ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Standecker, Christa

Book Part

Die Europäische Metropolregion Nürnberg

Provided in Cooperation with:
ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft

Suggested Citation: Standecker, Christa (2007) : Die Europäische Metropolregion Nürnberg, In: Miosga, Manfred Saller, Raymond (Ed.): Wie viel 'Governance' braucht eine Metropolregion? Überlegungen zur organisatorischen und inhaltlichen Ausgestaltung der Metropolregion München, ISBN 978-3-88838-339-7, Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, pp. 41-54

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/60166

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Christa Standecker

4 Die Europäische Metropolregion Nürnberg

4.1 Institutionelle Genesis der Europäischen Metropolregion Nürnberg

Als am 28. April 2005 die formale Anerkennung des Großraums Nürnberg als Europäische Metropolregion in Deutschland durch die Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO) in Berlin beschlossen wurde, waren die grundlegenden Vorbereitungen für eine metropolregionale Governance in der Region bereits weit gediehen.

Mit einer Regionalkonferenz unter dem Titel „Eine Metropolregion tritt an“ hatten sich im Juni 2004 rund 200 Vertreter der Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, Politik und Kultur zu diesem großen Projekt mit einer Resolution öffentlich bekannt. Der Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg, Dr. Ulrich Maly, forderte nachdrücklich die Anerkennung der Region Nürnberg als Metropolregion. In Vertretung für den zuständigen Bundesminister Stolpe äußerte sich Staatssekretär Braune in seiner Rede eindeutig positiv bezüglich einer Aufnahme der Region in den Kreis der Metropolregionen in Deutschland. Gleiches gilt für den damaligen bayerischen Wirtschaftsminister Wiesheu, der die Anerkennung durch die MKRO als überfällig bezeichnete. Sie endete mit einer Resolution „Die Metropolregion Nürnberg in Europa“.

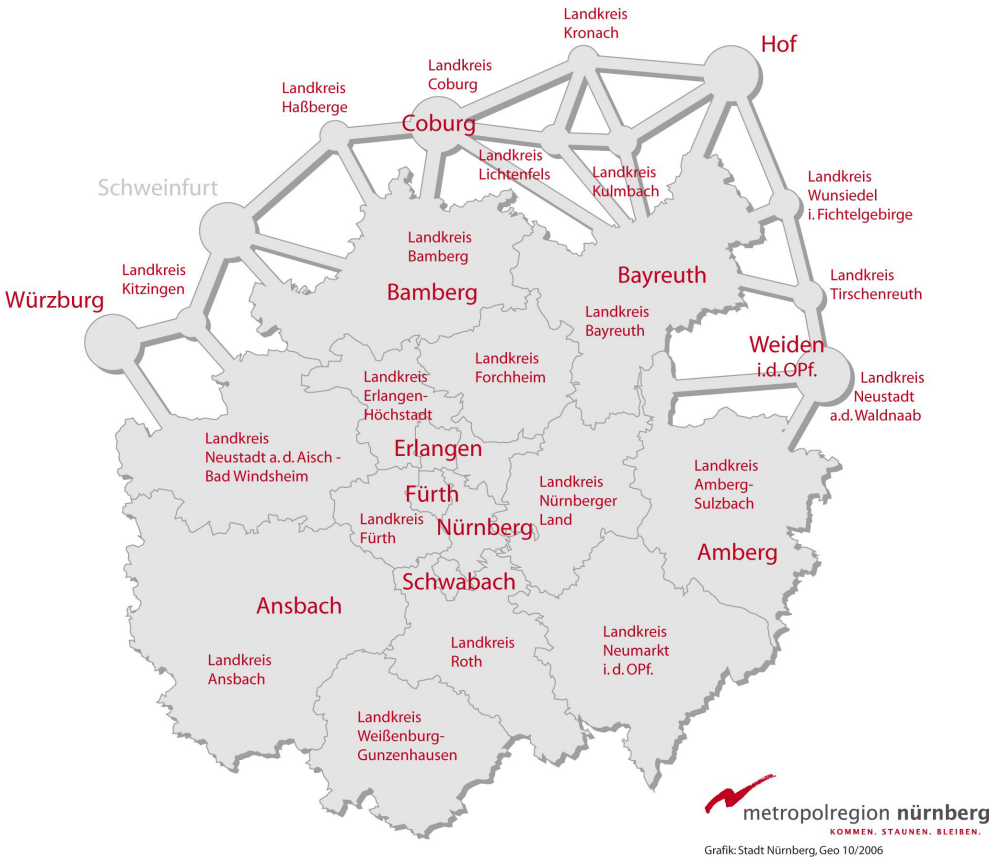
Die nächsten Schritte folgten innerhalb weniger Monate nach der offiziellen Anerkennung. Am 12. Mai 2005 wurde die Charta der Metropolregion Nürnberg unterzeichnet, in der die Spielregeln der Zusammenarbeit und die grundlegenden Ziele vereinbart wurden. Im Juli 2005 konstituierte sich der Rat der Metropolregion mit den acht kreisfreien Städten Nürnberg, Fürth, Erlangen, Schwabach, Ansbach, Bamberg, Bayreuth und Amberg sowie den 12 Landkreisen Amberg-Sulzbach, Nürnberger Land, Neustadt an der Aisch-Bad Windsheim, Ansbach, Weißenburg-Gunzenhausen, Forchheim, Erlangen-Höchstadt, Bamberg, Bayreuth, Fürth, Roth und Neumarkt/Oberpfalz im sogenannten metropolitanen Kern; weitere sechs Landkreise und drei kreisfreie Städte schlossen sich der Metropolregion Nürnberg im metropolitanen Netz an. Bis Anfang 2007 kamen im metropolitanen Netz weitere drei Landkreise und eine kreisfreie Stadt hinzu (vgl. Abb. 5).

Zusammensetzung und Aufgaben der Gremien (Ratsvorsitz, Steuerungskreis, Foren), Budget, Abstimmungsverfahren etc. regelt eine eigens verfasste Geschäftsordnung. Damit hatte der Prozess der Anerkennung der Metropolregion in einem rasanten Tempo ein neues Gefüge der metropolregionalen Governance hervorgebracht.

Zu den wichtigsten Antriebskräften für die beschriebenen Prozesse schreiben Frommer und Bomba (2006, S. 394): „Die größte Dynamik entfalteten zwei nicht von der offiziellen Landesplanung vorgesehene Strukturen“, und meinen damit zum einen die hervorragenden Kooperationsstrukturen in der Städteachse Nürnberg-Fürth-Erlangen-Schwabach, zum anderen den Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN).

So sprechen seit Jahrzehnten die Oberbürgermeister der Städteachse in sogenannten Nachbarschaftskonferenzen relevante Themen an. Diese Abstimmungen setzen sich auf Fachreferentenebene durch regelmäßige Arbeitstreffen fort, die auch in gemeinsame Projekte münden. Jüngeren Datums sind die sogenannten 4+4-Konferenzen, an denen neben den Oberbürgermeistern der Städteachse auch die Landräte der angrenzenden Landkreise teilnehmen.

Abb. 5: Europäische Metropolregion Nürnberg



Der oben beschriebene metropolitane Kern der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN) entspricht weitgehend dem Gebiet des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg. In der Ausformung des Verkehrsverbundes spiegeln sich die konkreten sozio-ökonomischen Verflechtungen wider, die eine hervorragende Grundlage für die Zusammenarbeit in der Metropolregion bilden.

Zu diesen zwei Antriebskräften kommen die Aktivitäten des 1996 gegründeten Marketingvereins „Die Region Nürnberg e.V.“, der mit 340 Fördermitgliedern aus Wirtschaft und Politik die Region erfolgreich nach außen darstellt. Mit Gründung der Europäischen Metropolregion Nürnberg nannte sich der Verein in „Marketingverein europäische Metropolregion Nürnberg e. V.“ um. Der Verein nimmt über das Forum Marketing an der metropolitanen Governance teil.

Mit der Bildung der Europäischen Metropolregion Nürnberg fand ein jahrelanges Lobbying, das mit dem MKRO-Beschluss vom 3. Juni 1997 begann, einen erfolgreichen Abschluss. Bei der Kommunikation ihrer Stärken setzten die politischen Akteure aus der Region gemeinsam mit Unternehmern und Kammern auf die mit der Ost-Öffnung wiedererlangte geografische Lagegunst im Zentrum Europas. Immerhin liegt die Region an insgesamt drei als prioritär eingestuften Transeuropäischen Netzen (TEN) bzw. Paneuropäischen Korridoren (PEK). Diese sogenannte Gateway-Funktion fand bereits im EUREK-Entwurf von 1997 Anerkennung, wo Nürnberg ausdrücklich als Gateway-Stadt ausgewiesen wird. Aber auch die anhaltend positive wirtschaftliche Dynamik und ein aktiv bewältigter Strukturwandel werden ins Feld geführt. In der Tat kann davon ausgegangen werden, dass die Region Nürnberg die wesentlichen Metropolfunktionen nach Blotevogel (2002, S. 346) erfüllte.

Dies ist die institutionelle Genesis der Metropolregion Nürnberg, deren Dynamik sich auch in Hinblick auf die beteiligten Partner bis heute als beachtlich erweist. In der 5. Ratssitzung im Oktober 2006 wurden als weitere Mitglieder der Landkreis Neustadt an der Waldnaab und die Stadt Weiden aufgenommen. Heute umfasst der metropolitane Kern der Europäischen Metropolregion 12 Landkreise und acht kreisfreie Städte. Im metropolitanen Netz gehören die kreisfreien Städte Hof, Coburg, Würzburg und Weiden sowie acht Landkreise dazu: Tirschenreuth, Wunsiedel, Kulmbach, Kronach, Lichtenfels, Coburg, Haßberge sowie Kitzingen. Damit leben 3,6 Mio. Menschen in der Metropolregion. Rund 1,8 Mio. Erwerbstätige erwirtschaften ein Bruttoinlandsprodukt von ca. 103 Mrd. Euro.

4.2 Governance und Spielregeln der Zusammenarbeit

4.2.1 Spielregeln der Zusammenarbeit

Die Prämissen der Zusammenarbeit sind mit der Charta der Metropolregion Nürnberg von rund 60 Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Kultur am 12. Mai 2005 in der Orangerie der Universität Erlangen-Nürnberg öffentlich vereinbart worden. Auf Einladung der Stadt Nürnberg nahmen die Oberbürgermeister, Bürgermeister der bevölkerungsstärksten kreisangehörigen Städte und die Landräte des metropolitanen Kernes teil. Für die Wirtschaft referierte Prof. Wübbenhorst, Vorstandsvorsitzender der GfK und Präsident der IHK Nürnberg für Mittelfranken. Vertreter von Unternehmen wie Bögl, Siemens und Rödl & Partner unterzeichneten die Charta ebenso wie Universitätsrektoren und Vertreter der Medien sowie großer Kultureinrichtungen mit internationaler Ausstrahlung.

Freiwilligkeit

Grundlage der Zusammenarbeit in der Metropolregion Nürnberg ist die Freiwilligkeit. Freiwilligkeit bedeutet, dass die Kooperation auf keinem Gesetz basiert. Sie bedeutet weiter, dass die Mitwirkung von Städten und Landkreisen auf dem freien Entschluss der einzelnen Gebietskörperschaft beruht, dass eine Mitarbeit sinnvoll ist.

Primat der Politik

Metropolregionale Governance gründet immer darauf, dass regionale Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, Kultur und anderen Bereichen gemeinsam mit den politischen Akteuren Verantwortung für die Zukunft der Region übernehmen. In der Europäischen Metropolregion Nürnberg gilt in diesem Zusammenspiel der Primat der Politik. Demokratischer Legitimationskern der Metropolregion ist der Rat, in dem Oberbürgermeister, Bürgermeister und Landräte die strategischen Entscheidungen treffen. Im beratenden Steuerungskreis wirken die verschiedenen Stakeholder mit der Politik zusammen.

Gleiche Augenhöhe

Dabei ist das Prinzip der gleichen Augenhöhe entscheidend für eine erfolgreiche Vertrauensbildung innerhalb der Metropolregion. So hat jeder Oberbürgermeister, Bürgermeister und Landrat im Rat das gleiche Stimmengewicht, unabhängig von Bevölkerungszahl oder Wirtschaftskraft der Gebietskörperschaft, die er vertritt.

Subsidiarität und Konsens

Hinzu kommt die Prämisse der Subsidiarität. Diese bedeutet, dass in der Europäischen Metropolregion Nürnberg ausschließlich Aufgaben von metropolitaner Bedeutung wahrgenommen werden, die nicht bereits auf anderer Ebene durch bestehende Instanzen erfüllt werden. Beschlüsse folgen dem Konsensprinzip, d. h. der Macht des Arguments und nicht dem Zwang durch Mehrheiten.

Offenheit und Dynamik

Obwohl der Kern der Europäischen Metropolregion Nürnberg mit 12 Landkreisen und acht kreisfreien Städten fest definiert ist, versteht sich die Metropolregion als offen und dynamisch. Dies bedeutet, dass sie gegenüber Beitrittsinteressenten grundsätzlich offen ist. Sie geht davon aus, dass nicht a priori zu bestimmen ist, ob die Mitarbeit einer Gebietskörperschaft in der Metropolregion positive Effekte generieren wird oder nicht. Erst die Praxis, auch punktueller Kooperation, kann dies erweisen.

4.2.2 Organisationsmodell

Die Organisation der Europäischen Metropolregion Nürnberg kann Abbildung 6 entnommen werden. Die interne Willensbildung und die Vertretung nach außen wird durch einen demokratischen Kern, den Rat der Metropolregion, legitimiert. Der Rat setzt sich zusammen aus den gesetzlichen Vertretern der Gebietskörperschaften. Kooptierte Mitglieder sind je zwei Vertreter der bayerischen Staatsregierung sowie je ein Vertreter der Regierungsbezirke und Bezirkstage in der Metropolregion. Ein aus dem Rat gewählter Ratsvorsitz – bestehend aus einem Oberbürgermeister, einem Landrat und einem Bürgermeister – vertritt die Metropolregion nach außen (vgl. Abb. 7).

Abb. 6: Organisationsmodell der Europäischen Metropolregion Nürnberg

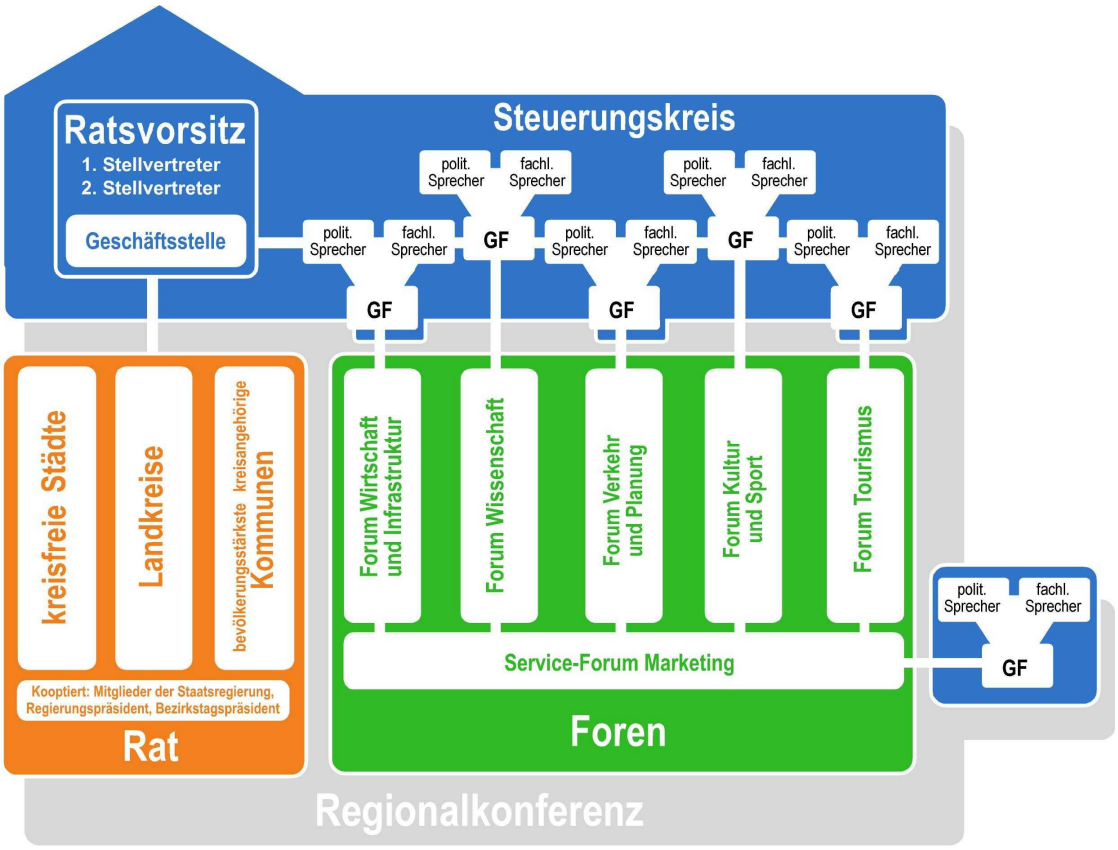


Abb. 7: Rat der Europäischen Metropolregion Nürnberg

metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

Kreisfreie Städte (12)	Landkreise (21)	Kreisangeh. Gemeinden (bevölkerungsreichste kreisangeh. Gemeinde) (17)	Kooptierte Mitglieder (4)
Amberg (OBM Dandorfer) Ansbach (OBM Felber) Bamberg (OBM Starke) Bayreuth (OBM Dr. Hohl) Erlangen (OBM Dr. Balleis) Fürth (OBM Dr. Jung) Nürnberg (OBM Dr. Maly) Schwabach (OBM Reimann) Coburg (OBM Kastner) Hof (OBM Dr. Fichtner) Weiden (OBM Schröpf) Würzburg (OBM Dr. Beckmann)	Amberg-Sulzbach (LR Nentwig) Ansbach (LR Schwemmbauer) Bamberg (LR Dr. Denzler) Bayreuth (LR Dr. Dietel) Erlangen-Höchstadt (LR Irlinger) Forchheim (LR Glauber) Fürth (LR Dr. Pauli) Neumarkt i. d. Opf. (LR Löhner) Neustadt a. d. Aisch (LR Schneider) Nürnberger Land (LR Reich) Roth (LR Eckstein) Weißenburg-Gunzenhausen (LR Rosenbauer) Coburg (LR Zeitler) Haßberge (LR Handwerker) Kitzingen (LR Bischof) Kronach (LR Marr) Kulmbach (LR Söllner) Lichtenfels (LR Leutner) Neustadt a. d. Waldnaab (LR Wittmann) Tirschenreuth (LR Haberkorn) Wunsiedel (LR Dr. Seißer)	Feuchtwangen (BM Eckhardt) Forchheim (OBM Stumpf) Herzogenaurach (BM Lang) Hirschaid (BM Schlund) Lauf a. d. Pegnitz (BM Pompl) Neumarkt i. d. Opf. (OBM Thumann) Neustadt a. d. Aisch (BM Platzöder) Pegnitz (BM Thümmler) Roth (BM Erdmann) Sulzbach-Rosenberg (BM Geismann) Weißenburg (OBM Schwirzer) Zirndorf (BM Zwingel) Kitzingen (OBM Moser) Kulmbach (OBM Aures) Marktredwitz (OBM Dr. Seelbinder) Neustadt b. Coburg (OBM Rebhan) Vohenstrauß (BM Zilbauer)	Dr. Günther Beckstein Bay. Staatsminister des Innern Dr. Werner Schnappauf Bay. Staatsminister für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz Richard Bartsch Bezirkstagspräsident Mittelfranken Karl Inhofer Regierungspräsident Mittelfranken

Wichtiger Baustein im Gefüge der metropolitanen Governance ist neben dem Rat der Metropolregion der sogenannte Steuerungskreis, der im Juli 2005 durch den Rat berufen wurde. Im Steuerungskreis beraten Vertreter aus den verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen – Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Sport, Politik und Verwaltung – gemeinsam Strategien und Projekte für die Metropolregion und geben ihre Empfehlungen an den Rat weiter. Im Steuerungskreis sind die Leitungsgremien der sechs Fach-Foren vertreten, die die Bereiche Wirtschaft und Infrastruktur, Wissenschaft, Verkehr, Kultur und Sport, Tourismus sowie Marketing bearbeiten.

In den dreiköpfigen Leitungsgremien der Fach-Foren arbeiten jeweils ein fachlicher und ein politischer Sprecher sowie der jeweilige Geschäftsführer des Forums zusammen. Die Geschäftsführung der Fach-Foren wird durch Personen wahrgenommen, die aufgrund ihrer beruflichen Funktion über eigene personelle und finanzielle Ressourcen verfügen. Dies bedeutet derzeit, dass Geschäftsführungsfunktionen durch berufsmäßige Referenten aus den größeren Städten der Metropolregion erfüllt werden. Eine Besonderheit ist die Geschäftsführung des Forums Marketing, das in den Händen des Hauptgeschäftsführers des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg liegt. Seit zehn Jahren zeichnet dieser überwiegend durch Unternehmen aus der Region getragene Verein für das Regionalmarketing verantwortlich. Er hat sich mit der Anerkennung in den Marketingverein der Metropolregion Nürnberg umbenannt, verfügt über die Markenrechte der Europäischen Metropolregion und ist ein wichtiger Akteur im Gesamtgefüge.

Bereits im Dezember 2005 begannen die Foren der Metropolregion mit ihrer Arbeit, wobei jeweils zwischen 30 und 50 Vertreter aus den verschiedenen Landkreisen und Städten in einem Forum mitwirken. Insgesamt sind rund 300 Personen aus der gesamten Metropolregion unmittelbar involviert. Ziele und erste Projekte sind definiert. In der Ratssitzung vom 17. Oktober 2006 wurde ein erstes Paket mit elf Projektvorschlägen aus den Foren einstimmig verabschiedet.

Basis der metropolitanen Projektarbeit ist die Tatsache, dass durch das bescheidene Budget der Metropolregion Nürnberg nur jeweils Anschubfinanzierungen gewährt werden können. Erst durch Sponsoren, Fördermittel und die Einbringung von personellen und finanziellen Ressourcen durch die Projektpartner wird der weitaus größte Teil der Projektfinanzierungen gesichert. Beispielhaft sei die im Dezember 2006 gestartete bundesweite Anzeigenaktion genannt, die sich ausschließlich aus Sponsormitteln von überwiegend Nürnberger Unternehmen speist.

Als besonders nachhaltig erweist sich bis heute die Unterstützung der Metropolregion Nürnberg durch Unternehmer und Kammern. Die fünf Kammern in der Metropolregion aus Bayreuth, Coburg, Nürnberg, Regensburg und Würzburg-Schweinfurt haben sich inzwischen zu einem Kooperationsnetzwerk zusammengeschlossen, eine Kooperationsvereinbarung zur Europäischen Metropolregion unterzeichnet und gemeinsame Projekte beschlossen und teilweise bereits realisiert (vgl. IHK für Nürnberg und Mittelfranken 2007a).

4.2.3 Ziele, Handlungsfelder und Projekte

In der Charta der Metropolregion vereinbarten die Akteure drei Kriterien, nach denen Aufgaben und Projekte auszuwählen sind: internationale/nationale Bedeutung, Exzellenz bzw. herausragende Leistung und das Subsidiaritätsprinzip. Gleichzeitig besteht Konsens darüber, dass auch Projekte zur Optimierung der innerregionalen Kooperation zum Handlungsfeld der Europäischen Metropolregion Nürnberg gehören.

Als drei Kernziele der Europäischen Metropolregion Nürnberg wurden definiert:

1. Stärkung der Position der Metropolregion Nürnberg in Europa und der Welt
2. Optimierung der innerregionalen Kooperation
3. Ausbau der metropolitanen Funktionen

4.2.3.1 Stärkung der Position der Metropolregion Nürnberg in Europa und der Welt

Wichtiger Beweggrund für die Entstehung der Metropolregion Nürnberg war und ist die Einsicht zentraler regionaler Akteure, dass auf der globalen Landkarte nur große, leistungsstarke Regionen erkennbar sind und kommuniziert werden können. Eine traditionell hohe Exportquote und Internationalität sowie eine starke Dynamik der Unternehmen aus der Region in Richtung Mittel- und Südosteuropa sowie nach Asien unterstreichen die Notwendigkeit eines gemeinsamen Auftretens.

Inzwischen wurde der Markenkern der Metropolregion inhaltlich definiert (Internationalität, Kreativität, Lebensqualität) und als Kernkompetenz die „Überraschungsqualität“ der Region bestätigt. Mit einem Logo – bestehend aus einer Wort- und Bildmarke „Metropolregion Nürnberg. Kommen. Staunen. Bleiben.“ wird dieser Markenkern kommuniziert (vgl. Abb. 8).

Abb. 8: Logo der Europäischen Metropolregion Nürnberg

metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

Ziel ist es, die Metropolregion national und international als unverwechselbare Marke bekannt zu machen. Dazu gehört ein erster Auftritt auf der internationalen Immobilien-Leitmesse MIPIM in Cannes 2007 und auf der Expo Real in München. Seit zehn Jahren organisiert der Marketingverein der Metropolregion Nürnberg internationale Messeauftritte und Delegationsreisen, u. a. nach Dubai, Moskau und Shenzen (vgl. Marketingverein der Metropolregion Nürnberg 2006). Diese werden mit dem Forum Wirtschaft und Infrastruktur in einem gemeinsamen metropolitanen Messekalender für die Region optimiert.

Neben den wichtigen Wirtschaftsregionen weltweit ist Europa eine zentrale Plattform für die Metropolregion Nürnberg. Sie arbeitet im Rahmen ihrer Mitgliedschaft bei METREX, dem europäischen Netzwerk von Metropolregionen mit. 2006 nahm die Metropolregion Nürnberg erstmals mit einem Stand und Vorträgen an den Open Days der Städte und Regionen in Brüssel teil. 2007 wird dieser Auftritt wiederholt.

Mit der Einigung und der Entwicklung einer gemeinsamen Marke „Metropolregion Nürnberg“ ist die Region im Vergleich zu anderen deutschen Metropolregionen einige Schritte voraus. Namensgebungen wie „Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen“ oder „Bremen-Oldenburg im Nordwesten“ zeigen, wie schwierig sich die Markenbildung in anderen Räumen gestaltet. In der Region Nürnberg wurde die Markendiskussion bereits mit Gründung des Marketingvereins „Region Nürnberg“ vor elf Jahren erfolgreich abgeschlossen. Von der Marke „Region Nürnberg“ ist der Sprung zur Marke „Metropolregion Nürnberg“ nicht allzu weit. Hinzu kommt, dass die Kernkompetenz „Überraschungsqualität“ eine gewisse Markenkontinuität sicherstellt. Die vorherige Wortmarke „More than you expect“ verwandelt sich im neuen Logo der Metropolregion in die Wortmarke „Kommen.Staunen.Bleiben“. Damit bleibt das fränkische Understatement und die verbreitete Unterschätzung der Region als moderner Wirtschaftsstandort eine Kontinuität sichernde Komponente.

Fachlich wird die Profilbildung durch die Erarbeitung sogenannter Top-Ten-Listen in den Foren inhaltlich angereichert. Dort werden die „Leuchttürme“ in den Bereichen Kultur, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft etc. herausgearbeitet. Sie bilden wichtige Komponenten in öffentlichen Auftritten der Metropolregion, z. B. im Internet-Auftritt www.em-n.eu

In die gleiche Richtung wirkt der Regionalmonitor 2006 der Metropolregion Nürnberg, mit dem erstmals ein Zahlen- und Kartenwerk vorgelegt wurde, das die wichtigsten Kennzahlen zu Demografie, Ausbildung, Wirtschaftskraft etc. für die Landkreise und kreisfreien Städte in der Metropolregion umfasst. Damit ist ein erster Baustein auf dem Weg zu einem Monitoring für die Metropolregion gelegt (vgl. Europäische Metropolregion Nürnberg 2006).

Durch die institutionelle Vertiefung der Zusammenarbeit innerhalb der Metropolregion ist es gelungen, die grundlegenden Schritte für die Etablierung der Marke „Metropolregion Nürnberg“ erfolgreich zu legen. Wie überzeugend die Marketingaktivitäten des Forums Marketing sind, zeigt die Tatsache, dass praktisch ohne Eigenmittel der Metropolregion eine inzwischen 20 Anzeigen umfassende bundesweite Anzeigenserie gestartet werden konnte. Die Anzeigen werden jeweils durch ein Unternehmen gesponsert, das in der Anzeige sein Eigenimage mit dem Standort in Wort und Bild verbindet. So ist es sicherlich in relativ kurzer Zeit gelungen, das Image der Region zu verbessern und sie über ihre Stärken zu profilieren.

4.2.3.2 Optimierung der innerregionalen Kooperation

Bislang umfasst der Verkehrsverbund Großraum Nürnberg noch nicht den gesamten metropolitanen Kern. Seit Gründung der Europäischen Metropolregion Nürnberg entsteht hier eine neue Dynamik. Sie drückt sich in dem kürzlich abgeschlossenen Beitrittsverfahren der Stadt Bamberg für 2008 und dem laufenden Verfahren des Landkreises Bamberg sowie der Stadt Bayreuth und der noch nicht zugehörigen Teile des Landkreises Bayreuth zum Verkehrsverbund Großraum Nürnberg aus. Hinzu kommen Interessebekundungen zu einem Beitritt aus den oberfränkischen Landkreisen Kronach und Kulmbach, die bereits erste Fachgespräche aufnahmen.

Die innerregionale Kooperation erweist sich besonders für die Arbeit in den Fach-Foren Tourismus sowie Kultur und Sport als bedeutsam. So gehen beide Foren von nicht ausgeschöpften Potenzialen bei Nah- und Kurzurlauben in der Region aus. Der zugrunde liegende bundesweite Trend bedeutet für die Metropolregion Nürnberg, dass das Marketing für Bädereinrichtungen, Erlebnisparks, Regionalparks und Freizeitattraktionen in Zielrichtung auf die hier lebenden Menschen verstärkt werden muss. Ambitioniert ist dabei das Projekt „Metropolcard“, mit der Bürgerinnen und Bürger sich kostengünstig im Paket unter Nutzung des ÖPNV Kultur- und Freizeitattraktionen in der gesamten Region erschließen können. Bereits 2006 wurde in Erlangen eine Tourismusbörse unter dem Label „Metropolregion Nürnberg“ durchgeführt, auf der sich 21 Attraktionen aus der Region präsentierten. Unter der Überschrift „Erholung ganz nah – entdecken Sie Ihre (Metropol-)Region“ wird 2007 eine ganze Veranstaltungsreihe durchgeführt. Vom Altstadtfest in Fürth über den Krenmarkt in Baiersdorf und das Kulmbacher Altstadtfest finden an stark frequentierten Veranstaltungen der Region erfolgreich Tourismusbörsen der Metropolregion statt. Der Aufbau eines gemeinsamen Auftrittes der Kongress- und Tagungskapazitäten der Metropolregion ist in Arbeit.

Von steigender Bedeutung ist das Thema „Regionale Wirtschaftskreisläufe“. Neben einem bereits eingeführten Label „Original Regional aus der Metropolregion Nürnberg“ gibt es verschiedene Regionalvermarktungsinitiativen auf Landkreisebene. Die Ausweitung der oftmals nur kleinräumlich organisierten Regionalvermarktung auf den großen Markt der Metropolregion, die Erweiterung von der Lebensmittel-Vermarktung auf handwerkliche Dienstleistungen sowie ihre Verknüpfung mit der regionalen Gastronomie wird derzeit in einer Arbeitsgruppe der Metropolregion vorbereitet.

Auch die Überlegungen zur Clusterpolitik in der Metropolregion haben eine starke innerregionale Komponente. Mit einer ersten Bestandsaufnahme für ein Entwicklungsleitbild der Metropolregion wurden die vorhandenen Kompetenzfelder auch in ihrer räumlichen Verteilung betrachtet. Dort zeigt sich beispielsweise, dass das Cluster Energie im Bereich der regenerativen Energien besondere Potenziale in ländlichen Räumen aufweist, die im Rahmen einer zu formulierenden Clusterpolitik zu berücksichtigen sind.

4.2.3.3 Ausbau metropolitaner Funktionen

Die Metropolregion Nürnberg profiliert sich aufgrund ihrer Lagegunst und guten Infrastrukturausstattung im erweiterten Europa stark über ihre *Gateway-Funktion*. Dies bedeutet, dass im Bereich Verkehr transeuropäische Netze und transkontinentale Verbindungen bewertet, beworben und unterstützt werden müssen. Ein erster Schritt wurde mit dem Beitritt der Metropolregion zur Donauhanse im Dezember 2006 vollzogen. Dort haben sich die an der Binnenwasserstraße Rhein-Maas und Main-Donau liegenden Wirtschaftsregionen von Rotterdam bis Konstanza am Schwarzen Meer zusammenge-

schlossen. Zudem wird ein Lobbying für die TEN 22 (Schienenverbindung über Wien, Budapest, Bukarest bis Konstanza) mit den Partnerregionen aufgebaut.

Zur Stärkung der *Innovations- und Wettbewerbsfunktion* wird eine Erfassung der Cluster in der Metropolregion sowie eine Bewertung unter metropolitanen Gesichtspunkten unternommen. Zielsetzung ist eine metropolitan orientierte Clusterpolitik. Ein Entwicklungsleitbild für die Europäische Metropolregion Nürnberg ist in Arbeit und soll noch 2007 über Regionalkonferenzen öffentlich diskutiert und abgestimmt werden. Eine Abstimmung mit den Regionalplänen der Planungsregionen ist nicht vorgesehen. Durch eine Reihe von jährlich stattfindenden Wissenschaftstagen sollen die Potenziale der Metropolregion nach innen wie nach außen präsentiert und bewertet werden. Der erste Wissenschaftstag fand im Juli 2007 unter dem Motto „Vernetzte Kompetenzen" an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg statt. Beschlossen ist auch die Vergabe von insgesamt drei Wissenschaftspreisen in den Bereichen Ökonomie, Medizin und Naturwissenschaften zur Förderung der Wissensgesellschaft.

Was die *Entscheidungs- und Kontrollfunktion* angeht, so ist dies sicherlich eine der schwächer ausgebildeten Funktionen in der Metropolregion. So gibt es keine europäischen oder internationalen Einrichtungen in der Metropolregion. Auch die Zahl der Bundes- und Landeseinrichtungen ist überschaubar. Hier gilt es, bei anstehenden Ansiedlungen oder Gründungen gemeinsam um eine Ansiedlung in der Metropolregion zu werben. Zur Entscheidungs- und Kontrollfunktion tragen im Wirtschaftsbereich Global Player bei, deren Unternehmenszentralen in der Metropolregion angesiedelt sind. Dabei sind nicht wenige der bekannten Global Player wie Bögl, Pfleiderer, Adidas, Puma, Siemens, INA Schaeffler räumlich dezentral verortet. Kleine und mittelständische Unternehmen sind von großer Bedeutung, die ihre Wettbewerbsfähigkeit auf den Weltmärkten erfolgreich beweisen. Die Clusterpolitik in der Metropolregion wird diesen Strukturen Rechnung tragen.

4.3 Fazit

In den zwei Jahren seit der offiziellen Anerkennung der Metropolregion Nürnberg 2005 durch die Ministerkonferenz für Raumordnung hat die Region wichtige Schritte erfolgreich getan (vgl. Europäische Metropolregion Nürnberg 2007).

Das Governance-Gefüge der Gremien Rat, Steuerungskreis und Fach-Foren der Europäischen Metropolregion Nürnberg wurde etabliert und arbeitet erfolgreich. Wie bereits weiter oben ausführlich beschrieben, ist es gelungen, die wichtigsten Akteure in der Region von den Zielen der Metropolregion zu überzeugen und durch die in der Charta vereinbarten Regeln eine bislang fast durchwegs konstruktive Kooperation sicherzustellen. Für anfängliche Konflikte sorgte der stark politisierte vermeintliche Gegensatz „Metropolregionen und ländliche Räume". Er wird seither über eine Versachlichung (u. a. durch eine Fachkonferenz in Theuern 2006 und die Jahrestagung der Metropolregion 2007 in Bad Windsheim) strategisch und projektbezogen aufgearbeitet. Zur Versachlichung trug wesentlich der Regionalmonitor 2006 (vgl. Europäische Metropolregion Nürnberg 2006) bei, der erstmals eine Vergleichbarkeit der Landkreise und Städte in der Metropolregion anhand grundlegender Kennzahlen ermöglichte.

Rat und Steuerungskreis erfüllen die in der regionalen Governance der Metropolregion angelegten Funktionen. Die Fach-Foren haben sich inzwischen in ihrer personellen Zusammensetzung konsolidiert und sind von der strategischen Ebene auf die Projektebene vorgestoßen. Dies ist angesichts der Anzahl der beteiligten Personen sowie der Breite und Neuheit der Themenfelder sicherlich als besondere Leistung anzuerkennen.

Der Erfolg liegt hier wesentlich bei den Geschäftsstellen der Foren, die durch die Städte Bamberg, Erlangen, Nürnberg und Fürth getragen werden. Durch Sachkenntnis, geschickte Moderation und Projektanimation ist den Geschäftsstellen der Fach-Foren hier bereits Wesentliches gelungen.

Der Rat der Metropolregion trat 2006 dreimal zusammen. Diesem Rhythmus folgt auch das Jahr 2007. In etwa vierwöchigem Vorlauf findet dazu jeweils die beratende Sitzung des Steuerungskreises statt. Die Fach-Foren tagen je nach Organisation und Projektgruppen unterschiedlich häufig.

Der Begriff und die Marke „Metropolregion Nürnberg“ werden nach innen und außen vielfach kommuniziert und gewinnen an Bekanntheit. Gleichzeitig wächst die Identifikation von Politik und Wirtschaft mit der Metropolregion. Die Metropolregion Nürnberg wird von den Medien in der Region als geläufiger geografischer Bezugsraum, aber auch als Marke häufig verwendet. Ob es um den „Firmenlauf in der Metropolregion Nürnberg“, sinkende Arbeitslosenzahl „in der Metropolregion“ oder die Begründung für die Einrichtung eines eigenen Geschäftsbereiches „Firmenkunden“ der Deutschen Bank für die Region Bayern-Nord geht – Begriff und Marke Metropolregion Nürnberg werden häufig verwendet.

Stärkstes Signal für diesen Übergang in den „öffentlichen“ Alltag ist die Tatsache, dass seit dem 1. März 2007 Nürnberger und Nordbayerische Nachrichten sowie deren Heimatzeitungen ihre redaktionelle Berichterstattung neu gegliedert haben. In jeder Ausgabe gibt es nun neben dem Bayernteil einen eigenen Teil „Metropolregion Nürnberg“ mit Nachrichten, Reportagen und Hintergrundberichten aus dem Gebiet zwischen Hof und Weißenburg, zwischen Würzburg und Weiden.

Das Profil der Metropolregion wird durch den Regionalmonitor 2006 (Fortschreibung 2007), das entstehende Entwicklungsleitbild der Europäischen Metropolregion Nürnberg, die TOP TEN der einzelnen Foren und Benchmark mit anderen Metropolregionen im Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland (IKM) fachlich unterlegt und geschärft.

Die genannten Bausteine tragen wesentlich dazu bei, dass es den Akteuren in der Region gelingt, ihre Stärken und Schwächen realistisch einzuschätzen. Dies funktioniert bereits hervorragend innerregional, weil über die Governance-Gremien wichtige Akteure und Meinungsmultiplikatoren an einem stetigen Prozess der Diskussion und Konsensfindung beteiligt sind. Der Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland hat 2006 ein erstes Benchmark gemeinsam mit dem Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung erarbeitet. Eine Weiterentwicklung in Zusammenarbeit mit Espon, der europäischen Raumbeobachtung, die auch Vergleiche auf europäischer Ebene zulässt, ist für 2008 in Planung.

Konkrete Projekte zeigen, dass die Metropolregion Nürnberg von der Strategieebene zur Projektebene vorgedrungen ist. Die im Rat 2006 verabschiedeten elf Projekte verteilen sich auf alle Fach-Foren. Zentrale Projekte sind die jährlich durchzuführenden Wissenschaftstage, die internationalen Messeauftritte, Entwicklungsleitbild und Clusterpolitik, Lobbying für die TEN 22 und andere überregional bedeutsame Verkehrsinfrastrukturen (vgl. Europäische Metropolregion Nürnberg 2007).

4.4 Ausblick – Die Metropolregion Nürnberg als Verantwortungsgemeinschaft

Bereits in ihrer Charta definiert sich die Europäische Metropolregion Nürnberg als Verantwortungsgemeinschaft. Damit eng verbunden ist die Frage nach der Bedeutung ländlicher Räume in der Metropolregion. Am 17. Mai 2006 fand in Theuern dazu eine Konferenz zum Thema „Ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg – Stärken. Chancen. Potenziale“ statt. Dort wurden politische Eckpunkte gesetzt, die das besondere Gewicht der ländlichen Räume in der Region betonten, denn sie sind in der Metropolregion mit polyzentraler Struktur wichtige Partner. Gleichzeitig wurde auch klar, dass sich eine Dichotomie zwischen ländlichen und städtischen Räumen mit der Realität nicht mehr begründen lässt. Ländliche Räume und Städte sind engstens und vielfältig miteinander verflochten. Außerdem sind die ländlichen Räume selbst in der Metropolregion sehr unterschiedlich strukturiert und lassen sich nicht unter einer Kategorie „ländlicher Raum“ subsumieren. Als konkrete Ansatzpunkte und Stärken ländlicher Räume in der Metropolregion wurden die Themenbereiche Binnentourismus, Cluster in ländlichen Räumen und das Entwicklungsleitbild der Metropolregion sowie teilräumliche Entwicklungsgutachten als Instrumente der Regionalentwicklung in Workshops bearbeitet. Auch die Jahreskonferenz 2007 stand unter dem Motto „Stärken stärken – ländliche Räume in der Metropolregion Nürnberg“. Dort wurden die genannten Ansatzpunkte und neue Themenfelder (wie regionale Wirtschaftskreisläufe, grenzüberschreitende Kompetenzen und verkehrliche Vernetzung) bis hin zu Projekten weiterentwickelt.

Raymond Saller

4.5 Von Nürnberg lernen – innovative Aspekte bei der Herausbildung von Metropolregionen

Beim Vergleich der beiden Metropolregionen Nürnberg und München fallen zunächst die Unterschiede auf. In ihrer Funktion als Landeshauptstadt bündeln sich in München wirtschaftliche, kulturelle und Verwaltungsfunktionen. München als Synonym für bayerische Gemütlichkeit und Lebensfreude sowie als eines der weltweiten Innovationszentren ist global ein Begriff. Die Konzentration von Global Players verstärkt dies noch. Als ein monozentrisch geprägter Raum mit der alles überragenden Landeshauptstadt war die Dominanz der Kernstadt nie ernsthaft in Frage gestellt, was erklärt, dass sich innerhalb der Metropolregion München ein Regional-Governance-Modell entsprechend der Europäischen Metropolregion Nürnberg nur ansatzweise herausbilden konnte. Ferner hat München das Prädikat „Metropolregion“ ohne eigenes Zutun verliehen bekommen. Im Gegensatz hierzu haben sich die Nürnberger Akteure die Mitgliedschaft im Club der Metropolregionen hart erarbeiten müssen. Eignet sich dennoch das Nürnberger Modell als Vorbild zur Intensivierung der Kooperation in der Metropolregion München? Im Folgenden werden einzelne Aspekte des Prozesses der Intensivierung der regionalen Steuerung vorgestellt, die auch für die Fortentwicklung des Münchner Modells von Interesse sein könnten.

Politischer Wille und Verbindlichkeit …

Der Metropolregion Nürnberg liegt eine Charta zugrunde, die von den relevanten Akteuren unterzeichnet wurde. Damit konnte ein hoher Grad der Verbindlichkeit und eine Verpflichtung erreicht werden, die Metropolregion auf den verschiedensten Gebieten zu unterstützen. Da es gelungen ist, alle wesentlichen Akteure zur Mitarbeit zu bewegen, kann sich daraus eine schrittweise Verstetigung der Zusammenarbeit auf allen relevanten Gebieten ergeben. Das hohe politische Engagement der beteiligten Gebietskörperschaften ist eine Voraussetzung für die erfolgreiche Mobilisierung weiterer Partner aus Gesellschaft und Wirtschaft.

... bei gleichzeitiger Offenheit

Die Entwicklung der Europäischen Metropolregion Nürnberg ist von dem Eigeninteresse und dem Engagement der Beteiligten abhängig. Um dieses zu erhalten, ist Offenheit wichtig, um neuen Mitgliedern den Zugang zu ermöglichen, die neue Impulse einbringen können. Ferner lassen sich dadurch Widerstände, die durch die Ausgrenzung entstehen, vermeiden.

Flächendeckendes Kooperationsmodell

Die Metropolregion Nürnberg hat es geschafft, alle relevanten politischen Akteure der Metropolregion zur Zusammenarbeit zu bewegen. Dadurch erhält sie entsprechendes politisches Gewicht und die für den Start notwendige solide Finanzausstattung. Die Unterstützung der Initiative durch *alle* Akteure erleichtert die Anbietung regionaler Dienstleistungen und verhindert Trittbrettfahrerverhalten nicht integrierter Akteure.

Aufbauend auf bewährten Formen der Zusammenarbeit

Die Europäische Metropolregion Nürnberg baut auf der vorhandenen – wenngleich nicht immer nur positiv verlaufenen – Städtekooperation zwischen Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach auf. Die Kooperation im Rahmen des Verkehrsverbundes

konnte in die Metropolregion integriert werden. Ferner wurde der Marketingverein einbezogen. Dadurch sind die wesentlichen Kooperationen Bestandteil der Metropolregion und können unter dem neuen Namen (Label) „Europäische Metropolregion Nürnberg“ fortentwickelt werden.

In der Metropolregion München gibt es seit über 15 Jahren den Verein München-Augsburg-Ingolstadt (MAI). Allerdings hat dieser Verein den gesamten Wirtschaftsraum Südbayern im Fokus, d. h. er geht klar über die Metropolregion hinaus. Er hat es aber nicht vermocht, alle regionalen Akteure der Metropolregion zusammenzubringen. Darüber hinaus existieren eine Vielzahl regionaler Kooperationen, die jedoch alle eine unterschiedliche Abgrenzung haben.

Die Überwindung der Fragmentierung der regionalen Kooperation und die Integration weiterer wichtiger (v. a. öffentlicher) Akteure ist somit eine der Hauptherausforderungen, vor denen die Metropolregion München steht.

Einbeziehung der Wirtschaft

Bei dem Marketingverein Nürnberg handelt es sich um eine Public-Private-Partnership. Durch seine Integration und die Einbeziehung der Kammern in die Nürnberger Metropolregion wurde diese auf ein breiteres Fundament gestellt, das über ein reines Verwaltungsmodell hinausgeht. Ferner fand eine Integration der Wirtschaft über Mitwirkung im Steuerungskreis und in den entsprechenden Fach-Foren statt.

Gleichberechtigte Partnerschaft

Die Struktur der Region ermöglicht eine gleichberechtigte partnerschaftliche Kooperation der wichtigen Kommunen.

Mehrwert und sorgfältige Auswahl regionaler Projekte

Die Europäische Metropolregion Nürnberg nimmt nur Aufgaben wahr, deren Erfüllung auf regionaler Ebene einen Mehrwert gegenüber Lösungen auf lokaler Ebene haben. Die Auswahl regionaler Projekte erfolgt nach Mindestkriterien, um eine gewisse strategische Ausrichtung sicherzustellen. Gerade in der Anfangsphase ist es von Bedeutung, wichtige langfristige Leitprojekte für die Region herauszuarbeiten. Die Auswahl neuer Aufgaben erfolgt gemäß der drei Kriterien herausragende Bedeutung und Qualität (Exzellenz), überregionale Ausstrahlung (Nationalität/Internationalität) und regionale Erfordernis (Subsidiarität). Damit kann erreicht werden, dass neue Aufgaben die Entwicklung der Metropolregion unterstützen. Die dadurch erreichte sorgfältige Auswahl neu zu bearbeitender Themen anstelle von „metropolitanem Aktionismus“ dürfte sich langfristig auszahlen, weil dadurch eine dauerhafte Einbindung der relevanten Akteure gelingen kann.

Konsens

Konsensentscheidungen erhöhen zwar die Basis der Unterstützung der Metropolregion Nürnberg durch die Akteure und sollten prinzipielles Entscheidungskriterium sein. Der Zwang zum Konsens kann aber auch den Entwicklungsprozess zum Stillstand bringen.

Endogenes Potenzial

Die Geschäftsführung der Fach-Foren in der Metropolregion Nürnberg wird durch Personen geleistet, die über Ressourcen verfügen und bereit sind, diese einzubringen. Die Entwicklung eines Logos für Metropolregionen ist eine Voraussetzung, um regional,

national und international wahrgenommen zu werden. Die Metropolregion München tut sich hier schwerer, da das „Münchner Kindl“ und der Namen München bereits zu internationalen Markenzeichen geworden sind.

Zwischenfazit

Die Europäische Metropolregion Nürnberg besteht erst seit einem kurzen Zeitraum, sodass eine kritische Evaluierung ihrer Aktivitäten kaum möglich erscheint.

Die sichtbaren Veränderungen zeigen sich jedoch bereits beim internationalen Regionalmarketing. Hier konnten der Auftritt der Metropolregion Nürnberg intensiviert und die vielfältigen Stärken der Region besser in Szene gesetzt werden. Als wichtige Ansatzpunkte hierfür gelten der von der Geschäftsstelle herausgegebene Monitoring-Bericht sowie die von der IHK für Nürnberg und Mittelfranken publizierte Stärken-Schwächen-Analyse (Industrie- und Handelskammer für Nürnberg und Mittelfranken 2007b; Europäische Metropolregion Nürnberg 2006). Durch derartige gemeinsame Publikationen ist es für Partner der Stadt Nürnberg erst möglich, sich über die Metropolregion einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Sichtbarste Veränderung ist der in kürzester Zeit entstandene (politische) Wille der wichtigsten Akteure, unter dem Dach der Europäischen Metropolregion Nürnberg verbindend zusammenzuarbeiten und gemeinsam metropolitane Projekte in Angriff zu nehmen. Bei erfolgreichem Abschluss können derartige Projekte als Katalysatoren zur weiteren Stärkung des Raumes und zur besseren Positionierung der Metropolregion im nationalen und internationalen Vergleich fungieren.

Neben der Präsentation der ökonomischen Stärken konnte v. a. das touristische Potenzial der Region bereits in kurzer Zeit besser vermarket werden. Eine wie für die Metropolregion München angedachte enge Verzahnung der Regional Governance mit der staatlichen Regionalplanung findet nicht explizit statt, wenngleich es einen entsprechenden Arbeitskreis gibt.