

Vortrag des Oberbürgermeisters am 22.10.97 im Arbeitskreis Schule-Wirtschaft Erlangen/Stadt- u. Kreissparkasse Erlangen

Thema: Wirtschaftsregion Nürnberg

I. Textvorschlag:

• Historie:

Der Raum Nürnberg war vor dem zweiten Weltkrieg mit Abstand die führende Wirtschaftsregion in Bayern. Dieser Vorsprung z.B. gegenüber München wurde erst eingebüßt, als nach 1945 der Eisernen Vorhang alle Wirtschaftsachsen nach Osten und Norden rigoros abgeschnitten hat.

Nürnberg und seine Umgebung war in eine ungünstige Randlage geraten. Der Großraum München war für die Wirtschaft attraktiver geworden und hatte damit die Führungsposition in Bayern übernommen. Seit Ende 1989 hat sich die geopolitische Situation grundlegend geändert.

• Neue Entwicklung:

Der Wirtschaftsraum Nürnberg liegt nunmehr im Brennpunkt der Verkehrsachsen Berlin-Rom und Paris Prag und ist hier zu einem zentralen Element im Nord-Süd und im Ost-West-Transfer geworden.

Vor diesem Hintergrund in Bayern, in Deutschland und in Europa kann **unser Wirtschaftsraum** mit mehr als einer Million Einwohnern, mit einem hervorragenden Hintergrund unterschiedlichster Wirtschafts- und Dienstleistungszweige, mit einem breiten und gesunden Mittelstand, mit einem hervorragenden Ausbildungspotential, wieder zu der bedeutendsten Region in Bayern werden. Er kann wieder seine historisch gewachsene Aufgabe als ein Bindeglied zwischen West- und Osteuropa übernehmen, das den Transfer von Waren, Dienstleistungen und Kreativität im weitesten Sinne bündelt und steuert.

Damit wir dieser neuen Herausforderung gewachsen sind, müssen wir uns und anderen die spezifischen Stärken dieses Wirtschaftsraumes bewußt machen.

Wir müssen ein neues **fränkisches Selbstbewußtsein** entwickeln, damit wir alle Chancen wahrnehmen können, die sich heute bieten. Es wurde deshalb auf dem Zukunftskongreß im Juli 1996 in Fürth der Verein "Region Nürnberg e.V." gegründet und in Rekordzeit das Regionalmarketing zur Reife umgesetzt. Daß Kommunikation als wichtige Managementaufgabe der Wirtschaftsstruktur förderlich ist, von der Industrieansiedlung bis zum Fremdenverkehr, haben viele Regionen bereits erkannt und praktizieren es erfolgreich.

Es liegt vielleicht auch an der fränkischen Mentalität, daß wir unser Licht bisher zu sehr unter dem Scheffel gestellt haben. Jedenfalls müssen wir feststellen, daß Mittelfranken als einer der zehn großen Wirtschaftsräume Deutschlands unterschätzt wird, und zwar sowohl im Selbstbild wie auch im Fremdbild. Diese Imagelücke soll mit der jetzt anlaufenden Kampagne geschlossen werden. Im Wettstreit der Regionen verleiht der gemeinsame Auftritt Identität und Konkurrenzfähigkeit. Die kreisfreien Städte und Landkreise Mittelfrankens sowie die zum Einzugsbereich des Wirtschaftsraumes gehörenden Gebietskörperschaften verlieren dabei nichts von ihrer Eigenständigkeit, sondern gewinnen von der Vereinigung der Kräfte.

Die entscheidenden Merkmale unseres Regionalmarketings bestehen darin, daß auf die eigenen Kräfte und auf die Realität gebaut wird. Das Kommunikationskonzept sieht einen selbstbewußten und professionellen Auftritt vor, der auf überzogene Werbeaussagen und Übertreibungen verzichtet. Unsere Region ist stark genug, um dem Motto zu folgen: Nichts ist überzeugender als die Wirklichkeit. Nur so gewinnen wir Glaubwürdigkeit und Sympathie-Faktoren, mit denen der Erfolg jeder Kommunikationsmaßnahme steht und fällt.

Selbstbewußtsein alleine genügt aber nicht. Wir müssen flexibel und entwicklungsfähig bleiben, um diese große Herausforderung erfolgreich zu bestehen. Grundvoraussetzung dafür ist eine Infrastruktur, welche die Chancen des Wachstums und der Entwicklung stimuliert und nicht einengt.

Diese Region braucht aber auch neue Unternehmer und erfolgreiche Existenzgründungen, insbesondere auf dem Gebiet **neuer Technologien**. Die Erkenntnis scheint zu wachsen, daß Technologie, moderate Kosten und Unternehmensgewinne unabdingbar sind für Investitionen, Aufträge und Arbeitsplätze, also auch für Einkommen und Wohlstand.

In Bezug auf Existenzgründungen ist zu erwähnen, daß das sinnvolle Miteinander von innovativen Unternehmen und Hochschulen durch das Innovations- und Gründerzentrum (IGZ) in Erlangen-Tennenlohe in effizienter Weise gefördert wird. Das IGZ dient als "Kristallisationskeim" junger High-Tech-Unternehmen. Es sorgt durch die Nähe zur Forschung und Entwicklung für synergetische Impulse, die insbesondere für innovative Unternehmen mit risikobehafteten Vorhaben notwendig sind. Regionale High-Tech-Innovationen müssen daher auch die notwendige Unterstützung bei der Kreditfinanzierung erhalten, damit sie sich auf dem Märkten behaupten können.

Ein gewaltiger Schritt in diese Richtung ist gelungen, indem sich die Bayerischen Stadt- und Kreissparkassen nunmehr im eigenen Geschäftsgebiet an zukunftsorientierten High-Tech-Neufirmen unmittelbar beteiligen können - allerdings bis maximal 49 Prozent und insgesamt nicht höher als ein Prozent des haftenden Eigenkapitals der Sparkasse. Die Stadt- und Kreissparkasse Erlangen wird demnach bis zu zwei Millionen Mark als sogenanntes **Wagniskapital** zur Verfügung stellen und sich somit unmittelbar an jungen Firmen mit innovativen, technologischen Geschäftsideen beteiligen. Es wird auch derzeit der Zusammenschluß mehrerer Sparkassen aus dem Großraum Nürnberg zur Bildung eines Wagnis-Fonds geprüft. Ihr Vorstandsvorsitzender, Herr Bomhard und ich sind optimistisch, daß die Neugründung zur Finanzierung von Neugründungen kommt.

Bei all diesen Überlegungen muß aber auch an die jungen Menschen in unserer Region gedacht werden. Jungen Menschen eine Ausbildung zu ermöglichen, ist eine wirtschafts- und gesellschaftspolitische Aufgabe ersten Ranges. Sie zu erfüllen wird in den nächsten Jahren noch schwieriger werden. Angesichts der wachsenden Zahl an Schulabgängern wird sich die Schere zwischen freien Stellen und unversorgten Bewerbern öffnen.

Aber bereits 1996 wurden entsprechende Initiativen ergriffen z.B. von der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken mit Ihrer Ausbildungs-Offensive "IQ 2000", womit ein Zuwachs von deutlich über zwei Prozent verzeichnet werden konnte und der Großraum damit in Bayern an der Spitze liegt. Zusätzliche Chancen eröffnet die formale Erweiterung der Nürnberger Ausbildungsinitiative e.V. auf dem Ballungsraum.

- **weitere Ziele:**

Zentraler Ansatzpunkt jeder Wirtschaftsförderung in der Wirtschaftsregion muß die Sicherung und Förderung des vorhandenen Firmenbestandes sein, denn die gewachsene Wirtschaftsstruktur mit ihrem breiten Spektrum an Industrieunternehmen, Dienstleistungs- und Handwerksbetrieben ist das Grundkapital unserer Regionalwirtschaft.

Gerade in dieser Hinsicht konnte vor wenigen Wochen (3.10.) für Erlangen und somit auch für die Wirtschaftsregion, ja sogar für den Standort Deutschland insgesamt ein großer Erfolg verzeichnet werden, indem die Firma Siemens AG die Entscheidung getroffen hat, für den Bereich Medizinische Technik eine "neue Fabrik der kurzen Wege" in Erlangen zu bauen. Diese anstehende Großinvestition von rd. 200 Millionen Mark ist auch eine unschätzbar wertvolle Unterstützung bei den Bemühungen, **Erlangen zur Bundeshauptstadt für medizinische Forschung, Produktion und Dienstleistung** zu entwickeln. Diese bedeutende Investitionsentscheidung sichert aber auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit von **rd. 5.000 Med-Arbeitsplätzen im Großraum**. Diese Entscheidung für unseren Wirtschaftsraum konnte nur getroffen werden, indem von der Siemens-Gesellschaftsleitung, Betriebsrat und Politik gemeinsam attraktive und beispielhafte Rahmenbedingungen geschaffen wurden.

Weiter gilt es, Kompetenzfelder zu entwickeln, die für die wirtschaftliche Zukunft globale Bedeutung erlangen. Ausgehend von den vorhandenen Stärken der Wirtschaftsregion Nürnberg in diesen Wirtschaftssektoren sollten verstärkte Anstrengungen unternommen werden, Kompetenzen weiter auszubauen.

In enger Zusammenarbeit zwischen den Wirtschaftsreferenten der Städte Nürnberg, Fürth und Erlangen und der IHK Nürnberg wurden dabei neun Kernkompetenzen für die Region erarbeitet.

Dies sind im einzelnen:

- Wirtschaftsstruktur und Wirtschaftsförderung
- Verkehrsinfrastruktur und Verkehrstechnologie
- Kommunikationswirtschaft
- Umwelt und Energie
- Medizintechnik
- Handel- und Tourismus
- Innovationspotential
- Außenhandelsorientierung
- Humankapital und Qualifizierung

(Weitere Ausführungen zu den Kompetenzfeldern - siehe folgende Kurzfassungen)

Abschluß:

Die deutsche Wirtschaft und damit auch unser Wirtschaftsraum bleibt national und international sehr wettbewerbsstark. Im Zuge des raschen technologischen Wandels dürfen wir jedoch nicht davon ablassen, unsere Position zu sichern und auszubauen. Die Situation in der Wirtschaftsregion aus kommunalpolitischer Sicht habe ich Ihnen soeben geschildert.

Ich schließe damit meinen Vortrag und bitte sie nunmehr zu meinen Ausführungen eine lebhaft Diskusion zu entfachen.

- ☐ II. **Referat I/OBM** in Vorlage, wie im MG am 13.10. gewünscht.

(Linder)