

franken

JANUAR / FEBRUAR 2012 · 4,30 EUR

M A G A Z I N F Ü R L A N D U N D L E U T E

Geschichte(n):

DER LIMES
in Franken

Kultur:

THEATER
MEININGEN

Stadt, Land, Fluß:

TONBERGWERK
in Klingenberg

Politik&Gesellschaft:

METROPOLREGION
NÜRNBERG

Landleben:

HUNDESCHULE



4 196852 204300 40

Stramme Knoten knüpfen

Die Metropolregion Nürnberg zieht nach sechs Jahren Bilanz.

Von Maria Goblirsch

Die Region als eine Art Abenteuer-spielplatz? So kann man sich, bildlich gesprochen, die Startphase der Metropolregion Nürnberg im Jahr 2005 vorstellen. „Wir sind gewissermaßen anarchisch strukturiert, es gab keinen Masterplan, in dem nachzulesen war, was eine Metropolregion ist und wie sie arbeitet. Es war zu Beginn ein großes Abenteuer“, resümierte Dr. Ulrich Maly, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg und bis vor wenigen Wochen Ratsvorsitzender des Zusammenschlusses. Über sechs Jahre existiert die Europäische Metropolregion Nürnberg inzwischen. Die Bilanz in

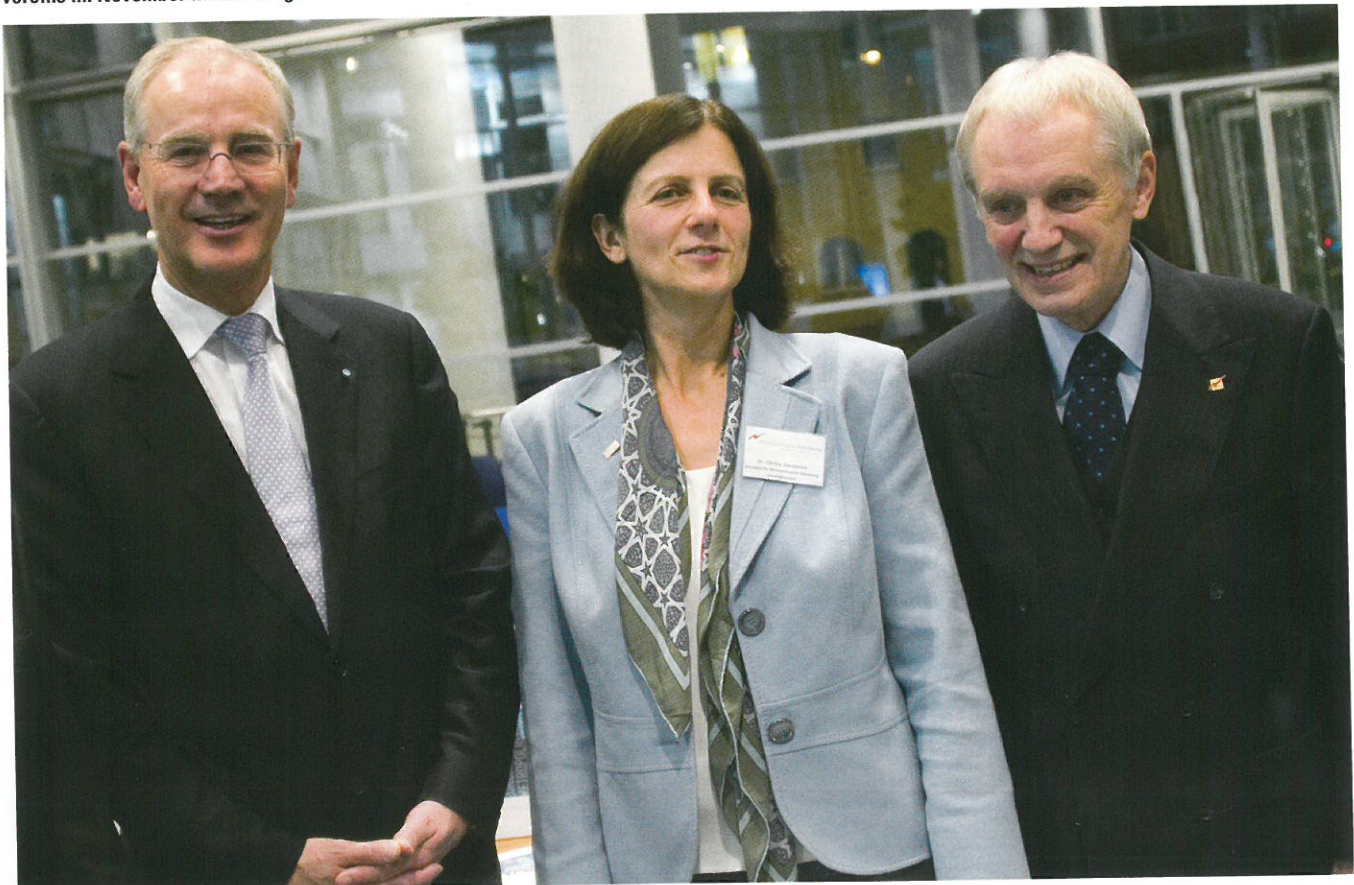
Zahlen ist beeindruckend: 3,5 Millionen Menschen leben dort, 150 000 Unternehmen und 1,8 Millionen Erwerbstätige sind ansässig, das erwirtschaftete Bruttoinlandsprodukt erreicht 111 Milliarden Euro. Und: Über diesen Verbund werden in einem Radius von 200 km bis zu 27 Millionen Menschen erreicht. Die Metropolregion erstreckt sich heute von Coburg, Kronach und Hof im Norden bis nach Weißenburg und Gunzenhausen im Süden, vom Landkreis Kitzingen im Westen bis nach Weiden in der Oberpfalz. Die Aufgabe, das Angebot einer internationalen Metropole ohne deren

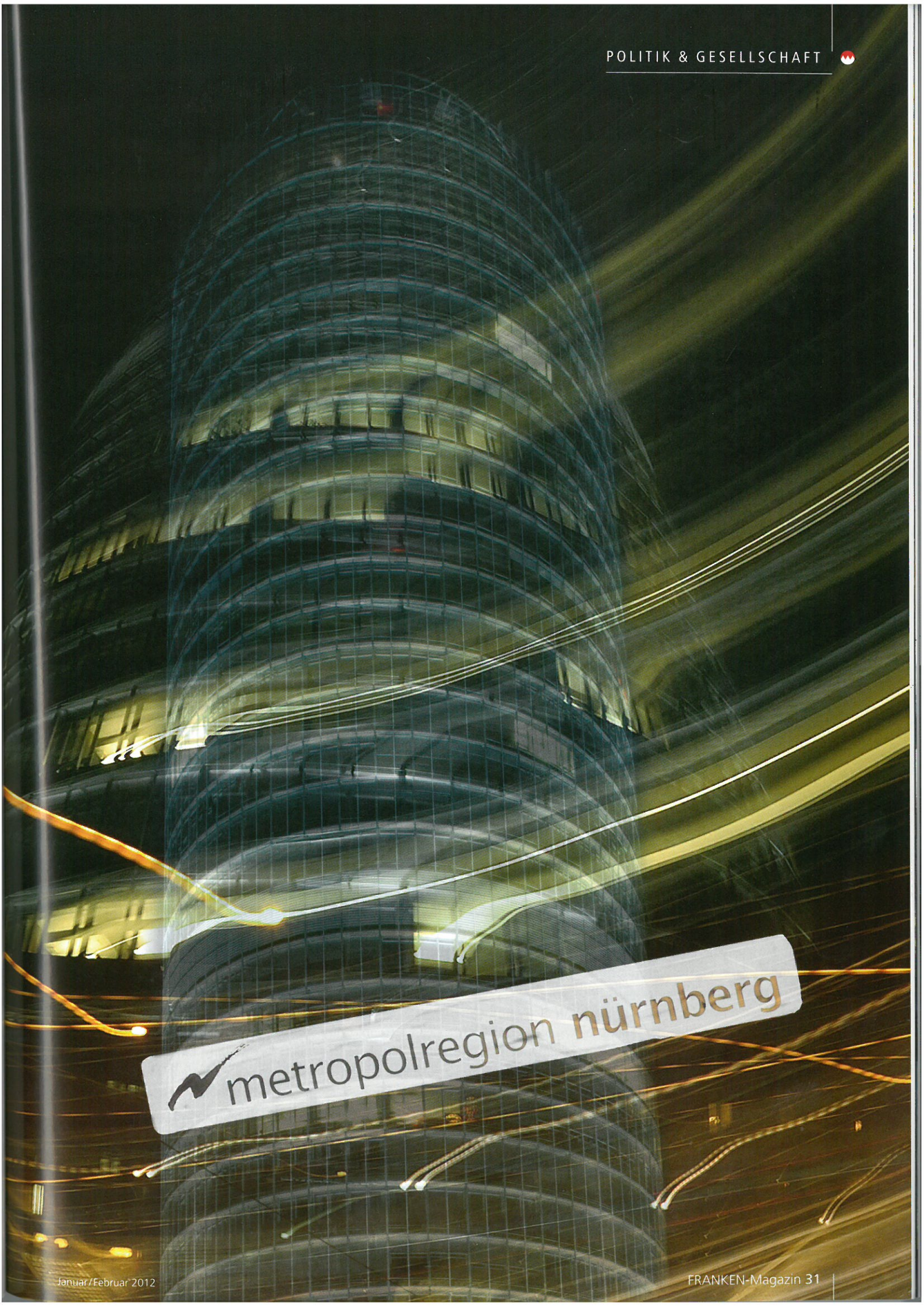
Nachteile zu schaffen und so die eigene Anziehungskraft zu steigern, gilt als gemeistert.

Wer will schon in einer Krisenregion leben?

Heute sind Arbeitsweise und Organisationsstrukturen der Metropolregion Nürnberg international beispielhaft für eine erfolgreiche Partnerschaft zwischen Stadt und Land. Delegationen pilgern sogar aus Taiwan oder Japan in die Dürer-Stadt, um sich das kleine Imagewunder näher anzuschauen. Noch in den 1990er

Von links: Der neue Ratsvorsitzende der Europäischen Metropolregion Nürnberg, Siegfried Balleis, die Geschäftsführerin Christa Standecker und der Kuratoriumsvorsitzende des Marketingvereins der Europäischen Metropolregion Nürnberg, Hans-Peter Schmidt, auf einer Veranstaltung des Marketingvereins im November in Nürnberg.





 metropolregion **nürnberg**

Jahren galt der Raum Nürnberg als Krisenregion, die von Arbeitslosigkeit und Perspektivlosigkeit geprägt war – ein Bild, das zum Teil auch die Medien zeichnen. „Keiner wollte in die ‚Krankenstation Nürnberg‘ kommen. Daraus ergab sich die Notwendigkeit, mit Vollgas Richtung Metropolregion zu starten“, erinnert sich Hans-Peter Schmidt, Aufsichtsratsvorsitzender der Nürnberger Versicherungsgruppe. Zunächst ging es darum, „sich selbst als Region neu zu erfinden“. Diese Herausforderung weckte „viele gute Geister“ und motivierte sie, mit ihren Kompetenzen und Kontakten mitzumachen. Der frühere IHK-Präsident Hans-Peter

tropolregion Nürnberg zu gründen. Seit-her wurden rund 60 Projekte in der Metropolregion entwickelt und umgesetzt. Dafür engagierten sich über 600 Verantwortliche aus Kultur, Politik und Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft nebenamtlich und freiwillig in Netzwerken und Gremien.

Eine Gesundheitsregion bis nach Karlsbad?

Darunter sind gelungene „Leuchtturm-Projekte“ wie die Ausweitung des Verkehrsverbundes im Großraum Nürnberg oder die Ausrichtung des Wissen-

Maly durchgesetzte „gemeinsame Mit-einander auf gleicher Augenhöhe“ hat eine solide Vertrauensbasis geschaffen, die auch hält, wenn es einmal Probleme gibt. Zudem hat sich die dezentrale Steuerung des Bündnisses bewährt. „Wir setzen auf Netzwerke, in denen wir die regionalen Blickwinkel sammeln und wo innovative Ideen entstehen und bewertet werden“, sagt Dr. Christa Standecker, Geschäftsführerin der Metropolregion. Weil die Zahl der Netzwerker mit den Jahren deutlich wuchs, sollen diese Netzwerke künftig professionalisiert werden. „Wir brauchen hier künftig mehr Management und Moderation als in der Vergangenheit“, erklärt die Oberpfälzerin. Weitere strukturelle Veränderungen sollen schon im Januar beschlossen werden. Gab es bisher zwei Geschäftsstellen – die des Marketingvereins im Nürnberger Business-tower und die der Metropolregion im Nürnberger Rathaus – sollen beide Gremien künftig zusammengelegt werden. Die Wirtschaft fordert seit längerem, daß die Metropolregion mit einer Adresse nach außen firmiert. Zudem ist eine stärkere Einbindung der Wirtschaft geplant. Auch in der Region ansässige Global Player sollen (zahlungskräftige) Mitglieder der Metropolregion werden. Dazu ist geplant, den bisherigen Marketingverein künftig in einen Förderverein der Wirtschaft umzuwandeln. Die Unternehmen sollen dafür ein Mitspracherecht im Steuerungskreis erhalten.

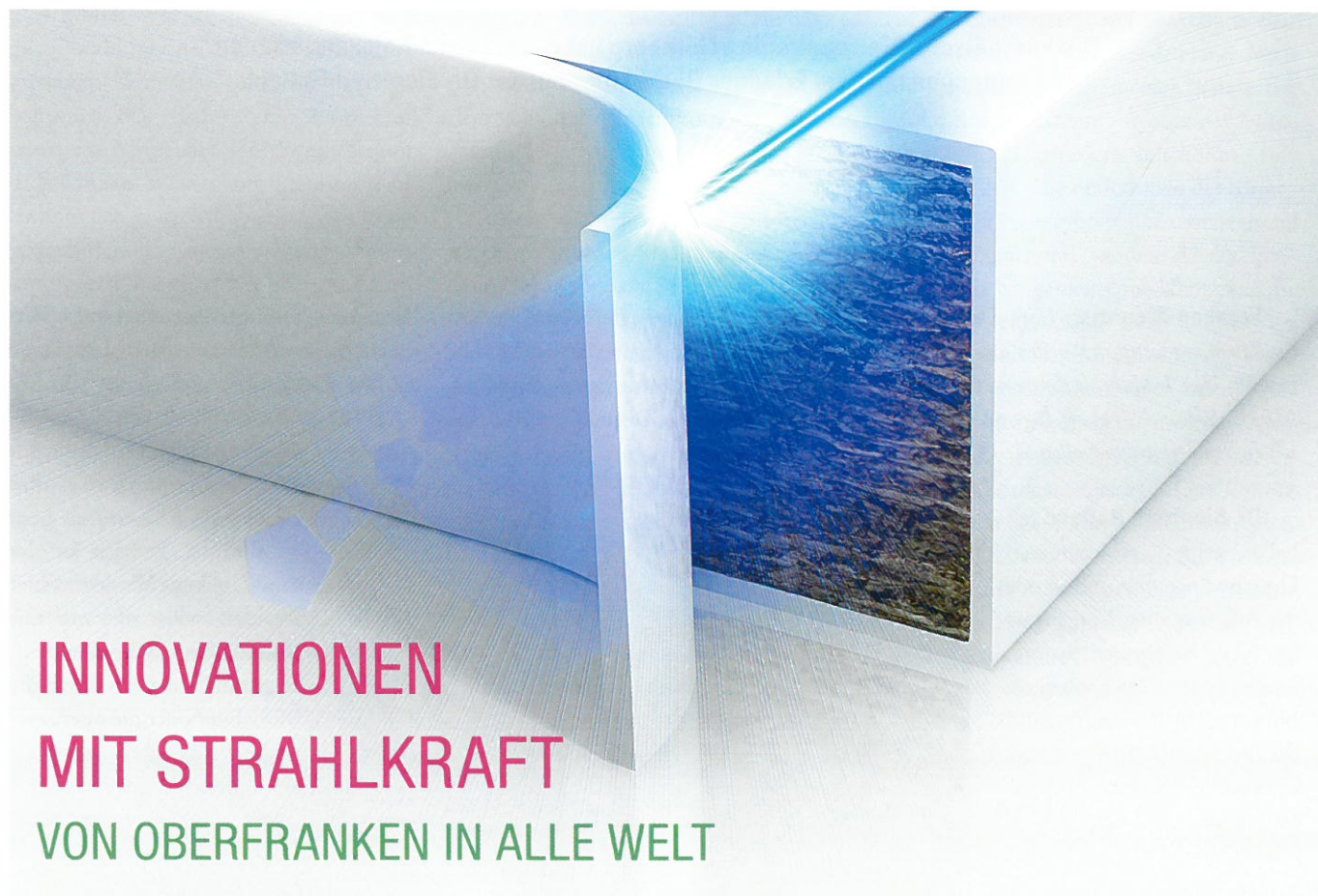
Sechs Jahre Metropolregion sind für „Macher“ wie Dr. Siegfried Balleis (siehe Interview) oder Hans-Peter Schmidt ein willkommener Anlaß, über neue Herausforderungen nachzudenken. Der langjährige Kuratoriumsvorsitzende des Marketingvereins hegt die Vision, die Metropolregion bis nach Eger oder gar Karlsbad auszudehnen. „Ich sehe da eine wunderbare Verbindung zwischen dem Medical Valley Erlangen und Karlsbad, die zu einer Gesundheitsregion zusammenwachsen könnten“, beschreibt es Hans-Peter Schmidt. An der Grenze zwischen Marktredwitz und Eger werde heute schon mehr Europa gelebt als man darüber lesen könne. Aus der Vision könnte bald Wirklichkeit werden. Die Euregio Egrensis hat bereits großes Interesse an der Idee bekundet. ■



Von links: Harald Leupold, Geschäftsführer Hafen Nürnberg-Roth GmbH, Gerd Geismann, Bürgermeister von Sulzbach-Rosenberg, Ulrich Maly, OB Nbg, Günther Denzler, Landrat Landkreis Bamberg, Christa Standecker, Geschäftsführerin der Metropolregion, und Bürgermeister Franz Stahl aus Tirschenreuth präsentieren ein neues Plakat der Europäischen Metropolregion.

Schmidt war im Sommer 1996 die treibende Kraft, als es darum ging, das Ansehen des Großraums Nürnberg nach innen und außen aufzupolieren. „Wir haben alles daran gesetzt, den Menschen zu zeigen, was in dieser Region an kulturellen Schätzen, an landschaftlichen Reizen, aber vor allem an wirtschaftlicher, kultureller und wissenschaftlicher Kompetenz steckt und damit ein neues Selbstbewußtsein wachsen zu lassen“, betont Hans-Peter Schmidt. Der Verein „Region Nürnberg e.V.“, ein Vorläufer des heutigen Marketingvereins der Metropolregion wurde gegründet, fast zehn Jahre lang kämpften Politiker, Wirtschaftsexperten und Kulturschaffende dafür, daß sich diese „Pfunde“ bei den in der Region lebenden Menschen, aber auch potentiellen Investoren im In- und Ausland herumsprachen. Im Jahr 2005 gelang es dann gegen zunächst erheblichen Widerstand aus München, die Europäische Me-

schafstages, der seit 2007 jährlich wechselnd an einer Hochschule in der Metropolregion stattfindet. Und längst gibt es klare Anzeichen dafür, daß die Europäische Metropolregion Nürnberg auch als internationaler Markenname Wirkung zeigt. Entscheidend für den Erfolg waren klare Regeln, an die sich die großen und kleinen „Spieler“ in der Region ohne Unterschied zu halten haben: Nur, wer selbst mitmacht, profitiert auch von den Netzwerken und internationalen Verflechtungen. Die Charta der Metropolregion setzt zudem auf absolute Gleichberechtigung aller Mitglieds-Kommunen. Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly wagte als Ratspräsident das mutige Experiment „one community, one vote“: Jede Stadt und jeder Landkreis sollte bei Abstimmungen nur eine Stimme haben – egal, ob dort wie in Nürnberg 500 000 Einwohner oder nur wie in Sulzbach-Rosenberg 15 000 Bürger leben. Dieses von



INNOVATIONEN MIT STRAHLKRAFT VON OBERFRANKEN IN ALLE WELT

REHAU Innovationen leisten einen entscheidenden Beitrag, um das Leben leichter und komfortabler zu machen. Ob an Möbelfronten, in Automobilen oder in Flugzeugen, in Einfamilienhäusern oder in großen Fußballstadien – überall steckt unser Know-how.

Viele dieser herausragenden Lösungen sind preisgekrönt. Für die Entwicklung einer faszinierenden Lasertechnologie für Möbelkanten erhielt REHAU 2011 den Oberfränkischen Innovationspreis. Leistungsstärke und Zuverlässigkeit unserer Produktionsstätten sind mit dem Bayerischen Qualitätspreis 2011 ausgezeichnet worden. Aktuell prämierte der französische Automobilhersteller PSA Citroen Peugeot unser Unternehmen als innovativen Kooperationspartner.

Die Liste der Auszeichnungen ist lang und international. Ihre Wurzeln liegen in Oberfranken. Eine Region, für die sich REHAU stark macht.

**Entdecken Sie REHAU –
in Oberfranken und in aller Welt: www.rehau.de**

Bald mehr Geld für Oberfranken?

Die Europäische Metropolregion Nürnberg hat einen neuen Ratsvorsitzenden. Wir sprachen mit dem Erlanger Oberbürgermeister Dr. Siegfried Balleis.

Interview: Maria Goblirsch

Franken-Magazin: Herr Dr. Balleis, Sie haben vor wenigen Wochen die Nachfolge von Dr. Ulrich Maly als Ratsvorsitzender der Metropolregion Nürnberg angetreten. Welche neuen Schwerpunkte wollen Sie setzen?

Dr. Siegfried Balleis: Ich habe keine revolutionären Umschwünge vor und werde die Arbeit meines Vorgängers Dr. Maly kontinuierlich fortsetzen. Die Metropolregion Nürnberg ist ja kein Neuland für mich. Als Sprecher des Forums „Wirtschaft und Infrastruktur“ war ich in den letzten Jahren sozusagen schon mitten im Geschehen. Neue Schwerpunkte will ich bei der Partnerschaft zwischen Stadt und Land setzen. Wir haben ganz massive Unterschiede in der Lebensqualität, je nachdem, in welcher Region die Menschen leben. Während es an der Achse Nürnberg-Fürth-Erlangen-Schwabach recht gut aussieht, leidet Oberfranken an den Folgen des demographischen Wandels und an relativ hoher Arbeitslosigkeit. Die Frage, wie wir den strukturschwachen Räumen in der Metropolregion helfen können, sehe ich als eine der großen Herausforderungen während meiner Amtszeit.

Franken-Magazin: Was kann der Rat der Metropolregion Nürnberg denn tun, um die Chancen der Menschen im Osten Frankens zu verbessern?

Balleis: Wir haben dafür kein Budget und können daher keine eigenen Fördermittel in die benachteiligten Regionen schicken. Aber: Wir können und müssen

Neuansiedlung von Unternehmen. Wir sind derzeit sehr unzufrieden damit, wie das mit „Invest Bavaria“ läuft.

Franken-Magazin: Diese Ansiedlungs-Agentur des Bayerischen Wirtschaftsministeriums denkt zu selten an Franken?

Balleis: Ja, das ist der Punkt. Unser Problem hier ist, daß selbst Beamte mit „fränkischem Migrationshintergrund“ nur noch durch die Münchner oder die oberbayerische Brille sehen, wenn sie erst einmal einige Jahre dort leben. Da müssen wir permanent dagegen halten und auf der Hut sein, daß Franken nicht den kürzeren zieht.

Franken-Magazin: Wie wollen Sie zahlungskräftige Investoren nach Oberfranken locken?

Balleis: Die Ansiedlung neuer Unternehmen mit anspruchsvollen Produkten hängt heute verstärkt von der Kooperation mit den Hochschulen ab, wie das Beispiel Erlangen zeigt. Deshalb müssen wir das Netz der Fachhochschulen in der Metropolregion noch enger spinnen und eine intensive Koopera-

tion von Firmen und Hochschulen nicht nur am Standort, sondern auch in bis zu 50 Kilometer Umkreis aufbauen. Der Technologie- und Wissens-Transfer ist das Pfund, mit dem wir auch in Oberfranken wuchern müssen.



Dr. Siegfried Balleis, Ratsvorsitzender der Metropolregion Nürnberg

uns noch stärker politisch für die strukturschwachen Gegenden unserer Metropolregion engagieren. Adressat ist dabei gleich in zwei Punkten die Bayerische Staatsregierung: zum einen, wenn es um Behördenverlagerungen geht, zum anderen bei der



Franken-Magazin: *Vor sechs Jahren sollten die unterfränkischen Städte Würzburg und Schweinfurt Teil der Metropolregion Nürnberg werden. Bis heute sind sie außen vor. Wird sich das unter Ihrem Vorsitz ändern?*

Balleis: Wir werden natürlich auch mit Oberbürgermeister Georg Rosenthal sprechen. Würzburg oder die Vorzeigekommune Schweinfurt, zum Beispiel, als assoziierte Mitglieder der Metropolregion zu gewinnen, wäre schon interessant. Allerdings gab es in Würzburg in den letzten Jahrzehnten eine starke mentale Abgrenzung gegenüber dem Nürnberger Raum. Jetzt müssen wir ausloten, wie substantiell sie noch ist. Aber eines muß klar sein: Wir überreden die unterfränkischen Städte nicht. Denn die Metropolregion Nürnberg zieht ihre Stärke aus der Tatsache, daß nur Kommunen mitmachen, die auch davon überzeugt sind, daß das für sie Sinn macht.

Franken-Magazin: *Wie stehen Sie zu dem Vorschlag, Eger oder sogar Karlsbad in die Metropolregion aufzunehmen?*

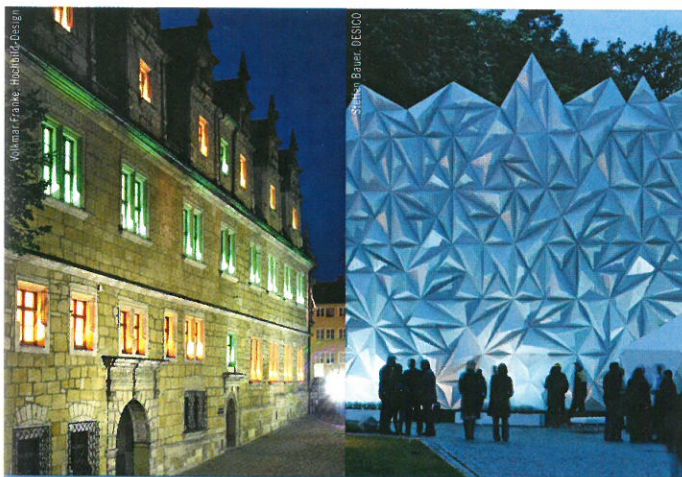
Balleis: Das kann ich mir schon vorstellen. Man muß zwar sehen, daß der heutige Zuschnitt der Metropolregion schon recht groß ist. Aber eine solche Erweiterung wäre sicher eine spannende Perspektive.

In der Europäischen Union gibt es eine weitgehend unbekannte Organisationsform mit dem sperrigen Namen „Europäischer Verband der territorialen Zusammenarbeit“, die bewußt grenzüberschreitend angelegt ist.

Einen solchen Verband könnten wir mit Eger gründen und damit sogar Fördermittel aus Brüssel in die Region Oberfranken und Eger holen. Damit kämen wir auch dem europäischen Gedanken in der Metropolregion Nürnberg wieder ein Stück näher. Ein solches Projekt ließe sich sicher zeitnah, also innerhalb von zwei, drei Jahren verwirklichen. Aber der Anstoß dazu müßte von den potentiellen Partnern ausgehen.

Franken-Magazin: *Welches Thema ist Ihnen persönlich während ihrer Amtszeit besonders wichtig?*

Balleis: Das ist das brisante Thema „Energiewende“. Wir wollen uns nicht in Dinge einmischen, die die Kommunen selbst erledigen können. Aber wenn es etwa um den Bau von Windrädern oder von Biogasanlagen in Franken geht, braucht es auf der Ebene der Planungsverbände eine koordinierende und ordnende Hand. Auch mit der Suche nach geeigneten Standorten ist die einzelne Kommune oder der Landkreis sicher überfordert. Ich könnte mir gut vorstellen, dass im Rahmen des Klimapaktes der Metropolregion strategische Fragen abgestimmt werden. Unser Lenkungskreis hat gemeinsame Klimaziele für die Region entwickelt. Diese sind nur im partnerschaftlichen Miteinander von Stadt und Land zu erreichen. Auch bei der Regulierung der Stromnetze und der Speicherung der gewonnenen Energie warten potentielle Aufgabengebiete. Dies könnte zusätzlichen Schub für die Metropolregion bringen. Das alles ist eine riesige Herausforderung. Je mehr Gutwillige sich dabei engagieren, desto schneller und besser werden wir das auf die Reihe bekommen. ■



FREUEN SIE SICH AUF
**WERTE
UND
WANDEL**

WIR SEHEN UNS
2012 IN COBURG!

www.stadtmarketing-coburg.de

www.stabilo.com **STABILO®**

**STABILO
COM4 ball**

**STABILO
COM4 gel**

EINCHECKEN MIT KOMFORT

Kugelschreiber und Gel Rollerball
für professionelle Viel-Schreiber mit
hohem Design- und Komfort-Anspruch.