



**Die Themen im April 2013**  
unter [www.ihk-nuernberg.de](http://www.ihk-nuernberg.de)

- Wirtschaftspartner Russland
- Ein Jahr Anerkennungsgesetz
- WiM-Special: Mobilität | Fuhrpark
- Unternehmen in Familienhand
- Ohm wird Technische Hochschule

Die Moderatorin wird ausgestattet von Breuninger.

## Künstlerin des Monats

### Forum Kultur kürt Tanja Kinkel

NÜRNBERG - Tanja Kinkel ist in Bamberg geboren. Noch heute ist die Stadt Dreh- und Angelpunkt der außergewöhnlichen Schriftstellerin, die in München lebt. Sie gilt als eine der erfolgreichsten deutschen Autorinnen. Wurde bei „Wahnsinn, der das Herz zerfrißt“ die 40.000 Käufer noch als Zufallstreffer in der Branche abgetan, zeigen die in den letzten Jahren erschienenen „dicken, historischen Schmöcker“ den Weg einer wunderbaren, fleißigen und in sich stimmigen Künstlerin der Metropolregion, deren Auflagenzahl ihrer Romane sich heute in Millionenhöhen bewegt.



Tanja Kinkel

Foto: oh/FinePic

Mit acht Jahren entdeckte Tanja Kinkel das Schreiben für sich. Bereits mit 18 Jahren erhielt sie im fränkischen Jugendliteratur-Wettbewerb den ersten Preis für den besten Einzeltext „Schritte in der Nacht“. 2007 wird sie als neues Mitglied im P.E.N. zugewählt. Dazwischen Auszeichnungen, Anerkennungen und Wertschätzung der jungen Autorin: Förderpreis des Freistaat Bayerns; Stipendium „Villa Aurora“ Los Angeles; Kuratorin „Villa Concordia“ Bamberg; Kulturpreis der Oberfränkischen Wirtschaft; Botschafterin der Stadt Bamberg; 2006

einer der 100 Köpfe von morgen – „Land der Ideen“ - eine Initiative der Bundesregierung; Vorstandsrat bei „Freunde der Bamberger Symphoniker e.V.“ Sie studierte in München Germanistik, Theater- und Kommunikationswissenschaft und promovierte über Aspekte von Feuchtwangers Auseinandersetzung mit dem Thema „Macht“ und „dem Judentum“ an der Ludwig-Maximilians-Universität in München.

„Nichts ist abenteuerlicher als die Wirklichkeit“. Tanja Kinkel lebt in ihren Büchern und mit ihren Figuren. Ihre Werke bestechen durch die genaue Recherche historischer Fakten und Dokumentationen von Zeitgeschehen, Vorkommnissen und Hintergründe.

Neben dem Schreiben engagiert sich die erfolgreiche Autorin für eine humanere Welt. Tanja Kinkels Romane wurden in mehr als ein Dutzend Sprachen übersetzt; sie spannen den Bogen von der Gründung Roms bis zum Amerika des 21. Jahrhunderts.

## 43.000 Euro für Plant-for-the-Planet

### dm-drogerie markt engagiert sich

REGION - Mit einer Spende in Höhe von 43.000 Euro unterstützt dm-drogerie markt das Projekt Plant-for-the-Planet.

Bäume neu zu pflanzen. In diese ehrgeizige Aufgabe stecken die mittlerweile weltweit vernetzten Kinder und Jugendlichen ihre ganze Energie.

Die Schülerinitiative hat sich zum Schutz des Klimas auf die Fahnen geschrieben. Mit der „Guten Schokolade“ haben die Kinder und Jugendlichen der Initiative zudem ein klimaneutrales Produkt entwickelt. Dieses ist bei dm und weiteren Händlern bundesweit erhältlich.

Die Kinder- und Jugendinitiative „Plant-for-the-Planet“ setzt sich aktiv für den Erhalt unserer Erde ein. Das selbstgesteckte Ziel gegen die Klimakrise lautet, bis zum Jahr 2020 weltweit 1.000 Milliarden

Bäume neu zu pflanzen. In diese ehrgeizige Aufgabe stecken die mittlerweile weltweit vernetzten Kinder und Jugendlichen ihre ganze Energie. Um ihr Vorhaben noch bekannter zu machen, haben die Schüler die Initiative „Die Gute Schokolade“ entwickelt. Seit der Produkteinführung im April 2012 wurden bereits mehr als eine Million Tafeln verkauft, mehr als die Hälfte davon in den rund 1.390 dm-Märkten in Deutschland. Für die mehr als 500.000 bei dm verkauften Tafeln wird Plant-for-the-Planet 100.000 Bäume pflanzen. Mit den von dm gespendeten 43.000 Euro werden unsere Akademien organisiert, um Kinder weltweit zu Botschaftern für Klimagerechtigkeit auszubilden.



Große Freude bei allen Beteiligten über den Verkauf von 1 Million Tafeln der „Guten Schokolade“. Im Vordergrund Felix Finkbeiner, Gründer der Schülerinitiative „Plant-for-the-Planet“, mit Rebecca, Lea und Laura (v.l.). Im Hintergrund Erich Harsch (l.), Vorsitzender der dm-Geschäftsführung, sowie Rolf von Rügen, Käufer der millionsten Tafel. Foto: Sabine Hoerholdt

## Neue Aufgaben

### Thorsten Böhm wechselt zu MCN

NÜRNBERG - Der Leiter des NürnbergConvention Centers, Thorsten Böhm, wechselt zur MCN Medizinische Congressorganisation Nürnberg AG, die er als einer der beiden Vorstände leiten wird.



Thorsten Böhm

Foto: oh

Böhm, der 18 Jahre bei der NürnbergMesse beschäftigt war, verlässt sie als Freund – mit einem weinenden Auge, was seine bisherigen Aufgaben und die vielen guten und engen Kontakte zu Kunden wie Mitarbeitern anbelangt; aber auch mit einem lachenden, was die neuen Aufgaben betrifft.

Aufgrund der guten Partnerschaft zwischen der MCN Medizinische Congressorganisation Nürnberg AG und der NürnbergMesse wird Thorsten Böhm auch weiterhin immer wieder im Messezentrum vor-

beischaun: Ende April findet dort beispielsweise der Deutsche Anästhesiecongress statt und Mitte Juni der 26. internationale Kongress der Deutschen Ophthalmochirurgen.

MarktSpiegel  [www.marktspiegel.de](http://www.marktspiegel.de)

ONLINE

INFORMATIV | MODERN | SYMPATHISCH

# Große Leuchttürme und kleine Taschenlampen

MarktSpiegel, [MS]NEWMEDIA und Prof. Dr. Klaus Wübbenhorst suchen „Kreative Köpfe aus der Metropolregion Nürnberg“

In diesen Tagen startet die Initiative „Kreative Köpfe“, die [MS]NEWMEDIA und der MarktSpiegel zusammen mit Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst ins Leben gerufen haben.

Der Wirtschaftswissenschaftler Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst war von 1992 bis 1997 Mitglied im Vorstand des Marktforschungsunternehmens GfK, dessen Vorstandsvorsitz er von 1998 bis 2011 innehatte. Parallel dazu war er von 2005 bis 2010 Präsident der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken. Nachdem Prof. Dr. Wübbenhorst seinen Vertrag bei der GfK auf eigenen Wunsch nicht verlängerte, widmet er sich seit einigen Monaten mit vollem Drive seiner neuen Aufgabe als Wirtschafts-Chef der europäischen Metropolregion Nürnberg. In einem Gespräch mit dem MarktSpiegel stellt Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst die Kampagne „Kreative Köpfe aus der Metropolregion Nürnberg“ vor.

se Unternehmen über viele Jahre hinweg zu erfolgreichen Leuchttürmen entwickelt haben. Es gibt aber auch zahlreiche kreative Köpfe, die jetzt erst am Anfang ihrer Entwicklung stehen und die eine gute Idee haben. Diese möchten wir mit unserer Aktion fördern.

Was heißt in diesem Zusammenhang „kreativ“?

Kreativ heißt etwas zu erfinden, das vorher in dieser Art noch nicht dagewesen ist. Das kann ein neues Produkt sein, eine neue Dienstleistung, aber auch eine tolle Idee in der Kunst. Etwas – ich sage das als Mann der Wirtschaft – das am Ende auch Interessenten oder auf Deutsch Käufer findet.

Wie ist eigentlich der Ablauf der Aktion?

Der Schlüssel zum Erfolg der Aktion ist eine Partnerschaft. Eine Partnerschaft zwischen Paten und „kreativen Köpfen“. Nach dem Startschuss hier im MarktSpiegel sind nun „Kreative Köpfe“ aber auch die Paten aufgerufen, sich zu bewerben.



Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst, der Wirtschafts-Chef der Metropolregion Nürnberg. Foto: tom

Können Sie uns einige Beispiele nennen, wie aus einem „kreativen Kopf“ ein „Leuchtturm“, ein „global Player“ wurde?

Für mich ist das beste Beispiel eines „kreativen Kopfes“, der zum „global Player“ wurde und noch immer ein Leuchtturm ist, Albrecht Dürer. Dürer hat tolle Produkte geschaffen. tolle Ideen gehabt und eigentlich auch das Marketing erfunden, von dem wir heute noch zehren. Es gibt aber auch in der Neuzeit zahlreiche Beispiele, von denen ich hier nur einige nennen möchte. Nehmen Sie die DATEV, nehmen Sie die GfK, nehmen Sie Rödl & Partner, brose, uvex, LEONI und KURZ. Das sind alles sehr erfolgreiche Unternehmen, die aus den Ideen eines Einzelnen entstanden sind. Einer einzel-

nen Persönlichkeit, die neugierig war, die getrieben wurde, die kreativ war.

Welche Vorteile bringt die Aktion für die „kreativen Köpfe“, die am Beginn einer hoffentlich erfolgreichen Karriere stehen?

Das beginnt bereits bei der Bewerbung, wenn ich mich fokussieren muss, wenn ich für mich ganz konkret auf den Punkt bringen muss, was eigentlich das Kreative an meiner Idee ist. Wenn man dann von der Jury als „kreativer Kopf“ ausgewählt wird, dann hat man natürlich auch Öffentlichkeit, man hat eine Trophäe, kurzum man hat etwas, womit man nachher auch wuchern kann.

Welche Vorteile hat der Pate, der sich bei der Aktion engagiert?

Der Pate zeigt zunächst einmal Verantwortung für Nachwuchs-Kreative. Darüber hinaus bekommt er natürlich auch Aufmerksamkeit und Medien-Berichterstattung als Einer, dem die Metropolregion am Herzen liegt.

Da wir gerade bei den Vorteilen und Chancen sind... Profitiert auch die Metropolregion als Ganze von der Aktion?

Das ist letztlich einer der Gründe, weshalb wir diese Aktion machen. Wir verstehen uns ja als Heimat für Kreative. Das kann man auf Hochglanz-Broschüren schreiben, man kann darüber sprechen, man kann es aber auch tun und zeigen. Indem wir zeigen dass unsere Metropolregion große Leuchttürme hat, die aus großen Persönlichkeiten hervorgegangen sind, zeigen wir auch, dass in der Metropolregion nicht nur Groß und Weit und Hoch gilt, sondern auch Klein

und Interessiert. Diese Verbindung – große Leuchttürme und kleine Taschenlampen – ist es, was unsere Region sympathisch und am Ende des Tages auch erfolgreich macht.

Noch eine letzte Frage: Was wünschen Sie sich persönlich für die Metropolregion Nürnberg in den kommenden Jahren?

Mein Wunsch ist, dass die Metropolregion in einigen Jahren nicht nur intern sondern deutschland- und europaweit als Leuchtturm wahrgenommen wird. Dazu gehört viel Arbeit, viel Kommunikation, stetiges Antreiben, dazu gehört aber auch die Unterstützung der Unternehmerinnen und Unternehmer. Denn nur von schönen Worten lebt die Metropolregion auch nicht. Wir brauchen natürlich auch Budgets, Geld- und Zeiteinsatz von allen Beteiligten um die Metropolregion nach vorne zu bringen.

Weitere Infos unter [www.kreative-der-metropolregion.de](http://www.kreative-der-metropolregion.de)



aus der Metropolregion Nürnberg

Herr Professor Wübbenhorst, was verbirgt sich hinter dem Motto „Kreative Köpfe aus der Metropolregion Nürnberg“?

Wir wollen mit unserer Aktion zeigen, dass unsere Region kreativ ist, dass sie Sympathie ausstrahlt und dass wir etwas zwischen den Ohren haben, nämlich Verstand. Kreative Köpfe, das sind die Persönlichkeiten, die hinter großen Unternehmen stehen und die-

Aus den Bewerbern wählt dann eine Jury besonders Interessante Ideen aus. Diese Ideen und Konzepte werden zusammen mit den Paten vorgestellt – sowohl hier im MarktSpiegel als auch in den neuen Medien spricht bei [MS]NEWMEDIA. Interessant für den „kreativen Kopf“ ist dann natürlich auch die Auszeichnung mit einer eigens zu diesem Zweck geschaffenen Trophäe.



aus der Metropolregion Nürnberg

Sie sind ein kreativer Kopf mit einer guten Idee und stehen noch am Anfang?

Ihnen liegt die Metropolregion Nürnberg am Herzen?

Dann sind Sie der/ die Richtige für unsere Aktion!

Bewerben Sie sich bei uns als kreativer Kopf oder als Pate und gewinnen Sie Aufmerksamkeit.

Bewerbung an [KreativeKoepe@metropolregion.nuernberg.de](mailto:KreativeKoepe@metropolregion.nuernberg.de)

Infos unter [www.kreative-der-metropolregion.de](http://www.kreative-der-metropolregion.de)

