

## **ANTRAG**

**der Fraktionen der CDU und SPD**

### **Wirtschaftliche Entwicklung durch Landesmarketing voranbringen**

Der Landtag möge beschließen:

1. Der Landtag stellt fest, dass die Idee „Land zum Leben“ des Landesmarketings es in den letzten drei Jahren geschafft hat, die zuvor stark auf den Tourismus zentrierte Binnen- und Außenwahrnehmung des Landes Mecklenburg-Vorpommern um weitere wichtige Aspekte zu ergänzen.
2. Der Landtag fordert die Landesregierung auf, die inhaltliche Ausgestaltung der Leitidee der Landesmarketingkampagne „Land zum Leben“ konsequent weiterzuführen, um die Wahrnehmung Mecklenburg-Vorpommerns mit seinen Stärken und Potenzialen für Fach- und Führungskräfte, Rückkehrer, Familien, Gründer und Kreative zu steigern. Hierzu sollen im Rahmen der Kampagne insbesondere die wirtschaftlichen Erfolge und sich daraus ergebene positive Effekte für den Arbeitsmarkt und die Gesamtentwicklung unseres Bundeslandes verstärkt berücksichtigt werden.

**Vincent Kokert und Fraktion**

**Thomas Krüger und Fraktion**

**Begründung:**

Der erste Industriekongress Mecklenburg-Vorpommerns bildete den Auftakt für eine Imagekampagne mit dem Titel „Industrie Gemeinsam. Zukunft. Leben“. Dabei verwies die IHK Schwerin auf die idealen Voraussetzungen des Landes als Industriestandort. Die Gewissheit über diese industrielle Leistungsfähigkeit sollte stärker ins öffentliche Bewusstsein getragen werden. Mecklenburg-Vorpommern hat mit 43 Industriearbeitsplätzen je 1.000 Einwohner gegenüber dem Bundesdurchschnitt Nachholbedarf.

Zusammen mit Partnern aus Wirtschaft und Verbänden arbeitet das Landesmarketing daran, dem Urlaubsland neue Aspekte in Wahrnehmung und Kommunikation hinzuzufügen. Kammern und Verbände begleiten dies bereits durch eigene Aktionen und Kampagnen. Die „in-DU-strie“-Kampagne ist Zeugnis davon, dass ein gemeinsamer Wille herrscht, Mecklenburg-Vorpommern als Land mit Chancen und Perspektiven für Fach- und Führungskräfte besser wahrnehmbar zu machen.

Das Landesmarketing wirbt gemeinsam mit seinen Partnern für die Stärken und Perspektiven des Landes und zwar sowohl für seine wirtschaftlichen als auch kulturellen und gesellschaftlichen Reize. All diese Aspekte vereint die Leitidee „Land zum Leben“, die natürlich auch das Arbeiten, Studieren, Forschen, Investieren und Genießen umfasst.

Eine konsequente Weiterführung der Landeskampagne in die Richtung „Land zum Leben“ ist notwendig, um die Wahrnehmung Mecklenburg-Vorpommerns mit seinen Stärken und Potenzialen für Fach- und Führungskräfte, Rückkehrer, Familien, Gründer und Kreative zu steigern. Die zur Verfügung stehenden Mittel sollten noch direkter in Maßnahmen zur Außendarstellung der genannten Aspekte und zur Ansprache der genannten Zielgruppen verwendet werden. Klar muss sein: Landesmarketing ist das Dach aller Marketingbemühungen, die Marke Mecklenburg-Vorpommern ist die Klammer dafür.