

Regionalmarketing für den RWK Fürstenwalde/Spree und Umland

Antrag auf Förderung aus Mitteln des GRW- Regionalbudgets für den Zeitraum März 2018 bis März 2021

Stadt Fürstenwalde/Spree, Stadt Storkow (Mark),
Gemeinde Grünheide (Mark), Amt Scharmützelsee, Amt Odervorland
unterstützt vom Landkreis Oder-Spree



+



+



+



+



+



=



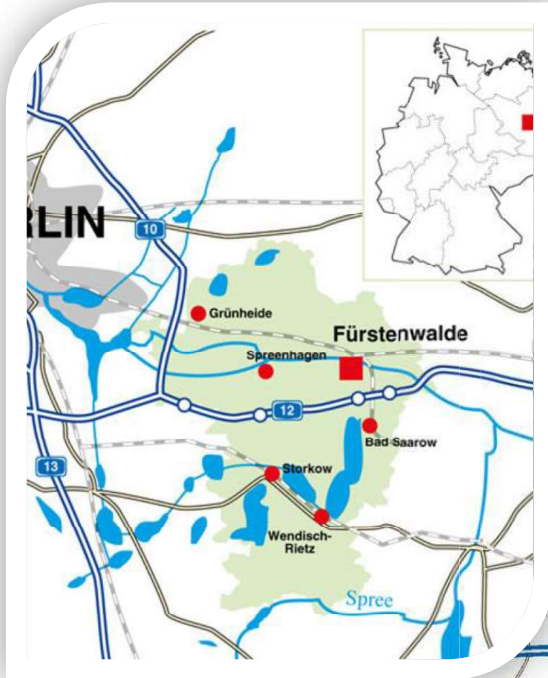


Regionalmarketing für den RWK Fürstenwalde/Spree und Umland

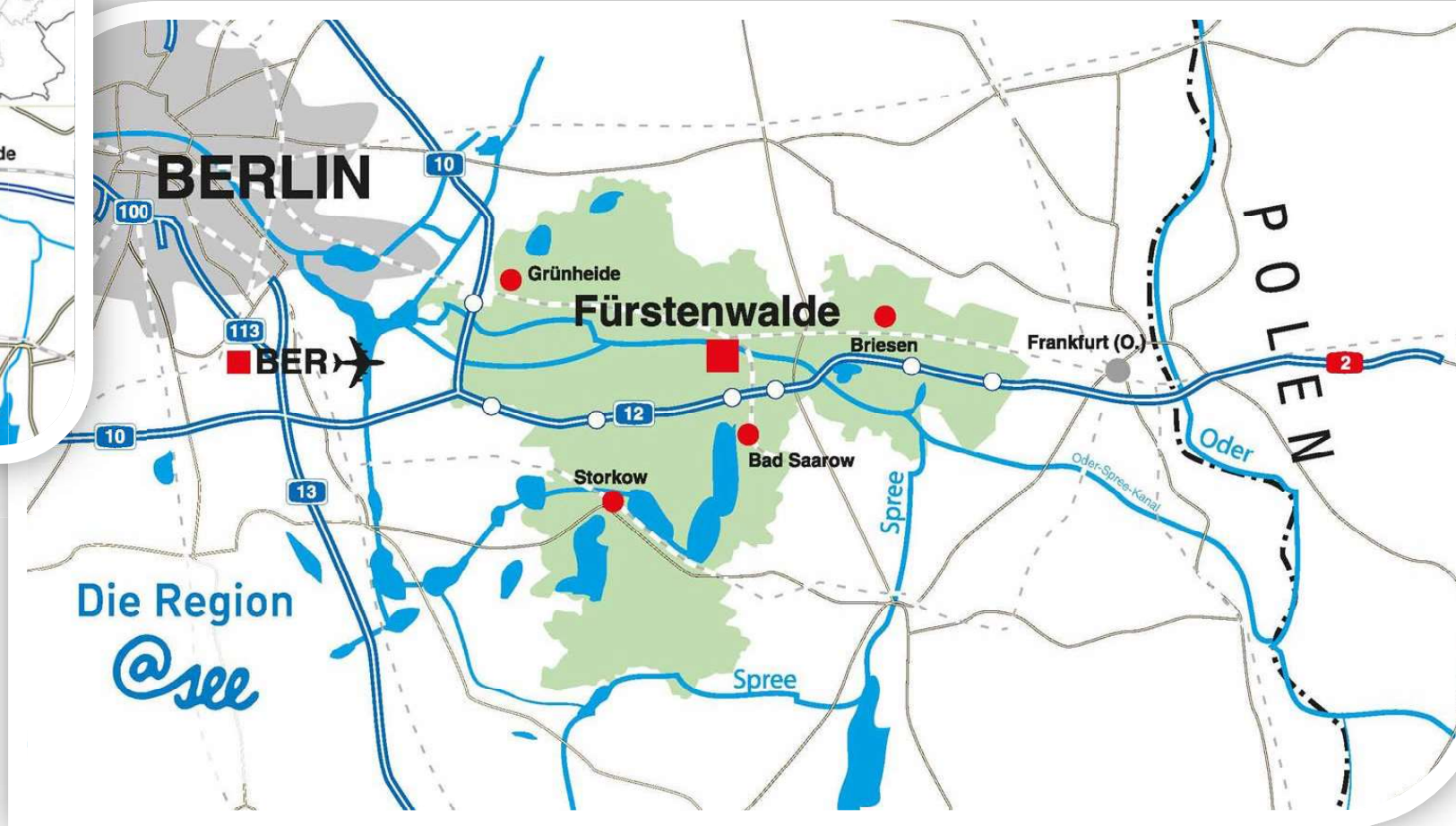


BEReit und LOS

Die Region 2010 bis 2014



Die Region heute





BEReit und LOS

Die Region @see – aus Überzeugung eine Marke





Die erste Förderperiode 2010 bis 2013



Stadt
Fürstenwalde
Spree



BEReit und LOS

- * Marketingkonzept
- * CI/CD
- * Kampagnenstart
- * Homepage
- * Immobiliendatenbank
- * Imagefilm
- * Sommerfest
- * Job-Race
- * Buswerbung
- * LKW-Beklebung
- * Marketingartikel



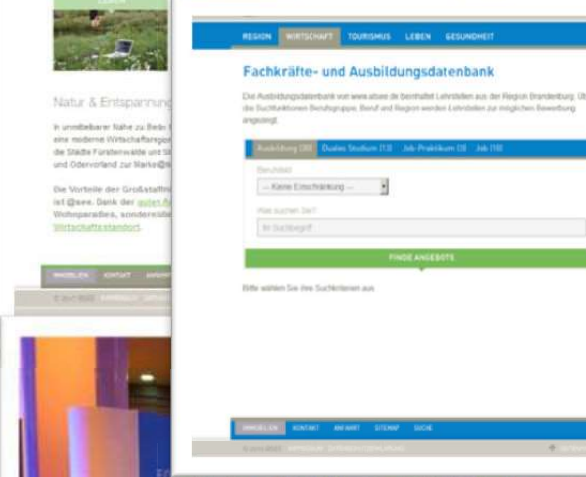
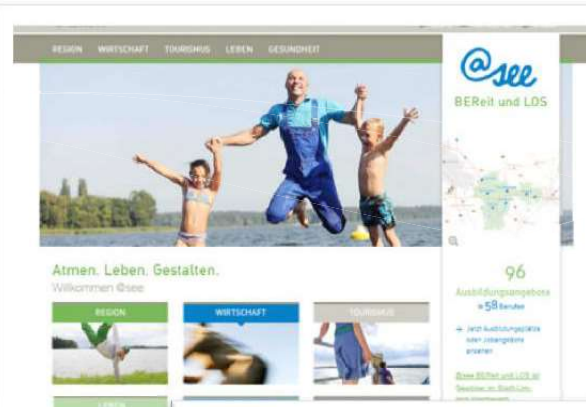
Regionalmarketing für den RWK
Fürstenwalde/Spree und sein Umland

Zielgruppenübergreifend

- * Neugestaltung des Internetauftritts
- * Entwicklung neuer Marketingprodukte

Zielgruppe Fach- und Nachwuchskräfte

- * Ausbildungsplatzdatenbank
- * Regionale Ausbildungsbörse (Eigenmittel)
- * Messeauftritt u. a. für Hochschulkontaktmessen





Die zweite Förderperiode 2014 bis 2017



Stadt
Fürstenwalde
Spree

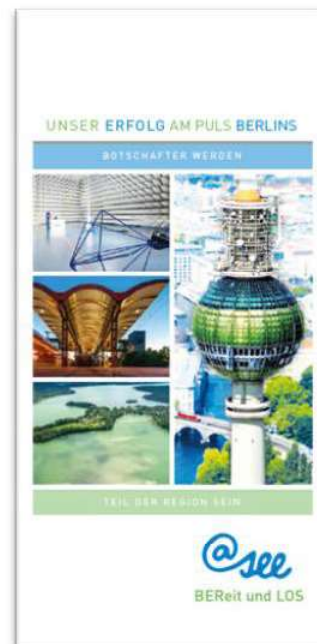


BEReit und LOS

Zielgruppe Unternehmen

- * Aufbau einer Unternehmensdatenbank
- * Standortbroschüre und -film
- * Newsletter WIRTSCHAFT KOMPAKT (quartalsweise)
- * E-Newsletter
- * Vorbereitung & Start der Botschafterkampagne
- * Aufbau einer Gewerbeflächendatenbank & Erstellung von Gewerbeflächenexpoés
- * Entwicklung diverser Marketingprodukte

Regionalmarketing für den RWK Fürstenwalde/Spree und Umland





Die zweite Förderperiode 2014 bis 2017

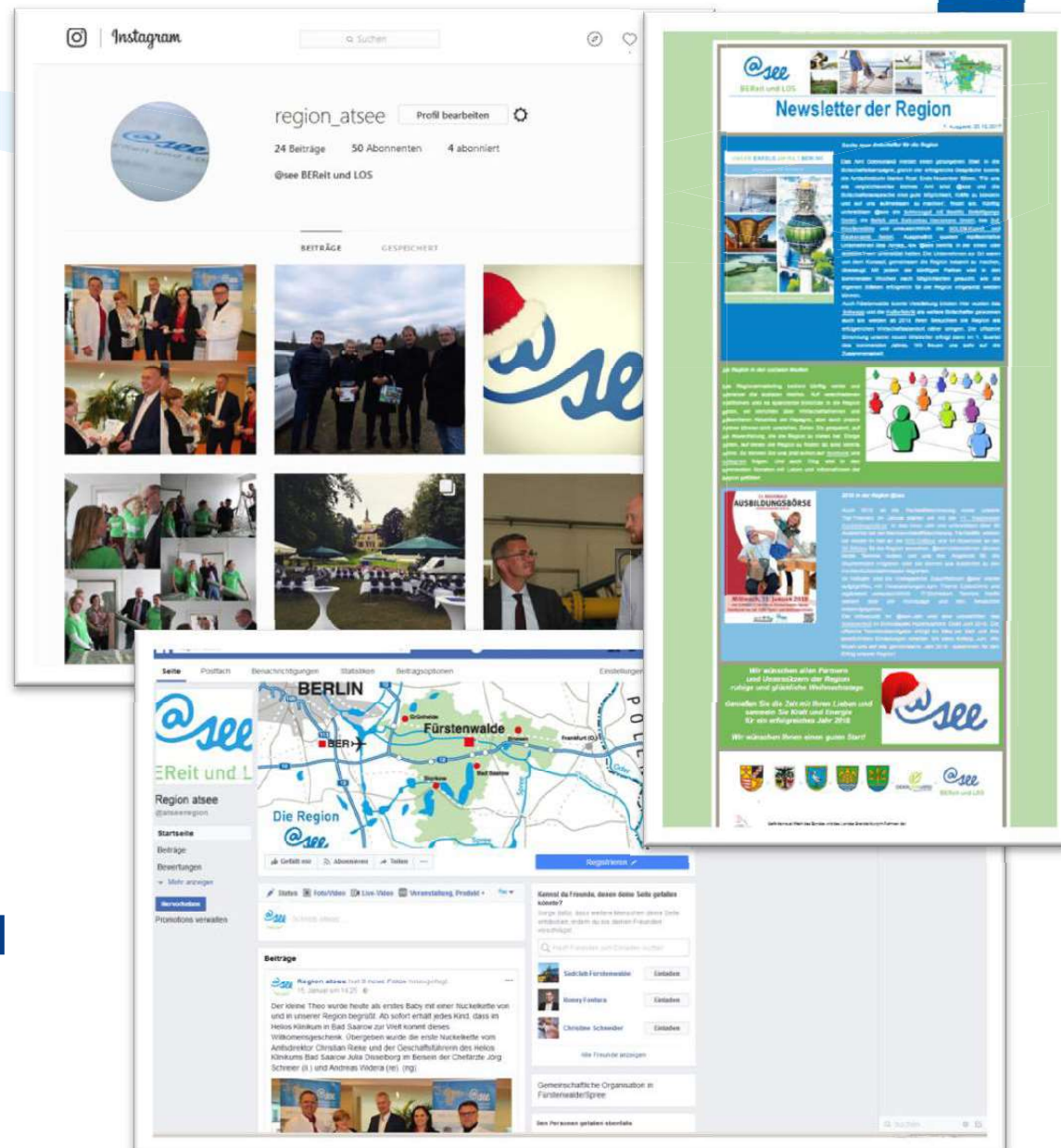


BEReit und LOS

Reichweite/ Zielgruppe	Binnenmarketing	Außenmarketing
Übergreifend	<ul style="list-style-type: none"> • Webportal @see mit Immobilien-, Gewerbeflächen-, Ausbildungsplatzdatenbank und Jobportal • Messestand und Roll-ups für Veranstaltungsteilnahmen • diverse Marketingprodukte (wie z. B. USB-Sticks, Kugelschreiber, Notizblöcke, Tragetaschen, Parkscheiben, Brillenputztücher) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Print-Newsletter @see • Bus-Werbung 	<ul style="list-style-type: none"> • Imagefilm • Lkw-Planen-Beschriftung
Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> • Sommerfest @see • Themenschwerpunktausgaben • Newsletter @see 	<ul style="list-style-type: none"> • Botschafter-Kampagne • Standortbroschüre und Standortfilm • Gewerbeflächendatenbank und -exposés
Fachkräfte	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildungsbörse @see • Ausbildungsplatzdatenbank mit Jobportal 	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme an Hochschulmessen außerhalb der Region @see • UNICUM-Tüten (einmalig 2017)

Konsolidierung des Maßnahmenportfolios

- * Weiterentwicklung des Internetauftritts
 - * Suchmaschinenoptimierung
 - * Ausbau der modernen Kommunikationsformen
- * Fortführung des Newsletters WIRTSCHAFT KOMPAKT
- * Neuauflage von bestehenden Marketingprodukten und – bei Bedarf – Überarbeitungen und Aktualisierungen



Maßnahmen weiterentwickeln und neue
Impulse setzen

Die Botschafterkampagne

- * Botschafterkreis vergrößern und Wirksamkeit erhöhen
 - * Unternehmen für das Außenmarketing und
 - * institutionelle Akteure als Multiplikatoren in der Region gewinnen
- * Vernetzungstreffen der Botschafter organisieren
 - * Bindung an das Regionalmarketing
 - * Vernetzung untereinander
 - * Entwicklung neuer Marketingideen





Ziele und geplante Aktivitäten 2018 bis 2020 (II)



BEReit und LOS

Maßnahmen weiterentwickeln und neue
Impulse setzen

Willkommenskultur HALTEN – BINDEN – GEWINNEN

- * Informationspakete und -veranstaltungen für Rückkehrer, Neubürger und Neuunternehmen in der Region
- * Frühzeitige Informationen zu den Möglichkeiten in der Region in Schulabgangsklassen platzieren und Alumni-Netzwerke – Soziale Medien einbeziehen, um die Attraktivität des Standorts zu zeigen und die Verbindung zu erhalten
- * Überregionale Messebeteiligung
- * Mitarbeit im Netzwerk „Ankommen in Brandenburg“





BEReit und LOS

Gesamtkosten 2018 bis 2020



Zielgruppenübergreifend

Webportal	67.500 Euro
Newsletter @see	40.000 Euro
Neuauflagen bestehender Marketingprodukte	40.000 Euro
Entwicklung und Umsetzung neuer Marketingprodukte	30.000 Euro

Zielgruppe Unternehmen

Botschafterkampagne und Vernetzungstreffen	30.000 Euro
unterstützende Marketingprodukte für Botschafter	20.000 Euro
Aktualisierung/ Neuaufgabe Standortbroschüre	10.000 Euro

Projektkoordination, -begleitung, -umsetzung	100.000 Euro
--	--------------

Gesamtkosten 2018 bis 2020	337.500 Euro
-----------------------------------	---------------------



BEReit und LOS

Gesamtfinanzierung 2018 bis 2020



Förderung aus GRW-Regionalbudget (60%)	202.500 Euro
Kommunaler Mitleistungsanteil (40%)	135.000 Euro
davon	
Stadt Fürstenwalde/Spree	45.000 Euro
Stadt Storkow (Mark)	15.000 Euro
Gemeinde Grünheide (Mark)	15.000 Euro
Amt Scharmützelsee	15.000 Euro
Amt Odervorland	15.000 Euro
Landkreis Oder-Spree	30.000 Euro
Gesamtfinanzierung 2018 bis 2020	337.500 Euro

Erste Nachhaltigkeitserfolge konnten bereits erzielt werden

- * Kooperation zwischen den @see-Kommunen wurde intensiviert und auf weitere Bereiche ausgeweitet
 - * Stadt-Umland-Wettbewerb
 - * Interkommunale Zusammenarbeit im Verwaltungsbereich
- * Einzelne Marketingmaßnahmen werden schon jetzt aus kommunalen und zum Teil privaten Eigenmitteln finanziert
 - * Regionale Ausbildungsbörse und Hochschulfestivals
 - * jährliches @see-Sommerfest
 - * Marketingmaßnahme Buswerbung
- * Regionalmarketing @see ist in landesseitige Angebote wie beispielsweise das Fachkräfteportal und die Rückkehrerinitiative eingebunden.





Zu fünfzig Prozent
haben wir es
geschafft,
aber die halbe
Miete ist das noch
nicht.

(Rudi Völler)