



Liebe Freunde, sehr geehrte Interessierte an unserer Region!

Wem ein guter Ruf vorausgeht, hat vieles leichter.

Erstmals haben wir jetzt für unsere Region die Chance, gemeinsam an unserem künftigen Image zu bauen: Wie sehen wir uns selbst, was ist uns wichtig und welches gemeinsame Zukunftsbild möchten wir nach außen tragen?

Der Startschuss zum Image-Projekt, das aus Mitteln der EU und des Landes finanziert wird, ist vor wenigen Wochen gefallen. Die Medien haben bereits berichtet.

Seither haben wir großes Interesse erfahren und viele positive Rückmeldungen erhalten. **Unser besonderer Dank gilt dabei den bereits über 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern** der unterschiedlichen Gesprächsrunden, die schrittweise den Weg zu einem neuen Image-Konzept begleiten.

Mit diesem Newsletter möchten wir Ihnen Einblicke und Infos zu den bisherigen Etappen und dem weiteren Weg des Projekts geben.

Mit herzlichen Grüßen

Jochen Werderitsch

Geschäftsführer
Regionalmanagement

Valerie Böckel

Projektleiterin

Von außen ziemlich viel Bewunderung

Viele kennen sie: Einzelne Berichte in den Medien, wo die eigene Gegend oder Heimatstadt nicht gut wegkommt. – Aber welches Image hat die östliche Obersteiermark eigentlich insgesamt in den Medien, wenn man alle Berichte von ein, zwei Jahren zusammennimmt?

Eine Region mit Zukunft

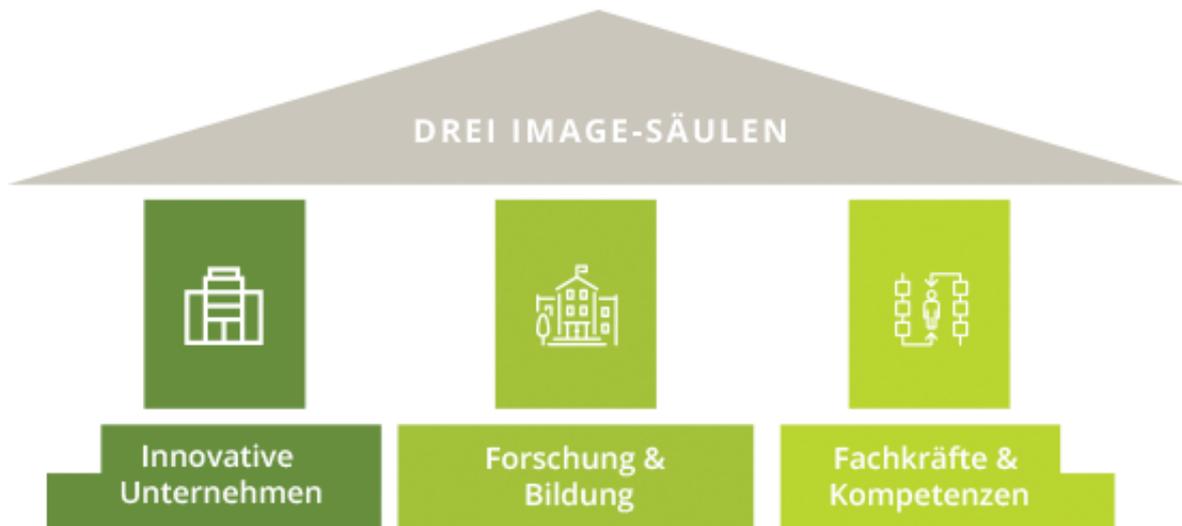
Über 600 Medienberichte aus 2017/18 hat das SORA-Institut untersucht, und das Ergebnis ist eindeutig: Die positiven Meldungen und Geschichten aus der Region überwiegen bei weitem. Hinter diesem positiven Medienecho stehen handfeste Erfolge und Leistungen: Innovationen aus den ansässigen Betrieben, neue Projekte in den Forschungseinrichtungen wie dem MCL oder K1 MET – sie schaffen es immer wieder sogar in ausländische Zeitungen und zeigen ganz konkret die Dynamik und Zukunftsausrichtung der Region auf.

Wo Forschung und Industrie zusammentreffen: ein neues Image vom High-Tech-Land

Insbesondere in der Wirtschaftspresse kündigt sich ein Image der Region als „High-Tech-Land“ an: Grau und stinkend war gestern, die neue Industrie ist digital, smart und braucht vor allem das Wissen und die Kompetenz der ansässigen Fachkräfte und Forschungseinrichtungen. „Österreichs Silicon Valley ist die Steiermark“, heißt es da zum Beispiel in einem Artikel im Magazin trend mit besonderem Bezug auf die östliche Obersteiermark. Andere schreiben vom „Technologieland“, der steirischen Wirtschaftspower oder vom „Innovationszentrum“ Österreichs.

Ein gemeinsames Zukunftsbild zeichnen

Das mediale Bild ist also besser als sein Ruf, und es ruht auf den starken Säulen der ansässigen Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Fachkräfte. Im Imageprojekt geht es darum, auf dieser Basis weiter zu bauen: Wie sieht die Bevölkerung die eigene Region? Ist das High-Tech-Image stimmig, und wie lässt es sich mit der besonderen Lebensqualität der Region verbinden? Und welches Zukunftsbild der Obersteiermark möchte man letztlich zeichnen und nach außen tragen?



Neues Image bitte mit Frauen

Welches Image hat die Region derzeit aus Frauensicht? Was macht sie für Frauen heute schon attraktiv und wie könnte sie sich in Zukunft weiter in eine positive Richtung entwickeln? – Diese Fragen haben sich 12 Frauen aus der Region gestellt und dabei ihre Erfahrungen aus unterschiedlichen Berufen, Wohngemeinden und Lebenswegen mitgebracht. – Impressionen einer höchst lebendigen Gesprächsrunde.



Die Frauen gestalten gemeinsam ihre Version der Region ...



... und zeigten klare Vorstellungen.

„Es ist eine Freude, dass es so viele engagierte Frauen in der Region gibt“, so das Fazit einer Teilnehmerin.

Lesen Sie mehr zu den Geschichten und Zukunftsperspektiven aus dieser Gesprächsrunde in unserem nächsten „Frischen Wind“.

Wir sind Region

Spannung herrschte bei einer Großveranstaltung am 25. Juni in Kapfenberg. Endlich wurden die ersten Analysen des lange erwarteten Image-Projekts präsentiert. Zielsetzung der Veranstaltung: einen Schritt weiter in Richtung eines gemeinsamen Image-Dachs für die Region gehen. Großes Interesse herrschte bei den VertreterInnen der Arbeiterkammer, Wirtschaftskammer, AMS, Bürgermeister, Tourismus, Stadtverwaltungen, Verkehr, Regionalentwicklung und Bildungseinrichtungen.

Wir haben viel zu bieten

Die östliche Obersteiermark ist eine lebendige und dynamische Region, wirtschaftlich stark, mit zwei hoch angesehenen Hochschulen, Top-Unternehmen, guter Verkehrsanbindung, Einkaufsmöglichkeiten, und das in einem Freizeit- und Naturparadies. So fasste Dr. Florian Oberhuber vom SORA-Institut die Ergebnisse seiner Marktforschungen zur Region zusammen.

„Die Bevölkerung ist stolz auf diese Region“. Aber: „Außerhalb wird diese Stärke zwar in Wirtschaftsmedien schon gesehen, aber noch nicht in der breiten Bevölkerung“.

Ein gemeinsames Image-Dach

In Kleingruppendiskussionen setzten sich Vertreterinnen und Vertreter der Region mit diesen Befunden auseinander: Was macht uns als Region aus und wie können wir unser Image stärken?

Die Schlussfolgerung: Es braucht ein gemeinsames Image-Dach, damit unsere Stärken nach außen weithin sichtbar werden, gemeinsame Kernbotschaften und starke neue Bilder einer lebendigen, attraktiven Region. „Das Potential ist da. Und einiges ist noch zu tun.“

Gemeinsam stärker

In zwei Stunden intensiven Austauschs entstand so ein lebendiges Bild der Region – mit Blick auf bestehende Stärken ebenso wie auf Herausforderungen für die künftige Entwicklung. Ein wiederkehrendes Thema in den Diskussionen: Es braucht die Vernetzung und Zusammenarbeit in der Region, um nach außen mehr zu bewegen.

„Aus einer Kehle, mit einer Stimme sprechen – dieses Ziel verfolgen wir“, so Regionalmanager Jochen Werderitsch und Projektleiterin Valerie Böckel vom Regionalmanagement Obersteiermark Ost. „Und deshalb möchten wir so viele Meinungen wie möglich hören. Nur so können wir es schaffen, dass unsere Region als jene wahrgenommen wird, die sie wirklich ist: Weltklasse!“

Wir gehen wir es an

Im April ist der Startschuss zum Image-Projekt gefallen, das mit Mitteln der EU (EFRE) und des Landes Steiermark finanziert wird. Bis Jahresende wird nun in einem breiten Prozess ein strategisches Kommunikationskonzept erarbeitet. Die Umsetzung des Konzepts – eine Image-Kampagne – wird im Jahr 2019 ausgeschrieben.

Die Eckpunkte der Konzeptentwicklung:

Laufzeit: 2018

Projektleitung: Regionalmanagement Obersteiermark Ost

Auftragnehmer: [SORA Institute for Social Research and Consulting](#), [wiko prevent|k](#)

Projektschritte:

1. **Bestandsaufnahme und Analyse:** Mediendiskurs 2017/18, repräsentative telefonische Befragungen innerhalb und außerhalb der Region
2. **Beteiligung und Dialog:** Diskussion der Analysen mit VertreterInnen aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik, Gesellschaft und Institutionen
3. **Konzeptentwicklung:** Claim, Botschaften, Bildwelten, Maßnahmenplanung
4. **Abschlussevent** mit allen Beteiligten in der Konzept-Entwicklung und Kick-off zur Umsetzung

Über die Ergebnisse der Bevölkerungs-Befragungen (in & außerhalb der Region) informieren wir Sie im nächsten Newsletter nach der Ferienzeit!



Frischer Wind im O-Ton



Im Recruiting merken wir, dass es nicht um vergangene Erfolge geht, sondern immer um die Zukunft: Die Menschen entscheiden sich für uns, weil sie eine gute Entwicklung des Unternehmens sehen. Weil wir ihnen ein überzeugendes Bild vermitteln können, in welche Richtung es gehen wird. – Ich denke dieser Fokus auf die Zukunft ist ebenso zentral für das Image der Region.

Mag. Paul Felsberger

Geschäftsführung voestalpine Stahl Donawitz GmbH

Bei uns bewerben sich Fachleute aus der ganzen Welt. Besonders erinnere ich mich an eine Amerikanerin. Die hatte Uni-Standorte in allen Erdteilen daraufhin durchleuchtet, wo sich ein guter Job mit einem guten Leben am besten verbinden lässt – und sie ist auch nach Leoben gekommen. Für mich selbst ist diese Verbindung von Leben und Arbeit auch etwas Besonderes: Ich kann in der Stadt wohnen, zu Fuß zur Arbeit gehen und ich habe trotzdem die Berge direkt vor der Haustür.



Univ.-Prof. Dr. Wilfried Eichlseder

Rektor Montanuniversität



Im NAZ geht es mir darum, die Besten der Besten aus ganz Österreich zu uns zu holen. Dafür ist die Image-Kampagne, wie sie jetzt angegangen wird, eine super Sache!

Mag. Christian Schwarz

Leiter Nordisches Ausbildungszentrum Eisenerz

Von außen werden wir ganz stark als einheitliche Region wahrgenommen: Ich erinnere mich an einen Industriellen aus den USA, mit dem wir verschiedene Standorte besichtigt haben. Am Ende sagte der: „Wieso reden Sie von verschiedenen Städten, das gehört doch alles zusammen“.



Oliver Freund, MBA

Geschäftsführung AREA m styria GmbH



Mir geht's um die Imagewirkung nach außen. Bei internationalen Präsentationen des TRV gilt es das Image unserer Region zu stärken und das mit der Marke Steiermark, die bereits bekannt und positiv besetzt ist. Denn unsere Gäste sind die besten Botschafter.

Claudia Flatscher

Geschäftsführerin TRV Hochsteiermark

