

Zusammenfassung der Beiträge aus dem FOMV-Workshop Auswertung am 17.09.2024 in Schwerin

Forum intern: Sitzungen und Arbeitsweise

1. **Mitglieder vorstellen** (bei Sitzungen auch Namensschilder, aber auch online), **Profile** / „Steckbriefe“ zu bestehenden Interessenschwerpunkten, Beteiligung an thematischen Netzwerken und Projekten
2. Mitglieder **untereinander vernetzen** und fachspezifische, branchenspezifische oder vorhabenbezogene **Arbeitsstrukturen** aufbauen
3. **Coaching** / „**Onboarding**“ für Neueinsteigern, auch unter Einbeziehung von Erfahrungsträgern, z.B. in Bezug auf Projektentwicklung
4. Zwei bis vier **Sitzungen zu ausgewählten Themenschwerpunkten** im Jahr **in Präsenz**, vorzugsweise bei Projektträgern, Online-Sitzungen ermöglichen, aber auch Raum für **methodische Fragestellungen** geben, z.B. zur Entwicklung von EU-Projekten; Einbeziehung von **politischen Entscheidungsträgern**
5. **Optional** Etablierung eines **Lenkungsgremiums**, welches bei Planung und Koordinierung der Forumsarbeit berät und unterstützt, sofern ein hinreichendes Interesse von Forumsmitgliedern gegeben ist
6. **Zugangsbeschränkter Mitgliederbereich** auf der Homepage: Permanentes digitales **Dashboard** zur Sammlung von Bedarfen und zum Austausch (anstelle von E-Mails), z.B. Slack
7. **EU-Förderprogramme und -projekte**: Politische Unterstützung von Projektanträgen mit MV-Beteiligung, Delegationsreisen auch zur Identifikation von Projektpartnern, Workshops zur Akquise von EU-Fördermitteln, auch unter Einbeziehungen von Erfahrungen im Ausland

Forum Online: Internetseite und Soziale Medien

8. Mehrwert des Forums klar benennen: „**One-Pager**“ zu den Zielen und Schwerpunkten des Forums **in allen Sprachen** der Ostseeanrainer als „Visitenkarte“
9. Homepage mit **Mitgliederprofilen** (Ansprechpartner, Interessen-schwerpunkte, Leistungsangebote, Kooperationskontakte, ...), auch als **kartenbasierte Darstellung mit Suchfunktion** nach Herkunft (Landkreis / Stadt oder Branche)
10. Benennung und übersichtsartige Darstellung **weiterer wichtiger Stakeholder** in MV und im Ostseeraum (Organisationen, Netzwerke ...), evt. unterlegt durch eine kurze **Vorstellung per Video**
11. Allgemeine und fachspezifische **Informationen nach Themengebieten**
12. **Interner interaktiver Mitgliederbereich** mit **Dashboard** mit aktuellen Informationen und Angeboten, Bereitstellung, Vor- und Nachbereitung von Sitzungsunterlagen
13. **Projektdatenbank** aus Industrie, Wissenschaft, Infrastruktur, Umwelt, Jugend, Sport und Kultur
14. Informationen über aktuelle und kommende **Veranstaltungen** sowie Hinweise auf **Ausschreibungen**

15. **Englischsprachiger** Auftritt, ergänzt durch eine passende internationale Bezeichnung des Forums
16. **Newsletter** (alle vier bis sechs Wochen)
17. Präsenz auf den gängigen **Social Media Kanälen** (Instagram, LinkedIn, X), Festlegung von gemeinsamen Hashtags für eine „Social Media Wall“, z.B. #ostseeMV, Zusammenarbeit mit Persönlichkeiten mit Reichweite („Ostsee-Influencern“), um ein gewisses Grundrauschen zu haben
18. Monatliche **Kurz-Briefings** online zu bestimmten Themen der Zusammenarbeit (im Wechsel als Beiträge von Forumsmitgliedern denkbar)

Forum regional: Vernetzung in MV

19. Erstellung und Kommunikation von **Testimonials zur Ostseezusammenarbeit** in Form von Kurzbeiträgen zu Ergebnissen der Zusammenarbeit in Projekten und Netzwerken oder persönlichen Erfahrungen
20. **Podcast / Videocast** um Ostseezusammenarbeit in MV in einfacher Sprache „zugänglicher“ zu machen
21. Einbeziehung von **Politik und Medien**, um die Wahrnehmung und Platzierung von Themen der Ostseekooperation zu stärken
22. Kurzzeitige Formate wie „**Social Events**“ könnten regional organisiert werden (hilfsweise online), z.B. während der Mittagspausen
23. Ostseebezogene Veranstaltungen für **Dritte öffnen** bzw. Ostseethemen an andere Veranstaltungen „**andocken**“
24. **Projektideenbörse**, um auch Andere als die üblichen Akteure anzusprechen
25. „**Grafische Identität**“ des Forum Ostsee mit einer eigenen „Submarke“ zur MV-Ostseestrategie (Key Visual mit Claim) schaffen, um die Sichtbarkeit bei Veranstaltungen und in den Medien zu erhöhen; ggf. mit Qualitätskriterien unterlegen und zu evaluieren
26. Benennung von **Ostsee-Botschaftern** (Anmerkung: Mitglieder des MV-Kooperationsrates demokratischer Ostseeraum – **KdO** - aktiv einbeziehen)
27. Außerschulische MINT-Lernorte einbeziehen, z.B. über den Forschungsverbund MV

FOMV international: Vernetzung im Ostseeraum

28. Vernetzung mit Partnern im Ostseeraum, die in **gleichen Themen - und Fachbereichen** arbeiten, z.B. Netzwerke, Cluster, Organisationen, zur Entwicklung von Projekten und perspektivisch auch für den Aufbau von Arbeitsgruppen; Organisation von Fach-„Festivals“
29. Kooperation mit **vergleichbaren Netzwerken wie das Forum Ostsee MV** im Ostseeraum
30. Digitale **Mindmap zu Kooperationsstrukturen** („wer mit wem“)
31. Internationale **Hospitations- und Austauschprogramme** für gegenseitiges Kennenlernen, Fachkräfte erhalten und fördern: Jobrotation im Ostseeraum
32. **Politische Unterstützung**: engerer Austausch mit den Fachressorts und der Landespolitik



33. **Delegationsreisen** im Ostseeraum und Brüssel (EU), auch für die Vernetzung untereinander, um branchenübergreifendes Zusammenarbeiten im Forum zu befördern; ggf. Anknüpfung an **internationale Ostsee-Veranstaltungen**
34. Austausch mit den **Partnerregionen** des Landes (Westpommern, Pommern, Südwestfinnland) sowie Identifikation weiterer Regionen für den Ausbau von Beziehungen
35. **Wirtschaft:** Verbindung zu Start-up Programmen im Ostseeraum herstellen, Erfahrungsaustausche, gegenseitiges Lernen und Kooperationen entwickeln; Aufbau wirtschaftlicher Aktivitäten durch gezieltes Matchmaking für Unternehmen und Start-Ups; Forum Ostsee im Rahmen des **Baltic Sea Business Day** präsentieren
36. **Gleichstellung:** eigene (politische) Position durch die Zusammenarbeit stärken, Erfahrungsaustausch und gegenseitiges Lernen über bewährte Praktiken
37. Informationen, die den **Ostseeraum als attraktiven Standort und Partnerregion** präsentieren („Werbung für den Ostseeraum in MV“, weg von „Blackbox Ostseeraum“), **Potentiale und Angebote zur Zusammenarbeit** aufzeigen, z.B. im Bereich der Gesundheitswirtschaft
38. Aspekte der **gemeinsamen Identität** mit den Nachbarn im Ostseeraum fördern („Hanse-Tradition“ wiederbeleben“); **Willkommenskultur in MV unterstützen**
39. Angebot des [Regionalen Zukunftszentrums Mecklenburg-Vorpommern+](#) (ZMV+): Moderation von Ostseekooperationsprojekten von Unternehmen (und weiteren Akteuren) aus MV
40. Vernetzung von **Hochschulen für öffentliche Verwaltung** aus dem Ostseeraum