

EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG

MARKETINGVEREIN DER
EUROPÄISCHEN METROPOLREGION
NÜRNBERG e.V.

2011

JAHRESBERICHT

Eine ausführliche Chronik für das
Jahr 2011



INHALT

VORWORT

MARKETING

Markenmanagement	S. 4
Panorama Colorama	S. 4
Mipim	S. 4
Autobahnschilder	S. 4–5
Erlebniswegweiser	S. 6
Corporate Design	S. 7

INTERNET

Website	S. 8–10
Social Media	S. 10

MEDIEN

Newsletter EMN	S. 11
----------------------	-------

Bilddatenbank	S. 11
Newsletter Marketing aktuell	S. 11
Vario Folder	S. 12

PROJEKTE

Original Regional	S. 13
Spezialitätenwettbewerb	S. 13
Markt- und Infostände	S. 13
Original Regional Consumenta	S. 14–15
Original Regional Website und Datenbank	S. 15
Entdeckerpass	S. 16
Familienfreundliche Wirtschaftsregion	S. 16

VEREIN

Mitgliederbefragung	S. 17–19
Mitgliederveranstaltung 15 Jahre Marketingverein	S. 19

Sitzungen des Vereins	S. 19
Datenbank zur Mitgliederverwaltung	S. 19
Unser Team	S. 20

AUSBLICK

Kurzer Überblick	S. 21
Auflistung der Gremiumsmitglieder	S. 22–23

PARTNER 2011

Global Sponsoring Partner 2011



Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken



Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg
NÜRNBERGER
VERSICHERUNGSGRUPPE
seit 1884

SIEMENS

NÜRNBERG MESSE

Premium Sponsoring Partner 2011



FABER-CASTELL

GfK



MÜLLER MEDIEN

Rödl & Partner



Sparkasse
Gut für die
Metropolregion.

Agentur Partner 2011

KonzeptQuartier*

triebwerk
Büroarchitektur für Marketing im Mittelstand

VORWORT



1996 gründeten Lokalpolitiker der Region zusammen mit der Wirtschaft den Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V. mit dem Ziel, die Akteure in der

Region zu vernetzen, Potentiale zu entdecken und gemeinsam Projekte zu realisieren. Heute zählt der Verein 380 Mitglieder – Kommunen, Unternehmen, Kammern und Verbände. Als Kommune engagieren wir uns im Marketingverein, weil wir nur im engen Zusammenwirken von Städten, Landkreisen und Gemeinden die Wahrnehmung unserer Region als einen der größten Wirtschaftsräume Deutschlands auf nationaler und internationaler Ebene stärken können.

Mit der Ernennung zur Europäischen Metropolregion kamen weitere Gremien mit vielen Akteuren hinzu, die sich gemeinsam engagieren, um die Metropolregion Nürnberg von innen heraus zu stärken und nach vorne zu bringen. Dem Marketingverein kommt hierbei eine besondere Rolle zu, denn seine Aufgabe ist nicht nur eine attraktive und weltweit einzigartige Markenidentität „Metropolregion Nürnberg“ aufzubauen, vielmehr ist er das Sprachrohr der Metropolregion, das die Welt einlädt, in die „Heimat für Kreative“ zu kommen, zu staunen und zu bleiben.

In diesem Jahr blickt der Marketingverein auf 15 Jahre erfolgreiches Standortmarketing mit vielfältigen Aktivitäten zurück. In dieser Zeit hat sich gezeigt, dass die enge Kooperation zwischen Politik, Wissenschaft und Wirtschaft selbst einen nicht

zu unterschätzenden Standortfaktor darstellt. An dieser Stelle möchte ich mich deshalb im Namen des Vereins und auch persönlich bei unseren langjährigen Partnern, Förderern und Sponsoren für Ihre großzügige Unterstützung bedanken.



Dr. Siegfried Balleis
Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg e. V.
und Oberbürgermeister der Stadt Erlangen



Als neuer Geschäftsführer des Marketingvereins der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V. ist es für mich eine große Freude, nicht nur meine langjährige Berufserfahrung

in die „Heimat für Kreative“ einzubringen, sondern Ihnen heute unseren ausführlichen Jahresbericht für das Jahr 2011 vorzustellen.

und namhaften Gästen ausgerichtet, sondern vor allem auch die Internetauftritte des Marketingvereins und der Metropolregion Nürnberg zusammengefügt und komplett neu gestaltet.

Im kommenden Jahr wollen wir mit unseren Projekten die Attraktivität des Wirtschaftsraumes herausstellen und mit unserer einzigartigen Lebensqualität für die Metropolregion Nürnberg werben, damit möglichst viele Menschen: Kommen. Staunen. Bleiben.

In den ersten Monaten meiner Tätigkeit galt es, unsere Partner aus Wirtschaft und Politik kennenzulernen, sich mit den Strukturen des Marketingvereins und der Europäischen Metropolregion vertraut zu machen sowie die laufenden Projekte voranzutreiben und jene für 2012 zu planen.

Mein Dank gilt an dieser Stelle den Mitarbeitern des Marketingvereins sowie unseren langjährigen Mitgliedern, unermüdlichen Förderern und treuen Sponsoren des Vereins, die unsere Arbeit überhaupt ermöglichen.

Zusammen mit dem Team des Marketingvereins konnten wir zahlreiche Projekte fortführen, beginnen und abschließen, wie Sie es diesem Jahresbericht entnehmen können. Unter anderem haben wir nicht nur die Pressekonferenz zum 100. Zusatzschild „Metropolregion Nürnberg“ mit dem Bayerischen Innenminister, Joachim Herrmann,

Dr. Fabian Kern
Geschäftsführer des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg e. V.

MARKETING

MARKENMANAGEMENT

„Moment mal – das kenn’ ich doch!“ Wenn Menschen in ganz Deutschland und darüber hinaus diesen Satz flüstern, rufen oder denken sobald ihnen ein geschwungenes, rotes „N“ ins Auge springt, haben wir ein großes Ziel erreicht: Das Logo der Europäischen Metropolregion Nürnberg ist im Bewusstsein der Leute angekommen. Zu-

sammen mit dem Slogan „Kommen. Staunen. Bleiben.“ formt es die Marke Metropolregion Nürnberg. Daraus eine weltweit einzigartige Markenidentität zu schaffen, ist Aufgabe des Marketingvereins. Im Lauf der Jahre ist die Logo-Familie gewachsen – neue Projekte wie „Original Regional“ sind hinzugekommen. Dass die Marke Metropol-

region in diesem Prozess ihren Charakter und ihr Gesicht bewahrt, liegt in der Verantwortung des Marketingvereins: Er verwaltet die Logos, trägt sie ein, vergibt sie an berechnete Nutzer und sorgt so für den Schutz der Marke, damit bald weltweit gestaunt wird: See it. Feel it. Stay.

PANORAMA COLORAMA



Ein Musiker, ein Ingenieur und ein Facharbeiter auf der Durchreise? Könnte bald Schnee von Gestern sein. Stattdessen könnte es heißen: Ein Kreativer bei der Einreise. Denn 2011 hat der Marketingverein aus der Not eine Tugend gemacht. Die Vitrine in der Ankunftshalle des Nürnberger Flughafens konnte wegen Umbauarbeiten nämlich nicht genutzt werden, mit der die Metropolre-

gion Nürnberg auf sich aufmerksam macht. Also bewarb der Marketingverein die Metropolregion Nürnberg auf einem sogenannten Panorama Colorama an der Gepäckausgabe als „Heimat für Kreative“. Denn das ist Vision und Leitmotiv der Metropolregion Nürnberg: Wir wollen die bevorzugte Heimatregion der kreativen Köpfe dieser Welt sein.

MIPIM

Die Metropolregion Nürnberg zeigt sich in Europa – und der Marketingverein hat sie auch 2011 kräftig dabei unterstützt: Zum Beispiel, indem er den Messeauftritt auf der MIPIM in Cannes mitfinanzierte. Zahlreiche Kontakte wurden auf diese Weise geknüpft – und für einige potenzielle Handelspartner und Geschäftsleute verschiedener Nationalitäten ist die Europäische Metropolregion Nürnberg nun kein unbekanntes Terrain mehr.

AUTOBAHNSCHILDER

Hundert sind auf den Autobahnen rund um die Metropolregion zu lesen – aber nicht Stundenkilometer sondern Zusatzschilder: Metropolregion Nürnberg steht darauf. Die speziellen Hinweisschilder unter den touristischen Autobahnschildern sind europaweit nach wie vor ein einzigartiges Projekt. Denn keine andere Europäische Metropolregion macht bisher auf diese Weise auf sich aufmerksam. „Die Autobahnzusatzschilder der Metropolregion Nürnberg sind unser wichtigstes Massen-Werbemittel, um das wir bundesweit beneidet werden. Über die Frage „Schilder ja oder nein?“ wurde in den Gebietskörperschaften vor Ort entschieden. Damit ist jedes Schild ein starkes und selbstbewusstes Bekenntnis der Städte und Landkreise zur Metropolregion Nürn-

berg“, resümiert Dr. Ulrich Maly, Ratsvorsitzender der Metropolregion Nürnberg und Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg. Dabei bringen die Tourismusschilder die Vielfalt der Region zum Ausdruck, die Metropolregion Nürnberg-Schilder gleichzeitig ihre Einheit: Denn die Marke Europäische Metropolregion Nürnberg erscheint sowohl in Verbindung mit kulturellen Höhepunkten wie der Festspiel- und Universitätsstadt Bayreuth, der Klosterstadt Waldsassen oder dem Egerland Kulturhaus Marktredwitz als auch in Verbindung mit Freizeitattraktionen wie dem Tiergarten Nürnberg und dem Heilquellen Sybillebad. Damit wird deutlich gemacht, dass die Metropolregion Nürnberg ein Ort ist, der Herz, Verstand und Körper anspricht. Angeregt durch das Forum

Marketing im Jahr 2006, übernahm der Marketingverein die Mammutaufgabe, das Projekt Autobahnschilder zu organisieren, zu koordinieren und durchzuführen: Im Mai 2011 würdigte der Bayerische Innenminister Joachim Herrmann das Hundertste dieser Schilder auf einer Pressekonferenz im Business Tower in Nürnberg. Seitdem 2010 besagtes Schild an der Hinweistafel „Neuendettelsau Diakonie und Mission“ montiert wurde, trägt im Durchschnitt jede dritte touristische Hinweistafel in der Region die Zusatzinformation Metropolregion Nürnberg. Damit kommen jährlich Millionen von Menschen mit der Marke Metropolregion Nürnberg in Berührung. Das stärkt das Regionalbewusstsein derer, die hier leben. „Das hundertfache Logo der Metropolregion Nürnberg

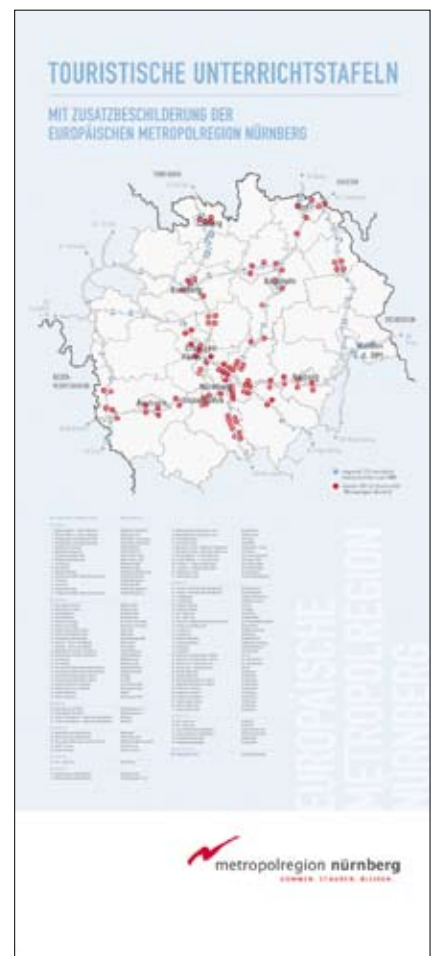
prominent an den Autobahnen – ein besseres Symbol des Zusammenhalts und Selbstbewusstseins unserer Region hätten wir nicht finden können. Einheimische wie Vorbeifahrer waren und sind gleichermaßen erstaunt", freut sich Dirk von Vopelius, Präsident Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken und Initiator der Aktion. Dr. Siegfried Balleis, Vorstandsvorsitzender Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V., fügt hinzu: „Die Schilder werden von den Gemeinden, Städten oder Landkreisen, in denen sie stehen, zur Verfügung gestellt. Wir freuen uns darüber, wie viele sich dieser visionären Aktion angeschlossen haben. Dieses Projekt stellt einen weiteren großen Schritt zur Stärkung der Zusammenarbeit in der Metropolregion dar.“ Und es stimmt – Politiker wie Unternehmer sind von der breiten Wirkung des Projekts Autobahnschilder gleichermaßen überzeugt und begeistert. Zahlreiche Akteure beglückwünschen die Metropolregion zur Aufstellung der Autobahnschilder. Die Montage des

Hundertsten mit dem Schriftzug der Metropolregion bringe symbolhaft den Stolz zum Ausdruck, zu einer zukunftsstarken Gemeinschaft dazugehören, sagt etwa Dr. Günther Beckstein, Bayerischer Ministerpräsident a.D. „Ich freue mich darüber, dass dieses Schild angebracht wurde. Ein guter Tag für die Metropolregion Nürnberg!“ Hans-Peter Schmidt, Vorsitzender der Aufsichtsräte Nürnberger Versicherungsgruppe und Kuratoriumsvorsitzender Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V., stimmt ihm zu: „Hundert Zusatzschilder bedeuten hundertfachen Zuspruch zur Metropolregion Nürnberg und Nordbayern, die damit Ausstrahlung und Anziehungskraft beweist. Besonders freue ich mich über die nächsten Zusatzschilder, die im Landkreis Tirschenreuth aufgestellt werden – in unmittelbarer Nähe zu unserem Nachbarland Tschechische Republik. Wir zeigen uns damit als Europäische Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur- sowie Sportregion; und laden ein, uns so wahrzunehmen.“ Denn auch das ist klar: Die

Metropolregion Nürnberg endet nicht an der Grenze zur Oberpfalz – im Gegenteil. Mit der Montage des 101. und 102. Schildes an der A 93 im Landkreis Tirschenreuth bekenne sich der Kreis zur Metropolregion und demonstriere dadurch seine Verbundenheit, bekräftigt der Landrat von Tirschenreuth, Wolfgang Lippert. „Den Vorbeifahrenden wird signalisiert, dass die Metropolregion Nürnberg weit in den ländlichen Raum hineinstrahlt. Genau diese Ausstrahlung gilt es, in Zukunft noch intensiver zu nutzen.“ Ein klarer Auftrag an den Marketingverein: Er wird die einfache Idee mit großer Wirkung weiter tatkräftig vorantreiben.



Von links: Dr. Fabian Kern, Geschäftsführer Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V., Dirk von Vopelius, Präsident der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (als ehemaliger fachlicher Sprecher des Forum Marketing und Initiator der Aktion), Dr. Siegfried Balleis, Vorstandsvorsitzender Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V. und Oberbürgermeister Stadt Erlangen, Joachim Herrmann, bayerischer Staatsministers des Inneren, Dr. Günther Beckstein, Bay. Ministerpräsident a.D. (als Unterstützer der Aktion als bay. Innenminister 2006), Markus M. Löttsch, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Hans-Peter Schmidt, Aufsichtsratsvorsitzender NÜRNBERGER Versicherungsgruppe und Kuratoriumsvorsitzender Marketingverein Metropolregion Nürnberg e. V., Heinz Brenner, 3. Vorsitzender des Vorstands, Leiter des Regionalreferats Erlangen/ Nürnberg der Siemens AG



ERLEBNISWEGWEISER



Wo es viel zu erleben gibt, braucht man einen Wegweiser, damit man das Beste nicht verpasst. Wohin fährt man mit der Familie, wenn es 30° Grad warm ist? Wer bietet Kultur zum Mitmachen? Wie können sich Kinder austoben, während ihre Eltern entspannen? Wo finden Ältere ein gediegenes Programm? Welche Ausflugsziele steuert man auch gut alleine an? Welche Attraktionen sollten Gäste aus dem Ausland unbedingt erleben? Und: Was machen wir, wenn es regnet? Viele Fragen, die der „Erlebniswegweiser Metropolregion Nürnberg“ mit Leichtigkeit beantwortet. Denn für die knapp siebenhundert Seiten zählende Ausflugsbibel für die Metropolregion konnte der Marketingver-

ein die Bestsellerautoren Bastian Böttner und Markus Raupach gewinnen. Dass die Beiden sich in der Region auskennen, haben sie schon mehrfach bewiesen – zum Beispiel mit ihren Büchern „Erlebniswegweiser Fränkische Schweiz“, „Frankens schönste Bierkeller und Biergärten: 600 Tipps“ und „Frankens schönste Weinstuben und Heckenwirtschaften: 170 Tipps“. Für den „Erlebniswegweiser Metropolregion Nürnberg“ haben sie nun tausend Ausflugstipps in den Bereichen Freizeitspaß, Baden und Wellness, Sehenswürdigkeiten, Kunst und Museen, Feste und Veranstaltungen sowie Essen und Trinken recherchiert und zusammengetragen. Das Forum Tourismus, Städte, Landkreise und Tourismusge-



biere griffen den Autoren mit vielen Hinweisen unter die Arme. Auf diese Weise ist ein einzigartiger Freizeitführer entstanden, der tausenden von einheimischen Ausflüglern und Gästen helfen wird, zielstrebig in alle Himmelsrichtungen der Region auszuschwärmen. Und zwar ohne böse Überraschungen: Denn der „Erlebniswegweiser Metropolregion Nürnberg“ gibt den Lesern nicht nur mit kurzen Beschreibungen und eindrucksvollen Bildern einen schnellen Überblick über die Attraktionen der Metropolregion Nürnberg – sie finden außerdem alle wichtigen Informationen zu Öffnungszeiten, Eintrittspreisen und Anfahrtsmöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Auf diese Weise wird Jeder das richtige Ausflugsziel finden – egal, ob allein oder in der Gruppe, egal, ob viel Zeit zur Verfügung steht oder wenig: In der Metropolregion Nürnberg wird „Fernweh ganz nah“ gestillt. Der „Erlebniswegweiser Metropolregion Nürnberg“ erscheint im November 2011.

CORPORATE DESIGN



Die Europäische Metropolregion Nürnberg ist vielseitig – trotzdem soll sie nach außen mit einem einheitlichen Gesicht erkennbar sein: Deswegen wurde schon 2006 gemeinsam mit dem Logo der Grundstein für ein Corporate Design gelegt, das die Formate zahlreicher Publikationen und Werbematerialien bedient. Seit 2010 arbeiten Werber an der Optimierung des Corporate Designs und stellen den Akteuren der Metropolregion Vorlagen für Briefe, Visitenkarten, Präsentationen, Broschüren, Roll-Ups und

Flyer zur Verfügung. Ein Handbuch orientiert die Nutzer beim Einsatz der Materialien. Auch 2011 wurde das Corporate Design weiterentwickelt und aktualisiert. Zukünftig können die Akteure der Metropolregion Vorlagen etwa für Briefe, Visitenkarten, Präsentationen und das dazugehörige Handbuch von einer Online-Mediathek herunterladen. Und nicht nur das: Auch komplette Publikationen, Karten, Logos und Bildmaterial für den Print- und Onlinebereich werden in der Mediathek bereit liegen.



INTERNET

WEBSITE

Lang erwartet: Die Metropolregion Nürnberg auf einen Klick.

Die Europäische Metropolregion Nürnberg und der Marketingverein der Metropolregion Nürnberg e. V. bekommen eine gemeinsame Website. Sie wird das offizielle Aushängeschild der Region. Mit dem eingebundenen Veranstaltungskalender über alle Veranstaltungen in der gesamten Region informieren.

Bislang hatten sowohl die Metropolregion Nürnberg als auch der Marketingverein einen eigenen Auftritt im Web. Das gehört bald der Vergangenheit an. Die gemeinsame Website soll Interessierte und Einwohner gezielter ansprechen und besser informieren. Aktuell umgesetzt wird das gesamte Projekt von der Nürnberger Agentur triebwerk.

Der Veranstaltungskalender ist das Herzstück der neuen Seite. Die Nutzer erhalten das komplette Veranstaltungsangebot der gesamten Region auf einen Blick. Dabei kann nach Art der Veranstaltung (Sport, Kultur etc.) und nach Datum gefiltert werden. Bisher war es für einen Gesamtüberblick nötig, alle Seiten der verschiedenen Städte und Landkreise zu durchsuchen.

Auf der neuen Website wird die Leitidee der Metropolregion Nürnberg – „Heimat für Kreative“ – auf vielfältige Art und Weise erlebbar gemacht:

Verschiedene Projekt-Highlights zeigen die wirtschaftliche und technologische Kreativität und Vielfalt der Region. Internationalität beweisen verschiedene Initiativen und Partnerschaften, die von der Metropolregion ausgehen bzw. hier zusammenlaufen. In Verbindung mit Naturnähe und breitem Freizeitangebot präsentiert sich die Region so als attraktiver Arbeits- und Lebensraum für Menschen aus aller Welt.

Die Website hat das Ziel, Touristen, Einwohner und Geschäftsleute aus allen Branchen gleichermaßen zu informieren. Zu jedem Bereich sind die wichtigsten Highlights verzeichnet, die einen gu-

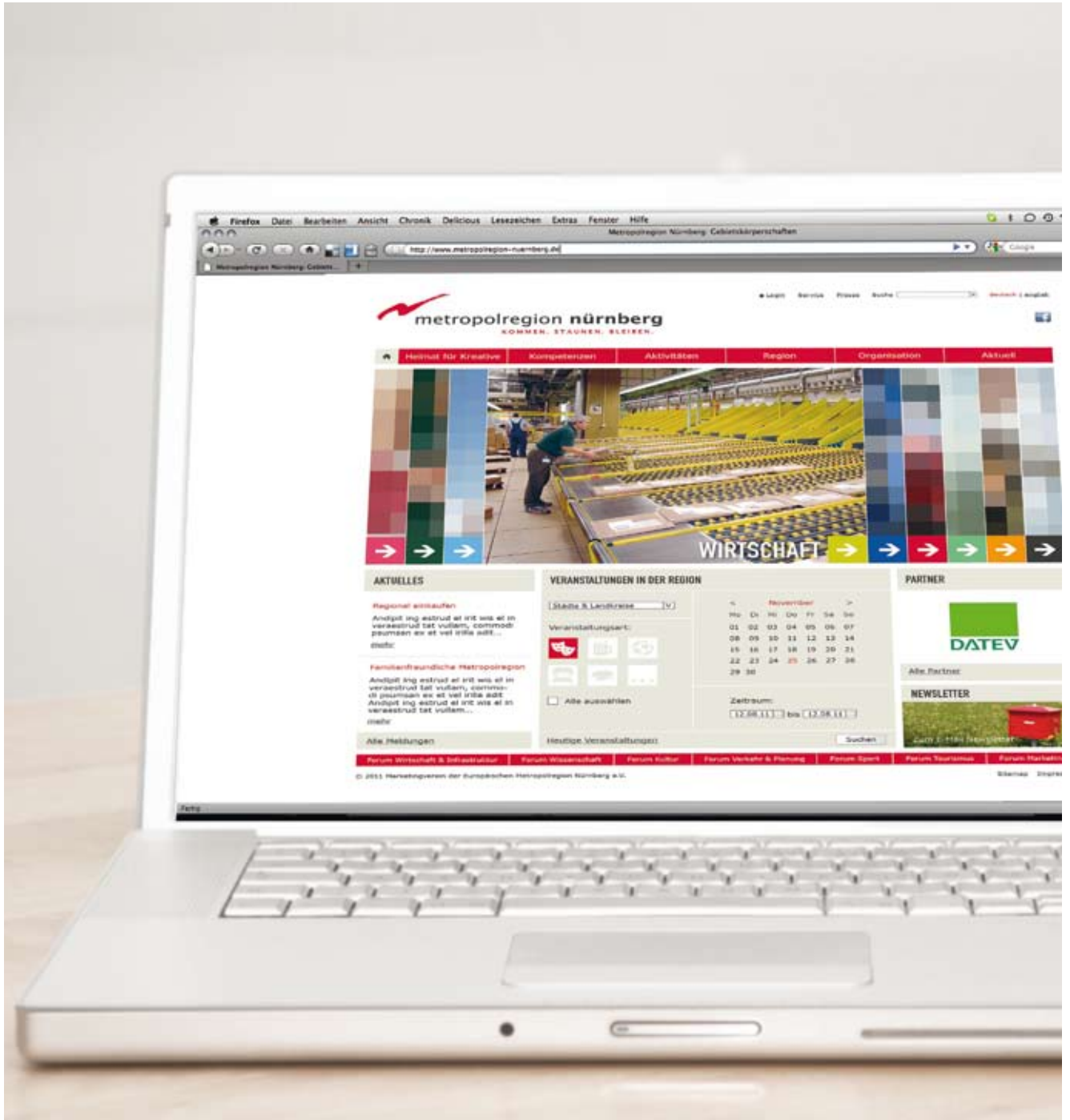
The screenshot shows the homepage of the Metropolregion Nürnberg website. At the top, there is a logo and navigation links for 'Login', 'Service', 'Presse', and 'Suche'. Below the navigation bar, there are several menu items: 'Heimat für Kreative', 'Kompetenzen', 'Aktivitäten', 'Region', 'Organisation', and 'Aktuell'. The main content area features a large image of a group of people in business attire holding up papers, with the word 'KULTUR' overlaid. Below the image, there are three main sections: 'AKTUELLES' with a 'Regional einkaufen' link, 'VERANSTALTUNGEN IN DER REGION' with a calendar for November and a search function, and 'PARTNER' with a 'SIEMENS' logo and a 'NEWSLETTER' sign-up form. The footer contains various forum links and copyright information.

ten Überblick über das Aktivitäts-Spektrum in der Region bieten.

Umfangreiche Informationen findet man auch zur Organisation der Metropolregion Nürnberg. Alle Akteure werden vorgestellt und zu jedem der entsprechende Ansprechpartner aufgeführt. Der große Service-Bereich enthält unterschiedliche Materialien in verschiedenen Medien zur Region.

Der Launch der neuen, gemeinsamen Website von Marketingverein und Metropolregion ist für Ende November dieses Jahres angesetzt. Sie erreichen die neue Seite dann unter der URL:

www.metropolregion-nuernberg.de.



metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

Heimat für Kreative | Kompetenzen | Aktivitäten | Region | Organisation | Aktuell

REGION

Sie sind hier: Region > Städte & Landkreise

Städte & Landkreise
Daten & Fakten

STÄDTE & LANDKREISE IN DER METROPOLREGION
Gebiet der Metropolregion Nürnberg

Zur Metropolregion Nürnberg gehören die kreisfreien Städte Ansbach, Amberg, Bamberg, Bayreuth, Coburg, Erlangen, Fürth, Hof/Plauen, Nürnberg, Schwabach und Weiden sowie die Landkreise Amberg-Weiden, Amberg, Bamberg, Bayreuth, Coburg, Erlangen-Hochstadt, Forchheim, Fürth, Haßberge, Kitzingen, Kronach, Kulmbach, Lichtenfels, Neumarkt i.d.OPf., Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim, Neustadt a.d.Waldnaab, Nürnberger Land, Roth, Tirschenreuth, Weißenburg-Gunzenhausen und Wunsiedel i. Fichtelgebirge.

Mehr Informationen
Auswählen

EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG

Forum Wirtschaft & Infrastruktur | Forum Wissenschaft | Forum Kultur | Forum Verkehr & Planung | Forum Sport | Forum Tourismus | Forum Marketing

© 2011 Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e.V. | Sitemap | Impressum

metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

Heimat für Kreative | Kompetenzen | Aktivitäten | Region | Organisation | Aktuell

AKTUELL

VERANSTALTUNGEN IN DER REGION

ORIGINAL REGIONAL

WISSENSCHAFTSTAG

EUROPÄISCHE METROPOLREGION NÜRNBERG

Forum Wirtschaft & Infrastruktur | Forum Wissenschaft | Forum Kultur | Forum Verkehr & Planung | Forum Sport | Forum Tourismus | Forum Marketing

© 2011 Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e.V. | Sitemap | Impressum

SOCIAL MEDIA

Virtuelle Steilvorlage: Der Anspruch der Metropolregion Nürnberg ist international – eine Homepage im Corporate Design, die all ihre Facetten beleuchtet, stellt die globale Visitenkarte der Metropolregion Nürnberg dar. 2011 wurde sie komplett überarbeitet und bietet ab November alle Informationen über die Metropolregion Nürnberg aus einer Hand. Im Social Media Bereich

verfügt die Metropolregion Nürnberg ebenso wie die Projekte „Original Regional“, „EntdeckerPass“ und die „Familienfreundlichste Wirtschaftsregion“ natürlich auch über eine eigene Facebookseite. 2012 baut der Marketingverein seine Aktionen in diesem Bereich aus und liefert Liebhaber, Interessierte und Freunde der Metropolregion Nürnberg mit Informationen im

Minutentakt. Zum Beispiel über Twitter und Facebook. Unsere Inhalte werden hier prominent und immer aktuell vorgestellt. Die Vorteile und Neuigkeiten der Projekte können von Facebook- und Twitter-Nutzern beinahe hautnah verfolgt werden. Schon 2011 haben sich 642 Fans, Akteure und Liebhaber auf dem Facebook Auftritt der Metropolregion Nürnberg ausgetauscht und informiert.

MEDIEN

NEWSLETTER EMN

Transparenz schafft Glaubwürdigkeit. Deswegen informiert die Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg drei bis vier Mal pro Jahr die gut 300 Akteure der Metropolregion, die in Gremien und Foren mitarbeiten. In ihrem Newsletter berichtet sie ausführlich, was sie selbst und andere Geschäftsstellen sowie die Foren und Arbeitskreise in den vergangenen Monaten geleistet haben. Zu Wort kommen BürgermeisterInnen und BürgerInnen, MitarbeiterInnen der Geschäftsstelle,

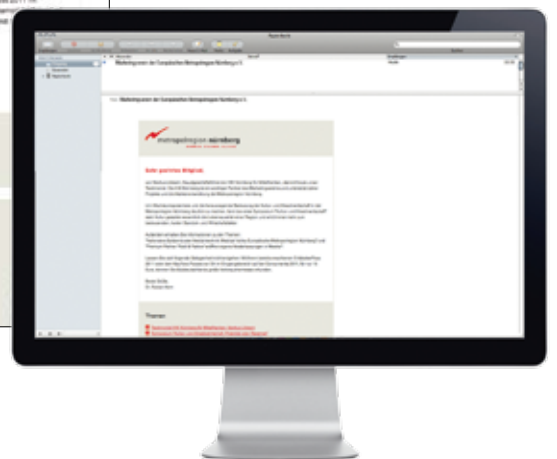
Mediziner, Unternehmer und viele mehr. Seit Anfang des Jahres wird der Newsletter der Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg vom Marketingverein finanziert. Mitarbeiter des Vereins nehmen regelmäßig an den Redaktions-sitzungen teil – für ein gemeinsames Ziel: Die Metropolregion Nürnberg zu einer Heimat für Kreative zu machen.

BILDDATENBANK

Fakten, Fakten, Fakten – schön und gut. Doch der beste Text fängt ohne Bild wohl keine Aufmerksamkeit des Lesers ein. Deswegen hat der Marketingverein 2011 damit begonnen, eine Bilderdatenbank für die Region aufzubauen. Dort sollen zukünftig nicht nur Kartenmaterial sondern auch Fotos heruntergeladen werden können: Die Ausgestaltung der Website und zukünftiger Publikationen wird damit erheblich beschleunigt und vereinfacht.

NEWSLETTER MARKETING AKTUELL

Was ist eigentlich aus dem Erlebniswegweiser geworden? Wer steckt hinter der Firma x? Welche Veranstaltungen darf ich in den kommenden Wochen nicht verpassen? Bis 2010 beantworteten die Email-Newsletter RegioNews und RegioPress solche und ähnliche Fragen. Seit 2010 hält der Online-Newsletter „Marketing Aktuell“ die Akteure über die wichtigen Ereignisse, Personen und Neuigkeiten in der Metropolregion Nürnberg auf dem Laufenden. 2011 ist er regelmäßig erschienen – im Dreiwochentakt und im neuen Corporate Design. Auf diese Weise haben die Akteure der Metropolregion, andere Interessierte und Journalisten in knapp 20 Ausgaben von aktuellen Projektentwicklungen erfahren, Nachrichten aktuell bekommen und in Testimonials und Firmenportraits Partner und Persönlichkeiten der Region kennengelernt.



VARIO FOLDER



Die Metropolregion ist in Bewegung – der Marketingverein auch: Denn wo sich viel tut, können Vermarktungsstrategien nicht statisch sein. Deswegen entwickelte der Marketingverein 2007 den Vario Folder in englischer und deutscher Sprache. Die zunächst 13 Einlegeblätter sind sukzessive ergänzt worden und informieren übersichtlich über die Kompetenzfelder und besonderen Themen der Region. Hier kommen die Foren der Metropolregion Nürnberg zu Wort: Das Forum Verkehr und Planung macht deutlich, dass viele Wege in die Metropolregion Nürnberg führen – und innerhalb der Region viele von A nach B. Ob zu Land, zu Wasser oder in der Luft: Die Metropolregion Nürnberg hat Gewicht als Verkehrsknotenpunkt internationaler und nationaler Handelswege – und das schon, seit die Gewürzhändler über die Goldene Straße nach

Prag zogen. Das Forum Kultur beleuchtet die kulturelle Vielfalt der Metropolregion Nürnberg und ihre Jahrtausende alte Geschichte: Albrecht Dürer findet ebenso Erwähnung wie die Burgen der Fränkischen Schweiz, das Germanische Nationalmuseum, die Aufarbeitung des Dritten Reichs und das Ende des Dreißigjährigen Kriegs. In der Gegenwart dürfen natürlich die Festivals nicht fehlen. Ein extra Einlegeblatt macht Lust auf das Internationale Figurentheater-Festival, das Samba Festival in Coburg, die Wallenstein Festspiele in Altdorf und viele mehr. Das Forum Wissenschaft beginnt auf seinen Einlegeblättern an der Oberfläche: Es zeigt, dass Forscher in der Metropolregion Nürnberg Materialien entwickeln, die das Potenzial haben, Furore in der internationalen industriellen Produktion zu machen. Denn wo sonsterreicht Metall nur einen Bruch-

teil seines normalen Gewichts? Dass Forscherdrang und Geistesblitze keineswegs ein neues Phänomen in der Metropolregion Nürnberg sind, beschreibt das Forum Wissenschaft auf einem anderen Einlegeblatt: Vom Behaim-Globus bis zum MP3-Player sind hier schon einige große Ideen verwirklicht worden – und wer weiter liest, kann erwarten, dass es so weiter geht. Denn das Forum Wissenschaft reißt im Vario Folder auch die Vielfalt der Universitätslandschaft in der Metropolregion Nürnberg an. Dass trotz Erfindergeist und Forscherdrang die Freizeit nicht zu kurz kommen muss, zeigt das Forum Tourismus: Besucher und Einheimische können nicht nur nach einem Bummel durch eine der zahlreichen Altstädte der Metropolregion bei einem Glas Frankenwein, einem Glas der über 200 verschiedenen fränkischen Biere oder einer Bratwurst entspannen, sie können auch einen Sprung ins kühle Nass des Fränkischen Seenlandes wagen oder hunderte andere spannende Dinge erleben. Zum Beispiel im Winter den weltberühmten Nürnberger Christkindlesmarkt besuchen. Das Forum Wirtschaft und Infrastruktur gibt die Antwort auf die Frage: Wo treffen jährlich 160 Nationalitäten aufeinander? Im Messezentrum Nürnberg – das ist weltweit bekannt und nicht nur wegen seiner berühmtesten Veranstaltungen IENA, Spielwarenmesse und Biofach ein Magnet für internationale Aussteller und Besucher. Auch, was es mit dem Begriff „Medical Valley“ auf sich hat und warum kaum ein deutsches Auto ohne irgendein Teil aus der Region vom Band geht, erfahren die Leser vom Forum Wirtschaft und Infrastruktur. Neben den Foren der Metropolregion kommen im Vario Folder auch andere Akteure der Metropolregion zu Wort: zum Beispiel die Industrie- und Handelskammer Mittelfranken oder die Kompetenzinitiativen.

2011 hat der Marketingverein begonnen, den Vario Folder im aktuellen Corporate Design neu aufzulegen und um einen Einleger für das Forum Sport zu ergänzen. Der veranschaulicht, dass die Metropolregion Nürnberg gar nicht still stehen kann: Denn hier sind die Menschen in Turnschuhen, auf Schlittschuhen, auf dem Rennrad, im Rennauto, mit dem Gleitschirm oder auf andere Weise ständig in Bewegung. Profisportler der Fußballclubs, der Brose Baskets oder der Thomas Sabo Ice Tigers machen das Zuschauen zum Vergnügen – Großveranstaltungen wie der Rother Marathon und stille Herausforderungen wie das Klettern an Bergen in der Fränkischen Schweiz laden jährlich Tausende zum Schwitzen ein.

PROJEKTE

ORIGINAL REGIONAL



Überzeugen durch hohe Lebensqualität: Das ist das Ziel der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Die Regionalkampagne „Original Regional aus der Metropolregion Nürnberg“ ist dafür ein fundamentaler Baustein – denn Lebensqualität hat viele Facetten. Sicherheit und Gesundheit sind ebenso wichtig wie gute, saubere Ernährung. Obst und Gemüse aus der Region schmeckt einfach besser, denn es ist aromatischer und vitaminreicher, weil es wegen der kurzen Wege reif geerntet werden kann. Die Kampagne „Original Regional“ fördert daher regionale Wirtschaftskreisläufe: mit dem Ziel, Arbeitsplätze und Kaufkraft in der Region zu erhalten, die gewachsene Kulturlandschaft zu sichern und ihren Teil zum Klimaschutz zu leisten. Denn durch kurze Transportwege entlasten regionale Produkte die Umwelt. Die Regionalkampagne „Original Regional“ wird vom Marketingverein und der Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg koordiniert, organisiert und vorangetrieben. Die Verantwortlichen arbeiten dabei eng zusammen: Die Geschäftsstelle übernimmt die inhaltliche Arbeit und Aufbau und

Pflege von Netzwerken. Der Marketingverein zeichnet für das Controlling verantwortlich – er rechnet die Fördermittel ab, sorgt für den Schutz der Marke „Original Regional“ und macht sie bekannt. Auf diese Weise bietet die Regionalkampagne den verschiedenen Regionalinitiativen in der Metropolregion Nürnberg eine Plattform, auf der sie Erfahrungen austauschen und Synergieeffekte nutzen können. So wird es auch für kleine Produzenten einfacher, die Verbraucher für die Vielfalt und Vorteile regionaler Produkte und Dienstleistungen zu sensibilisieren – gemäß dem Motto „gemeinsam sind wir stark“. Das Markenlogo „Original Regional aus der Region“ dient dem Verbraucher als Erkennungszeichen: Hier steckt ein regionales Qualitätsprodukt drin, für das man sich bewusst entscheiden kann. Das fördert Identität und Regionalbewusstsein – sowohl das der Verbraucher als auch das der 21 beteiligten Partnerinitiativen. Und es gibt immer mehr Verbraucher, die qualitativ hochwertige Lebensmittel direkt vom Erzeuger „um die Ecke“ zu schätzen wissen.

Die Metropolregion Nürnberg ist bisher bundesweit die einzige Metropolregion mit einem derartigen Projekt. Sie hat damit den Bundeswettbewerb Modellvorhaben der Raumordnung (MORO) gewonnen. Und in Hamburg diente die Regionalkampagne „Original Regional“ als Vorbild für ein ähnliches Projekt.

SPEZIALITÄTENWETTBEWERB

Um die Regionalkampagne „Original Regional“ zu stärken, wurde vom Marketingverein 2011 der Spezialitätenwettbewerb finanziert. Schweinebraten, Bier oder Konfitüre? Nur drei von 222 Beispielen, aus denen sich eine hochkarätige Jury die Sieger auswählen musste: 2011 hat die Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg den ersten Spezialitätenwettbewerb der Metropolregion Nürnberg veranstaltet. Den Titel „Unser Original“ haben sich kreative Köche und Produzenten gesichert, die mit herausragenden regionaltypischen Erzeugnissen, Gerichten oder anderen leckeren Ideen mit Lokalkolorit zum Schlemmerwettkampf antraten. Die Resonanz auf den ersten Spezialitätenwettbewerb war überwältigend – und die Entscheidung, welche Spezialitäten einen Platz auf der kulinarischen Landkarte der Metropolregion erhalten, entsprechend schwierig. Die Sieger werden auf der Consumera prämiert und präsentieren dort ihre Produkte.

MARKT- UND INFOSTÄNDE

Alle reden über Obst und Gemüse aus der Region – aber wo kann man es denn auch mal probieren? Zum Beispiel auf dem Nürnberger Hauptmarkt. 2011 hat die Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg wieder einen Marktstand für „Original Regional“ Produkte bereitgestellt. Im Angebot: Die ganze Vielfalt, die Boden und Menschen der Metropolregion Nürnberg zu bieten haben. Damit die Verbraucher diese Vielfalt zunehmend kennen und schätzen lernen, war ein freier Mitarbeiter 2011 mit dem Infostand „Original Regional“ auf verschiedenen Festen und Veranstaltungen unterwegs – zum Beispiel auf dem Seenlandmarkt in Absberg, auf dem Bayreuther Bürgerfest oder auf dem Ansbacher Stadtfest. Auch diese wichtigen Auftritte werden vom Marketingverein finanziert.



ORIGINAL REGIONAL CONSUMENTA



Auf der Consumenta 2011 präsentiert der Marketingverein die Regionalkampagne „Original Regional“ mit neuen Partnern. Zwischen dem 26. Oktober und dem 1. November stellen sich neun Partner der Kampagne aus der Metropolregion mit über 60 Ausstellern auf einem großzügigen Gemeinschaftsstand vor und laden zum Probieren der regionalen Lebensmittel ein.

Das Angebot reicht von regionalem Käse oder heimischen Wurstwaren über Eiscreme und verschiedene Obstsäfte bis hin zu den berühmten fränkischen Spirituosen: Schnaps aus regionalen Früchten. Fell- und Filzprodukte wie auch Möbel aus heimischen Hölzern zeigen, dass sich das „Original Regional“ Warenangebot längst nicht mehr auf Lebensmittel beschränkt. Die

Gewinner des Spezialitätenwettbewerbs „Unser Original“ präsentieren sich ebenfalls auf dem „Original Regional“-Gemeinschaftsstand und bekommen einen Preis.

Folgende Partner sind bei dem Gemeinschaftsstand „Original Regional aus der Metropolregion Nürnberg“ dabei:

- Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald
- Fränkische Moststraße
- Regina GmbH
- Charlemagner
- Original Regional aus dem Oberpfälzer Wald
- Holz von Hier
- Original Regional aus dem Landkreis Roth
- Genussregion Oberfranken
- Bierland Oberfranken

„So viele Aussteller aus so vielen verschiedenen Bereichen hatten wir noch nie auf unserem ‚Original Regional‘- Gemeinschaftsstand: Holzmöbel, Kloßteig, ausgefallene Wurstsorten, leckere Pralinen und Eiscreme und natürlich 10 verschiedene Biersorten sowie Apfelschaumwein und Kirschsecco aus Streuobstbeständen. Da zeigt sich einmal mehr, was die Metropolregion Nürnberg alles zu bieten hat“, schwärmt Saskia Reiß, Projektleiterin des Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V., die den Gemeinschaftsstand leitet.

„Die Consumenta ist die größte Verbrauchermesse in Süddeutschland, mit Besuchern aus der gesamten Metropolregion Nürnberg. Damit ist die Messe die ideale Plattform, um für ‚Original Regional‘

und die Vorteile des regionalen Einkaufens zu werben“, so Geschäftsführer Dr. Fabian Kern vom Marketingverein der Europäischen Metropolregion Nürnberg e. V. „Wir bedanken uns deshalb bei der AFAG Messen und Ausstellungen GmbH sowie bei der NürnbergMesse GmbH für ihre großzügige Unterstützung, die einen eindrucksvollen Messeauftritt für die Regionalkampagne ‚Original Regional‘ ermöglicht.“



ORIGINAL REGIONAL WEBSITE UND DATENBANK

der Auftritt der Regionalkampagne „Original Regional“ überarbeitet.

Herzstück der neuen Seite wird die Datenbank mit Suchfunktion sein, die über alle Verkaufsstellen von „Original Regional“ Produkten genaue Auskunft gibt. Die Nutzer erhalten so schnell und einfach alle Informationen zu regionalen Produzenten bzw. Anbietern der verschiedensten Produkte.

Neben der Information über regionale Produkte soll die Seite die Einwohner der Metropolregion Nürnberg auf die Regionalkampagne „Original Regional“ und auf die Vorteile regionaler Produkte aufmerksam machen. So können das Bewusstsein für Produkte regionaler Herkunft und die Bekanntheit der Initiative gesteigert werden. Außerdem werden natürlich die Partnerinitiativen der Regionalkampagne „Original Regional“ vorgestellt.

Die neue Website der Regionalkampagne „Original Regional“ wird im Frühjahr 2012 unter der bekannte Adresse: www.original-regional.info online gestellt.

Regionale Produktvielfalt im Web. Die Regionalkampagne „Original Regional“ bekommt eine eigene Website.

Die Regionalkampagne „Original Regional“ erhält ihren eigenen Platz im Internet. Das Besondere: die

dort integrierte Datenbank erleichtert die Suche nach Anbietern regionaler Produkte.

Im Zug des Website-Relaunches der Europäischen Metropolregion Nürnberg und des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg e. V. wird auch

ENTDECKERPASS



Eine gute Freizeit zu haben ist ebenso wichtig für die Lebensqualität wie eine gute Arbeit. In der Metropolregion Nürnberg wimmelt es förmlich vor vielfältigen und attraktiven Freizeitangeboten – da ist es gar nicht so einfach, einen Überblick zu bekommen. Der Entdeckerpass dient deswegen dazu, dieses Angebot zu bündeln, zu vermitteln und erlebbar zu machen. Mit ihm können Einheimische oder Gäste große und kleine Top-Freizeiteinrichtungen in der Region ein Kalenderjahr lang jeweils einmal kostenfrei oder deutlich ermäßigt besuchen. Und damit nicht genug: Dazu gibt's einen Tag VGN-Nutzung sowie Spezialvergünstigungen – etwa eine Brotzeit und Verzehr Gutscheine regionaler Gaststätten, Brauereien und Cafés. Bereits über Hundert solche Anreize und attraktive Ausflugsziele sind Teil des Entdeckerpasses. Darunter so namhafte Freizeiteinrichtungen wie der Erlebnispark Schloss Thurn in Heroldsbach, der Tierpark Nürnberg, die Burg Pappenheim, das Brauereimuseum in Bayreuth oder die Obermaintherme in Bad Staffelstein. Nicht nur nationalen und internationalen Touristen bietet der Entdeckerpass ein attraktives Angebot – auch Einheimische animiert er zu Ausflügen innerhalb der Me-

ropolregion. Und das wiederum stärkt Identität und Regionalbewusstsein in der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Der EntdeckerPass kann bei vielen Touristen-Informationen, Rathäusern, Landratsämtern und Sparkassenfilialen in der Metropolregion oder ab zwei Pässen online unter: www.entdeckerpass.com gekauft werden.

Alle Gebietskörperschaften in der Europäischen Metropolregion Nürnberg sind an dem Projekt Entdeckerpass beteiligt. Die Europäische Metropolregion Nürnberg übernimmt dabei die Aufgabe der Vernetzung der öffentlichen und privaten Leistungsträger, Verbände und Kommunen. Die Metropolregion Nürnberg ist die erste und nach wie vor einzige Europäische Metropolregion mit einer eigenen Freizeitkarte. 2011 hat der Marketingverein den Entdeckerpass in enger Zusammenarbeit mit dem Forum Tourismus beworben: Beide haben gemeinsam einen Presseverteiler für die Stadt- und Landkreismagazine in der Metropolregion erstellt. Zudem initiierte der Marketingverein neben Berichten im eigenen Newsletter die Berichterstattung und Verlosung in der Abendzeitung zu Beginn der Sommerferien.

FAMILIENFREUNDLICHSTE WIRTSCHAFTSREGION



BESTE VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF

Die Europäische Metropolregion Nürnberg ist auf dem Weg zur familienfreundlichsten Wirtschaftsregion Europas. Zu diesem Zweck wurde Ende 2010 der Wettbewerb „MEHRwert Familie“ um das fami-

lienfreundlichste Unternehmen der Region auslobt. Gewonnen hat dabei nicht nur die Region.

Ein attraktiver Arbeitsplatz heißt heute nicht mehr nur gutes Arbeitsklima und gute Bezahlung. Vor allem für hochqualifizierte Fachkräfte wird die Vereinbarkeit von Beruf und Familie immer wichtiger. Das Schlagwort „Work-Life-Balance“ steht hier im Vordergrund.

Die Metropolregion Nürnberg geht viele Schritte in die richtige Richtung. Der mittlerweile abgeschlossene Wettbewerb „MEHRwert Familie“ unterstützte diesen Weg in vielerlei Hinsicht. Die regionalen Unternehmen, die an dem Wettbewerb teilgenommen hatten, wurden hinsichtlich vieler Grundvoraussetzungen für familienfreundliche Personalpolitik bewertet.

Gewonnen haben – nach Unternehmensgröße gestaffelt – die Unternehmen Siemens AG, MEKRA Lang GmbH & Co. KG, PDR Produkte durch Recycling GmbH & Co. KG, TLA Transport Logistik Agentur GmbH und im Bereich öffentlicher Arbeitgeber

die Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg. Die TeamBank AG Nürnberg und die I. K. Hofmann GmbH stifteten Sonderpreise in den Kategorien Fairness und Chancengleich. Hier sind die Gewinner die Grabczek GmbH & Co. KG und die Robert Bosch GmbH.

Als Folge auf den Wettbewerb wächst die Aufmerksamkeit für ein ausgeglichenes Verhältnis von Familie und Beruf. Das macht es regionalen Unternehmen leichter, bestehende Personalstrukturen zu überdenken und zu überarbeiten. Der Marketingverein brachte sich in das Projekt vielfältig ein und übernahm 2011 in Kooperation mit dem Forum Wirtschaft und Infrastruktur die Neukonzeption und Überarbeitung der Website im neuen Corporate Design. Gleichzeitig führte er die Betreuung und Redaktion der Website sowie der Seiten auf den Sozialen Netzwerken, wie beispielsweise Facebook, und die Abschlussdokumentation zum Wettbewerb MEHRwert familie 2010 fort.

Weitere Informationen zur Kampagne „Familienfreundlichste Wirtschaftsregion“ finden Sie unter: www.mehrwert-familie.de.

VEREIN

MITGLIEDERBEFRAGUNG

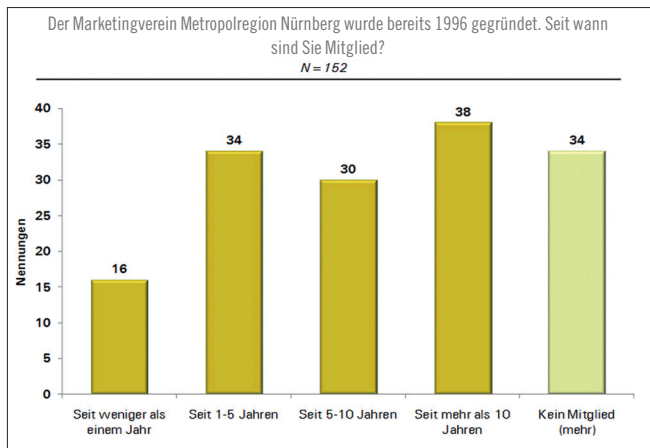


Abbildung 1: Dauer Mitgliedschaft, Loyalität und Weiterempfehlung

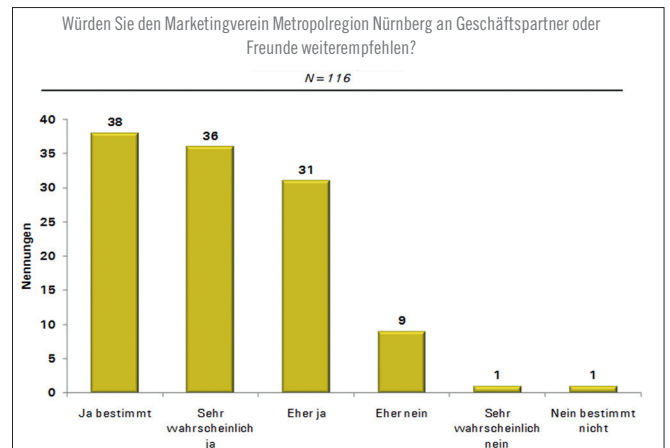


Abbildung 2: Weiterempfehlung

IHRE MEINUNG ZÄHLT!

Nachdem in den vergangenen Jahren nie ein umfangreiches Feedback von unseren damals über 360 Vereinsmitgliedern eingeholt wurde, startete noch im Herbst 2010 unter der Geschäftsführung von Herrn Feldmann das Projekt „Online-Mitgliederbefragung“. Ziel dieses Projektes war und ist es nach wie vor, in einem regelmäßigen Turnus, kritisches Feedback zum Bild des Marketingvereins der Metropolregion Nürnberg und zu seinen angebotenen Leistungen einzuholen. Darüber hinaus sollte dieses Instrument dazu dienen, mitgliederorientiert Impulse für zukünftige Leistungen des Vereins weiterzuentwickeln.

Mit der Konzeption und der Durchführung der Onlinebefragung wurde die in Nürnberg ansässige Beratung VEND consulting GmbH beauftragt, welche im Bereich onlinegestützte Kunden- und Mitarbeiterfeedbacks zahlreiche Referenzen aufweisen kann. Die Ergebnisse dieser Befragung liegen seit Ende letzten Jahres vor und fanden Berücksichtigung in der Planung und Forcierung von Projekten des Vereins. Es ist nun höchste Zeit, diese Ergebnisse gesammelt an die Mitglieder des Vereins zurückzuspielen.

STUDIENSTECKBRIEF

Zur Online Befragung wurden neben der Gesamtheit der Vereinsmitglieder auch Unternehmer der Region über den Verteiler der IHK eingeladen, so dass insgesamt 871 Personen zu einem Feedback aufgefordert wurden. An dieser freiwilligen Befragung haben letztlich 152 Auskunftspersonen (Rücklaufquote 17,5%) teilgenommen. Dies ist für eine nicht-incentivierte Befragung ein sehr

guter Rücklauf und zeigt das große Interesse der Mitglieder am Verein, von denen 118 an der Befragung teilgenommen haben. An dieser Stelle nochmals einen herzlichen Dank an alle Mitglieder, die sich im Schnitt für die Beantwortung der Fragen 19 Minuten Zeit genommen haben.

Bevor auf die einzelnen Ergebnisse der Befragung, vor allem auf die Loyalität, das Image und die Angebotene Leistungen des Marketingvereins der Metropolregion einzugehen ist, zeigt Abbildung 1, dass eine ausgeglichene Stichprobe von langjährigen und neuen Mitgliedern erzielt werden konnte.

LOYALITÄT UND WEITEREMPFEHLUNG

Die Bereitschaft, weiterhin Mitglied im Marketingverein der Metropolregion Nürnberg zu sein sowie den Marketingverein an geschäftliche Kontakte weiter zu empfehlen, ist durchaus groß. Von den insgesamt 118 befragten Mitgliedern ziehen erfreulicher Weise nur sechs Personen in Erwägung, in den nächsten Jahren aus dem Marketingverein

auszutreten. Als mögliche Gründe nennen diese, dass der konkrete Nutzen nicht erkannt oder Angebote mitunter aus Zeitmangel nicht genutzt werden können. Wenngleich es sich hier um einzelne Stimmen handelt, sind diese Grund genug, über Verbesserungen im Leistungsangebot und deren Kommunikation nachzudenken.

Besonders erfreulich ist das Ergebnis zur Weiterempfehlung des Marketingvereins Metropolregion Nürnberg an Geschäftspartner oder Freunde. 90% der Befragten würden hier eine Empfehlung für den Verein aussprechen. Dieses positive Ergebnis stellt die Abbildung 2 dar.

IMAGE UND GENERELLE AUFGABE DES VEREINS

Im zweiten Block der Befragung interessierte, welche Einstellungen Mitglieder mit dem Marketingverein der Metropolregion Nürnberg spontan und ungestützt assoziieren und welche Vorteile sich Mitglieder generell von einer Vereinsmitgliedschaft und einer starken Marke „Metropolregion Nürnberg“ versprechen. Die Abbildungen 3 und 4 zeigen



Abbildung 3: Freie Assoziationen mit der Metropolregion Nürnberg

eine Zusammenfassung vieler genannter Aspekte, wobei die Größe und farblichen Hervorhebungen die Häufigkeit der Nennungen widerspiegeln.

Als Synthese dieser zahlreichen Nennungen lässt sich festhalten, dass mit der Metropolregion Nürnberg in den meisten Fällen eine „Wirtschaftsregion“ mit attraktiver „Lebensqualität“ assoziiert wird, in der sich regionale Unternehmer „vernetzen“ und „verbinden“ um „gemeinsam“ und „stärker“ die „internationale Wahrnehmung und weltweite Bekanntheit der Region zu verbessern“. „Regionalität“ und „Originalität“ erhöhen die „Attraktivität des Standortes“.

Der Abgleich des Leitbildes, in welchem die Metropolregion Nürnberg ihre primären Aufgaben definiert hat, zeigt, dass die „Ausweitung der politischen und wirtschaftlichen Kraft“ und der „Ausbau regionaler, nationaler und internationaler Beziehungen“ die meiste Zustimmung erfahren. Die Unterstützung, welche die Metropolregion Nürnberg im Werben um „Spitzenkräfte und deren Familien“ bietet, wird von den Befragten noch nicht wahrgenommen. Gerade in diesem Punkt wurden bereits bzw. werden zukünftige Projekte initiiert, um als Region den „War of Talents“ erfolgreich zu bestehen. (vgl. Abbildung 5)

Abseits des Selbstverständnisses der Metropolregion Nürnberg ist es den Mitgliedern des Marketingvereins besonders wichtig, dass der Marketingverein Möglichkeiten bietet: „Kontakte mit anderen Unternehmen der Metropolregion auf- und auszubauen“. Auf den weiteren Plätzen folgen „das persönliche Engagement zur Förderung der Region“, „gemeinsame PR-Aktivitäten zur Erhöhung der Bekanntheit“ und „der Imagegewinn für das eigene Unternehmen“ (vgl. Abbildung 6). Ein Vergleich mit den Antworten von Nicht-Mitgliedern zeigt, dass hier den

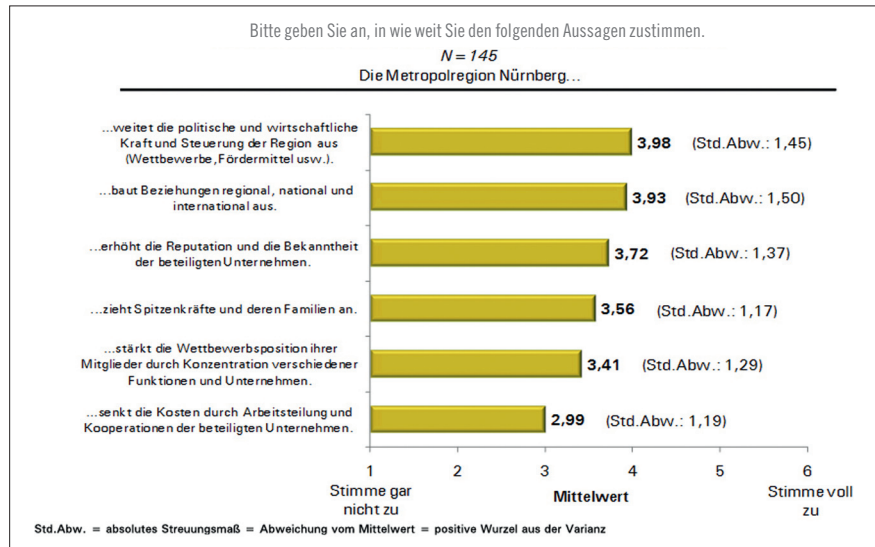


Abbildung 5: Zustimmung Selbstverständnis

„gemeinsamen PR-Aktivitäten zur Erhöhung der Bekanntheit“ und dem „Imagegewinn für das eigene Unternehmen“ eine stärkere Bedeutung zugemessen wird.

BEURTEILUNG ZUKÜNFTIGER ANGEBOTE

Im Zeitalter der Fülle von digitalen Netzwerken und Netzwerktreffen stellt sich auch für den Marketingverein Metropolregion Nürnberg die Frage, welche Leistungen ein Verein seinen Mitgliedern zukünftig bieten kann. Die Einschätzung zur Frage nach dem Interesse an ausgewählten Angeboten zeigt die Abbildung 7. Eine gemeinsame Imagekampagne für die Metropolregion, der Ausbau der Netzwerkveranstaltungen sowie die Intensivierung der werblichen Maßnahmen sind die drei Angebote, welche bei Mitgliedern auf das meiste Interesse stoßen.

Im Rahmen einer gemeinsamen Imagekampagne und der Intensivierung werblicher Maßnahmen, ist es interessant zu berichten, dass nur 62 % der Mitglieder das Logo der Metropolregion Nürnberg nutzen. 80 % der Nutzer tun dies, um die Metropolregion Nürnberg und das eigene Unternehmen zu stärken. Die restlichen Umfrageteilnehmer verwenden das Logo ohne einen wirklichen Nutzen zu erkennen. Gerade mit dem Wunsch nach der Intensivierung der Werbemaßnahmen ist hier Aufklärungsarbeit zu leisten, denn 20 % wussten bis dato nicht, dass eine Verwendung des Logos möglich und auch erlaubt ist.

In puncto Netzwerkveranstaltung wünschen die Befragten Veranstaltungen mit praxisorientierten Vorträgen (Best Practice), bevorzugt von mittelständischen Unternehmern, in denen der Erfahrungsaustausch mit Unternehmen der Met-



Abbildung 4: Vorteile durch die Metropolregion Nürnberg

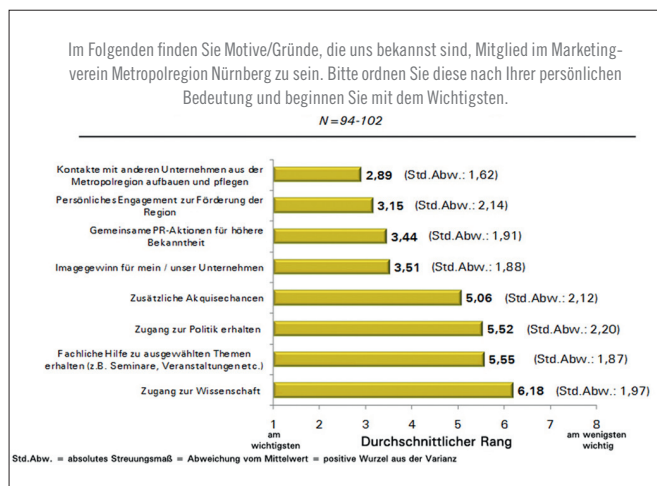


Abbildung 6: Bedeutung einzelner Motive

ropolregion im Vordergrund steht und die Raum für ein aktives Networking bieten. Als Themenfelder wurden am meisten „Innovation“, „Marke“ und „Internationalisierung“ genannt. Organisatorisch bevorzugen die Befragten halb- bzw. vierteljährliche Abendveranstaltungen mit einem Teilnehmerkreis von 50 Personen.

Ihr Feedback nehmen wir dankend auf als Basis, um das Bild des Marketingvereins Metropolregion Nürnberg und die angebotenen Leistungen zeitgemäß mit Blick auf die Mitglieder – dem Kapital eines solchen Vereins – erfolgreich weiterzuentwickeln.

Den ausführlichen und ungekürzten Ergebnisbericht zur Mitgliederbefragung finden Sie unter: http://www.marketingverein-metropolregion.de/fileadmin/region/Deeplink_Downloads/Ergebnisse_Mitgliederbefragung_2010.pdf

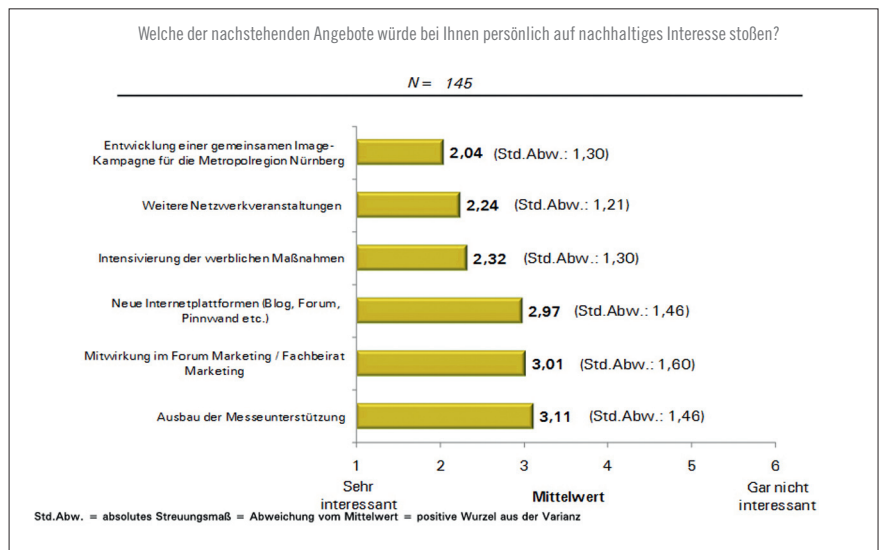


Abbildung 7: Interesse nach Angeboten

MITGLIEDERVERANSTALTUNG 15 JAHRE MARKETINGVEREIN

Das muss gefeiert werden! Den Marketingverein gibt es seit 15 Jahren – es ist höchste Zeit, gemeinsam zurückzublicken, sich auszutauschen und neue Ideen für die Zukunft zu denken. Die Mitgliederveranstaltung am 22. November bietet dafür einen idealen Rahmen. Auch hierfür wird die diesjährige Mitgliederveranstaltung zur Bühne: der neue Internetauftritt der Metropolregion Nürnberg geht online, der unter Federführung des Marketingvereins sowohl graphisch als auch in-

haltlich komplett neu konzipiert wurde. Damit sind der Onlineauftritt der Metropolregion Nürnberg und des Marketingvereins ab diesem Zeitpunkt eins. Doch zu Entdecken gibt es noch etwas Anderes auf der Mitgliederversammlung: Den Erlebniswegweiser der Metropolregion Nürnberg. Pünktlich vor Weihnachten erscheint er im Buchhandel – die Mitglieder des Marketingvereins lernen ihn schon vorher kennen. Das 15. Jubiläum soll ein schönes Fest werden – und es soll nicht das letzte sein!

SITZUNGEN DES VEREINS

Der Marketingverein blickt auf ein Jahr der Entscheidungen zurück: Sieben Mal trafen die verschiedenen Gremien auf Sitzungen zusammen. Im Oktober 2010 beschlossen die Vereinsmitglieder auf der 19. Mitgliederversammlung den Etat und die Jahresplanung für 2011 sowie die neue Beitragsordnung. Außerdem wählten sie den Leiter des Regionalreferats Erlangen/Nürnberg der Siemens AG, Heinz Brenner, zum dritten Vorsitzenden des Vorstands. Auf der Außerordentlichen Vorstandssitzung im Februar 2011 wurde Dr. Fabian Kern als Geschäftsführer ab April berufen – und mit ihm neue Kuratoriumsmitglieder. Das gesamte Forum Marketing der Europäischen Metropolregion Nürnberg erhielt den Auftrag, als Fachbeirat des Vereins zu fungieren. Auf der dritten Sitzung des Kernteams des Fachbeirats wurde die Geschäftsführung des Marketingvereins damit betraut, die neue Website der Metropolregion Nürnberg in Auftrag zu geben. Im Juni 2011 plädierte der Fachbeirat dafür, ein einheitliches Corporate Design für die Publikationen der Metropolregion Nürnberg zu etablieren. Auf der vierten Sitzung im August 2011 regte das Kernteam des Fachbeirats an, die Kommunikationspolitik und Marketingstrategie für die Europäische Metropolregion Nürnberg weiterzuentwickeln.

DATENBANK ZUR MITGLIEDERVERWALTUNG

Der Marketingverein will weiter wachsen und findet in der Vielfalt der Mitglieder seinen größten Reichtum: Städte, Landkreise, Bauunternehmer, Banken, Rechtsanwälte, Kliniken, Gastronomiebetriebe, Tanzschulen und viele mehr finden sich hier zusammen, um das Beste aus der Metropolregion Nürnberg herauszuholen und nach außen zu vermitteln. Die Vielfalt und -zahl der Mitglieder erfordert zugleich ein leistungsfähiges Verwaltungssystem: Denn was nutzt Vielfalt, wenn sie nicht genutzt wird? Mitglieder müssen erfasst, Neuzugänge dokumentiert und kommuniziert, die Struktur des Mitgliederpools beobachtet werden. Ein Zusammenschluss von der Größe des Marke-

tingvereins der Metropolregion Nürnberg braucht Mechanismen, die alle beteiligten Akteure zeitnah mit Informationen beliefern und sie untereinander vernetzen können. Der Marketingverein hat deswegen 2011 damit begonnen, eine neue Datenbank zur Mitgliederverwaltung einzurichten, um auf die geänderten Anforderungen eingehen zu können. Von nun kann z. B. der Schriftverkehr mit einer persönlichen Ansprache individuell gestaltet werden. Die neue Datenbank ermöglicht es zugleich, Rechnungen und Mitglieder zu verwalten. Sie schafft nicht nur einen Überblick über Gremien; sie lässt auch die Freiheit, neue Gremien anzulegen und vielfältige Auswertungen zu ziehen.

UNSER TEAM



Dr. Fabian Kern
Geschäftsführung
Tel.: +49 (0) 911/70 42 05 - 70
E-Mail: fabian.kern@metropolregion-nuernberg.de



Saskia Reiß
Projektleitung
Tel.: +49 (0) 911/70 42 05 - 74
E-Mail: saskia.reiss@metropolregion-nuernberg.de



Jutta Vennemann
Mitgliederverwaltung, Teamassistenz
Tel.: +49 (0) 911/70 42 05 - 70
E-Mail: jutta.vennemann@metropolregion-nuernberg.de



Michael Garkisch
Junior Projektleitung
Tel.: +49 (0) 911/70 42 05 - 72
E-Mail: michael.garkisch@metropolregion-nuernberg.de

FREIE MITARBEITER



Petra Schneider
Sekretariat, Teamassistenz
Tel.: +49 (0) 911/70 42 05 - 71
E-Mail: petra.schneider@metropolregion-nuernberg.de



Anja Olschewski
Werkstudent
Tel.: +49 (0) 911/70 42 05 - 72
E-Mail: anja.olschewski@metropolregion-nuernberg.de



Stefan Wieseckel
IT-Support
E-Mail: admin@metropolregion-nuernberg.de

AUSBLICK

KURZER ÜBERBLICK

Die Europäische Metropolregion Nürnberg national und international bekannt zu machen, ist eine wunderbare Aufgabe. Der Marketingverein freut sich auf das neue Jahr 2012: Dort setzt er auf Strategien, die die Region mit allen Sinnen erlebbar machen. Mit dem Startschuss der erweiterten Homepage im November 2011 wird Platz für Imagefilme geschaffen, die in faszinierenden Bildern von Landschaften, Firmen, Menschen und Geschichten der Region erzählen. Die neue Bilddatenbank wird es erleichtern, die Metropolregion Nürnberg nach außen zu kommunizieren. Über die jungen Medien Facebook, Twitter und You Tube wollen wir neue Zielgruppen für die Metropolregion Nürnberg begeistern. Damit möchten wir Studierende, Absolventen und junge Fachkräfte erreichen. Ein Jingle – etwa für Telefonwarteschleifen – wird die Marke der Metropolregion Nürnberg zudem um ein akustisches Erkennungsmerkmal erweitern: Hier wird der Marketingverein mit der a cappella Band Viva Voce zusammenarbeiten. Die Initiativen der Regionalkampagne „Original Regional“ werden den Gaumen der Region zum Schwärmen bringen: Sei es auf dem gemeinsamen Marktstand am Nürnberger Hauptmarkt oder auf dem gemeinsamen Stand auf der Consumenta 2012. Die neue Homepage der Regionalkampagne „Original Regional“ wird inter-

essierte Verbraucher, Medien und Teilnehmer über Neues und Grundsätzliches informieren. Der Entdeckepass wird auch 2012 Einheimischen und Gästen die Türen zu Erlebnisparks, Museen, Bädern, Restaurants und Vielem mehr öffnen. Der „Jobstar“ Preis soll 2012 wieder verliehen werden. Und Mitglieder werden selbstverständlich weiterhin mit dem Online-Newsletter „Marketing Aktuell“ auf dem Laufenden gehalten.

Es gibt viel zu tun – das schaffen wir nur gemeinsam! Deswegen werden wir auch 2012 wieder Mitgliederveranstaltungen mit interessanten Themen organisieren, auf denen wir diskutieren, neue Ideen kreieren, Entwicklungen auswerten und uns austauschen können. Denn 15 Jahre nach der Gründung stehen wir noch am Anfang – auch wenn wir bereits einige Achtungserfolge erzielt haben. Weitere müssen und werden folgen: Denn wir wollen die bevorzugte Heimat für kreative Köpfe aus aller Welt sein. In Zusammenarbeit mit den Foren, der Geschäftsstelle der Metropolregion, der IHK Nürnberg für Mittelfranken und zusammen mit vielen Persönlichkeiten, die die Metropolregion ausmachen und prägen, werden wir diesem Ziel Jahr für Jahr näher kommen. Wir freuen uns darauf!

Ihr Marketingverein

MITGLIEDER VORSTAND

Dr. Siegfried Balleis

1. Vorsitzender
Oberbürgermeister Stadt Erlangen

Herbert Eckstein

2. Vorsitzender
Landrat Landkreis Roth,
Politischer Sprecher Forum Marketing / Fachbeirat

Heinz Brenner

3. Vorsitzender
Leiter Regionalreferat Siemens AG
Erlangen/ Nürnberg

Wolfgang Dandorfer

Oberbürgermeister Stadt Amberg

Richard Reisinger

Landrat Landkreis Amberg-Sulzbach

Carda Seidel

Oberbürgermeisterin Stadt Ansbach

Rudolf Schwemmbauer

Landrat Landkreis Ansbach

Andreas Starke

Oberbürgermeister Stadt Bamberg

Dr. Günther Denzler

Landrat Landkreis Bamberg

Dr. Michael Hohl

Oberbürgermeister Stadt Bayreuth

Hermann Hübner

Landrat Landkreis Bayreuth

Eberhard Irlinger

Landrat Landkreis Erlangen-Höchstadt

Reinhardt Glauber

Landrat Landkreis Forchheim

Dr. Thomas Jung

Oberbürgermeister Stadt Fürth

Matthias Diebl

Landrat Landkreis Fürth

Albert Löhner

Landrat Landkreis Neumarkt i.d.Opf.

Walter Schneider

Landrat Landkreis Neustadt a.d. Aisch-Bad
Windsheim

Dr. Ulrich Maly

Oberbürgermeister Stadt Nürnberg

Armin Kroder

Landrat Landkreis Nürnberger Land

Matthias Thürauf

Oberbürgermeister Stadt Schwabach

Robert Westphal

Stellvertretender Landrat Landkreis
Weißenburg-Gunzenhausen

Markus M. Löttsch

Hauptgeschäftsführer Industrie- und
Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

Heinrich Mosler

Präsident Handwerkskammer Mittelfranken

MITGLIEDER FORUM MARKETING / FACHBEIRAT

KERNTTEAM

Herbert Eckstein

Politischer Sprecher Forum Marketing / Fachbeirat,
Landrat Landkreis Roth,
2. Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins

Peter Ottmann

Fachlicher Sprecher Forum Marketing / Fachbeirat,
Geschäftsführer der NürnbergMesse GmbH

Dr. Fabian Kern

Geschäftsführer Forum Marketing / Fachbeirat,
Geschäftsführer Marketingverein

Heinz Brenner

3. Vorstandsvorsitzender des Marketingvereins,
Leiter Regionalreferat Erlangen/ Nürnberg
Siemens AG

Rita Kamm-Schubert

Fachausschuss Kommunikation IHK Nürnberg für
Mittelfranken

Michael Nordschild

Geschäftsführer der Nürnberger Initiative für die
Kommunikationswirtschaft e. V.

Dr. Siegfried Zelnhefer

Vorstandsvorsitzender Presseclub Nürnberg e. V.
und Leiter Presse- und Informationsamt Stadt
Nürnberg

ERWEITERTER KREIS

Dr. Manuel Becher

Geschäftsführer der Bayreuth Marketing &
Tourismus GmbH

Ute Baumann

Medienbeauftragte Windsbacher Knabenchor

Michael Capek

Wirtschaftsförderung Landkreis Neustadt a. d.
Aisch-Bad Windsheim

Margit Frauenreuther

Regionalmanagerin Landkreis Neustadt a. d.
Waldnaab

Jürgen Haasler

Geschäftsführer Marketing Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH

Klaus Häffner

Dr. Kurt Hesse
Leiter Kommunikation IHK Nürnberg
für Mittelfranken

Andrea Janker

Geschäftsführerin Pro Weiden e. V.

Beatrice Kappler

Stiftungsbeauftragte Windsbacher Knabenchor

Dr. Michael Kläver

Marketingleiter Sparkasse Nürnberg

Jürgen Kohstall

Leiter Marketing Flughafen Nürnberg GmbH

Hans-Jürgen Krieg

Head of Corporate Development HL-Studios GmbH

Joachim Oppold

Leiter Öffentlichkeitsarbeit Stadt Bayreuth

Christian Oswald

Geschäftsführer Vend Consulting GmbH

Dr. Andreas Rösch

Sachgebietsleiter Wirtschaftsförderung und
Kreisentwicklung Landkreis Forchheim

Dr. Peter Schenk

Geschäftsführer Oberfranken Offensiv / Forum
Zukunft Oberfranken

Peter Schultze

Präsident Marketing-Club Nürnberg e. V.,
Geschäftsführer der Kommunikationsagentur
Schultze.Walther.Zahel.GmbH

Erik Seifert

Geschäftsführer KonzeptQuartier® GmbH

Dr. Christa Ständecker

Geschäftsführerin Geschäftsstelle Europäische
Metropolregion Nürnberg

Heiner Stix

Leitung Marketing Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

Petra Strobl

Vorstand Amberger Congress Marketing,
Geschäftsführerin Amberger Congress Centrum

MITGLIEDER KURATORIUM

Hans-Peter Schmidt

1. Vorsitzender,
Aufsichtsratsvorsitzender Nürnberger
Versicherungsgruppe

Richard Bartsch

Bezirkstagspräsident Bezirk Mittelfranken

Dr. Thomas Bauer

Regierungspräsident Regierung von Mittelfranken

Gerd Bise

BiseFairConsulting

Dipl.-Ing. Hans-Günther Bochmann

Johann Bögl

Gesellschafter Max Bögl Bauunternehmung GmbH
& Co. KG

Dipl.-Ing. Claus Bolza-Schünemann

Präsident Industrie- und Handelskammer
Würzburg – Schweinfurt

Prof. Dr. Michael Braun

Rektor Georg-Simon-Ohm-Hochschule für
angewandte Wissenschaften – Fachhochschule
Nürnberg

Dr. Franz Ehrnsperger

Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger e. K.

Peter Esser

Präsident Industrie- und Handelskammer
Regensburg für Oberpfalz / Kelheim

Dr. Matthias Everding

Vorstandsvorsitzender Sparkasse Nürnberg

Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell

Geschäftsführender Gesellschafter Faber –Castell
Aktiengesellschaft,
Vorsitzender Industrieverbandes Schreib- und
Zeichengeräte e. V.

Prof. Dr. Elmar Forster

Hauptgeschäftsführer Handwerkskammer
Mittelfranken

Dr. Hermann Franz

Prof. Dr. Karl-Dieter Gröske

Präsident Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

Klaus Häffner

Dipl. Kfm. Ekkehard Harms

Geschäftsführer J. L. Orth GmbH

Friedrich Herdan

Präsident Industrie- und Handelskammer zu
Coburg

Prof. Dieter Kempf

Vorstandsvorsitzender DATEV eG

Heiko Könicke

Geschäftsführer AFAG Messen und Ausstellungen
GmbH

Prof. Prof. h. c. mult. Dr. h. c. Bernhard Krämer

Karl-Heinz Krüger

Geschäftsführer Flughafen Nürnberg GmbH

Peter Kurz

Geschäftsführer LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG

Dr. Werner Lang

Geschäftsführer MEKRA Lang GmbH & Co. KG,
Vizepräsident Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

Prof. Dr. Gerhard Mammen

Präsident Hochschule für angewandte
Wissenschaften-Fachhochschule Ansbach

Gunther Oschmann

Geschäftsführender Gesellschafter Telefonbuch
Verlag Hans Müller GmbH & Co

Dr. Karl-Friedrich Ossberger

Geschäftsführender Gesellschafter Ossberger
Landtechnik GmbH & Co,
Vorsitzender Industrie- und Handelsgremiums
Weißenburg

Peter Ottmann

Geschäftsführer NürnbergMesse GmbH

Dr. Bernd Rödl

Gesellschafter Rödl & Partner GbR

Gert Rohrseitz

Geschäftsinhaber ECKA Granulate GmbH & Co

Oskar Schlag

Arvena Hotels, Schlag oHG Gesellschafter der
Fa. Büro-Einrichtungszentrum Högner GmbH

Maria-Elisabeth Schaeffler

Gesellschafterin Schaeffler GmbH

Renate Schmidt

Dr. Markus Söder

Staatsminister für Umwelt und Gesundheit, MdL

Dirk von Vopelius

Präsident Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

Dr. Wolfgang Wagner

Präsident Industrie- und Handelskammer für
Oberfranken Bayreuth

Jürgen Wechsler

Gewerkschaft IG Metall

Friedrich K. Weidemann

Wilhelm Wenning

Regierungspräsident Regierung von Oberfranken

Harald W. Wiedfeld

Geschäftsführer Fränkische Landeszeitung GmbH

Dagmar Wöhrl

MdB Vorsitzende Ausschusses für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung

Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst

Vorstandsvorsitzender GfK SE



metropolregion nürnberg

KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

**Marketingverein der Europäischen
Metropolregion Nürnberg e. V.**

Ostendstraße 100, 90482 Nürnberg

Telefon: +49 (0) 911/70 42 05-70

Telefax: +49 (0) 911/70 42 05-79

E-Mail: info@metropolregion-nuernberg.de

Internet: www.metropolregion-nuernberg.de