



**Rede**

des Staatsministers Prof. Dr. Bausback

aus Anlass der

**Eröffnung**

**der Mainfranken-Messe**

am 30. September 2017

in Würzburg

# Übersicht

- I. Einleitung: Schaufenster
- II. Begrüßung
- III. Mainfränkisches Schaufenster
  1. In der Mitte Europas
  2. Kultur und Natur
  3. Bocksbeutel PS
  4. Führender Wirtschafts- und High-Tech-Standort
  5. Die Franken
- IV. Die Mainfranken-Messe als mainfränkisches Schaufenster
- V. Dank und Schluss

Es gilt das gesprochene Wort

Einleitung

Anrede!

Kürzlich fiel mir ein Bericht über eine **aktuelle Studie zum Online-Shopping** in die Hände.

**„Sonntag ist Online-Shopping Tag“**

hieß es dort. Denn **sonntags** kaufen wir **offensichtlich am liebsten** im Internet ein.

Kein Wunder eigentlich, ist sonntags doch bei vielen **endlich einmal Zeit**, in **Ruhe durch die virtuellen Kataloge zu blättern**. Und natürlich ist Online-Shopping heute ein **fester Bestandteil unseres Lebens**. Wir alle kennen die **Vorzüge des Einkaufens im Internet**.

Und so nutzen viele auch **im hektischen Alltag** gern die Zeit auf dem Weg **zwischen zwei Terminen** oder **schnell zwischendurch in der Bahn** zum Einkaufen - falls der **intelligente Kühlschrank** seinen **Nachschub** nicht ohnehin schon **ganz alleine im Internet** bestellt hat.

Trotzdem kam mir dabei unwillkürlich in den Sinn:

Eigentlich war es **„offline“** doch auch ganz schön!

**Gemütlich bummeln** entlang der **Schaufenster**, **frische Morgenluft** um die Nase und **neugierig** auf das, was einem hier oder dort begegnet. Oder **im bunten Treiben eines Winterabends** warm eingepackt an den **erleuchteten Auslagen der Geschäfte vorbeischlendern**, zahllose **Gesprächsfetzen der Passanten** um uns herum und **man selbst mittendrin** - aber irgendwie doch **auch weit weg. Entspanntes Flanieren** mit lieben Menschen - ganz **ohne konkretes Ziel** quer durch die Stadt.

Und hat **eines der Objekte im Schaufenster** unser Interesse geweckt, ist der Weg nicht weit. Gleich im Geschäft dahinter kann **man den Menschen und ihren Produkten von Angesicht zu Angesicht begegnen** und das **Objekt der Begierde** sogleich von allen Seiten **betrachten, fühlen oder riechen** - und sich **mit allen Sinnen** ein Bild machen.

## Schaufenster

**Schaufenster**, so wie wir sie heute kennen, entstanden **um 1780 in Paris**. Sie entwickelten sich **seit dem 19. Jahrhundert** zu einem **prägenden Element** der **Innenstädte und Einkaufsstraßen** und schufen das Umfeld, in dem **Flanieren** und **entspanntes Bummeln entlang der Auslagen** zur Mode werden konnten.

Natürlich, Schaufenster dienen **in erster Linie der Präsentation** von Waren oder Dienstleistungen. Aber sie **inspirierten** auch **berühmte Künstler wie Andy Warhol** oder **Salvador Dali**, die Schaufenster **als künstlerische Plattform** entdeckt und sie auf ihre ganz eigene Weise gestaltet haben.

Auch **manche Schaufensterpuppen** - eigentlich zur Präsentation **schicker Abendkleider** oder **Schmuckkollektionen** gedacht - haben **ein Eigenleben** entwickelt. So wie **Cynthia** - jene berühmte und überaus elegante **Gipspuppe** des amerikanischen Bildhauers und Schriftstellers **Lester Gaba**. Sie begleitete ihn **seit den 1930er Jahren** auf zahlreichen gesellschaftlichen Ereignissen in New York mit so großem Erfolg, dass sie später sogar **eine eigene Zeitungskolumne** verfasste und **eine eigene Radioshow moderierte**.

Beruf des Gestalters    Anrede!



Selbstverständlich wäre **kein Schaufenster denkbar** ohne die **Menschen, die sie gestalten**. „**Schauwerbegestalter**“ wurden sie früher genannt, heute lautet die offizielle Berufsbezeichnung „**Gestalter für visuelles Marketing**“. Sie sorgen dafür, dass Kleider, Accessoires, Möbel, Lebensmittel und vieles mehr so präsentiert werden, dass sie unsere Aufmerksamkeit und unser Interesse wecken.

Schaufenster sind **der erste Eindruck**, die **Visitenkarte** eines Ladens. Hier entstehen oft ganz **eigene Welten**, Schaufenster können **Geschichten erzählen** und Botschaften vermitteln. Und das alles natürlich auf Grundlage der **neuesten handelspsychologischen Erkenntnisse!**

Und so ist ihre Gestaltung durchaus eine Herausforderung:

**Passantenströme** und **Blickrichtungen** müssen **analysiert** und die verschiedenen **Gestaltungsmöglichkeiten** **gegeneinander abgewogen** werden: Wie **sollen Licht, Formen** und **Farben** eingesetzt werden? Wie werden die **Haupt- und Nebenprodukte platziert**? Soll ein **besonderer Blickfang** zum Einsatz kommen?

Grundsätzlich raten Experten aber, auch bei der Schaufenstergestaltung dem Grundsatz „**Weniger ist mehr!**“ zu vertrauen. Mir scheint, dass **auch hier** - ganz ähnlich **wie bei uns in der Politik** - eine **klare Linie** zumeist **schneller zum Ziel** führt.

Überleitung zur  
Messe

Anrede!

Natürlich, **als Bayerischer Justizminister** bleibt **mir persönlich oft zu wenig Zeit** für einen entspannten Schaufensterbummel. Aber umso mehr freue ich mich, heute hier bei Ihnen zu sein!

Denn auch die Mainfranken-Messe hier in Würzburg versteht sich nun schon **seit 67 Jahren** als „**Schaufenster**“ **unserer Region**. Also als ein Ort, an dem **Sie alle** unsere Region und die Produkte aus **Handel, Handwerk und Landwirtschaft hautnah** und **mit allen Sinnen** erleben können.

Begrüßung

Und so ist mir heute eine ganz **besondere Freude**, die bayerische Staatsregierung hier bei der **Eröffnung der Mainfranken-Messe** in **meiner unterfränkischen Heimat** zu vertreten.

Ich freue mich sehr, Sie alle in **Würzburg** willkommen heißen zu dürfen. Und Ihnen allen die **herzlichen Grüße** unseres **Ministerpräsidenten Horst Seehofer** auszurichten.

Mainfränkisches  
Schaufenster

Anrede!

Wenn wir uns nun ein „**unter- beziehungsweise mainfränkisches Schaufenster**“ einmal **ganz bildlich** vorstellen:

## Was würden Sie dort hineinstellen?

Ganz ohne Frage: Wir hätten so einiges zu präsentieren!

Schon **im 19. Jahrhundert** hat es der Schriftsteller **Karl Leberecht Immermann** so auf den Punkt gebracht: In seiner vielzitierten Beschreibung sah er **Franken** als einen „**Zauberschrank**“, der in „**immer neuen Schubfächern [...] bunte, glänzende Kleinodien**“ bereithalte.

Ähnlich so es der große **Johann Wolfgang von Goethe**, der **unser Franken** als ein „**gesegnetes Land**“ bezeichnete.

Was unser Schaufenster betrifft:

**Viele Experten** raten ja zu einem **Blickfang**:

Ich finde aber, da wird es **bei uns** schon **wirklich schwierig** angesichts der **Vielzahl der Möglichkeiten**.

Was ist es, das **unsere Region** so **besonders**, so **einzigartig** macht?

In der Mitte Europas Zuerst einmal: Wir **in Unterfranken** leben in einer **traditionell weltoffenen** und **familienfreundlichen Region** **mitten in Deutschland und Europa**.

Und, meine sehr verehrten Damen und Herren:

Das **bleibt** übrigens **auch nach dem Brexit so**.

Lag die **geografische Mitte der EU** schon bisher **bei uns in Unterfranken** - genauer gesagt in **Westerngrund nordöstlich von Aschaffenburg** -, wird sie sich **durch den Austritt Großbritanniens** nach den Berechnungen des französischen Nationalen Geografischen Instituts **zwar ein wenig nach Südosten verschieben**. Allerdings **nur bis Gadheim**, einem Ortsteil von **Veitshöchheim**.

Wir **Unterfranken** bleiben also **mittendrin!**

## Kultur und Natur

Neben den zahlreichen Vorzügen unserer **fränkischen Lebensart**, unserem **Brauchtum** oder unsere **kulinarischen Spezialitäten** vom **Lebkuchen** über **Klöße** und **Bratwürste** bis hin zum „**Schäufala**“ sind wir **gesegnet** mit einer **grandiosen kulturellen Vielfalt**.

Unsere **mittelalterlichen Orte**, unsere **Kirchen**, **Burgen** und **Schlösser** inmitten der **prachtvollen Natur**: Sie alle **prägen unsere Landschaft** und sind **Wahrzeichen unserer Heimat**.

Besonders hervor stechen in **Mainfranken** natürlich so **grandiose Bauwerke** wie etwa die **Residenz hier in Würzburg** - oder die **weltberühmten Meisterwerke** von **Tilman Riemenschneider**.



Also: Vielleicht ein **Riemenschneider-Altar** als **Blickfang in unserem Schaufenster?**

Bocksbeutel

Oder wie wäre es mit einem **Bocksbeutel** - als mit Händen greifbares Symbol für unsere bereits seit **dem 8. Jahrhundert nach Christus nachweisbare Weinbautradition?**

Seit **Jahrhunderten** steht der **Bocksbeutel für Spitzenweine aus Franken**. Dass wir diese **historisch gewachsene Tradition** aber auch **fortentwickeln** wollen und können, dafür steht - ebenfalls ganz bildlich - der neue „**Bocksbeutel PS**“ des **Designers Peter Schmidt**, der als **gebürtiger Franke** für diese Aufgabe natürlich ganz besonderes prädestiniert war.

Und das mit **großem Erfolg**: Er wird nicht nur von **Handel** und **Verbrauchern** sehr gut angenommen, denn **zwei Drittel** der **abgefüllten Bocksbeutel** sind **bereits Bocksbeutel PS**.

Gerade erst wurde der Bocksbeutel PS auch mit dem **Deutschen Verpackungspreis** ausgezeichnet, da er als „**moderne Interpretation einer bekannten Form**“ „**Nachhaltigkeit, Design, Tradition und Moderne**“ vereint und „**traditionelle Werte in die Gegenwart**“ holt.

Auch von mir an dieser Stelle noch einmal **ganz herzlichen Glückwunsch!**

Führender  
Wirtschafts- und  
High-Tech-Standort

Darüber hinaus stehen **Unter- und Mainfranken** auch in **Wirtschaft** und **Bildung** ganz hervorragend da.

Der **Branchenmix** stimmt. Und in **wichtigen Schlüsselbranchen** wie **Maschinenbau** und **Automotive** ist Mainfranken **hervorragend positioniert**. **Global Player** sind hier ebenso zuhause wie **zahlreiche mittelständische Unternehmen** und **erfolgreiche Dienstleister**.

Unsere **Universitäten** und **Hochschulen** sind **hoch anerkannt** und **begeistern hochqualifizierte Studentinnen und Studenten für unsere Region**. Auch in Zukunftstechnologien wie der **Elektromobilität** oder der **Bio- und Medizintechnik** ist Mainfranken **stark positioniert**.

Dass es **Mainfranken** so gut gelungen ist, sich **insgesamt als starke Marke** zu positionieren, ist auch ein Erfolg der hervorragenden Arbeit der **Region Mainfranken GmbH**.

Hier ziehen **Städte, Landkreise, Kommunen und Wirtschaftskammern** an einem Strang. Der **Dialog** zwischen den **wichtigen Akteuren** aus **Wirtschaft, Verbänden und Politik** funktioniert.

Sie sehen: Auch hier wäre **sicherlich einiges für unser Schaufenster** dabei!

Die Franken

Anrede!

Oder natürlich - **last but not least: Wir Franken selbst!**

Wir gelten als **lebensfroh, tolerant** und **hilfsbereit**. Als **weltoffen** und **zugleich tief mit unserer Heimat verbunden**.

Und sind **außerdem** und **nachgewiesenermaßen** eines:

**Glücklich!**

Glücksatlas 2016

Dies hat der **Glücksatlas**, eine repräsentative Studie im Auftrag der Deutschen Post, im letzten Jahr **endlich auch einmal schwarz-auf-weiß festgestellt!**

Und: **Im Glücklichein** kann uns **kaum eine andere Region in Deutschland das Wasser reichen!** Deutschlandweit haben wir den **2. Platz** belegt - zwar noch **hinter Schleswig-Holstein**, aber **deutlich vor dem Rest Bayerns**, der es - immerhin - **auf Platz 8** geschafft hat.

Die Mainfranken-  
Messe als  
mainfränkisches  
Schaufenster

Anrede!

Sie sehen: **All das was uns Franken und insbesondere Mainfranken** ausmacht, in einem Schaufenster zu präsentieren, ist **wirklich gar nicht so leicht.**

Gut, dass hier **in Würzburg** auf dem Messegelände **etwas mehr Platz** ist.

Denn wie auch immer **Ihr persönliches „Schaufenster Mainfrankens“** aussehen würde:

Hier, **am Ufer des Mains**, können Sie **alles sehen und erleben**.

**Handel, Handwerk und Landwirtschaft** aus der Region präsentieren sich mit **650 Ausstellern** in **23 Hallen** und auf **vier Bühnen** zu Themen wie Bauen, Wohnen, Gesundheit, Wellness, Mode oder Familie.

Und - **als kleiner Hinweis in eigener Sache** - auch wir aus dem **Bayerischen Landtag** informieren Sie **an unserem Stand** über die **parlamentarische Arbeit im Maximilianeum**. **Abgeordnete aller Fraktionen** bieten **Bürgersprechstunden** an, um **mit Ihnen ins Gespräch zu kommen**.

Kommen Sie doch auch einmal bei uns vorbei!

Dank und Schluss      Anrede!



**Viele Menschen** haben dieses riesige Schaufenster **mit großem Einsatz** für Sie vorbereitet. Daher möchte ich - bevor wir uns nun aufmachen, die Mainfranken-Messe zu erkunden - **all denjenigen danken**, die an der **Planung, Organisation und Vorbereitung der Mainfranken-Messe** beteiligt waren!

Ohne Sie wäre dies alles nicht möglich gewesen - haben Sie **ganz herzlichen Dank!**

Anrede!

Sie alle bitte ich nun:

Nehmen Sie sich die Zeit, gleichsam wie bei einem **gemütlichen Schaufensterbummel**, **Mainfranken** und seine **Menschen** zu erleben und seine **vielfältigen Produkte** kennenzulernen und zu genießen!

Ich wünsche Ihnen allen - **Organisatoren**, **Ausstellern** und **Besuchern** - eine spannende und ereignisreiche Zeit und bin sicher: Sie werden hier **viel Freude** haben!

Herzlichen Dank!