

Anfrage über den Auftritt des Kantons Luzern und die Marke Luzern

eröffnet am 27. Januar 2009

Die Regierung und das Parlament wollen den Kanton Luzern vorwärts bringen. Dies verlangt vorab sehr gute Arbeit und die Realisierung weitsichtiger Projekte, die Pflege eines guten Netzwerkes gegen innen und aussen usw. Um dabei einen möglichst grossen Nutzen für Image, Bekanntheitsgrad und Vertrauen zu erzielen sowie der herrschenden Wettbewerbssituation, insbesondere dem Verdrängungswettbewerb, zu begegnen, bedarf es eines entsprechenden marketingmässigen Verhaltens.

Aufgrund dieser wichtigen Tatsachen und des oft gehörten Ausdrucks «Marke Luzern» ergeben sich einige Fragen, um deren Beantwortung wir die Luzerner Regierung bitten:

Image/Marke Luzern:

1. Besteht eine Definition der Marke Luzern?
2. Wenn ja, was beinhaltet diese? Welche Bereiche deckt sie ab? Wer sind die Zielgruppen?
3. Wer ist für die Markenführung verantwortlich?
4. Wer ist Eigentümer der Marke Luzern?
5. Welche Aktivitäten sind zur Stärkung der Marke Luzern ausgeführt und geplant?
6. Welches Signet wird für das Marketing eingesetzt? Beabsichtigt die Regierung, dieses Signet generell einzusetzen?

Kommunikationsmassnahmen, Auftritt Luzern:

1. Besteht ein eigentliches Kommunikationskonzept als Begleitmassnahme zur Stärkung und Förderung des Kantons Luzern?
2. Wenn ja, welche Bereiche beinhaltet dieses?
3. Ist der Auftritt als Gesamtes und im Detail darin geregelt?
4. Welche Massnahmen werden ergriffen?
5. Sind die Massnahmen koordiniert, und nutzen sie die möglichen Synergien?

Schmid-Ambauen Rosy
Isenschmid-Kramis Isabel
Schilliger Peter
Koller Balz
Pfäffli-Oswald Angela
Widmer Herbert
Gloor Daniel
Küng Robert

Lang-Iten Heidi
Bucher Guido
Amstad Heinz
Zimmermann Toni
Vitali Albert
Tüfer Peter
Meier-Schöpfer Hildegard
Leuenberger Erich