

Vorpommern 

Aktueller Sachstand zum Regionalmarketing und -entwicklung Vorpommern e.V.

Stralsund, 24.06.2025



- **Landkreis Vorpommern-Greifswald**
- **Landkreis Vorpommern-Rügen**
- **Universitäts- und Hansestadt Greifswald**
- **Sparkasse Vorpommern**
- **Pommern Consult GmbH**
- **Unternehmerverband Vorpommern e.V.**
- **Tourismusverband Vorpommern e.V.**
- **IHK Neubrandenburg**
- **IHK zu Rostock**
- **Handwerkskammer**
- **Hochschule Stralsund**
- **Universität Greifswald**



Aufbau eines Regionalmarketings nach Innen und Außen	<ul style="list-style-type: none"> • Etablierung der Marke Vorpommern • Erarbeitung einer branchenübergreifenden Standort- und Markenstrategie inkl. Definition von Kompetenzfeldern und Zukunftsthemen • Erarbeitung passgenaue Zielgruppenansprache • Pflege und Ausbau einer „Landing Page“ „Deutschlands Sonnendeck“ Website
Standortmarketing	<ul style="list-style-type: none"> • Schnittstelle zum Land MV (Landesmarketing/Invest in MV/AMV) • Bewerbung Vorpommern in seiner Gesamtheit • Erstellung von crossmedialen sowie mehrsprachigen Instrumenten zur Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Vorpommern • Entwicklung von Maßnahmen zur Vermarktungen (bsps. Veranstaltungsformate, Road Shows ect.) • Ausgestaltung Internationale Grüne Woche (IGW) im Gesamtkonzept Vorpommerns
Fachkräftemarketing	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung bestehender Fachkräftekampagne „Leben und Arbeiten auf Deutschlands Sonnendeck“ • Schnittstelle zu Welcome Centern • Messen/Veranstaltungen • Crossmediale Marketinginstrumente • Organisation von Veranstaltungsformaten • Organisation und Durchführung von ausgewählten Jobmessen – Bewerbung des Lebens- und Arbeitsstandortes Vorpommern
Investorenmarketing	<ul style="list-style-type: none"> • Messen/Veranstaltungen • Crossmediale Marketinginstrumente • Organisation von Veranstaltungsformaten (bspw. Immobilien tag Vorpommern; Regionalproduktemesse Vorpommern) • Organisation und Durchführung von ausgewählten Branchenmessen – Bewerbung des Investitionsstandortes Vorpommern

Übernahme der Aufgaben des REV in die kommunale Wirtschaftsförderung

- Etablierung eigener Formate: **Vorpommernforum Regionalprodukte** (aus VoPo Connect) – interkommunale Zusammenarbeit zwischen LK VG, HGW, HST und LK VR – 2x jährliches Format
- Organisation und Durchführung der **IGW** als Region Vorpommern durch die LKs – Standortvermarktung extern durch „Gutes aus Vorpommern“ inkl. Bühnenprogramm
- Organisation und Durchführung der **MV Tage**
- Organisation und Durchführung von nationalen Branchenmessen wie **Real Estate in Hannover** inkl. Erstellung von Marketingmaterialien; weitere **Investorenveranstaltungen**
- Koordinierung und Besuch des **Baltic Sea Business Day** inkl. Erstellung benötigter Marketingmaterialien
- Weitere **Veranstaltungsformate** wie Digitalisierungsstammtisch, Nachhaltigkeits Webinare, Heimkehrer- bzw. Rückkehrertag, VRrühstück, Wirtschaftsforum, Rügenproduktemesse, Sommertour Welcome Center usw.



- Ganzheitliche **Standort- und Markenstrategie** inkl. Definition von Kompetenzfeldern & Zukunftsthemen
- Erstellung ganzheitlicher **crossmedialer Marketinginstrumente**
- Pflege und Weiterentwicklung einer „**Landing Page**“ zur Region Vorpommern als Lebens- Arbeits- und Investitionsstandort (bspw. Pflege/Bespielung der Webseite „Deutschlands Sonnendeck“)
- **Digitales Marketing** – Social Media, Newsletter
- **Veranstaltungsmanagement** (Veranstaltungskalender)
- Präzisierung und **Festlegung von Quellmärkten** für die Standortvermarktung für weitere Aktivitäten
- Etablierung der **Marke Vorpommern** und Präsentation/Bewerbung der Region in seiner Gesamtheit
- Proaktive Akquirierung von Neuansiedlungen (Invest in MV)
- Beantragung und Umsetzung des **GRW-Förderprojekts**
- Organisation und Durchführung von ausgewählten **Jobmessen** – Bewerbung des Lebens- und Arbeitsstandortes Vorpommern

GRW-Förderprojekt

Aufbau eines Regionalmanagements



Vorpommern



Ziel:

- Aufbau eines Regionalmanagements auf dem Gebiet der LK's VG und VR, um die regionalen Entwicklungsprozesse besser umsetzen zu können
- Erarbeitung einer branchenübergreifenden Standort-/Destinations- und Marketingstrategie
- Onlinemaßnahmen und Marketingmaßnahmen zur Vermarktung der Region Vorpommern
- Veranstaltungen / Messen, bspw. IGW, ITB, Regional-Produkte-Messe
- Laufzeit 3 Jahre

Aktueller Stand:

- Vorzeitiger Maßnahmebeginn liegt seit 28.03.25 vor
- Zuwendungsbescheid in Aussicht (Anfang Q 3/2025)
- Ausschreibungen der 2 Mitarbeiterstellen veröffentlicht: www.vorpommern-sonnendeck.de
 - MA Standortmarketing und Netzwerkarbeit
 - MA Online, Digitales und PR
- Bewerbungsgespräche durch Fr. Holzhüter, Fr. Mielke und Fr. Hoppenrath Anfang Juni
- Besetzung zum 15.07.2025 und zum 01.09.2025



1. Erstellen einer **branchenübergreifenden Markenstrategie inklusive eines Leitbildes** für eine **gemeinsame Vision Vorpommerns**
2. Aktualisierung der bestehenden Webseite **www.vorpommern-sonnendeck.de**, ggf. Wechsel oder Aktualisierung des Content-Management-Systems
3. Produktion von **Foto-, Text und Videomaterial** mit CC0 Lizenzen zur Standortvermarktung und Bereitstellung, damit alle REV-Partner diese nutzen können und zur Verwendung in den Marketing-Maßnahmen
4. **Print-Kampagnen** oder Presse-Kooperationen zur Vermarktung der Region
5. Erstellung & Druck von **Printmaterial** zur Kommunikation, z.B. eine Standortbroschüre oder ein Flyer
6. Mittel für **Netzwerktreffen**, als Kommunikationsmaßnahmen nach innen
7. Präsentation der Region auf **Messen/ Veranstaltungen**, z.B. Grüne Woche, MV-Tage, Karriere Start Dresden
8. Weitere Marketingmaßnahmen

Weitere Marketingmaßnahmen 2025:



Vorpommern

Regelmäßiger Austausch im Arbeitskreis WiFö zur Abstimmung und Vorbereitung der Maßnahmen ist erfolgt: 28.2., 4.4., 9.5.

MV Tage in HGW 20.-22.6.25

- Zeigen der Miniworld im VP-Zelt –55 Zoll Touch Display auf Ständer
- Sticker – Küstenkieker und Moin-Vorpommern als Streuartikel für Glücksradaktion
- Figurenaufsteller und Teppich als Stopperelement und Besucherlenkung
- Moin-Vorpommern Buchstaben 80cm*5m
- Moin-Vorpommern Infotresen

Stand auf der Warenbörse/Gastro in HRO/ Oktober 2025

Kooperation mit ESB RegioHoch2 „Gutes aus Vorpommern“

Produktion und Vermarktung von Vorpommern Merchandise und Bestellung über Online Shop
Zielgruppen: REV Mitglieder/regionale Akteure (schwarz) + „Vorpommern Fans“ Rückkehrer, Fachkräfte, Einheimische, ... (weiß)



Weitere Marketingmaßnahmen 2025:



Vorpommern



Vorpommern

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!