

Cloppenburg, den 13.11.2019

| Beratungsfolge | Termin | Beratung |
|-----------------------------------|---------------|------------------|
| Ausschuss für Kultur und Freizeit | 28.11.2019 | öffentlich |
| Kreisausschuss | 05.12.2019 | nicht öffentlich |
| Kreistag | 17.12.2019 | öffentlich |

Behandlung: öffentlich

Tagesordnungspunkt

Zukunftsentwicklung Verbund OM 2020ff.

Sachverhalt:

Im November 2014 sind die Ergebnisse der von den Kreistagen Cloppenburg und Vechta beauftragten „Bekanntheits-, Image- und Markenstudie für das Oldenburger Münsterland“ vorgestellt worden. Stark zusammenfassend wurde festgestellt, dass der Verbund OM insbesondere im Außenmarketing noch stärker aktiv werden muss, um die Region bekannter zu machen und ihr Image zu stärken. Dafür wurden die bisherigen Markenbotschaften, Ziele und Projekte auf Zukunftsfähigkeit im Rahmen des Sonderinvestitionsprogrammes der Jahre 2017-2019 neu ausgearbeitet und die Kommunikationsstrategie dieser Maßnahmen zielgruppenorientiert angepasst.

Die in mehreren Sitzungen mit regionalen Akteuren (Wirtschaft, Kultur, Tourismus) und dem Vorstand erarbeiteten Ziele wurden in den Jahren 2017 bis 2019 durch die Agentur Stockwerk2 strategisch aufgearbeitet, angeschoben und teilweise umgesetzt. Durch diesen ersten Umsetzungsprozess konnte sich das sehr junge Oldenburger Münsterland mit neuem Slogan und Logo als überraschende Familien- und Wirtschaftsregion mit den hervorzuhebenden Merkmalen Wirtschaftserfolg und Innovation, aktive Erholung, soziale Sicherheit, menschliche Gemeinschaft (Familienunternehmen und Lebensqualität, Nachbarschaft und Vereinsleben), Region mit Wurzeln (Herkunft Fürstbistum Münster und Großherzogtum/Freistaat Oldenburg) und Geschichte („Vom Armenhaus zur boomenden Innovationsregion“) positionieren.

Die durch Stockwerk2 ausgearbeitete und angeschobene Kommunikationsstrategie sieht vor, möglichst alle regionalen Akteure und Oldenburger Münsterländer in Deutschland mit konsequenter Nutzung der neuen Mittel der sozialen Medien als Multiplikatoren (virales Marketing) zu gewinnen und in die Markenstrategie zu integrieren. Dies geschah in der Anschubphase vor allem durch:

-Überraschung mit Themen und Personen, die für die Stärken und Potenziale der Region stehen,

-integrierte Datenhaltung im Internet, die alle für die Außendarstellung relevanten Text- und Bildbestände, Daten und Angebote zusammenführt, verwaltet und übergreifend nutzbar macht (Tourist-Informationen, Kommunen, usw.).

-Verzicht auf klassische Refinanzierungskonzepte, um die Marke durch Hochwertigkeit und Glaubwürdigkeit vom Wettbewerb abzusetzen.

Am 30.03.2017 wurde das durch Stockwerk2 ausgearbeitete Maßnahmenprogramm vom Kreistag beschlossen, sodass in den drei Folgejahren in gemeinsamer Finanzierung mit dem Landkreis Vechta die erfolgreiche Umsetzung dieser Maßnahmen angeschoben und bearbeitet werden konnte.

Das Gesamtvolumen für die Jahre 2016 bis 2019 belief sich auf bis zu 1.000.000 EUR. Um die Fortführung sowie den Erfolg dieser ersten Umsetzungsphase des Neuausrichtungs- und Markenbildungsprozesses auch für die Folgejahre finanzieren und gewährleisten zu können, hat der Vorstand des Verbunds Oldenburger Münsterland am 26.08.2019 einstimmig beschlossen, die Umsetzung und Bereitstellung eines Sonderbeitrages zur Fortführung der Markenstrategie auch über das Jahr 2019 hinaus zu empfehlen und die Gewährung eines Sonderbeitrages zur Weiterentwicklung der Marke „Oldenburger Münsterland“ über das Jahr 2019 hinaus zu beantragen.

Dieser beantragte Sonderbeitrag beträgt 160.000 EUR pro Landkreis pro Jahr. Die Fortführung der begonnenen Maßnahmen und Projekte ist zwingend notwendig, um die erfolgreich initiierten Prozesse und Marken- sowie Kommunikationsstrategien auch künftig erfolgreich fortzusetzen. Hierzu gehören vor allem Ausbau und Schärfung der Markenbasis/-werte, Infrastruktur, technische Umsetzung und Kommunikation, Vertrieb, Gestaltung, Content (siehe Anlage Investitionskonzept VOM).

Einhergehend mit der Fortführung des Sonderinvestitionsprogramms 2020 ff. beantragt der Verbund Oldenburger Münsterland die Anhebung des jährlichen Mitgliedsbeitrages beider Landkreise von z. Z. 280.000 EUR auf 315.000 EUR. Diese Anhebung ist notwendig, um Mehrkosten in den Abteilungen Wirtschaftskommunikation, Binnenmarketing, Tourismusmarketing zu decken.

Eingerechnet sind hier u.a. auch der laufende Betrieb des Veranstaltungskalenders (36.000 EUR), Druckkosten der neuen Medien, Mediageräte, die Miete des neuen Geschäftsgebäudes, Personal und Promotion (Aushilfen bei OM-Veranstaltungen/ für das Infomobil/ Messen/ Datenpflege, Schulungen) etc.

Beschlussvorschlag:

Der Landkreis Cloppenburg bewilligt zur Stärkung des Regionalmarketings den Antrag des Oldenburger Münsterlandes auf Anhebung des jährlichen Mitgliedsbeitrages auf 315.000 EUR, sowie auf Gewährung eines Sonderbeitrags zur Finanzierung des Investitionsplanes von 160.000 EUR/Jahr für die folgenden Jahre 2020/2021/2022, wenn sich der Landkreis Vechta in gleicher Weise beteiligt.

Finanzierung:

PSP-Element:

11.500082.525