



Bildnachweis: Willnow

## Klaus Wurpts

ist Geschäftsführer der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland. Darin engagieren sich strukturbestimmende Unternehmen sowie Kammern und Städte aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit dem gemeinsamen Ziel einer nachhaltigen Entwicklung und Vermarktung der Wirtschaftsregion Mitteldeutschland. ([www.mitteldeutschland.com](http://www.mitteldeutschland.com))

# Neue Chancen für Mitteldeutschland

Die bisherige „Wirtschaftsregion“ ist nun auch eine „Metropolregion“ Mitteldeutschland. Damit kann länderübergreifendes Standortmarketing künftig noch effektiver gestaltet werden. Zum Nutzen aller Beteiligten.

Habemus „Metropolregion Mitteldeutschland“. Endlich!, werden viele gesagt haben, die jahrelang darauf hingearbeitet haben: Der bisher unter dem Namen „Sachsendreieck“ firmierende Städtebund aus Sachsen hat sich nach Beschluss der Oberbürgermeister um Städte aus Sachsen-Anhalt und Thüringen erweitert und folgerichtig in „Mitteldeutschland“ umbenannt. Damit haben sich die Städte zwar sogleich in einen Strategie-Findungsprozess begeben, doch schon jetzt ist abzusehen, dass sich mit dieser neuen Konstellation für die Entwicklung ganz Mitteldeutschlands große Chancen verbinden.

Da ist zunächst der direkte Nutzen, weswegen sich vor rund zehn Jahren allen Ortes in Deutschland „Metropolregionen“ gegründet haben, nämlich die Umstrukturierung der europäischen Förderpolitik. Dem Vernehmen nach sollen sich künftige Regionalentwicklungspläne an den so bezeichneten Metropolregionen als die wichtigsten Wachstumsträger für Wirtschaft und

Bevölkerung orientieren. Hier wird Mitteldeutschland als geeinter Standort stärker denn je seine Funktion als europäisches Drehkreuz und als Standort für Zukunftstechnologien in die Wagschale werfen können und müssen. Da ist es mehr als nur hilfreich, wenn die wichtigsten Städte aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit Unterstützung der Länder über die Grenzen hinweg eng zusammen arbeiten. Die Wirtschaft macht es ja bereits in ihren Netzwerken und Cluster-Organisationen vor. Wenn nun die „Wirtschaftsregion“ um eine „Metropolregion“ erweitert wird, dürfte dieser „Schulterschluss“ nicht nur in Brüssel von Gewicht sein.

Eine weitere große Chance für die gesamte Region ergibt sich daraus, dass nun sämtliche Vermarktungsaktivitäten Mitteldeutschlands unter dem Dach der „Metropolregion Mitteldeutschlands“ noch besser gebündelt werden können, sowohl nach „innen“ als auch nach „außen“. Regionen wie

Rhein-Neckar oder Ruhr machen dies erfolgreich vor. Nach „innen“ ermöglicht (und erfordert) dies eine Neuordnung der zahlreichen, häufig unkoordinierten Vernetzungsaktivitäten. Hier würde sich beispielsweise eine Arbeitsteilung nach Zielgruppen anbieten. Darüber hinaus kann eine verstärkte Verwaltungskooperation unter Einbindung der Bundesländer für mehr Transparenz und Effizienz sorgen. Nach „außen“ bietet sich nunmehr eine gute Gelegenheit, das Standortmarketing besser aufeinander abzustimmen und damit die Wahrnehmung Mitteldeutschlands weiter zu erhöhen. Dabei müssen die gemeinsamen Aktivitäten als zusätzliche Verstärkung der jeweils eigenen betrachtet werden.

Die Tür zur „Metropolregion Mitteldeutschland“ ist nun also geöffnet, erstmals gibt es einen effektiven Kooperationsrahmen für die ganze Region. Die Chancen sind riesig, nutzen wir sie. □