

- Beschluss**
 Wahl
 Kenntnisnahme

Vorlagen Nr. 01/012/2012

öffentlich

Fachbereich: Büro des Landrats Bearbeiter/in: Martin Schlüter	Datum: 06.08.2012 Az.:
--	---------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Tourismus	06.09.2012	Beschluss

Bildung eines Netzwerkes von Botschaftern des Kreises

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

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Tourismus beauftragt die Verwaltung, die in der Vorlage geschilderte Strategie weiter zu verfolgen.

Fachbereich: Büro des Landrats Bearbeiter/in: Martin Schlüter	Datum: 06.08.2012 Az.:
--	---------------------------

Bildung eines Netzwerkes von Botschaftern des Kreises

Anlass der Vorlage:

Der Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Tourismus hatte am 26.09.2011 den Beschluss gefasst, dass die Verwaltung beauftragt wird, dem Ausschuss ein Konzept für den Botschafter des Kreises Mettmann bis Mitte 2012 vorzulegen.

Beschlussgrundlage war ein Antrag der CDU-Fraktion zur Erstellung eines Konzeptes für den Auf- und Ausbau eines ehrenamtlichen Netzwerkes „Botschafter des Kreises Mettmann“ zur Imageförderung der Marke neanderland sowie zur Stärkung der Identifikation der Menschen mit ihrem Kreis. Danach sollen künftig herausragende Persönlichkeiten aus allen gesellschaftlichen Bereichen die Wirtschafts-, Lebens- und Tourismusregion neanderland repräsentieren und bei unterschiedlichsten Anlässen für ihre Heimat werben.

Sachverhaltsdarstellung:

Bereits derzeit werben prominente Persönlichkeiten zu bestimmten Anlässen oder in geeigneten Handlungsfeldern öffentlichkeitswirksam für den Kreis. Zu nennen sind hier zum Beispiel der Fußball-Weltmeister (und Investor) Paul Breitner als regelmäßiger Besucher und Interview-Partner auf dem Messestand des Kreises bei der EXPO Real in München, der Gastronom Walter Stemberg aus Velbert, Manuel Andrack als bundesweit bekannter „Wanderpapst“ in der Werbung für den Neanderlandsteig, regionale Sportgrößen im Rahmen der jährlichen Sportlerehrung des Kreises oder die Kultur-Botschafter der neanderland Biennale. Werbende Botschafter in diesem Sinne sind aber auch erfolgreiche Unternehmerpersönlichkeiten oder Unternehmen aus dem Kreis in der Öffentlichkeitsarbeit der Wirtschaftsförderung (Invest in ME).

Bewertung:

Nach ämterübergreifender Prüfung der Thematik erscheint es nicht zielführend, ein festes ehrenamtliches Botschafter-Netzwerk mit universell ernannten Botschaftern für den Kreis zu bilden und zu pflegen. Herausragende Persönlichkeiten als überzeugte und überzeugende Repräsentanten mit umfassender Verwendungsbreite für den Kreis Mettmann oder für die kulturtouristische Marke neanderland zu engagieren, wäre auch nur schwer umsetzbar. Personen des öffentlichen Lebens sind kaum pauschal für eine Region oder eine Stadt zu gewinnen, sofern diese nicht selbst eine offenkundige – auch im eigenen Image dieser Persönlichkeiten verwurzelte und glaubwürdig verkörperte – Zugehörigkeit zu dieser Region oder Stadt haben. Dies mag funktionieren bei Metropolen wie Berlin, Köln oder München sowie für landsmannschaftliche oder sprachlich identifizierbare Regionen wie Bayern, Norddeutschland oder das Ruhrgebiet.

Praktische Erfahrungen – etwa mit aktueller Sportprominenz – belegen, dass allein schon eine anlassbezogene Bemühung um Personen auf sehr sensible Weise erfolgen muss. Die Nutzung prominenter Persönlichkeiten zur Imageförderung ist auch mit Unwägbarkeiten und Risiken verbunden. Da die Bekanntheits- und Beliebtheitsgrade von Prominenten durchaus Schwankungen unterliegen, könnte sich eine generelle Deklaration als Kreis-Botschafter nicht nur positiv, sondern möglicherweise im Falle eines Imageverlustes auch negativ auf das jeweilige Ziel auswirken, indem sich eine Imageschädigung der Person quasi überträgt. Ein demonstrativer und enger Schulterschluss mit Prominenten, die im Kreis Mettmann wohnen, birgt außerdem die Gefahr der möglichen Einforderung eines „Promi-Bonus“ oder einer unangemessenen Erwartungshaltung gegenüber behördlichen Dienstleistungen oder Verwaltungsakten.

Weiteres Vorgehen:

Aufbauend auf den bisherigen Erfahrungen wird sich die Kreisverwaltung künftig in verstärktem Maße dafür einsetzen, themen-, anlass- und zielgruppenbezogen geeignete Botschafter – durchaus in Gestalt von bekannten Persönlichkeiten aus allen gesellschaftlichen Bereichen – für den Kreis Mettmann zu gewinnen. Dabei soll das jeweils verfolgte Ziel bzw. die jeweils wirkungsvoll zu erreichende Zielgruppe im Vordergrund stehen. Im Rahmen der Entwicklung des Destinationsmarketingkonzeptes für das neanderland wird auf die Gewinnung kulturtouristischer Botschafter ein besonderes Augenmerk gelegt werden.

Geeignete Botschafter müssen nicht zwingend eine bestehende persönliche Verbindung zum Kreis haben oder Einwohner des Kreises sein. Durch ihren Stellenwert in Bezug auf Thema, Anlass oder Zielgruppe können sich auch im Kreis nicht beheimatete Persönlichkeiten als Imageförderer eignen. Hierfür ist der bundesweit aktive Wanderer und Publizist Manuel Andrack ein gutes Beispiel.

Besonders vorteilhaft – weil überzeugend – ist der Einsatz als Repräsentant ohne Gage oder Honorar. Eine Win-Win-Situation ergibt sich im Idealfall durch die eigenen professionellen Aktivitäten und imagefördernden Interessen des Prominenten. In diesem Sinne ist Paul Breitter als prominente Persönlichkeit und erfolgreicher Investor im Kreis Mettmann ein guter Partner und Botschafter für die Wirtschaftsförderung mit der Marke Invest in ME.

Anregungen aus dem politischen Raum für entsprechende Handlungsfelder und jeweils geeignete Persönlichkeiten sind weiterhin ausdrücklich erwünscht.