

## Landesmarketingkampagne nimmt Kurs auf die Zukunft

SCHWERPUNKTE '06: PARTNERBINDUNG STÄRKEN UND HIGHLIGHT-MASSNAHMEN UMSETZEN

**Mit Schwung und vielen Ideen startet die Landesmarketingkampagne ins dritte Jahr. „Unser Programm ist ehrgeizig, unsere Ziele hoch gesteckt. Wir wollen 2006 ein ganzes Stück nach vorne kommen und MV weiter als attraktiven Standort zum Leben, Arbeiten, Besuchen und Investieren profilieren“, so Bernhard Gläss, Leiter der Projektgruppe Landesmarketing.**

Von Maßnahmen in den Bereichen Gesundheitswirtschaft, Forschung und Wissenschaft in MV über das Gourmetprodukt Ostseeschnäpel bis hin zu thematischen Highlights wie der historischen Figur Wallenstein: Der Fahrplan der Projektgruppe Landesmarketing ist dicht und anspruchsvoll. „2006 steht für uns vor allem im Zeichen der nationalen Kommunikation. Aber natürlich wollen wir auch im Land selbst etwas bewirken und noch mehr Institutionen und Unternehmen zur Unterstützung der Dachmarke Mecklenburg-Vorpommern gewinnen“, so Bernhard Gläss.

Nach dem G8-Gipfel in St. Petersburg in diesem Jahr wird der nächste Gipfel 2007 in Heiligendamm stattfinden – und den Blick der



Die „Segelyacht Hanse 411 vor Greifswald“ ist eines der Kampagnenmotive aus dem Bildpool des Landesmarketings. Infos unter: [p.landesmarketing@wm.mv-regierung.de](mailto:p.landesmarketing@wm.mv-regierung.de)

Weltöffentlichkeit auf Mecklenburg-Vorpommern richten. Die Vorbereitungen für dieses Großereignis sind bereits in vollem Gange. Noch bevor der noble Badeort im nächsten Jahr Gastgeber der weltweit führenden Industrienationen sein wird, soll bereits ab Sommer 2006 eine internationale Imagepublikation auf Deutsch und Englisch Multiplikatoren aus aller Welt mit den Vorzügen Mecklenburg-Vorpommerns vertraut machen. Darüber hinaus wird es nach den erfolgreichen Ausgaben 2004 und 2005 auch in diesem Jahr wieder das Unternehmensmagazin [em vau] mit Erfolgsgeschichten made in MV sowie eine ganze Reihe weiterer Publikationen geben.

Neben Einzelprojekten bildet der Aufbau starker Partnerschaften einen wesentlichen Schwerpunkt für 2006: Die erfolgreiche Arbeit der letzten Jahre soll fortgesetzt und Initiativen wie das Botschafter-Netzwerk „Pro MV“ ausgebaut werden. Hauptaufgabe der Projektgruppe bleibt, die wichtigen Akteure von Landesregierung, Verbänden und Institutionen an einen Tisch zu bringen und die bestehenden Initiativen im Land effektiv zu vernetzen. Bernhard Gläss: „Wir übernehmen hierbei mehr und mehr die Rolle des Beraters, werden daneben aber immer wieder Highlights setzen, die die Entwicklung der Marke Mecklenburg-Vorpommern vorantreiben.“

### EDITORIAL



Liebe Leserinnen und Leser,

mit einem dichten Programm geht die Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ in ihr drittes Jahr. Für 2006 stehen wieder viele Projekte auf dem Plan,

die dazu beitragen sollen, das Profil der Landes-Marke Mecklenburg-Vorpommern zu schärfen. Erste Aktivitäten sind bereits gestartet: So wird beispielsweise gerade der Landestechnologieanzeiger überarbeitet, um nationale und internationale Zielgruppen noch besser über Forschung in unserem Land zu informieren. Das gleiche Ziel hat der Innovationsbericht, der Spitzenforschung aus MV vorstellt und im Frühjahr erscheinen wird.

Vor allem wollen wir in diesem Jahr über die Grenzen Mecklenburg-Vorpommerns hinaus kommunizieren und für den Standort werben. Eine wichtige Maßnahme in diesem Zusammenhang ist das Netzwerk „Pro MV“, in das Kooperationspartner und prominente Fürsprecher eingebunden werden sollen. Wir sind überzeugt, dass vom Netzwerk positive und persönliche Impulse ausgehen werden, die nach innen wie nach außen Wirkung entfalten. Und natürlich möchten wir Sie, unsere Partner, auch weiterhin herzlich einladen, sich an „MV tut gut.“ zu beteiligen. Mit dem Newsletter [em vau] kompakt, der wieder viermal in diesem Jahr erscheinen wird, werden wir Sie regelmäßig über Aktuelles aus dem Landesmarketing informieren.

Bernhard Gläss  
Leiter der Projektgruppe Landesmarketing

# Krise in MV? Jetzt braucht das Land eine klare Informationspolitik – und muss weiter auf seine Stärken setzen

Die Vogelgrippe-Befunde sind zur Zeit bundesweit Thema in allen Medien. Drei Wochen nach dem ersten Nachweis des H5N1-Virus in einem Schwan auf der Insel Rügen beginnt sich die Aufregtheit in der Berichterstattung zu legen – aber Mecklenburg-Vorpommerns Tourismus-, Gesundheits- und Ernährungswirtschaft fürchten um ihr Geschäft. Diesem Problem begegnet das Land mit einem konsequenten Krisenmanagement und setzt darüber hinaus weiter auf positive Themen.

Sicher ist: Die Krise ist noch nicht ausgestanden. Und sicher ist auch: Von der Krise sind alle betroffen – vor allem die MV-Schlüsselbranchen Tourismus und Ernährungswirtschaft.

Mecklenburg-Vorpommern wird daran gemessen, wie es in dieser Situation handelt. „Die Menschen brauchen jetzt klare Informationen und Sicherheit, keine Schönfärberei“, so Bernhard Gläss von der Projektgruppe Landesmarketing. „Nur so können wir erreichen, dass Mecklenburg-Vorpommern mittelfristig weiter mit seinen Stärken punkten kann. Denn Mecklenburg-Vorpommern ist ein Land mit vielen attraktiven Angeboten, auf die es setzen kann.“

Beispiel Gesundheitswirtschaft. Bei Biotechnologie oder Medizintechnik spielt Mecklenburg-Vorpommern in der ersten Liga. Dafür gibt es gute Gründe, zum Beispiel eine hochmoderne Infrastruktur an Forschungsinstitutionen und attraktive Fördermöglichkeiten.

Beispiel Kultur. Der Begriff Kulturlandschaft bekommt in Mecklenburg-Vorpommern eine ganz eigene Bedeutung. Denn Kultur findet man hier wirklich überall und immer von bester Qualität: UNESCO-Welterbe vom Feinsten in Wismar oder Stralsund, Museen aller Couleur und Konzerte landauf, landab. Und im Sommer wird Mecklenburg-Vorpommern zum Festspiel-Land.

Beispiel Bildung. Für viele Investitionen, die in den vergangenen Jahren in Mecklenburg-Vorpommern getätigt wurden, waren die hoch qualifizierten Mitarbeiter im Land ein ausschlaggebender Grund. MV stellt hoch motivierte und flexible Arbeitskräfte, die überdurchschnittlich gut ausgebildet sind.

Bernhard Gläss: „Die Imagekampagnen im Land müssen natürlich weitergehen. Aber jetzt heißt es zusätzlich: Die Krisenkommunikation muss schnell und professionell sein, glaubwürdig und die Ängste ernstnehmend. Und sie muss von vielen Schultern getragen werden.“



Kulturpalast.

Auf neue Gedanken kommen: in Galerien und Gutshäusern, mit Klassik und Jazz, Pop und Pepp, mit Stars und solchen, die es werden. Willkommen im Festspiel-Land. Die Zugabe: Backsteingotik zum Staunen, Landschaften wie gemalt und nur ein paar Schritte zum Strand: **MV tut gut.**

www.mv-tut-gut.de

Mecklenburg Vorpommern  
MV tut gut.

Mit positiven Themen präsent. Auf der Internationalen Tourismus Börse in Berlin zeigt die Projektgruppe Landesmarketing: Mit Kultur und Freizeit kann das Land immer punkten.

## + + + NEWS + + +

### Auftakttreffen des Netzwerks „Pro MV“

Am 4. März findet in der Hansestadt Rostock das Auftakttreffen des Netzwerks „Pro MV“ statt.

Ministerpräsident Dr. Harald Ringstorff und Senator Horst Rahe haben die bereits gewonnenen Botschafterinnen und Botschafter in die neue Yachthafenresidenz Hohe Düne in Warnemünde eingeladen, um das Netzwerk prominenter Fürsprecher für Mecklenburg-Vorpommern offiziell zu starten.

### Stärkere Vernetzung mit Partnern

Am 14. Februar fand ein Informationstreffen des Landesmarketings mit wichtigen Partnern statt. Der Einladung der Projektgruppe Landesmarketing waren unter anderem Vertreter des Tourismusverbandes MV, des Agrarmarketingvereins MV, des Dehoga MV und der Gesellschaft Rostock Business gefolgt. Das Landesmarketing stellte seine Planung für das Jahr 2006 vor und lud die Teilnehmer zur Beteiligung an den verschiedenen Aktivitäten ein. Mit demselben Ziel präsentierte sich das Landesmarketing am 16. Februar vor dem Kulturbeirat des Bildungsministeriums MV.

### Neuer Online-Auftritt des Landesmarketings

Der Relaunch der Website [www.mv-tut-gut.de](http://www.mv-tut-gut.de) ist abgeschlossen. Die Überarbeitung der Seite orientierte sich gestalterisch und inhaltlich am Corporate Design des Landes Mecklenburg-Vorpommern sowie an den Schwerpunkten der Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“

Die Seite soll zukünftig die zentrale Informationsplattform der Kampagne sein.

## Zusammenarbeit mit dem Meeresmuseum Stralsund

Das Landesmarketing unterstützt den Print- und Onlineauftritt einer Sonderausstellung des Deutschen Meeresmuseums Stralsund, die von April bis Mai in der Berliner Landesvertretung von Mecklenburg-Vorpommern stattfindet. Unter anderem wird es gemeinsame Anzeigen in Berliner Tageszeitungen geben. Weiterhin plant das Landesmarketing in diesem Jahr unter anderem Kooperationen mit der Veranstaltung „Prominence for Charity“, dem Filmkunstfest Schwerin und der Universität Greifswald anlässlich ihres 550-jährigen Bestehens.

## Landesmarketing unterstützt Darß-Marathon 2006

Die Region Fischland-Darß-Zingst ist die erste und bisher einzige Region in Mecklenburg-Vorpommern, die ein umfassendes Tourismuskonzept („LebensART“) rund um den Gesundheitssport Nordic Walking entwickelt hat. Das neuartige Konzept ermöglicht dem Darß und nicht zuletzt ganz Mecklenburg-Vorpommern die Chance, überregional auf die wachsenden Gesundheitsangebote im Land aufmerksam zu machen. „MV tut gut.“ unterstützt diese Aktionen in der Region. Der erste Höhepunkt ist der Darß-Marathon am 7.

## Relaunch des Landestechnologieanzeigers Mecklenburg-Vorpommern

Innovation national und international vermarkten: Der Landestechnologieanzeiger wird künftig noch konsequenter auf die Bedürfnisse von Investoren und Wissenschaftlern ausgerichtet. Das Landesmarketing entwickelt zu diesem Zweck gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium MV und den Herausgebern zurzeit ein neues inhaltliches und gestalterisches Konzept. Die erste Ausgabe in diesem Jahr soll bereits im neuen Erscheinungsbild umgesetzt werden.

Mai 2006. In Zusammenarbeit mit den drei Darß-Gemeinden konnten in der Region ansässige Kurkliniken, Hotels- und Gastronomiebetriebe als Kooperationspartner für diese Veranstaltung gewonnen werden.

1.000 Anmeldungen unter anderem aus der Schweiz, Belgien und den Niederlanden liegen vor. Das Landesmarketing unterstützt die Trainingsgruppen, die sich auf ihren ersten Marathon vorbereiten, mit neuen „MV-tut-gut“-Shirts.

## Innovationsbericht MV

Zurzeit entsteht in Zusammenarbeit zwischen der Projektgruppe Landesmarketing, dem Bildungsministerium Mecklenburg-Vorpommern, der Patent- und Verwertungsgesellschaft MV (PVA) und dem Center for Life Science Automation (celisca) der Innovationsbericht Mecklenburg-Vorpommern. Der Bericht, der im Frühjahr 2006 präsentiert werden soll, stellt Fachzielgruppen Spitzenforschung aus MV vor. Themen sind unter anderem die Landesforschungsschwerpunkte, die Zentren für Innovationskompetenz und die Forschungszentren in Mecklenburg-Vorpommern. Das Vorwort wird Prof. Dr. Jörg Hinrich Hacker von der Universität Würzburg schreiben. Hacker, Vizepräsident der Deutschen Forschungsgemeinschaft, ist Mitglied des Netzwerks „Pro MV“.

## 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

Projektgruppe Landesmarketing

### REDAKTION

Projektgruppe Landesmarketing;  
Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

### KONZEPT & LAYOUT

Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

### ERSCHEINUNGSWEISE

Viermal jährlich

### NÄCHSTER ERSCHEINUNGSTERMIN

Mai 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

ITB +++ Berlin +++ 8. bis 12. März 2006 +++ MV auf der führenden Fachmesse der internationalen Tourismus-Wirtschaft +++ [www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de) +++

CeBIT +++ Hannover +++ 9. bis 15. März 2006 +++ Wirtschaft und Hochschulen aus MV mit Gemeinschaftsstand auf der größten Computer-Fachschau der Welt +++ [www.cebit.de](http://www.cebit.de) +++

Sonderausstellung des Meeresmuseums und der Welterbestadt Stralsund in der Landesvertretung Mecklenburg-Vorpommern in Berlin +++ 5. April bis 7. Mai 2006 +++ Infos unter [www.mv-tut-gut.de](http://www.mv-tut-gut.de) +++

„Heringsdorf goes fashion“ +++ 21. bis 22. April 2006 +++ Internationale Mode auf der Insel Usedom +++ [www.heringsdorf-goes-fashion.de](http://www.heringsdorf-goes-fashion.de) +++

Lange Nacht der Wissenschaften +++ Rostock +++ 27. April 2006 +++ Motto: „Vorsicht Wissenschaft! Wissenschaft kommunizieren“ +++ [www.lange-nacht-des-wissens.de](http://www.lange-nacht-des-wissens.de) +++

Filmkunstfest Schwerin +++ 3. bis 7. Mai 2006 +++ Das Publikumsfest des Films und der Künste +++ [www.filmkunstfest-schwerin.de](http://www.filmkunstfest-schwerin.de) +++

Darß-Marathon +++ 7. Mai 2006 +++ Teilnehmerlimit erreicht +++ Anmeldungen unter anderem aus Belgien, der Schweiz und den Niederlanden +++ [www.darss-marathon.de](http://www.darss-marathon.de) +++

Prominence for Charity +++ 23. Mai 2006 +++ das Berliner Charity-Event in der Landesvertretung Mecklenburg-Vorpommerns +++ [www.prominence-for-charity.de](http://www.prominence-for-charity.de) +++