



## **Liebe Freunde, sehr geehrte Interessierte an unserer Region!**

Eine große Mehrheit der Bevölkerung ist stolz darauf, dass unsere Region wirtschaftlich attraktiv und erfolgreich ist. Das hat eine im Rahmen des Image-Projekts durchgeführte, repräsentative Befragung gezeigt – **doch außerhalb der Obersteiermark sind unsere Betriebe und unsere Stärken in Wirtschaft, Technologie und Forschung noch viel zu wenig bekannt.**

**Für den Erfolg der kommenden Image-Kampagne braucht es ALLE.** Denn nur gemeinsam können wir eine starke Außenwirkung schaffen. Besonders wichtig ist daher auch die Mitwirkung der Unternehmen: Ihre erfolgreichen Produkte, attraktiven Arbeitsplätze und Innovationen sind der Stoff und die authentischen Belege für den starken Auftritt, den wir uns nach außen wünschen.

Wir haben daher für die aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung und des Regionalressorts des Landes Steiermark finanzierte Image-Kampagne von Anfang an auf Einbindung gesetzt – und zwar bereits in der Konzeptentwicklung. Über 200 Personen haben bereits an Präsentationen und Gesprächsrunden zum Image-Projekt teilgenommen: Ganz herzlichen Dank für Ihre Beiträge und Ihr Engagement!

Ein besonderer Dank gilt den vielen GeschäftsführerInnen und ManagerInnen, die sich für Gespräche Zeit genommen haben. Ihnen und ihren Unternehmen ist dieser dritte „Frische Wind“ unter dem Motto „Wirtschaftspower“ gewidmet.

Denn mit dem Start der Image-Kampagne im neuen Jahr wollen wir die Power unserer Region endlich auch in ein starkes Image übersetzen!

Eine anregende Lektüre wünschen  
mit herzlichen Grüßen

**Jochen Werderitsch**

Geschäftsführer  
Regionalmanagement

**Valerie Böckel**

Projektleiterin

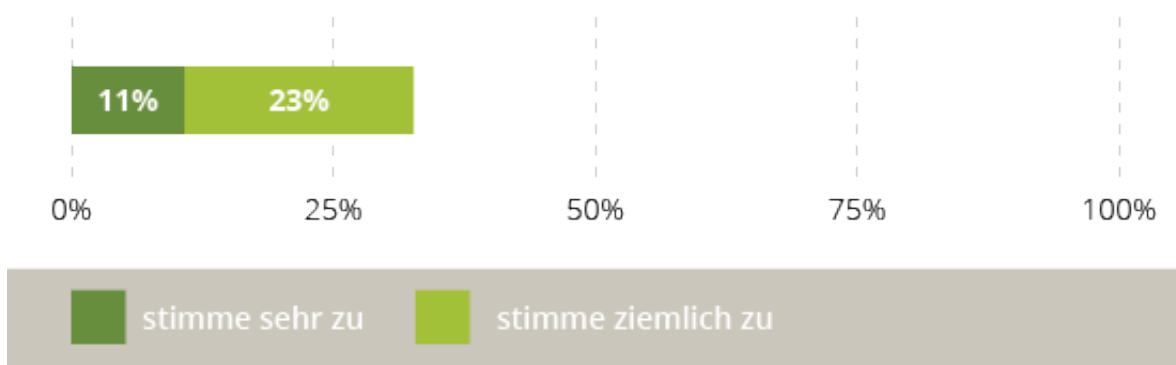
---

## Außen-Sicht: (noch) unbekannte Stärken

*Im letzten „Frischen Wind“ haben wir bereits Befragungs-Ergebnisse zum Image der östlichen Obersteiermark innerhalb der Region berichtet. Wie aber steht die Region im Blick von außen da? Auch dieser Frage wurde in einer repräsentativen Befragung durch das SORA-Institut nachgegangen. Dazu wurden 700 Personen im Alter von 15 bis 45 Jahren in angrenzenden Bezirken, der restlichen Steiermark sowie den Bundesländern Niederösterreich, Burgenland und Wien befragt.*

### Hidden Champions

*Die Region hat gute Arbeitgeber und Karrierechancen.*

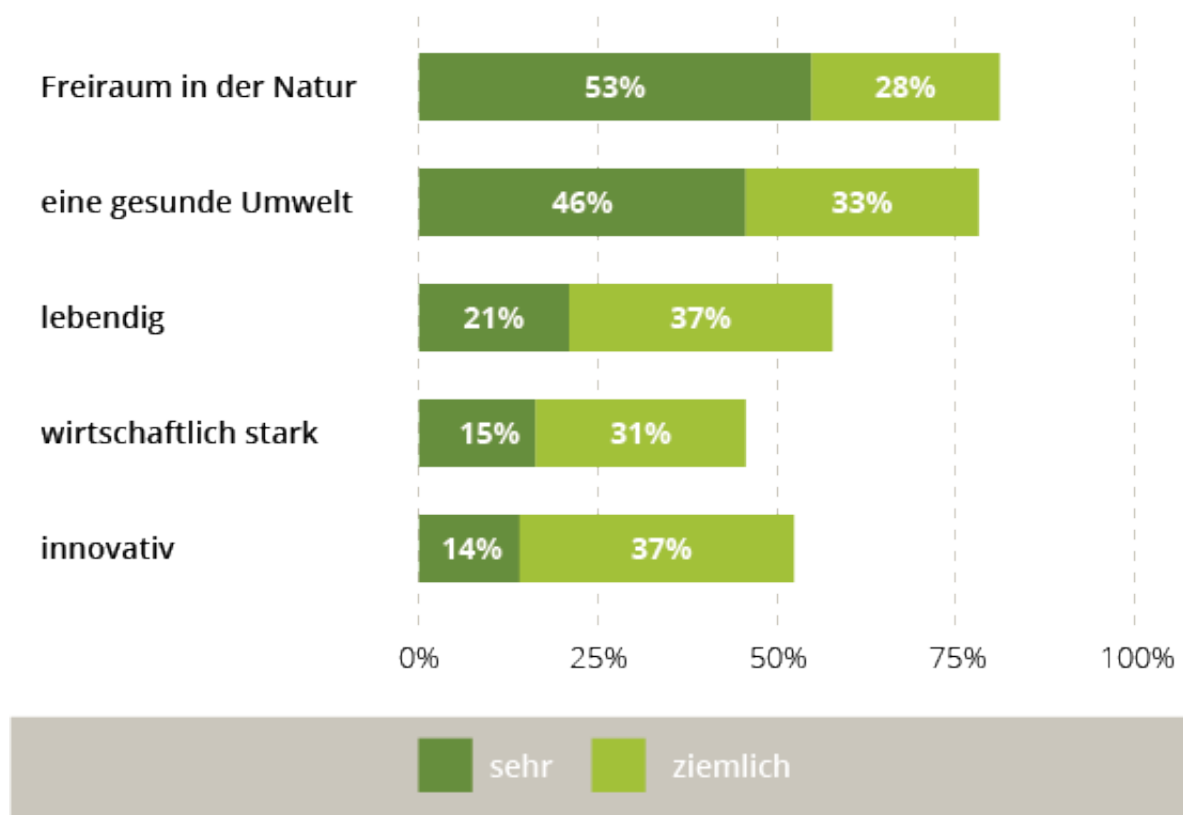


Eine dynamische Wirtschaft, Vollbeschäftigung, internationale Top-Unternehmen mit Top-Jobs in Forschung und Hightech: Die Obersteiermark bietet, wovon die meisten Regionen in Österreich nur träumen können. Doch in der Außensicht stimmt derzeit nur ein Drittel der Befragten zu, dass die Region „gute Arbeitgeber und Karrierechancen bietet“.

Jetzt geht es darum, die eigenen wirtschaftlichen Stärken und Unternehmen auch nach außen zu erzählen und bekannt zu machen, damit sie sich im Image niederschlagen. Frei nach dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber.“

## Ein schönes Stück Österreich – mit (noch) unbekannten Stärken

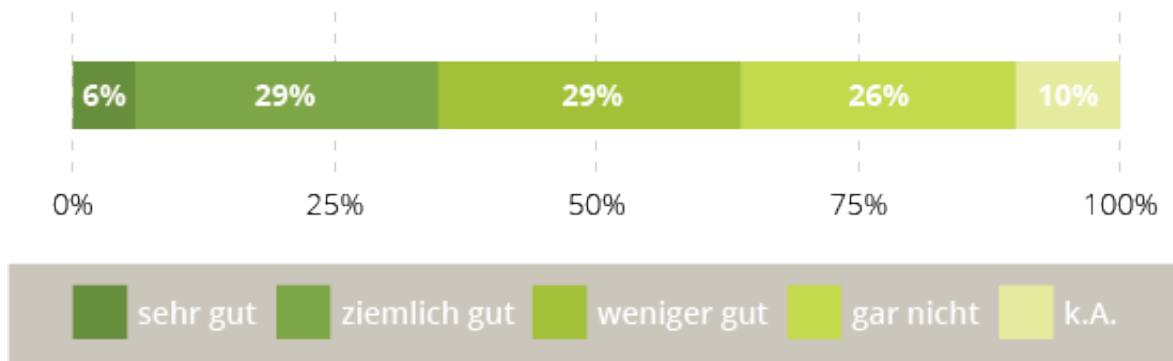
Wie gut passen die folgenden Begriffe zur östlichen Obersteiermark?



Freiraum in der Natur, Wälder, Berge, frisches Wasser – das wird der Obersteiermark im Blick von außen schon jetzt mehrheitlich zugeschrieben. Deutliche Luft nach oben gibt es hingegen beim Wirtschaftsimage und Zuschreibungen wie „wirtschaftlich stark“, „lebendig“ und „innovativ“. Hier gilt es anzusetzen, um Image und Attraktivität der Region effektiv zu verbessern.

## Gut arbeiten und gut leben – eine attraktive Kombination

Wie gut können Sie sich vorstellen, in der östlichen Obersteiermark zu leben?



Nachdem im Fragebogen unterschiedliche Aspekte der östlichen Obersteiermark zur Bewertung vorgelegt wurden, konnten die Befragten am Ende auch angeben, wie gut sie sich persönlich vorstellen können, in der Region zu leben. Das Ergebnis: Rund drei von zehn können sich das „ziemlich gut“ vorstellen und weitere 6% sogar „sehr gut“.

Dabei zeigt sich: Das Image einer lebendigen Region mit guten Chancen und hoher Lebensqualität wirkt besonders attraktiv. So können sich unter jenen, die bereits von den guten Betrieben und Karrierechancen in der Region wissen, sogar mehr als die Hälfte (56%) sehr/ziemlich gut vorstellen, hier zu leben.

---

## Wir sind gut, reden wir darüber

*Rund 100 Unternehmer/innen und Führungskräfte aus Bildung, Tourismus, Politik und Verwaltung haben sich am 9. Oktober im großen Theatersaal des Hotel Böhlerstern versammelt. Drei Stunden lang wurde intensiv diskutiert: Was ist den Unternehmen und Organisationen für die kommende Image-Kampagne besonders wichtig? Und was können diese auf der anderen Seite zu einem starken Außenauftritt beitragen?*

## Eine starke Wirtschaft für ein starkes Image

Die Obersteiermark hat eine starke Wirtschaft, wie die Statistik zweifelsfrei zeigt, und dahinter stehen starke und engagierte Persönlichkeiten. Die am 9. Oktober im Hotel Böhlerstern versammelten UnternehmerInnen, Vorstandsmitglieder, ManagerInnen und DirektorInnen repräsentierten die ganze Breite der regionalen Wirtschaft: KMUs in der Industrie, Brauereien, Banken und Versicherungen, Baugewerbe, Consulting, Gastronomie und Tourismus, Bildung, IT, Logistik, Werbung und Kommunikation, Gesundheit, Handel etc. Was sie alle gemeinsam haben: ein vitales Interesse an einem guten Image der Region, denn egal ob im Verkauf oder in der Anwerbung von Personal – ein guter Ruf macht vieles leichter.

## Selbstbewusst nach außen auftreten

Nach einleitenden Worten durch Jochen Werderitsch vom Regionalmanagement und Susanne Delle Karth von wikopreventik zum strategischen Konzept für die kommende Image-Kampagne brachten VertreterInnen aus der Region ihre Sicht auf das Thema ein.

**Elfriede Säumel** von der Wirtschaftskammer stellte in ihrem Statement die Kombination von innovativen Betrieben auf höchstem Niveau und einer naturnahen, lebenswerten Region als besondere Stärke heraus.

**Ing. Herbert Scherübel**, Geschäftsführer des erfolgreichen Installationsbetriebs, betonte wie neu zugezogene Mitarbeiter die hohe Lebensqualität der Region und die zentrale Lage schätzen. Das sollte eine Image-Kampagne nach außen betonen.

Die Baudirektorin der Stadt Kapfenberg, **DI<sup>in</sup> Sabine Christian**, ergänzte in ihrem Statement die imagebildende Wirkung von Architektur und das große Potential in diesem Bereich.

**Cornelia Niesenbacher**, Inhaberin von Da Maurizio in Bruck, freute sich über das hohe Engagement der Anwesenden und machte auf den großen Beitrag von Frauen zur regionalen Wirtschaft aufmerksam.

**Martin Hintsteiner**, Geschäftsführer des gleichnamigen Familienunternehmens, stellte die enorme Kompetenz und Innovationskraft der Region heraus, eine optimale Basis, um nach außen selbstbewusst aufzutreten.

Zugleich sind die Kompetenz und das Wissen der hiesigen Fachkräfte, Forschungs- und Bildungseinrichtungen eine optimale Voraussetzung für innovative Unternehmen, wie **Ing. Mag. Claus Mittendorfer** von voestalpine BÖHLER Edelstahl betonte.

## Die Potentiale der Region nutzen

An zehn Tischen haben die TeilnehmerInnen in Arbeitsgruppen intensiv weiter diskutiert und ihre Erfahrungen und Vorschläge eingebracht. Die stärkere Verwertung der vorhandenen Potentiale stand dabei besonders im Zentrum: die Vernetzung, die Nutzung von Plattformen, die Synergien in der Außenkommunikation zwischen Wirtschaft und Tourismus, das heißt letztlich der große gemeinsame Auftritt als Region unter dem Motto „gemeinsam sind wir stark“.

## Dynamik nutzen und ausbauen

Im Blick auf die Zukunft betonten viele TeilnehmerInnen die starke wirtschaftliche Dynamik der Region und die Chancen, die sich daraus ergeben: Jetzt gelte es, weiter zu investieren, Lebensqualität und Angebote auszubauen – vom öffentlichen Verkehr und Infrastrukturen für PendlerInnen über Freizeit und Tourismus bis hin zu Bildung und Kinderbetreuung sowie hochwertigem Wohnraum. Dabei werde die Obersteiermark in Zukunft noch internationaler werden, denn die stark wissensbasierten Unternehmen ziehen Fachkräfte auch aus dem Ausland an. Auf der To-do-Liste daher auch: englischsprachige Kinderbetreuung und Bildungsangebote ausbauen.



## Industrie voraus für ein zeitgemäßes Image

*Lebhaftes Interesse herrschte bei einer Veranstaltung für Großunternehmen aus der Industrie am 21. September im CCD der voestalpine Metal Engineering Division. 50 hochkarätige EntscheidungsträgerInnen aus unterschiedlichen Branchen haben diskutiert, mit welchen Hebeln das Image und die Attraktivität des Standorts am besten gehoben werden können. Und es herrschte Einigkeit: Von einem starken gemeinsamen Auftritt können alle nur profitieren.*

## Image ist Standortfaktor

Mit einer Vielfalt innovativer Unternehmen, der starken Vernetzung von Forschung und Industrie bis hin zu international erfolgreichen Hightech-Schmieden ist die Obersteiermark für die Zukunft bestens aufgestellt. Diese Stärke wird in der Wirtschaftspresse durchaus schon gesehen. Das Image in der breiten Bevölkerung hinkt aber noch weit hinterher. Und das ist ein Nachteil, gerade auch im Wettbewerb um die besten Köpfe und Fachkräfte.

„Tolle Betriebe und Jobs allein reichen heute nicht mehr. Man muss auch nach außen wirkungsvoll kommunizieren, was man zu bieten hat“, brachte es Marketing-Experte **Prof. Stefan Lennardt** in seinem Vortrag auf den Punkt. „Eine Image-Kampagne wirkt auch nach innen“, ergänzte **Mag. Paul Felsberger**, zuständig u.a. für Personal bei der voestalpine Metal Engineering: Denn ein gutes Image fördere letztlich auch die Mitarbeiterzufriedenheit und die Bindung an die Region.

## Einheitlich und schlagkräftig nach außen auftreten - gemeinsam mehr Sichtbarkeit

Eine Image-Kampagne für die Region kann daher viel bewegen, sind sich die anwesenden TeilnehmerInnen aus den Unternehmen einig und: Es brauche einen gemeinsamen Auftritt, einheitliche Botschaften nach außen und die Einbeziehung aller Kanäle, um wirklich schlagkräftig kommunizieren zu können.

An Inhalten und Stories für eine künftige Kampagne mangelt es aus Sicht der Unternehmen nicht: „Die Unternehmen in der Region haben für ein positives Image viel beizutragen“, so **Alexandra Zelisko**, Marketingleiterin bei voestalpine Tubulars. „Unsere erfolgreichen Produkte, innovativen Teams, unsere Forschung an neuen Technologien – das sind alles authentische Belege für eine lebendige Region mit einer starken Zukunft.“



## Volles Commitment für die Kampagne

„Ich sehe das Image-Projekt als eine einmalige Chance für unseren Standort“, so Regionalmanager Jochen Werderitsch, „eine Chance, die wir nur gemeinsam nutzen können.“ Daher setze das Image-Projekt auf breiteste Beteiligung, und zwar schon in der aktuellen Phase der Strategieentwicklung.

Mit dem geballten Know-how und den Vorschlägen aus sechs Arbeitsgruppen brachte die Veranstaltung eine reiche Ernte ein. Am Ende herrschte Aufbruchsstimmung und ein starkes Commitment für die kommende Kampagne, denn Image stärken heißt Unternehmen stärken. „Als moderner, innovativer und international tätiger Industriebetrieb in der Region geben wir daher der Image-Kampagne unsere volle Unterstützung“, so **Ing. Mag. Claus Mittendorfer**, Geschäftsführer bei voestalpine BÖHLER Edelstahl.



## Frischer Wind im O-Ton



*Die Unternehmen in der Region haben für ein positives Image viel beizutragen: unsere erfolgreichen Produkte, innovativen Teams, unsere Forschung an neuen Technologien – das sind alles authentische Belege für eine lebendige Region mit einer starken Zukunft.*

**Alexandra Zelisko**

General Manager Marketing and Corporate Development, voestalpine Tubulars

---

*Damit wir im Standortwettbewerb wahrgenommen werden, müssen wir als Region einheitlich nach außen kommunizieren. Nutzen wir diese Chance!*

**Harald Egger**

Head of Human Resources Department, Pankl Racing Systems



*Außerhalb ist noch viel zu wenig über die Unternehmen in der Region bekannt. Die Image-Kampagne bietet jetzt eine einmalige Gelegenheit, aktiv und vor allem einheitlich und daher schlagkräftig nach außen zu kommunizieren.*

**Mag.ª Sandra Brantner**

Leitung Konzern-Personalmanagement Mayr-Melnhof Holz Leoben

---

*Ich war immer der Meinung, für meine Zukunft nach Graz gehen zu müssen. Dabei bietet die Region enorm viele Möglichkeiten, sich in Bildung und Beruf weiterzuentwickeln. Den wenigsten jungen Leuten ist das bewusst. Hier sollte eine Image-Kampagne ansetzen.*

**Carolin Kogler**

Schülerin Altes Gymnasium





*Ein Gebäude ist wie die öffentliche öffentliche Visitenkarte einer Organisation oder Firma und prägt den ersten Eindruck. Mit guter Architektur können wir viel für das Image der Region bewegen.*

**DI<sup>in</sup> Sabine Christian**  
Baudirektorin Kapfenberg

*Aus meiner Erfahrung weiß ich, wie begeistert neu zugezogene Mitarbeiter von unserer Region sind. Wir haben die starke Wirtschaft, günstigen Wohnraum, eine wunderschöne Natur. All das sollte die Image-Kampagne nach außen tragen.*

**Ing. Herbert Scherübel**  
Geschäftsführer Scherübel's Söhne GmbH



*Als moderner, innovativer und international tätiger Industriebetrieb in der Region geben wir der Image-Kampagne unsere volle Unterstützung.*

**Ing. Mag. Claus Mittendorfer**  
Kaufmännischer Geschäftsführer, voestalpine BÖHLER  
Edelstahl

