



## **Liebe Freunde, sehr geehrte Interessierte an unserer Region!**

Wie der Bau eines Gebäudes ist auch der Aufbau eines neuen Image eine Sache für Generationen.

Vor einem Jahr erfolgte mit umfangreichen Marktanalysen und einer Vielzahl von Veranstaltungen der „Spatenstich“ für das neue Image-Dach unserer Region. Viele von Ihnen haben sich seither an Workshops, Planungen und Vorgesprächen beteiligt und Ihre Prioritäten für die Strategieentwicklung eingebracht.

Gemeinsam haben wir diese Vorfeldarbeiten erfolgreich abgeschlossen. Das Fundament steht. Nun folgt Schritt für die Schritt die Umsetzung der geplanten Maßnahmen:

Kampagnen-Sujets und neue Bildwelten entstehen, eine Regions-Website, Social-Media-Clips, Fachkräfte-Events – das neue Image wird greifbar.

Für die kreative Umsetzung ging es darum eine Agentur zu gewinnen, die professionelles Management, Erfahrung im Regionalmarketing und höchstes kreatives Niveau vereint. Das

finale Hearing des mehrstufigen, internationalen Vergabeverfahrens wurde vor wenigen Tagen abgeschlossen. Die Gewinner-Agentur wird sich Ihnen im Rahmen eines großen Launch-Events zur ersten Kampagnenwelle am 7. Oktober 2019 vorstellen – save the date!

Nicht zuletzt ist mir persönlich wichtig, dass wir den erfolgreichen Weg der Einbindung und Zusammenarbeit weitergehen. Hier informieren wir Sie über die geplanten Aktivitäten und nächsten Schritte.

Eine anregende Lektüre wünscht  
mit herzlichen Grüßen

**Jochen Werderitsch**

Geschäftsführer  
Regionalmanagement

---

## In der goldenden Mitte der Image-Landschaft

*Die ökonomische Fachliteratur ist sich einig: Regionalmarketing ist ohne eine gelungene räumliche Verortung nicht denkbar. Denn die Bekanntheit einer Region schafft erst die Voraussetzung dafür, dass positive Imagezuschreibungen und Vertrauen wirksam werden können.*

### 77 % Bekanntheit für die Obersteiermark

Eine Regionsmarke muss daher zur einfachen und raschen Verortung beitragen. Mit einer hohen Bekanntheit von 77 Prozent in den relevanten Zielgruppen außerhalb der Region hat die Obersteiermark exzellente Voraussetzungen, die sich andere Regionen nur wünschen können.

### Positiv besetzte Region mit Luft nach oben beim Wirtschaftsimage

Die SORA Marktforschung zeigt durchwegs positive Assoziationen der Befragten mit dem Begriff „Obersteiermark“. Allerdings: Das Wirtschaftsimage ist außerhalb der Region noch kaum verankert. Daher setzt die Obersteiermark-Kampagne genau hier an.

### Die Strahlkraft erhöhen

Das Zwiebelmodell illustriert, wie sich die Obersteiermark in der goldenen Mitte der Image-Landschaft einfügt und mit etablierten Marken zusammenspielt. Die Strahlkraft der Region nach außen wird erhöht, indem die Wirtschaftskampagne

- das übergeordnete, starke Image der Steiermark aufgreift und verstärkt
- sowie die regionalen Stärken in ein attraktives und weithin sichtbares Image-Dach bündelt.

## So bauen wir weiter an unserem Image

Die Ziele der Region und die strategische Aufgabenstellung sind klar:

- ein zukunftsorientiertes Image-Dach entwickeln,
- die Stärken der Region nach außen sichtbar und bekannt machen
- und so ein positives Umfeld für die Wirtschaft und die Fach- und Führungskräftegewinnung schaffen.

Die Umsetzung dieser Vorgaben läuft auf Hochtouren.

## REICHLUNDPARTNER macht das Rennen

Die Agentur REICHLUNDPARTNER hat sich aufgrund ihrer einschlägigen Erfahrung und eines hochkarätigen Konzepts unter 15 Bewerbern für die Umsetzung der Image-Kampagne durchgesetzt. „Wir haben in der Region internationale Top-Unternehmen und wollen für Spitzenkräfte attraktiv sein“, so Jochen Werderitsch. „Wir sind überzeugt, mit REICHLUNDPARTNER einen erfahrenen Partner für eine Image-Kampagne auf diesem Niveau gefunden zu haben.“

## Neue Bilder für die Obersteiermark

Zu den ersten Aufgaben für REICHLUNDPARTNER gehört es, die Stärken unserer Region konkret *sichtbar* und damit erlebbar zu machen. Dazu gehören nicht nur Logo, Claim und Webpräsenz, sondern eine neue Bilderwelt mit einer einheitlichen, markanten Gestaltung. Keine Hochöfen oder kühlen Darstellungen, sondern dynamische Wirtschaft, moderne Jobs und Teamarbeit stets gebündelt mit den Menschen und dem guten Leben in der Region.

## Service und Vernetzung für Kommunikatorinnen und Kommunikatoren

Bereits in der Strategieentwicklung haben wir Entscheidungsträger und Kommunikatorinnen und Kommunikatoren aus den unterschiedlichen Bereichen der Region aktiv eingebunden. Dieser erfolgreiche Weg wird auch in der Umsetzung weiter beschritten. Regelmäßige Milestone-Meetings bieten Gelegenheit für Austausch und Vernetzung rund um Kommunikation und Image. Auf einer digitalen Regions-Plattform werden nützliche Services geboten wie Wordings, Argumentarien, Fakten und Stories, Pressespiegel und Kampagnen-Materialien.

## Save the date: *Wir sind Obersteiermark* am 7. Oktober 2019

Der Bau am neuen Image schreitet voran, Zeit also für ein „Richtfest“: Zum Start der ersten Kampagnen-Welle laden wir zum großen Launch-Event mit Spitzenvertreterinnen und Spitzenvertretern aus Region und Land. Save the date!

 Österreich  
ankommen  
und aufleben



 Das Land  
Steiermark



trofaiach  
meine Stadt.

kapfenberg

stadt:GEMEINDE  
mürzzuschlag

ERZBRG  
LAND  
Entdecken. Erleben.

DIE STADT  
AN DER  
BRÜCK  
MUR

Mürztaler  
StreuobstRegion  
Kindberg - Stanzertal



mariazeLLer LAND  
...ein Geschenk des Himmels

Alpenregion Hochschwab

Pogusch - Steirische Romantik

## Zusammenspiel mit dem Tourismus-Marketing

Hinsichtlich der Zielgruppen besteht eine einfache und klare Arbeitsteilung: Während das Tourismusmarketing als zentrale Zielgruppe die Gäste anspricht, wird die Obersteiermark-Kampagne auf das Wirtschaftsimage und auf Fach- und Führungskräfte fokussieren.

## Die Nase vorn im Wettbewerb um Fachkräfte

***Jens Südekum erforscht die Auswirkungen der Digitalisierung und Globalisierung auf Regionen und beriet in dieser Funktion unter anderem die deutsche Bundesregierung sowie die EU-Kommission. Nach einem Vortrag in Leoben fand der in Düsseldorf lehrende Ökonom Zeit für ein Gespräch und zeigte sich optimistisch für die Obersteiermark. Welche Standortfaktoren wie das Image sieht er als einen Schlüssel im Wettbewerb um Fachkräfte.***



Foto: Schmidt-Dominé

### ***Herr Professor Südekum, was braucht eine Region heute, um auf Dauer attraktiv und erfolgreich zu sein?***

Ein Patentrezept gibt es nicht, dafür sind die Kontexte zu unterschiedlich. Doch wenn ich *ein* Instrument nennen soll, dann ist es die gezielte Ansiedelung von Bildungseinrichtungen. Sie schafft unmittelbar Chancen für die Jungen und damit Bleibeperspektiven.

Es kommt aber noch mehr dazu. Bildungseinrichtungen haben einen lokalen Multiplikatoreffekt. Und ein dritter Punkt: Es hat sich gezeigt, dass etwa die Digitalisierung in der Breite der KMUs noch viel zu wenig ankommt. Angewandte Forschungs- und Bildungseinrichtungen können die nötige Diffusion von Know-how in die Wirtschaft unterstützen. Der Bildungssektor ist daher eines der effektivsten Instrumente von Regionalförderung.

***Die Obersteiermark hat mit zwei Hochschulen und einer verkehrsgünstigen Lage Voraussetzungen, die sich viele Regionen nur wünschen können. Dennoch gestaltet sich die Suche nach Fachkräften schwierig und bremst die Dynamik.***

Fachkräfte sind ein entscheidender Faktor. Hier helfen ebenfalls die Bildungseinrichtungen. Es geht aber auch um den Zuzug. Einige erfolgreiche deutsche Regionen sind mittlerweile dazu übergegangen, gezielt Rundum-Sorglos-Pakete anzubieten: Da ist das Bauland enthalten, die Kinderbetreuung, man kümmert sich um alles.

***Welche Rolle spielen weiche Standortfaktoren wie das Image in diesem Zusammenhang?***

Sie spielen eine entscheidende Rolle. Ein Beispiel dafür ist in Deutschland die Stadt Wolfsburg, die von sich aus eigentlich wenig attraktiv ist. Genau aus diesem Grund, um Top-Arbeitskräfte anzuziehen, gibt es dort heute ein Sterne-Restaurant, ein imageträchtiges Fußballteam, ein Theater usw.

Ein attraktives Umfeld muss heute über den Arbeitsplatz hinaus gedacht werden. Es geht auch um Angebote für die Partnerin oder den Partner. Ich glaube diese Erkenntnis ist noch längst nicht in allen Köpfen angekommen. Die Region, die hier früher dran ist, kann echte Standortvorteile daraus ziehen.

***Wie sehen Sie auf längere Sicht die Chancen einer Region wie der Obersteiermark, wo liegen die Potentiale?***

Ich bin wirklich optimistisch. Gerade für industriell geprägte Regionen kann die Digitalisierung neue Chancen bieten. Die neuen Möglichkeiten in der Industrie 4.0 machen das Reshoring, also das Zurückholen von Produktionsstätten, attraktiv. Eine stark automatisierte Produktion in Europa wird wieder kostengünstiger, ist flexibler und durch den Entfall der Transportwege auch umweltfreundlicher.

Hier sehe ich ein echtes Potential für Regionen wie die Obersteiermark, die gute Rahmenbedingungen und gegenüber den Städten den Kostenvorteil haben. Eine Produktion wie die 2017 in Ansbach errichtete Adidas Speedfactory könnte genauso gut hier stehen.

***Die Zukunft wird also digital, industriell, grün?***

Europa hat einen spezifischen Wettbewerbsvorteil, wo Digitalisierung auf Industrie trifft. Ich bin daher der Meinung, dass ein hoher Anteil guter, industriell geprägter Arbeitsplätze weiterhin den Wohlstand der Regionen sichern kann.

Und Stichwort grün: Technologische Innovationen in Richtung Emissionsneutralität sind eine enorme Forschungs- und Entwicklungsanstrengung – und ein Wettbewerbsmodell, das ich mir für Europa und damit auch für Österreich gut vorstellen kann.

*Zur Person:*

*Jens Südekum, Jahrgang 1975, ist Professor für Volkswirtschaftslehre am Düsseldorfer*

Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE) an der Heinrich-Heine Universität. Er forscht zu Themen der Internationalen Wirtschaftsbeziehungen, Regionalpolitik, Digitalisierung und Arbeitsmärkten. Das FAZ Ökonomenranking 2018 platziert ihn unter den 30 einflussreichsten Ökonomen Deutschlands.

---

## **Wir sind Obersteiermark am 7. Oktober 2019**

**Der Bau am neuen Image schreitet voran, Zeit also für ein „Richtfest“. Zum Start der ersten Kampagnen-Welle laden wir zum großen Launch-Event am 7. Oktober 2019. Save the date!**

### **Launch-Event mit Spitzenvertretern aus Land und Region**

Seitens der Landespolitik hat es von Beginn an einen uneingeschränkten Rückhalt für das Image-Projekt gegeben. Wir freuen uns daher besonders, dass Landeshauptmann-Stellvertreter Michael Schickhofer als Schirmherr unseres Launch-Events in die Obersteiermark kommen wird.

### **Alle an einem Strang**

Wie der Hausbau ist auch der Aufbau eines neuen Image eine Sache für Generationen. Für den Erfolg braucht es das Zusammenwirken ALLER, denn nur gemeinsam können wir eine starke Außenwirkung schaffen.

Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger, Kommunikationsprofis, Kreative, Marketingfachleute und Personaler aus Industrie, Wirtschaft, Tourismus, Institutionen ... wir laden Sie herzlich zum Launch-Event ein. – Details zu den Speakern und Programmpunkten folgen.

---

## **Imagekampagne startet im Herbst**

**Bald kann es los gehen mit der Imagekampagne für die Obersteiermark. Die europaweite Ausschreibung um den Etat hat im Juli die Agentur REICHLUNDPARTNER für sich entschieden. Die Jury um Regionalmanager Jochen Werderitsch und die Bürgermeister Mario Abl und Karl Rudischer überzeugte der frische Ansatz der Kreativen, die neben einem Motto und Logo auch Anzeigen und Plakate, Videos und eine Digitalkampagne entwickelt haben.**

REICHLUNDPARTNER unterhält seit kurzem ein Büro in Graz. „Kommunikation für Marken, Produkte und Dienstleistungen zu betreiben ist Tagesgeschäft für eine Werbeagentur. Aber eine ganze Region bewerben zu dürfen, ist eine sehr spannende Aufgabe für uns,“ freut sich Kreativdirektor Matthias Göggel. Senior Beraterin Sabina Schaffer: „Mich als Steirerin freut diese Aufgabe besonders. Selbst wenn man aus der



Steiermark kommt, ist man überrascht, wie viel die östliche Obersteiermark zu bieten hat.“

Jochen Werderitsch ist nicht nur froh über das kreative Ergebnis: „Die Ausschreibung hat unter den besten Agenturen großes Interesse ausgelöst, das Niveau war insgesamt sehr hoch. Die gründliche Vorbereitung hat sich gelohnt, und das wird man auch der Kampagne ansehen.“ Bei der Auftaktveranstaltung Anfang Oktober wird die Kampagne in der Region vorgestellt.

---

