



Haushalt 2013

Ausschuss für Wirtschaftsförderung

und Tourismus am 08.11.2012

Anlagen zu TOP 10

Haushaltsplanentwurf 2013

Veränderungsantrag der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

	Nr.	Bezeichnung	Ausschuss
Produktbereich	15 /	Wirtschaft und Tourismus	Kreistag
Produkt	15.01.01	Wirtschaftsförderung	Wirtschaftsförderung u. Tourismus

Ziel(e) (Neu):

Leistungsdaten und Kennzahlen (Neu):

Achtung:

* Nur, wenn der Teilergebnisplan und der Teilfinanzplan voneinander abweichen, sind die Angaben für den Teilfinanzplan gesondert aufzuführen.

** Beim Planansatz (alt) bzw. Ansatz (neu) bitte den Betrag der jeweiligen Zeile des Teilergebnisplanes bzw. Teilfinanzplanes eintragen und nicht der jeweiligen Maßnahme.

*	<input checked="" type="checkbox"/> Teilergebnisplan	<input type="checkbox"/> Teilfinanzplan
Seite	1222	
Zeile	16	
Investition (Bezeichnung)	-----	
Sperrvermerk	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein

** Beträge in €	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Planansatz (alt)	220.200							
Ansatz (neu)	230.200							
Differenz	10.000							

Antrag:

Zur Unterstützung der Regionalen Vermarktung werden ein Eigenlabel für den Kreis Mettmann entwickelt bzw. bestehende Label (z.B. Bergisch Pur) beworben.

Begründung:

Der Einkaufsführer "Frisch vom Hof im Kreis Mettmann" ist schon nach kurzer Zeit wieder nahezu vergriffen, sodass man davon ausgehen kann, dass eine hohe Nachfrage nach Produkten, die im „neanderland“ produziert werden, besteht. Ein eigenes Label oder neu-deutsch "Branding" gibt es aber noch nicht. Dies wäre aber hilfreich, um regionale Anbieter zu unterstützen und die Nachfrage nach in der Region produzierten Nahrungsmitteln weiter zu steigern.

Haushaltsplanentwurf 2013

Veränderungsantrag der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

	Nr.	Bezeichnung	Ausschuss
Produktbereich	15	Wirtschaft und Tourismus	Kreistag
Produkt	15.04.01	Tourismusförderung	Wirtschaftsförderung u. Tourismus

Ziel(e) (Neu):

Leistungsdaten und Kennzahlen (Neu):

Achtung:

* Nur, wenn der Teilergebnisplan und der Teilfinanzplan voneinander abweichen, sind die Angaben für den Teilfinanzplan gesondert aufzuführen.

** Beim Planansatz (alt) bzw. Ansatz (neu) bitte den Betrag der jeweiligen Zeile des Teilergebnisplanes bzw. Teilfinanzplanes eintragen und nicht der jeweiligen Maßnahme.

*	<input checked="" type="checkbox"/> Teilergebnisplan	<input type="checkbox"/> Teilfinanzplan
Seite	1246	
Zeile	16	
Investition (Bezeichnung)	-----	
Sperrvermerk	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein

** Beträge in €	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Planansatz (alt)	255.500							
Ansatz (neu)	256.500							
Differenz	1.000							

Antrag:

Um regionale Identität zu stiften und zu vertiefen, wird in Zusammenarbeit mit den kreisweit agierenden Medien ein Wettbewerb zur kulturtouristischen Vermarktung des Kreises (neanderland) initiiert.

Begründung:

Partizipation, d.h. das Einbeziehen der Bevölkerung in Entscheidungen und Entwicklungsprozesse ist demokratisch und erfolgreich. Gerade in einer globalisierten Welt gewinnt die regionale Identität an Bedeutung. Um die regionale Marke "neanderland" nachhaltig zu platzieren, muss sie auch in dem Bewusstsein der Bevölkerung des Kreises verankert sein. Dies ist z.B. dem Sender WDR 2 erfolgreich mit der Aktion „Was muss man als NRW'ler einmal gemacht haben, wo muss man in NRW einmal gewesen sein?“, gelungen. Diese Aktion könnte auf das „neanderland“ übertragen werden, um herauszufinden, welche Sehenswürdigkeiten, Attraktionen und Veranstaltungen den Kreis prägen.