

Die Welt zu Gast in Mecklenburg-Vorpommern

INTERNATIONALE JOURNALISTEN ZU BESUCH IN HEILIGENDAMM

Ein Jahr vor dem G8-Gipfel in Heiligendamm hat die Projektgruppe Landesmarketing Journalisten aus aller Welt eingeladen, Mecklenburg-Vorpommern kennen zu lernen. Während der Fußball-Weltmeisterschaft reisten über 40 nationale und internationale Berichterstatter an einem spiefreien Tag ins Land und trafen auf Vertreter aus Politik und Wirtschaft. Bei herrlichem Wetter präsentierte sich Mecklenburg-Vorpommern von seiner besten Seite. Das einhellige Fazit der Gäste: MV tut gut!

Am 2. Juli 2006 fanden sich Medienvertreter aus China, Japan, Kuwait, den USA, Italien, Serbien, Bulgarien und anderen Ländern in Berlin zusammen, um die Reise gen Norden anzutreten. Beim ersten Zwischenstopp in Rostock trafen die Journalisten auf Experten, die die wirtschaftliche Lage und die Potenziale des Landes vorstellten. Lars M. Clasen, Geschäftsführer der Deutschen Seereederei, führte die Gäste in die landestypische maritime Wirtschaft ein.

Anschließend ging die Fahrt weiter nach Bad Doberan. In der Münsterstadt stiegen die Journalisten in die historische Bäderbahn „Molli“ um. Während die Dampflokomotive gemütlich nach Heiligendamm fuhr, kam in der Gruppe Urlaubsstimmung auf. Diese Atmosphäre hielt sich auch bei Besichtigung des



Treffen mit Ministerpräsident Dr. Harald Ringstorff in Heiligendamm

Grand Hotels in Heiligendamm, in dem im nächsten Jahr der G8-Gipfel stattfindet. In der Bibliothek des Hotels begrüßte Ministerpräsident Dr. Harald Ringstorff die Medienvertreter aus aller Welt persönlich. In einer ausführlichen Fragerunde sprach er mit den Journalisten über aktuelle Themen und Perspektiven in Mecklenburg-Vorpommern. Nach dem Treffen blieb noch Zeit für einen ausgedehnten Strandspaziergang und ein gemeinsames Barbecue auf der Terrasse des Grand Hotels.

MV – THE PLACE TO BE

Die Journalistenreise war ein erster wichtiger Schritt, um MV im Umfeld des Weltwirtschaftsgipfels über die Grenzen von Deutschland hinaus bekannter zu machen. Während des G8-Gipfels in Heiligendamm wird das Land im Fokus der weltweiten Aufmerksamkeit stehen. Deshalb intensiviert die Projektgruppe Landesmarketing ihr Engagement, die Stärken und Potenziale des Landes international bekannter zu machen. „Das Echo der internationalen Journalisten war einstimmig positiv“, so Bernhard Gläss, Leiter der Projektgruppe Landesmarketing. „Die Reise war eine erfolgreiche Generalprobe für Mecklenburg-Vorpommern. Im nächsten Jahr werden zum G8-Gipfel die Augen der Welt auf das Land gerichtet sein. Wir freuen uns über unseren gelungenen Auftritt als Gastgeber.“

EDITORIAL



Liebe Leserinnen und Leser,

in keinem Monat der vergangenen 16 Jahre kamen mehr Touristen nach Mecklenburg-Vorpommern als

im Juli 2006. Die große Beliebtheit unseres Landes bei Urlaubern zeigt einmal mehr: „MV tut gut.“. Das Landesmarketing macht keine Sommerpause, sondern arbeitet weiter daran, die Stärken und Potenziale Mecklenburg-Vorpommerns über seine Grenzen hinweg bekannter zu machen. Im Umfeld des G8-Gipfels, der nächstes Jahr in Heiligendamm stattfinden wird, wollen wir die erhöhte Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit nutzen, um für MV auch über Deutschland hinaus zu werben. Ein erster wichtiger Schritt: Während der Fußball-Weltmeisterschaft haben wir Medienvertreter aus der ganzen Welt zu einer Journalistenreise eingeladen. Die Reaktionen der Teilnehmer waren mehr als positiv.

Ebenfalls erfolgreich arbeitet das Netzwerk „Pro MV“. Viele Botschafter haben sich bereits für Mecklenburg-Vorpommern engagiert. Die Mitglieder des Netzwerks sollen als Identifikationsfiguren dabei helfen, ein positives Bild des Landes zu vermitteln. Für dieses Ziel sind wir auch an anderen Fronten aktiv – etwa bei der Vorbereitung der Präsentation Mecklenburg-Vorpommerns auf dem Tag der Deutschen Einheit 2006 in Kiel. Aktuelle Informationen finden Sie wie immer in dieser Ausgabe unseres Newsletters und im Internet unter www.mv-tut-gut.de.

Bernhard Gläss
Leiter der Projektgruppe Landesmarketing

„Mecklenburg-Vorpommern muss seine Chancen nutzen“

INTERVIEW MIT SENATOR HORST RAHE, GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER DER DEUTSCHEN SEEREEDEREI (DSR)

[em vau] kompakt: Im kommenden Jahr wird Deutschland als Gastgeber den G8-Gipfel in Heiligendamm ausrichten. Was bedeutet das für Mecklenburg-Vorpommern?

Horst Rahe: Mit dem Weltwirtschaftsgipfel bietet sich für unser Land eine einmalige Chance. Nicht nur die Staats- und Regierungschefs der G8 werden hier sein, sondern mit ihnen wichtige Multiplikatoren und Journalisten aus der ganzen Welt. Mecklenburg-Vorpommern kann und muss diese Gelegenheit nutzen, um das Land und seine Möglichkeiten vorzustellen. Nach wie vor ist das Werben für die Stärken Mecklenburg-Vorpommerns über die Landesgrenzen und auch über Deutschland hinaus eine wichtige Herausforderung. Nehmen Sie zum Beispiel Rostock: Die Hansestadt entwickelt sich immer mehr zu einem ganz wichtigen Standort in einem der am schnellsten wachsenden Wirtschaftsräume in Europa, der Ostsee-Region. Mit Stärken wie diesen muss man überzeugen.

[em vau] kompakt: Gemeinsam mit Ministerpräsident Dr. Harald Ringstorff haben Sie in

diesem Jahr das Netzwerk „Pro MV“ ins Leben gerufen. Gleichzeitig entsteht eine ganze Reihe von Stiftungen, jüngst die Mecklenburger AnStiftung, die sich für Mecklenburg-Vorpommern engagieren wollen. Wie bewerten Sie diese Entwicklung?

Horst Rahe: Es tut sich etwas hier im Land. Es ist gut, wenn in Netzwerken und Stiftungen Menschen aus ganz unterschiedlichen Richtungen aktiv für Mecklenburg-Vorpommern sind - und Standortwerbung nicht ausschließlich Sache der Politik ist. „Pro MV“ ist dafür ein sehr gutes Beispiel: Das Netzwerk engagiert sich für das ganze Land und wir haben gute Köpfe gewonnen. Zukünftig wollen wir noch stärker über Mecklenburg-Vorpommern hinaus aktiv sein.

[em vau] kompakt: Sie selbst engagieren sich bereits seit langem für Mecklenburg-Vorpommern - als Unternehmer, aber auch als Privatmann. Warum ist Ihnen das so wichtig?

Horst Rahe: Das Motto der Deutschen Seereederei ist „Verantwortlich handeln“. Damit

wollen wir nicht nur für unser Unternehmen nachhaltigen Erfolg erzielen. Das Motto entspricht vielmehr auch meinem Verständnis von einem Unternehmer, der als Konsequenz aus seinem Handeln und Erfolg Verantwortung für das Gemeinwohl übernimmt. Wir sind deshalb besonders hier in Mecklenburg-Vorpommern engagiert.

Wichtig sind uns etwa Ausbildung und Nachwuchsförderung, aber auch gesellschaftliches Engagement. Ein persönliches Anliegen ist mir zum Beispiel die Förderung von Kunst und Kultur. Mit der Unterstützung für die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern oder junge Nachwuchskünstler der Hochschule für Musik und Theater hier in Rostock können wir stellvertretend am Beispiel Kultur zeigen: MV tut gut.



+ + + NEWS + + +

Netzwerk „Pro MV“ auf Erfolgskurs



Amina Suzanne Köppinger gemeinsam mit Wolfgang Ley, Gründer und Creative Chairman ESCADA Group, auf der Pressekonferenz zum Baltic Fashion Award 2006 im Juni in der Landesvertretung Mecklenburg-Vorpommerns in Berlin

Seit der Auftaktveranstaltung des Netzwerks „Pro MV“ im März hat sich bereits eine ganze Reihe prominenter Botschafter für Mecklenburg-Vorpommern engagiert. So fand der „Veolia Champions Cup“ am 2. Juni 2006 in Waren an der Müritz in diesem Jahr zum ersten Mal unter dem Dach des Netzwerks „Pro MV“ statt. Das Rennen, an dem 27 Weltklasse-Kanuten aus zehn Nationen teilnahmen, geht auf eine Initiative des Kanuten und Olympiasiegers Andreas Dittmer zurück.

Das Topmodel Amina Suzanne Köppinger, gebürtige Schwerinerin, unterstützte eben-

falls im Juni 2006 eine Pressekonferenz zum „Baltic Fashion Award“ in Berlin.

Gemeinsame Aktivitäten gab es auch mit dem Vizepräsidenten der Deutschen Forschungsgemeinschaft Prof. Jörg Hinrich Hacker, Norbert Rethmann, Aufsichtsratsvorsitzender der Rethmann AG & Co. KG, und dem Träger des Alternativen Nobelpreises Prof. Dr. Michael Succow. Weitere Engagements sind geplant, unter anderem mit Anja Behrend, Tänzerin am Hamburg Ballett bei John Neumeier, und Gunther Pleuger, der bis Juni 2006 deutscher UNO-Botschafter in New York war.

„MV tut gut“ hoch drei

Im Juli und August hat das Landesmarketing gemeinsam mit Partnern drei neue Imagepublikationen herausgegeben. Der Innovationsbericht „Network Science“ präsentiert Spitzenforschung aus Mecklenburg-Vorpommern und soll auch internationalen Zielgruppen die guten Möglichkeiten des Wissenstransfers zwischen Wissenschaft und Wirtschaft in MV vorstellen. Die englischsprachige Broschüre „The Place to Be“ vermittelt über Deutschland hinaus die Stärken und Potenziale der Region. „The Place to Be“ wird für die

Kommunikation des Landes rund um den G8-Gipfel 2007 in Heiligendamm eingesetzt. Zum ersten Mal verteilt wurde das Magazin zum G8-Gipfel in diesem Jahr in St. Petersburg. Bereits in der dritten Ausgabe ist das Unternehmensmagazin [em vau] erschienen. Das Magazin präsentiert wie auch schon 2004 und 2005 Erfolgsgeschichten „made in MV“. Schwerpunkte der diesjährigen Ausgabe sind Kultur und Tourismus sowie Wirtschaft und Wissenschaft. Alle Publikationen können bei der Projektgruppe Landesmarketing bestellt werden und sind im Internet unter www.mv-tut-gut.de verfügbar.



Cover der internationalen Imagepublikation „The Place to Be“

Tour „Erlebnis Mecklenburg-Vorpommern“ erfolgreich beendet

Eine von den Partnern Mecklenburg-Vorpommern und TUI gemeinsam gestartete Tour durch sieben bundesdeutsche Städte ist erfolgreich zu Ende gegangen. „Erlebnis Mecklenburg-Vorpommern“ präsentierte im Mai und Juni in Hannover, Lüneburg, Erfurt, Essen, Hamburg, Kassel und Osnabrück attraktive Angebote für Urlaub in MV. Mehr

als 10.000 Besucher informierten sich zu den Themen Familie, Natur, Wellness, Sport und Kultur.

Mit dabei waren unter anderem der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern und der Tourismusverband Rügen, die Tourismusanbieter Travel Charme, Seetel, Dorfhofel Fleesensee, Hotel Neptun/Arosa und die

Yachthafenresidenz Hohe Düne sowie die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern.

MV auf dem Gesundheitswirtschaftskongress in Hamburg

Am 6. und 7. September präsentiert sich das Gesundheitsland MV unter dem Motto „MV tut gut.“ auf dem 2. Gesundheitswirtschaftskongress in Hamburg. Mit einem Stand werben Landes-

marketing und das Netzwerk Biocon Valley gemeinsam für den Standort MV. Zu dem Kongress werden mehr als 600 Vertreter der Zukunftsbranche Gesundheitswirtschaft erwartet.

Landesmarketing präsent zur Hanse Sail

Gleich mehrere Veranstaltungen wurden während der Hanse Sail Mitte August vom Landesmarketing unterstützt. Gemeinsam mit Rostock Business lud „MV tut gut“ überregionale Wirtschaftsvertreter zu einem Segeltörn und weiteren Events unter dem Motto „Business meets Hanse Sail“ ein. Unterstützt wurden außerdem die Wissenschaftsveranstal-

tungen science@sail, die für Groß und Klein Wissenschaft zum Anfassen präsentiert, und Venture Sail, die von der Patentverwertungsagentur MV organisiert wird. Der Ideenwettbewerb fand in diesem Jahr bereits zum 5. Mal statt und prämiiert innovative Ideen aus Hochschulen, mit denen sich Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern gründen lassen.

VERANSTALTUNGEN

Tag der Deutschen Einheit +++ 3. Oktober 2006 +++ Kiel +++ MV präsentiert sich im Länderzelt +++ viele Aktionen rund um den G8-Gipfel 2007

550 Jahre Universität Greifswald +++ 17. Oktober 2006 +++ Festakt mit Bundespräsident Horst Köhler und Königin Silvia von Schweden +++ www.wissen-lockt.de

Wissenskarawane MV +++ 18. September bis 13. Oktober 2006 +++ Schüler werden Forscher

MELA +++ 14. bis 17. September 2006 +++ Mühlengeez +++ 16. Fachausstellung für Landwirtschaft und Ernährung, Fischwirtschaft, Forst, Jagd und Gartenbau +++ www.mela-messe.de

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, DSR

REDAKTION

Projektgruppe Landesmarketing;
Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

KONZEPT & LAYOUT

Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

ERSCHEINUNGSWEISE

Viermal jährlich

NÄCHSTER ERSCHEINUNGSTERMIN

November 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.