

- Beschluss**
 Wahl
 Kenntnisnahme

Vorlagen Nr. 40/003/2011

öffentlich

Fachbereich: Amt für Schulen und Kultur Bearbeiter/in: Frau Meike Uthoff	Datum: 20.01.2011 Az.: 40-2
---	--------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Tourismus	17.02.2011	Kenntnisnahme

neanderland - Marke des Kreises Mettmann für Kultur und Tourismus

- Finanzielle Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen
 Personelle Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen
 Organisatorische Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen

Die Ausführungen der Verwaltung zur Marke „neanderland“ als Marke des Kreises Mettmann für Kultur und Tourismus werden zur Kenntnis genommen.

Fachbereich: Amt für Schulen und Kultur Bearbeiter/in: Frau Meike Uthoff	Datum: 20.01.2011 Az.: 40-2
---	--------------------------------

neanderland - Marke des Kreises Mettmann für Kultur und Tourismus

Anlass der Vorlage:

Die Idee der Marke „neanderland“ zum Zweck der kulturtouristischen Vermarktung des Kreises Mettmann wurde vor rund zehn Jahren geboren. Im Jahre 2000 hat der Kreistag die Konzeption des Kulturtourismusprojektes „neanderland“ beschlossen, so dass zwei Jahre später – im März 2002 – die Marke „neanderland“ im Rahmen eines Aktionstages in Velbert-Langenberg der Öffentlichkeit vorgestellt wurde.

Seitdem hat sich der Markenname vor allem durch Projekte wie die „neanderland Biennale“ und die „neanderland Museumsnacht“ im Kulturbereich bereits sehr erfolgreich etabliert. Auch einige touristische Maßnahmen (z. B. Messeauftritte) wurden bereits unter dem Markennamen „neanderland“ durchgeführt.

Sachverhaltsdarstellung:

Aktuell strebt der Kreis Mettmann an, die Aufgabe der Tourismusförderung auf Kreisebene neu zu gestalten und zu forcieren. Ziel ist der Aufbau eines professionellen Destinationsmarketing. Das im April 2009 vorgelegte Tourismuskonzept für den Kreis Mettmann dient dabei als Grundlage. Die notwendigen strategischen Schritte für die Entwicklung, den Aufbau und die sukzessive Umsetzung eines Destinationsmarketingkonzeptes wurden bereits im Rahmen des erfolgreichen Beitrages am Tourismus-Wettbewerb Erlebnis.NRW erarbeitet und werden in den nächsten drei Jahren realisiert (vgl. Vorlagen Nr. 40/024/2010 und 40/037/2010).

Gerade für die touristische Vermarktung des Kreises Mettmann ist „neanderland“ in besonderem Maße geeignet. Dieses bestätigen Fachleute aus den Bereichen Marketing und Tourismus immer wieder. Im Gegensatz zum „Firmennamen“ Kreis Mettmann bietet die Marke „neanderland“ die Möglichkeit einer emotionalen und assoziativen Ansprache der touristischen Zielgruppen. Der Markenname knüpft an das weltberühmte Neandertal an und profitiert damit von dessen hohem internationalen Bekanntheitsgrad.

Zu diesem Thema „neanderland – Marke des Kreises Mettmann für Kultur und Tourismus“ referiert Prof. Dr. Bernd Günter, Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf (Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing) in der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung und Tourismus am 17.02.2011.