Bericht aus der Kabinettssitzung vom 02. Juli 2019

2. Juli 2019

1. Erweiterungsbau für die Technische Hochschule Nürnberg: Technikum für Forschung und Entwicklung soll im Nürnberger Westen errichtet werden / Wichtiger erster Schritt für die Weiterentwicklung der Hochschule

2. Staatsregierung startet Fachkräfteoffensive bei Kinderbetreuung / Fünf-Punkte-Programm für noch mehr Qualität und bessere Arbeitsbedingungen

3. Staatsregierung setzt mit Marke Bayern auf Premium, Genuss, Regionalität und Nachhaltigkeit / Starke Image- und Sympathiewerte in allen Bereichen / Marke im Lebensmittelbereich weiter voranbringen

1. Erweiterungsbau für die Technische Hochschule Nürnberg: Technikum für Forschung und Entwicklung soll im Nürnberger Westen errichtet werden / Wichtiger erster Schritt für die Weiterentwicklung der Hochschule

Die Technische Hochschule (TH) Nürnberg Georg Simon Ohm, die zweitgrößte Hochschule für angewandte Wissenschaften in Bayern, wird ein neues Technikum erhalten. Im Nürnberger Westen sollen dafür Flächen im Umfang von knapp 6.000 Quadratmeter für angewandte Forschung und Entwicklung in Form eines Bestellbaus geschaffen werden, wie das Kabinett heute beschlossen hat. Bei einem Bestellbau errichtet anstelle der Staatlichen Bauverwaltung ein Dritter das Gebäude auf seinem Grundstück. Das Gebäude wird nach Fertigstellung an den Freistaat vermietet.

Der Ministerrat hat das Wissenschaftsministerium heute damit beauftragt, die europaweite Ausschreibung des Bestellbaus in Auftrag zu geben. Damit wird dem gestiegenen Flächenbedarf der Hochschule in einem wichtigen Schritt Rechnung getragen und ein Meilenstein in ihrer Weiterentwicklung ermöglicht. Das Technikum ist eine starke Innovationskeimzelle – nicht nur für die Europäische Metropolregion Nürnberg. Es wird Forschergruppen auf flexibel nutzbaren Ressourcen unterbringen, die Antworten auf wichtige Zukunftsfragen von autonomen Systemen und intelligenter Mobilität bis hin zu Wasserbau und Wasserwirtschaft geben sollen. Im Technikum sollen Büro- und insbesondere Laborräume zur Forschungs- und Entwicklungsarbeit in diesen Themenbereichen Platz finden.

Bereits im vergangenen Jahr hatte der Ministerrat die räumliche Weiterentwicklung der TH Nürnberg beschlossen. Gerade im Bau befindet sich das Informationszentrum mit Bibliothek und Rechenzentrum, eine staatliche Baumaßnahme. Zu dem zukünftigen Technikum sollen auch ein neues Zentrum für Metall- und Polymerforschung und ein Zentrum für Medien, Kommunikation und IT hinzukommen. Insgesamt weist die TH Nürnberg mit rund 13.000 Studentinnen und Studenten einen zusätzlichen Flächenbedarf für Forschung und Lehre von 30.000 Quadratmetern auf, der durch die neuen innovativen Zentren schrittweise gedeckt werden soll.

Zum Seitenanfang

2. Staatsregierung startet Fachkräfteoffensive bei Kinderbetreuung / Fünf-Punkte-Programm für noch mehr Qualität und bessere Arbeitsbedingungen

Die Staatsregierung will die Angebote bei der Kinderbetreuung weiter verbessern. Für den weiteren Ausbau der Betreuungsplätze für Kinder von null bis sechs Jahren sowie im Hortbereich braucht es genauso wie für die Steigerung der Qualität der Kinderbetreuung gut ausgebildete pädagogische Fachkräfte. Dazu wird nun eine Fachkräfteoffensive gestartet.

Der „Fünf-Punkte-Plan für mehr Fachkräfte und höhere Qualität in der Kinderbetreuung“ umfasst ein breites Maßnahmenbündel zur Fachkräftegewinnung, zur Aufwertung sozialer Berufe sowie zur Verbesserung der Arbeits- und Rahmenbedingungen der pädagogischen Fachkräfte:

• Leistungsgerechte Bezahlung:
Im „Bündnis für Frühkindliche Bildung in Bayern“ lotet die Staatsregierung gemeinsam mit den Tarifpartnern und Experten Verbesserungspotenziale bei der Lohnentwicklung aus. Beschlüsse obliegen den Tarifpartnern.
• Ausbildung attraktiver machen:
Um die Zahl der Absolventinnen und Absolventen an den Fachakademien für Sozialpädagogik weiter zu erhöhen, wird der Modellversuch „Erzieherausbildung mit optimierten Praxisphasen“ fortgeführt. Hauptziel ist, die Ausbildung attraktiver zu machen, vor allem durch die Bezahlung einer Ausbildungsvergütung.
• Quereinsteiger und Rückkehrer gewinnen, Fachkräfte halten:
Die Staatsregierung unterstützt die Träger dabei, die Arbeitsbedingungen so zu gestalten, dass Fach- und Ergänzungskräfte im Beruf gehalten oder zurückgewonnen werden können.
• Rahmenbedingungen in den Kitas verbessern:
Mit einem Verwaltungs- und Leitungsbonus und der Festanstellung von 2.000 zusätzlichen Tagespflegepersonen soll das pädagogische Personal in den Kindertageseinrichtungen entlastet werden.
• Image sozialer Berufe fördern:
Neben der bewährten Herzwerker-Kampagne soll die gezielte Werbung und der Einsatz von Influencern in den sozialen Medien vor allem junge Menschen für soziale Berufe begeistern.

Darüber hinaus werden bereits erfolgreich laufende Maßnahmen wie die Pädagogische Qualitätsbegleitung (PQB) oder die berufsbegleitende Weiterbildung von Quereinsteigern fortgeführt.

Zum Seitenanfang

3. Staatsregierung setzt mit Marke Bayern auf Premium, Genuss, Regionalität und Nachhaltigkeit / Starke Image- und Sympathiewerte in allen Bereichen / Marke im Lebensmittelbereich weiter voranbringen

Die hervorragende Marktposition der Marke „Bayern“ ist in den vergangenen Jahrzehnten hart erarbeitet worden. Mit einem Maßnahmenpaket will die Staatsregierung nun die Marke Bayern im Lebensmittelbereich noch weiter stärken. Premium, Genuss, Regionalität und Nachhaltigkeit sind dabei Schlüssel-Elemente.

Die Grundlagen der Markenstärkung bilden die Programme „Geprüfte Qualität Bayern“, „Bayerisches Bio-Siegel“ sowie die von der EU herkunftsgeschützten Spezialitäten. Für den Ausbau der Qualitätsstrategie wird künftig noch intensiver mit Erzeugern und Konsumenten vor Ort zusammengearbeitet, um ein neues „Wir-Gefühl“ zu fördern. Grundlage ist die gemeinsame Wertschätzung und Identifikation mit den heimischen Produkten. Ziel ist es auch, die Bedeutung des ländlichen Raumes hervorzuheben und Stadt- und Landbevölkerung so zusammenzubringen.

„Regionalität“ ist heute einer der wichtigsten Verbrauchertrends: 61 Prozent (29 Mrd. Euro) des Umsatzes, den die Landwirtschaft und das Ernährungsgewerbe und -handwerk in Bayern im Jahr 2017 erwirtschafteten, wurden im Freistaat selbst abgesetzt, weitere 19 Prozent (8,8 Mrd. Euro) in anderen Bundesländern. Insgesamt machte die Branche 47,3 Mrd. Euro Umsatz.

Geplant sind unter anderem diese neuen Maßnahmen:
• „Regional-Allianz“: Vertreter der gesamten Wertschöpfungskette kommen an einem Tisch zusammen, um Allianzen für den Absatz regionaler Lebensmittel bei allen Veranstaltungen wie zum Beispiel auf Volks- und Vereinsfesten und bei der Gemeinschaftsverpflegung in Kantinen und Schulen zu fördern.
• „Food Truck-Projekt“: Ab August 2019 wird das Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten mit einer mobilen Küche bei Veranstaltungen des Ressorts und auf externen Festivals für heimische Produkte werben.
• Stärkung von Bauernmärkten und Direktvermarktern: Mit einer Aufklärungskampagne in sozialen Medien unter Einbeziehung von Food-Bloggern und Testimonials wird die Öffentlichkeit über die Vorzüge regionaler Produkte beim Kauf informiert.
• Ausbau der bestehenden Angebote an Coaching und Workshops zur nachhaltigen Verpflegung.

Die bereits laufenden Programme wie Gemeinschaftspräsentationen auf Messen, Regionalportale im Internet, das Botschafter-Programm für „Genusshandwerke“ oder die bayerischen Leitlinien zur Gemeinschaftsverpflegung werden fortgesetzt und erweitert.

Auch international ist die bayerische Lebensmittelbranche gut aufgestellt. Der Exportbereich ist für Bayerns klein- und mittelständisch strukturierte Land- und Ernährungswirtschaft mit rund 20 Prozent des Umsatzes (2018) ein wichtiges Standbein. Wichtigstes Zielland in der EU ist Italien vor Österreich und den Niederlanden. Außerhalb der EU sind es die Schweiz, die USA und Russland. Auch wenn die ernährungswirtschaftliche Ausfuhr Bayerns seit zehn Jahren kontinuierlich angestiegen ist, bietet sie noch weiteres Potenzial: Die Bayerische Staatsregierung unterstützt daher die Vermarktung der vielfältigen bayerischen Qualitätsprodukte im Rahmen einer 2014 gestarteten Exportinitiative. Schwerpunkte sind die etablierten Märkte in Italien und Österreich. Auch die dynamischen Marktentwicklungen in den mittel- und osteuropäischen Ländern werden mit Aktionen im dortigen Einzelhandel genutzt, die 2015 begonnenen Aktivitäten in Asien (China, Japan, Thailand) vorangetrieben. Dabei kommt als neuer aussichtsreicher Markt Südkorea hinzu.

Um ein jüngeres Publikum anzusprechen, wird die Nutzung von Online-Kommunikationskanälen im bayerischen Agrarmarketing weiter ausgebaut. Ziel ist es, bei allen Maßnahmen verstärkt auf ein modernes Gemeinschaftsmarketing zu setzen, das die reale mit der virtuellen Welt verbindet und die Kräfte der Partner in den Projekten bündelt.

Zum Seitenanfang

Pressemitteilung-Nr.-139-vom-02.-Juli-2019
(PDF 112.00 Kb)