



Informationsvorlage

Vorlage-Nr.	Aktenzeichen	Datum
2019/67	2.1.9	15.08.2019
Beratungsfolge	Sitzung	TOP
Ausschuss für Regionalentwicklung	05.09.2019	öffentlich
Verbandsausschuss	19.09.2019	nichtöffentlich

Regio-Infobus

- Antwort auf die Anfrage der Fraktion Die Linke vom 08.08.2019 -

Im Folgenden wird die in der Anfrage gestellte Frage wie folgt beantwortet:

Ist die Anschaffung eines „Region-Infobusses“, wie im Konzept – s. u. – beschrieben, gemeinsam mit der Allianz für die Region, machbar?

Die Fraktion Die Linke bezieht sich in ihrer o. a. Frage auf das Konzept, mit dem sie ihre Anfrage vom 08.08.2019 begründet (siehe dort).

Die Anschaffung eines Regio-Infobusses folgt dem Gedanken einer stärkeren Präsenz des Regionalverbandes und seiner Themen vor Ort in der Region. Dieses Thema wird vom Regionalverband bereits aufgegriffen und künftig weiter verstärkt. So ist der Regionalverband bereits mit Informationsveranstaltungen zu Einzelthemen, wie z. B. beim Klimaschutz und anderen Verbandsthemen, bei den regionalen Akteuren vor Ort präsent. Weiterhin ist der Regionalverband mit Themen, wie z. B. in der jüngsten Vergangenheit mit dem Projekt „Gewässerwoche Schunter“, vor Ort und informiert die Öffentlichkeit sowohl über konkrete Projekte als auch allgemein über Themen des Regionalverbandes. Diese Aktivitäten sollen weiter verstärkt werden. Darüber hinaus ist eine stärkere Präsenz des Regionalverbandes bei Veranstaltungen von Akteuren vor Ort vorgesehen, soweit die Möglichkeit dazu eingeräumt wird und die personellen Kapazitäten des Regionalverbandes das ermöglichen.

Die Anschaffung eines Regio-Infobusses wäre nur unter erheblichen Personal- und Sachkosten machbar: Zunächst wäre von erheblichen Kosten für die Beschaffung, den Umbau, die Ausstattung und für die weitere Unterhaltung eines solchen Busses auszugehen. Weiterhin müssten für einen solchen Bus ein langfristig angelegtes und tragfähiges Angebot bzw. Konzept entwickelt und umfangreich Veranstaltungen bzw. Angebote geplant, organisiert und vor Ort umgesetzt bzw. begleitet werden, damit der Regio-Infobus sehr langfristig den Zweck erfüllen kann, den das Konzept der Fraktion Die Linke verfolgt. Die vorgenannten Punkte würden zu erheblichen Personalkosten für die Planungen im Backoffice und für die Umsetzung und Betreuung vor Ort führen. Weiterhin wäre mit erheblichen Sachkosten zu rechnen. Die Kosten würden zu einer dauerhaften zusätzlichen Belastung des Haushalts des Regionalverbandes führen.

Zudem sieht das Konzept vor, dass sich mit einem solchen Regio-Infobus in großem Umfang die Akteure vor Ort präsentieren und der Regio-Infobus eine Plattform für vor-Ort-Angebote sein soll. Aus Sicht des Regionalverbandes wäre es eine kommunale Aufgabe und nicht eine Aufgabe des Regionalverbandes, die regionalen Akteure bzw. Angebote und die Bevölkerung vor Ort zusammenzubringen. Außerdem geht der Regionalverband davon aus, dass bei einem derart breit angelegten Angebot eines solchen Regio-Infobusses, wie von der Fraktion Die Linke in ihrem Konzept angedacht, Informationen über Themen des Regionalverbandes deutlich in den Hintergrund treten.

Der Regionalverband hält daher die punktuelle Präsenz des Regionalverbandes vor Ort zu bestimmten Themen oder im Zusammenhang mit vor-Ort-Veranstaltungen von Akteuren, wie oben beschrieben, für wesentlich zielführender und effektiver und möchte diesen Weg weiter gehen und ausbauen.

Zur Position der Allianz für die Region verweise ich auf die anlegend beigefügte Stellungnahme.

i. V.



Hahn
Erste Verbandsrätin

Anlage

Stellungnahme der Allianz für die Region GmbH

Stellungnahme Allianz für die Region GmbH

Die Allianz für die Region GmbH verfolgt mit ihren Maßnahmen im Regionalmarketing immer zwei Ziele: **Wir wollen bei den Bürgern die Identifikation mit ihrer Heimat fördern** und Menschen von außerhalb davon überzeugen, wie vielseitig das Leben und Arbeiten in unserer Region ist. Dazu gibt es seit 2017 ein umfassendes Konzept, welches sukzessive umgesetzt sowie kontinuierlich angepasst und erweitert wird.

Die erste **Imagekampagne** aus dem Jahr 2017/18, die in der Anfrage unter dem Punkt „Begründung“ genannt wird, **richtete sich auch an die Einwohner der Region**: Mit großflächigen Plakaten und Buswerbung haben wir ca. drei Monate lang auch innerhalb der Region auf die Vorzüge unserer Heimat aufmerksam gemacht. Hinzu kommt die Bereitstellung umfassender Werbematerialien für Unternehmen, Institutionen und Vereine.

Die zweite Kampagne richtete sich Anfang 2019 ausschließlich und bewusst an Fachkräfte der IT- Branche im gesamten Bundesgebiet, um dem Fachkräftemangel in der Region entgegenzuwirken und unsere Region bei den Fachkräften von außerhalb als lebenswerten Standort schmackhaft zu machen. So haben rund 100.000 zusätzliche Nutzer auf dem Portal „die-region.de“ unsere Heimat entdeckt.

Die genannte und als nicht ausreichend deklarierte „digitale Präsentation der Region“ besteht aus einem wichtigen Meilenstein unserer Aktivitäten: dem Regionalportal [die-region.de](https://www.die-region.de) und der neuen App. Beide Maßnahmen halten viele **Serviceangebote bereit für die Menschen, die hier leben, aber auch für Interessenten von außerhalb**. Sie erleichtern die Suche nach Veranstaltungen, Ausflugszielen, Tourenvorschlägen und Jobangeboten. **Wir sind aber auch analog unterwegs** und werben zielgruppenspezifisch vor Ort: So waren wir beim Sommerfest im Allerpark in Wolfsburg oder beim Sommerfest der TU Braunschweig vertreten. Außerdem nehmen wir im September am Bahnhofsfest in Helmstedt und an einer Radtour des Braunschweiger Zeitungsverlages teil. Weitere Aktionen in dieser Art sind laufend in Planung. Darüber hinaus erscheinen regelmäßig Artikel in regionalen Zeitungen und künftig auch Werbespots bei regionalen Hörfunksendern, die auf regionale Produkte, Highlights und interessante Veranstaltungen oder Geschichten aus der Region aufmerksam machen.

Zu diesem Vorgehen haben wir uns mit unseren Partnern, etwa 30 regionalen Akteuren, abgestimmt und gemeinsam einen Weg eingeschlagen, der aus unserer Sicht mit den verfügbaren Kapazitäten am effektivsten zur Zielerreichung beiträgt.

Ein Regio-Infobus wäre eine zusätzliche und kostenintensive Maßnahme, die bei der Allianz für die Region nicht eingeplant ist. Um etwas Derartiges auf den Weg zu bringen, müsste aus unserer Sicht zunächst ein

umfassendes Konzept unter Berücksichtigung aller Interessen der Beteiligten erstellt und regional abgestimmt werden. In der Folge müssten zusätzliche Mittel für die Konzeption, Anschaffung und den laufenden Betrieb eingeworben werden.

Die gezielte Präsenz der Marke „Die Region“ und damit der Allianz für die Region mit individuellen Informationen über regionale Highlights und Services bei bestehenden Veranstaltungen und Aktionen vor Ort ist aus unserer Sicht ein wirkungsvolleres Instrument, um Menschen in der Region für Ihre Heimat zu begeistern.