

Anlage I

Name des neu gegründeten Unternehmens <i>Name of newly founded company</i>	Name der investierenden Muttergesellschaft <i>Name of investing parent company</i>	Ort der Ansiedlung in Deutschland <i>Place of investment in Germany</i>	Herkunftsland globale Konzernmutter <i>Country of origin global parent company</i>	Datum (Monat und Jahr) der Bekanntgabe <i>Date (month and year) of announcement</i>	Art des Projektes <i>Type of project</i>
2014					
Recall Deutschland GmbH IC Hilden	Recall AG	Hilden	Australia	2014-05	Greenfield
2013					
Ymagis Deutschland GmbH	Ymagis	Ratingen	France	2013-04	Greenfield
RI Rheinland Insulations GmbH	Acoustic Insulations Ltd. (Automotive Insulations Ltd.)	Hilden	United Kingdom	2013-07	Greenfield
GIIR Germany GmbH	LG	Ratingen	Korea, Republic of	2013-10	Greenfield
Keramag Keramische Werke AG	SANITEC OYJ	Ratingen	Finland	2013-11	Expansion
2012					
Ahold Germany GmbH	Koninklijke Ahold N.V.	Mettmann	Netherlands	2012-09	Greenfield
Esprit	Esprit Holdings Ltd.	Ratingen	China, Hongkong	2012-06	Greenfield
G&L Beijer Ref	G&L Beijer	Ratingen	Sweden	2012-06	Greenfield
Navanor NRW GmbH	Transportes Navanor S.L.	Ratingen	Spain	2012-03	Greenfield
2011					
Computacenter	Computacenter	Ratingen	United Kingdom	2011-09	Greenfield
Cotton On	Cotton On	Ratingen	Australia	2011-07	Greenfield
Georg Fischer Automotive AG	Georg Fischer Automotive AG	Mettmann	Switzerland	2011-09	Expansion
Tomra Systems GmbH	Tomra Systems ASA	Langenfeld	Norway	2011-Q1	Relocation within Germany
WGS Umformtechnik GmbH & Co. KG	WGS Holding GmbH	Velbert	Austria	2011-05	Expansion

EU-Förderphase 2014 - 2020



**Erstellung eines integrierten
Handlungskonzepts für die Region
Landeshauptstadt Düsseldorf – Kreis
Mettmann gemäß den Vorgaben des
Landes Nordrhein-Westfalen**

Ausschuss für Wirtschaft, Kultur + Tourismus

Montag, 8. September 2014 ab 15h

EU-Förderphase 2014 – 2020



Gliederung der Präsentation

1. Persönliche Vorstellung
2. Integriertes Handlungskonzept
3. Weitere Europa-Aufgaben der Kreisverwaltung

EU-Förderphase 2014 – 2020



1. Persönliche Vorstellung

- Seit Februar: Mitarbeiterin der Kreis-Wirtschaftsförderung
- Abgeschlossenes Volontariat der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Kreis Mettmann
- M.A. European Studies
- Referentin beim Land in einem EU-geförderten Projekt

EU-Förderphase 2014 – 2020



2. Integriertes Handlungskonzept

- Teil des Operationellen Programms von EFRE.NRW
- Neben Leitmarktwettbewerben Aufruf zur Regionen-Förderung
- Fördervoraussetzung für regionale Projekte: Integriertes Handlungskonzept

EU-Förderphase 2014 – 2020



2. Integriertes Handlungskonzept

- Kooperation mit der Landeshauptstadt Düsseldorf
- Interregionale Projekte sind möglich
- Aufruf vermutlich im November 2014
- Einreichungsfrist vermutlich im März 2015
- Vorschlag von drei bis fünf Projekten zur Förderung vermutlich im Juni 2015

EU-Förderphase 2014 – 2020



2. Integriertes Handlungskonzept

- Umsetzung der Projekte frühestens Herbst 2015
- möglicherweise zweiter Einreichungstermin für Projekte 2016 / 2017
- Abstimmung: Düsseldorf, ka-Städte, Kammern, Hochschulen, Verbände, Unternehmen etc.
- Abstimmung: Bezirksregierung, Projektträger Jülich

EU-Förderphase 2014 – 2020



2. Integriertes Handlungskonzept

- Abstimmung mit anderen Regionen
- Andere Regionen haben Vorlauf
- Steuerung von Projekten: erneut hoher Koordinierungsaufwand
- Prozess erfordert Wissen über: Förderung, Förderprojekte, EU, Land, Kreis, Düsseldorf

EU-Förderphase 2014 – 2020



3. Weitere Europa-Aufgaben

- Kommunikatives Netzwerk mit den kreisangehörigen Städten
- Vertretung des Kreises in den Runden von MWEIMH + des MBEM
- Betreuung der Mitgliedschaft im RGRE
- Fördermittelinformationen, auch außerhalb der EU-Strukturfonds

EU-Förderphase 2014 – 2020



3. Weitere Europa-Aufgaben

- Regionalagentur: Mitarbeit in Arbeitskreis Arbeit + Qualifizierung zur ESF-Förderung
- Zur Stärkung des kommunalen Mitspracherechts auf europäischer Ebene beitragen: Teilnahme an Konsultationen der EU, Lobbyarbeit, aktive Mitarbeit in europäischen Gremien

EU-Förderphase 2014 – 2020



3. Weitere Europa-Aufgaben

- Ziele aller Europa-Aktivitäten:
 - vermehrt Informationen über europäische Projekte + deren Finanzierungsmöglichkeiten in den Kreis Mettmann bringen
 - Europa-Aktivitäten steigern wirtschaftliche + touristische Attraktivität des Kreises
 - Sie sichern Chancen im internationalen Wettbewerb um Investoren + Fachkräfte + stärken Außenhandelsbeziehungen

EU-Förderphase 2014 – 2020



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit



Tourismusmarketing neanderland

EU/ Ziel2 - Förderprojekt

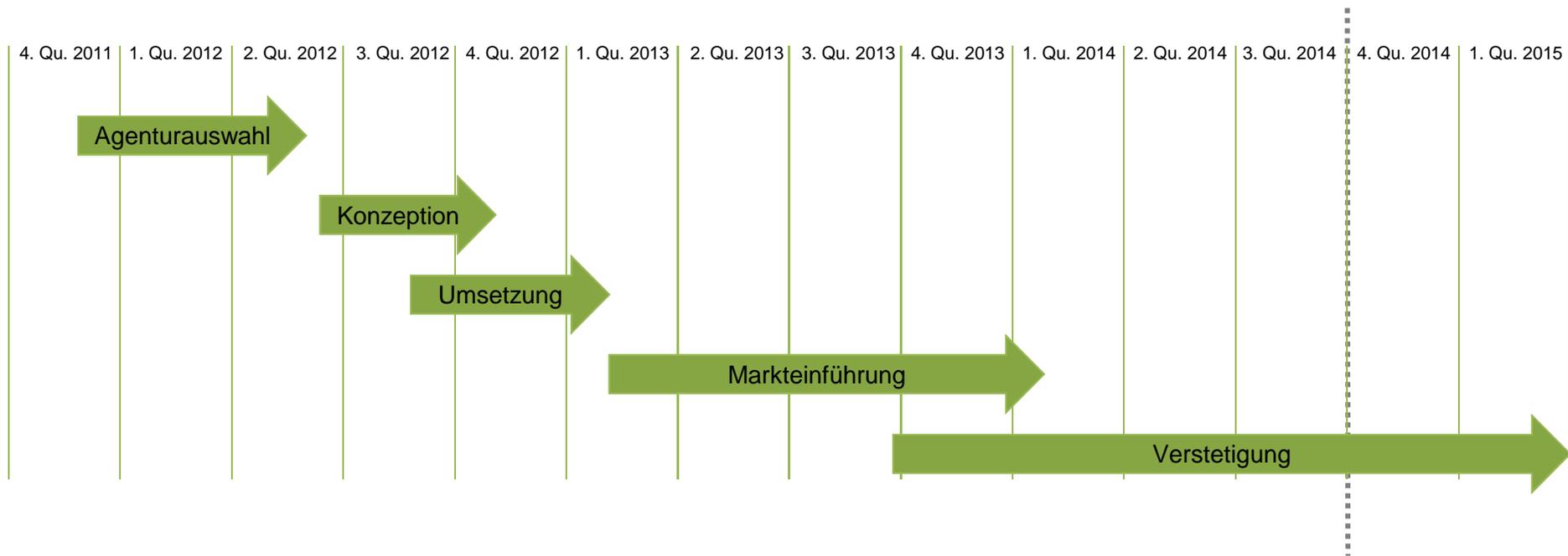
„Expeditionen ins neanderland –
Destinationsmarketingkonzept für den Kreis Mettmann“

Projektorganisation „Expeditionen ins neanderland“

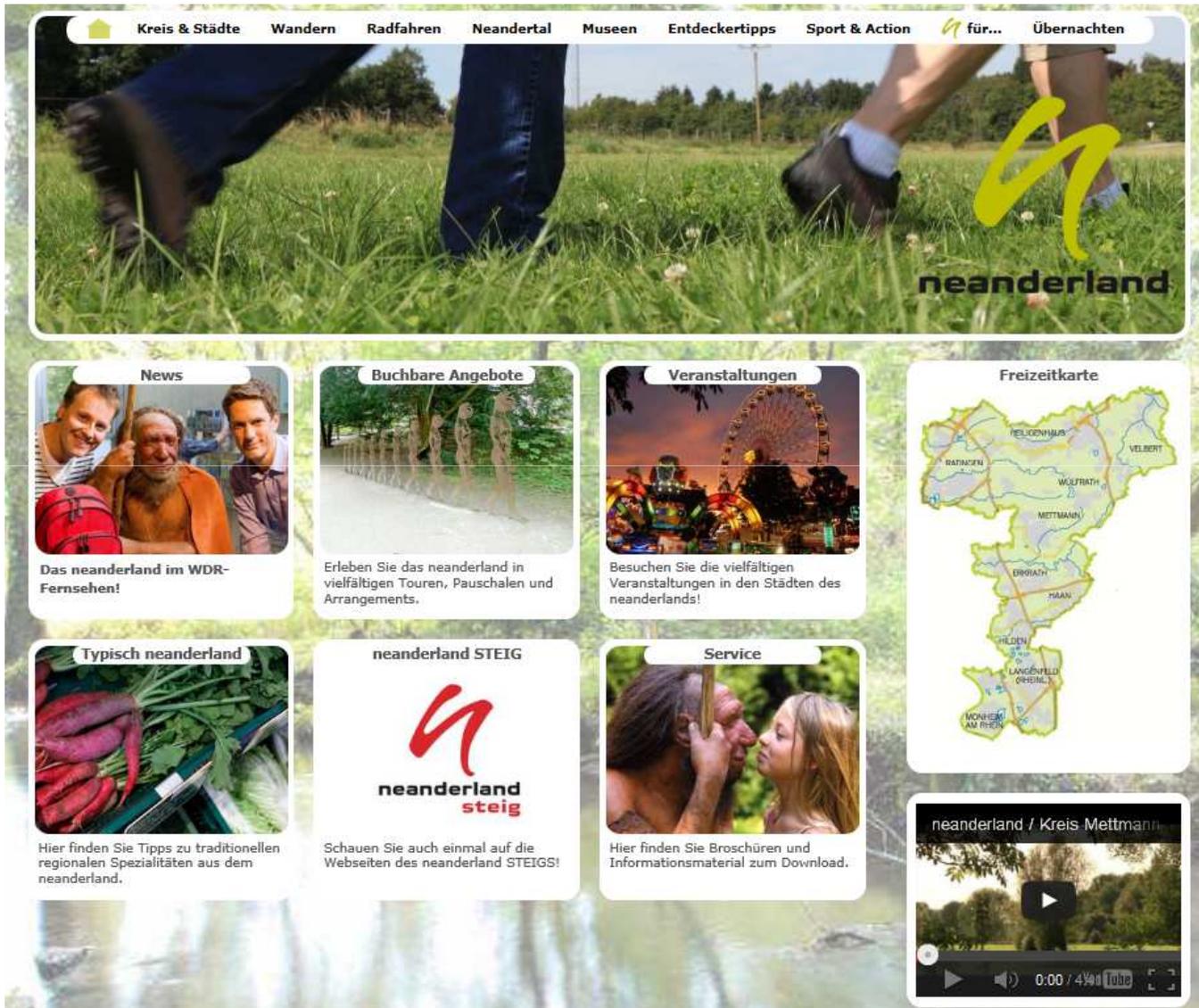
– Eckdaten –



- Projektetat 600.000 €, davon 80 % Förderung durch EU/Ziel2-Mittel
- Schaffung von 1,5 Stellen innerhalb der Kreisverwaltung Mettmann, eingebunden in das Amt für Personal, Organisation und Wirtschaftsförderung
- Laufzeit November 2011 bis November 2014 (verlängert bis April 2015)



Marketingmaßnahmen – Webseite –



Marketingmaßnahmen – Social Media –



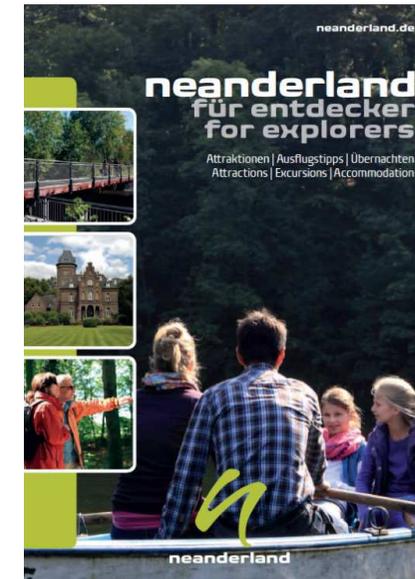
The screenshot shows the Facebook interface for the page 'Das neanderland'. At the top, there is a blue header with the Facebook logo on the left and login fields for 'E-Mail oder Telefon' and 'Passwort' on the right, with an 'Anmelden' button. Below the header is a large cover photo of a field of sunflowers. The profile picture is a square with the 'neanderland' logo. The page name 'Das neanderland' is displayed in bold, with the category 'Reise/Freizeit' below it. Navigation tabs include 'Chronik', 'Info', 'Fotos', 'Veranstaltungen', and 'Mehr'. On the right side, there is a 'Seite erstellen' button and a 'Aktuell' section with a '2014' dropdown and a 'Geburt' button. The main content area shows a post from 'Das neanderland' with the text: 'Das neanderland hat einen Link via WDR.de geteilt. vor 44 Minuten'. The post content reads: 'Spätestens ab heute ist es im #neanderland (auch meteorologisch) offiziell: Sommer, wir machen Schluss!'. Below the text is a video player with a play button and a thumbnail showing a landscape. The video title is 'Sommer - die Trennung | WDR' and the description says 'Mehr zur Sendung Aktuelle Stunde: http://www1.wdr.de/fernsehen/aks/'. At the bottom of the post, there are options for 'Gefällt mir', 'Kommentieren', and 'Teilen'. On the left sidebar, there is a 'PERSONEN' section with '607 „Gefällt mir“-Angaben' and an 'INFO' section with a list of links and an 'Impressum' link.

Marketingmaßnahmen – Print 2014 –



neanderland

- Erstinfolyer „neanderland AUF EINEN BLICK“
(zwei Sprachversionen DE/EN)
Auflage: 50.000 / 9.000
- Reisekatalog „neanderland FÜR ENTDECKER“ (zweisprachig DE + EN)
Auflage: 12.500
- Flyer „neanderland MUSEEN UND ERLEBNISRÄUME (DE)
Auflage: 40.000
- Flyer „neanderland FÜR FAMILIEN“ (DE)
Auflage: 60.000



Marketingmaßnahmen – Messen –



Messebeteiligungen im Jahr 2014

Messe
Vakantiebeurs, Utrecht (14. bis 19.01.)
Reise & Camping (19. bis 23.02.)
ITB Berlin (05. bis 09.03.)
Radaktiv-Tag Düsseldorf (21.06.)
<u>NEU</u> : NRW-Tag Bielefeld (27. bis 29.06.)
Tour Natur (05. bis 07.09.)



Reise & Camping 2014, Essen



ITB 2014, Berlin



NRW-Tag 2014, Bielefeld

Marketingmaßnahmen

– Außenwerbung –



Kostenlose Werbeflächen

- (neue) Poster und Banner in den kreisangehörigen Städten

Flyer-Verteil-Aktion (überregional)

- Kooperation mit der IHK zu Düsseldorf
- 40.000 Flyer an über 500 Standorten
- September bis November 2014



Regiobahn

- Seitenscheibenbeklebung und Plakatierung
- Flyer-Auslage
- September bis November 2014

→ Alle Marketingmaßnahmen werden durch intensive **Pressearbeit** begleitet

Marketingmaßnahmen

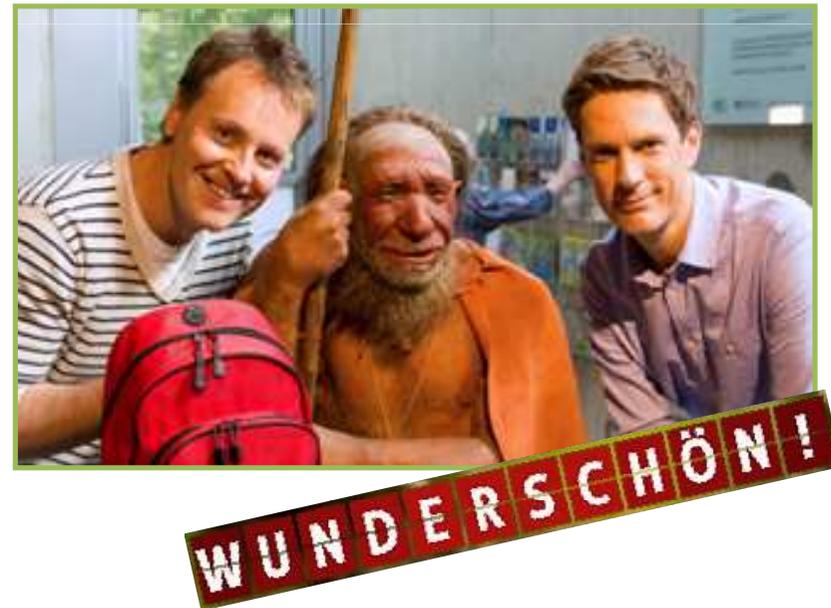
– Außenwerbung –



WDR Wunderschön! Das neue neanderland

- Sonntag, 08.06.2014, 20.15-21.45 Uhr
- Stefan Pinnow unterwegs mit MoMa-Moderator Sven Lorig
- Entdeckung der Vielseitigkeit des neanderlands

→ **positive Auswirkungen** und **großer Werbeeffect** für das neanderland



weitere Aufgaben – Netzwerkbildung –

- Zusammenarbeit mit kreisangehörigen Städten im **Arbeitskreis neanderland Marketing & Tourismus**
- **Netzwerktreffen neanderland** mit touristischen Leistungsträgern
- Verankerung der Marke neanderland in der Region und Binnenmarketing
- Vernetzung und Kooperationen mit Nachbarn außerhalb des Kreises (v.a. Tourismus NRW, Bergisches Land, Düsseldorf, Rhein-Kreis Neuss)

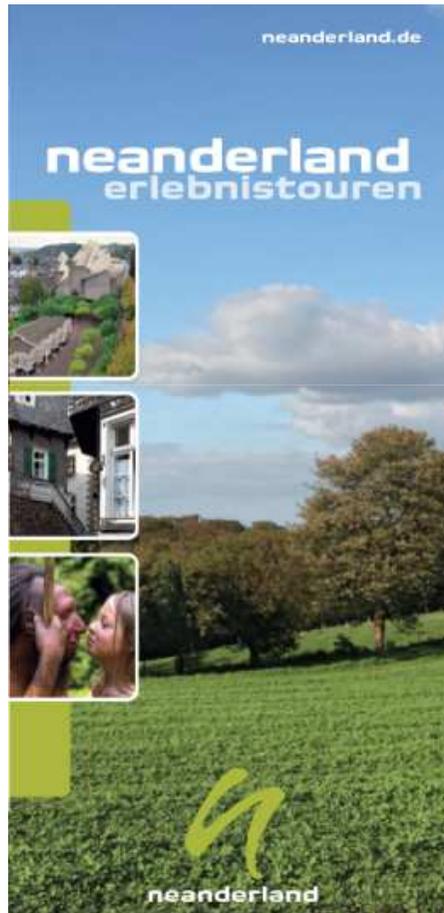


1. Netzwerktreffen („Tourismusoffensive“) im Juni 2012

Prozess nicht abgeschlossen, Netzwerkbildung ist Daueraufgabe!

weitere Aufgaben – Erlebnistouren –

Erlebnistouren



- Programm und Termine der Erlebnistouren 2014
- 10 Touren insgesamt
- kostenneutral
- Sprachversion: deutsch
Auflage: 9.000



Heiligenhaus total, 2014



Kalkabbau & Kaffeetafel, 2014

weitere Aufgaben
– Markenfamilie –



Ausblick

– Organisationsstruktur –



- aktuell ist die **Zuständigkeit** für den Tourismusbereich an das Amt für Personal, Organisation und Wirtschaftsförderung des Kreises angeschlossen
- Beschluss des Kreistags, Sitzung 16.12.2013: Tourismusbereich ab Dezember 2014 mit **vier Personalstellen**
- **Marketingmaßnahmenplan** wird in der kommenden Ausschusssitzung am 27.11.2014 vorgestellt

Danke!

neanderland / Kreis Mettmann
Amt für Personal, Organisation und Wirtschaftsförderung
Sachgebiet Tourismus
Düsseldorfer Str. 26
40822 Mettmann
www.kreis-mettmann.de / www.neanderland.de

Julia Wachten
Projektkoordination Touristisches Marketing
Zimmer 4.208
Tel.: 02104 / 99-2060
E-Mail: julia.wachten@kreis-mettmann.de

