

Abschlussbericht

Marketing der Regionalmarke

„region itzehoe
Hightech & Lebenslust im Norden“

Förderprojekt im Rahmen des Schwerpunktes 4 (LEADER / AktivRegion) des
Zukunftsprogramms Ländlicher Raum (ZPLR), Amt Itzehoe-Land, Laufzeit:
11.02.2010 - 10.02.2013

15 Umlandgemeinden und die Kreisstadt Itzehoe arbeiten vorbildlich zusammen und stimmen sich in wichtigen Fragen ab. Ziel ist auch in Zukunft, gemeinsame Stärken z.B. auf den Gebieten Gewerbe und Verkehr, Wohnen und Leben sowie Naherholung und Natur zu fördern. Die region itzehoe soll für Menschen und Wirtschaft attraktiver und lebenswerter werden. Im Rahmen des o.g. Förderprojektes wurde im Wesentlichen das Marketing der Regionalmarke durchgeführt. Für die Vermarktung der Strategie und die Regionalbetreuung der Region Itzehoe waren die RegionNord, das Stadtmanagement Itzehoe und die Gesellschaft für Technologieförderung Itzehoe (IZET Innovationszentrum) zuständig.

Zusammenfassung

Ausgehend von der 2008 erarbeiteten Regionalmarke „region itzehoe - Hightech & Lebenslust im Norden“ wurde im dreijährigen Förderprojekt die Marke den Projektzielen nach erfolgreich etabliert. Erreicht wurde, dass die Region Itzehoe im Standortwettbewerb ein klares und attraktives Profil erhalten hat und ein Netzwerk zwischen Kommunen, Unternehmen und Institutionen in der Region aufgebaut wurde. Das Markenprofil wurde mit einer Vielzahl von gezielten Maßnahmen aufgebaut und geschärft. Die Regionalmarke hat einen Beitrag zur Ansiedlung von Unternehmen und von Fachkräften sowie zur innerregionalen Netzwerkbildung geleistet. Das übergeordnete Ziel, Itzehoe als lebenswerte und attraktive Hightech-Region im Norden, also in Schleswig-Holstein und in der Metropolregion, mit einem positiven Image zu positionieren ist erreicht. Durch die Beteiligung der regionalen Wirtschaft und weiterer Akteure konnten die für das Marketing vorgesehenen insgesamt recht geringen Mittel signifikant aufgestockt werden.

Das Förderprojekt hat einen ausgesprochen positiven Verlauf genommen und kann auf ganzer Linie als sehr erfolgreich bezeichnet werden.

Die Ziele wurden erreicht

Im Rahmen des zunehmenden Wettbewerbs um Menschen und Unternehmen ist das übergeordnete Ziel der Region Itzehoe, durch eine positive Darstellung der Standortvorteile „Hightech“ und „Lebenslust“ das eigene Profil zu schärfen, für die hohe Lebensqualität in der Region zu werben sowie die im Standortwettbewerb der Regionen erforderliche Aufmerksamkeit zu erregen. Das Förderprojekt hat hierzu signifikante Beiträge geleistet. Mit der Regionalmarke und deren Vermarktungskonzept wurden im Wesentlichen zwei Ziele angegangen: Nach Innen (Binnenmarketing) wurde für Itzehoe und Umland ein Zeichen für Gemeinsamkeit gesetzt und die Identifikation mit der Region gestärkt. Hier wurde die Botschaft wie folgt formuliert: „Wir sind stolz auf unsere Region; wir sind familienfreundlich, wir haben ausgezeichnete Wohnlagen, bei uns können sich Unternehmen entwickeln“. In der Außenwahrnehmung, also in die Metropolregion Hamburg hinein, wurde vor allem das Profil der Region unter dem Motto „Wir sind stark im Bereich Hightech und attraktiv als Lebens- und Wohnraum“ bekannt gemacht. Nur wenige Regionen in Deutschland haben bislang eine eigene Marke. Hier ist die Region Itzehoe dem Wettbewerb voraus.

Ziele des Binnenmarketings waren:

- Förderung der Wahrnehmung und der positiven Identifikation mit der Region,
- Einheitliche Nutzung einer übergeordneten Regionalmarke,
- Aktivierung relevanter regionaler Akteure,
- Verdeutlichung der regionalen Standortvorteile und der mit ihr verbundenen Nutzungsmöglichkeiten.

Das Außenmarketing richtete sich an Zielgruppen besonders in der Metropolregion Hamburg. Ziele des Außenmarketing waren:

- Bekanntheit der Region Itzehoe steigern,
- Positionierung der Region mit den Aussagen „Hightech“ und „Lebensqualität“ auch im Wettbewerbsumfeld,
- Werben um Fachkräfte und Unternehmen
- Setzen auf Wachstum und Lebensqualität in einer landschaftlich schönen Region.

Die Maßnahmen zum Binnenmarketing waren Schwerpunkt der ersten Projektphase, das Außenmarketing wurde etwa nach der Hälfte des Projektes hinzugenommen.

Zielgruppen des Binnenmarketings waren:

- die Bevölkerung in der Region,
- Fachkräfte, Existenzgründer und Unternehmen,
- ansässige Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen,
- Multiplikatoren im Bereich Wirtschaft, Bildung und Wissenschaft,
- Multiplikatoren im Bereich Politik und Medien,
- Multiplikatoren in den Bereichen Kultur, Soziales und Sport.

Zielgruppen des Außenmarketings waren:

- Unternehmen und Fachkräfte,
- Forschungs- und Wissenschaftsinstitute,
- Multiplikatoren im Bereich Wirtschaft und Wissenschaft sowie in Politik und Medien.

Neben der direkten Vermarktung durch das Stadtmanagement, IZET und RegionNord sowie durch die Mitglieder der Region Itzehoe (Stadt Itzehoe, 15 Umlandgemeinden) wurden auch Politik und Verwaltung, Verbände und Vereine sowie Schulen und Bildungseinrichtungen als Multiplikatoren bzw. Botschafter in die Vermarktung der Region eingebunden. Besonders hervorzuheben ist die gelungene Einbindung der regionalen Wirtschaft und der Medien, hier im wesentlichen Printmedien und die regionale Tageszeitung. Es wurden zudem Presseserien geschaltet und die Aktion „16 Orte, ...“ mit sehr guter Presseresonanz durchgeführt. Über diese Kanäle wurden die Einwohner direkt oder indirekt erreicht, die dann ihrerseits zur Verbreitung der Marke beitrugen.

Die Regionalmarke ist mittlerweile mehr als ein rein werbliches Instrument, sie hat den Charakter eines Leitthemas für die gemeinsame Entwicklung der Region Itzehoe und verknüpft unterschiedlichste Akteure. Wie vorgesehen, wurde in einem ersten Schritt die Marke in der Region selbst etabliert, um möglichst viel Identität zu erzeugen. Eine Vielzahl von Akteuren konnte unter dem Markenbild gebündelt werden. Auch die Anregung zu eigenen Projekten war ausgesprochen erfolgreich. In einem zweiten Schritt wurde die Regionalmarke überregional zur Positionierung verwendet. Hier waren die Metropolregion Hamburg als auch Schleswig-Holstein erfolgreiche Zielvorgaben.

Marketingaktivitäten

Über Informationsmaterial zur Region Itzehoe, Zeitungsartikel, die Internetpräsenz und durch physische Präsenz mit dem Logo auf eMobilen, Bussen, Weingläsern etc. und mit Fahnen, Bannern, Aufstellern, großen Logo-Würfeln, Sonnenschirmen etc. auf vielfältigen Veranstaltungen wurde mit der Regionalmarke auf die Region Itzehoe erfolgreich aufmerksam gemacht. Hierzu wurden wesentliche allgemeine Informationsmedien erarbeitet (hochwertige Broschüre, Fotopool, Banner- und Roll-up System für Messen, Ausstellungen und Tagungen, Flyer, Internet, Würfel, Sonnenschirme etc.). Die Broschüre informiert umfassend über die Region und dient stärker zur imageorientierten Positionierung im Standortwettbewerb. Sie wird gezielt abgegeben. Regionale Veranstaltungen und Multiplikatoren wurden genutzt, um den Bekanntheitsgrad der Regionalmarke zu steigern.

Für die Region Itzehoe wurde eine Wort-Bild-Marke und eine Corporate Design (CD) Linie entwickelt. Die Wort-Bild-Marke steht als Grundlage für einen in allen Maßnahmen der Kommunikation einheitlichen Auftritt und bestimmt auch zukünftig die Gestaltung von Printmedien, Präsentationen, Messeauftritten und Internetauftritt. Die Gestaltungsrichtlinien wurden in einem Designmanual veröffentlicht.

Über die Region Itzehoe informiert ein Internet Auftritt (www.region-itzehoe.de), der ständig aktualisiert wird und mit wesentlichen Akteuren der Region verlinkt ist. Als Portal der Region hält der Internetauftritt gut strukturierte und differenzierte Informationen für alle Zielgruppen online bereit.

Um auch mit geringem Marketingbudget eine möglichst große Wirkung zu erzielen, wurde eine Botschafter- und Netzwerkstrategie genutzt. Die Botschafterstrategie setzte auf die Menschen und Unternehmen in der Region mit ihren überregionalen Kontakten. Wesentlich waren die Nutzung der Regionalmarke auf Briefkuverts sowie die Weitergabe von Informationsmaterialien an Geschäftspartner, Mitarbeiter und Neubürger.

Alle beteiligten Akteure und Gemeinden nutzen wesentliche gemeinsame Marketingmaterialien: Die gemeinsame Webseite www.region-itzehoe.de, die entstandene hochwertige Standortbroschüre, die Regionalmarke auf Bussen und Fahrzeugen, auf dem Weinglas des Itzehoer Weinfestes mit Auflagen von mehreren tausend Stück, auf Flaggen und auch auf Marketingmaterialien der Metropolregion Hamburg. Unsere Hightech-Region findet sich z.B. auf dem Gemeinschaftsstand der Husumer Energiemesse und die Lebenslust beim Dackelrennen, beim Störlauf und bei Dorffesten. Die Marke ist zudem auf einer Reihe weiterer Veranstaltungen, wie MikroTech Nord, Gründertag im IZET Innovationszentrum, und der Zukunftskonferenz Steinburg+ 2030 präsent. Ein junger vielversprechender Segler hat unsere Regionalmarke in die Welt getragen und eine erfolgreiche regionale Basketballmannschaft trägt das Logo stolz auf dem Trainingsanzug. Die Marketingaktivitäten haben viel Schwung und jeder kann mitmachen.

Da im Förderzeitraum eine Vielzahl unterschiedlicher Maßnahmen und Projekte durchgeführt worden sind, wurden für den Abschlussbericht die unten angefügte Aufzählungsform sowie der Anhang einer Foto-Präsentation und gewählt.

Liste ausgewählter Marketingaktivitäten

Marketingmaterialien:

- „Region Itzehoe“ Logo
- Hochwertige Regional- bzw. Imagebroschüre
- Flyer für Botschafterstrategie inkl. Einleger
- „Region Itzehoe“ Aufsteller
- Briefkuverts mit Region Itzehoe Logo
- „Region Itzehoe“ Sitzwürfel zur vielseitigen Nutzung
- „Region Itzehoe“ Flaggen und Banner
- „Region Itzehoe“ Sonnenschirme
- Flyer, Poster
- Elektronische Präsentationen

Allgemeine Kommunikationsmaßnahmen:

- Internetauftritt (www.region-itzehoe.de)
- Ständige Pressepräsenz, Vielzahl von Artikeln zu verschiedensten Aktivitäten, z.B. in Norddeutsche Rundschau, Hallo Steinburg, Der Anzeiger, Steinburger Anzeiger
- Sonderbeilagen SHZ
- Präsenz auf vielen unterschiedlichen Veranstaltungen
- Marketing über Vorträge und persönliche Kommunikation
- Nutzung des Logos auf verschiedenen Einladungsunterlagen, Postern und Flyern und auf sämtlichem Briefverkehr des Stadtmanagements

Veranstaltungen/Termine:

- Gründerwettbewerb Steinburg⁺ mit dem Regionalen Berufsbildungszentrum
- Gründertage „Westküste“ mit der IHK
- Schaufenster am Donnerstag mit dem Verein „HighTech Itzehoe e.V.“
- Messestände auf der „New Energy“ in Husum
- Messeauftritt Husum „WIND“
- Tag der offenen Tür im Innovationspark Itzehoe
- Businessfrühstücke im IZET Innovationszentrum
- Zukunftskonferenzen Steinburg⁺ 2030
- Steinburg⁺ 2030 (Strategiekreistreffen, Sitzungen verschiedener Themenfelder, Veranstaltungen)
- Nordzentren-Sitzungen (Technologiezentren in Schleswig-Holstein)
- Sommerfeste im IZET Innovationszentrum
- AzubiZ Messe des RBZ mit der Norddeutschen Rundschau
- Zukunftsworkshop „Region Itzehoe“
- „Unternehmer zeigen Flagge Pro A20“ mit Bundesverkehrsminister Dr. Ramsauer
- Wirtschaftsausschuss Kreis Steinburg und Stadt Itzehoe
- Itzehoer Zukunftsgespräche
- Workshop Bildung Steinburg⁺ 2030
- Regionales Entwicklungskonzept (REK) A23/B5, Workshops, Veranstaltungen, Regionalkonferenz
- „Wir für Itzehoe“, Mitgliederversammlungen

- Science Summer School Itzehoe sowie XLAB-Fahrten mit 80 Schülern der Steinburger Gymnasien (mit Verein „HighTech Itzehoe e.V.“)
- Veranstaltung Landfrauen Steinburg
- „Microtech Nord“ Tagungen
- Unternehmertreffen zur App Challenge (mit Verein „HighTech Itzehoe e.V.“)
- Jahreshauptversammlung Hightech Itzehoe e.V.
- Veranstaltung AKNN im IZET
- 1. Steinburger Bildungsgespräche
- Stadt-Land-Partnerschaftsmesse in Horst
- QMit-Projekt-Treffen
- Empfang einer Delegation des polnischen Partnerkreises Elbing im IZET
- Besuch von Christian von Boetticher im IZET im Rahmen seiner „Generationentour“
- Nordzentren-Klausurtagung in Schleswig
- EU-Projekttagung in Edinburgh
- Politik trifft Steinburg⁺ 2030 im alten Kreistagssaal
- MRHH-Veranstaltung, Treffen der Hamburger Wirtschaftsförderer
- „Systemtechnologie Energie“ im IZET Innovationszentrum
- Veranstaltung „E-Mobilität“ im IZET Innovationszentrum
- IFP-Meeting in Stavanger
- Meeting Metropolregion Hamburg beim Kreis Steinburg
- Weinfest im Rahmen der Itzehoer Woche (Logo auf Weingläsern und ab 2012 auf Sonnenschirmen) mit ca. 30.000 Besuchern
- Störlauf in Itzehoe, Banner wurden im Zieleinlauf platziert

Sponsoring-Maßnahmen

- „Dackelrennen“ 2011 und 2012 - Event mit hoher Medienpräsenz, Logo auf Banner, gemeinsame Pressearbeit
- Segler Moritz Burmester aus Heiligenstedten, Saison 2012 und 2013, Logo auf Rumpf und Segel, regelmäßige PR
- Basketball-Team „SC Itzehoe Eagles“, Saison 2012 / 2013, Logo auf Hallenzeitung, Trainingsanzügen, gemeinsame PR

Langfristig laufende Aktivitäten (über den Förderzeitraum hinaus):

- Aufstellung von zwei Region Itzehoe-Aufstellern im Foyer des IZET
- „Region Itzehoe-Verlinkung mit verschiedenen Webseiten
- Breite Verwendung der „Region Itzehoe“-Briefumschläge, diverse Mailingaktionen
- Nutzung weiterer Werbemittel
- Aufstellung eines Sitzwürfels im Foyer des IZET
- 2 Banner an der Kreuzung IZET / ISIT im Innovationspark Itzehoe
- Verwendung der „Region-Itzehoe“-Flaggen, Sonnenschirme etc. bei verschiedenen Veranstaltungen. Die Möglichkeit, die Schirme für eigene Veranstaltungen zu leihen, wird von den Gemeinden der Region Itzehoe gut genutzt.
- Breite Verteilung der Imagebroschüre
- „Verschmelzung“ des Internet-Auftritts der region itzehoe mit dem Auftritt der Touristinfo / Stadtmanagement und dem Handel- und Gewerbeverein