

Die Amtszeit von Dr. Siegfried Balleis als Ratsvorsitzender der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN) vom **28. Oktober 2011 bis zum 30. April 2014** war eine ausgesprochen wichtige Entwicklungsphase. Sie war weniger durch ein einzelnes Großprojekt als durch eine **strukturelle Neuaufstellung der Metropolregion** geprägt: Die bis dahin vor allem kommunal getragene Allianz wurde stärker für Wirtschaft, Wissenschaft und internationale Partner geöffnet und organisatorisch professionalisiert.

Die Quellenlage – insbesondere die Jahresberichte der EMN für 2012, 2013 und 2014 – erlaubt dabei eine recht klare Bilanz.

1. Der entscheidende Schritt: Wirtschaft wird gleichberechtigter Partner

Balleis selbst bezeichnete bei seinem Ausscheiden im April 2014 als **wichtigstes Projekt seiner dreijährigen Amtszeit die Einbindung der Wirtschaft in die regionale Willensbildung**. Das ist bemerkenswert, weil es genau den strukturellen Wandel beschreibt, der diese Jahre kennzeichnete.

Bis 2011 war die Metropolregion wesentlich eine Allianz der Oberbürgermeister und Landräte. 2012 wurde deshalb ein neues Governance-Modell entwickelt: Neben den drei kommunalen Mitgliedern des Ratsvorsitzes sollten drei Vertreter der Wirtschaft im Vorstand des Steuerungskreises mitwirken. Die Entscheidungen sollten paritätisch getroffen werden.

Das führte 2013 zur Gründung des Vereins **„Wirtschaft für die Europäische Metropolregion Nürnberg e.V.“**:

- Startschuss am **22. Januar 2013** mit rund 110 Gästen aus Politik und Wirtschaft,
- erste Vorstandssitzung und Mitgliederversammlung am **4. Juni 2013**,
- zunächst 91 Mitglieder,
- darunter alle neun regionalen Wirtschaftskammern und zahlreiche große Unternehmen wie Siemens, adidas, DATEV, GfK, Faber-Castell, Nürnberger Versicherung und N-ERGIE,
- Wirtschaftsvorsitzender wurde Prof. Klaus L. Wübbenhorst.

Damit entstand im Grunde das **„zweite Segel“** der Metropolregion: Die kommunale Politik blieb führend, aber die Wirtschaft erhielt erstmals eine institutionalisierte und finanzierte Rolle bei Strategie und Projekten.

2. Professionalisierung der Geschäftsstelle

Ein zweiter wichtiger Schritt war die organisatorische Zusammenführung der bisher getrennten Strukturen.

Im September 2012 zogen die Geschäftsstelle der Metropolregion und die Geschäftsstelle des Marketingvereins gemeinsam in die **Theresienstraße 9 in Nürnberg**. Dr. Christa Standecker übernahm beide Geschäftsführungen. Dadurch sollten Doppelstrukturen

abgebaut und die Metropolregion unter einer gemeinsamen Adresse sichtbar gemacht werden.

Das war mehr als eine Verwaltungsmaßnahme: Die EMN entwickelte sich damit von einem Netzwerk einzelner kommunaler Akteure zu einer **dauerhafter organisierter regionalen Institution**.

3. Die Metropolregion wird zum Modell für Stadt-Land-Kooperation

Besonders interessant war in Balleis' Amtszeit die internationale Anerkennung der EMN.

Die OECD wählte die Metropolregion Nürnberg als **einzige deutsche Modellregion** für ihre weltweite Untersuchung „RURBAN – Rural-Urban Partnerships“. Im Februar 2012 interviewte ein OECD-Team mehr als 40 Akteure aus der Region sowie Vertreter von Bund und Freistaat. Untersucht wurden die Erfolgsfaktoren der Zusammenarbeit von Städten und ländlichen Räumen.

Die Ergebnisse wurden 2013 in Bologna vorgestellt. Die Europäische Kommission produzierte zudem einen Film über die Nürnberger Metropolregion als Beispiel erfolgreicher Stadt-Land-Zusammenarbeit.

Das ist für die historische Bewertung wichtig: Die EMN wurde in dieser Zeit **nicht nur als fränkische Regionalinitiative, sondern als europäisch interessantes Governance-Modell wahrgenommen**.

4. „Heimat für Kreative“ – ein neues strategisches Leitbild

2013 wurde außerdem ein neues strategisches Leitbild für die Jahre 2014–2020 entwickelt:

„Heimat für Kreative“

Die Idee war, die polyzentrische Struktur der Region – Nürnberg, Fürth, Erlangen, Bamberg, Bayreuth, Ansbach, Schwabach, Neumarkt und die zahlreichen Landkreise – nicht als Nachteil gegenüber einer Megacity zu betrachten, sondern als Stärke.

Bei der Jahrestagung am **1. Juli 2013 in Amberg** diskutierten rund 200 Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft unter dem Titel **„Heimat für Kreative statt Megacity“** über genau diese Frage.

Damit wurde ein Gedanke vorbereitet, der die spätere Standortkommunikation der EMN stark prägte: **Polyzentralität als Wettbewerbsvorteil**.

5. Fachkräftesicherung und „Zukunftscoaches“

Ein weiterer Schwerpunkt war die Reaktion auf den demografischen Wandel.

2012 wurde das Projekt „**Zukunftskoaches für die Metropolregion**“ gestartet. 15 Städte und Landkreise beteiligten sich zunächst. Die Coaches sollten lokale Projekte zur Qualifizierung und Fachkräftesicherung entwickeln und dabei Schulen, Hochschulen, Unternehmen, Bildungsträger und Kommunen miteinander verbinden.

2013 waren die Zukunftskoaches dann konkret tätig – unter anderem für

- Frauen,
- ältere Arbeitnehmer,
- Jugendliche am Übergang von Schule zu Beruf,
- Weiterbildung,
- Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen,
- Existenzgründung.

Damit wurde die EMN erstmals stärker als **gemeinsamer Arbeitsmarkt und Bildungsraum** betrachtet, nicht nur als politische Allianz.

6. Familienfreundlichkeit als Standortfaktor

Eng damit verbunden war die Initiative für eine **familienfreundliche Wirtschaftsregion**.

2013 wurde eine **Familienfreundlichkeitscharta** entwickelt. Sie sollte Unternehmen, Hochschulen, Kommunen und andere Institutionen für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf gewinnen.

Die Charta wurde am **17. Juli 2013 in Lauf** erstmals an Unternehmen verliehen. Ziel war ausdrücklich, die EMN als attraktive Region für Fach- und Führungskräfte zu positionieren.

Das passt sehr gut zu Balleis' damaliger kommunalpolitischer Linie: Familienfreundlichkeit wurde nicht mehr ausschließlich als Sozial- oder Bildungspolitik verstanden, sondern als **Wirtschafts- und Standortpolitik**.

7. Wissenschaft und Forschung als gemeinsames Markenzeichen

Ein besonderes Ereignis fand am **20. Juli 2012 in Erlangen** statt: Der 6. Wissenschaftstag der Metropolregion stand unter dem Motto

„Stadt der Zukunft – Zukunft der Regionen“

und brachte rund 1.000 Teilnehmer zusammen. Parallel tagte der EMN-Rat unter Leitung von Balleis in Erlangen.

2013 wurde der Wissenschaftstag in Coburg fortgesetzt. Dort kamen wiederum mehr als 600 Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Bildung zusammen. Balleis betonte als Ratsvorsitzender ausdrücklich die Funktion des Wissenschaftstags als Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

Das stärkte die Positionierung der gesamten Region als **Wissenschafts- und Technologiestandort** – also nicht nur Nürnbergs oder Erlangens.

8. Klimaschutz und Energiewende

2012 war außerdem die **Energiewende** ein zentrales Thema der EMN.

Der Rat bekannte sich zu einem gemeinsamen **Klimapakt der Metropolregion**. Parallel arbeitete der Lenkungskreis „Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung“ an gemeinsamen Projekten. Im April 2012 fand in Nürnberg die erste Klimaschutzkonferenz der EMN statt.

2013 wurde die Diskussion weiter konkretisiert. Das Forum Wirtschaft und Infrastruktur beschäftigte sich beispielsweise mit Netzausbau, Energieversorgung der Industrie und einem möglichen **Energiesystemmodell für die gesamte Metropolregion**.

9. „Original Regional“ und die Stärkung des ländlichen Raums

Ein weiterer wichtiger Baustein war die Regionalkampagne „**Original Regional**“.

Sie sollte regionale Wirtschaftskreisläufe stärken und Stadt und Land wirtschaftlich miteinander verbinden. 2012 wurde die Kampagne beispielsweise auf der Landesgartenschau in Bamberg und der Consumenta präsentiert; 2013 folgten weitere Auftritte, unter anderem auf der Nürnberger Bauernmarktmeile und dem Christkindlesmarkt.

Das war politisch bedeutsam, weil damit die ländlichen Räume nicht nur als „Umland“ der Städte verstanden wurden, sondern als **eigenständiger wirtschaftlicher Bestandteil der Metropolregion**.

10. Internationale Positionierung und Standortmarketing

Die EMN trat in diesen Jahren zunehmend gemeinsam auf internationalen Plattformen auf.

Beispielsweise präsentierte sie sich 2013 bereits zum sechsten Mal auf der **MIPIM in Cannes**, der bedeutenden internationalen Immobilienmesse. Ziel war die gemeinsame Vermarktung der Region gegenüber Investoren, Immobilienentwicklern und internationalen Unternehmen.

Auch auf der **EXPO REAL in München** trat die Region gemeinsam auf. Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach sowie zahlreiche Unternehmen und Gebietskörperschaften präsentierten sich unter dem Dach der Metropolregion.

Damit entwickelte sich die EMN zunehmend zu einer **gemeinsamen Standortmarketingplattform**.

11. Der Höhepunkt am Ende der Amtszeit: Gründung des Vereins EMN

Der wohl wichtigste institutionelle Schritt erfolgte unmittelbar vor Balleis' Ausscheiden.

Am **2. April 2014** tagte der Rat im Landratsamt Bamberg. An diesem Tag wurden drei historische Entscheidungen getroffen:

Erstens: Gründung des Vereins „Europäische Metropolregion Nürnberg“

30 Städte und Landkreise gründeten den **Verein EMN**.

Damit erhielt die Metropolregion erstmals eine **eigene rechtstragende Säule**, die beispielsweise Fördermittel empfangen, als Arbeitgeber auftreten und steuerlich eigenständig handeln konnte.

Zweitens: Aufnahme des Landkreises Sonneberg

Der thüringische Landkreis Sonneberg wurde aufgenommen.

Damit überschritt die Metropolregion **erstmalig die bayerische Landesgrenze**. Die EMN wurde somit tatsächlich zu einer länderübergreifenden europäischen Metropolregion.

Drittens: Balleis verabschiedet sich aus dem Rat

Balleis schied gemeinsam mit 15 weiteren langjährigen Ratsmitgliedern aus. In seiner Abschiedsbilanz erklärte er ausdrücklich, die **Einbindung der Wirtschaft in die regionale Willensbildung** sei das wichtigste Projekt seiner Amtszeit gewesen.

Der spätere Jahresbericht bestätigt rückblickend, dass der Förderverein Wirtschaft bereits **2014 128 Mitglieder** hatte und rund **580.000 Euro** zur Arbeit der Metropolregion beitrug.

Meine historische Einordnung

Wenn man die Jahre **2011 bis 2014** im Rückblick betrachtet, lässt sich Balleis' Ratsvorsitz auf **vier große Entwicklungslinien** verdichten:

Entwicklung	Bedeutung
Politik → Politik + Wirtschaft	Die Unternehmen und Kammern wurden systematisch in die regionale Willensbildung eingebunden.

Kommunales Netzwerk → institutionalisierte Region	Geschäftsstelle, Governance und schließlich der Verein EMN wurden professionalisiert.
Fränkische Kooperation → internationale Modellregion	Die OECD und EU machten die Stadt-Land-Kooperation zum europäischen Beispiel.
Einzelprojekte → gemeinsame Strategie	Mit „Heimat für Kreative“ und den strategischen Zielen 2014–2020 entstand ein gemeinsames Zukunftsbild.

Besonders bemerkenswert ist dabei die zeitliche Abfolge: Balleis übernahm den Ratsvorsitz im Oktober 2011, als die Metropolregion noch stark kommunal geprägt war. Während seiner Amtszeit wurden die Strukturen gestrafft, die Wirtschaft institutionell eingebunden, das Leitbild „Heimat für Kreative“ entwickelt und die internationale Anerkennung als Stadt-Land-Modellregion erreicht. **Am 2. April 2014, unmittelbar vor seinem Ausscheiden, wurde schließlich der Verein EMN gegründet und mit Sonneberg erstmals ein Landkreis außerhalb Bayerns aufgenommen.**

Damit war seine Amtszeit gewissermaßen eine **Übergangsphase von der politischen Allianz zur institutionell und wirtschaftlich getragenen Metropolregion.**

Wenn man die Entwicklung der EMN bis heute betrachtet, würde ich deshalb den **2. April 2014** als einen der entscheidenden Wendepunkte ansehen: An diesem Tag wurden mit **Verein EMN, Wirtschaftsbeteiligung und Erweiterung nach Thüringen** wesentliche Grundlagen für die spätere Entwicklung gelegt.

Prof. Dr. Siegfried Balleis

Tel: +49 9131 534944
Mobil: +49 171 3606363
Email: siegfried@balleis.de
Web: www.balleis.de

----- Weitergeleitete Nachricht -----

Von: **Siegfried Balleis** <siegfried@balleis.de>

Datum: Di. 18. Aug. 2026 um 16:06

Betreff: Die Entwicklung der europäischen Metropolregion Nürnberg in der Ratspräsidentschaft des Erlanger Oberbürgermeisters Dr. Siegfried Balleis von 2011-2014

An: Siegfried Balleis <siegfried@balleis.de>

Ja. Die Amtszeit von Dr. Siegfried Balleis als Ratsvorsitzender der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN) vom **28. Oktober 2011 bis zum 30. April 2014** war eine ausgesprochen wichtige Entwicklungsphase. Sie war weniger durch ein einzelnes Großprojekt als durch eine **strukturelle Neuaufstellung der Metropolregion** geprägt: Die bis dahin vor allem kommunal getragene Allianz wurde stärker für Wirtschaft, Wissenschaft und internationale Partner geöffnet und organisatorisch professionalisiert.

Die Quellenlage – insbesondere die Jahresberichte der EMN für 2012, 2013 und 2014 – erlaubt dabei eine recht klare Bilanz.

1. Der entscheidende Schritt: Wirtschaft wird gleichberechtigter Partner

Balleis selbst bezeichnete bei seinem Ausscheiden im April 2014 als **wichtigstes Projekt seiner dreijährigen Amtszeit die Einbindung der Wirtschaft in die regionale Willensbildung**. Das ist bemerkenswert, weil es genau den strukturellen Wandel beschreibt, der diese Jahre kennzeichnete.

Bis 2011 war die Metropolregion wesentlich eine Allianz der Oberbürgermeister und Landräte. 2012 wurde deshalb ein neues Governance-Modell entwickelt: Neben den drei kommunalen Mitgliedern des Ratsvorsitzes sollten drei Vertreter der Wirtschaft im Vorstand des Steuerungskreises mitwirken. Die Entscheidungen sollten paritätisch getroffen werden.

Das führte 2013 zur Gründung des Vereins **„Wirtschaft für die Europäische Metropolregion Nürnberg e.V.“**:

- Startschuss am **22. Januar 2013** mit rund 110 Gästen aus Politik und Wirtschaft,
- erste Vorstandssitzung und Mitgliederversammlung am **4. Juni 2013**,
- zunächst 91 Mitglieder,
- darunter alle neun regionalen Wirtschaftskammern und zahlreiche große Unternehmen wie Siemens, adidas, DATEV, GfK, Faber-Castell, Nürnberger Versicherung und N-ERGIE,
- Wirtschaftsvorsitzender wurde Prof. Klaus L. Wübbenhorst.

Damit entstand im Grunde das **„zweite Segel“** der Metropolregion: Die kommunale Politik blieb führend, aber die Wirtschaft erhielt erstmals eine institutionalisierte und finanzierte Rolle bei Strategie und Projekten.

2. Professionalisierung der Geschäftsstelle

Ein zweiter wichtiger Schritt war die organisatorische Zusammenführung der bisher getrennten Strukturen.

Im September 2012 zogen die Geschäftsstelle der Metropolregion und die Geschäftsstelle des Marketingvereins gemeinsam in die **Theresienstraße 9 in Nürnberg**. Dr. Christa Standecker übernahm beide Geschäftsführungen. Dadurch sollten Doppelstrukturen abgebaut und die Metropolregion unter einer gemeinsamen Adresse sichtbar gemacht werden.

Das war mehr als eine Verwaltungsmaßnahme: Die EMN entwickelte sich damit von einem Netzwerk einzelner kommunaler Akteure zu einer **dauerhafter organisierten regionalen Institution**.

3. Die Metropolregion wird zum Modell für Stadt-Land-Kooperation

Besonders interessant war in Balleis' Amtszeit die internationale Anerkennung der EMN.

Die OECD wählte die Metropolregion Nürnberg als **einzige deutsche Modellregion** für ihre weltweite Untersuchung „RURBAN – Rural-Urban Partnerships“. Im Februar 2012 interviewte ein OECD-Team mehr als 40 Akteure aus der Region sowie Vertreter von Bund und Freistaat. Untersucht wurden die Erfolgsfaktoren der Zusammenarbeit von Städten und ländlichen Räumen.

Die Ergebnisse wurden 2013 in Bologna vorgestellt. Die Europäische Kommission produzierte zudem einen Film über die Nürnberger Metropolregion als Beispiel erfolgreicher Stadt-Land-Zusammenarbeit.

Das ist für die historische Bewertung wichtig: Die EMN wurde in dieser Zeit **nicht nur als fränkische Regionalinitiative, sondern als europäisch interessantes Governance-Modell wahrgenommen**.

4. „Heimat für Kreative“ – ein neues strategisches Leitbild

2013 wurde außerdem ein neues strategisches Leitbild für die Jahre 2014–2020 entwickelt:

„Heimat für Kreative“

Die Idee war, die polyzentrische Struktur der Region – Nürnberg, Fürth, Erlangen, Bamberg, Bayreuth, Ansbach, Schwabach, Neumarkt und die zahlreichen Landkreise – nicht als Nachteil gegenüber einer Megacity zu betrachten, sondern als Stärke.

Bei der Jahrestagung am **1. Juli 2013 in Amberg** diskutierten rund 200 Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft unter dem Titel **„Heimat für Kreative statt Megacity“** über genau diese Frage.

Damit wurde ein Gedanke vorbereitet, der die spätere Standortkommunikation der EMN stark prägte: **Polyzentralität als Wettbewerbsvorteil**.

5. Fachkräftesicherung und „Zukunftscoaches“

Ein weiterer Schwerpunkt war die Reaktion auf den demografischen Wandel.

2012 wurde das Projekt **„Zukunftscoaches für die Metropolregion“** gestartet. 15 Städte und Landkreise beteiligten sich zunächst. Die Coaches sollten lokale Projekte zur Qualifizierung und Fachkräftesicherung entwickeln und dabei Schulen, Hochschulen, Unternehmen, Bildungsträger und Kommunen miteinander verbinden.

2013 waren die Zukunftscoaches dann konkret tätig – unter anderem für

- Frauen,
- ältere Arbeitnehmer,
- Jugendliche am Übergang von Schule zu Beruf,
- Weiterbildung,
- Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen,
- Existenzgründung.

Damit wurde die EMN erstmals stärker als **gemeinsamer Arbeitsmarkt und Bildungsraum** betrachtet, nicht nur als politische Allianz.

6. Familienfreundlichkeit als Standortfaktor

Eng damit verbunden war die Initiative für eine **familienfreundliche Wirtschaftsregion**.

2013 wurde eine **Familienfreundlichkeitscharta** entwickelt. Sie sollte Unternehmen, Hochschulen, Kommunen und andere Institutionen für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf gewinnen.

Die Charta wurde am **17. Juli 2013 in Lauf** erstmals an Unternehmen verliehen. Ziel war ausdrücklich, die EMN als attraktive Region für Fach- und Führungskräfte zu positionieren.

Das passt sehr gut zu Balleis' damaliger kommunalpolitischer Linie: Familienfreundlichkeit wurde nicht mehr ausschließlich als Sozial- oder Bildungspolitik verstanden, sondern als **Wirtschafts- und Standortpolitik**.

7. Wissenschaft und Forschung als gemeinsames Markenzeichen

Ein besonderes Ereignis fand am **20. Juli 2012 in Erlangen** statt: Der 6. Wissenschaftstag der Metropolregion stand unter dem Motto

„Stadt der Zukunft – Zukunft der Regionen“

und brachte rund 1.000 Teilnehmer zusammen. Parallel tagte der EMN-Rat unter Leitung von Balleis in Erlangen.

2013 wurde der Wissenschaftstag in Coburg fortgesetzt. Dort kamen wiederum mehr als 600 Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Bildung zusammen. Balleis betonte als

Ratsvorsitzender ausdrücklich die Funktion des Wissenschaftstags als Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

Das stärkte die Positionierung der gesamten Region als **Wissenschafts- und Technologiestandort** – also nicht nur Nürnbergs oder Erlangens.

8. Klimaschutz und Energiewende

2012 war außerdem die **Energiewende** ein zentrales Thema der EMN.

Der Rat bekannte sich zu einem gemeinsamen **Klimapakt der Metropolregion**. Parallel arbeitete der Lenkungskreis „Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung“ an gemeinsamen Projekten. Im April 2012 fand in Nürnberg die erste Klimaschutzkonferenz der EMN statt.

2013 wurde die Diskussion weiter konkretisiert. Das Forum Wirtschaft und Infrastruktur beschäftigte sich beispielsweise mit Netzausbau, Energieversorgung der Industrie und einem möglichen **Energiesystemmodell für die gesamte Metropolregion**.

9. „Original Regional“ und die Stärkung des ländlichen Raums

Ein weiterer wichtiger Baustein war die Regionalkampagne „**Original Regional**“.

Sie sollte regionale Wirtschaftskreisläufe stärken und Stadt und Land wirtschaftlich miteinander verbinden. 2012 wurde die Kampagne beispielsweise auf der Landesgartenschau in Bamberg und der Consumenta präsentiert; 2013 folgten weitere Auftritte, unter anderem auf der Nürnberger Bauernmarktmeile und dem Christkindlesmarkt.

Das war politisch bedeutsam, weil damit die ländlichen Räume nicht nur als „Umland“ der Städte verstanden wurden, sondern als **eigenständiger wirtschaftlicher Bestandteil der Metropolregion**.

10. Internationale Positionierung und Standortmarketing

Die EMN trat in diesen Jahren zunehmend gemeinsam auf internationalen Plattformen auf.

Beispielsweise präsentierte sie sich 2013 bereits zum sechsten Mal auf der **MIPIM in Cannes**, der bedeutenden internationalen Immobilienmesse. Ziel war die gemeinsame Vermarktung der Region gegenüber Investoren, Immobilienentwicklern und internationalen Unternehmen.

Auch auf der **EXPO REAL in München** trat die Region gemeinsam auf. Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach sowie zahlreiche Unternehmen und Gebietskörperschaften präsentierten sich unter dem Dach der Metropolregion.

Damit entwickelte sich die EMN zunehmend zu einer **gemeinsamen Standortmarketingplattform**.

11. Der Höhepunkt am Ende der Amtszeit: Gründung des Vereins EMN

Der wohl wichtigste institutionelle Schritt erfolgte unmittelbar vor Balleis' Ausscheiden.

Am **2. April 2014** tagte der Rat im Landratsamt Bamberg. An diesem Tag wurden drei historische Entscheidungen getroffen:

Erstens: Gründung des Vereins „Europäische Metropolregion Nürnberg“

30 Städte und Landkreise gründeten den **Verein EMN**.

Damit erhielt die Metropolregion erstmals eine **eigene rechtstragende Säule**, die beispielsweise Fördermittel empfangen, als Arbeitgeber auftreten und steuerlich eigenständig handeln konnte.

Zweitens: Aufnahme des Landkreises Sonneberg

Der thüringische Landkreis Sonneberg wurde aufgenommen.

Damit überschritt die Metropolregion **erstmals die bayerische Landesgrenze**. Die EMN wurde somit tatsächlich zu einer länderübergreifenden europäischen Metropolregion.

Drittens: Balleis verabschiedet sich aus dem Rat

Balleis schied gemeinsam mit 15 weiteren langjährigen Ratsmitgliedern aus. In seiner Abschiedsbilanz erklärte er ausdrücklich, die **Einbindung der Wirtschaft in die regionale Willensbildung** sei das wichtigste Projekt seiner Amtszeit gewesen.

Der spätere Jahresbericht bestätigt rückblickend, dass der Förderverein Wirtschaft bereits **2014 128 Mitglieder** hatte und rund **580.000 Euro** zur Arbeit der Metropolregion beitrug.

Meine historische Einordnung

Wenn man die Jahre **2011 bis 2014** im Rückblick betrachtet, lässt sich Balleis' Ratsvorsitz auf **vier große Entwicklungslinien** verdichten:

Entwicklung	Bedeutung
-------------	-----------

Politik → Politik + Wirtschaft	Die Unternehmen und Kammern wurden systematisch in die regionale Willensbildung eingebunden.
Kommunales Netzwerk → institutionalisierte Region	Geschäftsstelle, Governance und schließlich der Verein EMN wurden professionalisiert.
Fränkische Kooperation → internationale Modellregion	Die OECD und EU machten die Stadt-Land-Kooperation zum europäischen Beispiel.
Einzelprojekte → gemeinsame Strategie	Mit „Heimat für Kreative“ und den strategischen Zielen 2014–2020 entstand ein gemeinsames Zukunftsbild.

Besonders bemerkenswert ist dabei die zeitliche Abfolge: Balleis übernahm den Ratsvorsitz im Oktober 2011, als die Metropolregion noch stark kommunal geprägt war. Während seiner Amtszeit wurden die Strukturen gestrafft, die Wirtschaft institutionell eingebunden, das Leitbild „Heimat für Kreative“ entwickelt und die internationale Anerkennung als Stadt-Land-Modellregion erreicht. **Am 2. April 2014, unmittelbar vor seinem Ausscheiden, wurde schließlich der Verein EMN gegründet und mit Sonneberg erstmals ein Landkreis außerhalb Bayerns aufgenommen.**

Damit war seine Amtszeit gewissermaßen eine **Übergangsphase von der politischen Allianz zur institutionell und wirtschaftlich getragenen Metropolregion.**

Wenn man die Entwicklung der EMN bis heute betrachtet, würde ich deshalb den **2. April 2014** als einen der entscheidenden Wendepunkte ansehen: An diesem Tag wurden mit **Verein EMN, Wirtschaftsbeteiligung und Erweiterung nach Thüringen** wesentliche Grundlagen für die spätere Entwicklung gelegt.