



FRANKEN
EIGENSTÄNDIGE
REGION
IN EUROPA

50 JAHRE
FRÄNKISCHE
ARBEITSGEMEINSCHAFT

Impressum

Festschrift
der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft e.V.
zu ihrem 50jährigen Bestehen
Hrsg: Fränkische Arbeitsgemeinschaft e.V.
1. Vorsitzende Emmi Weiß, Schwabach
Redaktionelle Beratung: Dr. Alexander von Papp
Druck: Druckerei H. Millizer, April 1998
Ein besonderer Dank gilt der Dresdner Bank AG,
Nürnberg, für die finanzielle Unterstützung zum
Druck der Festschrift.

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	Seite 3
2. Die Stimme Frankens darf nicht verstummen! Grußwort des früheren Vorsitzenden Dr. Sommerschuh	Seite 4
3. Gemeinsam Franken stark machen! Grußwort der Arbeitsgemeinschaft der fränkischen Oberbürgermeister	Seite 5
4. Franken in Bayern bleibt ein Problem! von Walter Müller	Seite 7
5. Franken-Marketing von Dr. Alexander von Papp	Seite 15
6. Autorenverzeichnis	Seite 35
7. Verzeichnis der Publikationen der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft	Seite 35
8. Dresdner Bank: „Zum Euro haben wir einen besonderen Draht...“	Seite 36

FRANKEN
EIGENSTÄNDIGE
REGION
IN EUROPA

Festschrift der
Fränkischen Arbeitsgemeinschaft e. V.
zu ihrem 50jährigen Bestehen

VORWORT

Die Fränkische Arbeitsgemeinschaft e.V. besteht 50 Jahre, 1948 - 1998, und doch gibt es keinen Grund zum Jubeln. Denn den „Wermutstropfen“ des Vereins gibt es immer noch, sich gegenüber der Staatsregierung für die Belange und gegen die Benachteiligung Frankens einsetzen zu müssen.

Gewaltlos, aber beharrlich bestehen die Franken auf ihrem Recht der Wiederherstellung ihrer regionalen Selbstverantwortung. Jeder, der dazu beiträgt, das Ziel zu erreichen, darf sich des Dankes dieses starken, christlichen Volksstammes sicher sein.

Im Namen der gemeinsamen Sache danke ich allen treuen Mitgliedern und Freunden der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft und rufe ihnen zu: Bleiben Sie den Anliegen Frankens weiter verbunden. Kämpfen Sie weiter! Europa besteht nicht nur aus Nationen, sondern zu allererst aus Regionen - und Franken ist eine davon, wenn auch leider noch nicht offiziell anerkannt.

Herzlichen Dank sage ich den Vorständen Bürgermeister Helmut Vogel, Stadtrat Norbert Eimer, Herbert Pfitschler und Bürgermeister Franz Schmuck sowie den Beiratsmitgliedern Karl Boesch, Walter Müller, Bürgermeister Claus Pierer, Georg-Dieter Ludwig, Margarete Christian, Dr. Andreas Merklein und Dr. Alexander von Papp (auch als Verbindungsglied zu den fränkischen Oberbürgermeistern) und Archivar Dr. Michael Kroner, die die Fahnen hoch halten und viel ehrenamtliche Zeit im Verein investieren.

Ein ganz besonderes Dankeschön spreche ich dem langjährigen 1. Vorsitzenden der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft, Dr. Dietrich Sommerschuh, aus, der anlässlich der 50jährigen Jubiläumsfeier zum ersten Ehrenvorsitzenden ernannt wird.



Sie liebe Leser, bitte ich, sich Zeit zu nehmen, diese kleine, aber aktuelle Festschrift zu lesen und, wenn nötig, Anregungen zu geben. Vielen Dank.

Meine Zukunftsvision der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft hat der Franke Friedrich Rückert so ausgedrückt:

*„Nicht wachsen siehst du,
wie aufmerksam du bist, das Gras;
doch merkst Du bald, daß es gewachsen ist.
So tröste dich:
Wo gleich nicht das Gedeihen erschien
von jedem Werk,
zuletzt auf einmal ist's gedieh'n.“*

Emmi Weiß
Emmi Paula Weiß

Die Stimme Frankens darf nicht verstummen!

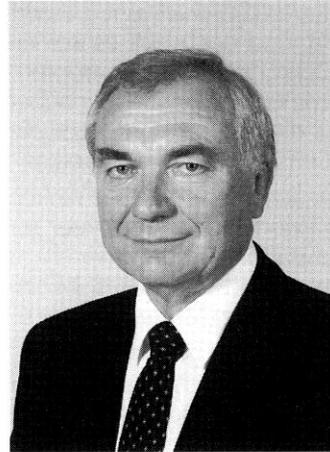
4

„Das Ziel der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft ist vor allem die Schaffung einer wahren Parität der zwei großen Stämme, der Bayern und Franken, eine gewisse Zurückdrängung der Hegemoniestellung Oberbayerns und Münchens“ (Programm der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft vom Oktober 1950).

Die Vorsitzenden der FAG, Dr. Friedrich Bergold (1948-1971), Landrat Paul Keim (1971-1985), Bürgermeister Helmut Vogel (1986), Landrat a.D. Dr. Dietrich Sommerschuh (1987-1996) und Frau Emmi Weiß (seit 1997) samt Mitgliedern des Beirats haben über fünf Jahrzehnte hinweg intensiv daran gearbeitet, Frankens Stellung im bayerischen Staatsverband zu stärken. Der Schutz Frankens vor Benachteiligungen und das Hinlenken staatlichen Handelns auf die vielfältigen Belange dieser liebenswerten Region standen im Mittelpunkt aller Bemühungen unseres Vereins. Die staatliche Einheit des Freistaates Bayern ist dabei nie in Frage gestellt worden.

Ein meßbares Ergebnis aller (ehrenamtlichen) Anstrengungen ist nicht zu ermitteln.

Die gegenwärtige Lage Frankens wird durch eine hohe Arbeitslosigkeit beeinträchtigt, die einstige industrielle Stärke bröckelt ab. Von den großen im Landtag vertretenen Parteien kann keine Vertretung ausschließlich gesamtfränkischer Interessen erwartet werden. Deshalb müssen sich die Franken und für sie die FAG auch in Zukunft darum bemühen, den Prozeß, eine gesamtfränkische Interessensvertretung zu entwickeln, verstärkt fortzuführen. Ein „Franken-Marketing“, getragen von den kommunalen Ebenen (Bezirke,



Städte, Landkreise und Gemeinden) und den wichtigsten Verbänden, könnte dazu beitragen, der Stimme Frankens noch mehr Geltung zu verschaffen.

Meine besten Wünsche für ein erfolgreiches Wirken begleiten die „Aktiven“ der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D. Sommerschuh', written in a cursive style.

Dr. Dietrich Sommerschuh

Gemeinsam Franken stark machen!

Der unermüdliche Einsatz für die Interessen Frankens ist heute immer noch und wieder so wichtig wie vor 50 Jahren, als sich die Fränkische Arbeitsgemeinschaft gründete. Mit der Gratulation zum 50jährigen Bestehen verbindet sich deshalb zunächst der Wunsch, das Wirken der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft zu würdigen und ihr zu danken für die damit verbundene Arbeit: das ständige Aufmerksamsein, Überlegen und Auftreten für die Anliegen Frankens.

Zum Jubiläum der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft gratulieren deshalb sehr gerne die fränkischen Oberbürgermeisterinnen und Oberbürgermeister, deren Arbeitsgemeinschaft erst vor 10 Jahren in Würzburg gegründet wurde, um ebenfalls für die Sache Frankens einzutreten und dafür das Gewicht der Städte einzubringen.

Auf dem Weg in das nächste Jahrhundert sollten wir es schaffen, die Gemeinsamkeiten in Franken stärker zu betonen und für die Bürger sichtbar zu machen. Denn unser gemeinsames Ziel ist, die Lage Frankens in Bayern zu verbessern, Benachteiligungen abzubauen und die regionale Entwicklung Frankens gemeinsam voranzubringen und durch gemeinsame Initiativen und Kreativität verstärkt in die eigene Verantwortung zu übernehmen. Im Blick auf das zusammenwachsende Europa muß es unser gesamtfränkisches Interesse sein, eine eigene Vertretung in Europas Ausschuß der Regionen und eine direkte Beteiligung an den europäischen Entscheidungsprozessen zu erreichen.

Unsere guten Wünsche gelten allen Mitgliedern der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft und ihrer weiteren Entwicklung.



Jürgen Weber

Jürgen Weber
Oberbürgermeister der Stadt Würzburg
Sprecher der Arbeitsgemeinschaft
der fränkischen Oberbürgermeister

Franken in Bayern bleibt ein Problem

Walter Müller

Unsere Fränkische Arbeitsgemeinschaft ist im Jahre 1948, also schon vor einem halben Jahrhundert, gegründet worden. Um ihren Standpunkt und ihre Absichten zu erläutern, hat sie im folgenden Jahr eine Broschüre aus der Feder ihres Gründungsmitgliedes Dr. Hanns Meinhart erscheinen lassen, unter dem Titel: „Franken in Bayern - ein Problem!“ Darin hat der Verfasser den Zeitraum beleuchtet, seitdem es dieses „Franken in Bayern“ gibt, und herausgestellt, welche Nachteile in staatlicher, wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht sich für Franken während rund anderthalb Jahrhunderten seiner Zugehörigkeit zum bayerischen Staatsverband ergeben hätten und wie diese bereinigt werden sollten.

Das mir heute gestellte Thema wirft also die Frage auf, wieso ein schon vor fünf Jahrzehnten erkanntes und angesprochenes Problem denn immer noch vorhanden und nicht gelöst sei, ein Problem, dessen sich unsere „Fränkische Arbeitsgemeinschaft“ doch ihren eigenen Erklärungen zufolge unmittelbar mit aller Entschlossenheit annehmen wollte.

Woran liegt das? Und: Worin liegt eigentlich dieses Problem? Ist es im Grunde ein fränkisches Problem oder mehr ein bayerisches?

Nun, ich meine, es ist, zumindest seinem Ursprung nach, zunächst ein bayerisches. Sein Ursprung ist nämlich ein Stück bayerischer Geschichte, und zwar eines, das die übliche Landesgeschichtsschreibung gerne vernachlässigt, auf das wir aber um unserer Fragestellung willen näher eingehen müssen.

Bayerns Problem: Habsburg

Das Land Bayern war ursprünglich eines der deutschen Stammesherzogtümer, wie etwa das der Franken, der Schwaben oder der Sachsen. Es hatte sich durch die Siedlungstätigkeit des Bajuwarenstammes von seinem zwischen Alpen und Donau gelegenen Kerngebiet beträchtlich nach Süden - in den Alpenraum hinein - und nach Osten - donauabwärts - ausgedehnt. Doch gingen diese Neusiedlungsgebiete schon im Laufe des Mittelalters Stück für Stück wieder verloren, und zwar größtenteils an das aufstrebende Herrschergeschlecht der Habsburger. So sah sich das bayerische Staatswesen am Ende wieder auf sein Ursprungsland zurückgedrängt. Hingegen verblieb der größere Teil des bajuwarischen Siedlungsgebietes außerhalb des alten bayerischen Stammesherzogtums. Dieses sogenannte „Österreich“ verlieh allmählich dem Hause Habsburg zusammen mit anderen Erwerbungen eine Machtposition, die der des bayerischen Ursprungslandes deutlich überlegen war. Unter diesen Umständen konnten die Herrscher Bayerns auf eine Rückgewinnung von solchem habsburgisch gewordenen bajuwarischen Siedlungsboden natürlich kaum hoffen, bis sich hierfür im Zuge eines grundlegenden Wandels der Machtverhältnisse in Europa eine unverhofft günstige politische Konstellation herausbildete: Dies geschah im Gefolge der Großen Französischen Revolution, am Anfang des vorigen Jahrhunderts. Damals hatte sich der französische General Napoleon Bonaparte zum Herrn seines Landes aufgeschwungen und wollte sich nun ganz Europa unterwerfen. Er hatte zu diesem Zweck den Kampf gegen die konkurrie-

rende Macht auf dem Kontinent aufgenommen, also gegen das Haus Habsburg. Auf der Suche nach Bundesgenossen kam ihm gelegen, daß der Herrscher des als Vorposten gegen Österreich günstig gelegenen Bayernlandes, der Kurfürst Max Joseph, in jüngeren Jahren als Oberst in französischen Diensten sein Waffenbruder gewesen war. So zögerte er nicht, den von ihm zurückgedrängten Österreichern erhebliche Gebiete bayerischen Stammesbodens, nämlich Tirol, Salzburg und Teile Oberösterreichs, abzunehmen und sie dem - 1806 von ihm mit einer Königskrone ausgestatteten - Bayernherrscher zuzuschancen.

Diese Rückgewinnung alten bayerischen Landes sollte indessen für das neue Königreich Bayern nicht von langem Bestand sein; sie sollte Napoleons Herrschaft über Europa nicht überdauern. Aber dem bayerischen Staatsmann Maximilian von Montgelas, einem in München geborenen Altbayern mit väterlicherseits savoyischen Vorfahren, gelang es, seinen König noch recht rechtzeitig vor der entscheidenden Niederlage Napoleons in der Völkerschlacht bei Leipzig auf die Seite Österreichs und seiner Verbündeten herüberzuziehen und Bayern für diesen Seitenwechsel im Vertrag von Ried eine entsprechende Belohnung zu sichern. Es sollte für alle an Habsburg zurückzugebenden Gebiete in vollem Umfang entschädigt werden. Der österreichische Staatskanzler Metternich wußte auch sehr wohl, wo solche „Entschädigungsländer“, wie der offizielle Ausdruck lautete, am besten und gleich im Anschluß an das bayerische Territorium zu finden sein würden, nämlich vor allem in Franken.

Frankens Problem: Land ohne Herzog

Das Land zu Franken war bis zum Ende des Alten Reiches ein Konglomerat von Kleinstaaten gewesen, wo Fürstbischöfe und Markgrafen, Reichsstädte, Reichsgrafen und Reichsritter unter dem luftigen Dach des Fränkischen Reichskreises mehr neben- als miteinander gelebt hatten. Erst in letzter Stunde hatte einer der Großen im Reich sein Auge auf diese bunte Kleinstaatenwelt geworfen, und zwar das Königreich Preußen, dem der letzte Markgraf die hohenzollerischen Stammlande Ansbach und Bayreuth verkauft hatte. Die preußische Regierung hatte ihren Staatsminister Karl August von Hardenberg als Gouverneur nach Ansbach entsandt, der nicht nur die markgräflichen Lande einer grundlegenden Verwaltungsreform unterwarf, sondern auch den Anschluß der Nachbargebiete, bis hin zur Reichsstadt Nürnberg, an diese neue, modern organisierte preußische Außenprovinz betrieb.

Aber die große europäische Politik, vor allem der Konflikt mit Napoleon, hatte dem preußischen Versuch, nach Süddeutschland auszugreifen, ein jähes Ende bereitet und das fränkische Land zuletzt zu einer wohlfeilen Verfügungsmasse der Wiener Kongreßmächte werden lassen. So wurde es, mit Ausnahme eines Randstreifens im Norden und Nordwesten, auf Metternichs Betreiben zu einem Bestandteil des Königreiches Bayern gemacht.

Damit aber war das Problem geschaffen, das die Menschen im weißblau eingefriedeten Raum bis heute beschäftigt: Franken in Bayern.

Es ist dem Königreich und somit auch dem späte-

ren Freistaat Bayern vom Wiener Kongreß in die Wiege gelegt worden. Und weil sich am Grenzverlauf des in Wien auf dem Reißbrett entworfenen neuen Bayernlandes - das ich „Kongreßbayern“ nennen möchte - seither ja kaum etwas wesentliches geändert hat, müssen wir uns auch heute mit eben diesem Problem befassen.

Ungleiche Nachbarn

Das Bayernland und das Frankenland hatten, bis sie durch das Machtwort des Wiener Kongresses zusammengeführt wurden, herzlich wenig miteinander gemein.

Die Bayern, also die Abkömmlinge des bajuwarischen Volksstammes, gehören wie die Schwaben, die Alemannen, zu den oberdeutschen Stämmen, deren Siedlungsgebiet im Bereich der Alpen und ihres nördlichen Vorlandes bis hin zum Donautal liegt. Hingegen zählt der Frankenstamm zu den Mitteldeutschen, die zwischen dem Einzugsgebiet der Mosel und der heutigen deutschen Ostgrenze an Oder und Neiße anzutreffen sind.

Zu diesem landsmannschaftlichen Wesensunterschied kommt noch eine historische Sonderstellung, die der uns hier interessierende ostfränkische Raum durchlaufen hat. Sie hat seinen Unterschied zu den anderen deutschen Stammesherzogtümern, vor allem zum bayerischen, noch größer werden lassen.

Frankens Lage im Herzen des sich herausbildenden Deutschen Reiches mußte natürlicherweise schon bald das besondere Interesse der zentralen Reichsgewalt erwecken. Während sich andere Stammesherzogtümer ungehindert ihres Eigenlebens erfreuen konnten, waren die jeweiligen

deutschen Könige bzw. Kaiser bestrebt, das zentral gelegene Frankenland nicht in andere Hände fallen zu lassen. Die Herzöge von Bayern, Schwaben oder Sachsen wurden zu mächtigen Fürsten im Reich. Das Herzogtum Franken aber galt herkömmlicherweise als Königsland, das keinen anderen Herrn haben sollte als den König und Kaiser des Reiches, mochte sich auch der Fürstbischof von Würzburg mit dem Titel eines „Herzogs von Franken“ schmücken; das war ein bloßer Ehrentitel ohne machtpolitischen Inhalt, zumal ein geistlicher Fürst keine Dynastie gründen konnte. Indessen verringerte sich das Interesse der Reichsgewalt an der fränkischen „Königsprovinz“ immer mehr, als die Herrscherwürde im Hause Habsburg praktisch erblich geworden war und die Träger der Krone sich vornehmlich der Stärkung ihrer österreichischen Hausmacht widmeten. Franken blieb mehr und mehr sich selbst überlassen, mit dem bereits erwähnten Ergebnis eingeschränkter Kleinstaaterei; dagegen gelang es im bayerischen Nachbarland an der Schwelle vom Mittelalter zur Neuzeit dem tatkräftigen Herzog Albrecht IV., dem reichsweit zu beobachtenden Zerfallsprozeß der Stammesfürstentümer in seinem Einflußgebiet Einhalt zu gebieten und wesentliche Teile des alten Bayernherzogtums wieder zu einem einzigen Staatswesen zu vereinigen.

Die beiden so ungleich entwickelten Lande, Franken und Bayern, hatte nun der Wiener Kongreß zusammengeführt.

Schwaben in Bayern: kein Problem

Neben den gegensätzlichen Bestandteilen an altbayerischem und fränkischem Stammesboden

hatte unser „Kongreßbayern“ im übrigen noch einen schwäbisch besiedelten Landstrich zwischen Lech und Iller erhalten. (Dazu kam nachträglich auch noch ein linksrheinisches Gebiet kurpfälzischer Herkunft, unter anderem mit der Heimatstadt des Königshauses, Zweibrücken, hinzu; dieses kann jedoch für unsere Überlegungen außer Betracht bleiben, weil es am Ende des Zweiten Weltkrieges durch die Besatzungsmächte von Bayern abgelöst und dem neugebildeten Lande Rheinland-Pfalz zugeschlagen worden ist.) Indessen sind die schwäbischen „Entschädigungsländer“, die Bayern gleichzeitig mit den fränkischen erhalten hatte, im Königreich wie im späteren Freistaat niemals zu einem Problem geworden.

Das liegt keineswegs nur daran, daß diese schwäbischen Gebietserwerbungen weitaus weniger Land und Leute umfaßten als die fränkischen. Wesentlich wichtiger ist schon, daß sich, wie bereits gesagt, die Schwaben und die Bayern als Oberdeutsche landsmannschaftlich näherstehen, als dies bei beiden gegenüber den Franken der Fall ist. Zwar markiert das Lechtal im großen und ganzen deutlich eine mundartliche Sprachgrenze zwischen dem schwäbischen und dem bayerischen Idiom, aber die sogenannte Schwäbisch-Bayerische Hochebene stellt sich geographisch und strukturell doch als eine Einheit dar. Zudem ist die Mundartgrenze an einer wichtigen Stelle seit langem aufgeweicht, nämlich im Bereich der ehemaligen Reichsstadt Augsburg. Deren Bewohner sprechen nämlich ein Schwäbisch, das Anklänge an die bayerische Mundart deutlich vernehmbar macht und geradezu eine ideale sprachliche Brücke zwischen dem alemannischen und

dem bajuwarischen Idiom bildet. Noch dazu liegt Augsburg unmittelbar an der Grenze zum altbayerischen Herzogsland; es ist aber, weil es alle anderen Städte zwischen Lech und Iller an Größe und Bevölkerungszahl weit überragt, der natürliche, unbestreitbare Hauptort des ganzen Landstrichs, der dadurch insgesamt nach Osten ausgerichtet und gegebenenfalls auf den nicht allzu weiten Weg zur Landeshauptstadt München verwiesen wird. Im Notfall aber bleibt den schwäbischen Untertanen des weiß-blauen Landes immer noch der Rückhalt im Westen, wo der Großteil des Schwabenvolkes über eine eigene Staatlichkeit mit der „Schwabenhauptstadt“ Stuttgart verfügt. Kurzum: Schwaben in Bayern ist in keiner Hinsicht ein Problem. Die bayerischen Schwaben sind mit ihrem Los zufrieden, der etwaige Beschwerdeweg nach München ist relativ kurz und daher werden aufmüßige Franken bei den Schwaben zwischen Lech und Iller schwerlich Bundesgenossen gegen München finden; auch unsere Fränkische Arbeitsgemeinschaft ist damit bislang noch auf keinen grünen Zweig gekommen.

Der Seitenblick auf Schwaben macht uns besonders deutlich, daß unser Problem eindeutig und ausschließlich „Franken in Bayern“ heißt.

So leicht nämlich das Schwabenland zwischen Lech und Iller als Zuwachs für den bayerischen Staat zu verkräften war, so schwierig mußte die Einverleibung Frankens werden, und zwar nicht nur wegen seiner landsmannschaftlich mitteldeutsch geprägten und seiner auf Reichsfreiheit ausgerichteten kleinstaatlichen Vergangenheit, sondern auch wegen seiner Größe, die das Staats-

ganze aus dem Gleichgewicht zu bringen drohte. Rechnete man nämlich diese fränkischen „Entschädigungsländer“ mit den schwäbischen und pfälzischen zusammen, so ergab sich ein Übergewicht der Neuerwerbungen gegenüber dem altbayerischen Bestand, und zwar sowohl, was die Landfläche, als auch, was die Bevölkerungszahl betraf.

Da mußten sich Montgelas und seine Mitarbeiter, von denen übrigens viele aus den Hohenzollerlanden Ansbach und Bayreuth und somit aus der Schule Hardenbergs kamen, schon gewaltig anstrengen, um diese Ernte richtig einzubringen und den altbayerischen Stammesstaat organisatorisch auf die kongreßbayerische Größe einzustellen. Sie mußten sich hierzu aller Künste bedienen, die der modernen, hauptsächlich in Frankreich entwickelten Verwaltungstechnik zur Verfügung standen. Es galt, einen völlig auf die Staatsspitze ausgerichteten, straff geführten Beamtenapparat aufzubauen, der örtlichen Sonderwünschen und Sonderbestrebungen keinen Spielraum ließ. So entstand ein zentralistischer Behördenstaat, der nach Möglichkeit noch bis in die letzten Gemeindeangelegenheiten hineinregierte. Im übrigen aber wurde der schon bei den Herrschern des Altertums beliebte Regierungsgrundsatz des „Teile und herrsche“ angewendet: Die große fränkische Landmasse, die dem bayerischen Königreich überantwortet worden war, teilte man nach einigem Hin und Her ganz willkürlich, unter bewußter Mißachtung aller gewachsenen Zusammenhänge, in drei Teile, die sorgfältig gegeneinander abgeschottet wurden. Zudem stattete man die so geschaffenen Gebietseinheiten, die zunächst als

Kreise und später als Regierungsbezirke bezeichnet wurden, nur sehr spärlich mit Entscheidungsbefugnissen aus, damit die Zentralinstanzen in München alles im Griff behalten konnten.

Und Bayerns zweiter König, der 1825 auf den Thron gelangte Ludwig I., tat darüber hinaus alles, um die Bewohner der neuen Landesteile ihre landsmannschaftliche Herkunft vergessen zu lassen. Schon im Schulunterricht wurde der jüngeren Generation ein Bild der Vergangenheit vermittelt, das einseitig auf die Geschichte des alten Herzogtums Bayern ausgerichtet war und das junge Königreich als die geradlinige Fortsetzung dieses bajuwarischen Stammesstaates erscheinen ließ. Für die Vielfalt und Andersartigkeit der neu erworbenen Territorien gab es im offiziellen Geschichtsbild, wie es von allen Bildungseinrichtungen des Landes gepflegt und gelehrt wurde, keinen Platz.

Ludwig I. ging sogar noch einen Schritt weiter. Bayerns Bevölkerung sollte sich nicht nur stammesmäßig als Einheit empfinden, sondern auch konfessionell. Daher griff der König auf den Staatsgedanken von einer „Bavaria Sancta Catholica“, einem „heiligen katholischen Bayern“, zurück, den zur Zeit des Dreißigjährigen Krieges der damalige Kurfürst Maximilian I. vertreten hatte. Mit seinem Bemühen, den - gerade in Franken weit verbreiteten - Protestantismus im öffentlichen Leben zurückzudrängen, kam König Ludwig allerdings beim evangelischen Volksteil übel an! Immerhin konnte er aber in den katholischen Gegenden Frankens gewisse Tendenzen fördern, sich von den andersgläubigen Nachbarn zu distanzieren und dafür mit den glaubensverwand-

ten Altbayern Tuchfühlung zu nehmen. Auch hier also galt der Grundsatz des „Teile und herrsche“. Alle diese Bemühungen und Maßnahmen der staatsbayerischen Politik, die von dem Bestreben diktiert waren, das doch recht künstlich zusammengefügte „Kongreßbayern“ zu einer Einheit zu formen und vor einem Auseinanderfallen zu bewahren, sind leider heute noch, am Ende des 20. Jahrhunderts, in ihren Auswirkungen nur allzu deutlich spürbar. Darin liegt unser Problem.

Konsequenzen für Franken

Gewiß ist vieles im Lauf der Zeit besser geworden, hat sich manche Kante abgeschliffen, aber ein grundlegender Wandel ist nicht zu verzeichnen. Zwar ist erfreulicherweise der Staatsapparat nicht mehr so engherzig auf die Landeshauptstadt fixiert wie in den Zeiten, als die Furcht vor einem Zerfall Kongreßbayerns in den Amtsstuben umging, aber die Abgabe von Zuständigkeiten an die mittleren und unteren Instanzen draußen im Lande hält sich immer noch in ziemlich engen Grenzen, und gar die Ansiedelung einer für ganz Bayern zuständigen Einrichtung außerhalb Münchens bleibt bis in unsere Tage eine löbliche Ausnahme, deren sich die hohe Obrigkeit jedesmal besonders zu rühmen für nötig hält.

Vor allem fehlt südlich der Donau noch oftmals das richtige Verständnis für den besonderen Charakter des Frankenlandes, das man einfach, und ohne viel zu denken, als „Nordbayern“ bezeichnet.

Und wenn es ums Verteilen staatlicher Gunstbeweise geht, dann schweift der Blick von Münchens Tümen zwar weit südwärts bis zu den Al-

pen, aber das Land im Norden, jenseits des Jura, bleibt außerhalb des Gesichtsfeldes und wird deshalb immer wieder einmal vergessen. Frankens natürliche Schwerpunkorte, vor allem Nürnberg und Bamberg, wissen nach wie vor ein Lied davon zu singen. Hier, wo sich normalerweise alle wirtschaftlichen und kulturellen Kräfte eines Volksstammes in einem hauptstädtischen Organismus bündeln müßten, macht sich das Fehlen einer eigenen fränkischen Staatlichkeit am schmerzlichsten fühlbar. Das landsmannschaftliche Kraftzentrum, wie es die Bayern, die Schwaben, die Sachsen, wie es alle deutschen Stämme in ihren Landeshauptstädten besitzen, müssen die Franken auf Grund der Entscheidung des Wiener Kongresses entbehren. Sie haben keinen eigenen Staat, der ihre besonderen Belange vertritt, der die Kraft und die Leistung ihrer Menschen, ihr reiches Erbe an natürlichen und kulturellen Werten ins rechte Licht rückt. Sie müssen sich von Fall zu Fall selbst bemerkbar machen, wenn sie nicht übersehen und übergangen werden wollen.

Dazu ist allerdings erforderlich, daß die Franken sich im rechten Augenblick einig sind und mit einer Stimme sprechen, die niemand überhören kann. Das fällt ihnen bei ihrer Unterschiedlichkeit, nicht zuletzt auch in geistiger und konfessioneller Beziehung, erfahrungsgemäß nicht leicht. Die Neigung zur Absonderung und Eigenbrödelei ist im fränkischen Volksstamm bedauerlicherweise stark ausgeprägt.

Umso schmerzlicher ist das Fehlen einer staatlichen Klammer fühlbar, die Frankens besondere Lebensart und Landeskultur zur Geltung bringen würde. Auf drei verschiedene Regierungsbezirke

in Bayern und auf eine Region in Baden-Württemberg, dazu noch auf Randgebiete in Thüringen und Hessen ohne irgendeine verwaltungsmäßige Zusammenfassung verteilt, laufen die Franken ständig Gefahr, überall zu kurz zu kommen, weil keine staatliche Stelle da ist, die für sie alle, für sie besonders, für sie allein spricht - notfalls auch gegenüber dem Staatswesen, dem sie ungefragt angehören.

Das ist der Gedanke, der unsere Vereinsväter vor einem halben Jahrhundert umgetrieben und zu dem Entschluß gebracht hat, die Fränkische Arbeitsgemeinschaft als eine unabhängige Vereinigung von freien Bürgern ins Leben zu rufen, mit der Aufgabe, Stimme und Gewissen Frankens zu werden und die fränkische Sache jederzeit und gegenüber jedermann zu vertreten. Sie haben diese Aufgabe tatkräftig und unerschrocken in Angriff genommen und ihr mit ihren bescheidenen Kräften unermüdlich und in vielerlei Weise gedient. Manches haben sie erreicht; aber vieles ist Wunschziel geblieben. Die Aktivitäten des Vereins im einzelnen aufzuzählen ist hier nicht der Platz. Aber daß insgesamt eine Besserung eingetreten ist, daß Frankens Stimme und Frankens berechnete Anliegen nicht mehr so leicht überhört und übergangen werden können wie ehemals, das darf sich nicht zuletzt unser Verein, unsere Fränkische Arbeitsgemeinschaft als Verdienst anrechnen.

Doch können wir nicht auf solchen Lorbeeren ausruhen wollen. Stetige Wachsamkeit ist geboten, wenn Franken vorankommen und nicht hinter den heutigen Stand zurückfallen soll. Noch liegt vieles im Argen. Der überkommene Zustand

der kongreßbayerischen Staatsorganisation ist noch weit entfernt von dem, was einem echten Dreistämmestaat der Bayern, Franken und Schwaben angemessen wäre. Wer sollte die Dinge vortreiben, wenn wir es nicht selbst tun? Genügt es, die Pflege fränkischer Kultur etwa einem Verein wie dem Frankenbund zu überlassen, den seit seiner Gründung die hohe Staatsbürokratie so fest im Griff hat, daß er eher zur Ruhigstellung als zur Förderung der fränkischen Landsmannschaft dienlich erscheint? Genügt es, fränkische Eigenart von Fall zu Fall in Brauchtum und Volkstracht, Musik und Schauspiel, Mundart und Literatur spartenweise zu kultivieren? Ist das Fränkische nur noch Folklore?

Unsere Vereinsväter haben es besser gewußt. Franken in Bayern ist ein Strukturproblem. Es ist das landsmannschaftliche Strukturproblem des kongreßbayerischen Staates von seiner ersten Stunde an; deshalb gibt es auch keine eigentliche, keine glatte Lösung des Problems, so lange dieser Staat eben besteht.

Und er wird wohl noch länger bestehen, ob uns das gefällt oder nicht. Diejenigen unter unseren Landsleuten, die unverzagt die Werbetrommel für eine Aufteilung Bayerns und für die Schaffung eines eigenen „Bundeslandes Franken“ rühren, haben unsere volle Sympathie. Aber sie haben derzeit alle erdenklichen Realitäten gegen sich. Zwar könnte unser Frankenland sehr wohl einen lebensfähigen Staats- und Wirtschaftskörper innerhalb der Bundesrepublik Deutschland bilden, selbst wenn es auf das Gebiet beschränkt würde, das heute innerhalb der weiß-blauen Grenzpfähle liegt, also ohne die Stammesgenossen drüben in

Baden-Württemberg, in Hessen und Thüringen. Aber mit dergleichen Selbständigkeitsbestrebungen werden die Franken im übrigen Deutschland heute kaum auf Verständnis, geschweige denn auf Unterstützung rechnen dürfen. Angesichts leerer Kassen denkt dort niemand daran, den sechzehn Bundesländern, von denen einige ständig auf finanzielle Hilfe der übrigen angewiesen sind, ein siebzehntes Land hinzuzufügen - und daß die bayerische Regierung alles tun wird, um die fränkische Melkkuh zu behalten, wissen wir alle zur Genüge. Schon der bescheidene Wunsch, die drei fränkischen Regierungsbezirke in irgendeiner Form - und sei es auch nur zur gemeinsamen Wahrnehmung kultureller Belange - in einer

„Provinz Franken“ zusammenzufassen, stößt bei den Münchner Zentralbehörden auf erbitterte Gegnerschaft.

Trotz aller Hilferufe nach Bonn oder nach Karlsruhe, nach Brüssel oder nach Luxemburg werden wir hierzulande also bis auf weiteres mit dem kongreßbayerischen Problem leben müssen. Einfach wird es nie werden, sich als Franken in Bayern zu behaupten: Wachsamkeit und Standfestigkeit sind jederzeit gefragt und geboten, in großen und auch in kleinen Dingen. Und hier hat unsere Fränkische Arbeitsgemeinschaft ihre Aufgabe: „Stimme und Gewissen Frankens“ soll sie sein und bleiben, damit sich Franken in Bayern behaupten kann, dem Problem zum Trotz!

Franken-Marketing

von Dr. Alexander von Papp

Einleitung

1. Frankens Zukunft im neuen Europa

2. Frankens Stärken

2.1 Hoher Lebenswert

2.2 Urbanes Leben

3. Ziele des Franken-Marketings

4. Zielgruppen in Franken

5. Analyse der Regionalstrukturen und Marktbedingungen

5.1 Strukturanalyse
(noch zu erstellen)

5.2 Image-Analyse
(noch zu erstellen)

6. Gemeinsame sektorale Ziele für Franken

6.1 Wirtschaft und Arbeitsplätze

6.2 Landwirtschaft

6.3 Verkehr

6.4 Bildung und Ausbildung

6.5 Kultur

6.6 Fremdenverkehr

6.7 Freizeit und Sport

6.8 Umweltschutz

6.9 Sozial- und Gesundheitswesen

7. Gemeinsame Projekte

8. Vorschläge für den weiteren Ablauf

9. Bisherige Arbeitsschritte

10. Die Region Franken im Überblick

Einleitung

Im zukünftigen europäischen Binnenmarkt sind die Regionen stark, die geschlossen auftreten und klares Profil zeigen: Für Franken¹⁾ besteht hier ein erhebliches Defizit. Die gesamtfränkischen Interessen werden nicht deutlich genug artikuliert und vertreten. Es gibt inzwischen nicht wenige Teilinitiativen in Franken. Die sind aber entweder regional oder institutionell oder sektoral begrenzt. Es fehlt ein gemeinsames „Franken-Marketing“,²⁾ das - über die Arbeit der kommunalen und überkommunalen Ebenen hinaus - zusätzliche Kräfte mobilisieren und Synergieeffekte erzeugen könnte.

Das vorliegende Papier erhebt nicht den Anspruch, „das“ Franken-Marketing zu sein. Es ist eine Arbeits- und Diskussionsgrundlage. Die Marketing-Strategie für eine vielgestaltige Region kann nur von allen Partnern gemeinsam in verschiedenen Arbeitsschritten erarbeitet und umgesetzt werden. Dazu haben die fränkischen Oberbürgermeister 1993 eine Initialzündung gegeben.

Sie beschlossen einen Konzeptentwurf, der Ansatzpunkte für ein Franken-Marketing vorstellte. Dieser Vorschlag wurde an alle fränkischen Körperschaften, Institutionen, Verbände, Gruppen, Initiativen und Abgeordneten gesandt, um sie zum Dialog über eine gemeinsame übergreifende Strategie für Franken zusammenzuführen. Sie alle wurden eingeladen, mitzuarbeiten und Anregungen oder Kritik beizusteuern.

Es kamen zahlreiche Stellungnahmen zurück. Sie gaben überwiegend ein sehr positives Echo und sicherten eine Mitwirkung auf vielen Ebenen zu. Die mitgeteilten textlichen Anregungen wurden, soweit möglich, in den ersten Entwurf eingearbeitet. Diese Fassung eines Konzeptes für ein Franken-Marketing wird im folgenden vorgestellt. Dabei wurde versucht, einerseits das Thema „rund“ zu behandeln, andererseits natürlich „Lücken“ für Anregungen/Mitarbeit, insbesondere im Hinblick auf nichtstädtische Kompetenzen, offenzuhalten und auch die Auseinandersetzung anzuregen.

¹⁾ Als Region Franken werden für dieses Konzept zunächst nur die drei bayerischen Regierungsbezirke Mittelfranken, Oberfranken und Unterfranken zusammengefaßt.

²⁾ Im Sinne eines „Dach-Marketings“ zur Förderung und Verstärkung aller teilregionalen Marketingaktivitäten.

1. Frankens Zukunft im neuen Europa

Frankens regionale Situation im zusammenwachsenden Europa hat sich durch die deutsche Einheit und durch die freiheitlichen Entwicklungen in Osteuropa verändert. Aus einer nachkriegsbedingten Randlage ist Franken wieder in eine zentrale Lage in Deutschland und Europa zurückgekehrt. Im neuen europäischen Haus ist Franken für seine Menschen und für seine Wirtschaft ein Raum mit guten Perspektiven. Aber die nötigen Entwicklungsimpulse kommen nicht von selber. Franken muß seine Chancen aktiv nutzen und den Herausforderungen der Zukunft offensiv begegnen.

- Der Wandel in Europa wird zu Neuorientierungen der Wirtschaftsaktivitäten, Investitionsflüsse, Verkehrsströme und räumlichen Entwicklungsachsen führen.
- Der Wettbewerb der Städte und Regionen vor dem Hintergrund knapper Ressourcen und sich verengender Entwicklungsspielräume wird sich verschärfen, vor allem auf wirtschaftlichem Gebiet. Um Investitionen, qualifizierte Arbeitskräfte, neue Arbeitsplätze usw. konkurrieren viele reizvolle, entwicklungsfähige und aktive Regionen.
- Dieser europaweite Wettbewerb wird eher die großen Zentren und Ballungsräume bevorzugen.

Franken muß auf diese Prozesse selber und aktiv einwirken, um nicht überrundet zu werden und in den „Windschatten“ der umliegenden Ballungsräume zu geraten. Zudem wird der europäi-

sche Binnenmarkt neue, größere Dimensionen fordern. Die Sicherung und Weiterentwicklung der wirtschaftlichen Grundlagen, der natürlichen Potentiale und der allgemeinen Lebensbedingungen kann sich deshalb nicht mehr auf die kleinen Gebiete der Kommunen und Landkreise beschränken. Auch die drei Regierungsbezirke sind einzeln dafür zu kleinmaßstäbig. Um in der europäischen Konkurrenz bestehen zu können, müssen künftig viele Anstrengungen und Entscheidungen für die gesamte Region gemeinsam unternommen werden.

Dazu bedarf es des solidarischen Miteinanders aller Kräfte und gemeinsamer Ziele für Franken. Es ist deshalb die Zeit gekommen, Frankens Standort klar zu definieren und im Wettbewerb der europäischen Regionen offensiv zur Geltung zu bringen.

2. Frankens Stärken

Unsere Region hat dabei eine gute Ausgangsposition:

- Franken ist ein harmonischer Lebens- und Wirtschaftsraum mit großer Wohn-, Freizeit- und Umweltqualität.
- Franken bietet vielfältiges urbanes Leben.
- Franken bedeutet geschichtlich, kulturell und sprachlich gefomte Identität, die in der Heimat verwurzelt ist.
- Franken ist Teil des weltweit bekannten und attraktiven Bundeslandes Bayern.

2.1 Hoher Lebenswert

Franken ist ein reizvoller Lebensraum ohne die Beeinträchtigungen der umliegenden überlaste-

ten Ballungsgebiete. Die 23.000 Quadratkilometer große Region mit vier Millionen Menschen bietet in allen Bereichen viele Vorzüge für die hier wohnenden Menschen und Unternehmen:

- eine leistungsstarke, dezentrale und vielfältige Industrie mit hohem Facharbeiterniveau,
- ein qualifiziertes, breitgefächertes Handwerk mit hervorragender Ausbildung,
- ein breitgefächertes Angebot an Studienplätzen, Schularten und Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für nahezu alle Berufe,
- eine Fülle schneller Verkehrsverbindungen zu den deutschen Großstädten und ins Ausland,
- eine qualitätsorientierte, marktnahe Landwirtschaft,
- eine intakte Landschaft (über die Hälfte unserer Gesamtfläche ist als Naturpark geschützt),
- attraktive, heimatbewusste Städte und Dörfer,
- reizvolle, preiswerte sowie familien- und kinderfreundliche Freizeitmöglichkeiten,
- eine reiche und vielgestaltige Kultur mit hoher Ausstrahlungskraft.

Arbeit, Wohnen, Freizeit, Natur und fränkische Lebensart verbinden sich hier zur Heimat. Innerhalb der Nivellierungstendenzen einer weltweit wirkenden Großtechnologie, globalen Einheitskultur und Gigantomanie hat Franken seinen Menschen, Orten und Landschaften ihren unverwechselbaren Charakter bewahrt. Jede Landschaft hat ihre individuellen Eigenheiten, jede Stadt und Gemeinde ihre unverwechselbaren Besonderheiten. Franken, das ist regionale, wirtschaftliche und kulturelle Vielfalt, erzeugt durch den innovativen

Geist seiner Menschen, in dem technische Erfindungsgabe, handwerkliches Geschick, Arbeitsfreude, Kunstsinn und Handelsgeist zusammenwirken. Nicht von ungefähr spricht man von der praktischen Veranlagung der Franken, Ideen vom Kopf auf die Füße zu stellen.

2.2 Urbanes Leben

Städte sind keine Oasen im freien Feld, sondern eingebunden in ihr Umfeld. Städte müssen deshalb auch zu ihrer Region stehen und in ihr verwurzelt sein. Frankens Geschichte ist in hohem Maße eine Geschichte seiner städtischen Zentren und Märkte, die das Gesicht der Region prägten.

Die fränkischen Städte sind seit Jahrhunderten für unsere Region gleichemmaßen Orte der Tradition und Motoren des Fortschritts. Die Vielfalt der historischen fränkischen Städte wie auch die Atmosphäre unserer Altstädte geben unserer Region in Europa ein besonderes Gepräge. Unsere Städte überziehen die Region gleichsam mit einem engmaschigen, besser gesagt: vielzelligen urbanen Netz. Umgekehrt ergibt sich aus der engen Verknüpfung unserer Städte mit ihrer Umgebung eine besondere Lebensqualität.

So sind Frankens Städte ein Kapital, mit dem die Region „wuchern“ kann. Dies gilt auch für die alltägliche Funktion der Städte als Standorte der zentralörtlichen Infrastruktur und als Drehscheibe der Wirtschaft, der Kultur und der Verkehrseinrichtungen sowie als Brennpunkte der Kommunikation und der Innovation. Aus diesen Funktionen heraus haben die Städte für ihre Regionen auch eine Vorreiterrolle, wenn es darum geht, die großen Zukunftsherausforderungen zu bewältigen.

3. Ziele des Franken-Marketings

Frankens hohe Attraktivität als Lebensraum für die Menschen wie als Standort für Gewerbe und Industrie gilt es zu bewahren, konsequent zu verbessern und auf die Anforderungen der Zukunft auszurichten.

Wir wollen:

- die Wirtschaftskraft weiter steigern und neue, qualifizierte und zukunftsichere Arbeitsplätze gewinnen,
- unsere reizvolle Landschaft und natürlichen Lebensgrundlagen sorgsam pflegen in Verantwortung für die nachfolgenden Generationen,
- unsere regionale Landwirtschaft als Produzent hochwertiger Nahrungsmittel erhalten und ihr den Weg zu einer ökologisch sinnvollen Landbewirtschaftung ermöglichen,
- Verkehr und Erreichbarkeiten in einer Synthese mit den ökologischen Forderungen für Natur und Umwelt der Menschen verbessern,
- unser hohes Lebens- und Wohnniveau im sozialen Umfeld auf Dauer stärken,
- die Vielfalt unserer regionalen Kunst und Kultur lebendig erhalten.

Allerdings wurzeln die vielfältigen Individualitäten Frankens auch in der jahrhundertelangen „Klein-staaterei“. Diese förderte die fränkische Innovationskraft und die fränkische Liberalität, aber auch die Zersplitterung in zahlreiche Einzelinteressen, die nur auf ihren eigenen kleinen Bereich schauen. Um in der Konkurrenz mit anderen Regionen Europas bestehen zu können, müssen wir

den alten Hang zu Kirchtumpolitik und Uneinigkeit überwinden. Über alle innerregionalen Rivalitäten hinweg muß Franken nach außen, gegenüber Bayern, Deutschland und Europa, mit *einer* Stimme sprechen.

Ein von allen fränkischen Körperschaften und Institutionen getragenes Franken-Marketing soll deshalb das gemeinsame Regionalbewußtsein stärken und erreichen, daß wir

- die fränkischen Probleme und Interessen über administrative und parteiliche Grenzen hinweg gemeinsam erörtern,
- immer auch Franken als Ganzes im Blick haben,
- die guten Bedingungen, die in Franken vorhanden sind, besser und gemeinsam „auf den Markt“ bringen,
- die einzelnen fränkischen Initiativen bündeln und die Zusammenarbeit innerhalb Frankens verstärken,
- die Möglichkeiten der europäischen Aktionsprogramme und Fonds konsequent und kontinuierlich für Franken nutzen,
- unsere fränkischen Interessen innerhalb Bayerns schlagkräftiger durchsetzen,
- „Franken“ in Deutschland und Europa als einen geschichtlich legitimierten Wertbegriff verankern und regionalpolitisch nutzen.

Fernziel ist eine institutionalisierte gemeinsame Regionalpolitik, die vom Geist der nachbarschaftlichen Zusammengehörigkeit getragen und durch ein abgestimmtes Vorgehen verwirklicht wird.

4. Zielgruppen in Franken

Das Franken-Marketing richtet sich auch nach innen, vor allem an die Ebenen, die Franken politisch verkörpern und/oder die gemeinsame Regionalpolitik tragen müssen. Einzubeziehen in den Dialog über die zukünftige Entwicklung Frankens sind aber auch alle anderen Institutionen, Gruppen, Initiativen, „Zukunftswerkstätten“ usw. Zielgruppen sind also:

- die Städte, Gemeinden, Landkreise, Bezirke und regionalen Planungsverbände,
- die kommunalpolitischen und regionalpolitischen Entscheidungsträger,
- die fränkischen Abgeordneten in Landtag, Bundestag und Europaparlament,
- die Unternehmen und Investoren mit ihren Verbänden und Kammern sowie
- die Gewerkschaften und Berufsverbände,
- Landwirtschaft, Landwirtschaftsämter, Vermarktungsorganisationen,
- Universitäten, Hochschulen,
- Volkshochschulen, Tagungsstätten und andere Bildungseinrichtungen,
- Sportorganisationen,
- Künstler und Kulturorganisationen,
- Kirchen, kirchliche Organisationen,
- Heimatpfleger,
- Wohlfahrtsorganisationen,
- Fremdenverkehrsverband und Fremdenverkehrswerbung,
- Fränkische Arbeitsgemeinschaft, Frankenbund.

Nicht zuletzt richtet sich das Franken-Marketing auch an die Medien und an die fränkische Bevölkerung, deren Zusammengehörigkeitsgefühl bewußter verdeutlicht und gestärkt werden soll.

Franken ist das „Produkt“, das wir im Bewußtsein der politischen Mandatsträger, der wirtschaftlichen Entscheidungsträger und der ganzen Bevölkerung verankern wollen.

5. Regionalstudie - Analyse der Regionalstrukturen und Marktbedingungen

In dieser (noch zu erstellenden) Regionalanalyse könnten kurzgefaßt die wichtigsten Strukturmerkmale vorgestellt werden. Regionalmarketing muß von einer fundierten Analyse ausgehen. Dazu liegen, z.B. für die einzelnen Regierungsbezirke, oder auch für die kleineren Regionalmarketing-Aktivitäten, bereits zahlreiche Studien vor. Sie müßten zusammenfassend ausgewertet und evtl. durch spezielle Teiluntersuchungen ergänzt werden. Dazu könnten die in Franken vorhandenen Fachkapazitäten (z.B. die geographischen Institute der Universitäten oder die Marketingbereiche der Fachhochschulen) beitragen.

5.1 Strukturanalyse

- Wirtschaftsstruktur
- Branchenspektrum
- Arbeitsmarkt
- Infrastruktur
- soziale und kulturelle Strukturmerkmale
- Umweltsituation

- Stärken
- Schwächen

5.2 Image-Analyse

- extern
- intern

6. Gemeinsame sektorale Ziele und Forderungen

Die Überlegungen sind ggf. aus den Analyse-Ergebnissen (Kapitel 5) heraus zu präzisieren und zu ergänzen. Die folgenden Gedanken sind ein erstes Gerüst von Zielen, die für die gesamte Region bedeutsam sind.

6.1 Wirtschaft und Arbeitsplätze

Franken bietet für Unternehmen sowohl hervorragende Standortqualitäten als auch die Menschen, die aus diesen Qualitäten etwas machen. Zugleich ist Franken eine Region vielfältiger und interessanter Märkte. Doch im geeinten Deutschland und zusammenwachsenden Europa haben sich die Dimensionen und die Stärke der konkurrierenden Standorte verändert. Umso zielstrebigere muß Franken sich zusammenschließen und gemeinsam seine ökonomischen Möglichkeiten sichern und stärken, um für die Menschen auch in Zukunft wohnortnah ein breites Angebot an qualifizierten Arbeitsplätzen zu sichern.

Ziele des Franken-Marketings sind hier,

- unsere fränkischen Unternehmen zu stärken und standortbewußter zu machen,
- andere Unternehmen allgemein für den Standort Franken zu interessieren,

- die eigenen Potentiale der Region als Entwicklungsfaktor zu aktivieren und besser einzusetzen,
- die Planungen der Gebietskörperschaften, die sich auf die Gesamtregion auswirken, aufeinander abzustimmen,
- die Zusammenarbeit aller kommunalen und regionalen Stellen der Wirtschaftsförderung zu verbessern,
- künftig bei der Ausweisung von Gewerbegebieten abgestimmt vorzugehen, wie dies in Teilregionen (z. B. Ballungsraum Nürnberg-Fürth-Erlangen) bereits unternommen wird.

Industrie, produzierendes Gewerbe und Handwerk bilden in Franken den stärksten Wirtschaftsfaktor. Viele fränkische Unternehmen zeichnen sich aus durch modernste Spitzentechnologien, Präzisionsprodukte und weltweite Absatzmärkte, und sie repräsentieren damit zugleich Frankens moderne Seiten. Ihre Standortanforderungen sind sowohl großräumlich (gemeinsamer europäischer Binnenmarkt) als auch kleinräumlich tiefgreifenden Veränderungen unterworfen. Wir wollen

- den Strukturwandel und die technische Innovation unserer Unternehmen mit Aufgeschlossenheit erleichtern und
- notwendige Anpassungen aktiv fördern.

Beim Handel werden sich Strukturwandel und Konzentrationsprozesse fortsetzen. Für viele Betriebe ergeben sich aus der Lage zu den neuen Bundesländern besondere Standortchancen. Wir wollen

- die Versorgungsqualität unserer Bevölkerung

wie auch die Sicherheit qualifizierter Arbeitsplätze für die Zukunft gewährleisten,

- die spezifische Marktfunktion unserer zentralen Orte kräftigen,
- die Neubelebung der Innenstädte vorantreiben,
- die Erreichbarkeit der innerstädtischen Geschäftszentren stärken und sichern,
- gemeinsam darauf hinwirken, daß die Attraktivität der Innenstädte für Kunden und Besucher nicht durch Großprojekt am Stadtrand und auf der „grünen Wiese“ beeinträchtigt wird.

Die wachsende Bedeutung des Sektors Dienstleistung erfordert verstärkt Anstrengungen bei der Förderung und Ansiedlung von Dienstleistungsbetrieben. Das ist von erheblicher Bedeutung für die Aufwertung der Standortstrukturen und ihrer Qualitäten. Wir wollen insbesondere

- unternehmensbezogene und technologieorientierte Dienstleistungszweige für Franken gewinnen,
- damit neue Entwicklungspotentiale erschließen,
- Schwungkraft vermitteln und innovative Keimzellen aufbauen,
- durch die Verbreitung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien auch in unseren ländlichen Gebieten die Standortqualitäten aufwerten und differenzierte Arbeitsmärkte entwickeln.

Dazu bilden die Potentiale unserer Universitäten und Fachhochschulen, der Technologie- und Gründerzentren sowie der Forschungseinrichtun-

gen hervorragende Ansatzpunkte. Eine weitere Chance ergibt sich durch den Ausbau der Umweltschutzberatung. Deshalb wollen wir das in Franken vorhandene praxisorientierte Technologie- und Wissenspotential stärker bewußt machen und als Standortfaktor aufbauen. Dringlich ist aber auch, die Dekonzentration des überlasteten Ballungsraumes München rascher und umfassender in die Tat umzusetzen und mehr zentrale Staatsbehörden und Einrichtungen in unsere Region zu verlagern. Franken hat dafür geeignete Standorte angeboten.

Die vorhandenen Messe- und Ausstellungsaktivitäten Frankens müssen gestärkt und aufeinander abgestimmt werden. Dabei muß vor allem der für ganz Franken bedeutendste und auch international angesehene Messeplatz Nürnberg gegenüber München und den anderen nationalen und internationalen Messeplätzen ausgebaut werden. Bei den regionalen Messen müssen die Qualität und die Attraktivität zukunftsorientiert gesichert werden.

6.2 Landwirtschaft

Die Sicherung und Ausweitung der Arbeitsplätze in Industrie, Handel, Handwerk und Dienstleistungen liegt nicht zuletzt im Interesse unserer Landwirtschaft. Die marktnahe und umweltschonende Produktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse kann eine vortreffliche Stärke unserer Region werden. Ferner ist die große Bedeutung der landwirtschaftlichen Betriebe für die Pflege und Erhaltung unserer weithin berühmten fränkischen Landschaft anzuerkennen und zu honorieren. Wir wollen keine ausgeräumte, maschinengerechte

Agrarsteppe ohne Antlitz, ohne Tiere, ohne Bäume. Wir setzen uns deshalb mit aller Kraft dafür ein, daß die Landnutzung in Franken auch künftig

- durch eine bäuerliche Landbewirtschaftung mit möglichst vielen Voll- und Nebenerwerbsbetrieben erfolgt,
- der Vielfalt von Landschaften, Flora und Fauna angepaßt bleibt,
- die natürlichen Lebensgrundlagen nicht durch zu intensive Nutzung, Überdüngung usw. gefährdet,
- die Eigenversorgung unserer Bevölkerung mit gesundheitlich einwandfreien Nahrungsmitteln sichert.

Auf der anderen Seite werden die negativen Auswirkungen der europäischen Agrarpolitik auch weiterhin viele fränkische Landwirte zu einer außerlandwirtschaftlichen Existenzsicherung zwingen. Dafür müssen günstige Möglichkeiten wohnortnah geboten werden.

6.3 Verkehr

Die Öffnung der Grenzen im Inneren Deutschlands und zu den östlichen Nachbarländern brachte für die Verkehrslage Frankens eine neue Situation. Den Chancen aus Frankens neuer Mittellage stehen aber zugleich Risiken gegenüber, daß weite Bereiche unvermittelt in ein (verkehrs)politisches Abseits geraten. Eine Besonderheit der fränkischen Verkehrsstruktur liegt darin, daß unsere Region nicht auf einen einzigen zentralen Großraum ausgerichtet, sondern durch mehrere - inner- wie interregional bedeutsame -

Verkehrsknoten gekennzeichnet ist. Bei der Verkehrsplanung muß Franken deshalb als Ganzes gesehen werden und in einem abgestimmten Vorgehen seine Stimme geschlossen erheben.

Die durch Franken führenden Fernverkehrslinien müssen auch der Region selber Strukturvorteile bringen. Es genügt nicht, daß Bund und Land vorrangig die bestehenden Durchgangsstrecken weiter ausbauen. Für eine eigenständige regionale Entwicklung wie auch für einen erfolgversprechenden Wettbewerb mit den umliegenden Ballungsgebieten ist die schnelle Verbindung aus der Region heraus zu den Hauptwirtschaftszentren wichtige Voraussetzung. Deshalb müssen bisher vernachlässigte Verkehrswege mit Vorrang modernisiert und ausgebaut werden.

Eine schnelle Erreichbarkeit der Hauptwirtschaftszentren muß auch innerregional gewährleistet sein. Wir brauchen deshalb nicht nur den Ausbau der überregionalen Fernstrecken, sondern vor allem der regionalen Querverbindungen, insbesondere auch der Schiene.

Bei allen Verkehrsplanungen ist zugleich oberste Priorität, daß die betroffenen Gebiete frühzeitig informiert und in die Planung eingebunden werden.

Wir brauchen einen attraktiven öffentlichen Personennahverkehr, zum Schutz unserer Innenstädte wie der umgebenden Landschaft, aber auch im Interesse der Wirtschaft.

Da dies nicht allein die Städte angeht, müssen gerade auf diesem Gebiet die Städte und ihr Umland erstens enger zusammenwirken und zweitens gemeinsam eine angemessene Finanzierung

von Bund und Land erreichen. Die fränkischen Oberbürgermeister werden hier durch anhaltende Information und Diskussion dieser Fragen die gemeinsamen fränkischen Interessen formulieren und vertreten.

Eine besondere Chance im internationalen Verkehr eröffnet der Rhein-Main-Donau-Kanal. Die damit gebotenen Möglichkeiten müssen optimal genutzt werden. Dazu sollten die fränkischen Häfen (Aschaffenburg, Würzburg, Schweinfurt, Bamberg, Erlangen/Fürth, Nürnberg) ein gemeinsames Konzept „Fränkische Großschiffahrtsstraße“ erarbeiten. Damit könnte das Franken-Marketing auch sein übergeordnetes Ziel verdeutlichen, strukturelle Verbesserungen für Franken nicht nur durch Forderungen an Land und Bund, sondern vor allem durch eigene Anstrengungen und regionale Zusammenarbeit zu erreichen.

6.4 Bildung und Ausbildung

Spitzenplätze des wissenschaftlichen und technischen Fortschritts können nicht mit Leistungen der Vergangenheit gehalten werden. Der Innovationswettbewerb verschärft sich weltweit. Der Standort Franken konkurriert mit europäischen Standorten, an denen viele Bedingungen günstiger sind. Wir müssen deshalb

- unsere berufsvorbereitenden und berufsbegleitenden Bildungseinrichtungen gezielt fördern,
- für Frankens Standortprofil einen Spitzenplatz in Wissenschaft und Technik erreichen,
- die technischen Disziplinen und die Grundlagenforschung an den fränkischen Universitäten und Fachhochschulen stärker ausbauen,

- rasch das Angebot an ingenieurwissenschaftlichen Studienplätzen verbessern,
- die Schnittstellen zwischen universitärer Forschung und unternehmerischer Praxis erweitern,
- den Technologietransfer zu den örtlichen kleinen und mittleren Unternehmen stärken,
- die Technologie-Transferstellen, Technologiezentren, Anwenderzentren, Technologiedatenbanken und wirtschaftsnahen Forschungsinstitute ausbauen,
- das Potential unserer Hochschulen stärker für die (Wissenschafts)Beratung von Unternehmen, Behörden und Politik einsetzen,
- die wissenschaftliche Weiterbildung fördern.

Dazu muß die Bayerische Staatsregierung ihre Investitionen für Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen auch in Franken auf ein Niveau anheben, das seit Jahren in Südbayern gegeben ist. Insbesondere fordert Franken einen gleichgewichtigen Anteil an den vom Bund vergebenen Forschungszuschüssen.

6.5 Kultur

Frankens kulturelle Landschaft ist vielgestaltig, lebendig und von großer Ausstrahlungskraft. Sie wurzelt in einer über 1200jährigen Tradition, die einen großen Reichtum an Kunstwerken und kulturellen Festen entstehen ließ. Viele städtischen Bühnen, Privattheater, Orchester, Chöre, alternative Theater, Kleinkunstabühnen, Museen, kirchliche Veranstaltungen (z.B. Musica Sacra) usw. bedeuten ein Angebot, das nicht nur die Bevölkerung, sondern auch viele Gäste anzieht.

Diese kulturelle Vielfalt für alle Bevölkerungskreise muß erhalten bleiben. Die Bürger, die in unserer Region leben und für sie arbeiten, müssen auf allen Ebenen Kultur und Kunst erleben können. Wir wollen, daß neben den künstlerischen Spitzenangeboten auch die kulturelle Arbeit von regionaler Bedeutung gefördert wird. Beide Bereiche müssen über die Volksbildung miteinander verknüpft werden. Dabei sind auch die Kulturthemen, die von privaten Initiativen und Bürgerbewegungen behandelt werden, gleichrangig zu berücksichtigen. Wir wollen die überregional bedeutsamen kulturellen Ereignisse und Angebote Frankens abstimmen und werbemäßig zusammenfassen, etwa zu einem „Franken-Sommer“.

Eine besondere Chance ist für Franken die Funktion eines kulturpolitischen Fensters zu den östlichen Nachbarländern. Franken muß mit diesen neu geöffneten Kulturregionen aktiv kooperieren, um sowohl andere Kulturen kennen und verstehen zu lernen als auch die eigene Kulturszene zu bereichern. Darüber hinaus bieten auch die traditionellen Verbindungen zum mitteldeutschen Kulturraum gute Chancen zu Kooperation und Profilierung.

In der bayerischen Kulturförderung muß die Bayerische Staatsregierung in stärkerem Maße über München hinaus sehen. Wir fordern für die fränkischen Bühnen, Museen und Sammlungen die gleichen staatlichen Zuschüsse, wie sie für die Staatlichen Bühnen in München vergeben werden.

Schließlich ist es an der Zeit, daß die in München

ausgestellten Meisterwerke fränkischer Künstler endlich an die Orte zurückgegeben werden, für die sie entstanden und bestimmt waren. Dieses gilt neben vielen anderen Kunstwerken für

- das fränkische „Herzogsschwert“,
- Dürers „Apostelbilder“,
- Pleydenwurffs „Hofer Altar“,

um für jeden Regierungsbezirk ein stellvertretendes Beispiel zu nennen.

Der öffentlich-rechtliche „Bayerische“ Rundfunk hat zwar seine Präsenz in Franken ausgebaut. Aber das fränkische Element muß noch angemessener zur Geltung kommen, nicht zuletzt in den von Franken gestalteten Sendungen. Wir fordern den uns zustehenden Anteil an den Sendezeiten sowie eigenverantwortliche Gestaltungsmöglichkeiten, nach Maßgabe des von Franken getragenen Gebührenanteils.

Die fränkischen Studios müssen in einem zu München vergleichbaren Standard ausgebaut und eingesetzt werden. Das gilt insbesondere auch für die personelle Ausstattung der fränkischen Fernseh-Studios.

6.6 Fremdenverkehr

Unsere Fremdenverkehrswerbung ist der Sektor, in dem die fränkische Zusammenarbeit bereits erfolgreich praktiziert wird. Der Tourismusverband Franken e.V. hat Franken seit Jahrzehnten als Region und Wertbegriff bewußt gemacht und im In- und Ausland „vermarktet“. Durch den Wegfall der innerdeutschen Grenze und die Öffnung nach Osteuropa hat das fränkische Fremdenverkehrs-

potential eine Stärkung erhalten. Franken erfüllt eine Brückenfunktion zwischen Nord und Süd, zwischen West und Ost. Um diese Chancen zu nutzen und die heterogenen Kräfte zusammenzufassen, müssen wir zusammen mit dem Tourismusverband Franken

- die Attraktivität unserer Landschaften und Siedlungen für Gäste erhalten,
- eine gemeinsame übergeordnete Fremdenverkehrsstrategie verfolgen,
- für den Fremdenverkehr in Franken gemeinsam werben,
- die großen Veranstaltungen in Franken koordinieren,
- im In- und Ausland ein vorteilhaftes Franken-Image prägen.

In einer von Schnellebigkeit und modischen Konsumzielen gekennzeichneten Branche müssen wir die besonderen Stärken Frankens erhalten und weiterentwickeln. Unsere Chancen liegen in einem anspruchsvollen, qualitätsbewußten und nachfragegerechten Angebot u.a. für

- Familien mit Kindern,
- kulturell interessierte Urlauber,
- gesundheitsbewußte Urlauber,
- Erholungssuchende, die Ruhe und aktive Entspannung wollen,
- ältere Menschen, die Niveau und individuelle Betreuung schätzen,
- Kurzturlauber,
- Wander-Urlauber, Fahrradwanderer, sport- und erlebnisorientierte Urlauber,

- Städte-Tourismus,
- Industrie-Tourismus.

6.7 Freizeit und Sport

Vor dem Hintergrund eines sich ständig ausweitenden Freizeitsektors muß sich Franken nicht nur auf eine Zunahme der touristischen Nachfrage einstellen. Es wachsen die Ansprüche an die Freizeitinfrastruktur, aber auch die Anforderungen an Erscheinungsbild und Erlebniswelt unserer Städte und Dörfer. Zugleich wächst das Bedürfnis nach Erholung und Freizeitgestaltung in einer von Umweltbelastungen noch nicht beeinträchtigten Natur. Gerade hier verfügt Franken mit der Vielfalt, Eigenart und Schönheit seiner Landschaften über ein besonderes Kapital. Wir wollen deshalb

- diesen Reichtum durch einen sorgsamem Umgang mit der Natur für kommende Generationen bewahren,
- den Menschen auch am Wohnort selber geeignete und gut erreichbare Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten bereitstellen,
- durch ein behutsames Vorgehen bei städtebaulich-gestalterischen Aktivitäten sicherstellen, daß die Attraktivität und Urbanität unserer Städte auch in Zukunft gesichert und verbessert wird.

Weiter zunehmen wird auch die Bedeutung des Sports. Wir wollen deshalb den Sport als ein grundlegendes Element zur Erhaltung von Gesundheit und Leistungsfähigkeit sichern und auch weiterhin Sport- und Freizeitaktivitäten in den unmittelbaren Lebens- und Wohnbereichen integrieren. Dies gilt insbesondere für die Spiel- und

Sportmöglichkeiten unserer Kinder und Jugendlichen.

Darüber hinaus bietet Franken ohnehin besonders gute Voraussetzungen für die nicht anlagengebundenen sportlichen Aktivitäten wie Wandern, Radfahren, Waldlaufen, Surfen usw.

6.8 Umweltschutz

Landschaft, Wasser und Luft zählen nicht nur zu den zentralen Elementen der Attraktivität unserer Region. Sie sind unsere natürlichen Lebensgrundlagen, für die wir das Bewußtsein der gemeinsamen Verantwortung entwickeln müssen. Durch ein koordiniertes Vorgehen wollen wir

- die umweltpolitischen Anstrengungen aller Körperschaften verstärken und verbessern,
- im Interesse der Gesamtregion künftig Solidarität vor die Einzelkonkurrenz stellen.

Immer mehr wird erkannt, wie sehr unsere Lebensbedingungen von der verfügbaren Menge und Qualität des Wassers abhängen. Der Schutz des Wassers und insbesondere unserer Grundwasservorkommen wird eine der wichtigsten Aufgaben der Zukunft werden.

Wir wollen

- die Belastungen des Grundwassers durch Nitrate und andere Chemikalien erheblich reduzieren,
- die Belastungsursachen durch Landwirtschaft, Industrie, Gewerbe und Haushalte energisch bekämpfen,
- Franken bei Schutz und Reinhaltung der Gewässer und insbesondere bei der Sicherung ei-

ner guten Trinkwasserversorgung zu einer europäischen Beispielregion machen.

Beispielhaft vorangehen wollen wir Franken auch bei der Herausforderung unserer Zeit, die Abfälle umweltverträglich und zukunftssicher zu entsorgen. Neben integrierten Systemen zur Entsorgung und Wiederverwertung ist vor allem die überörtliche und regionale Zusammenarbeit gefordert.

6.9 Sozial- und Gesundheitswesen

Das Sozial- und Gesundheitswesen ist ein häufig wenig beachteter, jedoch wesentlicher Bereich der regionalen Entwicklung: als Merkmal der Lebens- und Versorgungsqualität ebenso wie als wirtschaftlicher Faktor. Kirchen, Wohlfahrtsverbände, Staat und vielfältige Initiativen schufen und unterhalten in Franken ein beeindruckendes Netz leistungsfähiger Einrichtungen für soziale Dienste und Gesundheitsversorgung. Dazu gehören auch die zahlreichen Einrichtungen der Behindertenhilfe, die weit in die Region und über sie hinaus wirken.

So ist Franken geprägt durch ein ausgewogenes und stabiles soziales Klima und ein gutverteiltes, abgestuftes medizinisches Leistungsangebot. Dies gewährleistet den Menschen Geborgenheit und Heimat sowie der Wirtschaft eine nicht zu unterschätzende Standortqualität.

Auf den verschiedenen Gebieten des Sozial- und Gesundheitswesens werden die Anforderungen wachsen und sich verändern. Wir wollen das vorhandene Netz für die Menschen in der Nähe zu ihren Wohnorten erhalten und bedarfsgerecht an die künftigen Notwendigkeiten anpassen.

7. Gemeinsame Projekte (Beispiele)

Gesamtfränkische Aktivitäten nach außen wie nach innen können auf vier verschiedenen Ebenen vorangetrieben werden.

7.1 Gesamtwerbung für Franken

In einem ersten Schritt sollten wir für regionalpolitische Äußerungen und Publikationen fränkischer Körperschaften gemeinsam ein rahmenartig verwendbares Erscheinungsbild entwickeln und stufenweise umsetzen, in der Art, wie es zum Beispiel der Tourismusverband Franken e. V. für die touristischen Werbemittel erfolgreich handhabt.

Als weitere Maßnahmen einer gemeinsamen Werbe- und Imagearbeit, die teilweise ohne großen finanziellen Aufwand realisiert werden können, sind denkbar:

- die überregionale Öffentlichkeitsarbeit für Franken verstärken,
- (un)regelmäßig erscheinende „Franken-Informationen“ herausgeben,
- wissenschaftliche „Franken-Studien“ an den Hochschulen anregen und in Gang setzen,
- „Franken“-Beilagen in überregionalen und ausländischen Zeitungen,
- Videofilm und CD-Rom „Franken“,
- Autoaufkleber, Fahrradaufkleber,
- Anzeigen-Serie „Franken“ in
 - a) regionalen und
 - b) nationalen/europäischen Medien,
- regionale(r) Wettbewerb(e) für die fränkische Bevölkerung, z.B. „Ideen für Franken“,

- Malwettbewerbe zu Franken-Slogans (Beispiel „Ich wohne gerne in Franken“) in Kindergärten und Schulen,
- usw.

Mit einer solchen „Gesamtwerbung“ für Franken erhalten auch die kleineren Städte und Gemeinden bessere Chancen in der Konkurrenz zwischen den großen Zentren.

7.2 Beispielhafte Projekte

In anderen Schritten sollten die gemeinsamen regionalpolitischen Ziele in beispielhaften Projekten konkretisiert werden. Denkbar sind

- die Bündelung hervorragender Veranstaltungen (z.B. Kultur, Wissenschaft, Bildung) zu gesamtfränkischen Programmen, (ein Beispiel ist das vom Bayerischen Rundfunk und Tourismusverband Franken angebotene Musikprogramm „Musikzauber Franken“),
- gemeinsame Untersuchungsaufträge an fränkische Hochschulen zur Analyse von Strukturen, Problemen und Potentialen in Franken,
- jährliche Imagekampagnen, gemeinsam mit Unternehmen der Region
 - a) überregional (extern) sowie
 - b) in der Region für die fränkische Bevölkerung, aber auch für die fränkische Wirtschaft,
- regelmäßiger „Franken-Preis“ für Persönlichkeiten, die sich in Deutschland oder Europa besonders für die fränkischen Belange oder für den föderalen Gedanken einsetzen,
- ein „Frankenfest“ regelmäßig an abwechselnden Schauplätzen,

- regelmäßige gesamtfränkische Zusammenarbeit fränkischer Institutionen, z.B. kulturelle Einrichtungen, Heimatpflege, Kammern u. a. (wie sich jetzt die fränkischen Volkshochschulen zum Kooperationsprojekt „Leistungsverbund Kultur“ zusammengeschlossen haben),
- eine fränkische Regionalstatistik mit kleinräumig gegliederten Daten,
- Zusammenfassung und Ausbau bestehender Fußwanderwege und Radwanderwege zum „Franken-Rundwanderweg“,
- Entwicklung von Modellen für überregionale Spezialisierung und Arbeitsteilung,
- usw.

7.3 Wirtschaftsförderung

Besonders wichtig ist, bei der Stärkung der Wirtschaftskraft Frankens zusammenzuarbeiten. Mögliche Stufen einer gemeinsamen Wirtschaftsförderung für Franken könnten sein:

- jährliches Treffen der fränkischen Wirtschaftsförderer,
- gemeinsame Euro-Datenbank,
- gemeinsamer „Franken-Stand“ zur Präsentation auf Messen und Ausstellungen in Deutschland und Europa (evtl. im Zusammenwirken mit fränkischen Firmen),
- gemeinsamer Katalog für die Ausweisung von Gewerbegebieten,
- gemeinsames Modellprojekt eines „Franken-Gewerbeparks“,
- gemeinsame Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft, die den Standort Franken in Deutschland und Europa „verkauft“,

- Gesprächskreis „Franken-Unternehmertag“ (etwa einmal jährlich).

7.4 Gemeinsame Koordinierungsstelle

Voraussetzung für das Zustandekommen gemeinsamer Projekte und eines gezielten Marketings für die ganze Region ist eine gemeinsame Koordinierungsstelle, die als Arbeitsstab tätig wird und als Motor wirkt. Außerdem sollte sie die Kommunikationsarbeit gesamtfränkischer Initiativen und Programme unterstützen.

Zunächst könnte eine von einigen Institutionen besetzte kleine Arbeitsgruppe die ersten Arbeitsschritte vorbereiten und als Ansprechpartner für den Dialog der fränkischen Institutionen zur Verfügung stehen.

Darüber hinaus ist die Frage zu klären, ob und wie ein fränkisches Regionalbüro eingerichtet werden kann.

8. Vorschläge für den weiteren Ablauf

Die Erarbeitung einer gesamtfränkischen Marketingstrategie (als „Dach-Marketing“) muß in aufeinanderfolgenden Arbeitsschritten angegangen werden.

1. Ein erster Schritt war die Initiative der fränkischen Oberbürgermeister, die ihren Vorschlag für ein Franken-Marketing als Diskussionsgrundlage allen fränkischen Zielgruppen (Abgeordnete, Landkreise, Gemeinden, Bezirke, Regierungen, Fachbehörden, Kammern, Gewerkschaften, Kirchen, Verbände, Medien, Kultur,

- Wissenschaft, Wirtschaft, Sport usw.) übermitteln.
2. Die Anregungen, die seinerzeit zurückkamen, sind im vorliegenden Text eingearbeitet.
 3. Der vorliegende Entwurf sollte nun in einem breiten fränkischen Werkstattgespräch zusammenfassend beraten und bearbeitet werden. (Vorarbeiten dazu leisteten die bisherigen Werkstattgespräche - siehe Kap. 9.)
 4. Der so entstehende gemeinsame Entwurf sollte anschließend von einem hochrangig besetzten Gremium (z.B. als „Initiativkreis Franken-Marketing“) verabschiedet werden. Dieses Gremium könnte Frankens Stärken und Schwächen erörtern, die gemeinsamen Ziele und Strategien festlegen und für einen breiten Konsens sorgen.
 5. Anschließend könnte das Konzept in eine Kampagne umgesetzt werden. Diese wird aus mehreren Bausteinen bestehen. Sie sollte zahlreiche abgestimmte - evtl. von verschiedenen Akteuren nebeneinander durchzuführende - Einzelaktionen in Gang setzen, die sich zu einem attraktiven Gesamtbild zusammenfügen (siehe Kapitel 7).
 6. Dazu könnten kleinere Arbeitskreise gebildet werden, denen einzelne Projekte/Bereiche verantwortlich übertragen werden.
 7. Die jährliche Gemeinschaftssitzung des Gesamtgremiums („Initiativkreis Franken-Marketing“) sichert die gemeinsame Klammer.
 8. Mit diesen Maßnahmen soll Franken nach innen gegenüber den eigenen Zielgruppen lebendig und greifbar werden und nach außen animierend in Erscheinung treten.
 9. Eine solche Franken-Kampagne ist langfristig angelegt. Ihre Wirkungen und Erfolge müssen immer wieder untersucht und bewertet werden. Dafür könnten zum Beispiel die einschlägigen Institute der fränkischen Hochschulen gewonnen werden.
 10. Dieses Franken-Marketing wäre von seinem regionalen Zuschnitt her ein Pilotprojekt. Es stößt - zumindest in Bayern - auf Neuland der breiten überregionalen Zusammenarbeit und Vermarktung vor. Es wäre deshalb angebracht, daß die Bayerische Staatsregierung dieses Pilotprojekt im Rahmen der bayerischen Wirtschaftsförderung und Landesplanung unterstützt und in einer Weise fördert, wie das bisher schon im Marketing für den Flughafen München oder in mikroregionalen Marketingprojekten geschieht.

9. Bisherige Arbeitsschritte

Ein Franken-Marketing ist, wie schon erwähnt, in der Vergangenheit immer wieder von verschiedensten fränkischen Organisationen gefordert worden, angefangen von der 1948 gegründeten Fränkischen Arbeitsgemeinschaft über politische Gruppierungen bis hin zu Einzelpersonlichkeiten. Dieses Anliegen wurde naturgemäß auch bei der im Mai 1988 in Würzburg gegründeten Arbeitsgemeinschaft der fränkischen Oberbürgermeister ein Thema und von dieser bisher in folgenden Arbeitsschritten behandelt:

- Gespräche in einer kleinen Arbeitsgruppe der Oberbürgermeister

- Konzeptentwurf vom 15. März 1993
- Versendung dieses Entwurfs in Franken
- Eingang zahlreicher Stellungnahmen und zustimmender Äußerungen
- Überarbeitung des Entwurfs - parallel dazu erste Projekte:
 - ★ Buch „Städte in Franken“
 - ★ Wanderausstellung „Städte in Franken“
 - ★ Präsentation Frankens einschließlich der Wanderausstellung „Städte in Franken“ in Brüssel
- ★ Präsentation der Wanderausstellung bei der Bayerischen Staatsregierung in München
- ★ Buch „Menschen in Franken“
- ★ Wanderausstellung „Menschen in Franken“ und Präsentation in München
- Werkstattgespräche zum Konzept eines Franken-Marketings
 - ★ in Würzburg am 1. Dezember 1995
 - ★ in Nürnberg am 11. Januar 1996
 - ★ in Forchheim am 29. März 1996
 - ★ in Nürnberg am 8. Mai 1996

10. Die Region Franken im Überblick

	Oberfranken		Mittelfranken		Unterfranken		Franken		Bayern	
	gesamt	v.H.	gesamt	v.H.	gesamt	v.H.	gesamt	v.H.	gesamt	v.H.
Bevölkerung ¹⁾	1.113.797	9,2	1.677.197	13,9	1.327.082	11,0	4.118.076	34,1	12.065.849	100,0
Fläche (qkm) ²⁾	7.230,19	10,2	7.245,70	10,3	8.531,59	12,1	23.007,48	32,6	70.551,56	100,0
Bevölkerungs- dichte ³⁾	154,0		231,5		155,5		179,0		171,0	
Landwirtschaftliche Betriebe ⁴⁾	18.347	10,0	19.993	10,9	19.587	10,7	57.927	31,5	183.607	100,0
Arbeitsstätten ⁵⁾	46.194	8,9	68.379	13,2	50.783	9,8	165.356	31,9	518.113	100,0
Beschäftigte ⁶⁾	394.145	9,4	630.230	15,0	431.862	10,3	1.456.237	34,6	4.206.219	100,0
Industrie ⁷⁾										
Betriebe ⁸⁾	1.207	14,5	1.193	14,4	927	11,2	3.327	40,1	8.306	100,0
Beschäftigte ⁸⁾	140.142	11,7	194.037	16,2	131.735	11,0	465.914	38,9	1.198.378	100,0
Umsatz in 1.000 DM	30.070.562	8,1	53.876.476	14,5	30.989.082	8,4	144.936	31,0	370.525.957	100,0
davon Auslands- umsatz in 1.000 DM	6.704.428	5,2	21.546.586	16,8	8.991.566	7,0	37.242.580	29,1	128.098.983	100,0
Industriedichte ⁹⁾	126,1		116,2		99,8		113,6		99,7	
Arbeitslose ¹⁰⁾	38.460	10,7	58.469	16,1	43.605	12,0	140.614	38,8	362.180	100,0
Arbeitslosenquote ¹¹⁾	7,7		7,9		8,0		7,9		7,1	

Anmerkungen

- 1) Zahlen zum 30. 9. 1997 auf der Grundlage der Volkszählung vom 27. Mai 1987
- 2) Stand 1. 1. 1996
- 3) Einwohner je Quadratkilometer
- 4) Betriebe mit einer landwirtschaftlich genutzten Fläche von mindestens 1 ha oder entsprechend marktrelevante Produktion
- 5) Ergebnisse der Arbeitsstättenzählung vom 27. Mai 1987
- 6) Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer, Stand 30. 6. 1996

- 7) Industrie und Produzierendes Handwerk, nur Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten, ohne Baugewerbe
- 8) Monatsdurchschnitt
- 9) Industriebeschäftigte je 1.000 Einwohner
- 10) Stand Dezember 1994
- 11) Verarbeitendes Gewerbe

© Amt für Öffentlichkeitsarbeit und Statistik

Autorenverzeichnis

Walter Müller

Vorsitzender Richter in Ruhe, Mitglied des Beirats der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft

Dr. Dietrich Sommerschuh

Landrat a.D., von 1987 bis 1996 Vorsitzender der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft

Dr. Alexander von Papp

Leiter des Kulturamtes der Stadt Würzburg, bisher auch Geschäftsführung für die Arbeitsgemeinschaft der fränkischen Oberbürgermeister

Jürgen Weber

Oberbürgermeister der Stadt Würzburg, Sprecher der Arbeitsgemeinschaft der fränkischen Oberbürgermeister

Emmi Paula Weiß

1. Vorsitzende der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft

35

Publikationen der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft

- Schriftenreihe der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft:
 - Heft 1: Franken in Bayern - Ein Problem!
von Dr. Hanns Mainhart, 1949
 - Heft 2: Epochen der Geschichte Frankens
von Helmut Weigel
Sonderdruck von 1983 aus dem
„Mainfränkischen Jahrbuch für Geschichte
und Kunst 5/1953“
 - Heft 3: Fränkische Identität.
Eine vergleichende Strukturanalyse, von
Prof. Dr. Karl Bosl, 1984
 - Heft 4: Franken und Bayern
im 19. und 20. Jahrhundert
von Rudolf Endres
zugleich erschienen als Heft 45/1985
der Erlanger Geographischen Arbeiten
- Denkschrift der Fränkischen Arbeitsgemeinschaft e.V. vom 5. März 1988
- Stimme und Gewissen Frankens.
40 Jahre Fränkische Arbeitsgemeinschaft,
Festschrift vom 28. Oktober 1988
- Franken - Bayerns erste Garnitur.
Ein Beitrag zur Standortbestimmung
von Walter Müller, Oktober 1989