

PR-Konzept
Entwicklungsbachse zwischen Norderstedt und
Neumünster

Die Aufgabe

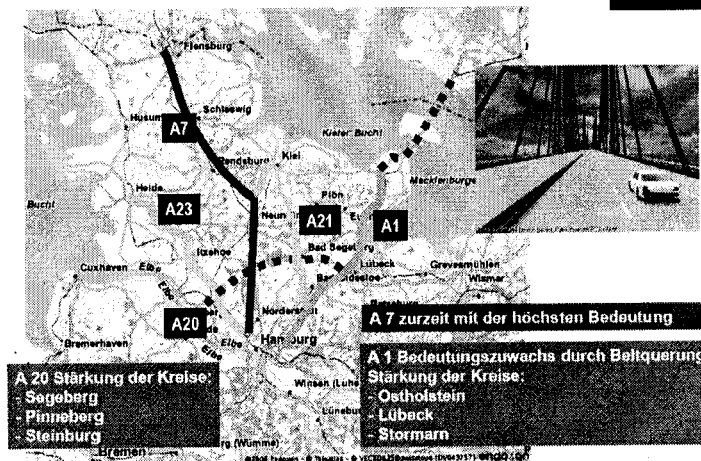
- Die Städte Norderstedt und Neumünster entwickeln eine Dachmarke, um eine profilierte Standort-Vermarktung der nördlichen Entwicklungsbachse in der Metropolregion entlang der A7 zu erreichen. Die Dachmarke soll offen für weitere Partner sein und als Einstieg für eine mögliche weitere Zusammenarbeit („Arbeitsteilung“) in der Region fungieren.

Ausgangslage

- bisher eigenständige Vermarktung der Wirtschaftsstandorte auf der Achse A7
- geringe Identifikation mit S-H-Werbung, die stark auf maritime Aspekte ausgerichtet ist (z.B. „Land der Horizonte“, „Zwischen den Meeren“, „Maritime Region Kiel“)
- bevorstehende Veränderung der Strukturen der Wirtschaftsförderung durch Kreisgebietsreform
- die Städte und Gemeinden bzw. Wirtschaftsstandorte streben Schärfung der eigenen Profile an

So nah, so fern: Erreichbarkeit

AG
Immobilien
Consulting
& PR



Ausgangslage

- Entwicklungsachse Autobahn A7 und Lage im Landesinneren sind wichtige verbindende Elemente
- Umbruchphase für Neumünster: Austritt aus Projekt K.E.R.N., neue Orientierung Richtung Süden, hin zur Metropolregion Hamburg
- Neumünster: Neuausrichtung, bzw. Ersetzen des vorh. Standortmarketing; Unternehmensansiedlung als zentrales Ziel
- Norderstedt: Stadtmarketing und profiliertes Projektmarketing vorhanden; strategische Imagefunktion steht im Vordergrund

Stärken

- großflächig frei verfügbare und günstige Gewerbeflächen
- verkehrsgünstige Lage (Hamburg Airport, A7, A21, Bahnstrecken, Nähe HH-Hafen)
- strategisch bedeutsame zentrale Lage in SH (an Nord-Süd- und Ost-West-Verbindung)
- Lagegunst überregional: Tor nach Skandinavien und ins Baltikum
- interessanter Besatz mit spezialisierten Unternehmen für weltweiten Markt
- niedriger Gewerbesteuerhebesatz

Ziele

- stärkere Wahrnehmung und Schärfung des Profils der Entwicklungsachse A7 von Norderstedt bis Neumünster in der Metropolregion und in Schleswig-Holstein
- bekannt machen der Qualitäten der Achse A7
- Ansiedlung von Unternehmen und Führungskräften
- Stärkung des (politischen) Gewichtes der Achse A7 in S-H und Metropolregion



Zielgruppen

- potenzielle Investoren
- Unternehmen und Führungskräfte regional, bundesweit und international
- Politik und Verwaltung im Norddeutschen Raum (Schleswig-Holstein und Metropolregion Hamburg)



Positionierung

- Leitthemen: Mobilität und Maßarbeit
- Mentalität: präzise, bodenständig, gut ausgebildet
- Funktion der „Region“: Zulieferer, Verteiler, Zugang; Spezialisten fertigen und verteilen Teile für die ganze Welt auf höchstem Niveau

Botschaften

- **Mobilität:** Wir sind *die* Mobilitätszone für schnellen Umschlag und Verteilung von Waren sowie den Transport von Menschen auf allen Verkehrsträgern.
- **Maßarbeit:** Als Spezialisten fertigen wir anspruchsvolle und maßgeschneiderte Teile für weltweite Zusammenhänge.
- **Möglichkeiten:** Wir bieten große verfügbare Räume für die Ansiedlung neuer Ideen und Projekte.
- **Bodenhaftung:** Wir verfügen über großes Potenzial an gut ausgebildeten Praktikern und überschaubare (Produktions-)Netzwerke.

Die Dachmarke

- ist sehr modern, aber nicht trendy,
- ist sehr auffällig, aber nicht billig,
- ist inhaltlich auf das Thema „Tor zur Metropolregion“ bezogen
- setzt da an, wo der Erfolg des NORDPORT aufhört

EGNO¹²
Entwicklungsgesellschaft
Norderstedt mbH

 **Wirtschaftsagentur**
Neumünster GmbH

Public Relations



Die Dachmarke

NORDGATE
Das Tor zur Metropolregion Hamburg



EGNO¹²
Entwicklungsgesellschaft
Norderstedt mbH

 **Wirtschaftsagentur**
Neumünster GmbH

Public Relations



NORDGATE
Das Tor zur Metropolregion Hamburg

Dynamik Das Nordgate ist ein dynamisches Zentrum der Metropolregion Hamburg. Es verbindet die Stadt mit der Region und ist ein wichtiger Knotenpunkt für den öffentlichen Verkehr. Das Nordgate ist ein wichtiger Bestandteil der Metropolregion Hamburg und ist ein wichtiger Knotenpunkt für den öffentlichen Verkehr.

EGNO
Entwicklungsgesellschaft
Norderstedt mbH

Wirtschaftsagentur
Neumünster GmbH

Public Relations **SUPER URBAN**

Gestaltung

- charakteristische Word-Bildmarke
- offensive Farbigkeit zeigt Spektrum der Möglichkeiten
- Charakter: fröhlich, vital, dynamisch
- Umsetzung: spielerisch, offensiv und offen
- Flächen und Räume verdichten sich zur dynamischen Achse unterschiedlicher Vektoren, die vielfältige Bewegungen zeigen

EGNO
Entwicklungsgesellschaft
Norderstedt mbH

Wirtschaftsagentur
Neumünster GmbH

Public Relations **SUPER URBAN**

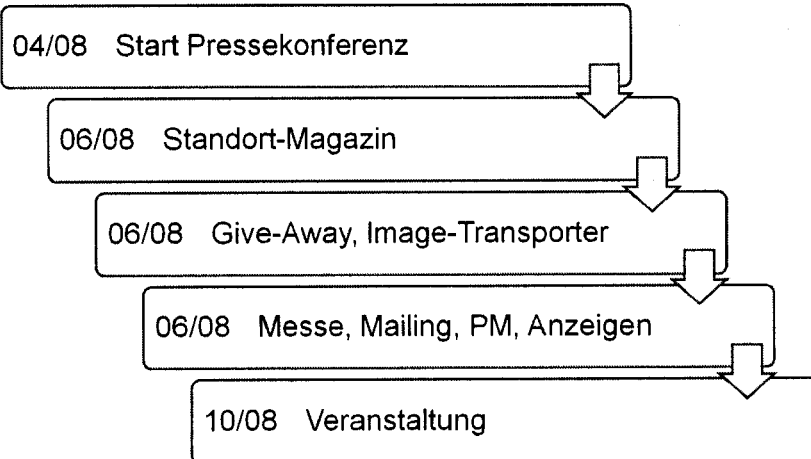
Einheitlicher Auftritt

- Immer dort, wo unter dem Dach der Dachmarke Nordgate aufgetreten wird, bildet das Nordgate-Design die gestalterische Leitlinie
- Darstellung von Projekten, z.B. auf der Messe, innerhalb des Nordgate-Auftrittes erfolgen im Nordgate-Design plus Projekt-Logos
- Kommunikation von Einzelprojekten, die unabhängig vom Nordgate-Dach erfolgen, können zusätzlich mit der Dachmarke Nordgate als Fusslogo gekennzeichnet werden

Beispiel: Messestand



Zeit-Maßnahmen-Plan





- Entwurf -

Anlage 2

Kooperations-Vereinbarung NORDGATE

zwischen der

Stadt Norderstedt

Stadt Neumünster

Stadt Bad Bramstedt

Gemeinde Henstedt-Ulzburg

Stadt Kaltenkirchen

Stadt Quickborn

Präambel

Die Städte Norderstedt und Neumünster haben die Dachmarke „Nordgate“TM entwickelt, um zusammen mit den anderen Kooperationspartnern eine profilierte Standort-Vermarktung der nördlichen Entwicklungsachse in der Metropolregion entlang der A7 zu erreichen.

Die Kooperationspartner beabsichtigen, diese Kooperation dauerhaft zu verfestigen. Dies vorausgeschickt, beauftragen die Kooperationspartner – jeder für sich allein – die Entwicklungsgesellschaft Norderstedt mbH (EgNo) und die Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH (Wirtschaftsagentur) - jede für sich - mit der Standortvermarktung gemäß den nachfolgenden Bestimmungen:

Kooperationsvereinbarung NORDGATE

§ 1 Förderung der Dachmarke „Nordgate“™

Die EGNO und die Wirtschaftsagentur verpflichten sich, ihre Aufgaben im Interesse der Kooperationspartner und nach dem Geist dieser Vereinbarung zu erfüllen.

Die EGNO und die Wirtschaftsagentur werden zum Zwecke der Standortvermarktung insbesondere die Maßnahmen Konzept und Grundlagen, Veranstaltungen und Messen, Website, Print Medien, digitale Newsletter, Anzeigen und Give-aways veranlassen.

Die Maßnahmen bedürfen der Erörterung und Bewilligung der Arbeitsgruppe nach Maßgabe des § 4.

§ 2 Jährliches Gesamtbudget

Für die Umsetzung der Standortvermarktung stellen die Kooperationspartner nach Maßgabe des § 9 in den Jahren 2008-2010 – vorbehaltlich der haushaltsrechtlichen Genehmigung - ein Gesamtbudget von jährlich 200.000 € zur Verfügung.

Ab 2011 werden das Gesamtbudget und dessen Aufteilung durch Beschlussfassung der Kooperationspartner neu festgelegt.

§ 3 Gemeinsame Standortvermarktung

Die EGNO und die Wirtschaftsagentur bilden eine Projektgruppe zur Detailplanung und Umsetzung der Maßnahmen gem. § 1. Die Projektgruppe hat das Recht, weitere Personen beratend hinzu zu ziehen.

Die Projektgruppe hat folgende Rechte und Pflichten:

- Begleitung der Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen
- Begleitung der Erstellung eines Finanzplanes zur Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen
- Mitwirkung an der Aufstellung eines Arbeitsprogramms zur Realisierung der Maßnahme-Projekte

§ 4 Bewilligung der Standortvermarktungsmaßnahmen

Neben der Projektgruppe wird eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die die Maßnahmen der Standortvermarktung und deren Finanzierung bewilligt. Die Arbeitsgruppe besteht aus je einem für mindestens ein Jahr entsandten Mitarbeiter eines jeden Kooperationspartners. Sie hat folgende Rechte und Pflichten:

- Erörterung und Bewilligung des Finanzierungs- und Maßnahmenplanes
- Erörterung der Maßnahme-Projekte

Die Arbeitsgruppe entscheidet tunlichst einvernehmlich. Sollte es zu keiner Einigung kommen, ist eine Mehrheit von 70 % aller berechtigten Stimmen erforderlich. Je 10.000 Euro der zum jährlichen Budget (01.01.-31.12.) geleisteten Zahlung ergeben eine Stimme.

§ 5 Auftragserteilung

Die Auftragserteilung erfolgt getrennt an die EGNO und die Wirtschaftsagentur nach Maßgabe des bewilligten jährlichen Finanz- und Maßnahmenplans. Die Aufträge gelten mit der Bewilligung des Finanz- und Maßnahmenplans als erteilt.

Für das Projektmanagement und die Projektsteuerung erhalten die EGNO und die Wirtschaftsagentur insgesamt 20% des jährlichen Gesamtbudgets.

§ 6 Berichterstattung, Information der Kooperationspartner

Mindestens einmal jährlich findet ein Treffen der Kooperationspartner statt, auf dem die Projektgruppe einen Jahresbericht vorlegt und die weiteren Planungen in ihren Grundzügen vorstellt. Im Rahmen der kooperationspartnerschaftlichen Zusammenarbeit wird die Projektgruppe die Kooperationspartner regelmäßig informieren

§ 7 Rechnungslegung, Rückvergütung

Über das Finanzergebnis der Standort-Vermarktung legen die EGNO und die Wirtschaftsagentur jährlich bis zum 30.06. des Folgejahres Rechnung. Sofern hiernach für einen abgeschlossenen Budgetzeitraum Beiträge der Kooperationspartner nicht verbraucht worden sein sollten, werden diese auf das Folgejahr übertragen.

§ 8 Kündigung der Standortvermarktung

Vereinbarung endet durch Kündigung mit einer Frist von drei Monaten zum Jahresende, frühestens zum 31.12.2010.

§ 9 Vergütung

Die Kooperationspartner teilen sich die Kosten der Finanzierung der Standortvermarktung dahingehend, dass auf die beiden Förderungsgesellschaften je 30% und die 4 Achsenstädte je 10% entfallen. Die Vergütung ist anteilig an die EGNO und die Wirtschaftsagentur für deren Tätigkeiten auf je ein für die Standortvermarktung einzurichtenden separates Bankkonto einzuzahlen.

Die Kooperationspartner zahlen für die Wirtschaftsjahre 2008/2009/2010 jährlich folgende Beiträge ein:

An die	EGNO	Wirtschaftsagentur
Die Stadt Norderstedt	30.000,-- EUR	30.000,-- EUR
Die Stadt Neumünster	30.000,-- EUR	30.000,-- EUR
Die Stadt Bad Bramstedt	10.000,-- EUR	10.000,-- EUR
Die Gemeinde Henstedt-Ulzburg	10.000,-- EUR	10.000,-- EUR
Die Stadt Kaltenkirchen	10.000,-- EUR	10.000,-- EUR
Die Stadt Quickborn	10.000,-- EUR	10.000,-- EUR

Kooperationsvereinbarung NORDGATE

Die Beiträge sind jeweils wie folgt fällig:
für 2008 am 01.02.
für 2009 am 02.01.
für 2010 am 02.01.

Norderstedt, 23.01.2008

.....
Stadt Norderstedt

.....
Stadt Neumünster

.....
Stadt Bad Bramstedt

.....
Gemeinde Henstedt-Ulzburg

.....
Stadt Kaltenkirchen

.....
Stadt Quickborn