



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

Vorsitzenden des Ausschusses für
Wirtschaft und Verkehr
Herrn Thomas Weiner, MdL
Landtag Rheinland-Pfalz
55116 Mainz

LANDTAG
Rheinland-Pfalz
17/7323
VORLAGE

DER MINISTER
Dr. Volker Wissing
Stiftsstraße 9
55116 Mainz
Telefon 06131 16-2201
Telefax 06131 16-2170
poststelle@mwwlw.rlp.de
www.mwwlw.rlp.de

 . September 2020

Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft und Verkehr am 2. September 2020

TOP 13 Neue Wirtschaftsstandortmarke für Rheinland-Pfalz
Antrag der Fraktion der SPD nach § 76 Abs. 2 GOLT – Vorlage 17/7014

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

der vorgenannte Tagesordnungspunkt wurde in der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft und Verkehr am 2. September 2020 mit der Maßgabe der schriftlichen Berichterstattung für erledigt erklärt. Gemäß diesem Beschluss berichte ich wie folgt:

Eine Marke ist unerlässlich, um sich national und international zu positionieren, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Unser Land hat es verdient, ganz oben auf dem Treppchen zu stehen, ganz oben auf der Agenda von Investoren, von Unternehmen, Fachkräften, Touristen und den Menschen in unserem Land. An dieser Wirtschaftsstandortmarke haben in den vergangenen drei Jahren viele Akteure mitgewirkt. Und es bestand Konsens: Wir wollen sichtbar werden!

Begonnen hat die Entwicklung der Marke mit drei parallellaufenden Prozessen im Wirtschaftsministerium. Im Standortmarketing wollten wir uns neu ausrichten. Gleichzeitig haben wir an einer neuen Tourismusstrategie gearbeitet, bei der die Außendarstellung unseres Bundeslandes ebenso ein Thema war. Auch im Weinmarketing wurde sichtbar, dass wir einen neuen, modernen, innovativen Auftritt benötigen. Der Schluss lag nahe: Wir benötigen eine Dachmarke für den Wirtschaftsstandort, die für unterschiedliche Branchen anschlussfähig ist.

Auch die Enquete-Kommission Tourismus des rheinland-pfälzischen Landtags kam zu dem Schluss, dass Standortmarketing, Weinmarketing und Tourismusmarketing enger



verzahnt werden sollten. Bei diesem Anliegen haben uns viele Partner aus den Verbänden, aus der Wirtschaft, dem Tourismus und dem Weinbau unterstützt.

Die neue Wirtschaftsstandortmarke fasst prägnant und einzigartig zusammen, was uns ausmacht: Rheinland-Pfalz. GOLD

Die neue Wirtschaftsstandortmarke „Rheinland-Pfalz.GOLD“ bringt die Vorzüge unseres Landes auf den Punkt. GOLD steht für unsere Geschichte und unsere Gegenwart. Rheinland-Pfalz hat Gold schon im Wappen. Schwarz/Rot/Gold steht für Demokratie. Diese Farbkombination wurde auf dem Hambacher Fest in Rheinland-Pfalz im Jahr 1832 geboren. Gold gehört zu unserer Geschichte.

Und Gold repräsentiert eine Haltung: Es ist ein stabiler Wert, hinter dem harte Arbeit steht. Wer GOLD will, muss es sich erarbeiten, darf keine Mühen scheuen und muss den Anspruch haben, ganz oben auf dem Treppchen stehen zu wollen.

Zudem: Wenn wir in dieses Land schauen, dann dominiert eine Farbe vor allen anderen: Gold. Goldener Wein. Goldener Boden. Goldene Sonne, warmes Klima und Menschen, die einen willkommen heißen. Rheinland-Pfalz, das ist auch Lebensfreude und Geselligkeit. Lebensfreude erhöht die Resilienz in Krisenzeiten. Ein Wirtschaftsfaktor, der inzwischen nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Immer, wenn es die Möglichkeit gibt oder es darum geht, unseren Wirtschaftsstandort positiv zu vermarkten, aufs Treppchen zu stellen, dann machen wir das von heute an mit GOLD. Die Bereiche Tourismus und Wein haben es bereits vorgemacht: „Deine Goldene Zeit in Rheinland-Pfalz – Rette Deinen Sommer“ und „Gold im Glas“ haben den roten Teppich für die Marke ausgerollt. In der Tourismuskampagne, die wir im Juni zur Unterstützung unserer Tourismuswirtschaft noch vor diese Markenpräsentation gesetzt haben, fand die neue Text- und Bildsprache erstmals breitere Anwendung. Die Kampagne hatte messbaren Erfolg. Rheinland-Pfalz hat neue Zielgruppen erschlossen, das Image des Standorts wurde verjüngt. Die Kampagne hat 60 Prozent mehr User auf die Seite der Rheinland-Pfalz Tourismus geleitet. Die Online-Anzeigen wurden über 43 Millionen Mal eingeblendet. Über Social-Media-Kanäle wurden 3 Millionen Nutzer erreicht. Die Tageszeitungen erreichten rund 6 Millionen Leser.

Der rheinland-pfälzische Wein ist ein Premium-Produkt, vielfach mit Goldmedaillen ausgezeichnet. Wenn wir von „Gold im Glas“ sprechen, meinen wir stets mehr als nur das Getränk. Unser Wein ist Bestandteil der rheinland-pfälzischen Kultur. Das



weltbekannte „Gold im Glas“ ist daher ein Bestandteil unserer Marke. In Bildausschnitten, teils auch mit Silhouetten in der Form von Weinflaschen, Korkenziehern oder Gläsern, wird unsere erfolgreiche Wirtschaft präsentiert. Das ist ungewöhnlich, „ungesehen“, ein Hingucker. Das entspricht den vielen Synergien, die in diesem Land möglich sind, zwischen Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Ein echter Standortvorteil.

Mit dem Launch der neuen Wirtschaftsstandortmarke möchten wir auf unseren Wirtschaftsstandort aufmerksam machen: Am Mittwoch, den 26.08.2020 zierte die neue Wirtschaftsstandortmarke die Titelseite der Zeitung „Die Welt“: „Die WELT hat eine goldene Seite!“ Rheinland-Pfalz ist die goldene Seite Deutschlands. Das ist laut. Das ist stark. Das ist GOLD. Das ist erst der Auftakt der Marke. Insgesamt ist eine Marke kein Selbstläufer. Wir müssen sie mit Leben füllen, nutzen, einsetzen, in Worten und Zeichen verwenden, sie an unser Revers heften.

Es gibt bereits starke Persönlichkeiten in unserem Land, die unsere Gold-Marke unterstützen. Auf dem Launchevent der Wirtschaftsstandortmarke konnte ich mich bei Frau Anja Gockel, Modedesignerin, Frau Dr. Eva Vollmer, Winzerin, Herrn Marcus Fetz, Hotelier, Frau Christiane Luxem, Leiterin Wirtschaftsförderung Trier, Herrn Dr. Heinz Kaiser, Vorstandsmitglied Schott AG, und Frau Dr. Sabine Nikolaus, Landesleiterin Deutschland, Boehringer Ingelheim Deutschland GmbH, für ihr goldenes Bekenntnis zur Unterstützung der rheinland-pfälzischen Wirtschaft bedanken. Es ist sehr gut, dass es bereits eine Vielzahl an engagierten und inspirierenden Unterstützerinnen und Unterstützer der neuen Wirtschaftsstandortmarke gibt.

Auch das Wirtschaftsministerium bewirbt mit dieser Marke von nun an den Standort. Wir planen Veranstaltungen, u. a. in den Landesvertretungen in Brüssel und Berlin. Die Marke wird uns prominent auf dem Tag der deutschen Einheit begleiten. Lassen Sie uns ein neues Kapitel beginnen und selbstbewusst sagen, was man von Rheinland-Pfalz erwarten kann: GOLD-Standard, wenn es um die Zukunft geht.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Volker Wissing