



## **Kleine Anfrage**

des Abgeordneten Johannes Callsen (CDU)

und

## **Antwort**

**der Landesregierung** – Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie

### **Ausschreibungen zur Imagekampagne „Der echte Norden“ und Anwendung der neuen Dachmarke**

Vorbemerkung des Fragestellers:

Laut eines Online-Artikels des Magazins „Focus“ plant die Landesregierung, Ausschreibungen für das neue Landesmarketing durchzuführen.

1. Welche Ausschreibungen sind konkret geplant und an welche Unternehmen sind sie gerichtet? Bitte detailliert nach Inhalt, Auftragsvolumen, Gewerken etc. auflisten.

**Antwort:**

Die Planungen zur Ausschreibung, die über die GMSH europaweit erfolgen wird, sind noch nicht abgeschlossen.

2. In welchem Zeitraum laufen die Ausschreibungen?

**Antwort:**

Voraussichtlich ab Mitte 2014.

3. Welche Ausschreibungen hat es in Bezug auf das Landesmarketing seit 2012 bis heute bereits gegeben? Welche Unternehmen sind bereits mit welchen Projekten beauftragt worden? Bitte ebenfalls detailliert nach Inhalt, Auftragsvolumen, Gewerken etc. auflisten!

**Antwort:**

In Bezug auf das Landesmarketing mit neuer Dachmarke erfolgte im Dezember 2013 über die GMSH eine Ausschreibung zur Aktualisierung der Gestaltungsrichtlinien in den vom Markenhandbuch nicht abgedeckten Bereichen einschließlich der Erstellung von Layout-Dateien für den Gebrauch in der Landesverwaltung. Den Zuschlag erhielt die Agentur „amatik Designagentur“, das Auftragsvolumen beträgt 4.260,- Euro netto.

4. Für welche konkrete Vorhaben soll das jährliche Budget in Höhe von 480.000 Euro aufgewendet werden (bitte vollumfänglich spezifizieren nach Projekten und deren Maßnahmen)?

**Antwort:**

Für Kommunikationsmaßnahmen und Markenmanagement einschließlich der Kosten für deren Ausschreibung.

5. Welche Vertragslaufzeiten sind bei einer Vergabe vorgesehen? Bitte einzeln auführen.

**Antwort:**

In den nächsten Schritten des Standortmarketings ist nicht vorgesehen, Rahmenverträge auszuschreiben. Vielmehr werden konkrete Vorhaben ausgeschrieben, bei denen die Laufzeiten der Verträge den jeweiligen Vorhaben entsprechen.

6. Inwieweit erhält die Kommunikationsagentur boy Kommunikation und Strategie GmbH für die Verwendung der von ihr entwickelten Dachmarke inklusive Logos Provisionsleistungen und in welcher Höhe? Wie ist dies vertraglich geregelt?

**Antwort:**

Die Agentur erhält keine Provisionsleistungen.

7. Welche Nutzungsrechte bzw. –einschränkungen sind mit der Verwendung der Dachmarke verknüpft?

**Antwort:**

Alle Nutzungsrechte liegen beim Land.

8. Wer darf die Dachmarke unter welchen Voraussetzungen und mit welchen Kosten für welche Zwecke nutzen?

**Antwort:**

Die Verwendung der Dachmarke auf der Grundlage des Markenhandbuches soll kostenlos sein. Die Entscheidung über die Nutzung liegt beim Land.

9. Inwieweit sind Einrichtungen, die in der Mitträgerschaft des Landes sind bzw. an denen das Land beteiligt ist (z.B. IB.SH, MBG, Bürgschaftsbank, TASH) zur Umsetzung der neuen Dachmarke angehalten oder verpflichtet?

**Antwort:**

Die Einrichtungen sollen im Laufe des Jahres 2014 ihr Corporate Design an die neue Kommunikationsmarke des Landes anpassen.

10. Wenn ja, welche Institutionen sind davon betroffen? Wer trägt die Kosten? Wie hoch sind diese? Inwieweit beteiligt sich das Land an diesen Umsetzungskosten bzw. erstattet das Land diesen Einrichtungen die entstehenden Kosten?

**Antwort:**

Betroffen sind alle Behörden und Dienststellen der Landesverwaltung und Gesellschaften mit mehrheitlicher Landesbeteiligung. Die Finanzierung erfolgt im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel in der jeweiligen Ressortverantwortlichkeit.