



Antwort der Landesregierung auf eine Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung

Abgeordneter Sören Herbst (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Landesmarketingkampagne „Wir stehen früher auf“

Kleine Anfrage - KA 6/7080

Vorbemerkung des Fragestellenden:

Der Website zur Landesmarketing-Kampagne „Wir stehen früher auf“ ist zu entnehmen, dass die dritte Kampagnenphase im Februar 2011 geendet hat.¹

Antwort der Landesregierung erstellt vom Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft

**Frage 1:
Welche Planungen bestehen zum zukünftigen Landesmarketing für das Land Sachsen-Anhalt?**

Seit Beginn der neuen Legislaturperiode nimmt die Staatskanzlei als Querschnittsaufgabe für die gesamte Landesverwaltung auch die Aufgaben des Landesmarketings verstärkt wahr.

Im Rahmen des Landesmarketings soll die Landeskampagne „Wir stehen früher auf“ als Dachkampagne zunächst fortgesetzt und perspektivisch weiterentwickelt werden. Die IMG ist beauftragt, entsprechende Vorüberlegungen zu erarbeiten, die dann eine Grundlage für die Diskussion im politischen Raum bieten können.

¹ <http://www.sachsen-anhalt.de/index.php?id=26216>

Frage 2:

Wie bewertet die Landesregierung die bisherige Wirkung der Kampagne „Wir stehen früher auf“?

Die Kampagne „Wir stehen früher auf“ hat zur Erhöhung der Sympathiewerte und des Bekanntheitsgrades innerhalb und außerhalb Sachsen-Anhalts beigetragen. Insgesamt hat die Kampagne wesentlich dazu beigetragen, dass die Bedeutung der wirtschaftlichen Förderung durch die Europäische Union im Land Sachsen-Anhalt verstärkt wahrgenommen wurde.

Frage 3:

In welcher Höhe und in welchen Zeiträumen wurden bisher Finanzmittel für die genannte Kampagne und Aktivitäten in deren Umfeld aufgewendet?

Die Kampagnenphasen I und II wurden mit durchschnittlich 72,5 % EFRE-Mitteln gefördert. Die Kampagnenphase III wurde aus Mitteln des Landeshaushaltes finanziert. Insgesamt wurden im Zeitraum von 2005 bis 2011 rund 5,1 Millionen € für die Kampagne „Wir stehen früher auf“ aufgewendet.

Kampagnen-Phase	Zeitraum von – bis	Gesamtaufwendungen in T€
Phase I	2005 – 2007	2.630,6
Phase II	2007 – 2008	2.508,8
Phase III	2009 – 2011	0,4
Summe	2005 – 2011	5.139,8

Frage 4:

Wie bewertet die Landesregierung die Möglichkeit der Weiterführung der Kampagne unter Nutzung des bekannten Slogans?

Die Möglichkeit der Weiterführung der Landeskampagne unter Nutzung des bekannten Slogans „Wir stehen früher auf“, setzt die Bereitstellung der dafür notwendigen finanziellen Mittel voraus.

Frage 5:

Beabsichtigt die Landesregierung, sowohl über die Landesmarketing- und Investitionsgesellschaft mbH, als auch anderweitig, Finanzmittel für eine Fortsetzung der Kampagne einzusetzen, und wenn ja, in welchem Umfang?

Über die Fortsetzung der Kampagne und die dafür einzusetzenden Finanzmittel erfolgt die abschließende Meinungsbildung nach Vorliegen der Haushaltsbeschlüsse des Landtages zum Doppelhaushalt 2012/2013 innerhalb der Landesregierung.

Frage 6:
Liegen Evaluationen der durchgeführten Maßnahmen zum Landesmarketing vor und was beinhalten diese?

Bei der Beantwortung der Frage 6 geht die Landesregierung davon aus, dass hier der direkte Bezug zu den Vorfragen hergestellt werden soll, d. h. es sich um die Evaluierung der Landeskampagne „Wir stehen früher auf“ handelt.

Dies vorausgesetzt antwortet die Landesregierung: Die Kampagne mit dem Slogan „Wir stehen früher auf“ wurde über forsa-Umfragen 2005 und 2008 begleitend bewertet. Die Untersuchungsergebnisse lassen sich zusammenfassend wie folgt darstellen:

1. Der Bekanntheitsgrad der Werbekampagne „Wir stehen früher auf“ bei der Bevölkerung liegt bei über 70 %. Dieser Bekanntheitsgrad konnte über die Gesamtlaufzeit der Kampagne seit 2005 gehalten werden.
2. Knapp 70 % der befragten Bürger fanden 2008 das Motto der Werbekampagne „Wir stehen früher auf“ gut, 14 % sogar sehr gut. Das bedeutet, dass es gelungen ist, mit der Werbekampagne auch Botschaften zu vermitteln.
3. Über 60 % der Befragten sind ebenfalls der Ansicht, dass der Slogan geeignet ist auszudrücken, dass Sachsen-Anhalt als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort zu den aufstrebenden Regionen Europas gehört.
4. Die öffentlichkeitswirksame Darstellung anhand beispielhafter Projekte, die über europäische Strukturfondsmittel gefördert wurden, ist eine Grundlage der Kampagnenförderung aus EU-Mitteln. Deshalb wurde nach der Rolle der europäischen Förderung für den wirtschaftlichen Aufschwung Sachsen-Anhalts gefragt. Im Vergleich 2007 zu 2008 sind immerhin 7 % mehr (66 %) der Befragten der Ansicht, dass der wirtschaftliche Aufschwung Sachsen-Anhalts nur dank finanzieller Unterstützung aus Mitteln der europäischen Union möglich war.