

Zwischenstand des Regionalmanagements im Städteverbund Ludwigslust – Grabow – Neustadt-Glewe

Etwa fünf Monate nach dem offiziellen Start des Regionalmanagements für die Wirtschaftsregion an der A14 lohnt sich ein Blick auf die aktuellen Aktivitäten

Seit dem offiziellen Auftakt am 18. April 2017 sind fünf Monate vergangen, in denen das Regionalmanagement wichtige Schritte zur Erreichung seiner zentralen Ziele gemacht hat. Das Regionalmanagement ist zunehmend in der Region präsent und kann somit auf ein breites Netzwerk innerhalb und außerhalb des Städteverbunds zurückgreifen, das sich immer weiter ausweitet. Auf diesem Wege gelingt es, Bewusstsein für die Verbindung der drei Städte zu schaffen und auch die Identifikation der Bewohner mit der Region zu erhöhen.

Eines der Hauptziele ist die Vertiefung der Kooperation zwischen den Städten Ludwigslust, Grabow und Neustadt-Glewe, die über die fortlaufende Bearbeitung der Projekte in den Handlungsfeldern Gewerbe, Wohnen und Tourismus und den ständigen Austausch untereinander erreicht wird. Eines dieser Projekte ist die Entwicklung eines gemeinsamen, professionellen Öffentlichkeitsauftritts für den Städteverbund.

Ein gemeinsames Logo für den Städteverbund

Um dem Verbund aus den drei Städten Ludwigslust, Grabow und Neustadt-Glewe ein einheitliches und unverwechselbares Motiv zu geben, wurde die Entwicklung eines gemeinsamen Logos für den Städteverbund durch das Regionalmanagement angestoßen. Das fertige Logo stellt zum einen die Lage der drei Städte am Kreuz der Autobahnen A14 und A24 dar, zeigt aber gleichzeitig symbolisch die Verbindung untereinander sowie die Zusammenarbeit zwischen den Städten.

Die Entwicklung des Logos durch die Schweriner Werbeagentur Okapi beinhaltet neben dem Hauptlogo auch drei Variationen, die für die Verwendung in den drei zentralen Handlungsfeldern im Städteverbund gedacht sind: Die Region als Lebensort, als Tourismusdestination sowie als Wirtschaftsstandort.

Kilian Schache, Projektmanager des beauftragten Büros cima Beratung + Management GmbH aus Lübeck: „Mit der neuen Außendarstellung erhält die Region rund um die drei Städte ein eindeutiges Gesicht. Die Botschaft des Logos ist klar: Neben der Lage am Kreuz der beiden Autobahnen A14 und A24 zeigt es die Verbundenheit, aber auch die individuelle Stärke der Städte.“

Mit dem Logo existiert erstmals ein gemeinsames Motiv für die drei Städte, das die Möglichkeit bietet, die Region mit einem komplett neuen Marketingauftritt nach außen zu präsentieren. Beispielsweise auf der Immobilienmesse Expo Real vom 4. bis zum 6. Oktober in München, wo der Städteverbund am Stand der cima vertreten sein wird. Die Vorbereitungen hierfür laufen aktuell auf Hochtouren. Man darf also gespannt sein.

Somit startet das Regionalmanagement nun in die aktive Vermarktung des Städteverbundes als Wirtschaftsstandort nach außen, was aber nicht der einzige Zweck des Logos sei: „Wir hoffen, dass auch die Menschen hier vor Ort sich zunehmend als Teil dieser Region begreifen.“

Presseinformation vom 13.09.2017

Sie sind die "Botschafter", die uns helfen, den Städteverbund nach innen und außen zu repräsentieren. Auch dafür wollen wir uns mithilfe des neuen Logos einsetzen", so Schache.

Beteiligung bei Veranstaltungen vor Ort

Um das Handlungsfeld Wohnen drehte sich der Mitmach-Stand des Regionalmanagements bei der 11. Kunst- und Kulturnacht Ludwigslust am 09. September. Wie zuvor bereits beim Musikfestival „Mond und Sterne“ am 1. Juli in Grabow, waren die Bürger gefragt, über ihre Einschätzung der Wohnsituation im Städteverbund zu berichten und sich mit der Auswahl ihres persönlichen Wunsch-Wohntyps einzubringen.

Bei der BurgArt „Goldener Herbst“ in Neustadt-Glewe am 1. Oktober wird der Mitmach-Stand seinen dritten und letzten Auftritt in diesem Jahr haben. Die Ergebnisse der Beteiligung sowie die Erkenntnisse aus den Gesprächen mit den Besuchern der Veranstaltungen fließen in das Konzept zur Wohnflächenentwicklung in der Region ein.

Die rege Beteiligung bei der Kunst- und Kulturnacht zeigt, dass großes Interesse an den Aktivitäten des Regionalmanagements und der zukünftigen Entwicklung der Region herrscht.

Netzwerkarbeit und Expertengespräche lokal und regional

Für die touristische Weiterentwicklung der Region führte ein Team der cima im Juli, neben der Erhebung der touristischen Infrastruktur in der Region, Expertengespräche mit privaten und öffentlichen Akteuren aus den Bereichen Tourismus und Freizeitwirtschaft in den drei Städten durch. Hierbei ging es um die Rolle der Gesprächspartner vor Ort, um die Probleme und Vorteile der Region sowie um die Chancen einer stärkeren regionalen Zusammenarbeit und Vernetzung. In einer zweiten Runde stehen nun vor allem die überregionalen Akteure im Tourismus im Fokus.

Mit den gesammelten Erkenntnissen aus den Gesprächen wird im Herbst eine Arbeitsgruppe mit ausgewählten Akteuren gestartet, die in regelmäßigen Treffen Maßnahmen und Visionen für eine gemeinsame touristische Entwicklung im Städteverbund entwickelt und die Zusammenarbeit in diesem Bereich bestärkt.

Zentrales Gremium für die Aktivitäten des Regionalmanagements ist die Lenkungsgruppe, bestehend aus den Bürgermeistern der drei Städte, Mitarbeitern der cima (Durchführung des Regionalmanagements) sowie Vertretern des Landkreises Ludwigslust-Parchim und der Wirtschaftsförderung Südwestmecklenburg. Die Mitglieder der Lenkungsgruppe stehen im ständigen Austausch miteinander und finden sich vier- bis fünfmal jährlich zu gemeinsamen Lenkungsgruppensitzungen zusammen, in denen über aktuelle Entwicklungen diskutiert und das weitere Vorgehen des Regionalmanagements festgelegt wird.

Informationen rund um das Regionalmanagement sind fortlaufend unter www.rek-A14.de zu finden.

Kontakt

Ansprechpartner: Herr Kilian Schache, Projektmanager (CIMA)

E-Mail: rmA14@cima.de

Tel.: +49(0)174/3391594