

Mit der kontinuierlichen Führung der „Marke Niederbayern“ will die Region auf ihre Stärken aufmerksam machen

# „Weltoffener Wirtschaftsstandort“



Von  
**Michael  
Kliebenstein,**  
Beauftragter für  
das Regional-  
marketing  
Niederbayern

Eine der großen Schwachstellen in der Darstellung Niederbayerns ist die relative Unbekanntheit der „Marke Niederbayern“ als moderner und wettbewerbsfähiger Standort in Deutschland, aber besonders in Europa. Niederbayern kommt in der Vorauswahl möglicher Standorte oft nicht einmal auf die Auswahlliste für Standortentscheidungen. Das gelte sowohl für gewerbliche Ansiedlungsprojekte, als auch für die Anwerbung von Fach- und Führungskräften.

Die Großräume München, Nürnberg, Regensburg oder Salzburg sind in unserem Raum zunächst einmal die ersten Adressen. Das kommt daher, dass das Image Niederbayerns bei vielen Entscheidungsträgern mehr durch seine touristischen Leistungen geprägt ist, zum Beispiel Bayerischer Wald oder das Golf- und Thermenland, als durch seine hervorragende Wirtschaftskraft.

Somit ist es wichtige Aufgabe des Regionalmarketings, dieses Image durch Public Relations, Netzwerkprojekte und andere Marketing-Aktivitäten zu optimieren und damit gezielt überregional auf die außerordentlich guten wirtschaftlichen Leistungen Niederbayerns aufmerksam zu machen. Selbst auf Freistaats-Ebene müssen die Aktivitäten zur Erhöhung der qualitativen Bekanntheit und zur Verbesserung des Images des Wirtschafts- und Technologiestandortes Niederbayern entsprechend verstärkt werden.

Dies offensiv zu fördern, ist eine der Hauptaufgaben des Regionalmarketings sowie eines der Hauptanliegen des noch neu zu gründenden Vereins „Niederbayern Forum e. V.“

## „Niederbayern schafft Zukunft“

Wichtig für die Zukunft ist, dass sich Niederbayern gegenüber den Metropolregionen als moderner, weltoffener Wirtschaftsstandort stärker positioniert. Dies erfordert die kontinuierliche Führung einer starken bayerischen „Marke Niederbayern“, die mit positiven As-

soziationsketten in Richtung „Zukunft“ auf allen Ebenen „aufgeladen“ wird: Bildung, Wirtschaftskraft, Forschung und Entwicklung, Lebensqualität, geografische Lage und so vieles mehr. Das Leitmotiv „Niederbayern schafft Zukunft“ trägt diesen Gedanken auf allen Ebenen.

Kompetenz und Engagement der beteiligten Akteure und Partner aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft und die Rückendeckung von Universitäten und Hochschulen unterstützen unser Anliegen. Das Regionalmarketing setzt hier auf die enge Kooperation mit seinen Partnern.

Was das Regionalmarketing sonst noch bietet? Eine rasche und unbürokratische Verfahrensabwicklung bei Kofinanzierungs- und Beteiligungsprojekten.

Fazit: Alle Akteure bekommen mit einem neuen Niederbayern Forum e. V. einen umfassenden Marketing-Service mit nur einem Ansprechpartner. Dabei handelt es sich zum Beispiel um Messebeteiligungen, Printprojekte, digitale Netzwerke, Veranstaltungskonzepte, etc. – einfach die Bereitstellung eines umfassenden Serviceangebotes für Kommunen, Hochschulen, Universitäten, Kompetenznetzwerke und Kammern. So

hat in den letzten zwei Jahren bereits die Entwicklung von einer Vielzahl neuer Projekte einen Anstieg in der Wahrnehmung der „Marke Niederbayern“ bewirkt.

Das wollen wir mit der Gründung des „Niederbayern Forum e. V.“ erfolgreich fortsetzen. Dafür bitte ich um Ihre aktive Unterstützung.

Regionalmarketing ist nicht gleich Werbung. Es bedeutet auch Anpassung an den „Markt der Regionen“ und Selbstdarstellung im Wettbewerb.

Das Regionalmarketing begleitet die Aktivitäten von Gebietskörperschaften bei der Wirtschaftsförderung, ohne dabei Ansiedlungsagentur zu sein. Jeder Landkreis und jede Stadt übt ihre Kompetenzen in diesem Bereich eigenständig für Niederbayern aus.

Aber erst zusammen mit den überregionalen Aktivitäten des Regionalmarketings ergibt sich daraus ein positives Gesamtbild und die leistungsstarke Marke „Zukunftsregion Niederbayern“.

Die gezielte Markenarbeit soll der Wirtschaft Niederbayerns zu weiterer Prosperität verhelfen, um Arbeitsplätze abzusichern, neue zu schaffen und die hohe Lebensqualität in der Region darzustellen.

Vor diesem Hintergrund ist es

Aufgabe des Regionalmarketings, sich mit den vielen, je nach Landkreis sehr unterschiedlichen Standortvorteilen im Detail auseinanderzusetzen und dafür die Aufmerksamkeit der Medien zu erreichen.

## „Botschaft Niederbayerns in München“

Diese Standortvorteile ergeben in der Summe dessen, was Leute außerhalb darüber wissen und an Eindrücken verbinden, die „Marke Niederbayern“.

Das ist für sie Niederbayern – egal ob es die Wahrheit ist oder nur ein Klischee. Denn wir können überhaupt nicht verhindern, dass es eine „Marke Niederbayern“ gibt. Wir sollten daher gemeinsam und aktiv versuchen, den Inhalt positiv zu beeinflussen.

Ein anderes Beispiel aus der Arbeit des Regionalmarketings ist die Koordination der Botschafter Niederbayerns. Diese prägt ebenso das Bild des Regionalmarketings wie die Messestände auf der CeBIT, Transport & Logistik und auf der Expo Real. Das hervorragende Konzept der „Botschafter Niederbayerns“, aus dem später

die Idee mit einer „Botschaft Niederbayerns in München“ entstanden ist, gibt es mittlerweile seit rund sechs Jahren.

Damit hat das Regionalmarketing rund 100 sympathische, erfolgreiche und ihrer sozialen Verantwortung bewusste Unternehmer, Sportler und Künstler als exzellente Repräsentanten des Bezirks im In- und Ausland gewonnen. Die Lage des Bayerwaldhauses als Botschaft Niederbayerns in München ist für die Anliegen Niederbayerns einfach überaus ideal.

Die Botschaft befindet sich nur wenige Minuten von der Staatskanzlei entfernt, ganz in der Nähe mehrerer Großverlage, von zahlreichen Unternehmen, Institutionen, Verbänden, Journalisten und Kulturschaffenden, mit denen dort künftig vermehrt in Kontakt getreten wird. Frei nach dem Motto „Wenn der Prophet nicht zum Berg kommt, dann kommt der Berg halt zum Propheten“ hat das Regionalmarketing dort seit dem Herbst 2009 bereits zehn Veranstaltungen, teils kleinere und größere Treffen, aber auch Pressekonferenzen und Ministergespräche, abgehalten. Wir sind sehr froh, die Idee „Botschaft Niederbayerns“ umgesetzt und etabliert zu haben.