



Oberfranken wird eine starke Marke

Der Verein Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. lädt zur Vorstellung der neuen Dachmarke Oberfranken ein. Am 7. Juni 2010 stellen der Vorstand und die aus über 30 Persönlichkeiten bestehende Lenkungsgruppe sowie MetaDesign im Schloss Thurnau die Ergebnisse der ersten Stufe des seit November 2009 laufenden Dachmarkenprozesses einem Kreis von Vertretern aus Politik, Wissenschaft, Kirchen, Wirtschaft, Kultur und Medien vor. Der neue Auftritt soll Oberfranken helfen, seine vielfältigen Potenziale darzustellen und zu einer attraktiven Region mit hoher Anziehungskraft zu werden.

Oberfranken hat viele bekannte Attraktionen und Potenziale, ist als Ganzes bislang jedoch kaum aufgetreten. Im stärker werdenden Wettbewerb der Regionen um die Aufmerksamkeit von Menschen, Unternehmen und Projekten nützt eine solche Stimmenvielfalt jedoch wenig. Regionen müssen sich heute in ihrer Gesamtheit positionieren. Dazu braucht Oberfranken eine Dachmarke, die seine Besonderheiten bündelt und damit die Region selbst zu einer starken Marke macht. Für diese Aufgabe hatte der Vorstand des Vereins Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. im November 2009 einen Lenkungskreis mit Vertretern verschiedener Organisationen aus dem öffentlichen und privatwirtschaftlichen Bereich (Teilnehmer siehe Anlage) berufen, der gemeinsam die Grundlagen für die Entwicklung einer Dachmarke Oberfranken gelegt und ihre Entwicklung begleitet hat.

Der Lenkungskreis hatte sich in den vergangenen Monaten zu insgesamt neun mehrstündigen Workshops getroffen. Zunächst verständigte er sich auf die gemeinsame Vision, in den nächsten Jahren aus dem Regierungsbezirk Oberfranken eine starke Region entstehen zu lassen, die sich über ihre Gemeinsamkeiten definiert und sich im Ganzen als attraktiver Lebensraum positioniert. Auf Basis der Analyse der Stärken und Schwächen im Vergleich zu den wichtigsten Wettbewerbsregionen bestimmte der Lenkungskreis das Profil, mit dem Oberfranken künftig seine Identität als Region zum Ausdruck bringen soll: „Oberfranken ist anders: Gewachsene Tradition, Kultur, Natur und Lebenswärme bestimmen wie sonst nirgends den Charakter der Region und die Haltung ihrer Menschen. Ein darin wurzelndes Bewusstsein für Werte und Gemeinschaft sowie unternehmerische Zielstrebigkeit prägen einen Lebensraum, in dem sich Familien, Talente und Unternehmen wohl und zuhause fühlen.“ Ergänzend erfasste der Kreis die zentralen Aussagen, die die Inhalte der künftigen Kommunikation der Region sein werden, und die wichtigsten Zielgruppen dieser Kommunikation.

Zur Bestimmung einer einheitlichen Identität der Region einigte sich der Lenkungskreis auf drei charakterisierende Werte, die zusammen das Profil von Oberfranken ausmachen: Das Attribut „echt“ als Ausdruck für „wertvoll“ und Beschreibung einer Grundhaltung in der Region, die auf Solidität, Treue, Qualität und Beständigkeit fußt. Das Attribut „lebenswert“ zur Charakterisierung einer Region, in der durch reiche Angebote an Kultur und Freizeitmöglichkeiten in besonderer Weise ein Ausgleich zur

**OBERFRANKEN OFFENSIV –
FORUM ZUKUNFT OBERFRANKEN e.V.**

Maximilianstraße 6
95444 Bayreuth

Telefon +49 921 52523
Telefax +49 921 52524
E-Mail info@oberfranken.de
www.oberfranken.de

Seite 1 von 5

Vorstand

Vorsitzende
Melanie Huml MdL
Staatssekretärin

1. stv. Vorsitzender
Wilhelm Wenning
Regierungspräsident

Stv. Vorsitzender
Dr. Günther Denzler
Bezirkspräsident

Stv. Vorsitzende
Dr. Birgit Seelbinder
Oberbürgermeisterin

Vereinsregister

Amtsgericht Bayreuth
Nr. VR 200138

Arbeit gefunden werden kann. Das Attribut „sinnlich“ als Hinweis auf die vielen attraktiven, reizvollen, begehrtlich wirkenden Angebote der Region und die Möglichkeit, hier ein im Tun und den Geist erfüllendes, sinnvolles Leben zu führen.

Diese Attribute bilden die Basis für die Entwicklung der Dachmarke als den künftigen visuellen Auftritt der Region. Mit der Entwicklung dieses Auftritts und der Moderation der Arbeit des Lenkungskreises hat der Verein Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. die renommierte Brandingagentur MetaDesign beauftragt. Die Beauftragung einer auswärtigen Agentur erfolgte deshalb, weil derartige Entwicklungen eine komplexe Aufgabenstellung darstellen, die von den Beteiligten umfassende Kenntnisse und Erfahrungen erfordern. Diese bringt MetaDesign in besonderer Weise mit, denn die Agentur hat sich seit Jahren durch die Entwicklung erfolgreicher Dachmarken speziell für Regionen profiliert.

Am kommenden Montag, 7. Juni 2010, ab 17.30 Uhr stellen der Verein und die Agentur die ersten Elemente der neuen Dachmarke der Öffentlichkeit vor. Dazu gehören die klassischen Gestaltungselemente einer Dachmarke wie Logo, eigener Schriftzug, einer eigens für Oberfranken entwickelten Schrift, bestimmte Farben und ein typischer Bildstil. Aber ein Dachmarkenauftritt umfasst weit mehr als diese Instrumente. Um eine hohe Attraktivität zu erlangen, reicht es nicht aus, nur Bekanntheit erzielen zu wollen. Starke Marken erreichen eine tiefer gehende Wirkung, indem sie eine Idee mit einer hohen emotionalen Anziehungskraft symbolisieren, die größer ist als die Merkmale einzelner Produkte oder Angebote und deshalb weit über diese hinausreicht. Starke Marken sprechen emotional an. Wenn sie in der Realität einlösen, was sie in der Kommunikation versprechen, gewinnen sie die Sympathie und die Herzen der Menschen. Deshalb können die Menschen sich mit starken Marken identifizieren und sich an ihnen orientieren. Starke Marken schaffen Vertrauen und Bindung und formen so ein festes Fundament für ihre eigene Zukunft.

Mit der Vorstellung der Elemente der neuen Dachmarke ist lediglich der erste Schritt getan, aus Oberfranken eine starke Marke zu machen. Die Wirkung einer starken Marke liegt darin, Assoziationen zu positiven Inhalten, Stimmungen und Perspektiven zu wecken, ohne dass diese explizit formuliert werden müssen. Ziel des weiteren Dachmarkenprozesses ist es daher, möglichst bald auch für Oberfranken dahin zu kommen, dass es nur weniger mit der Marke verbundener, gelernter äußerer Impulse bedarf, um ein klares inneres Vorstellungsbild von Oberfranken und seinen Besonderheiten aufzurufen. So wird der neue Dachmarkenauftritt Oberfranken im Wettbewerb der Regionen helfen, sich als attraktiver Lebensraum mit Zukunft zu präsentieren.

Unter dem Dach der neuen Marke sollen die Region und ihre Institutionen künftig gemeinsam auftreten und so die Vorzüge der Region wirkungsvoller über ihre Grenzen hinaus bekannt machen. Das Endergebnis des Dachmarkenprozesses wird ein Gesamtkonzept sein für den künftigen kommunikativen und visuellen Auftritt der Region selbst und aller, die die Dachmarke zur Erhöhung ihrer eigenen Attraktivität

nutzen wollen. Die neue Dachmarke ist daher zugleich ein Angebot an oberfränkische Unternehmen, Kommunen und andere private und öffentliche Organisationen, z.B. aus dem Tourismus, im Rahmen ihrer eigenen Auftritte die Elemente der Dachmarke zu verwenden. Zu diesem Zweck wird der Verein Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. in der nächsten Phase Regeln über die Voraussetzung zu einer Anwendung der Dachmarke und Form ihrer Umsetzung veröffentlichen sowie Schulungen für solche Anwender und ihre Dienstleister wie Agenturen, Grafiker etc. anbieten.

Im Vorfeld der Vorstellung der Dachmarke äußerten sich Mitglieder des Lenkungskreises sehr zufrieden über den Dachmarkenprozess und die von MetaDesign entwickelten Instrumente des künftigen visuellen Auftritts: Äußerungen wie „Es hat viel Spaß gemacht, an dem Dachmarkenprozess mitzuwirken“, „Ich bin überzeugt, dass es für Oberfranken der richtige Weg ist, sich künftig auf diese Weise zu präsentieren“, „Selbstverständlich werden wir uns im Rahmen unseres eigenen betrieblichen Auftritts der neuen Dachmarke bedienen. Wir wollen dadurch mit unserer eigenen Stärke dazu beitragen, dass Oberfranken als Ganzes überall attraktiv wird“, sind kennzeichnend für die positive Stimmung im Lenkungskreis.

Regierungspräsident Wilhelm Wenning bestätigte, dass das Interesse aus allen Interessengruppen der Region an dem Dachmarkenprozess sehr hoch ist: „Wir sind in Gesprächen mit Verbänden und Unternehmen, die die Dachmarke aktiv im Co-Branding ihrer Unternehmenskommunikation oder als Qualitätsauszeichnung bei ihren Produkten nutzen wollen, um das Image der Region zu verbessern“, so Wenning.

Als nächster Schritt im Dachmarkenprozess soll in den kommenden Wochen ein Gesamtkonzept für die Umsetzung der Dachmarke erarbeitet werden. Zunächst wird der Verein Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. seinen Auftritt der Dachmarke anpassen. Dann folgt die Festlegung erster Pilotprojekte des Vereins unter der Dachmarke. Eines dieser Pilotprojekte wird das sogenannte Familienportal Oberfranken sein, das in Zukunft wertvolle Informationen aus ganz Oberfranken bündeln wird, z.B. durch eine Datenbank mit sämtlichen Einrichtungen der Kinderbetreuung in der Region. Damit soll das Familienportal als erstes Projekt unter der neuen Dachmarke auch eine Stärkung der oberfränkischen Identität in der Region selbst herbeiführen.

Neben diesen eigenen Projekten des Vereins wird dieser sich vor allem um die Bildung von Partnerschaften mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft, Kirchen, Wirtschaft, Kultur und Medien kümmern. Staatssekretärin Melanie Huml MdL betont die Bedeutung von Netzwerken und Pilotprojekten unter der Dachmarke: „Wir haben in Oberfranken starke Unternehmungen und Organisationen, die durch ihre Leistungen und Produkte mithelfen, das Profil von Oberfranken als Qualitätsmarke zu schärfen und die Bekanntheit der Region zu steigern. Diese gilt es nun, für die Dachmarke zu gewinnen.“ Daneben ist vorgesehen, bekannte Persönlichkeiten aus der Region zu bitten, sich als Markenbotschafter für Oberfranken persönlich für die Dachmarke einzusetzen.

Hintergrundinformationen zum Verein Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. und dem Dachmarkenprozess

Seite 4 von 5

Der Verein Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. hat sich schon immer als Trendsetter in der Region verstanden. Der Verein möchte auf neue Entwicklungen aufmerksam machen und einen Beitrag zu deren Gestaltung leisten. So beschäftigt er sich schon seit Jahren intensiv mit dem Standort- und Regionalmarketing der Region und hat in diesem Zusammenhang bereits eine Vielzahl an Maßnahmen durchgeführt. In konsequenter Weiterentwicklung dieser Arbeit hat er den aktuellen Dachmarkenprozess zur Steigerung des Images der Region und ihrer Entwicklung initiiert und ihn dank der von der Oberfrankenstiftung hierfür zur Verfügung gestellten Mittel als erste Initiative dieser Art in einem Regierungsbezirk in Deutschland umgesetzt. Der Verein verfolgt damit das Ziel, die Gesamtentwicklung Oberfrankens zu unterstützen und so einen Beitrag zur attraktiven Gestaltung des oberfränkischen Lebensraumes für junge Familien und gut ausgebildete junge Menschen, für kreative und innovative Projekte und für tragfähige Netzwerke in allen Bereichen zu leisten. Mit der neuen Dachmarke soll die vielfältige lokale Kreativität und Initiativkraft der ökologischen, sozialen, wissenschaftlichen, ökonomischen und kulturellen Aktivitäten in der Region zu einer starken Stimme für Oberfranken gebündelt werden.

Denn die Attraktivität von Oberfranken hängt von einem klaren Profil und einer unverwechselbaren Identität der Region als Ganzes ab. Oberfranken zeichnet sich bisher durch eine sehr hohe Vielfalt aus. Mit dem Dachmarkenprozess soll es gelingen, die zahlreichen teilträumlichen Identitäten von regionalen Organisationen und Initiativen zu einem gemeinsamen Auftritt zusammenzuführen, ohne jedoch deren Individualität und Eigenheiten einzuschränken. Daher wurde mit dem Dachmarkenprozess im Zusammenwirken mit Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Religion, Kultur, Medien sowie fachlicher und allgemeiner Öffentlichkeit zugleich ein Identitäts- und Imageprozess für die Region durchgeführt. Dieser Prozess ist einmalig und etwas Besonderes, weil er alle Stimmen der Region angehört und sie auf Basis eines gemeinsamen Verständnisses zu einer gemeinsamen Vision vereint hat, die die Grundlage für neue Botschaften und Instrumente der Kommunikation bildet und Oberfranken in die Zukunft tragen wird. Damit leistet das Projekt einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung des (wirtschaftlichen) Strukturwandels.

Ziel des Projekts „Dachmarke Oberfranken“ ist die positive Darstellung der Region, sowohl nach innen als auch nach außen, indem Oberfranken künftig mit einem klaren Profil und einer unverwechselbaren Identität als attraktiver Lebensraum mit Zukunft auftritt. Konkret wird die durch die Dachmarke künftig mögliche Kommunikation das Ziel verfolgen, die Stärken und Potenziale Oberfrankens in der Bevölkerung und in der Wirtschaft bekannter zu machen.

Das heißt im Einzelnen:

- Verbesserung des Images von Oberfranken,
- Stärkung der Position Oberfrankens im Wettbewerb mit anderen Regionen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene,
- Steigerung der Attraktivität und des Ansehens Oberfrankens in einzelnen Struktur-bereichen und Kommunikation dieser Attraktivität nach innen und außen, vor allem bei potenziellen Investoren und bestimmten Bevölkerungsgruppen,
- Stärkung der Innovationskraft der Region und ihrer Unternehmen,
- Stärkung des regionalen Selbstbewusstseins und Darstellung einer gemeinsamen Heimat und gemeinsamen Kultur.

Im Rahmen des Dachmarkenprozess sind damit folgende Entwicklungen ermöglicht worden:

- Aufbau einer tragfähigen Zukunftsvision für die Region und Darstellung gemeinsamer, zentraler Werte,
- Aufbau einer visuell eindeutigen und starken Klammer für die Region,
- Aufbau einer Innen- und Außenkommunikation mit klaren Botschaften,
- Entwicklung eines Corporate Designs, das die Voraussetzung für einen konsistenten und schlüssigen Auftritt ermöglicht.

Das Ergebnis werden Instrumente für die Kommunikation sein, die alle Kräfte für den Aufbau eines starken konsistenten Images der Region Oberfranken bündeln.

Hintergrundinformationen zu MetaDesign

MetaDesign ist Deutschlands führende Agentur für Corporate Identity, Corporate Design und Branding. Der Name MetaDesign steht für international anerkannte strategische Beratung bei der Entwicklung von Unternehmens- und Markenauftritten. Mittels Corporate Design, Sound-, 3D- oder Interactive Branding setzt MetaDesign diese Konzepte in wirkungsvolle Erlebnis- und Markenwelten um. MetaDesign ist an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Peking, San Francisco und Zürich vertreten. Insgesamt rund 250 Mitarbeiter betreuen Kunden wie Audi, Volkswagen, Siemens, Triumph, Deutsche Post DHL, Nokia Siemens Networks, Munich Re oder ENTEGA.

Anlage

Liste der Mitglieder des Lenkungskreises



Mitglieder des Lenkungskreises

Martin Bernreuther, Wahlkreis-Büro des Bundesministers der Verteidigung | Kulmbach
Wilfried Beyhl, Regionalbischof a.D. | Pegnitz
Wolfram Brehm, Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth | Bayreuth
Franz Brosch, Geschäftsführer vbw Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V., Bezirksgruppe Oberfranken BayME | Coburg
Malte Buschbeck, Vorstandsvorsitzender Kuratorium Hochfranken e.V. | Hof
Dr. Günther Denzler, Bezirkstagspräsident Bezirk Oberfranken | Bayreuth
Dr. Klaus-Günter Dietel, Altlandrat | Bayreuth
Prof. Dr. Günter Dippold, Bezirksheimatpfleger Bezirk Oberfranken | Bayreuth
Thomas Engel, Bereichsleiter Regierung von Oberfranken | Bayreuth
Wolfgang Fink, Intendant Bamberger Symphoniker | Bamberg
Günter Finzel, Leiter Wirtschaftsförderung Stadt Bayreuth | Bayreuth
Gerold Gebhard, Hauptgeschäftsführer Industrie- und Handelskammer zu Coburg | Coburg
Ulf Horstmann, Industrie- und Handelskammer zu Coburg | Coburg
Melanie Huml, MdL, Staatssekretärin Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit | München
Jürgen Jakob, Regionsvorsitzender Deutscher Gewerkschaftsbund Region Oberfranken Ost | Bayreuth
Norbert Kießling, Geschäftsführer TV Oberfranken GmbH & Co. KG | Hof
Rainer Kober, Erster Vorsitzender Kronach Creativ e.V. | Steinwiesen
Susanne Kraus, Vorsitzende Kreisjugendring Kulmbach | Stadtsteinach
Helmut Kurz, Landratsamt Lichtenfels | Lichtenfels
Dr. Peter Landendörfer, Vorsitzender Caritasverband für den Landkreis Bamberg e. V. | Bamberg
Prof. Dr. Jürgen Lehmann, Präsident Fachhochschule Hof | Hof
Reinhard Leutner, Landrat Landratsamt Lichtenfels | Lichtenfels
Frieder C. Löhner, Vorstand Loewe AG | Kronach
Tina Muck, Vorsitzende Bezirksjugendring Oberfranken | Bayreuth
Gerhard Preß, Erster Bürgermeister Stadt Rödental | Rödental
Dr. Roland Raitel, Loewe AG | Kronach
Dr. Bernd Sauer, Handwerkskammer für Oberfranken | Bayreuth
Ulrike Schaefer, Geschäftsführerin Umweltstation Lias-Grube Unterstürming | Eggolsheim/Unterstürming
Dr. Peter Schenk, Regierungsdirektor Regierung von Oberfranken | Geschäftsführer Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. | Bayreuth
Michael Schmitt, Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Fachschaft Humanwissenschaften | Bamberg
Michaela Schoberth-Bottenbruch, Geschäftsführerin Tourismusinformation Fichtelgebirge | Fichtelberg
Ingrid Schrader, Intendantin Hofer Symphoniker | Hof
Dr. Birgit Seelbinder, Oberbürgermeisterin Stadt Marktredwitz | Marktredwitz
Franz Stopfer, Geschäftsführer Bezirksjugendring Oberfranken | Bayreuth
Roland Töpfer, Chefredakteur Ring Nordbayerischer Tageszeitungen | Bayreuth
Prof. Dr. Gabi Troeger-Weiß, Geschäftsführerin Oberfranken Offensiv – Forum Zukunft Oberfranken e.V. | Bayreuth
Heribert Trunk, Vorsitzender der Geschäftsführung BI-LOG Service Group GmbH | Bamberg
Hans Vetter, Leitender Landwirtschaftsdirektor Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten | Coburg
Wilhelm Wenning, Regierungspräsident Regierung von Oberfranken | Bayreuth
Dr. Josef Zerndl, Regionaldekan St. Hedwig | Bayreuth