

Neues Image: Mit starker Botschaft und guten Inhalten zu größerem Erfolg

Eine Marke für das ganze Fichtelgebirge

Der Landkreis will raus aus dem Marketing-Dschungel hin zu einem gemeinsamen Auftritt für alle. Der Slogan für die Region heißt „Freiraum für Macher“.

Von Andreas Godawa

Wunsiedel – Es soll der große Wurf werden, der alle Marketingbemühungen unter einem Dach vereint: „Freiraum für Macher“ heißt die Kernbotschaft des Landkreises Wunsiedel im Fichtelgebirge. Mit dieser Botschaft wollen der Landkreis und die Entwicklungsagentur Fichtelgebirge für die Region werben – und alle Initiativen, Vereine, Kommunen und Organisationen mit ins Boot holen, die sich dies ebenfalls auf die Fahnen geschrieben haben.

Am Montag haben Landrat Dr. Karl Döhler, Thomas Edelmann, Chef der Entwicklungsagentur, und Sabine Kropf, Geschäftsführerin der Werbeagentur Ideenhaus, den Slogan vorgestellt. „Freiraum für Macher“ ist laut Kropf eine „kraftvolle Kernbotschaft“, die für eine attraktive, glaubwürdige und differenzierte Kommunikation entwickelt wurde und für alle Bereiche adaptierbar ist.

Ausgangspunkt ist der im Kreis Ausschuss im August vorgestellte und gutgeheißene Leitgedanke, dass der Landkreis Wunsiedel der Wirtschafts- und Tourismusraum mit der höchsten Lebensqualität in Bayern ist. Das Ziel, auch Auswärtige von diesem Satz zu überzeugen, wollen die Verantwortlichen im Landratsamt und der Entwicklungsagentur mit der Kernbotschaft „Freiraum für Macher“ nach außen (und auch nach innen) kommunizieren – und damit einen ganzen Wust von Marketing-Initiativen zur einer gemeinsamen Marke zusammenführen.

Für Landrat Dr. Karl Döhler ist der Landkreis und die ganze Region im Aufwind: „Wir werden bekannt und interessant gerade auch für junge Leute.“ Diesen Trend müsse man verstärken. „Die zarten Pflänzchen müs-



Vereint im Einsatz für den „Freiraum für Macher“ (von links): Manfred Jahreis, Ferdinand Reb, Karl-Willi Beck, Dr. Karl Döhler, Ronald Ledermüller, Sabine Kropf, Bernd Hofmann, Sybille Kießling, Thomas Edelmann und Katharina Hupfer. Foto: Florian Miedel

sen wir jetzt richtig gießen“, gibt der Landrat die Richtung vor.

Konkret wurde Thomas Edelmann: Die Arbeit der Werbeagentur und die Sitzungen der Steuerungsgruppe hätten sehr tragfähige Ergebnisse gebracht. „Wir werden jetzt das tun, was alle schon lange wollen: Nach außen kommunizieren, dass der Landkreis viel zu bieten und Top-Konditionen hat.“ Der Tourismus entwickle sich sehr gut, die Nachfrage nach Arbeitskräften sei enorm

„Wir haben allen Grund zu zeigen, dass wir auf dem aufsteigenden Ast sind.“

Thomas Edelmann, Leiter der Entwicklungsagentur

hoch und die Arbeitslosenquote auf einem historischen Tief. Dazu gebe es in der Region Freiraum für Unternehmer, Arbeitnehmer, Engagierte und Kreative. Und auch die Infrastruktur passe, etwa durch das digitale Gründerzentrum Hochfranken oder die Willkommensagentur. Und im Bereich der Immobilien sei das Preis-Leistungsverhältnis nirgends in Deutschland besser als im Landkreis. Dazu komme, dass die Re-

gion vor allem im Gesundheitstourismus enorm gewonnen habe. „Wir haben allen Grund, rauszugehen und zu zeigen, dass wir auf dem aufsteigenden Ast sind und viele Möglichkeiten haben, den Akteuren unter die Arme zu greifen“, so Edelmanns Resümee.

Wie das alles nach außen dargestellt werden soll, stellte Sabine Kropf dar. Mit der Botschaft „Freiraum für Macher“ wolle man darstellen, dass jeder Mensch, der in der Region wohnt oder hierher zieht, jeder Besucher und jeder Unternehmer hier seinen persönlichen Freiraum finden kann – nicht nur räumlich, sondern auch geistig. Gründer und Unternehmer finden nach ihren Worten optimale Förderung, beste Infrastruktur und attraktive Gewerbeflächen und -immobilien sowie hoch qualifizierte Arbeits- und Fachkräfte; Arbeitnehmer profitieren von einer großen Zahl von Top-Unternehmen, viel Natur zum Durchatmen und grundsätzlich Weltoffenheit und Herzlichkeit; Touristen und Besucher ein „Naturerlebnis pur“,

mehr als 500 Kilometer Wander- und Radwege sowie eine Vielzahl von Kultur-, Theater und Musikevents. „Es ist unsere Aufgabe, das zu erklären und nach außen zu tragen.“ Wer etwas machen oder realisieren wolle, sei hier in der Region genau richtig.

In der Außenwerbung sollen diese Vorteile mit Geschichten und Erlebnissen von Menschen aus der Region erlebbar gemacht werden, mit Videos, Geschichten und Information. All das soll auf einer Internetseite zusammengefasst werden, die für den Nutzer die bereits existierenden Angebote und Seiten zusammenfasst und ihn weiterleitet. „Unsere Seite ist der Startpunkt für alle Interessierten.“ Sie soll laut Kropf eine Bündelung aller Informationen sein, den Markenkern vorstellen und gezielt Informationen anbieten.

Weitere Schritte seien Werbung und Kommunikation in Print und Online sowie Messen und Veranstaltungen und die Gewinnung von Partnern. „Wir müssen Netzwerke aufbauen, Informationen kanalisieren und zusammenfassen“, sagt

Steuerungsgruppe

Zur Steuerungsgruppe des Prozesses gehören die Bürgermeister Karl-Willi Beck (Wunsiedel), Bernd Hofmann (Thiersheim), Thomas Schwarz (Kirchenlamitz), Oberbürgermeister Ulrich Pötzsch aus Selb sowie die Vertreter der Entwicklungsagentur Fichtelgebirge, die Tourismuszentrale Fichtelgebirge und der Förderverein Fichtelgebirge. In vier Sitzungen, davon zwei Workshops, hat die Gruppe die Kernbotschaft entwickelt.

Landrat Döhler. Dazu sei jeder eingeladen: „Niemand muss sich unterordnen, aber jeder kann mit dabei sein.“

Die Internetseite soll nach Aussage von Kropf und Edelmann noch heuer an den Start gehen, die Ausschreibung dafür läuft bereits. Wie groß der Finanzrahmen für die Kampagne wird, wollte am Montag noch niemand sagen: Das wird der Kreistag diskutieren, sagte Döhler.

„So viel zu entdecken“



Ferdinand Reb

Wunsiedel – Auf der Überholspur sieht Ferdinand Reb, Leiter der Tourismuszentrale Fichtelgebirge in Fichtelberg, die gesamte Region. Erstens biete das Fichtelgebirge eine unglaubliche Natur, in der die Gäste vieles entdecken und selbst aktiv werden können, etwa mit dem Mountainbike. Und im Bereich des präventiven Gesundheitstourismus sei

man mit den jüngsten Investitionen in Bad Alexandersbad und Weißenstadt extrem gut aufgestellt. ago

„Alle an einem Strang“



Sybille Kießling

Wunsiedel – Ganz begeistert vom gemeinsamen Vorgehen ist Sybille Kießling, Vorsitzende des Fördervereins Fichtelgebirge. „Unser Ziel war es schon immer, alle Akteure der Regionalentwicklung zusammenzubringen.“ Jetzt ziehe man gemeinsam an einem Strang und habe die Möglichkeit, mit einer gemeinsamen Zielvision ein Marketing

aufzustellen. Unter dem Motto „Freiraum für Macher“ könne sich jeder in seinem Bereich einordnen. ago

„Große Vorteile“



Karl-Willi Beck

Wunsiedel – Auch für den Wunsiedler Bürgermeister Karl-Willi Beck hat ein gemeinsames Marketing große Vorteile. Er habe ja bereits angekündigt, dass die Stadt im Internet auf günstige Immobilien in Wunsiedel hinweisen werde. Dies sei ein Informationsangebot, das genau auf die neue Internetseite passen würde. Grundsätzlich sei es aber sicher

richtig, alle Partner und ihre Informationen zusammenzufassen und zu präsentieren. ago