

Presseinformation



Landtagsfraktion Schleswig-Holstein

Pressesprecherin
Claudia Jacob

Landeshaus
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

Telefon: 0431 / 988 - 1503
Fax: 0431 / 988 - 1501
Mobil: 0172 / 541 83 53

presse@gruene.ltsh.de
www.sh.gruene-fraktion.de

Nr. 070.14 / 20.02.2014

Es gilt das gesprochene Wort!

TOP 17 – Standortmarketing – „Der echte Norden“

Dazu sagt die wirtschaftspolitische Sprecher
der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen,

Andreas Tietze:

„Schleswig-Holstein meerumschlungen!“

Diese Zeile des Schleswig-Holstein Liedes ist historisch und weit über unsere Grenzen hinaus bekannt.

Viele Regionen haben ihre Regionalmarke.

„Sie kennen unserer Pferde – Erleben Sie unsere Stärken“ aus Niedersachsen oder die ebenfalls bekannten Süddeutschen, „wir können alles außer hochdeutsch“ - die für ihr Land mit ihren Fähigkeiten und ihrem Dialekt werben, man muss schmunzeln.

Spätestens mit dem Vertrag von Ripen 1460 ist Schleswig-Holstein eine regionale Einheit geworden: „unde dat se bliven ewich tosamende ungedelt“.

Kaum eine Region ist derartig historisch gefestigt.

Damit kann man und soll man auch wuchern bzw. sich gegenüber anderen Regionen, mit denen wir ja im Wettbewerb stehen, profilieren.

Deshalb ein uneingeschränktes Ja auch meiner Fraktion zum Dachmarketing für unser Bundesland!

Schleswig-Holstein ist ein Musterbeispiel für viele Dinge. Nehmen wir den Minderheitenschutz zum Beispiel, dänische Minderheit, Friesen, Sinti und Roma, ein echtes Alleinstel-

lungsmerkmal auf das wir stolz sein können!

Wir müssen endlich offensiv und selbstbewusst unsere Regionalmarke Schleswig-Holstein vertreten. Denn gerade in unserer Informationsgesellschaft zählen längst nicht mehr nur technische, oder auch sogenannte „harte“ Faktoren wie Infrastruktur und Wirtschaftskraft, sondern immer mehr auch die weichen Faktoren. Klare und einfach verständliche Botschaften gehören dazu.

Die jüngste Studie über das subjektive Empfinden zeigt ja auch zu Recht, dass hier die glücklichsten Menschen wohnen. „Leben, wo andere Urlaub machen“, ist einer unserer zentralen Standortvorteile.

Damit sind wir auch schon bei einer der Wirtschaftszeige, die ganz besonders vom Marketing profitieren – ja geradezu darauf angewiesen sind: Dem Tourismus.

Wir begrüßen alle politischen Aktivitäten, das Land Schleswig-Holstein fit für die Zukunft zu machen.

Marketing ist einer der Grundpfeiler der Wirtschaft. Insbesondere der sozialen Marktwirtschaft. Insofern finde ich es schon bemerkenswert, dass ausgerechnet die FDP hier die Einstellung des Standortmarketings fordert. Was mich am meisten wundert, ohne jede Begründung. Was wollen sie denn? Welche Ideen haben Sie? Nur motzen aber keine eigenen Konzepte haben das finde ich sehr erbärmlich.

Herr Kollege Kumbartzky Sie sind doch vom Fach. Nein, meine Damen und Herren von der FDP – Opposition heißt auch, wir haben die besseren Konzepte, davon haben wir wenig bis gar nichts gehört.

Schleswig-Holstein ist eine Regionalmarke von Format und das seit über 450 Jahren.

Das Land der Horizonte, das Land zwischen den Meeren – in Deutschland ganz oben und demnächst auch beim Standortmarketing.
