

# NÜRNBERGER

## Nachrichten

### Am liebsten Bratwürste

Erste große Puls-Studie über die Metropolregion Nürnberg

VON KLAUS WONNEBERGER

So sind sie halt, die Franken und Oberpfälzer: Glücklich, wenn sie ihre Bratwürste und Schäufele bekommen, ansonsten wenig begeisterungsfähig, bisweilen maulfaul, tiefstapelnd, aber herzensgut. Alles nur Klischees? Weit gefehlt, wie jetzt eine Studie der Puls-Marktforscher zur Metropolregion Nürnberg erbracht hat.

NÜRNBERG – Die Marktforscher aus Schwaig haben 500 Interviews zwischen Weiden und Würzburg, zwischen Weißenburg und Wunsiedel geführt. Sie wollten herausfinden, wie attraktiv die Franken und Oberpfälzer ihre Metropolregion finden, welches Profil die Region in den Augen ihrer Bewohner hat und wie er eigentlich ist, dieser Metropolaner.

Um es auf den Punkt zu bringen: Die Menschen der Region erfüllen mit Inbrunst das Bild, das sie selbst von sich und andere von ihnen zeichnen: Sie essen am liebsten Bratwürste, Schweinebraten und Schäufele, lieben ihre Fränkische Schweiz und den Tiergarten und halten sich selbst für eher bescheiden, fröhlich(!), schüchtern und kleinbürgerlich. Nur die Oberpfälzer schlagen da etwas aus der Art: Sie sehen sich eher draufgängerisch als schüchtern und deutlich mehr weltläufig.

#### Gravierender Nachteil

Die Region insgesamt bringen die Bewohner am ehesten noch mit Lebensqualität in Verbindung. Aber Internationalität, vielleicht gar Kreativität? Solche nach Expertenmeinung zukunftssträchtigen Attribute schreiben die Metropolaner vielleicht eher Zentren wie Paris, New York oder Tokio zu, nicht aber Nürnberg und Umgebung. Nur sechs Prozent glauben beispielsweise, dass sich die Region durch besonders pfiffige For-

scher und ideenreiche Entdecker auszeichnet.

Fazit von Puls-Geschäftsführer Konrad Weißner: „Die Region ist sich ihrer Stärken nicht bewusst.“ Ein gravierender Nachteil, wie der Marktforscher befürchtet. „Denn wenn ich schon selbst von mir nicht überzeugt bin, wie kann ich dann meine Stärken selbstbewusst nach außen tragen?“ Es gibt also viel zu tun für die heimischen Marketingexperten.

Ein Lichtblick immerhin: Die Menschen in Nordbayern halten den Zusammenschluss zur Metropolregion über Bezirksgrenzen hinweg für wichtig – jeder Fünfte sogar für sehr wichtig. Eine gewisse Akzeptanz scheint also vorhanden zu sein für dieses Kunstgebilde, das zusammenführen soll, was nicht zwangsläufig zusammengehört.

Fest steht auch: Zwei von drei Metropolbürger leben gerne hier. Während es die Jungen noch eher in die Welt hinauszieht, sind die älteren Metropolaner bodenständig und heimatverbunden. Sie schätzen die Sicherheit und Sauberkeit in der Region, das viele Grün, die ausreichende medizinische Versorgung und die guten Einkaufsmöglichkeiten – zumindest in den Städten.

Was die Menschen offenbar vermissen, ist ausreichende Arbeitsplatzsicherheit. Kein Wunder, leidet doch vor allem der nordostbayerische Raum unter ständigem Stellenabbau. Und auch die Industrieregion Nürnberg hat einen jahrelangen Strukturwandel hinter sich, der nicht unbedingt von stabilen Beschäftigungsverhältnissen geprägt war.

Offenbar sind die Erwartungen auch nicht allzu groß, dass die heimische Wirtschaft in Zukunft zum überdurchschnittlich ergiebigen Jobmotor wird. Die Autoren der Studie waren



Auch wenn sie in der Beliebtheitskala bei den Menschen hierzulande ganz oben stehen: Bratwürste sind nicht alles, was diese Metropolregion zu bieten hat. Archivfoto: Horst Linke

besonders enttäuscht darüber, dass nur jeder Fünfte den Unternehmen der Region zutraut, für die Zukunft besser gewappnet zu sein als Firmen in anderen Teilen Deutschlands. „Da hat die Region deutlich mehr zu bieten als dies von den Menschen hier wahrgenommen wird“, sagt Weißner.

Immerhin glauben aber 40 Prozent, dass die Metropolregion noch an Attraktivität gewinnen wird. „Das macht Mut“, meint der Puls-Chef. Um

zu überprüfen, ob diese Hoffnung eines Tages Wirklichkeit wird, haben die Experten einen Attraktivitätsindex entwickelt, anhand dessen sie die Zufriedenheit der Menschen in der Metropolregion künftig zweimal im Jahr messen wollen. Im Frühjahr 2009 lag der Index auf einer 100er Skala bei 72,29, wobei die Oberfranken und die Oberpfälzer ihrer Heimat etwas griesgrämiger gegenüberstehen als die Unterfranken, die mit 74,02 deut-

lich über den Schnitt der Metropolregion herausragen.

Was können nun die Verantwortlichen in der Region tun, um das Leben hier noch angenehmer zu machen? Die Antwort auf diese Frage fällt relativ eindeutig aus: Den öffentlichen Nahverkehr und die Anbindung des ländlichen Raumes an die Zentren deutlich verbessern. Dieses Anliegen steht auf der Wunschliste der Metropolbürger an erster Stelle.