

Editorial

Herzlich Willkommen zur 18. Ausgabe von ['em vau] kompakt.

Wir blicken auf ein ereignisreiches Jahr zurück und möchten Ihnen in dieser Ausgabe des Newsletters unsere Kampagnen und Projekte in einem Überblick vorstellen. Das Landesmarketing positioniert Mecklenburg-Vorpommern in der öffentlichen Wahrnehmung als norddeutsches, maritimes Land, das Freiraum bietet. Unser Landesbotschafter, der Strandkorb, war dafür auch in diesem Jahr wieder deutschlandweit präsent. Bereits zum dritten Mal in 2009 ist am 6. Dezember in einer Auflage von 214.000 Exemplaren unser Magazin ['em vau] in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung erschienen. Unter dem Titel „Spielraum“ wird MV als Kulturland präsentiert.

Die Projekte im Rahmen der Kampagne „Studieren mit Meerwert“ richten sich vor allem an junge Studieninteressierte. Mit der neuen Vodcast-Serie über die Hochschulen des Landes können sich Studierende aus ganz Deutschland schnell einen Eindruck vom studentischen Leben in MV machen.

Mit dem Jahreswechsel steht auch ein personeller Wechsel beim Landesmarketing an. Ab Januar 2010 wird Peter Kranz die Leitung des Landesmarketings MV übernehmen. Ich möchte mich an dieser Stelle herzlich bei allen Partnern und Freunden des Landesmarketings für die gute Zusammenarbeit bedanken. Mein besonderer Dank gilt den Mitarbeiterinnen des Landesmarketings sowie der Agentur Molthan van Loon. Wir haben den Auftrag des Landes, MV als attraktiven Standort zu profilieren, konsequent umgesetzt – durch Präsentation der modernen Hochschulen, der innovativen Gesundheitswirtschaft und regionaltypischen Ernährungswirtschaft sowie der lebendigen Kulturszene. Wir haben dabei die Zielgruppe der „Entscheider“ nicht aus den Augen verloren. Kurz: Wir haben Kurs gehalten. Ich wünsche meinem Nachfolger Peter Kranz einen erfolgreichen Start im neuen Jahr und bin mir sicher, dass auch für ihn gilt: MV tut gut.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Bernhard Gläss
Landesmarketing MV

Magazin ['em vau]: Königliche Kulturschätze in MV



Unter dem Titelthema „Spielraum“ stellt die neue Ausgabe des Magazins ['em vau] Projekte und Initiativen des Landes aus dem Bereich Kultur in den Fokus. Das Magazin präsentiert eine Auswahl der zahlreichen Festivals in MV, portraitiert das Kulturgut „Strandkorb“ und dokumentiert die landestypischen Baustile Bäderarchitektur und Backsteingotik. Eine Reportage zeigt zudem Leben und Wirken der Königin der Herzen: Luise von Mecklenburg-Strelitz, deren Todestag sich am 19. Juli 2010 zum 200. Mal jährt. Unter www.mv-tut-gut.de stehen weiterführende Informationen zu den einzelnen Themen zur Verfügung sowie eine erweiterte Ausgabe des aktuellen Magazins „Spielraum“ und alle bisherigen Ausgaben.

Dem Genuss auf der Spur – Pressereise durch MV



Das Landesmarketing lud im November Journalisten aus dem Bereich „Food“ zu einer zweitägigen Pressereise zu Orten des Genusses in MV ein. Saisonale Themen wie Wild und Ostseeschnäpel wurden präsentiert und ein umfassender Einblick in den Anbau, die Verarbeitung und Veredelung sowie die Zubereitung von regionalen Spezialitäten gegeben. Die Bandbreite der besuchten Stationen reichte von Familienbetrieben wie dem Fischereihof Detlefsen in Hütten bis zum Betrieb des Guts Dalwitz - als Beispiel für ein mittelständisches Unternehmen in Mecklenburg. Zudem wurden der Forsthof Schildfeld, die Sanddorn Storchennest GmbH, die erste Darßer Kochschule und der Ziegenbauer Jan Brauer besucht. Im Fokus der Pressereise standen sowohl Produkte und Betriebe aus dem kürzlich vom Landesmarketing herausgegebenen Text-Bildband „Essbare Landschaften“, als auch bisher weniger bekannte Produzenten von ökologischen Lebensmitteln in MV. An der Pressereise nahmen unter anderem Vertreter der Medien „Feinschmecker“, „Stern“, „Lust auf Genuss“, „Der Tagesspiegel“ und „Deutschlandradio“ teil. Weitere Informationen und Bilder finden Sie unter www.mv-tut-gut.de.

Podiumsdiskussion an der Uni Rostock



Am 2. Dezember diskutierten Vertreter aus Politik und Wirtschaft sowie Studierende der Universität Rostock gemeinsam über die Bedeutung der Hochschulbildung in Mecklenburg-Vorpommern. Unter dem Titel „Wie viel Hochschulbildung braucht unsere Gesellschaft?“ ging es darum, die Anliegen der Studierenden in MV sowie die Chancen und Herausforderungen des hiesigen Wissenschaftsstandortes zu erörtern. Auf Einladung des Landesmarketings und der Universität Rostock saßen Marc Reinhardt (Landtagsabgeordneter der CDU), Dr. Thomas Behrens (Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur), Hans-Günter Trepte (Vereinigung der Unternehmensverbände MV) sowie die Rostocker AStA-Referentinnen Anna Schrimpf und Christina Haacker auf dem Podium. Gemeinsam mit Zuschauern und Medienvertretern entwickelte sich während der knapp zweistündigen Veranstaltung ein spannender und fruchtbarer Dialog. Weitere Veranstaltungen zum Thema sind für 2010 geplant.

Strandkorb als Online- Informationsportal im Ozeaneum



Der erste multimediale Strandkorb des Landesmarketings MV steht im Ozeaneum in Stralsund und wurde am 11. November von Ministerpräsident Erwin Sellering enthüllt. Das auf Usedom handgefertigte Einzelstück soll die jährlich rund 800.000 Besucher des Ozeaneums über „Studieren mit Meerwert“ informieren. In typisch norddeutscher Optik wird damit der Hochschulstandort MV zahlreichen Jugendlichen und ihren Eltern präsentiert. Sellering fasste die Ziele des Meerwert-Strandkorbes zusammen: „Junge Menschen können sich über Studiengänge, Studienzeiten, Freizeitmöglichkeiten und Lebensbedingungen informieren. Wir wollen mit der Kampagne vor allem Jugendliche, aber auch deren Eltern davon überzeugen, welche Qualität unsere Hochschulen bieten. Der Strandkorb steht sinnbildlich für das Land und verdeutlicht: In Mecklenburg-Vorpommern kann man studieren, wo andere Urlaub machen.“ Weitere Sonderanfertigungen sind im Gespräch.

Beirat des Landesmarketings tagte



Am 25. November traf sich der Beirat des Landesmarketings, um die Arbeit der vergangenen zwei Jahre zu reflektieren und die Themenschwerpunkte des kommenden Jahres zu diskutieren. Reinhard Meyer, Chef der Staatskanzlei, betonte, dass das Landesmarketing nunmehr auf erfolgreiche sechs Jahre Arbeit zurückblicken könne und dass neben

dem Großereignis G8-Gipfel, über den der Strandkorb als Symbol für Mecklenburg-Vorpommern weltweit kommuniziert werden konnte, viele weitere erfolgreiche Kooperationen stattfanden. In der Beschlussfassung des Gremiums wurden die Themen dieses Jahres auch für 2010 bestätigt: Gesundheit, Ernährung, Kultur und Bildung sowie Einwohner und Tourismus. Arbeitsschwerpunkte sollen auf der Kampagne „Studieren mit Meerwert“, Gesundheitswirtschaft, Natur und Ernährung und dem Magazin [em vau] mit vier Ausgaben für das kommende Jahr liegen. Außerdem wurde durch Professor Dr. Benkenstein das Vorgehen für ein Markenmonitoring der Marke „Mecklenburg-Vorpommern“ vorgestellt. Die Durchführung der vom Landesmarketing MV initiierten Evaluation der Arbeit des Landesmarketings wie auch aller Institutionen, Unternehmen und Behörden, die für das Land imagebezogen werben, wurde vom Gremium beschlossen.

„Studieren mit Meerwert“: Zeitungsbeilage, Vodcast, Pendleraktionstag und Landeshochschulwettbewerb



Unter dem Titel „Studieren mit Meerwert“ erschien am 5. Dezember eine redaktionelle Beilage in den Tageszeitungen Nordkurier, Ostsee-Zeitung und Schweriner Volkszeitung, die den Hochschulstandort MV präsentiert. Die Beilage mit einer Auflage von insgesamt 385.000 Exemplaren entstand auf Initiative des Landesmarketings MV. Neben erfolgreichen Absolventen aus MV kommen auch viele Studierende sowie Schülerinnen und Schüler zu Wort. Zielgruppe der Beilage sind einheimische Studieninteressierte sowie deren Eltern und Verwandte.

An Studieninteressierte aus ganz Deutschland richtet sich die Vodcast-Serie „Studieren mit Meerwert“. Nachdem Mitte Oktober der Film über den Hochschulstandort Neubrandenburg erschienen ist, findet die Serie Mitte Dezember mit dem Beitrag zur HMT in Rostock ihre Fortsetzung. Die kurzen Filme stehen auf www.studieren-mit-meerwert.de zur Verfügung. Zudem werden sämtliche Filme auf dem YouTube-Kanal der Kampagne veröffentlicht und können über iTunes abonniert werden. Am 4. Dezember hat zum 2. Mal der Pendleraktionstag unter dem Motto „Arbeiten in MV statt Pendeln und Stau“ vor dem Schweriner Hauptbahnhof stattgefunden. Ziel dieser Veranstaltung war es, motivierte Mitarbeiter und Auszubildende zu werben, um die mehr als 400 Arbeits- und Ausbildungsplätze in der Region rund um Schwerin zu besetzen. Das Landesmarketing war mit einem Stand vor Ort und warb mit der Kampagne „Studieren mit Meerwert“ für Mecklenburg-Vorpommern. Das Landesmarketing unterstützte zudem den 1. Landeshochschulwettbewerb für „Unternehmergeist“ am 21. November in Wittenburg.

Meldungen



WELT-Sonderbeilage „Report –Vorpommern“ erschienen

Im Rahmen einer Medienpartnerschaft zwischen der Tageszeitung DIE WELT und der Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommerns ist Anfang Dezember in Abstimmung mit dem Landesmarketing eine Sonderbeilage „Report Vorpommern“ erschienen. Sie stellt die bekannten Stärken der Region von der Wind- und Energiebranche über Live Sciences bis zur Kultur in den Vordergrund. Das Landesmarketing wirbt mit den Hochschulen Greifswald und Stralsund für den Hochschulstandort MV und macht auf „Studieren mit Meerwert“ aufmerksam. Die Beilage ist unter www.mv-tut-gut.de einsehbar.

Biokoch (BA) made in MV

Lehrgänge zum Küchenmeister, Restaurantmeister oder zum Diätkoch sind bei der bei der Hotelschule Rostock der Hanseatischen Weiterbildungs- und Beschäftigungsgemeinschaft Rostock gGmbH mittlerweile bundesweit gefragt. Mit dem ersten professionellen Lehrgang zum Biokoch (BA) soll unter der Verwendung des Absenders Mecklenburg-Vorpommern „MV tut gut.“ ein weiteres Angebot zur Qualitätssteigerung in den einzelnen gastronomischen Einrichtungen geschaffen und etabliert werden. Der erste Lehrgang ist für März 2010 geplant.

Meldungen

Finalisten des 8. VentureCup-MV stehen fest

Die 24 Finalisten des Ideenwettbewerbs VentureCup-MV stehen seit Anfang Dezember fest. Am 14. Februar dürfen die Finalisten aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen ihre innovativen Ideen und Forschungsergebnisse vor einer Jury, bestehend aus Vertretern der Wirtschaft und Wissenschaft aus ganz Deutschland, vorstellen. In den Kategorien Nachwuchsforscher, Forscher-, Service- und Gründerteam sowie Mentor des Jahres werden die besten Ideen ausgewählt, die sich zu erfolgreichen Geschäftsideen in MV umsetzen lassen. An die Gewinner werden Fördergelder des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur MV von insgesamt 615.000 Euro vergeben.

Feuerwehrverbandtag in Güstrow

Feuerwehrrückführkräfte aus ganz Deutschland trafen hielten in Güstrow ihre all-jährliche Delegiertenversammlung ab. Unter den rund 500 Gästen beim Mecklenburg-Vorpommern-Abend war auch Ministerpräsident Erwin Sellering. Er sprach mit anderen Feuerwehrfunktionären in einem der „MV tut gut“-Strandkörben auf der Bühne des Festsaals über den Mauerfall vor 20 Jahren, der auch bei den Feuerwehren für einen tiefgreifenden Wandel sorgte.

Berufswelten erleben mit der Wissenskarawane

Auch im Jahr 2010 unterstützt das Landesmarketing MV die bereits zum fünften Mal stattfindende Wissenskarawane. Auf ihrer Tour durchs Land bieten Forschungseinrichtungen und Jungunternehmen spannende Vorträge und Experimente rund um die Themen Technologie und Wissenschaft. Die Wissenskarawane ist vom 9. Januar bis zum 2. Februar 2010 im Land unterwegs.

Landesmarketing und Mecklenburgisches Staatstheater kooperieren

Vom 25. Juni bis 01. August 2010 finden in Schwerin die Schlossfestspiele statt. Gezeigt wird die Oper „Die Macht des Schicksals“ von Giuseppe Verdi. Auf den Werbematerialien und zur Premiere wird in diesem Jahr erstmals der Landesabsender Mecklenburg-Vorpommern mit „MV tut gut.“ abgedruckt werden. Staatstheater und Landesmarketing wollen damit zeigen, dass die Schlossfestspiele mit durchschnittlich 50.000 Besuchern im Jahr zu den bedeutendsten Festspielen in MV gehören und eine Teil der beeindruckenden Kulturlandschaft des Landes darstellen.

Volleyballerinnen sind erfolgreiche Botschafter für MV

Die Volleyballerinnen des Schweriner SC aus der 1. Bundesliga machen mit ihren Topleistungen in der noch jungen Saison europaweit auf sich aufmerksam. Sie meisterten die erste Hürde im CEV Cup und treffen am 13. Januar im Achtelfinale auf Dinamo Rompest Bukarest. Aber nicht nur deshalb unterstützt das Landesmarketing die Volleyballfrauen seit Jahren. Der SSC gehört unumstritten zu den Top-Teams in MV und trägt mit Stolz die Marke „Mecklenburg-Vorpommern“ und den Slogan „MV tut gut.“ nach außen. Für die einheimischen Fans ist „MV tut gut.“ seit Kurzem auch auf dem neuen Rollbandensystem um das Spielfeld zu lesen.

Veranstaltungen

01.01.10	Leuchtturm in Flammen in Rostock/Warnemünde
08.01. - 09.01.10	Messe Impuls in Cottbus
09.01. - 02.02.10	Wissenskarawane MV
15.01. - 24.01.10	Internationale Grüne Woche in Berlin
25.01. - 27.02.10	Messe Einstieg in Hamburg
26.01. - 31.01.10	„film polska M-V“ – 3. Woche des Polnischen Films
29.01. - 31.01.10	World Cup Rollstuhlfechten in Malchow
14.02.10	Finale des 8. VentureCup-MV

Herausgeber

Landesmarketing MV
Bernhard Gläss (V.i.S.d.P.)
Schloßstr. 2- 4, D-19053 Schwerin
Telefon: +49 385 588-5795
Telefax: +49 385 588-5797
E-Mail: landesmarketing@stk.mv-regierung.de

www.mv-tut-gut.de

Bildnachweis

Landesmarketing MV,
Internetprojekt von Werner
und Schubert – VG Bild-Kunst, Bonn 2009

Redaktion

Landesmarketing MV
Molthan van Loon Communications
Consultants GmbH (GPRA)

Konzept & Layout

Molthan van Loon Communications
Consultants GmbH (GPRA)

Copyright

Landesmarketing MV