

Interesse an Wallenstein immer größer

BERÜHMTER STAATSMANN UND ERNEUERER SOLL IDENTIFIKATIONSFIGUR FÜR MV WERDEN

Eine straffe Verwaltung, eine schnelle Post und kulturellen Glanz – dies und mehr, so die Überlieferungen, brachte der große Strategie Albrecht von Wallenstein nach Mecklenburg. So kurz die Zeit seiner Herrschaft war, hat sie doch deutliche Spuren im Land hinterlassen. Mit der ihm eigenen Reformfreude und Energie schuf Wallenstein, Herzog von Friedland und Mecklenburg, Mitte des 17. Jahrhunderts in nur zwei Jahren ein wohlgeordnetes, blühendes Staatswesen.

Seit dem Frühjahr 2005 widmet die Projektgruppe Landesmarketing dem berühmten Mann gemeinsam mit Kulturpartnern wie dem NDR und Museen verstärkte Aufmerksamkeit. Das Ziel: den Erneuerer und Staatsmann als Identifikationsfigur für Mecklenburg-Vorpommern aufzubauen. Bernhard Gläss, Leiter der Projektgruppe Landesmarketing, sagt: „Wallenstein war zugleich Rationalist und Visionär, ein Sinnbild für den modernen Menschen unserer Zeit. Wir wollen diese international bedeutende historische Figur

den verschiedensten Zielgruppen sichtbar machen – von jung bis alt.“

Mit einer Reihe von Aktivitäten will sich Mecklenburg-Vorpommern jetzt und in den kommenden Jahren auf die Spuren Wallensteins begeben. Den Auftakt bildete im Sommer ein Wettbewerb „Schüler entdecken Wallenstein“, für den bereits erste Anmeldungen vorliegen. Informationen hierzu gibt es unter: www.mv-tut-gut.de und www.kulturportal-mv.de.

Zahlreiche wissenschaftliche Einrichtungen aus Mecklenburg und dem gesamten Bundesgebiet haben ebenfalls Interesse an Wallenstein bekundet. Der NDR zeichnete nach intensiven Recherchen an Originalschauplätzen in Mecklenburg und Vorpommern, unter anderem auf der Festung Dömitz und im Schloss von Güstrow, das Wirken Wallensteins nach. Um das Thema weiter regional und national zu profilieren, wird das Landesmarketing weitere Projekte rund um Wallenstein initiieren. Geplant ist unter anderem ein Symposium. Darüber hinaus soll die Figur Wallenstein auch als touristische Attraktion genutzt werden können.

Der Schauspieler Hansjürgen Hürig im NDR-Film „Wallenstein – Herzog von Mecklenburg“



EDITORIAL



Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2005 geht zu Ende. Es hat uns viel Neues und Zukunftswisendes gebracht. Zahlreiche anspruchsvolle

Projekte konnten angestoßen werden und für das kommende Jahr sind weitere spannende Aktivitäten geplant – zum Beispiel zum Leben und Wirken Wallensteins in unserem Land. Wir sind uns dabei stets bewusst, dass wir vor allem dank unserer Partner erfolgreich sind. Der Aufbau starker Partnerschaften liegt uns sehr am Herzen und wird auch weiterhin ein Schwerpunkt unserer Arbeit sein.

Einen wichtigen Meilenstein bildet hierbei sicherlich das vom Landesmarketing initiierte Netzwerk „Pro MV“. Viele prominente Botschafter haben inzwischen ihre Mitgliedschaft zugesagt, erste gemeinsame Aktivitäten sind geplant. Ein solches Engagement zeigt erneut: Mecklenburg-Vorpommern ist ein Land mit vielen positiven Facetten und großem Potenzial. Dafür zu werben ist die Aufgabe der Landesmarketingkampagne – und das geht nur, wenn möglichst viele Verbündete an einem Strang ziehen. So gelingt es, Projekte erfolgreich auf den Weg zu bringen, etwa das Postkartengewinnspiel „MV tut gut, weil...“, die Gestaltung und Produktion der neuen Autobahnschilder an den Landesgrenzen oder den Kultur-Beileger der Festspiele MV in überregionalen Tageszeitungen. Dafür möchte ich mich bei allen Partnern herzlich bedanken. Ihnen allen eine schöne Weihnachtszeit!

Bernhard Gläss
Leiter der Projektgruppe Landesmarketing

Zum Jahresende präsentiert sich Mecklenburg-Vorpommern als Gesundheitsland Nr. 1

Die Gesundheitswirtschaft wird bundesweit als Zukunftsbranche angesehen. Mecklenburg-Vorpommern hat das Potenzial, das Gesundheitsland Nr. 1 in Deutschland zu werden. Zum Jahresende zeigt das Land mit der Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft, der Gesundheitsmesse „vita-akti-med“ und der Eröffnung des Biomedizinischen Forschungszentrums, dass die Gesundheitswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern weiterhin auf Wachstumskurs ist.

„Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft“ in Rostock

Am 7. und 8. Dezember richtet Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam mit der Bundesregierung in Rostock-Warnemünde die erste „Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft“ aus. Diskutiert werden die Chancen dieses Zukunftsbereiches für Arbeitsmarkt, Wissenschaft und Wirtschaft. Die Konferenz wird begleitet von einer Leistungsschau bundesweiter Unternehmen und Institutionen der Gesundheitswirtschaft. Mit einem Landstand im Corporate Design der Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ sind auch die Gesundheitswirtschaft, der Bäderverband und das Landesmarketing MV präsent.

Erste Gesundheitsmesse „vita-akti-med“ in Mecklenburg-Vorpommern

Mit der vita-akti-med findet vom 2. bis 4. Dezember in Mecklenburg-Vorpommern zum ersten Mal eine anspruchsvolle Messe rund um Medizin, Pflege & Prävention statt. Veranstaltungsort ist die „HanseMesse“ in Rostock-Schmarl. Die „vita-akti-med“ wendet sich an zukunftsorientierte, gesundheitsbewusste Menschen sowie an ein Fachpublikum. Als Fachbesucher sind die ca. 8.000 niedergelassenen Ärzte und Klinikärzte, die ca. 800 Apotheker und rund 10.000 Pflegekräfte von Kliniken, Reha-Einrichtungen und ambulanten Pflegediensten aus Mecklenburg-Vorpommern eingeladen.

Eröffnung des Biomedizinischen Forschungszentrums

Am 6. Dezember 2005 wird in Rostock das Biomedizinische Forschungszentrum (BMFZ) eröffnet. Es soll als Kompetenzzentrum eine Schrittmacherfunktion für die Biotechnologieentwicklung Mecklenburg-Vorpommerns einnehmen.

Ziel dieses von Wissenschaft, Wirtschaft und Politik gemeinsam initiierten Projektes ist es, die Wirtschaftsregion Rostock zu fördern. Besonders die Regenerative Medizin und die Stammzellenforschung werden von den optimalen Bedingungen im Biomedizinischen Forschungszentrum profitieren.



Modell des Biomedizinischen Forschungszentrums in Rostock

+ + + N E W S + + +

Gesundheitsland MV stellt sich vor

Informations- und Imagebroschüre erschienen

Mecklenburg-Vorpommern hat frühzeitig die Potenziale von Life Sciences erkannt und sich darauf – im weitesten Sinne – spezialisiert.

Ob Medizin, Biotechnologie oder Naturkosmetik, Ernährungswirtschaft, Pharmazentik oder Gesundheitstourismus – Mecklenburg-Vorpommern bietet beste Bedingungen.



Titelseite der Informationsbroschüre

Pünktlich zur Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft Anfang Dezember in Rostock erscheinen jetzt in Zusammenarbeit mit dem Landesmarketing zwei neue Publikationen, die das Gesundheitsland Mecklenburg-Vorpommern präsentieren: Die Informationsbroschüre richtet sich an Fachzielgruppen, die Imagebroschüre an ein breites Publikum.

Beide Publikationen vermitteln ein facettenreiches Bild von der vielfältigen Gesundheitswirtschaft in MV. Die Broschüren können bei der Projektgruppe Landesmarketing bestellt werden.

Landesmarketing initiiert erfolgreich Zeitungsbeilagen und Kooperationen

Zwei umfassende Zeitungsbeilagen über MV sind in diesem Jahr unter der Leitung der Projektgruppe Landesmarketing entstanden. Darin werden die wichtigsten Kernbereiche Mecklenburg-Vorpommerns einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Die Gemeinschaftsprojekte mit dem Landesmarketing stießen im Land auf großes Interesse und sehr positive Resonanz. An den ersten Ausgaben beteiligten sich bereits viele Unternehmen und Institutionen aus MV.

In Kooperation mit den Festspielen MV hat das Landesmarketing die Beilage „Festspiele Mecklenburg-Vorpommern“ produziert, die im Mai 2005 den drei großen Tageszeitungen in unserem Land beilag und über das Hamburger Abendblatt, die Berliner Morgenpost und die Zeitung Die Welt verteilt wurde. Initiiert vom Landesmarketing und in Kooperation mit Rostock Business erschien darüber hinaus am 1. November 2005 eine Beilage in der Financial Times Deutschland (FTD). Die Projektgruppe Landesmarketing erreichten viele positive Reaktionen auf diese Beilage. „Eine wirklich gelungene Veröffentlichung. Ihr Vorhaben, zukünftig jährlich mindestens eine Beilage in dieser oder einer ähnlichen Form in ausgewählten Zeitungen anzustreben, kann ich nur begrüßen. Weiter so“, so Dr. Johannes-Jörg Riegler, Mitglied des Vorstandes der Nord LB. Ähnlich äußerte sich unter anderem auch Dr. Anke Schäfer, Leiterin Marketing und Internationale Kommunikation bei der SIV.AG: „Mit dem Beileger in der FTD sind wir auf äußerst positive Reaktionen gestoßen – nicht nur im regionalen Umfeld, sondern auch bundesweit bei Vertretern der Presse und Wirtschaft. Für unser Unternehmen war dies eine gute Möglichkeit, Flagge für die Wirtschaftsstät-

ke und Innovationskraft unseres Landes zu zeigen, und wir beteiligen uns gern aktiv an weiteren gemeinsamen Aktionen.“

„MV tut gut.“ an Rügenbrücke sichtbar

Seit Mitte November schmückt ein 24 Quadratmeter großes Plakat einen Pfeiler der künftigen Rügenbrücke in Stralsund. Es weist auf das derzeit größte Brückenbauwerk Deutschlands und auf das neu eröffnete Informationszentrum (Pyloneum) hin. Nach Angaben der bundeseigenen Planungs- und Baugesellschaft Deges liegen die Bauarbeiten im Zeitplan. Die rund vier Kilometer lange Stralsundquerung soll im Sommer 2007 fertig gestellt sein.



Relaunch der Website www.mv-tut-gut.de

Die Website der Landesmarketingkampagne Mecklenburg-Vorpommern wird gerade überarbeitet und in Anlehnung an das Corporate Design des Landes neu gestaltet. Zukünftig wird www.mv-tut-gut.de die zentrale Informationsanlaufstelle der Landesmarketingkampagne sein. Außerdem soll die Website die weitere Vernetzung mit den Partnern der Kampagne unterstützen und zu deren Angeboten verlinken. Die Freischaltung der überarbeiteten Seite ist noch in diesem Jahr geplant.

[em vau] – Lektüre für die Kunden der Deutschen Bahn und der Lufthansa

Im August 2005 erschien das zweite Unternehmensmagazin [em vau] der Landesmarketingkampagne mit vielen neuen Erfolgsgeschichten aus Mecklenburg-Vorpommern. Das Magazin wurde bundesweit an Multiplikatoren versendet. Darüber hinaus liegt es in Lounges der Deutschen Bahn und der Lufthansa aus. Ob in Richtung Augsburg, Hamburg, Berlin oder Köln – auch Reisenden der 1. Wagenklasse der ICE 2-Züge bietet [em vau] eine interessante Lektüre. Mit Hilfe von [em vau] soll das Profil Mecklenburg-Vorpommern bundesweit bekannter werden.

I M P R E S S U M

HERAUSGEBER

Projektgruppe Landesmarketing
Bernhard Gläss (V.i.S.d.P.)
Johannes-Stelling-Straße 14
D-19053 Schwerin
Telefon: +49 385 588-5795
Telefax: +49 385 588-5797
E-Mail: p.landesmarketing@wm.mv-regierung.de
Internet: www.mv-tut-gut.de

BILDNACHWEIS

auttec, NDR Landesfunkhaus MV, Projektbüro Gesundheitswirtschaft, Projektgruppe Landesmarketing, Sphinx-et Agentur für Zeitgeistentwicklung

REDAKTION

Projektgruppe Landesmarketing;
Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

KONZEPT & LAYOUT

Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

ERSCHEINUNGSWEISE

Viermal jährlich

NÄCHSTER ERSCHEINUNGSTERMIN

Februar 2006

COPYRIGHT

Projektgruppe Landesmarketing

Auf Wunsch erhalten Sie [em vau] kompakt auch als PDF-Datei. Hierfür genügt eine kurze E-Mail an die Projektgruppe Landesmarketing.

V E R A N S T A L T U N G E N

+++ Festspiele Mecklenburg-Vorpommern erweitern Reihe der Adventskonzerte +++ jetzt acht Veranstaltungen +++ Schloss Ulrichshusen +++ jeweils Samstag und Sonntag +++ namhafte nationale und internationale Künstler +++ Karten unter www.festspiele-mv.de +++

+++ Internationale Grüne Woche +++ 13.

bis 22. Januar 2006 +++ Messezentrum Berlin +++ Ausstellung für Ernährungswirtschaft, Landwirtschaft und Gartenbau +++ Mecklenburg-Vorpommern-Halle: 5.2b +++

+++ Boot-Düsseldorf +++ 21. bis 29. Januar 2006 +++ Internationale Bootsausstellung +++ Messezentrum Düsseldorf +++