

18/10678
E:24.10.2024



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT
UND WEINBAU

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
Postfach 3269 | 55022 Mainz

Präsidenten des Landtags
Rheinland-Pfalz
Herrn Hendrik Hering, MdL
Platz der Mainzer Republik 1
55116 Mainz

DIE MINISTERIN
Daniela Schmitt
Stiftsstraße 9
55116 Mainz
Telefon 06131 16-2202
Telefax 06131 16-4438
poststelle@mwwlw.rlp.de
www.mwwlw.rlp.de

22. Oktober 2024

**Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Anna Köbberling und Nina Klinkel (SPD)
betreffend
Rheinland-Pfalz.GOLD
- Kleine Anfrage Drs. 18/10548 -**

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,

die vorbezeichnete Kleine Anfrage beantworte ich namens der Landesregierung wie folgt:

Zu Frage 1:

Kommunale Gebietskörperschaften, die als Markenbotschafter der Wirtschaftsstandortmarke „Rheinland-Pfalz GOLD“ auftreten, profitieren von der positiven Strahlkraft der Marke und erhöhen ihre Sichtbarkeit sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene. Durch die Verbindung mit einer starken, landesweiten Marke wird das Image der Städte, Landkreise und Regionen aufgewertet. Als Teil der Marke „Rheinland-Pfalz GOLD“ haben die Kommunen Zugang zu professionellen Marketingkampagnen, Werbematerialien und Netzwerken. Dadurch können sie die Reichweite ihrer eigenen touristischen und wirtschaftlichen Werbemaßnahmen erhöhen. Die Teilnahme als Markenbotschafter stärkt zudem die Positionierung der jeweiligen Kommune oder Region als attraktiver Standort für Wirtschaft und Investitionen, wie auch für Tourismus und Lebensqualität. Potenzielle Investoren, Fachkräfte und Touristen werden gezielt angesprochen.

Besonders hervorzuheben ist, dass die Teilnahme an der Standortmarke regionale Identität stiften und den regionalen Zusammenhalt fördern kann, da verschiedene



Kommunen unter einem gemeinsamen Markendach agieren und ein gemeinsames Ziel verfolgen.

Zu Frage 2:

Durch eine Markenpartnerschaft entstehen keine Kosten.

Zu Frage 3:

Kommunale Gebietskörperschaften, die als Markenbotschafter der Standortmarke „Rheinland-Pfalz GOLD“ agieren möchten, müssen einen Markenpartnerantrag ausfüllen. Dieser enthält fünf Fragen, die von den kommunalen Gebietskörperschaften beantwortet werden müssen.

Zu Frage 4:

Durch die Einbindung zahlreicher Städte, Landkreise und Regionen wird die Standortmarke „Rheinland-Pfalz GOLD“ in den unterschiedlichsten geografischen und touristischen Kontexten sichtbar. Dies stärkt die landesweite Präsenz sowie die nationale wie auch internationale Wahrnehmung der Standortmarke und erhöht die Reichweite der Marketingkampagnen. Die kommunalen Markenbotschafter tragen zur Schaffung eines einheitlichen Markenimages bei. Damit wird die Kommunikation nach außen erleichtert und Rheinland-Pfalz als Wirtschaftsstandort erkennbarer und attraktiver. Ein kohärentes Image fördert zudem das Vertrauen bei Touristen, Investoren und Fachkräften.

Erfolgreiche Regionen stärken das gesamte Land wirtschaftlich und machen Rheinland-Pfalz wettbewerbsfähiger. Die Kooperation zwischen Land und Kommunen führt zu einer effizienteren Nutzung von Marketing- und Kommunikationsressourcen und stärkt die Außenwirkung z.B. durch gemeinsame Kampagnen. Kommunen, die sich aktiv in die Standortmarke einbringen, fördern die Identifikation der Bevölkerung mit der Marke und dem Bundesland Rheinland-Pfalz. Dies stärkt das Engagement und sorgt dafür, dass Projekte und Initiativen auf kommunaler Ebene breiter unterstützt werden.

Eine starke, gemeinschaftliche Marke, die von vielen Kommunen getragen wird, kann Rheinland-Pfalz einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Bundesländern verleihen.



Zu Frage 5:

Seitens der Landesregierung wird die direkte Ansprache von Kommunen genutzt, um die Vorteile einer Partnerschaft und Teilnahme an der Standortmarke „Rheinland-Pfalz GOLD“ herauszustellen. Dies geschieht über Informationsveranstaltungen, persönliche Gespräche und Netzwerktreffen mit Vertretern von Städten, Landkreisen und Regionen. Zudem werden umfangreiche Informationsmaterialien, Leitfäden und Präsentationen zur Verfügung gestellt.

In der Zusammenarbeit bietet die Landesregierung den Kommunen Unterstützung bei der Integration der Marke in ihre eigenen Kommunikationsstrategien an. Dies umfasst die Beratung zur richtigen Nutzung des Markenauftritts sowie zu Marketingstrategien, die auf die regionale Identität abgestimmt sind. Auch durch das Teilen von Erfolgsbeispielen und Best Practices von kommunalen Gebietskörperschaften, die bereits Markenbotschafter sind, wird die Attraktivität der Teilnahme für potenzielle neue Partner gesteigert. Diese Maßnahmen zielen darauf ab, die kommunale Beteiligung an „Rheinland-Pfalz GOLD“ auszuweiten und so eine stärkere landesweite Präsenz zu schaffen, die sowohl der Marke als auch den Kommunen selbst zugutekommt.

Mit freundlichen Grüßen

In Vertretung

Andy Becht
Staatssekretär