



Antwort der Landesregierung auf eine Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung

Abgeordneter Ronald Mormann (SPD)

Landesmarketing, das Leiden schafft

Kleine Anfrage - **KA 6/8553**

Vorbemerkung des Fragestellenden:

Die neueste Kampagne des Landes, die um Investoren im restlichen Bundesgebiet werben und auf die Erfolge der EU-Strukturfondsperiode aufmerksam machen soll, ist mit dem Wort „Leidenschaft“ überschrieben und zeigte in verschiedenen Stadtmagazinen einen halbentblößten männlichen Schokoladentorso.

Antwort der Landesregierung erstellt von der Staatskanzlei

Vorbemerkung:

Mit dem in der Anfrage erwähnten Plakatmotiv wurde keine neue Kampagne des Landes mit dem Ziel der Investorenwerbung gestartet. Die Motive „Leidenschaft“ und „Lebensfreude“ sind Teile der bestehenden Landeskampagne „Sachsen-Anhalt. Dafür stehen wir früher auf“.

Adressaten der Motive waren Schulabgänger, Abiturienten sowie Absolventen der Hochschulen und Universitäten in Sachsen-Anhalt. Daher wurden die Motive explizit in Zeitschriften veröffentlicht, die von der Zielgruppe gelesen werden (DATES, port01, urbanite, BLITZ! Halle, FRIZZ Halle, aha – alles Halle, LEO – Das Anhalt Magazin, Blixxmag, UNICUM, SPIESSER, Facebook). Die Verbreitung beschränkte sich auf Sachsen-Anhalt.

Aufbauend auf erfolgte Marketingaktivitäten sollte mit den Motiven der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) bei jungen Menschen positiv ins Bewusstsein gerückt und die Bekanntheit des Fonds gesteigert werden. Dabei wurde insbe-

Hinweis: Die Anlage ist als Objekt beigefügt und öffnet durch Doppelklick im Netz den Acrobat Reader.

(Ausgegeben am 25.11.2014)

sondere bei der Motivauswahl darauf geachtet, o. g. Zielgruppe zu erreichen. Das Motiv „Leidenschaft“ z. B. verweist auf die Firma Böhnke & Luckau GmbH in Wernigerode, die Maschinen und komplette Anlagen an Süßwarenhersteller in der ganzen Welt liefert. Der Ausbau der Produktionsstätte war mit Mitteln aus dem Strukturfonds EFRE gefördert worden.

Zudem sollte mit den Motiven dazu beigetragen werden, Sachsen-Anhalt in Übereinstimmung mit der EU-2020-Strategie bei jungen Menschen als eine Region zu verankern, in der sich der Aufbau einer Lebensperspektive auch aufgrund moderner Berufe lohnt und Abwanderung entbehrlich ist. Es sollte insbesondere bei Schulabgängern und Hochschulabsolventen dafür geworben werden, nach Abschluss der Ausbildung in Sachsen-Anhalt zu verbleiben und das Bundesland als Lebensmittelpunkt zu wählen.

Ziel der Motive war nicht die bundesweite Akquise von Investoren. Eine Anzeigenschaltung in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften, die vorrangig von potentiellen Investoren gelesen werden erfolgte mit Blick auf die Zielgruppe nicht.

1. Wie viel hat die Entwicklung und Umsetzung dieser Kampagne gekostet? In welchen Haushaltstiteln wurden die entsprechenden Mittel eingestellt?

In die Entwicklung und Gestaltung der Anzeigenmotive „Süße Leidenschaft“ und „Lebensfreude“ (Kopie anbei) sowie in die Schaltungen der Anzeigen in o. g. Medien sind 80 T € brutto geflossen und aus Mitteln des Strukturfonds EFRE finanziert worden. Die Mittel sind bei der EU-Verwaltungsbehörde veranschlagt.

2. Wie viel Landesmittel sollen noch in den weiteren Verlauf der Kampagne fließen?

Der Doppelhaushalt 2015/2016 ist noch nicht verabschiedet.

3. Welchen Imagegewinn erhofft sich die Landesregierung von dieser Kampagne?

Wie in den Vorbemerkungen erwähnt, sollten Erfolge des EU-Strukturfonds EFRE einem jungen Publikum in Sachsen-Anhalt nähergebracht werden. Um die Aufmerksamkeit junger Menschen zu wecken, wurden bewusst polarisierende, zielgruppenaffine Motive gewählt, um schon allein mit der Motivauswahl unpopuläre, mutige sowie unangepasste Wege aufzuzeigen, Neugier zu wecken und mit einem für Marketingaktivitäten überschaubaren Budget eine hohe Informationswirkung zugunsten des EFRE zu erzielen.

4. Welche Unternehmen waren mit der Entwicklung und Umsetzung der Kampagne beauftragt?

Nach einer Angebotsabfrage, die von der Auftragsberatungsstelle Sachsen-Anhalt begleitet wurde, wurde eine Magdeburger Agentur beauftragt. Der Zuschlag wurde aufgrund einer einstimmigen Jury-Entscheidung erteilt. In der Jury waren mit je einer Stimme die IHK Magdeburg, die Handwerkskammer Halle, die EU-Verwaltungsbehörde, das Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr

sowie die Staatskanzlei vertreten. Alle Jury-Mitglieder sind auch Mitglieder im Strategischen Marketingbeirat des Landes.

5. Wurden die Kompetenzen der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle, als Kunsthochschule des Landes, bei der Erstellung des Designs „Leidenschaft“ genutzt? Wenn ja, inwiefern? Wenn nein, warum nicht?

Kompetenzen der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle sind bei der Entwicklung o. g. Motive nicht genutzt worden. Mit der Burg Giebichenstein gab es in der Vergangenheit mehrfach eine Zusammenarbeit etwa bei der Mitwirkung in der Jury zur Auswahl der Agentur für die Landesmarketingkampagne, bei der Präsentation des Landes auf den zentralen Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit in Stuttgart oder bei der Auswahl des Jahressiegers im Rahmen des Wettbewerbs „Sachsen-Anhalt. Dafür stehen wir früher auf“. Aktuell gibt es mit der Burg Giebichenstein Gespräche zur Neugestaltung der Präsentation von Publikationen der Staatskanzlei.

6. Welche weiteren Unternehmen/Institutionen/sonstige Einrichtungen aus Sachsen-Anhalt waren daran beteiligt?

Es wird auf die Beantwortung der Frage 4 verwiesen.

„Lebensfreude“

SACHSEN-ANHALT
Dafür stehen wir früher auf.

Auf diesen Brettern
tanzt die Welt

Sachsen-Anhalt startet durch – Europa gibt Rückenwind

Mit umweltfreundlichen megawood®-Terrassendielen erobert NOVO-TECH aus Aschersleben den Weltmarkt. Erfolgsgeschichten wie diese etablieren Sachsen-Anhalt als Zukunftsstandort. Darum investiert der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) gezielt in Innovation, Forschung und Infrastruktur vor Ort – mehr als 1,9 Mrd. Euro seit 2007. Davon wurden allein 640 Mio. Euro eingesetzt, um die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in Sachsen-Anhalt zu stärken. | www.megawood.com

www.europa.sachsen-anhalt.de



Europäische Kommission
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung
INVESTITION IN IHRE ZUKUNFT

Europäische Strukturfonds
Sachsen-Anhalt 2007 - 2013