



Beschluss PVRR 197/2021

Regionalbudget 2022 -2025 (Regionalbudget 2):

Projekt „Internationalisierung sowie Weiterentwicklung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Regiopole Region Rostock durch Regionalmarketing“

1. Die Verbandsversammlung des Planungsverbandes Region Rostock beschließt im Rahmen des Fördervorhabens Regionalbudget 2 das Projekt „Internationalisierung sowie Weiterentwicklung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Regiopole Region Rostock durch Regionalmarketing“ umzusetzen.
2. Der Vorstand wird ermächtigt, über den abschließenden Projektantrag und die Höhe der erforderlichen Projektkosten sowie der durch den Planungsverband aufzubringenden Eigenmittel im Rahmen der Beschlussfassung des Planungsverbandes PVRR 195/2021 (vgl. Anlage 2.2) zu entscheiden.
3. Die Geschäftsstelle wird beauftragt, den abschließenden Projektantrag zu erarbeiten und nach Beschluss des Vorstandes zur Votierung dem ESF-Regionalbeirat vorzulegen. Bei einem positiven Votum ist auf die Umsetzung des Projektes ab Beginn der Förderperiode Regionalbudget 2 hinzuwirken.

Vorsitzender

Güstrow, den 17.06.2021

Begründung und Projektbeschreibung

Hintergrund

Mit Abschluss des noch bis April 2022 laufenden Regionalbudgetprojektes INTRO¹ werden die Grundlagen (regionales Leitbild, regionale Dachmarke, Aktionsplan zur Marken(ein)führung, regionales Webportal und Nachnutzungs-/Beteiligungskonzept) für ein nach innen sowie außen wirkendes Regionalmarketings für die Region (Regiopolregion) Rostock vorliegen. Um das regionale Leitbild mit dem Instrument der Dachmarke erfolgreich in der Region zu etablieren und nachhaltig Unterstützer aus allen Branchen zu gewinnen, bedarf es einer markenführenden Struktur und Erstausrüstung der Dachmarke für den Start des operativen Betriebes. Der Etablierungsprozess der regionalen Dachmarke soll von einem aktiven Change-Management-Prozess begleitet werden, bei dem das Leitbild der Region Rostock mit Vision und Werten bei den Akteuren in der Region verankert, der Umgang mit und die Nutzung der Dachmarke geschult und die aktive und finanzielle Beteiligung an regionalen Entwicklungsprozessen gestärkt wird.

Es ist geplant, die Markenführung und -organisation der regionalen Dachmarke vorerst dem Planungsverband Region Rostock zu übertragen. Mit der Entwicklung von Vorschlägen für eine darüber hinaus gehende weitere Organisationsstruktur und ein Beteiligungsmodell zur Einbindung privater Wirtschaftsakteure befasst sich derzeit das laufende Projekt INTRO. Der Planungsverband strebt in diesem Zusammenhang an, zwei eigenfinanzierte Stellen zur Umsetzung des Regionalmarketings zu schaffen. Die Förderung im Rahmen des Regionalbudget 2 soll zur Ausstattung der Aktivitäten mit Sachmitteln dienen.

Ziele und Maßnahmen des Regionalbudgetprojekts

Die erstmalige Einführung und Etablierung eines schlagkräftigen Regionalmarketings bedarf neben einer sachgerechten Personalausstattung einer öffentlichen Anschubfinanzierung. Das Regionalbudget 2 bietet dafür eine geeignete Grundlage, dient das Projekt doch ganz explizit einem der im Koordinierungsrahmen genannten Förderziele, der „Verstärkung von Maßnahmen

¹ Internationalisierung und Entwicklung einer Dachmarke für die Regiopolregion Rostock - branchenübergreifendes Leitprojekt der Regiopolregion Rostock zur Weiterentwicklung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Region

des Regionalmarketings“. Durch das geplante Regionalbudget-Projekt INTRO 2 (ab 07/2022) würden ausschließlich Sachmittel zur Verfügung gestellt werden. Folgende übergeordnete Ziele werden verfolgt:

- | Stärkung/Schaffung einer regionalen Identität,
- | Steigerung der Identifikation von Bevölkerung und Wirtschaft mit dem eigenen Lebens- und Wirtschaftsraum,
- | Stärkung des regionalen Selbstbewusstseins durch Hervorheben der regionalen Vorzüge
- | Inwertsetzung und Pflege endogener Potentiale,
- | Hinwirken auf die Zusammenarbeit der regionalen Akteure insbesondere im Bereich Marketing,
- | Förderung v. a. der internationalen Bekanntheit der Region Rostock,
- | Hinwirken auf Standortentscheidungen von Wirtschaft, Verwaltung, Institutionen und Bevölkerung zugunsten der Region durch Vermarktung ihrer Stärken.

Folgende konkrete Maßnahmen sollen dabei im Folgeprojekt INTRO 2 umgesetzt werden:

- | Umsetzung des in INTRO erarbeiteten Beteiligungsmodells insbesondere zur Einbeziehung der Wirtschaft, u. a. Entwicklung von Co-Branding-Maßnahmen mit finanzieller Beteiligung von Unternehmen aus der Region,
- | Entwicklung und Umsetzung konkreter Marketingmaßnahmen und -kampagnen in Abstimmung mit den regionalen Akteuren/Akteursgruppen, Erarbeitung einer Mediaplanung,
- | Marketingbezogene Begleitung und Unterstützung bestehender sowie neuer regionaler und lokaler Initiativen, Projekte und Themen (z. B. Wasserstoffregion HY! Rostock, SmartRegion etc.),
- | Information und Unterstützung regionaler und lokaler Akteure rund um das Thema Regionalmarketing für die Region (z. B. Anwendungsworkshops zur Dachmarke mit Kommunen & Gemeinden, Unterstützung bei CI-Anpassungen),
- | Einrichtung und Betreuung von Social-Media-Kanälen sowie Weiterentwicklung und Pflege des regionalen Webportals,
- | Erstellung einer regionalen Bilddatenbank inkl. Shooting für eine gemeinsame, professionelle Bildsprache, Bereitstellung des Materials über die Dachmarke an die Kommunen, Gemeinden, Verbänden und Unternehmen zur eigenen Nutzung,
- | Entwicklung und Pflege von regionalen Inhalten für verschiedene Marketingmaßnahmen der Akteure in der Region Rostock (Interviews, Videodreh, Shooting, Regionalprojekte),

- | Entwicklung neuer gemeinsamer Angebote und Zusammenführung einzelner Initiativen und Bedarfe (z. B. Veranstaltungskalender).

Projektbudget

- | Sachmittel zur Vergabe von Beauftragungen in Höhe von ca. 100T EUR/Jahr (Projektlaufzeit: 07/2022 bis 06/2025)
- | Gegenstand der Beauftragungen:
 - Agenturhonorare für Werbekampagnen (z.B. Fachkräfte, Investoren, Gäste, Wasserstoffregion, Gesundheit etc.)
 - Veranstaltungen & Roadshows
 - Funktionale Weiterentwicklung des neuen Webportals der Dachmarke
 - Netzwerkaufbau & Pflege
 - Reisekosten, Ausstattungskosten für Organisationseinheit

Daraus ergibt sich ein **vorläufig veranschlagtes Projektbudget von 300T EUR** über drei Jahre. Der aus Mitteln des Planungsverbandes aufzubringende Eigenanteil würde sich auf ca. 30T EUR je Haushaltsjahr belaufen.