



Kleine Anfrage

des Abgeordneten Heinz Maurus

und

Antwort

Der Landesregierung - Ministerpräsidentin

Imagewerbung Schleswig-Holstein

Ich frage die Landesregierung:

Frage 1:
Wie definiert die Landesregierung das Image Schleswig-Holsteins?

Antwort:

Im Vorfeld der EXPO 2000 hatten sich wichtige Imageträger Schleswig-Holsteins zusammengeschlossen, um langfristig ein ganzheitliches Kommunikationskonzept in die Tat umzusetzen. Die beteiligten Imageträger waren: die Industrie- und Handelskammern in Schleswig-Holstein, die Wirtschaftsförderung Schleswig-Holstein (WSH), die Vereinigung der Unternehmensverbände, die Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein, die Investitionsbank, DEHOGA Schleswig-Holstein, der Tourismusverband Schleswig-Holstein, der DGB Landesbezirk Nordmark, die Technologie-Transfer-Zentrale (ttz), die Technologiestiftung Schleswig-Holstein (TSH), die Landesregierung und das EXPO Projekt 2000.

Aufgrund der Image-Untersuchung einer Werbe-Agentur hat man sich darauf geeinigt, folgendes Image-Ziel für Schleswig-Holstein zu formulieren:

„Schleswig-Holstein ist ein modernes und aufgeschlossenes Land, in dem es sich gut leben lässt und das sich im Einklang von Ökologie und Ökonomie dynamisch weiterentwickelt. Seine Bürgerinnen und Bürger sind weltoffen und tolerant, innovativ und kreativ nutzen sie ihre Chancen. Ihre Leistungen tragen den Erfolg Schleswig-Holsteins. Durch Pflege und Ausbau seiner natürlichen Ressourcen, eine konzeptionelle und offensive Ansiedlungspolitik sowie Investitionen in Qualifikation und Bildung gestaltet Schleswig-Holstein den Wandel in eine zukunftsorientierte Wirtschaftsstruktur erfolgreich. Service und Tourismus sind in Schleswig-Holstein zu Hause.“

Frage 2:

Wo sieht die Landesregierung die Stärken, wo die Schwächen Schleswig-Holsteins?

Antwort:

Die Image-Positionen des Wirtschaftsstandortes Schleswig-Holstein, des Landes Schleswig-Holstein und der Schleswig-Holsteiner selbst sind beiliegenden Anlagen zu entnehmen.

Frage 3:

Welche Imageanalysen liegen der Bewertung des Images durch die Landesregierung zugrunde?

Antwort:

Jüngste Grundlage für eine Image-Bewertung ist eine Studie, die "Expo Projekt 2000" bei einer Werbeagentur 1998 in Auftrag gegeben hatte. Das Image von Schleswig-Holstein wurde in einer repräsentativen Stichprobe bei 2.000 Befragten im gesamten Bundesgebiet erhoben, ergänzt durch eine Umfrage bei 69 Bürgerinnen und Bürgern aus Schleswig-Holstein.

Weitere Informationsquellen zum Image Schleswig-Holsteins waren eine Stuserhebung von 1997 im Auftrag des EXPO Projekts 2000, ein Bericht des Roland-Berger-Forschungsinstituts zum Image Schleswig-Holsteins von 1990, im Auftrag der WSH, sowie außerdem einige aktuelle Veröffentlichungen.

Fragen 4, 5 und 6:

Setzt die Landesregierung im Entwurf des Haushaltsplanes 2001 Mittel zur Stärkung des Images des Landes Schleswig-Holstein ein?

Wenn ja, in welchen Einzelplänen und Haushaltstiteln sind in welcher Höhe Mittel im Haushaltsplanentwurf 2001 zu finden?

Welche Imagekomponenten möchte die Landesregierung mit wie viel Mitteln stärken?

Antwort:

"Meinungsgegenstände produzieren im Menschen Vorstellungsbilder, wenn er sich bewusst mit ihnen befasst. Image ist nicht das Fazit empirischer Urteile, sondern ein Phänomen, dessen Entstehung meist irrational geschieht. Image ist nicht eine Sammlung ‚vernünftiger‘ Urteile, sondern vorwiegend ein bewusstes Abbild, eine Reproduktion verschiedenster Wahrnehmungen und Assoziationen." (Huber, 1990, zitiert nach Prof. Dr. Dieter Herbst, <http://www.ideereich.de/herbst/image/>).

Ein Image setzt sich also aus unzähligen Bildern und Eindrücken zusammen. Praktisch kann jedes öffentliche Auftreten der Regierung und jede öffentliche Kommunikation der Regierung Image bildend für das Land sein. Eine Zuordnung zu Einzelplänen und Haushaltstiteln ist damit nicht möglich, zumal Mittel für eine eigene Image-Kampagne des Landes nicht zur Verfügung stehen.

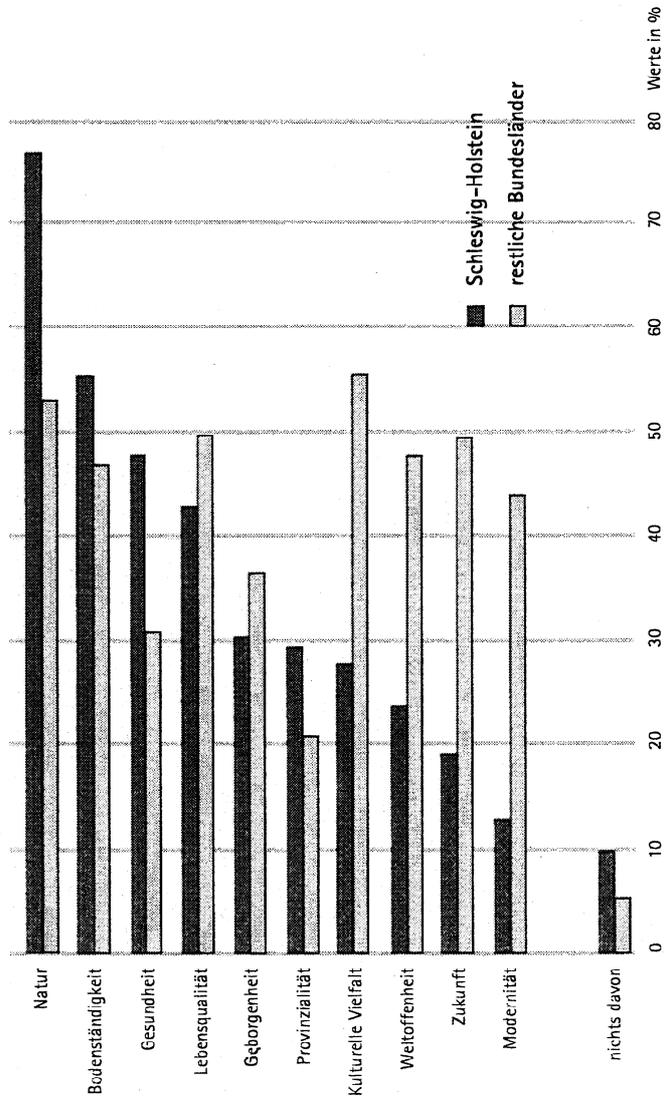
Es sei in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen, dass die Landesregierung nur einer von zahlreichen Image bildenden Akteuren in Schleswig-Holstein ist.

Die Landesregierung unterstützt in ihrem Verantwortungsbereich und im Rahmen ihrer Möglichkeiten das in Antwort 1 formulierte Image-Ziel. Dazu stehen die Mittel in den Etats für Öffentlichkeitsarbeit (siehe Antworten auf diverse Kleine Anfragen), Mittel in der Wirtschafts- und Technologieförderung, für Marketing in den Bereichen ÖPNV, Landwirtschaft und Tourismus sowie für öffentliche Veranstaltungen zur Verfügung.

Imageposition – Land Schleswig-Holstein

Frage: Welche der folgenden Begriffe passen aus Ihrer Sicht besonders zu Schleswig-Holstein?
Und welche dieser Begriffe passen besonders zu dem Bundesland, in dem Sie leben?

(n=2000 Befragte, Mehrfachnennungen)



N.I.T. 1998

3.2.3

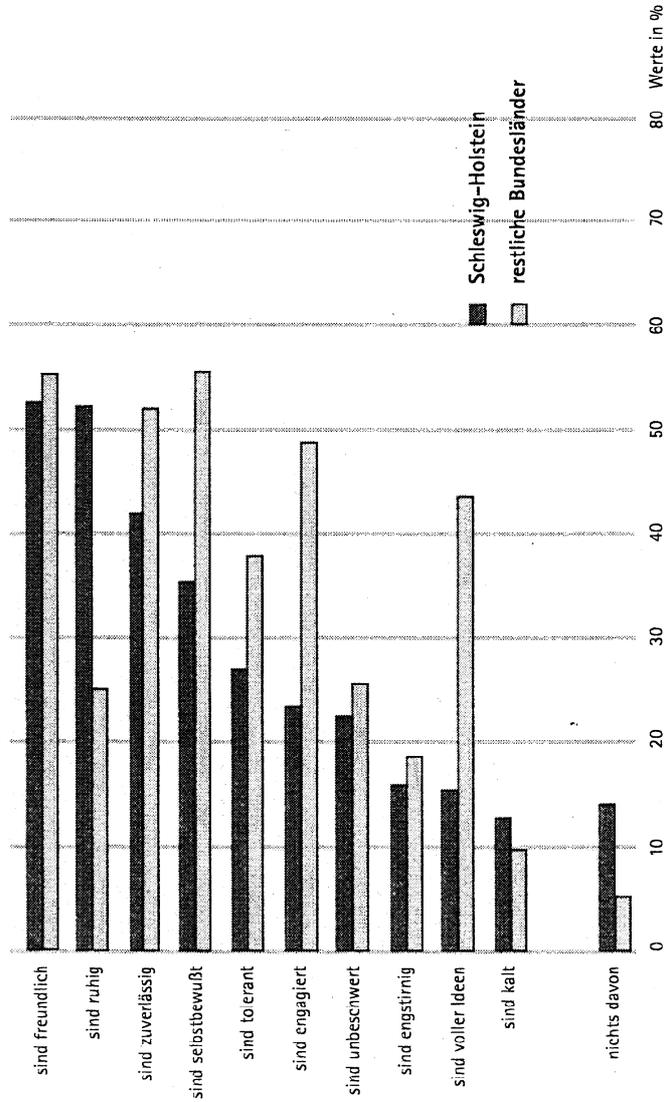
Einzelergebnisse

Imagepositionierung Schleswig-Holstein

Imageposition – die Schleswig-Holsteiner

Frage: Welche der folgenden Begriffe treffen aus Ihrer Sicht besonders auf die Menschen in Schleswig-Holstein zu?
Und welche dieser Begriffe treffen besonders auf die Menschen Ihres Bundeslandes zu?

(n=0 Befragte, Mehrfachnennungen)



N.I.T. 1998

3.2.3

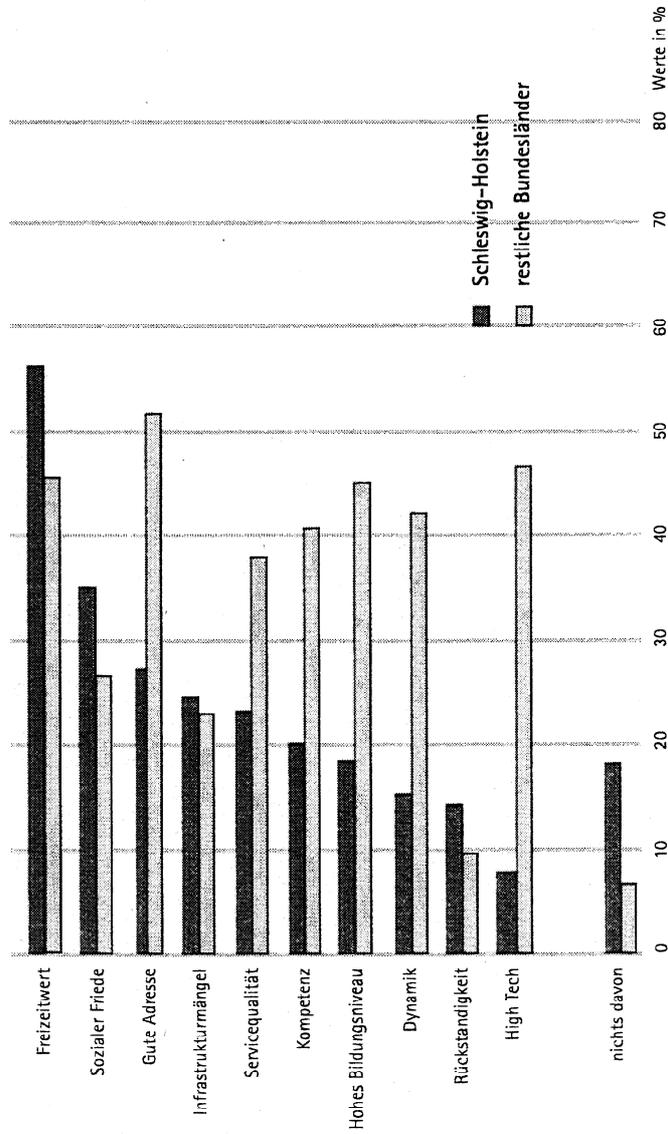
Imagepositionierung

Imagepositionierung Schleswig-Holsteiner

Imageposition – Wirtschaftsstandort S-H

Frage: Welche der folgenden Begriffe passen besonders zu Schleswig-Holstein als Wirtschaftsstandort?
Und welche davon passen besonders zu Ihrem Bundesland als Wirtschaftsstandort?

(n=0 Befragte, Mehrfachnennungen)



N.I.T. 1998

3.2.3

Einzel Ergebnisse

Imagepositionierung Wirtschaftsstandort Schleswig-Holstein