Nürnberg e.V. und Leiter Presse- und Informationsamt Stadt Nürnberg
Erweiterter Kreis	
Baumann, Ute	Windsbacher Knabenchor
Becher, Dr. Manuel	Marketing & Tourismus GmbH Bayreuth
Capek, Michael	Wirtschaftsförderung Landkreis Neustadt an der Aisch-Bad Windsheim

Fraurenreuther, Margit	Regionalmanagement Landkreis Neustadt an der Waldnaab
Haasler, Jürgen	Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH
Häffner, Klaus	
Hesse, Dr. Kurt	IHK Nürnberg für Mittelfranken
Janker, Andrea	Pro Weiden e.V.
Kappler, Beatrice	Windsbacher Knabenchor
Kläver, Dr. Michael	Sparkasse Nürnberg
Kohstall, Jürgen	Flughafen Nürnberg GmbH
Krieg, Hans-Jürgen	Corporate Development HL-Studios GmbH
Oppold, Joachim	Öffentlichkeitsarbeit Stadt Bayreuth
Oswald, Christian	Vend Consulting GmbH
Rösch, Dr. Andreas	Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung Landkreis Forchheim
Standecker, Dr. Christa	Europäische Metropolregion Nürnberg
Schenk, Dr. Peter	Oberfranken Offensiv/ Forum Zukunft Oberfranken
Schultze, Peter	Werbeagentur Schultze, Walther & Zahel GmbH
Seifert, Erik	KonzeptQuartier GmbH, Fürth
Stix, Heiner	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Strobl, Petra	Congress Centrum Amberg
Winter, Tanja	Öffentlichkeitsarbeit Handwerkskammer Mittelfranken
Wolf, Bernhard	Corporate Communications GfK SE

MARKETINGVEREIN

Leitungsgremium

1. Vorsitzender: Stadt Erlangen	2. Vorsitzender: Landkreis Roth	3. Vorsitzender: Siemens AG
		
Dr. Siegfried Balleis Oberbürgermeister	Herbert Eckstein Landrat	Heinz Brenner Leiter des Regionalrefe- rats Erlangen/Nürnberg

Stadt Amberg	Oberbürgermeister Wolfgang Dandorfer
Landkreis Amberg-Sulzbach	Landrat Richard Reisinger
Stadt Ansbach	Oberbürgermeisterin Carda Seidel
Landkreis Ansbach	Landrat Rudolf Schwemmbauer
Stadt Bamberg	Oberbürgermeister Andreas Starke
Landkreis Bamberg	Landrat Dr. Günther Denzler
Stadt Bayreuth	Oberbürgermeister Dr. Michael Hohl
Landkreis Bayreuth	Landrat Hermann Hübner
Landkreis Erlangen-Höchstadt	Landrat Eberhard Irlinger
Landkreis Forchheim	Landrat Reinhardt Glauber
Stadt Fürth	Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung
Landkreis Fürth	Landrat Matthias Dießl
Landkreis Neumarkt i.d.Opf.	Landrat Albert Löhner
Landkreis Neustadt/Aisch - Bad Windsheim	Landrat Walter Schneider
Stadt Nürnberg	Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly
Landkreis Nürnberger Land	Landrat Armin Kroder
Stadt Schwabach	Oberbürgermeister Matthias Thürauf
Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen	Landrat Franz Xaver Uhl
Industrie- und Handelskammer Nürn- berg für Mittelfranken	Hauptgeschäftsführer Markus M. Löttsch
Handwerkskammer Mittelfranken	Präsident Heinrich Mosler

Mitglieder des Kuratoriums

Vorsitzender: Nürnberger Versicherungsgruppe	Hans-Peter Schmidt Aufsichtsratsvorsitzender
AFAG Messen und Ausstellungen GmbH	Geschäftsführer Heiko Könicke
Arvena Hotels, Schlag oHG	Oskar Schlag Gesellschafter der Fa. Büro-Einrichtungszentrum Högner GmbH
Bezirk Mittelfranken	Bezirkstagspräsident Richard Bartsch
BiseFairConsulting	Gerd Bise
DATEV eG	Vorstandsvorsitzender Professor Dieter Kempf
ECKA Granulate GmbH & Co	Geschäftsinhaber Gert Rohrseitz
Faber-Castell Aktiengesellschaft	Geschäftsführender Gesellschafter Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell, Vorsitzender des Industrieverbandes Schreib- und Zeichengeräte e. V.
Flughafen Nürnberg GmbH	Geschäftsführer Karl-Heinz Krüger
Fränkische Landeszeitung GmbH	Geschäftsführer Harald W. Wiedfeld
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg	Präsident Professor Dr. Karl-Dieter Gröske
Georg-Simon-Ohm-Hochschule für angewandte Wissenschaften – Fach- hochschule Nürnberg	Rektor Professor Dr. Michael Braun
Gewerkschaft IG Metall	Jürgen Wechsler
GfK SE	Vorstandsvorsitzender Professor Dr. Klaus L. Wübbenhorst
Handwerkskammer Mittelfranken	Hauptgeschäftsführer Professor Dr. Elmar Forster
Hochschule für angewandte Wissen- schaften – Fachhochschule Ansbach	Präsident Professor Dr. Gerhard Mammen
Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth	Präsident Dr. Wolfgang Wagner
Industrie- und Handelskammer Nürn- berg für Mittelfranken	Präsident Dirk von Vopelius
Industrie- und Handelskammer Re- gensburg für Oberpfalz/Kelheim	Präsident Peter Esser

Industrie- und Handelskammer Würz- burg - Schweinfurt	Präsident Dipl.-Ing. Claus Bolza-Schünemann
Industrie- und Handelskammer zu Coburg	Präsident Friedrich Herdan
J. L. Orth GmbH	Geschäftsführer Dipl. Kfm. Ekkehard Harms
LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG	Geschäftsführer Peter Kurz
Max Bögl Bauunternehmung GmbH & Co. KG	Gesellschafter Johann Bögl
MEKRA Lang GmbH & Co. KG	Geschäftsführer Dr. Werner Lang, Vizepräsident der Industrie- und Han- delskammer Nürnberg für Mittelfranken

Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrensperger e. K.	Dr. Franz Ehrensperger
NürnbergMesse GmbH	Mitglied der Geschäftsführung Peter Ottmann
Ossberger Landtechnik GmbH & Co	geschäftsführender Gesellschafter Dr. Karl-Friedrich Ossberger, Vorsitzender des Industrie- und Handelsgremiums Weißenburg
Rödl & Partner GbR	Gesellschafter Dr. Bernd Rödl
Regierung von Mittelfranken	Regierungspräsident Dr. Thomas Bauer
Regierung von Oberfranken	Regierungspräsident Wilhelm Wenning
Schaeffler GmbH	Gesellschafterin Maria-Elisabeth Schaeffler
Sparkasse Nürnberg	Vorstandsvorsitzender Dr. Matthias Everding
Telefonbuch Verlag Hans Müller GmbH & Co	Geschäftsführender Gesellschafter Gunther Oschmann

Dipl.-Ing. Hans-Günther Bochmann	
Dr. Hermann Franz	
Klaus Häffner	
Prof. Prof. h. c. mult. Dr. h. c. Bernhard Krämer	
Renate Schmidt	
Dr. Markus Söder, Staatsminister für Umwelt und Gesundheit, MdL	
Friedrich K. Weidemann	
Dagmar Wöhlrl, MdB Vorsitzende des Ausschusses für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung	

ÖFFENTLICHE NEUGIER

WISSENSCHAFTLICHE NEUGIER UND PRAKTISCHE BERATUNG

Das Governance-Modell und die Durchführung von Projekten erweckten auch die wissenschaftliche Neugier. Zahlreiche Fragestellungen boten Anlass zur wissenschaftlichen Bearbeitung. Die hierbei entstandenen, teilweise ausgezeichneten Arbeiten sind willkommene Anlässe zur Reflektion der Aktivitäten in der Metropolregion Nürnberg.

Die Europäische Metropolregion Nürnberg und ihr Ansatz als Stadt-Land-Partnerschaft sind inzwischen beispielhaftes Modell und Vorbild für überregionale Partnerschaften in ganz Deutschland. Vor allem im Norden waren die Erfahrungen gefragt. So reisten z. B. der stellvertretende Ratsvorsitzende Dr. Günther Denzler, Landrat des Landkreises Bamberg und der Sprecher der Regionalkampagne Original Regional, der Rother Landrat Herbert Eckstein, in die Metropolregionen Bremen und Hamburg, um über die konkrete Umsetzung der Stadt-Land-Partnerschaft in der Metropolregion Nürnberg zu berichten. Auf diese Weise hat die Bad Windsheimer Erklärung inzwischen ein Pendant in der Bad Bevensener Erklärung gefunden.

Im Beirat für Raumentwicklung des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) ist die Geschäftsführerin der Metropolregion, Dr. Christa Standecker nunmehr in der zweiten Legislaturperiode vertreten. Zwei Beratungspapiere wurden unter ihrer Federführung für den Minister erarbeitet.

WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN ZUR EUROPÄISCHEN METROPOLREGION NÜRNBERG (AUSWAHL)

Name	Art der Arbeit // Hochschule	Thema
Bege, Stefan	Dissertation // Universität Nürnberg	Das Konzept der Metropolregion in Theorie und Praxis – Ziele, Umsetzung und Kritik
Blix, Julia	Magisterarbeit // Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, Geographisches Institut	Die Metropolregion Nürnberg und ihre strukturstärkenden Maßnahmen und Chancen nach der Quelle-Insolvenz
Büttner, Andrea	Diplomarbeit // International Business School Nürnberg	Kooperationen in der Metropolregion Nürnberg zur Verbesserung des Images
Dietrich, Annalena	Magisterarbeit // Universität Erlangen, Geografisches Institut	Marketingkonzepte bei Regionalprodukten
van Elsen, Dr. Thomas	Petrarca Europäische Akademie für Landschaftskultur e. V. Uni Kassel	Antragstellung eines EU-Projekts zu multifunktionalen Stadt-Land-Beziehungen
Eber, Andrea	Diplomarbeit	Die Metropolregion Nürnberg und ihr Beitrag für Kultur, Marketing, Tagungs- und Kongresswesen
Ermann, Ulrich	Dissertation // Universität Erlangen-Nürnberg, Geografisches Institut	Regionalprodukte. Vernetzungen und Grenzziehungen bei der Regionalisierung von Nahrungsmitteln
Harnrieder, Agnes	Facharbeit	Ist die Metropolregion Nürnberg erfolgreich? (Beispielprojekte: Original Regional und Metropolregion im Grünen)
Hässlein, Martina	Diplomarbeit // Fachhochschule für öffentliche Verwaltung und Rechtspflege in Bayern	Grenzüberschreitende Kooperationen in Bayern
Heit, Felix	Bachelorarbeit // Universität Erlangen-Nürnberg, Geografisches Institut	Problemorientierte Analyse der Partner der Regionalkampagne „Original Regional“ von der Europäischen Metropolregion Nürnberg
Higuchi, Sayaka	Bachelorarbeit // Technische Universität Wien	MORO-Projekt in der Europäischen Metropolregion Nürnberg – Auswirkungen in den Projektregionen
Huschke, Andreas	Bachelorarbeit // Universität Erlangen-Nürnberg, Geografisches Institut	Metropolregion im Grünen
Krenzer, Anna	Staatsexamensarbeit // Universität Erlangen-Nürnberg, Geografisches Institut	Regionale Bioprodukte als Chance für die Metropolregion Nürnberg? Platzierung regionaler Bioprodukte neben Bioprodukten und Regionalprodukten.
Lehnigk, Nadine	Diplomarbeit // Universität Potsdam, Fach Verwaltungswissenschaft	Interkommunale Zusammenarbeit – das Beispiel Energieregion Lausitz-Spreewald mit Fallstudie Metropolregion Nürnberg
Liebel, Christoph	Diplomarbeit // Universität Bayreuth, Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung	Das Konzept der Europäischen Metropolregionen – Analyse und Bewertung der potentiellen Metropolregion Nürnberg
Mijatovic, Majamaja	Projektarbeit // HafenCity Universität in Hamburg Urban Design (Master)	Metropolitan Lab – Stadt- und Regionalentwicklung im internationalen Kontext – Das Beispiel der Metropolregion Nürnberg
Oehme, Merit	Bachelorarbeit // WiSo in Nürnberg	Deutsche Metropolregionen im ökonomischen Vergleich; Vergleich Metropolregion Nürnberg und Hamburg
Pennekamp, Sandra	Dissertation // TU Darmstadt, Institut WAR, Fachgebiet Umwelt- und Raumplanung	Raumentwicklung im Spannungsfeld zwischen Wachstum und Schrumpfung – das Modell der großräumigen Verantwortungsgemeinschaft; Evaluierung und Bewertung des MORO-Projektes
Raudner, Evelyn	Staatsexamensarbeit am Institut für Geographie der Universität Erlangen-Nürnberg	Die Vermarktung des Aischgründer Karpfens in der regionalen Gastronomie – Möglichkeiten der Aufwertung eines Regionalproduktes
Reinhardt, Christina	Diplomarbeit // Universität Bayreuth, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie	Ländliche Räume in Europäischen Metropolregionen – zwei Beispiele im Vergleich
Schwab, Daniela	Magisterarbeit // Institut für Geographie der Universität Erlangen-Nürnberg	Regionalprodukte haben's schwer – aber in sich! Hemmnisse und Potenziale von Regionalprodukten in der Metropolregion Nürnberg
Will, Matthias	Projektarbeit // Fachhochschule für öffentliche Verwaltung und Rechtspflege in Bayern in München (Allgemeine innere Verwaltung)	Strukturwandel in der Metropolregion Nürnberg

BLICK AUF DIE HEIMAT FÜR KREATIVE

INTERVIEW „MARKENAUFBAU“ MIT DIRK VON VOPELIUS

Fachlicher Sprecher des Forums Wirtschaft und Infrastruktur

Warum braucht eine Region überhaupt eine Markenstrategie?

Ein wesentliches Ziel der Metropolregion Nürnberg ist es ja, die Anziehungskraft der gesamten Region zu erhöhen. Dazu brauchen wir einen erkennbaren Lichtpunkt auf der Weltkarte, dessen Leuchtkegel alle Einzelkommunen der Region erfasst. Eine von allen Beteiligten getragene und überzeugend inszenierte Dachmarke ist hierfür die Voraussetzung.

Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Eckpfeiler einer Markenstrategie?

Man muss eine Marke mit einem trennscharfen Profil versehen und sie unter Wahrung dieses Profils sichtbar und erlebbar machen.

Aufbau der Marke „Metropolregion Nürnberg“ – wie ging es los?

Wir haben in diversen Gremien die herausragenden Eigenschaften der Metropolregion erarbeitet und daraus den Markenkern definiert. Die Kernkompetenz der Region ist die „Überraschungsqualität“, daraus entstanden der Slogan „Kommen. Staunen. Bleiben.“ und ein neues Logo. Der wichtigste Schritt zu Beginn der Markenbildung war aber zunächst die optische Präsenz der Marke. Hier haben wir bei einer Reihe von Firmen und Einrichtungen intensiv geworben, das Logo der Metropolregion quasi als Appendix mitzunehmen.

An welche Aktivitäten erinnern Sie sich besonders gerne?

Ein für mich einmaliges Erlebnis war die bundesweite Anzeigenserie. Wir haben es ohne eigenen Mitteleinsatz auf 30 großformatige Anzeigen gebracht, jede mit einem anderen Motiv und einem anderen Sponsor. Motivsuche, Sponsorenakquise und gemeinsames Ringen um die Texte – das hatte schon was. Unvergessen bleibt mir auch die Anbringung des ersten Autobahnschildes an der A6 – dem ging eine lange und mühsame Überzeugungsarbeit voraus.

INTERVIEW „MARKENAUFBAU“ MIT PETER OTTMANN

Fachlicher Sprecher des Forums Marketing

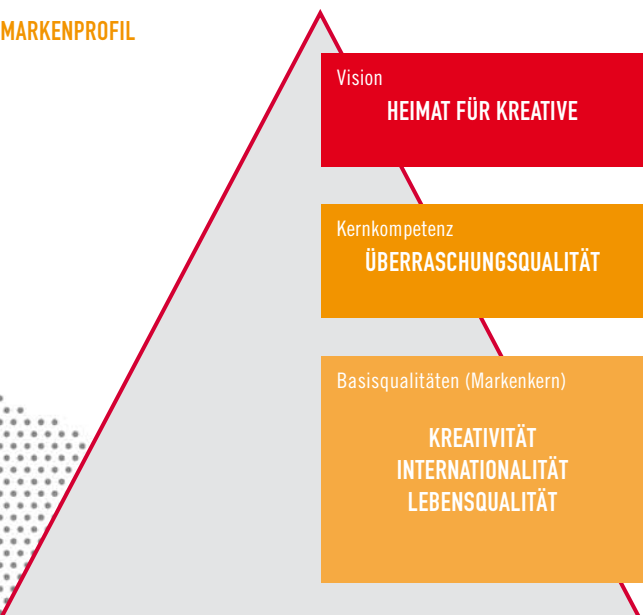
Wo besteht auch weiterhin Handlungsbedarf?

Eine Marke entsteht nicht durch die Anmeldung. Eine Marke entsteht in den Köpfen und in den Herzen der Zielgruppen. Wir müssen mit der Marke Metropolregion Nürnberg in viel mehr Köpfe und in noch mehr Herzen! Innerhalb der Metropolregion ist uns das schon ganz gut gelungen. Außerhalb haben wir noch einen steinigen Weg vor uns. Mit rationalen Argumenten allein wird das nicht gelingen. Dafür braucht es eine emotionale Verankerung. Einmal sehen und erleben ist dabei sicher besser als zehnmals hören oder lesen. Übersetzt bedeutet es, dass wir die große Chance haben, die Millionen Touristen und Geschäftsleute, die jährlich hier zu Gast sind, zu Botschaftern der Metropolregion zu machen.

Und wo sehen Sie zukünftig die größten Chancen beim weiteren Auf- und Ausbau der Marke?

Bei den Unternehmen in der Metropolregion. Im künftigen Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte wird es darum gehen, sich als attraktiver Arbeitgeber in einer attraktiven Region darzustellen. Gerade für Familien bietet die Metropolregion eine sehr hohe Lebensqualität. Wenn es uns gelingt, dass die Familien in die EMN ziehen wollen, weil hier alles stimmt, dann wird es kein Problem sein, die besten Köpfe davon zu überzeugen, dass es hier hervorragende Arbeitsmöglichkeiten gibt. Denn die Metropolregion Nürnberg bietet bereits heute beides: Familienfreundlichkeit und zukunftssichere Arbeitsplätze.

MARKENPROFIL



INTERVIEW MIT PROF. DR.-ING. ERICH R. REINHARDT

Vorsitzender des Vorstands Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg (EMN) e.V.

Was macht den Cluster Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg zum nationalen Spitzencluster?

Es ist die besondere Konzentration an Kompetenzen aus Wissenschaft, Wirtschaft, Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen. Medical Valley vernetzt und bündelt diese Expertise, um die Innovationskraft der in der Region tätigen Akteure zu stärken. Hier sind allein mehr als 500 Unternehmen mit über 45 000 Beschäftigten ansässig, die ausschließlich oder teilweise in der Medizintechnik tätig sind. Das entscheidende Alleinstellungsmerkmal des Spitzenclusters Medical Valley liegt in der gemeinsamen Zielsetzung, nur Produkte, Dienstleistungen und Lösungen zu entwickeln, die helfen, die Effektivität und Effizienz der Gesundheitsversorgung überprüfbar zu verbessern – so charakterisiert sich unsere mittelfristige Zielsetzung „Exzellenzzentrum für Medizintechnik“.

Wie ist das Medical Valley in den strategischen Rahmen der Metropolregion Nürnberg eingebettet?

Wir waren als Medical Valley direkt in die Entwicklung des wirtschaftstechnologischen Leitbilds WaBe für die Metropolregion Nürnberg eingebunden. Die Medizintechnik ist ein Wachstumsmarkt. Die Wettbewerbsstärke der beteiligten Partner in der Region ist eine exzellente Basis für Wachstum und damit auch für Beschäftigung. Insofern ist das Medical Valley ein wichtiger Pfeiler für die Weiterentwicklung der Wirtschaftskraft in der Metropolregion Nürnberg.

Wie beurteilen Sie die Kooperationsbereitschaft in der Metropolregion Nürnberg?

Wir stehen vor großen globalen Herausforderungen in der Gesundheitsversorgung: Bis 2050 werden gemäß Schätzungen fast 50 % mehr Menschen auf der Erde leben als heute – und gleichzeitig werden die Menschen älter. Daraus resultiert auch eine starke Zunahme an Erkrankungen. Allein für Deutschland wird nach heutigem Kenntnisstand prognostiziert: Diabetes +50 %, Demenz +100 %, Herzinfarkt +100 %, Schlaganfall +100 %, Krebs +50 %. Innovative Medizintechnik und Dienstleistungen müssen vor diesem Hintergrund Wege aufzeigen, die Effektivität und Effizienz der Gesundheitsversorgung zum Wohle des Patienten zu verbessern und dabei gleichzeitig das Gesundheitssystem finanzierbar zu halten.

Die Entwicklung dieser innovativen Medizintechnik und Dienstleistungen setzt eine hohe Kooperationsbereitschaft und einen engen Dialog zwischen Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesundheitsversorgung voraus. Hierfür bietet die Metropolregion Nürnberg mit ihren gut eingespielten Netzwerken und ihrer hohen Kooperationsqualität eine gute Plattform.



Welche Bedeutung spielt der räumliche Umgriff der Metropolregion Nürnberg für den Cluster?

Die Metropolregion Nürnberg ist vielleicht etwas größer als der klassische Cluster-Umgriff aber tragfähig für intensive Verflechtungen innerhalb des Clusters. Die meisten Partner im Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg können sich mit einer Fahrzeit von 30 bis 60 Minuten erreichen. Das unterstützt den Austausch von implizit gebundenem Expertenwissen über „face-to-face“-Kontakte z.B. bei Veranstaltungen, zufälligen Treffen und Workshops. Die Ergebnisse des verbesserten Austauschs sind leistungsfähigere Netzwerkstrukturen und zielgerichtete Kooperationen.

Welche Erfahrung haben Sie im Rahmen der metropolregionalen Kooperation gemacht? Gibt es diesbezüglich Unterschiede bei den verschiedenen Stakeholdern aus Politik, Wissenschaft, Unternehmen, Gesundheitsversorgung und Verwaltung?

Unsere Erfahrung zeigt, dass alle Beteiligten im Gesundheitssystem in der Metropolregion – Politik, Wissenschaft, Unternehmen, Gesundheitsversorgung, Verwaltung – an einer konstruktiven Zusammenarbeit interessiert sind und sich einbringen. Ein Beispiel hierfür ist das gemeinsam mit einigen Akteuren in der Metropolregion Nürnberg entwickelte MORO-Projekt „Spitzencluster Medizintechnik als Stadt-Land-Netzwerk“. Es unterstützt bei der Bewältigung des demografischen Wandels in der Metropolregion, indem ein Dialog von Anwendern und den Entwicklern von eHealth-Lösungen und altersgerechten Assistenzsystemen in Gang gesetzt wird.

Welche gemeinsamen Aufgaben in der Entwicklung der Metropolregion Nürnberg und des Medical Valley sehen Sie prioritär für die Zukunft?

Unser Ziel ist es, die Wirtschaftskraft in der Region zu stärken. Um dies zu erreichen, müssen wir vor allem kleine und mittlere Unternehmen darin unterstützen, innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und in den Markt zu bringen. Aus diesem Ziel entstehen gemeinsame Aufgaben z. B. in der internationalen Vermarktung, der Integration weiterer Partner in das Medical Valley, der Rekrutierung von Fachkräften oder im Auf- und Ausbau einer umfassenderen Information und Identifikation der Öffentlichkeit mit der Region.

INTERVIEW MIT MANFRED SINZ

Ministerialdirigent am Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

1. Wo sehen Sie die Metropolregion Nürnberg im Vergleich mit anderen Europäischen Metropolregionen in Deutschland?

Zusammen mit dem Rhein-Neckar-Dreieck sicher an der Spitze! Beide Regionen haben ihre Anerkennung als Europäische Metropolregionen mit einem Höchstmaß an Eigeninitiative, mit einer klugen „Innenpolitik“ nach dem Prinzip der Gleichberechtigung auf Augenhöhe sowie mit einer gelungenen Außendarstellung mehr als verdient.

... in Bezug auf ihre Akteurskonstellationen:

Es herrscht von außen betrachtet ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Gebietskörperschaften, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur, viel Eigenverantwortung und -initiative der Arbeitskreise sowie eine starke Einbindung der ländlich geprägten Räume. OB Dr. Maly ist sicher ein zentraler und charismatischer Akteur, versteht es aber sehr gut, gleichberechtigte Partnerschaft zu praktizieren und keine Dominanz der größten Stadt aufkommen zu lassen.

... in Bezug auf den Grad ihrer Institutionalisierung:

Das Prinzip „so wenig wie möglich, so viel wie nötig“ hat sich in Nürnberg bewährt. Stärkere Institutionalisierung würde nicht nur bürokratische Hemmnisse aufbauen, sondern auch auf den Widerstand der etablierten Administrationen von Kommunen, Kreisen und Freistaat stoßen.

... in Bezug auf ihre Projekte und Handlungsfelder:

Von außen ist schwer zu beurteilen, welche Handlungsfelder mit welchem Erfolg bearbeitet werden. Besonders positiv aufgefallen sind mir Initiativen wie „original regional“, die Wissenschaftstage, die Kooperationsstelle Stadt-Land-Partnerschaft sowie der Verkehrsverbund.

2. Wo liegen aus Ihrer Sicht die Erfolgsfaktoren und wo die Risikofaktoren der Governance der Metropolregion Nürnberg?

Der entscheidende Erfolgsfaktor aus meiner Sicht ist das Selbstverständnis der Region als Verantwortungsgemeinschaft, die in eigener Initiative und auf partnerschaftlicher Basis solche Probleme und Handlungsfelder bearbeitet, für die der Freistaat zu groß und die einzelnen Kommunen zu klein sind. Risiken des Scheiterns sind zur Zeit nicht erkennbar, wenn man einmal davon absieht, dass auch in den besten Partnerschaften von Zeit zu Zeit Konflikte, aber auch Langeweile und Frust vorkommen.

3. Und nun zum europäischen Benchmark. Wo steht die Metropolregion Nürnberg aus Ihrer Sicht ?

Die großen Agglomerationsräume in Europa sind territorial und administrativ sehr unterschiedlich verfasst, so dass ein Benchmarking schwer möglich ist. Unter dem Aspekt von „regional governance“ im Kontext eines föderal organisierten Staates ist die Metropolregion Nürnberg sicher als vorbildlich einzustufen.

ZITATE



„Ich glaube in diesen fünf Jahren ist die Region zusammengewachsen wie nie zuvor. Zusammengewachsen im doppelten Sinn des Wortes. Einmal zusammengewachsen durch stärkere Integration aber auch zusammengewachsen im Sinne gemeinsamer Entwicklung, gemeinsamen Wachstums, gemeinsamen Fortschritts. Und das ist heute für eine Region sehr wichtig, denn es hat neue Energien freigesetzt – neue Synergien. Es hat geholfen, bestehende Stärken zu stärken und neue Stärken zu entwickeln. Nehmen Sie als Beispiel nur die Gremien der Metropolregion. Über 300 Unternehmen, Kulturexperten, Fachleute für Tourismus und Marketing sowie Wissenschaftler aus allen Teilregionen arbeiten heute in all diesen Gremien zusammen. Das macht die Region schlagkräftiger als früher. Das hilft ihr, sich zu positionieren. Sowohl auf dem deutschen Markt als auch auf den europäischen Märkten und weltweit. Eine solche Positionierung ist im globalen Wettbewerb ungeheuer wichtig. Noch in einem anderen Punkt ist die Region aus meiner Sicht und aus europäischer Sicht geradezu eine Modellregion – und das ist die Stadt-Land-Partnerschaft. Nicht im Sinne einer Dominanz, sondern im Sinne einer echten Partnerschaft. Natürlich müssen die Städte und Kommunen in der Metropolregion ihre eigenen Stärken erkennen und entwickeln. Aber sie tun dies gemeinsam, in enger Vernetzung, im Austausch miteinander, können voneinander aus Erfahrungen lernen, können gemeinsame Ideen entwickeln und das macht die Region stark. Und zugleich präsentiert sich die Metropolregion Nürnberg nach außen als die eine Metropolregion. Auch das ist ein Punkt, der ungeheuer wichtig ist heute, wenn es darum geht, sich als Standort für Investitionen weltweit, europaweit zu bewerben. Ein wichtiger Punkt also. Wenn ich es mir einmal speziell aus europäischer Sicht ansehen darf, dann denke ich an den Lissabon-Vertrag. Dort ist ausdrücklich das Ziel des territorialen Zusammenhalts festgelegt worden. Ich glaube, die Metropolregion mit ihrer Stadt-Land-Partnerschaft ist in der Tat ein ausgezeichnetes Beispiel, wie territoriale Kohäsion, territorialer Zusammenhalt entwickelt werden kann.“

Dr. Dirk Ahner, EU Generaldirektor, Generaldirektion Regionalpolitik, Brüssel
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Ich denke, dass die Metropolregion Nürnberg in Europa ein gewichtiges Wort mitsprechen wird. Da geht es nicht nur um Fragen von Förderung, Zuschüssen und Lobbying, sondern die ganze Region wird in Europa deutlich wahrnehmbarer sein als sie es noch jetzt ist und es werden sich andere regionale Verbünde auf den Weg machen. Und auch da gehört es dazu, dass man sich entweder in Kooperationen aber auch in einem gesunden Wettbewerb die Region weiter voranbringt. Für die Hochschulen bedeutet das – wir leben von Netzwerken, wir leben von Kooperationen und wir sind natürlich daran interessiert, dass sich auf europäischer Ebene in den nächsten Jahren noch viel ereignet und dass wir natürlich auch als Amberg-Weiden in Brüssel und Straßburg entsprechend mitreden können.“

Prof. Dr. Erich Bauer, Präsident Fachhochschule Amberg-Weiden
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Als Menschen mit starker Verwurzelung in unserer Heimat wissen wir die hohe Lebensqualität, die enge Verbindung von Natur, Geschichte und Kultur, von Arbeit und Freizeit ebenso zu schätzen wie die Überschaubarkeit, soziale Nähe und räumliche Weite in der Europäischen Metropolregion Nürnberg. In unserer Wirtschaftsregion der kurzen Wege und weltweiten Verbindungen, in der die Hälfte der Fläche als Naturpark ausgezeichnet ist, ist Work-Life-Balance gelebter Alltag: An jedem Ort der polyzentralen Region können wir arbeiten, wohnen, das Leben genießen und gleichzeitig weltweit präsent sein und damit individuell kreative Lebens- und Arbeitsformen in einem toleranten und selbstbewussten Umfeld entwickeln. In dieser gelebten Partnerschaft vieler einzigartiger größerer und kleinerer Zentren mit ländlichen Bereichen trauen wir uns auch zu, den demographischen Wandel als Chance für unsere Zukunft und Vorbild für andere zu gestalten.“

Dr. Karl Döhler, Landrat des Landkreises Wunsiedel i. Fichtelgebirge
Statement für die Bilanz „Sechs Jahre Metropolregion Nürnberg“

„In 5 Jahren ist die Metropolregion Nürnberg ein Powerhaus in Deutschland und Europa. Sie ist nicht nur ein Lichtpunkt auf der internationalen Karte, auf der Weltkarte, sondern ein buntes Licht, das leuchtet und attraktiv ist für die Menschen, die hier leben und für die, die dazukommen. In 5 Jahren ist die Metropolregion Nürnberg DIE Heimat für Kreative.“

Markus Lötzsich, Hauptgeschäftsführer der IHK Nürnberg für Mittelfranken
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

„Regionalisierung und Globalisierung stehen in Wechselwirkung. Diesen Prozess kreativ zu gestalten, bedeutet zuerst einmal, die Reduktion auf einen ökonomischen Wettbewerbsregionalismus zu vermeiden. Wenn von Spitzenleistungen, „Leuchttürme“ und Exzellenzinitiativen die Rede ist, dann sollte klar sein, dass dies keine elitären Minderheitenprojekte sind. Sie stehen und fallen mit ihrer Verankerung in einem durch Integration, sozialer Teilhabe und Chancenvielfalt geprägtem regionalem Umfeld. Dann kommen die regionalen Besonderheiten und Leistungen zur vollen Entfaltung. Die Metropolregion Nürnberg geht einen guten Weg. Ihre demokratische Organisationsform gilt vielen als Vorbild. Sie war immer dort stark, wo substanzielle Initiativen gestartet wurden, von deren Nutzen sich die Menschen vor Ort wie auch außerhalb überzeugen können. Marketingrhetorik ist keine Kompensation für fehlende Themen und Projekte. Die wissen die Aktivisten der Metropolregion Nürnberg und das merken auch die Menschen in der Region.

Deshalb ist mir um die Zukunft der Kreativität in der Metropolregion auch nicht bang. »Alles auf der Welt kommt auf einen gescheiterten Einfall und einen festen Entschluss an«, sagt der Dichter. So wird's wohl sein.“

Godehard Neumann, 2004 Mitentwickler der Metropolregion Nürnberg im Wirtschaftsreferat der Stadt Nürnberg, heute Lehrbeauftragter an der Universität Jena und selbstständiger Berater im Themenfeld Regionalisierung/Globalisierung
Statement für die Bilanz „Sechs Jahre Metropolregion Nürnberg“

„Ich glaube die Metropolregion muss sich auf zwei Schwerpunkte konzentrieren. Wir haben viel Arbeit, nach innen zu wirken zu der Bevölkerung, zu der Politik, zu den Unternehmen, dass wir gemeinsam größer sind. Ich habe da immer das Beispiel: Wenn jeder eine Taschenlampe hat und hält sie in den Himmel und einer fliegt drüber, dann wird das nie einer erkennen. Wenn aber alle, viele Taschenlampen in die gleiche Richtung halten, dann gibt es einen riesigen Strahl – und das ist der Strahl der Metropolregion. Und zweitens: wir müssen nach außen in die Welt hinaus wirken. (...) Wenn wir in den nächsten 5 Jahren so weiterarbeiten wie seit der Gründung der Metropolregion, nämlich dass Politik und Wirtschaft auf Augenhöhe zusammenarbeiten, dass es nicht groß und klein in der Metropolregion gibt, dann sind wir in 5 Jahren locker im oberen Drittel der Europäischen Metropolregionen und da gehören wir auch hin.“

Heribert Trunk, Bi-Log Service Group GmbH Bamberg, Vorsitzender der Geschäftsführung
Quelle: „5 Jahre Metropolregion Nürnberg“, ein Film im Auftrag des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg, 2010

FOREN-GESCHÄFTSSTELLEN DER METROPOLREGION NÜRNBERG

Forum Wirtschaft und Infrastruktur

Geschäftsführung
Dr. Roland Fleck
Theresienstr. 9, 90403 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/231 - 57 00
E-Mail: wirtschaft@metropolregion-nuernberg.de

Forum Wissenschaft

Geschäftsführung
Horst Müller
Königsplatz 1, 90762 Fürth
Telefon: +49 (0) 911/974 - 1061
E-Mail: wissenschaft@metropolregion-nuernberg.de

Forum Verkehr und Planung

Geschäftsführung
Dipl.-Ing. Wolfgang Baumann
Bauhof 9, 90402 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/231 - 48 00
E-Mail: verkehr@metropolregion-nuernberg.de

Forum Kultur

Geschäftsführung
Dr. Dieter Rossmeißl
Gebbertstr. 1, 91052 Erlangen
Telefon: +49 (0) 91 31/86 - 1020
E-Mail: kultur@metropolregion-nuernberg.de

Forum Sport

Geschäftsführung
Jürgen Thielemann
Hauptmarkt 17, 90403 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/231 - 2521
E-Mail: sport@metropolregion-nuernberg.de

Forum Tourismus

Geschäftsführung
Bürgermeister Werner Hipelius
Maximiliansplatz 3, 96047 Bamberg
Telefon: +49 (0) 951/87 - 14 00
E-Mail: tourismus@metropolregion-nuernberg.de

Forum Marketing

Geschäftsführung
Dr. Fabian Kern
Ostendstr. 100, 90482 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/70 42 05 - 70
E-Mail: marketing@metropolregion-nuernberg.de

WEITERE ADRESSEN

Lenkungskreis Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung

Umweltreferat der Stadt Nürnberg
Dr. Peter Pluschke
Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/231 - 59 42
E-Mail: klimaschutz@metropolregion-nuernberg.de

Marketingverein der Metropolregion Nürnberg e. V.

Geschäftsführung
Dr. Fabian Kern
Ostendstraße 100, 90482 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/70 42 05 - 70
E-Mail: info@marketingverein-nuernberg.de

FOTONACHWEISE

Seiten 8–15 Thomas Geiger **Seiten 16/17** Christine Dierenbach/Stadt Nürnberg (Foto 1); Michael Busch/Erlangen (Foto 2); Geschäftsstelle Metropolregion (Foto 3); Marketingverein (Foto 4) **Seiten 18/19** Geschäftsstelle Metropolregion (Foto 5); Giulia Iannicelli (Foto 6); Geschäftsstelle Metropolregion (Foto 7); Andreas Harbach, Fotoproduktionen Bayreuth (Foto 8); Geschäftsstelle Metropolregion (Foto 9); Stadt Nürnberg (Foto 10) **Seiten 20/21** Menschenrechtsbüro/Stadt Nürnberg (Foto 11); Kulturidee GmbH (Foto 12); EMN-Forum Wirtschaft und Infrastruktur (Foto 13); Ralf Schedlbauer (Foto 14) **Seiten 22/23** Ronald Rinklef/Fränkischer Tag (Foto 15); Ralf Schedlbauer/Stadt Nürnberg (Foto 16); KonzeptQuartier (Foto 17); Günter Püschel/Landratsamt Neustadt a. d. Aisch - Bad Windsheim (Foto 18); John R. Braun (Foto 19) **Seite 24** Geschäftsstelle Metropolregion; Ralf Schedlbauer/Stadt Nürnberg **Seite 31** Ronald Rinklef/Fränkischer Tag **Seite 32** Thomas Scherer (OBM Carda Seidel, OBM Dr. Ulrich Maly, OBM Norbert Kastner, OBM Kurt Seggewiß, LR Richard Reisinger, LR Rudolf Schwemmbauer, LR Dr. Günther Denzler, LR Herrmann Hübner, LR Eberhard Irlinger, LR Matthias Dießl, LR Albert Löhner, LR Walter Schneider, LR Herbert Eckstein, LR Tamara Bischof) • Jeweilige Kommune (OBM Wolfgang Dandorfer, OBM Andreas Starke, OBM Dr. Michael Hohl, OBM Dr. Siegfried Balleis, OBM Dr. Thomas Jung, OBM Matthias Thürauf, OBM Dr. Harald Fichtner, LR Reinhardt Glauber, LR Armin Kroder, LR Franz Xaver Uhl, LR Michael C. Busch, LR Rudolf Handwerker, LR Bernd Hering, LR Oswald Marr) **Seite 33** Thomas Scherer (OBM Franz Stumpf, BM Dr. German Hacker, BM Andreas Schlund, LR Klaus Peter Söllner, LR Dr. Karl Döhler, BM Gerd Geismann, Bezirkstagspräsident Richard Bartsch, Regierungspräsident Dr. Thomas Bauer, Regierungspräsident Dr. Thomas Bauer, Dr. Fabian Kern) • Jeweilige Kommune (BM Patrick Ruh, BM Benedikt Bisping, OBM Thomas Thumann, LR Reinhard Leutner, LR Simon Wittmann, LR Wolfgang Lippert, BM Klaus Meier, BM Manfred Thümmeler, BM Ralph Edelhäußer, OBM Jürgen Schröppel, BM Thomas Zwingel, BM Rudi Eck, OBM Siegfried Müller, OBM Henry Schramm, BM Wolfgang Beiergröblein, BM DR. Bianca Fischer, OBM Dr. Birgit Seelbinder, BM Thomas Fein, OBM Frank Rebhan, BM Franz Stahl, BM Andreas Wutzlhofer) • Staatsministerien (Staatsminister Dr. Markus Söder, Staatssekretärin Melanie Huml, Staatssekretärin Katja Hessel **Seite 37** Landratsamt Erlangen-Höchstadt **Seite 39** Christine Dierenbach **Seite 41** Presseamt/Stadt Nürnberg; EMN-Forum Verkehr und Planung **Seite 42** privat **Seite 44** EMN-Forum Wirtschaft und Infrastruktur **Seite 45** Kurt Fuchs; Presseamt/Stadt Nürnberg **Seite 46** Andreas Harbach/Fotoproduktionen Bayreuth; Thomas Jaik/Kulturidee; Ronald Rinklef/Fränkischer Tag **Seite 48** Geschäftsstelle Metropolregion; EMN-Forum Tourismus; AVS GmbH Bayreuth **Seite 51** EMN-Forum Sport **Seite 52** Marketingverein **Seite 54** Adam/Stadt Lauf; Landratsamt Fürth **Seite 55** Presseamt/Stadt Coburg **Seite 56** Thomas Scherer **Seite 57** Karlheinz Daut/Nürnberger Nachrichten **Seite 59** Ralf Schedlbauer **Seite 60** Ronald Rinklef/Fränkischer Tag **Seite 62** Kurt Fuchs **Seiten 64–65** Marketingverein **Seite 68** Giulia Iannicelli **Seiten 70–71** galerie treppenhaus; Bertelsmann-Stiftung; EMN-Forum Sport **Seite 72** KonzeptQuartier **Seite 74** Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg e. V.; Franz Regler **Seite 76** Kulturidee; EMN-Forum Tourismus **Seite 78** Ralf Schedlbauer; Europabüro der Bayerischen Kommunen; Konzept-Quartier **Seite 79** Sebastian Stenz; Geschäftsstelle Metropolregion **Seite 81** KonzeptQuartier; Geschäftsstelle Metropolregion **Seite 82** privat **Seite 85** Marketingverein **Seite 86** Geschäftsstelle Metropolregion **Seiten 90–98** privat **Seite 103** Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg e. V. **Seite 104** GD Region, Europäische Kommission

Mit finanzieller Unterstützung durch den Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V.

IMPRESSUM

Herausgeber

Europäische Metropolregion Nürnberg
Geschäftsstelle
Rathausplatz 2, 90403 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911/231 - 79 73 oder -79 74
Telefax: +49 (0) 911/231 - 79 72
E-Mail: geschaeftsstelle@metropolregion-nuernberg.de
Internet: www.metropolregion-nuernberg.de

Verantwortlich

Dr. Christa Standecker

Redaktion

Dr. Christa Standecker und Dr. Patricia Schläger-Zirlik unter Mitwirkung

→ der Foren-Geschäftsstellen: Forum Wissenschaft / Thomas Dreykorn; Forum Tourismus/Michaela Gottwald; Forum Verkehr und Planung/Hannes Hinnecke; Forum Marketing/Peter Ottmann, Dr. Fabian Kern; Forum Kultur/Dr. Dieter Rossmeißl; Forum Wirtschaft und Infrastruktur/Dr. Michaela Schuhmann; Forum Sport/Jürgen Thielemann

→ des Marketingvereins der Europäischen Metropolregion Nürnberg/ OBM Dr. Siegfried Balleis, Dr. Fabian Kern

→ des Lenkungskreises Klimaschutz und Nachhaltige Entwicklung/ Dr. Susanne Schimmack

→ des IHK-Netzwerks/ Dr. Udo Raab

Druck

COS Druck & Verlag GmbH, Hersbruck

Gestaltung

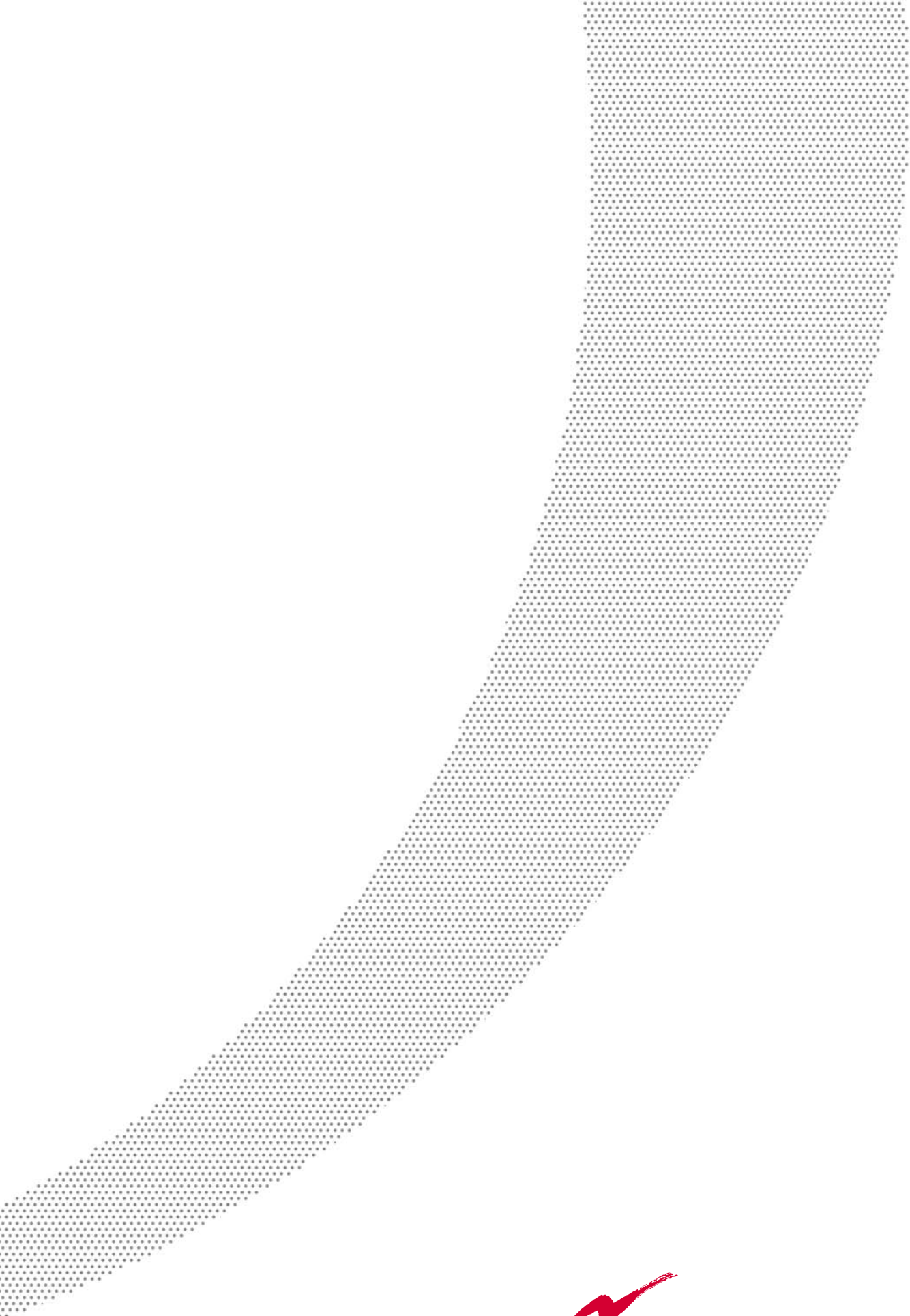
KonzeptQuartier® GmbH, Fürth

Bezugsquellen

Zu beziehen über die Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg und die Geschäftsstellen der Foren der Metropolregion

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

© Europäische Metropolregion Nürnberg 2011



metropolregion **nürnberg**

KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.