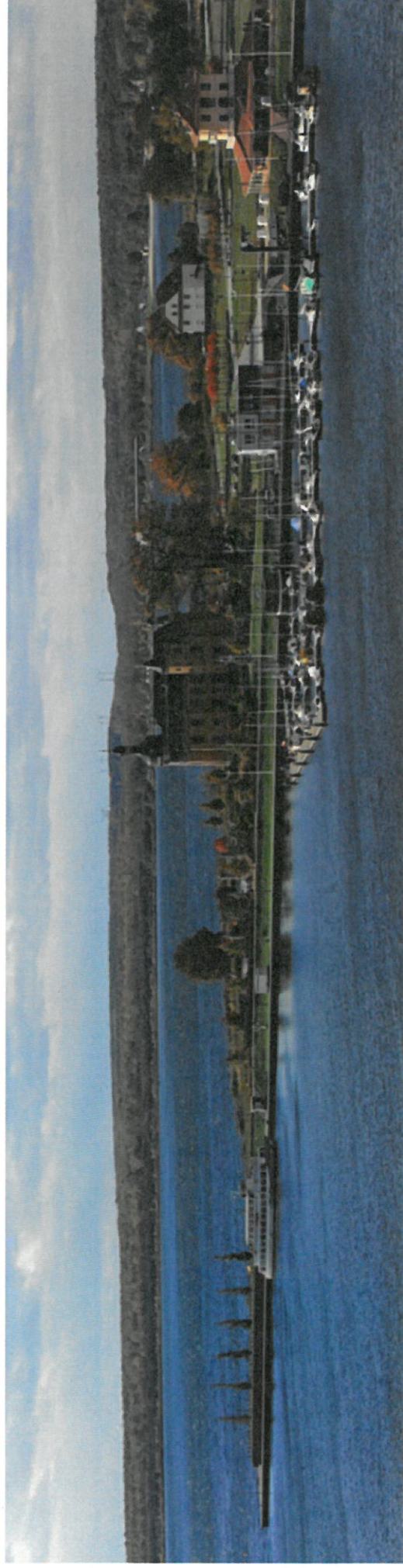


Auftraggeber Zweckverband Goitzsche



Regionales Marketingkonzept für eine Region im Aufschwung



Ein Unternehmen der **zebra**|group



zebra[®]|consult

Die Herausforderung

- Die Region um die Goitzsche hat sich in den letzten Jahren gut entwickelt und den Strukturwandel erfolgreich gemeistert
- Die Wirtschaft ist neben dem prägenden Chemie-Cluster breit aufgestellt, sie bietet gute Einkommen und vielfältige Karrieremöglichkeiten
- Der Goitzschensee hat sich zur touristischen Perle nördlich von Leipzig entwickelt - er bietet Erholung, neuen Wohnraum und hohe Lebensqualität für die Menschen der Region und Zuzügler
- Es gilt, diese Standortqualitäten in einer neuen Regionalmarke zu bündeln, um die Menschen in der Region positiv mitzunehmen und sich für Fachkräfte, Zuzügler und Touristen interessant zu machen

Die Aufgabe

- Erarbeitung einer neuen Markenstrategie, die das Potenzial hat, die Region mit ihren erlebbaren Stärken neu und positiv aufzuladen
- Kreation einer neuen Regionalmarke, welche den Mehrwert Goitzsche im Namen trägt und damit eine neue Attraktivität schafft
- Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes für die Menschen in der Region, das den erfolgreichen Wandel glaubwürdig und in seinen Stärken attraktiv darstellt und die Bindungskraft zur Region erhöht
- Aufbau eines neuen Images zu Zielgruppen im Bundesland Sachsen-Anhalt, der Metropole Leipzig sowie angrenzenden Bundesländern

Der Weg

- **Erarbeitung der regionalen Stärken und Schwächen in 3 Workshops mit regionalen Akteuren aus den Bereichen ARBEITEN, LEBEN, FREIZEIT**
- **Abgleich mit dem Stimmungsbild bei Jugendlichen**
- **strategische Verdichtung der regionalen Stärken in den Handlungsfeldern ARBEITEN, LEBEN, FREIZEIT für Kommunikation und Produktentwicklung**
- **Konzeption der neuen Regionalmarke**
- **Kreation einer Imagekampagne basierend auf den Stärken und der neuen Marke der Region**

3 Handlungsfelder für die Region

Leben:

- neuen Stolz auf die Region bei Bürgern erzeugen
- Vorteile für potenzielle Zuzügler herausstellen
- Attraktivität der Wohnlagen in Nähe der Seen

Arbeiten:

- Stärken der Wirtschaft gezielt bewerben
- Fachkräfte in der Region halten UND anwerben
- modernes Chemie-Cluster

Freizeit:

- Region mit hohem Freizeitwert
- Tages- und Kurzurlaubsziel
- Nähe zu Leipzig als Vorteil
- die Region dockt sich an die Angebote von Leipzig an und profitiert so von dem Leipziger Aufschwung

neue Kommunikation

Goitzsche-See

neue Erlebnisse

neue Bündnisse

DIE Stärken der Region

Stärken FREIZEIT

- See & Seenlage
- Anbindung Metropolregion Leipzig

Alle Stärken ranken um die hervorragende Infrastruktur
ICE & Zugverbindung/ Flughafen/ A9

Stärken ARBEITEN

- stark in Chemie
- Branchenmix

Stärken LEBEN

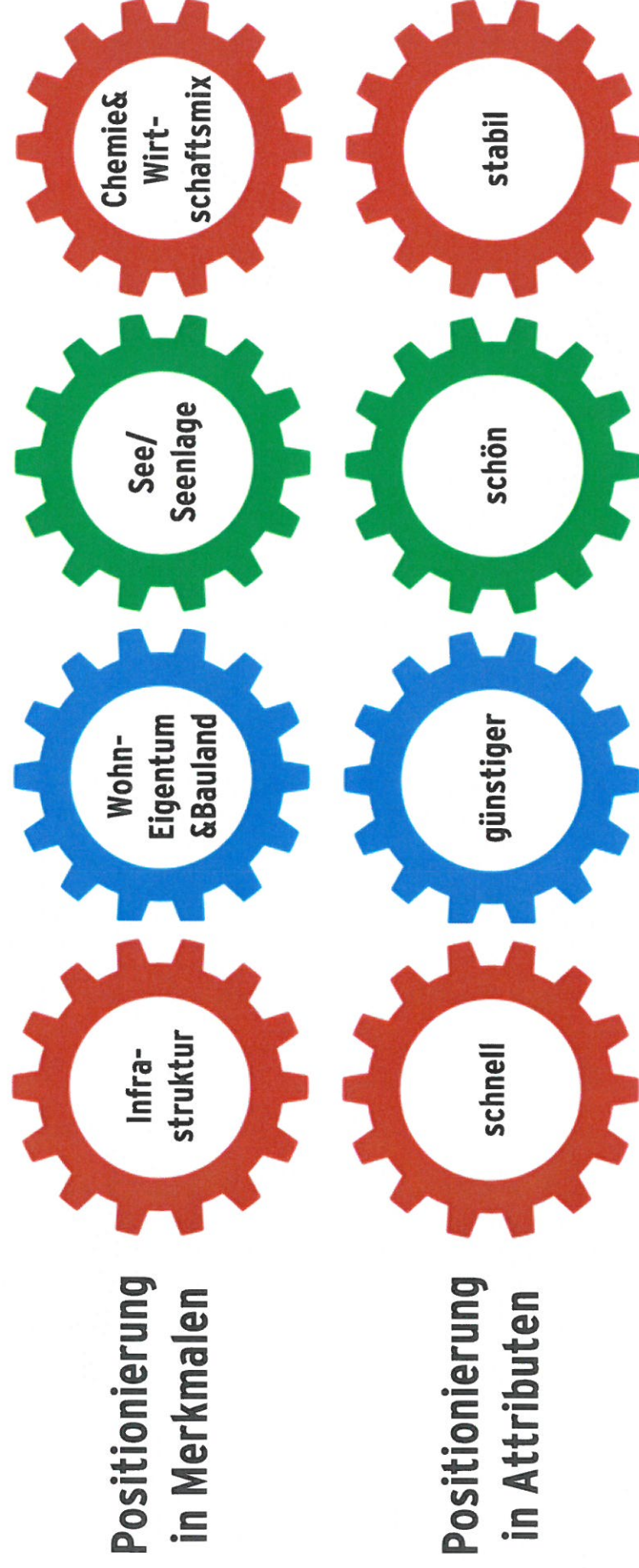
- günstiges Wohn-Eigentum & Bauland
- günstige Lebenshaltungskosten
- Anbindung Metropolregion Leipzig

Diese Stärken sind der USP und profilieren die Region in Sachsen-Anhalt neu

Neue Wahrnehmung der Region

- Wir kommunizieren zu den Zielgruppen nach Außen die neue Attraktivität der Region über die Stärken der Region
- Die Kommunikation der Stärken sowie neue Erlebnisse erzeugen eine höhere Bindungskraft und neues Lebensgefühl nach Innen
- Die Nähe zu Leipzig/ Halle wird als Vorteil kompensatorisch gegen einige Schwächen eingesetzt: das, was der Region vielleicht fehlt, hat Leipzig zu bieten und liegt somit greifbar nah „vor der Haustür“

Fokussierte Stärken der Region



Mit diesen Stärken arbeitet die neue Marke und übersetzt sie in Botschaften

Zielgruppen für die Regionalmarke

Zielgruppe Attribute	Fachkräfte & Zuzügler	Region (Einheimische)	Tagestouristen & Naherholung
schön, schnell, günstiger & stabil	Junge Menschen/ Studenten (schnell am Arbeitsplatz mit Option auf berufliche Entwicklung) Junge Familien (günstige Miete, Wohneigentum oder Bauland und Verwirklichen der Wohnträume, schnell zum Arbeitsplatz in L/H) Spitzenverdiener, die günstiger Top-Lagen am See erwerben können	Junge Menschen (mit Optionen auf Jobs & Karriere, schnelle Anbindung an L/H/B sowie schön & günstig wohnen) Familien (schön & günstig wohnen oder bauen, schnelle Anbindung an L/H/B und Option auf Karriere)	Tagestouristen (Menschen, die als Ausflügler kommen und sich in die Region verlieben und darüber den Wohnungs- & Arbeitsmarkt entdecken)
			Tagestouristen

Attraktive Regionalmarke

Der Große Goitzsche-See wird zum Namensgeber für:

„Goitzsche Seeregion“

Bitterfeld-Wolfen



Sandersdorf-Brehna



Gemeinde Muldestausee



Marke als Absender mit Botschaft

- Wir nutzen die vorhandene Farbwelt des vorhandenen Logos:
das helle Grün im Kontrast zu Blau (**Landschaft & Wasser**)
- Wir stellen das „i“ von „**Goitzsche**“ auf den Kopf und erhalten ein „!“
Das Ergebnis: **eine einzigartige Kombi** von Name und Call-to-Action –
„**GO!TZSCHE**“
- Das „**GO!**“ nutzen wir für alle Botschaften an die Rezipienten: „**GO!**“
für Leben, Arbeit, Urlaub etc.
- Das Logo hat **die Aktivierung der neuen Region** schon im Namen

Geh zur GO!TZSCHE

GO!TZSCHE



GO! – wenn Du das Herz Mitteldeutschlands erleben willst!



GO! – wenn Du inmitten einer Seenlandschaft nah an der Metropole Leipzig leben willst!



GO! – wenn Du ein Ausflug ans nahe Wasser machen willst!



GO! – wenn Du in einer Wirtschaftsregion mit Potential arbeiten willst!

GO!TZSCHE SEEREGION

GO!TZSCHE
SEEREGION

GO!TZSCHE
SEEREGION

„Worauf wartest du? GO!“

- Verbal und optisch treffend & trennscharf & hoch wiedererkennbar
- aktivierende Kommunikationsmechanik: „GO!“
- moderne Markenoptik: „Esprit kursiv“

GO!TZSCHE SEEREGION

#SeenswertNah

GO!

für Urlaub ums Eck.

Schnelle Anreise, volle Erholung und jede Menge Aktivurlaub –
herzlich willkommen in der Region Goitzscheseel!

GO!TZSCHE SEEREGION

#Chancenreich

GO!

für Jobs mit Zukunft.

Gut bezahlter Job, günstige Bude und schnelle ÖPNV-Anbindung –
herzlich willkommen in der Region Goitzscheseel!



GO!TZSCHE
SEEREGION

#LebenswertZentral

GO!

fürs Haus am See.

Traumhaus in Traumlage auf bezahlbarem Grundstück am See –
herzlich willkommen in der Region Goitzscheseel!

Aufbruch in ein neues Bündnis

Was braucht es mindestens für den Erfolg der neuen Regionalmarke:

- ein neues regionales Bündnis aus Wirtschaft, Politik und lokalen Machern
- einen kompetenten Träger für die Regionalmarke (Zweckverband Goitzsche)
- die Kooperation mit der Landespolitik und ihren Institutionen
- den Kommunikationsstart der Regionalmarke im Frühjahr 2017
- die Umsetzung der **Markenbotschaften** in Werbung und Erlebnismarketing
- eine **digitale Heimat** (website & social media) der Region mit dem Content zu den 3 Handlungsfeldern und Vernetzung zu den lokalen Akteuren

Sie finden das gut und wollen mehr darüber erfahren?

Ansprechpartner: Klaus Hamerla, Geschäftsführer Zweckverband Goitzsche

k.hamerla@zweckverband-goitzsche.de