

PRESSEMITTEILUNG

Die Regiopolregion Rostock präsentiert sich mit einer branchenübergreifenden Dachmarke

Regiopolregion heißt nun GREATER ROSTOCK

Kurzen Trechow, 22. April 2022

Die Regiopolregion Rostock tritt ab sofort unter der neuen branchenübergreifenden Dachmarke GREATER ROSTOCK auf. Warum dies der Region nützt und was die Dachmarke mit dem Claim „natürlich. smart. leben“ ausmacht, präsentierten die Akteure der bisherigen Regiopolregion Rostock heute einem Publikum aus Wirtschaft, Politik, Kommunen und Gesellschaft.

Die Dachmarke ist Ergebnis eines Arbeitsprozesses mit verschiedenen Arbeits- und Beteiligungsformaten. Der Markenentwicklung ging die Erarbeitung eines regionalen, wertebasierten Leitbildes voraus. Letztlich wählte eine zehnköpfige Jury die Dachmarke sowie den dazugehörigen Claim „natürlich.smart.leben“ aus verschiedenen Entwürfen aus. **GREATER ROSTOCK** bedeutet wörtlich übersetzt „Großraum Rostock“ und bildet die Regiopolregion Rostock ab (Hansestadt Rostock, Landkreis Rostock sowie der nordwestliche Teil des Landkreises Vorpommern mit Ribnitz-Damgarten).

"Wir brauchen in der gesamten Region neben unserer Identität, einen festen Zusammenhalt und Verbindlichkeiten bei der engen Zusammenarbeit. Die Dachmarke kann dazu beitragen, die Menschen zu einen, damit wir gerade in den von Krisen geprägten Zeiten unsere Attraktivität und Wirtschaftskraft als Region bewahren und entwickeln. Neben der Kommunikation nach außen muss die Dachmarke unter Federführung des Regionalen Planungsverbandes auch die Entwicklung der Region zwischen den beteiligten Kommunen, Landkreisen, Gemeinden und der Wirtschaft nach innen moderieren. Es ist eine Chance, gemeinsam Prozesse neu zu gestalten und uns jetzt auf die neuen Rahmenbedingungen einzustellen", erklärte **Dr. Chris von Wrycz Rekowski, Senator für Finanzen, Digitalisierung und Ordnung, 1. Stellvertreter des Oberbürgermeisters der Hanse- und Universitätsstadt Rostock.**

Die Veranstaltung markiert den Auftakt für ein einheitliches Regionalmarketing, mit dem die Region Rostock künftig geschlossen nach außen auftritt. Das Ziel: Die Region unter dieser gemeinsamen Dachmarke national und international als lebens- und liebenswert zu präsentieren und dadurch im Wettbewerb um Investitionen, Fachkräfte und Innovationen Chancen noch besser zu nutzen.

Das sei besonders auch den Unternehmen der Region ein wichtiges Anliegen, hob

PRESSEMITTEILUNG

Thorsten Ries, Hauptgeschäftsführer der IHK zu Rostock, hervor: "Als Mitbegründerin der Regiopole Rostock ist es uns als IHK wichtig, mit der neuen Dachmarke den nächsten Schritt zu einem noch stärkeren Außenmarketing - sowohl national als auch international - für unsere Region zu gehen. Neben Zuzüglern und Investoren besteht mit der Dachmarke die Möglichkeit, besonders auch Fachkräfte auf das wirtschaftliche und infrastrukturelle Potenzial und die Attraktivität der Region aufmerksam zu machen. Mit der gemeinsamen Dachmarke möchten wir deutlich machen: In der Region Rostock finden Sie Ihr Lebensglück!"

Unterstützt wird das Vorhaben aus dem Regionalbudget Region Rostock vom Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern. **Dr. Holger Janßen, Leiter der Geschäftsstelle des Planungsverbandes Region Rostock**: „Die Region verfügt über herausragende Standortvorteile als Wirtschafts-, Lebens- und Arbeitsraum. Im internationalen Wettbewerb der Regionen ist es wichtig, diese Vorzüge zielgerichtet zu präsentieren. Mit dem zu etablierenden Regionalmarketing werden die regionalen Akteure künftig geschlossen und mit internationaler Strahlkraft auftreten.“

Auch der **Unternehmerverband Rostock-Mittleres Mecklenburg e.V.** wertet die Initiative positiv: "Wir machen uns seit über 30 Jahren für die Wirtschaft in unserer Region stark. Um noch mehr Stärke und ein gemeinsames Leitbild nach außen zu transportieren ist die Dachmarke als verbindendes Element enorm wichtig, vor allem auch um gemeinsame Kampagnen zur Bewerbung unserer Region zu nutzen. Wir leben und arbeiten, wo andere Urlaub machen und das müssen wir nutzen, um für Gäste, Zuzügler und für den Arbeitsmarkt attraktiv zu bleiben und das schaffen wir nur gemeinsam. Dazu ist der Aufbau einer gemeinsamen regionalen Organisation mit Beteiligungsmöglichkeit und Vorteilen für Unternehmen von hoher Priorität", sagt dessen **Geschäftsführerin Susann Baltzer**.

ABSICHTSERKLÄRUNGEN UND KONKRETE ANGEBOTE

⌘ Gemeinsame Absichtserklärung

Vertreterinnen und Vertreter des Landes Mecklenburg-Vorpommern sowie der Region Rostock unterzeichneten eine Erklärung, mit der sie sich zur gemeinsamen Dachmarke und dem zu Grunde liegenden Leitbild bekennen. Gemeinsames Ziel: Der Region durch die Dachmarke mehr internationale Sichtbarkeit und Strahlkraft zu verleihen.

PRESSEMITTEILUNG

▹ **Zentrales Einstiegsportal für Fachkräfte, Zuzüglerinnen & Zuzügler sowie Investorinnen und Investoren (sog. Regionales One-Point-Entry)**

Unter der neuen Dachmarke entsteht ein Webportal als zentrales Einstiegsportal für die gesamte Regiopolregion Rostock. Es erleichtert Interessierten, sich ganzheitlich über die Region zu informieren.

▹ **Gemeinsame Gewerbeflächendatenbank von Stadt und Region**

Erstmals vorgestellt wurde heute das neue gemeinsame Gewerbedatenportal für die Regiopolregion Rostock. Es zeigt die Gewerbe- und Industriegebiete sowie verfügbare Gewerbeflächen und -immobilien in der Hanse- und Universitätsstadt Rostock, im Landkreis Rostock und im Mittelbereich Ribnitz-Damgarten. Unternehmen und Investoren ermöglicht es einen einheitlichen Überblick bei der Suche nach neuen Standorten.

▹ **Neues Regionaloffice nimmt ab Sommer seine Arbeit auf**

Ab Juli startet die Arbeit des neuen Regionaloffice. Es koordiniert die Zusammenarbeit in der Regiopolregion im Hinblick auf Marketingaktivitäten und steuert nationale und internationale Kampagnen. Dazu wurden beim Planungsverband Region Rostock zwei neue Stellen geschaffen. Die neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können zugreifen auf bereits bestehende Strukturen, wie zum Beispiel auf die IHK zu Rostock, den Unternehmerverband Rostock-Mittleres Mecklenburg, das Welcome Center Region Rostock.

▹ **Anwendungsbeispiele**

Als erste Anwendungsbeispiele der Dachmarke wurden die in Kürze einzuführende [LOKA-Karte](#) der OSPA und die neue Homepage der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten präsentiert.

PROJEKTPARTNER

Partner des Projektes sind: der Landkreis Rostock, die Hanse- und Universitätsstadt Rostock, die Barlachstadt Güstrow, die Bergringstadt Teterow, die Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten, Bad Doberan, der Unternehmerverband Rostock-Mittleres Mecklenburg, der Planungsverband Region Rostock, die Region Rostock Marketing Initiative und das Welcome Center Region Rostock.