



METROPOLE
NORDWEST
Die Frischköpfe

Metropolbeirat 27.11.2008

Handlungsfelder des Arbeitsprogramms 2008

- **Umfassendes Regionalmarketing**
- **Unterstützung regional bedeutsamer Infrastrukturvorhaben**
- **Vernetzung bedeutsamer Zukunftsfelder:**
 - **Tourismus und Kultur**
 - **Logistik / Maritime Wirtschaft**
 - **Energiewirtschaft**
 - **Fahrzeugbau / Automotive**
 - **Luft- und Raumfahrt**
 - **IuK-Wirtschaft**
 - **Ernährungswirtschaft**

Vorstellung des Innovationsberichtes für die Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten:

Zentrale Aussagen:

Hinsichtlich des Wachstums der FuE-Ausgaben, der FuE-Drittmittel und der Zahl der FuE-Beschäftigten erreicht die Metropolregion einen bundesweiten Spitzenplatz

Wissensintensive Dienstleistungen haben in der Metropolregion Nachholbedarf

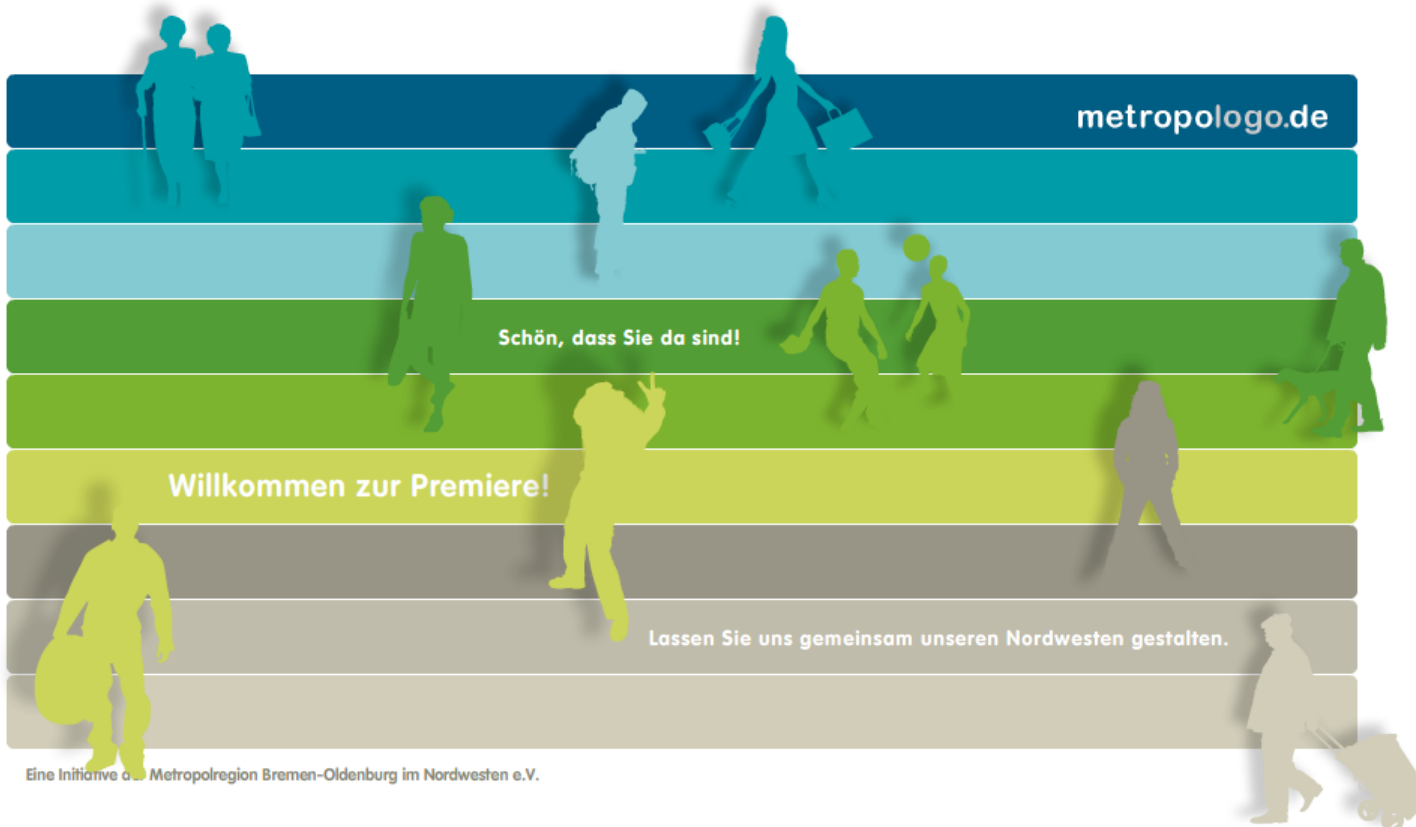
Unternehmensgründungen in Branchen der Spitzentechnik sind eine klare Stärke des Untersuchungsraumes

Die innovatorische Leistungsfähigkeit der Metropolregion beschränkt sich nicht nur auf die großen Städte.

Projekte und Themen 2008

Markenentwicklungsprozess:

Online-Atelier mit neuartigem visuellem Wahrnehmungs-Test:
Mehr als 1000 Bürger und Akteure beteiligen sich



Vorstellung des neuen Logos

„Frische und Weite prägen seit jeher den Nordwesten und seine Menschen. Aus der offenen Landschaft und der Nähe zum Meer erwächst ein besonderes Lebensgefühl: Hier ist man „echt“; die Bereitschaft für Neues hat Tradition.

So ist die Region auch in wichtigen Zukunftsfeldern stark aufgestellt. Wissenschaft, Logistik und Automotive, Luft- und Raumfahrt, Erneuerbare Energien, Ernährung, Kultur und Tourismus sind Anziehungs- und Kristallisationspunkte für den wichtigsten Rohstoff unserer Zeit: Hier wachsen und gedeihen Talente.



**METROPOLE
NORDWEST**
Die Frischköpfe



Offene Menschen, modernes Denken und fortschrittliches Handeln machen die Metropole Nordwest zur jungen Zukunftsregion par excellence.“

Projekte und Themen 2008

28.08.08 Regionalkonferenz
der Ernährungswirtschaft als
Auftakt für ein
Clustermanagement



**METROPOLE
NORDWEST**
Die Frischköpfe



Programm

**Der Nordwesten
in aller Munde!**

Ernährungswirtschaft
in der Metropolregion



**METROPOLE
NORDWEST**
Die Frischköpfe

Projekte und Themen 2008



Projektauftritt Wirtschaftsrelevante Wissenschaftsspitzen:

Erster „Tag der Wissenschaft“
der Metropolregion am
12. September 2008



- Nordwestregion ist einer größten Automobilstandorte Deutschlands (44.000 Beschäftigte, 400 Zulieferbetriebe)
- Cluster Automotive Nordwest 2007 gegründet
- 15.09.2008 Gründungsversammlung als Verein „Automotive Nordwest e.V.“ 28 (!) Gründungsmitglieder
- Automobilkonferenz „Klimaschutz – die Bedeutung für die Automobilwirtschaft“ am 9.10.2008 in Oldenburg



Initiativkreis der Europäischen Metropolregionen in Deutschland (IKM)

Sitzung des IKM am 25./26. Februar 2008 in
Bremerhaven

Belgischer Abend des IKM in Brüssel 10./11.
Juni 2008

Veröffentlichung: „Metropolregionen in Deutschland: 11
Beispiele für Regional Governance“

Neues Regionalmonitoring des IKM auf der
euregia in Leipzig 27.-29. Oktober 2008

Gremienarbeit 2008



Gründung des neuen Arbeitskreises Tourismus der Metropolregion unter Federführung der IHK Bremerhaven am 28.04.08

Brainstorming der Kulturakteure der Metropolregion am 06.06.08 und Gründung eines Arbeitskreises Kultur unter Federführung der Oldenburgischen Landschaft am 09.10.08

Ausblick 2008/2009



28.10.08 Veranstaltung der Metropole Nordwest mit dem Wirtschafts- und Wissenschaftsnetzwerk I2B zum Thema: „Demographischer Wandel als Innovationstreiber“

Anfang 2009 Start des Projekts
KLIMZUG – Nordwest 2050

Ausblick 2008/2009

Präsentation des neuen
Internetportals der
Metropole Nordwest am
2.12.2008 in der
Metropolversammlung

Herausgabe eines
vierteljährlich
erscheinenden
Metropolregions-Magazins



Strategische Leitlinien zur Kommunikation

1. Themenarbeit vor Imagewerbung!

Die Metropole Nordwest steht für große Themen unserer Zeit. Diese Themen sollen auch Zugpferde unserer Kommunikation sein. Dieser Weg ist auch aus Budgetgründen zwingend.



2.

**Indem wir selbst überzeugt sind,
überzeugen wir auch andere!**

Die Kommunikation nach innen soll
deshalb speziell in der ersten Phase ein
besonderes Gewicht bekommen.



3.

Tun wir „Gutes“ – und lassen wir darüber reden!

In der Sacharbeit stark zu sein, ist der sicherste Weg, starke Fürsprecher und Multiplikatoren zu gewinnen.

Ein „gutes Produkt“ liefert die besten Argumente für eine effiziente und glaubwürdige Art der Kommunikation.



4.

**Alle profitieren – wir sagen wie,
wo und warum!**

Die Frage nach dem Nutzen der Metropole Nordwest wird uns stets begleiten. Es ist deshalb unabdingbar, diesen Nutzen, wo immer es sinnvoll ist, in den Mittelpunkt der Kommunikation zu stellen.



5.

**„Frisch kommt weiter“ –
wir leben es vor!**

Der kommunikative Geist der
Metropole Nordwest – das Selbst-
verständnis der „Frischköpfe“ –
muss sich konsequent in allen
Maßnahmen wieder finden.

Botschaften und Inhalte

- 1. Die Sachthemen und Cluster der Metropole Nordwest**
sowohl im engeren Sinne clusterbezogen (Logistik, Ernährungswirtschaft, Energie, Umwelttechnologie, Automotive, Luft- und Raumfahrt) als auch im übergeordneten Sinne (Wirtschaftskraft, wissenschaftliche Exzellenz, Wohlstand, Nachhaltigkeit, Lebensqualität, Talente etc.)



**Hier ist der Ort für junges Denken,
neue Ideen und lohnende Investitionen.
Hier finden Talente ihre Zukunft.**

- 2. Die Vitalität und Dynamik der Metropole Nordwest selbst**
Es gibt für die regionale Entwicklung keine Alternative zur Metropole Nordwest. Hier kommen die Akteure zusammen: Sie setzen Impulse, bilden Netzwerke, bringen große Vorhaben voran und überwinden Zuständigkeitsgrenzen.



**Dies ist die Plattform für alle, die etwas bewegen.
Hier wird schnell und konstruktiv im Sinne der
Sache gehandelt – zum Wohle der gesamten Region,
ihrer Wirtschaftskraft und Lebensqualität.**