

# MONOGRAPHIEN DEUTSCHER WIRTSCHAFTSGEBIETE



## Wirtschaftsregion Niederbayern



Die Einweihung der Botschaft Niederbayerns (v. re. n. li.):  
Regierungspräsident Heinz Grunwald, Bezirkstagspräsident  
Manfred Hölzlein, Staatsminister Helmut Brunner,  
Tourismusdirektorin Dr. Gabriele Weishäupl, Nieder-  
bayern-Botschafter Hannes Burger

The opening of Lower Bavaria's Embassy (right to left):  
Chief Executive Heinz Grunwald, County Council  
President Manfred Hölzlein, Secretary of State Helmut  
Brunner, Tourism Director Dr Gabriele Weishäupl,  
Lower Bavarian Ambassador Hannes Burger

Regionalmarketing ist nicht gleich Werbung. Es ist 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 üben ihre Kompetenzen für Niederbayern aus. Aber erst zusammen mit den überregionalen Aktivitäten des Regionalmarketings ergibt sich daraus ein positives Gesamtbild und die leistungsstarke Marke „Zukunftsregion Niederbayern“.

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 von Niederbayern im Detail auseinanderzusetzen und dafür die Aufmerksamkeit der Medien zu erreichen.

Von der Markenführung bekommt die Region einen positiven Abstrahl- und Rückkopplungseffekt auf alle Kommunen zurück.

Mittlerweile hat das Projekt Regionalmarketing, das vom Bezirk Niederbayern getragen und vom Wirtschaftsministerium mitfinanziert wird, eine gute Zustimmung erfahren.

Das gilt insbesondere für das neue Veranstaltungskonzept „Botschaft Niederbayerns“, mit der in der Landeshauptstadt München eine Plattform für die Anliegen der Niederbayern geschaffen wurde. Eine Plattform auch für die 120 Botschafter Niederbayerns, die sich als Markenrepräsentanten in den Dienst ihrer Heimat stellen.

Diesen Kurs möchten die Verantwortlichen für das Regionalmarketing auch in Zukunft beibehalten und gemeinsam mit den Ministerien, der Presse, den Kammern, mit Regierung und Bezirk auf diese Weise wichtige Begegnungen, Projekte, Veranstaltungen und Gespräche einsteuern und fördern.



Regional marketing is not the same as advertising. It also means adapting to the “markets of the regions” and promoting its image among competitors. Regional marketing accompanies the activities of territorial authorities such as the economic stimulus programs without being the agent for attracting new settlements. Each rural district and each town exercises its competence on Lower Bavaria’s behalf. But it is only when these activities are combined with those of the supraregional ones that a positive overall picture is achieved and the high-performance brand of “Lower Bavaria, region of the future” becomes of note.

Specific brand work will help Lower Bavaria’s industry to further prosperity represented in a secure present and future employment situation and high quality of life in the region.

With this in mind, it is the task of regional marketing to examine in detail Lower Bavaria’s many locational advantages, which, incidentally, vary considerably from one rural district to the other, and thereby attract the media’s notice.

A positive radiation and feedback effect would then be felt by all the communities in the region from the major brands.

In the meantime, the regional marketing project which is organised by the district of Lower Bavaria and which receives financial assistance from the economics ministry is experiencing excellent acceptance.

This is particularly applicable for the new “Lower Bavaria’s Embassy” events concept, which has created a platform in the state capital of Munich for the concerns of the Lower Bavarians. It is also a platform for the 120 Lower Bavarian ambassadors who have placed themselves in the service of their homeland as brand representatives.

The bodies responsible for regional marketing intend to firmly hold to this course and, together with the Ministries, the press, the chambers, with the government and district, trigger and promote important meetings, projects, events and discussions.

Die Überreichung des durch das Regionalmarketing Niederbayern initiierten IT-Atlas Niederbayern (v. re. n. li.): IHK-Hauptgeschäftsführer Walter Keilbart, Der Beauftragte für Regionalmarketing Michael Kliebenstein, Vorstand IT-Forum Thomas Zajac, Technologieberater der IHK Dieter Hilgärtner

Presentation of the IT atlas Lower Bavaria initiated by Lower Bavaria’s regional marketing (from right to left): CCI’s Chief Executive Officer Walter Keilbart, Executive for Regional Marketing Michael Kliebenstein, Chairman IT Forum Thomas Zajac, CCI’s Technology Consultant Dieter Hilgärtner

## Information

Gründungs Jahr: 2005

Mitarbeiter: 3

Aufgabenspektrum:

- Aufbau und Führung der „Marke“ Niederbayern
- Stärkung des Standortes Niederbayern im Wettbewerb mit benachbarten Wirtschaftsräumen, die sich ihrerseits als Marke präsentieren
- Steigerung von Bekanntheit, Ansehen, Interesse und Anziehungskraft
- Unterstützung von Interessen der Wirtschaft insgesamt und einzelner Unternehmen im Speziellen
- Koordination und Information der „Botschafter Niederbayerns“, die für die Marke Niederbayern stehen

Year founded: 2005

Employees: 3

Range of tasks:

- to build up and manage Lower Bavaria as a “brand”
- to strengthen the location of Lower Bavaria in competition with neighbouring economic areas which also present themselves as brand names
- to increase their prominence, standing, interest and attractiveness
- to support the interests of industry as a whole and some of the companies in particular
- to coordinate and pass on information concerning “Lower Bavaria’s Ambassadors”, representing the brand of Lower Bavaria

Regionalmarketing  
Niederbayern  
Landshut