Nürnberg heute Nr. 61, Dez. 1996

GERHARD STAPF (TEXT)
CHRISTINE DIERENBACH (FOTOS)

Das Glas ist halb-voll und nicht halb-leer

DER VEREIN „DIE REGION NÜRNBERG E.V." SETZT AUF DIE STÄRKEN DES GROSSRAUMS

„Wenn die Region wüßte, was die Region weiß." Dieser Satz kennzeichnet ein Dilemma der Wirtschaftsregion Nürnberg, analysiert Defizite, er steht aber auch wie ein Arbeitsauftrag für den Verein „Die Region Nürnberg e.V.". Dessen Ziel: Die Stärken und Kompetenzen der Region rund um die Städte Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach herauszuarbeiten, selbstbewußt und offensiv darzustellen, um so die systematische Unterschätzung der Region Nürnberg in anderen Teilen Deutschlands und Europas, aber auch vor Ort selbst, abzubauen. Als Schirmherr will Hermann Franz, Aufsichtsratsvorsitzender der Siemens AG, die Initiative nachhaltig unterstützen: „Wir wollen ein Signal setzen. Denn wir fühlen uns, als der größte Arbeitgeber auch in schwierigen Zeiten, für diese Region voll in der Verantwortung. Das machen wir mit der Übernahme des Kuratoriums-Vorsitzes sichtbar."

Nicht einmal drei Monate nach dem Amtsantritt der neuen CSU-Oberbürgermeister Ludwig Scholz (Nürnberg), Wilhelm Wenning (Fürth) und Siegfried Balleis (Erlangen) gründeten die Stadtoberhäupter, zusammen mit ihrem Schwabacher Kollegen Hartwig Reimann (SPD), am 25. Juli 1996 beim „Zukunftskongreß der Region Nürnberg" den neuen Verein als Gemeinschaftsinitiative der vier Städte, vier Landkreise und der regionalen Wirtschaft.

Vor rund 700 Managern, Unternehmern, Gewerkschaftern, Behörden- und Verbandschefs sowie Politikern aus Kommunen, Land und Bund zeigte sich Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber als Taufpate des Vereins beim Gründungskongreß in der Fürther Stadthalle zuversichtlich: „Die geballte Kraft der vier Städte und der vier Landkreise wird sich zu einem Treibsatz für die wirtschaftliche Entwicklung der gesamten Industrieregion Mittelfrankens

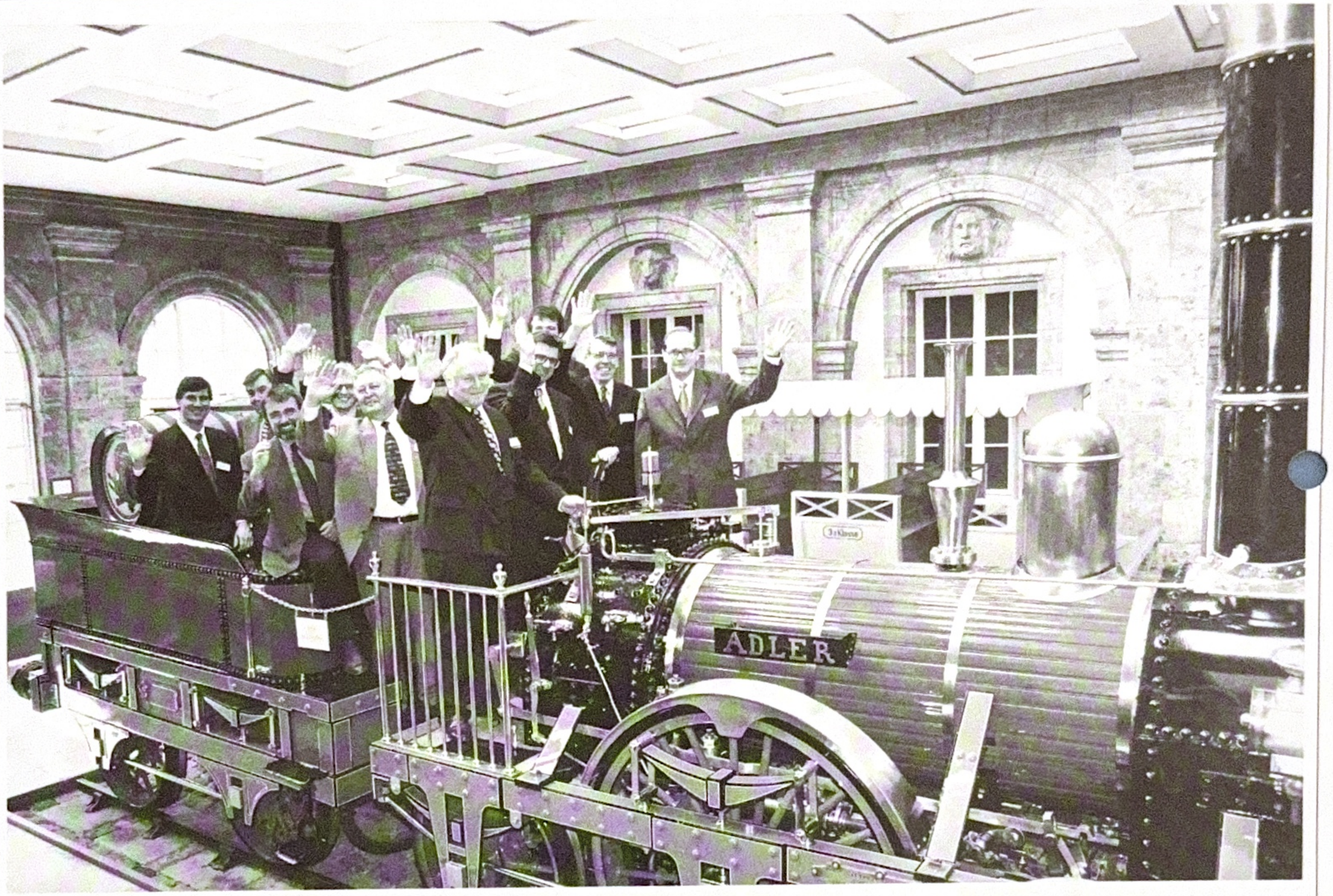


Beim Zukunftskongreß der Region Nürnberg am 25. Juli 1996 in der Fürther Stadthalle äußerte sich Bayerns Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber zuversichtlich über die „geballte Kraft" des Großraums. Auf dem Podium von links nach rechts: Handwerkskammerpräsident Günter Rippel, IHK-Präsident Hubert Weiler, Siemens-Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Hermann Franz, Oberbürgermeister Ludwig Scholz, Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber, Oberbürgermeister Dr. Siegfried Balleis, der bayerische Innenminister Dr. Günther Beckstein und der Nürnberger IG-Metall-Bevollmächtigte Gerd Lobodda.

entwickeln." Er mahnte, die Stimmung nicht schlechter zu reden, als sie in Wirklichkeit sei, und machte Mut: Zwar seien in der Region seit 1991 rund 30 000 industrielle Arbeitsplätze weggefallen, liege die Arbeitslosenquote mit neun Prozent um zwei Prozent höher als im Landesdurchschnitt, doch liege „Nürnberg im Vergleich aller 175 Arbeitsamtsbezirke Deutschlands an 78. Stelle und damit noch in der oberen Hälfte, zum Beispiel deutlich vor Mannheim mit 10,5 Prozent, Hamburg mit 11,5 Prozent, Hannover mit 12,5 Prozent, Köln mit 13,3 Prozent und Dortmund mit 15,2 Prozent. „Noch viel entscheidender ist aber", so Stoiber, „der Großraum Nürnberg verfügt über ein hervorragendes Potential, um die gegenwärtigen Schwierigkeiten zu bewältigen. Die Chancen der Region liegen in den sehr guten Standortqualitäten, die in Zukunft noch stärker zur Geltung gebracht werden müssen." Zwar habe Nürnberg, wie alle alten und ehemals starken Industriezentren, mit einem Strukturwandel zu kämpfen, doch seien Fortschritte schon deutlich auszumachen.

Der Ministerpräsident wies hier, wie nahezu alle Redner, darunter Bayerns Wirtschaftsminister Otto Wiesheu und Innenminister Günther Beckstein, auf die anerkannte Kompetenz der Region als Zentrum der Elektronik, der Informations- und Kommunikations-Technologie sowie der Medizintechnik und auch der Verkehrswirtschaft hin. Und er beließ es nicht dabei, am 25. Juli 1996 nur in Aussicht zu stellen, für die Kompetenzzentren 70 Millionen Mark aus der zweiten Tranche der Privatisierungserlöse und weitere 70 Millionen aus der landeseigenen Regionalförderung fließen zu lassen. Denn bereits am 5. November 1996 gab Bayerns Wirtschaftsminister Otto Wiesheu in Nürnberg die Liste der vier Groß- und 19 Einzelprojekte bekannt, bei denen mit den ersten 70 Millionen Technologie-Leitprojekte gefördert werden. Den mit 25 Millionen größten Einzelbetrag erhält die Erlanger „Fraunhofer"-Arbeitsgruppe für die Erweiterung ihres Institutes für integrierte Schaltungen.

Weitere neue wirtschaftliche Impulse verspricht sich die Politik vom Leitprojekt „Neuer Adler", das Verkehrstechnik und Verkehrswirtschaft umfaßt, vom Innovations- und Technologiezentrum für Medizintechnik in Erlangen, dem „Technologiepark Mittelfranken", der im „Zweckverband Gewerbepark Nürnberg-Fürth-Erlangen" geplant ist, und der Entwicklung des Nürnberger Raumes zu einem Zentrum der Informations- und Kommunikationstechnologie, wozu die Errichtung eines Multimedia-Hauses und die Einrichtung einer Fraunhofer-Arbeitsgruppe für Telekommunikation und Multimediatechnik gehören.



Als bisher einmalige Initiative in Bayern ist bei diesen Zielen, die alle den gemeinsamen Wiederaufstieg der Region verfolgen, der neue Verein „Die Region Nürnberg" anzusehen, der den Raum, der immerhin zu den zehn größten deutschen Wirtschaftsräumen zählt – ein Faktum, das jedoch die wenigsten Franken kennen – , in der öffentlichen Diskussion und im Bewußtsein von Wirtschaft und Bevölkerung angemessen positionieren soll.

„Zweck des Vereins ist die Aufklärung über das wirkliche Bild und die hohe Lebensqualität der Region Nürnberg, die Förderung des Heimatgedankens, die Steigerung des Interesses an der Region Nürnberg in anderen Regionen und bei der im eigenen Raum lebenden Bevölkerung, die Stärkung der Zusammenarbeit innerhalb der Region Nürnberg, die Förderung wirtschaftlicher, landeskundlicher, sozialer, kultureller, künstlerischer, sportlicher, wissenschaftlicher Aktivitäten sowie Förderung innovativer Kräfte in der Region Nürnberg." So beschreibt die Satzung den Vereinszweck, und Jörg Hahn, Geschäftsführer dieser Marketing-Initiative, zeigt einen Weg, wie es gehen sollte: „Ich sehe mich als Moderator, Coach, Mitgestalter und will versuchen, die kommunikativ wirkenden Kräfte der Region zu bündeln. Längerfristiges Ziel ist dabei, das regionale Denken über die Sonderinteressen zu stellen. Denn wer das Bild der Region ändern will, der muß die Region verändern."

Kein niedriges Ziel, das sich der promovierte Politik- und Wirtschaftswissenschaftler Jörg Hahn gesetzt hat. Hahn war vier Jahre lang persönlicher Mitarbeiter des ehemaligen Erlanger Oberbürgermeisters Dietmar Hahlweg, ehe er 1990 die Leitung der regionalen Öffentlichkeitsarbeit der Siemens AG übernahm. Deren Aufsichtsratsvorsitzender Hermann Franz stellte Hahn ab 1. September 1996 zwei Jahre lang für diese Aufgabe frei, sein Schreibtisch steht in der Nünberger Straße 51 in Erlangen.

Dem agilen 42jährigen reicht für seine Arbeit eine Sekretärin, „wenn wir Personal brauchen, dann nur freie Mitarbeiter", und er will „die Hausaufgaben erledigen, die in der Region vor zehn Jahren hätten gemacht werden müssen." Denn bereits 1988 deckte eine vom damaligen Nürnberger Wirtschaftsreferenten Wilhelm Doni beauftragte bundesweite Studie das gravierende Image-Problem der Region auf: Nürnbergs Bekanntheitsgrad ist zu gering, sein reichhaltiges Kulturangebot ist unterbewertet, das Wissen um die Qualität des Wirtschaftsstandortes und seiner wissenschaftlichen Kapazitäten ist ungenügend verbreitet und die schwache Einschätzung der Region durch auswärtige Medien wird durch negativ-



Im Nürnberger Verkehrsmuseum wurde das Leitprojekt „Neuer Adler" vorgestellt, von dem neue wirtschaftliche Impulse ausgehen (linke Seite).
Oberbürgermeister Ludwig Scholz umrahmt von seinem Erlanger Amtskollegen Siegfried Balleis (links) und dem Fürther Stadtoberhaupt Wilhelm Wenning (rechts) bei der gemeinsamen Bilanz-Pressekonferenz nach den ersten 100 Amtstagen (rechte Seite).

kritische Einstellung in Nürnberg selbst noch verstärkt.

Die Umsetzung des von Wilhelm Doni vorgelegten Konzeptes scheiterte freilich 1988 im Nürnberger Stadtrat, der die Image-Arbeit nicht alleine finanzieren wollte. Donis Nachfolger Utz Ingo Küpper verpackte die Image-Frage 1994 im „Wirtschaftsforum" neu, die Industrie- und Handelskammer stieg mit ihrem Image-Arbeitskreis mit ein. Doch erst nach dem Wahlsieg der drei CSU-Oberbürgermeister erhielt die Image-Diskussion wieder Schwung.

Ein fertiges Image-Konzept kann Jörg Hahn zwar noch nicht auf den Tisch legen, doch bis Ende 1996 wird der Vorstand des Vereines „Die Region Nürnberg" drei grundlegende Fragen entschieden haben: die Einigung auf ein einheitliches Erscheinungsbild (corporate design), die Einigung auf ein gemeinsames Marketing-Konzept, die Entscheidung über einen Innovationswettbewerb.

Um das Erscheinungsbild werden ein halbes Dutzend, auch internationale, Agenturen zu einem Wettbewerb antreten. Ein fünfköpfiges Team, bestehend aus Agentur-Mitarbeitern und Mitgliedern des Marketing-Club-Nürnberg, erstellt parallel dazu das Marketing-Konzept für die Region.

Und schließlich soll der 1997 anlaufende Innovationswettbewerb „alles wecken und aktivieren, was in der Region kreativ, originell, innovativ, kommunikativ, pfiffig, schnell und professionell, aber dennoch bodenständig arbeitet", hofft Jörg Hahn und stellt sich ganz optimistisch „eine Art Pool von Menschen aus allen Lebensbereichen dieser Region" vor, die Innovations-Botschafter ihrer Region werden.

Jörg Hahn ist sicher, bei diesem Wettbewerb wahre Schätze heben zu können: „Es gibt bei uns eine große Zahl unentdeckter Talente, Fähigkeiten, Fertigkeiten, hohes Wissen und Können. Aber dies ist häufig nicht bekannt, auch weil der Prophet im eigenen Land oft nicht zählt. Die Region muß endlich wissen, was in ihr steckt." Die dazu nötigen Kommunikationsstrukturen will er neu schaffen, die Inhalte über die Medien, über Messen, Tagungen und Kongresse nach außen tragen.

Siemens-Aufsichtsratschef Hermann Franz, beschreibt diese erste Hausaufgabe der vier Städte ganz einfach so: „Wir müssen doch in dieser Region wieder unser Selbstbewußtsein finden!" ■

Der Verein „Die Region Nürnberg e.V." zählt bisher 70 Mitglieder (Ende Oktober 1996), darunter Unternehmen, Verbände, Kammern, Kommunen und Landkreise. Der Jahresbeitrag beträgt für Einzelpersonen 100 Mark, für Unternehmen, Verbände, Vereine, Körperschaften bis 50 Beschäftigte 300 Mark, bis 500 Beschäftigte 600 Mark, über 500 Beschäftigte 1000 Mark.
Geschäftsführer: Dr. Jörg Hahn,
Nürnberger Straße 51,
D-91052 Erlangen,
Telefon: 09131 / 72 48 83,
Telefax: 09131 / 72 76 55.