

Ja. Die Gründung vom **25. Juli 1996** war tatsächlich ein wichtiger Ausgangspunkt für die spätere Europäische Metropolregion Nürnberg. Allerdings ist es hilfreich, zwischen dem **Marketingverein „Die Region Nürnberg e.V.“ von 1996** und der späteren **Europäischen Metropolregion Nürnberg als kommunalem Kooperationsverbund** zu unterscheiden. Der Übergang erfolgte schrittweise und war keineswegs nur eine formale Umbenennung.

1. Der Ausgangspunkt 1996: gemeinsames Regionalmarketing

Am 25. Juli 1996 wurde in Fürth der Verein **„Die Region Nürnberg e.V.“** gegründet. Die Initiative ging auf einen Zukunftskongress im Sommer 1996 zurück, bei dem politische und wirtschaftliche Entscheidungsträger eine gemeinsame Strategie für den Großraum Nürnberg entwickelten.

Der Hintergrund war durchaus ernst: Der Großraum Nürnberg hatte wirtschaftlich erhebliche Substanz – Siemens, AEG, Grundig, die Hochschulen, Messe, Verkehrslage usw. –, litt aber unter einem schwachen Außenimage. Man wollte weg vom traditionellen Bild von **„Bratwurst und Lebkuchen“** und den modernen Wirtschafts-, Wissenschafts- und Technologiestandort sichtbar machen.

Genau hier lag auch die politische Bedeutung Ihres Engagements als Erlanger Oberbürgermeister: Sie formulierten bei der Gründung das Problem als **„Imagelücke“** und als systematische Unterschätzung der Region. Der Verein sollte deshalb die vier Städte Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach nicht gegeneinander, sondern **gemeinsam als eine Region** positionieren.

Bemerkenswert war von Anfang an die Beteiligung der Wirtschaft. Der Verein war kein reiner Zusammenschluss der Kommunen, sondern bezog Unternehmen, Kammern und weitere Institutionen ein. Damit entstand bereits 1996 ein für die spätere Metropolregion wichtiges Prinzip: **Politik und Wirtschaft arbeiten gemeinsam an der Entwicklung der Region.**

2. 1996–2002: Aus Standortmarketing wird regionale Kooperation

Der Verein entwickelte sich zunächst zu einem professionellen Regionalmarketinginstrument. Ein frühes Beispiel war die 1998 veröffentlichte Imagebroschüre **„Raum für starkes High-Tech“**, in der Unternehmen und Forschungseinrichtungen des Großraums gemeinsam präsentiert wurden.

Noch wichtiger war aber die allmähliche Veränderung des politischen Denkens:

Aus „Wir vermarkten unsere Region gemeinsam“ wurde zunehmend „Wir entwickeln unsere Region gemeinsam“.

Das war entscheidend. Denn Marketing allein konnte die strukturellen Herausforderungen der Region nicht lösen. Fragen von Verkehr, Wissenschaft, Wirtschaft, Technologie, Tourismus, Kultur und Raumplanung machten eine wesentlich engere Zusammenarbeit der Städte und Landkreise erforderlich.

Dabei war die Zusammenarbeit ausdrücklich **bottom-up** angelegt. Sie entstand nicht dadurch, dass München oder Berlin den Großraum Nürnberg zu einer Metropolregion erklärten. Städte, Landkreise, Wirtschaft und Wissenschaft arbeiteten zunächst selbst auf eine stärkere regionale Zusammenarbeit hin. Wissenschaftliche Untersuchungen zur Entwicklung der Metropolregion heben genau diesen bottom-up-Prozess hervor.

3. Der entscheidende Schritt: vom Marketingverein zur europäischen Dimension

Ein wichtiger Meilenstein kam **2003**.

Der Marketingverein „Die Region Nürnberg e.V.“ trat gemeinsam mit den beiden mittelfränkischen Planungsverbänden dem europäischen Netzwerk **METREX** bei. Damit wurde die Region nicht mehr nur als deutscher Wirtschaftsraum betrachtet, sondern begann, sich systematisch in das europäische Netzwerk der großen Stadtregionen einzuordnen.

Parallel dazu entwickelte sich politischer Druck auf die bayerische Staatsregierung und die Bundesebene, Nürnberg als **zweite bayerische Europäische Metropolregion neben München** anzuerkennen. Im Bayerischen Landtag wurde diese Forderung 2003 ausdrücklich thematisiert; auch die Wirtschaft und der Verein „Region Nürnberg e.V.“ unterstützten sie.

Das ist ein wichtiger Punkt für die historische Einordnung: **Die Metropolregion wurde nicht 2005 plötzlich erfunden. 2005 war vielmehr der institutionelle Durchbruch eines fast zehnjährigen regionalen Entwicklungsprozesses.**

4. 2004: Die Region tritt mit einem gemeinsamen politischen Anspruch auf

Der nächste entscheidende Schritt erfolgte am **24. Juni 2004**.

Auf der Regionalkonferenz „**Eine Metropolregion tritt an**“ in Nürnberg verabschiedeten die regionalen Akteure eine Resolution mit dem Ziel, die Anerkennung als Europäische Metropolregion zu erreichen.

Damit war aus dem ursprünglichen Regionalmarketingverein endgültig eine politische Strategie geworden:

1996: Wir wollen als Region gemeinsam wahrgenommen werden.

2003: Wir wollen uns europäisch vernetzen.

2004: Wir wollen offiziell als Europäische Metropolregion anerkannt werden.

5. 28. April 2005: Die entscheidende Anerkennung

Am **28. April 2005** beschloss die **Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO)** in Berlin, den Großraum Nürnberg in den Kreis der deutschen Europäischen Metropolregionen aufzunehmen. Nürnberg wurde damit zur **zweiten Europäischen Metropolregion Bayerns neben München**.

Das war allerdings zunächst eine **Anerkennung auf raumordnungspolitischer Ebene**. Damit war noch nicht automatisch die heutige Organisationsstruktur geschaffen.

Dafür brauchte es einen weiteren Schritt.

6. 12. Mai 2005: Die Charta in Erlangen

Nur zwei Wochen später, am **12. Mai 2005**, wurde in der **Orangerie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg** die „Charta der Metropolregion Nürnberg“ unterzeichnet. Rund 60 Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur bekannten sich damit zur gemeinsamen Regionalentwicklung.

Gerade dieser Termin in Erlangen ist historisch interessant: Die Stadt, die 1996 gemeinsam mit Nürnberg, Fürth und Schwabach den regionalen Schulterschluss eingeleitet hatte, wurde damit zum Ort der **formellen politischen Selbstverpflichtung** der neuen Metropolregion.

Die Charta formulierte dabei wichtige Prinzipien:

- **Freiwilligkeit** der Zusammenarbeit,
- Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Verwaltung,
- Überwindung administrativer Grenzen,
- Zusammenarbeit auf **Augenhöhe**,
- und ein demokratisch legitimierter **Rat der Metropolregion**.

7. 27. Juli 2005: Aus der Idee wird eine funktionsfähige Organisation

Der nächste entscheidende Termin war der **27. Juli 2005**. In Nürnberg trat der **Rat der Europäischen Metropolregion Nürnberg** zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen. Mehr als 40 Oberbürgermeister, Bürgermeister und Landräte verabschiedeten die Geschäftsordnung.

Damit war die Metropolregion nicht mehr nur ein politisches Etikett, sondern erhielt eine funktionierende Governance-Struktur.

Das Grundmodell war bemerkenswert:

Rat → **politische Entscheidungen**

Steuerungskreis → **Einbindung wichtiger gesellschaftlicher Akteure**

Fachforen → **konkrete Zusammenarbeit in einzelnen Themenfeldern**

Geschäftsstelle → **operative Koordination**

Die Struktur ist bis heute im Kern erhalten geblieben. Heute arbeiten **23 Landkreise und 11 kreisfreie Städte** in der Metropolregion zusammen.

Was aus dem Verein von 1996 wurde

Hier liegt eine besonders interessante Entwicklung vor.

Der ursprüngliche Marketingverein **„Die Region Nürnberg e.V.“** wurde im Laufe der Jahre zum **Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e.V.** Er hatte damit 17 Jahre lang eine wichtige Funktion beim Standortmarketing. Zum **31. März 2013** wurde dieser Marketingverein aufgelöst.

Seine Aufgaben gingen in die inzwischen viel umfassendere Struktur der Metropolregion über.

Parallel wurde 2012/13 die Wirtschaft organisatorisch stärker eingebunden. 2012 wurden die Geschäftsstellen des Marketingvereins und der Metropolregion zusammengelegt; im Oktober 2012 entstand außerdem der Förderverein **„Wirtschaft für die Europäische Metropolregion Nürnberg e.V.“**.

Und schließlich wurde am **7. Mai 2014** der heutige gemeinnützige **„Verein EMN – Europäische Metropolregion Nürnberg e.V.“** gegründet. Er ist die juristische Person der Metropolregion und übernimmt unter anderem Steuer-, Fördermittel- und Personalaufgaben.

Das ist also **keine einfache Vereinsumbenennung**, sondern eine Entwicklung über mehrere Stufen:

„Die Region Nürnberg e.V.“ (1996)

↓

professionelles Regionalmarketing

↓

europäische Vernetzung / METREX (2003)

↓

politische Forderung nach Anerkennung als Metropolregion

↓

Resolution „Eine Metropolregion tritt an“ (24.6.2004)

↓

Anerkennung durch die MKRO (28.4.2005)

↓

Charta der Metropolregion (12.5.2005)

↓

Rat der Metropolregion (27.7.2005)

↓

weiterentwickelte Governance und stärkere Wirtschaftsbeteiligung

↓

Verein EMN als juristische Person (7.5.2014).

Die historische Bedeutung der Gründung von 1996

Aus heutiger Sicht würde ich die Gründung vom **25. Juli 1996** deshalb als den **politischen und mentalen Gründungsakt des späteren Metropolregionsprojekts** bezeichnen – auch wenn die formelle Anerkennung als Europäische Metropolregion erst 2005 erfolgte.

Der entscheidende Gedanke war bereits 1996 vorhanden: **Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach sollten ihre Kräfte nicht primär im Wettbewerb miteinander einsetzen, sondern ihre gemeinsamen Stärken als polyzentrale Region sichtbar machen.**

Genau dieses Prinzip der **Polyzentralität, Freiwilligkeit und Kooperation auf Augenhöhe** ist später zum Markenzeichen der Europäischen Metropolregion Nürnberg geworden. Die heutige Metropolregion versteht sich ausdrücklich als partnerschaftlicher Zusammenschluss, der Verwaltungsgrenzen überwinden soll.

Insofern war der 25. Juli 1996 nicht nur die Gründung eines Marketingvereins. Er war – rückblickend betrachtet – der Beginn eines regionalpolitischen Projekts, das neun Jahre später zur Europäischen Metropolregion Nürnberg führte.