

Rückblick 2007: Ein erfolgreiches Jahr

BILANZ DES LANDESMARKETINGS VORGESTELLT

Seit 2004 verbessert das Landesmarketing Mecklenburg-Vorpommern erfolgreich das Image des Landes. Im März wurde den Staatssekretären die Bilanz der bisherigen Arbeit und ein Ausblick auf geplante Schwerpunktthemen präsentiert. [em vau] kompakt sprach mit dem Chef der Staatskanzlei, Reinhard Meyer, über die Ergebnisse.

[em vau] kompakt: Warum war das Landesmarketing Thema bei der Staatssekretärsrunde?



Reinhard Meyer: Wir haben das sehr bewusst gemacht. Nach vier Jahren war es Zeit für eine Zwischenbilanz, besonders nachdem das vergangene Jahr für die Darstellung des Landes im Umfeld des G8-Gipfels und dem Tag der Deutschen Einheit in Schwerin ein überaus erfolgreiches Jahr war. Hinzu kommt, dass wir seit Beginn dieses Jahres mit Molthan van Loon eine neue Kommunikationsberatung haben. Diese Zäsur war ein guter Zeitpunkt für eine Positionsbestimmung.

des G8 Strandkorbes, der zum Gipfel weltweit in den Medien war, gar nicht zu reden. Die Zahlen sind aber nur ein Aspekt. Viel wichtiger ist, dass es dem Landesmarketing gelungen ist, eine Plattform zu schaffen, die verschiedene Partner aus dem Land zusammenbringt und die im Interesse aller Menschen wirkt und nicht nur für eine bestimmte Gruppe. Hier sind wir mit unserem Landesmarketing sehr gut aufgestellt.

[em vau] kompakt: Wie sieht die Bilanz aus?

Reinhard Meyer: Sie ist beeindruckend. Für die Aktivitäten der Projektgruppe rund um den G8-Gipfel hat es eine Reihe von Preisen gegeben, zuletzt den „Edelman Award“ von PR Report. Unsere Kampagne hat sich dabei gegen die Deutsche Post World Net und BMW durchgesetzt. Und auch unsere neue Agentur, die die Arbeit des Landesmarketings evaluiert hat, hat sehr beeindruckende Ergebnisse vorgelegt.

[em vau] kompakt: Was heißt das konkret?

Reinhard Meyer: Konkret bedeutet das, dass wir mit sehr geringem Mitteleinsatz eine sehr große Wirkung erzielt haben. Wir haben zum Beispiel mit der Pressereise zum Ostseeschnäpel einen Werbewert von über einer Million Euro generiert. Und von dem Millioneneffekt

der G8 Strandkorbes, der zum Gipfel weltweit in den Medien war, gar nicht zu reden. Die Zahlen sind aber nur ein Aspekt. Viel wichtiger ist, dass es dem Landesmarketing gelungen ist, eine Plattform zu schaffen, die verschiedene Partner aus dem Land zusammenbringt und die im Interesse aller Menschen wirkt und nicht nur für eine bestimmte Gruppe. Hier sind wir mit unserem Landesmarketing sehr gut aufgestellt.

[em vau] kompakt: Wie wird es mit dem Landesmarketing weitergehen?

Reinhard Meyer: Im Zentrum werden in Zukunft verstärkt drei Themenfelder stehen: Zum einen der Bereich der Gesundheitswirtschaft, der für das Land zunehmend an Bedeutung gewinnt. Dann der Bereich des Marketings für den Wissensstandort MV. Hier können wir viel für das Land erreichen, wenn die verschiedenen Gruppen im Lande unter dem Dach des Landesmarketings zusammenarbeiten. Und schließlich der Bereich Kultur, der ein wichtiger Identifikationsanker für die Menschen im Land ist.

[em vau] kompakt: Ist denn noch die Privatisierung des Landesmarketings geplant?

Reinhard Meyer: Wir hatten geplant, das Landesmarketing in ein PPP-Modell mit zwei oder drei festen Partnern auszugliedern. Die Erfahrung hat jedoch gezeigt, dass potentielle Partner lieber punktuell mit dem Landesmarketing zusammenarbeiten, um gemeinsam optimale Angebote für verschiedene Zielgruppen zu schaffen. Mit der jetzigen Organisationsform ist diese Flexibilität des Landesmarketings gesichert. Das zeigt der Erfolg in den vergangenen Jahren.

EDITORIAL



Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

die Zeichen in unserem Lande stehen sehr gut. Noch nie wurde eine Kampagne von so

vielen anerkannten Institutionen gelobt wie die Strandkorbkampagne. Hervorgehoben wurde immer wieder, dass es das Landesmarketing geschafft hat, den Tagungsort des G8-Gipfeltreffens selbst zu einem Thema zu machen. Die Projektgruppe hat den Sprung geschafft und der Welt ein offenes, freundliches und modernes Bundesland präsentiert. Der kontinuierliche Aufbau des Strandkorbs, als zentrales Motiv der Kampagne, hat sich ausgezahlt. Mit geringem Mitteleinsatz haben verschiedenen Maßnahmen wie die Pressereise zum Thema „Ostseeschnäpel und der G8-Strandkorb einen Millionen hohen Werbewert generiert. Die Auszeichnungen haben uns bekräftigt, künftig mit noch mehr Nachdruck rund um den Strandkorb für unser Land zu werben. Die Sitzung der Staatssekretäre im März 2008 endete mit dem klaren Auftrag, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen – mit Kontinuität, Kreativität und Kooperationen. Dabei werden wir von unserer neuen Kommunikationsberatung Molthan van Loon unterstützt, die seit Anfang des Jahres für uns arbeitet. Weiterhin erfolgreich werden wir aber nur dann sein, wenn Sie unsere Kooperationsangebote auch weiterhin annehmen. Denn gemeinsam können wir den Menschen innerhalb und außerhalb des Landes am Besten zeigen: MV tut gut.

Bernhard Gläss
Leiter des Landesmarketings

Mit Zukunftsthemen den Standort stärken

DIE SCHWERPUNKTE DES LANDESMARKETING IN DEN KOMMENDEN JAHREN

Gesundheit, Natur und Umwelt, Wissenschaft, Forschung und Technologie sowie Kultur – in diesen Bereichen wird das Landesmarketing in den kommenden Jahren verstärkt Akzente setzen. Schließlich ist Mecklenburg-Vorpommern in diesen Feldern bereits gut aufgestellt. Und hier liegen in der Zukunft die größten Potenziale, wie etliche Studien zu Zukunftsthemen zeigen. Zum Beispiel der Bereich Wissenschaft, Forschung und Technologie: Hier ist die Kommunikation der Stärken des Landes als attraktiver Studienstandort eine wichtige Aufgabe. Denn: Das Land braucht Zuwachs an Studierenden und gut qualifizierten Leuten auch von außen. Einerseits schrumpft die Zahl der Abiturienten im Land, andererseits sind zu wenig Studenten aus anderen Bundesländern bereit, in Mecklenburg-Vorpommern zu studieren. Und das obwohl hier mit Greifswald und Rostock zwei der ältesten Universitäten Deutschlands beheimatet sind, an denen exzellente Studienbedingungen herrschen. Oder die Hochschule Wismar, die in diesem Jahr ihren hundertsten Gründungstag feiert und damit zu den ältesten Fachhochschulen in Deutschland gehört. Wir müssen deshalb verstärkt innerhalb und außerhalb unseres Landes für unsere Hochschulen werben. Unter dem Motto „Studieren mit Meerwert“, koordiniert durch das Landesmarketing, haben sich die Hochschulen, Studentenwerke, und das Mini-

sterium für Bildung, Wissenschaft und Kultur zusammengeschlossen, um gemeinsam verstärkt für den Standort zu werben.

Stichwort Gesundheitswirtschaft: Sie wird ein bedeutender Faktor in den nächsten Jahren sein. Experten gehen davon aus, dass in den nächsten zehn Jahren bis zu eine Million neuer Arbeitsplätze in diesem Feld entstehen können. Mecklenburg-Vorpommern hat in den letzten Jahren bereits eine Menge investiert und baut den Bereich konsequent weiter aus. Mit seiner intakten Natur, dem speziellen Klima und den anerkannten Kur- und Erholungsorten kann sich Mecklenburg-Vorpommern eine bedeutende Rolle in der Gesundheitswirtschaft sichern. Auch die Ernährungswirtschaft spielt stark in diesen Bereich hinein. Dabei stehen Gesundheit, Wohlbefinden und Genuss im gleichen Maße im Vordergrund. Hier kann Mecklenburg-Vorpommern mit seiner Landwirtschaft, dem ökologischen Anbau und seinen innovativen Produkten wie der Blauen Lupine punkten.

Schließlich der Bereich Kultur: Kultur bietet einen hohen Glaubwürdigkeitsfaktor sowohl in der Kommunikation nach innen, als auch nach außen. Besonders in der Binnenkommunikation gilt: „Keine Zukunft ohne Herkunft.“, wie es der ehemalige NDR-Landesfunkhausdirektor

Gerd Schneider kürzlich sagte. Mecklenburg-Vorpommern bietet hier viele Ankerpunkte: Beginnend mit den UNESCO-Welterbestätten Wismar und Stralsund über das Ozeaneum, das in der Weltliga der Meeresmuseen spielen wird, bis zu den Festspielen, die ebenfalls einen überregionalen Ruf genießen. Es gibt viele Themen, die genutzt werden können.



Studieren mit Meerwert _ Studieren in Mecklenburg-Vorpommern: Hightech in Hansestädten. Medizin am Meer. Lebensmitteltechnologie in lebendiger Landschaft.

www.Studieren-mit-Meerwert.de

Neue Agentur an Bord: Molthan van Loon aus Hamburg



Seit Anfang 2008 berät die Hamburger Kommunikationsberatung Molthan van Loon Communications Consultants GmbH das Landesmarketing in Fragen der strategischen Markenkommunikation. Die Agentur hat sich im November vergangenen Jahres um die neue Aufgabe beworben und sich in einem Wettbewerb gegen eine Vielzahl anderer Agenturen durchgesetzt. Mit ihrem Sitz in der Hamburger Hafencity ist sie ebenso norddeutsch und maritim geprägt wie das Land Mecklenburg-Vorpommern. „Unter den

Schlagwörtern Kontinuität, Kreativität und Kooperationen werden wir das Landesmarketing unterstützen, die erfolgreiche Arbeit von Pleon fortführen und gleichzeitig neue Ideen entwickeln“, beschreibt Dietrich Schulze van Loon, Geschäftsführender Partner der Agentur, die Aufgabe. Die Agentur, die 2003 als Spin-off des deutschen Marktführers Pleon Kohtes Klewes gegründet wurde, besteht heute aus 35 Mitarbeitern. Molthan van Loon ist Mitglied der Gesellschaft der PR-Agenturen (GPRA), dem Wirtschafts- und Qualitätsverband der führenden Kommunikationsberatungen und PR-Agentu-

ren in Deutschland. Ebenso wie die Berliner Agentur Pleon wird Molthan van Loon bei der Beratung des Landesmarketings auf die Stärken im Land setzen. Jetzt geht es darum, in der Fortführung der Kampagne das Erreichte zu halten und auszubauen: Kontinuität sicherzustellen, vorhandene Stärken zu nutzen und die Potenziale zu heben. Erreicht wird das durch die konsequente Etablierung der Submarken, die weitere Stärkung des Dachmarkenprofils, die fortgesetzte Positionierung des Strandrucks als „Ikone“ und die Nutzung von zukünftigen Trends zur Profilierung der Marke.

Erfolg weltweit – Auszeichnungen für MV

ACHT PREISE FÜR STRANDKORBKAMPAGNE

Das Bild der acht Regierungschefs im Strandkorb in Heiligendamm ging um die Welt. Al Hayat aus Saudi Arabien, Le Figaro aus Paris, International Herald Tribune - kaum eine Zeitung, die im Rahmen der Berichterstattung des G8-Gipfels nicht mit dem Foto aufmachte. Damit erntete das Landesmarketing die Früchte der kontinuierlichen Aufbauarbeit des Strandkorbs als Ikone für Mecklenburg-Vorpommern in den vergangenen vier Jahren und gab der Welt ein Bild von Deutschland. Das Landesmarketing hat für diese Maßnahmen viel Anerkennung von allen Seiten bekommen und gewann acht Preise!

Besonderes Highlight im Preisreigen: Vom Verein der Ausländischen Presse in Deutschland (.vap) erhielt das Landesmarketing als Dank der Auslandskorrespondenten für die hervorragende Betreuung vor und während des G8-Gipfels in Heiligendamm den Medienpreis 2007. Eine Auszeichnung, für die man sich nicht bewerben kann!

Daneben finden sich unter den Auszeichnungen, die im Büro in der Schloßstraße stehen, auch renommierte Preise wie der Politikaward, der jedes Jahr für herausragende Leistungen der politischen Kommunikation verliehen wird. Das Landesmarketing erhielt den Award in der Kategorie „Kampagnen von öffentlichen Institutionen“, der die beste Kampagne zur Aufklärung und Information der Öffentlichkeit ehrt. Vom Bundesverband deutscher Pressesprecher erhielten die Marketingstrategen für die beste Kommunikationsleistung des Jahres 2007 den „Goldenen Apfel“. Der im Jahre 2007 zum ersten Mal verliehene European Excellence Award zeichnet europaweit die besten Arbeiten auf dem Gebiet der Kommunikation aus. Auch hier hat Mecklenburg-Vorpommern die Jury überzeugt und in der Kategorie „Reise und Tourismus“ gewonnen. Zusätzlich gab es jeweils eine Platzierung unter den ersten fünf in den Kategorien „Internationale Kommunikation“ und „Beste deutsche Kampagne“. Und damit nicht genug: Von der League of American



Communications Professionals gab es einen Silver Magellan Award und einmal Silber bei den Mercury 2007/08 Awards in der Kategorie Q/21 Publicity: Tourism. Von dem dpa-Tochterunternehmen news aktuell gab es den 2. Platz des obs-Awards, der die besten PR-Bilder Deutschlands und der Schweiz auszeichnet. Hier entscheidet eine Fachjury aus Journalisten und PR-Experten, welches Bild zum herausragendsten Motiv gewählt wird. Weiterhin ist die Kampagne vom PR Report in der Kategorie „Internationale PR“ mit dem Edelman Award ausgezeichnet worden.

OZEANEUM deutschlandweit auf Plakaten zu sehen und im Klassikradio zu hören



Einer der größten Museumsneubauten Europas wird am 11. Juli 2008 in Stralsund eröffnet – das Ozeaneum. In exzellenter Architektur verpackt, entsteht derzeit ein einzigartiges Museum. Zur Eröffnung wirbt das Landesmarketing gemeinsam mit dem Ozeaneum in 18 deutschen Großstädten auf Großflächen für das Museum. Auch im Rahmen der Sendereihe „Länder der Erde“, die sonntags im Klassik Radio deutschlandweit ausgestrahlt wird, steht das Ozeaneum am 15. Juni 2008 im Mittelpunkt. Von „MV tut gut.“ initiiert, wird in einer Radio-Reportage und in einem anschließenden Interview auf die Eröffnung des Museumsbaus und auf dessen kulturtouristische Bedeutung für Mecklenburg-Vorpommern hingewiesen werden.

MV tut gut. – Das Strandkorbbuch

Mit der Strandkorbbkampagne des Landesmarketings „MV tut gut.“, die zum G8-Gipfel mit dem XXL-Strandkorb ihren Höhepunkt erreichte, wurde der Strandkorb weltbekannt. Wer an Mecklenburg-Vorpommern denkt, dem fällt sofort der Strandkorb ein. Es ist gelungen, in sehr kurzer Zeit ein Wahrzeichen für das Land zu etablieren. Das hat bisher nur Bayern mit der Lederhose oder allenfalls noch Thüringen mit der Bratwurst geschafft.



Kooperation mit dem Rostocker Hinstorff Verlag das Buch zum Strandkorb. Fertig soll

Das ist Grund genug, den Strandkorb auch in den Mittelpunkt eines Buches zu rücken. Das Landesmarketing produziert in

es im Herbst 2008 werden. In dem Buch wird die unverwechselbare Zugehörigkeit des Strandkorbs zum Land Mecklenburg-Vorpommern vermittelt. Der Strandkorb revolutionierte bereits um das Jahr 1880 das Strandleben und die Badekultur. Ein Lesevergnügen mit Geschichte und Geschichten, Kunst und Kultur, Informationen, Tipps und Trends.

Das aufwändig bebilderte Strandkorbbuch wird über den Buchhandel vertrieben. Es erscheint in hochwertiger Ausstattung im verkürzten A4 Format, hat 100 Seiten und ist auch auf Englisch erhältlich. Der Preis im Buchhandel beträgt 14,90 Euro. Es gibt die Möglichkeit, eine ganz individuelle Corporate-Auflage – das heißt, mit einem Eindruck, Lesezeichen oder Ähnlichem – anfertigen zu lassen, um auf einen besonderen Absender hinzuweisen.

Hochschule Wismar wird 100 Jahre

Der Geschichte des heutigen Hauptstandortes folgend, feiert die Hochschule Wismar von Anfang März bis Ende November 2008 ihr Jubiläum. Zum Festprogramm „100 Jahre Hochschule Wismar“ gehören u.a. Ausstellungen, Wandelkonzerte, Vorträge, Fachtagungen, ein

Ehemaligentreffen und der Abschlussball. Die Hochschule ist mit fast 4.500 Studierenden die größte Fachhochschule in Mecklenburg-Vorpommern und blickt mit Stolz auf ein Jahrhundert Ingenieurausbildung.

Filmfestivalflyer erschienen

Das Landesmarketing hat einen Filmfestivalkalender 2008 herausgegeben. Unter dem Titel „FilmLand MV“ sind im handlichen Format die bedeutendsten Filmfestivals in Mecklenburg-Vorpommern benannt und beschrieben. Fast in jeder Region kommen Kinofans auch an besonderen Orten das ganze Jahr auf ihre Kosten.

Der Strandkorb zu Gast in Peking

Der Strandkorb setzt seinen Siegeszug durch die Welt weiter fort. Drei Exemplare werden bei den Olympischen Spielen 2008 im Deutschen Haus in Peking stehen. Dort finden alle wichtigen Veranstaltungen wie Pressekonferenzen statt. Außerdem senden aus dem Deutschen Haus ARD und ZDF ihre Olympia-berichterstattung.

„entartete“ Kunst in Rostock

Im Kulturhistorischen Museum und in der Kunsthalle Rostock wird vom 29. Mai bis 7. September 2008 der größte geschlossene Bestand „entarteter Kunst“ ausgestellt. Bernhard Alois Böhmer war einer von vier Kunsthändlern, die mit dem Verkauf der 1937 in deutschen Museen als „entartet“ beschlagnahmten

Kunstwerken betraut waren. Die von Böhmer beschlagnahmten Werke wurden nach dem Krieg in Güstrow und Rostock deponiert. Noch heute befinden sich im Kulturhistorischen Museum rund 600 Werke. Zu den Künstlern gehören u.a. Gerhard Marcks, Oskar Schlemmer und Wassili Kandinski.

Beilage in der WamS

Das Landesmarketing plant die dritte Mecklenburg-Vorpommern-Beilage in den Medien DIE WELT, WELT am SONNTAG und BERLINER MORGENPOST. Diese erscheint im Juni 2008. Nach den Ausgaben 2006 und 2007 wird es in dieser Ausgabe vor allem um die Themen Kultur und Kunst, Natur und Erlebnisurlaub und um die Erreichbarkeit unseres Landes gehen.

Im Liegestuhl on tour

Das seit achtzehn Jahren Anfang Mai in Schwerin stattfindende Fest des Films und der Künste geht jetzt auf Tour. Das filmkunstfest Mecklenburg-Vorpommern präsentiert an den schönsten Orten des Landes preisgekrönte Filme, Lesungen und Konzerte. Unter anderem ist es in Ludwigslust, Waren, Ahrenshoop oder Stralsund zu Gast. Das besondere Feeling bietet „MV tut gut.“, denn das Landesmarketing stellt für die Tour 200 Liegestühle zur Verfügung.

VERANSTALTUNGEN

+++ Müritz-Sail +++ Stadthafen Waren/Müritz +++ 22. bis 25. Mai 2008 +++ buntes maritimes Programm mit Regatten, Rennen, Festumzug oder Radtouren +++

www.mueritz-sail.net

+++ 18. Müritz-Duathlon +++ Stadthafen Waren/Müritz +++ 31. Mai 2008 +++ Sportler zeigen beachtliche Höchstleistungen +++

www.mueritz-sportclub.de

+++ Veolia Champions Cup +++ Stadthafen Waren/Müritz +++ 20. Juni 2008 +++ Initiator und „Pro MV“-Botschafter Andreas Dittmer engagiert sich für MV +++

www.veolia-champions-cup.de

+++ 2. Landesturnfest MV +++ vom 20. bis 22. Juni 2008 in Lübz +++ Wettkämpfe und Turniere vieler beliebter Sportarten +++ mit Turnfestparty, Festumzug und Bühnenprogramm +++

www.landesturnverband-mv.de

+++ 8. Mecklenburg-Vorpommern-Tag +++ Ribnitz-Damgarten +++ 5. bis 6. Juli 2008 +++ Landesfest mit Flaniermeile und Showprogramm +++

www.m-v.de

+++ Eröffnung der Badesaison an der Ostseeküste +++ Deutschen Rotes Kreuz +++ Ostseebad Heringsdorf +++ 17. Mai 2008 +++ große Wasserrettungsübung mit Rahmenprogramm +++

I M P R E S S U M

Herausgeber

Projektgruppe Landesmarketing
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

Internet: www.mv-tut-gut.de

BILDNACHWEIS

OZEANEUM

Projektgruppe Landesmarketing

REDAKTION

Projektgruppe Landesmarketing;
Molthan van Loon Communications
Consultants GmbH

KONZEPT & LAYOUT

Molthan van Loon Communications
Consultants GmbH

ERSCHEINUNGSWEISE

Viermal jährlich

COPYRIGHT

Projektgruppe Landesmarketing

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