

2006



Touristik

Landwirtschaft

Kultur

Wirtschaft

Ostfriesland

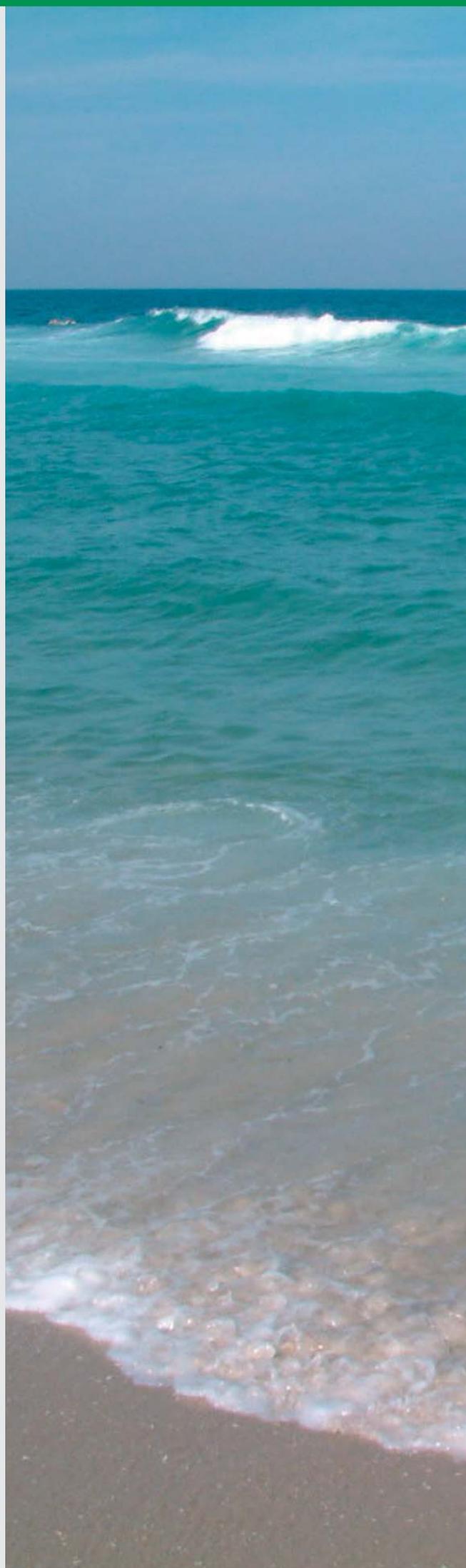
Titelfoto: Stromann

die Marke



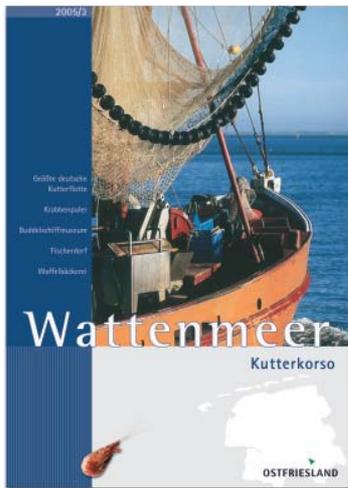
OSTFRIESLAND

mit Weitblick



Inhalt

Ostfriesland – die Region mit hoher Lebensqualität	4
Ostfriesland – eine Region wird zum Markenbegriff	4
Tourismus – besser erholen	5
Landwirtschaft und Natur – Ostfriesland liefert gesunde Qualität	5
Regionale Kulturgeschichte – lebendig, unverwechselbar	5
Wirtschaft – Kompetenz von Natur aus	5
Ostfriesland steht für Qualität und Lebensfreude	6
Ein schlichtes Zeichen sagt auf Dauer mehr als viele Worte	6
Die Markenbotschaft – eine gemeinsame Sache	7
Was Sie davon haben	8
Wir suchen starke Partner	8
Logopartner	8
Markennutzer	8
Netzwerke	8
Markennutzer werben preisgünstig	8
So läuft eine Freigabe	9
Ihr Vorteil als Grafiker	10
Umsetzungsbeispiele	10
Impressum	11



Beispiel für einen touristischen Auftritt im neuen Design

Ostfriesland - die Region mit hoher Lebensqualität

Ostfriesland ist eine bekannte deutsche Region und ein beliebtes Urlaubsziel. Wer Ostfriesland erlebt hat, kommt gerne wieder. Das weite Land prägt die Menschen dieser Region. Sie sind weltoffen, leben ihre Traditionen und gehen aufrichtig und entspannt miteinander um. Viele Ostfriesen, die in der Ferne sind, zieht es früher oder später wieder zurück in ihre Heimat. Ostfriesen sind einzigartig. Über Jahrhunderte

haben sie zwischen Moor und Meer ihren eigenen Stil entwickelt: eine reiche Kultur und hohe Kompetenz, die beim Umgang mit Wasser, Wind und Wetter nicht aufhört. Also gute Gründe, sich für Ostfriesland zu entscheiden, sei es, um sich hier zu erholen oder hier zu leben und zu arbeiten: Ostfriesland steht für eine besondere Lebensqualität.

Ostfriesland - eine Region wird zum Markenbegriff

2002 gründeten die Landkreise, Städte, Gemeinden und Führungskräfte aus Bildung, Naturschutz, Landwirtschaft, Gewerbe, Tourismus, Parteien und Gewerkschaften den Verein Region Ostfriesland e.V., um diese Lebensqualität bekannter und Ostfriesland zum Markenbegriff zu machen.

Ziel ist es, das Image der Region zu stärken und durch die Zusammenarbeit bei höherer Qualität auch noch Kosten zu sparen. Die Arbeit begann mit einer ausführlichen Bestandsaufnahme.

Danach wurden Konzepte entwickelt und getestet. Gesucht wurde eine Markenbotschaft, die alle typisch ostfriesischen Stärken und Merkmale in wenigen Worten „auf den Punkt“ bringt.

Jetzt liegen die Ergebnisse auf dem Tisch. Sie berücksichtigen das Urlaubsziel, den Wohnort und den Wirtschaftsstandort.

Ein Logo, ein Gestaltungsrahmen, ein Markenhandbuch sind fertig. Regeln für die Qualitätssicherung und Finanzierung der Marke wurden gemeinsam entwickelt.

Dabei helfen die Großen den Neuen. Bekannte ostfriesische Firmen mit starken eigenen Marken werden das neue Ostfriesland-Logo in ihre Außendarstellung aufnehmen. Das neue Zeichen wird so ohne großen Aufwand und mit minimalen Kosten schnell und über Ostfriesland hinaus bekannt werden.

Reich an kulturellen Besonderheiten



Tourismus

– besser erholen

Nordsee, Inseln, Wattenmeer, Deich, Düne, Moor und grünes Marschland sind die Schätze von Ostfriesland. Bis zum Horizont offenbart sich dem Besucher das weite ostfriesische Land mit viel Natur. Gäste und Einwohner lieben diese Landschaft. Erholung steht dabei für unsere Gäste an erster Stelle, und das Thema Erholung wollen wir dementsprechend auch in der Werbung noch mehr als bisher in den Mittelpunkt stellen. „Paddel und Pedal“, Inline-Skating auf den langen geraden Strecken rund um Wittmund und Jever und der Musikalische Sommer zwischen Groningen und Wilhelmshaven sind bereits bekannt. Aber rund um den Urlaub auf dem Bauernhof, die Reize von Moor und Wallheckenlandschaft, um unser kulturelles Erbe, aber auch um gesunde Ernährung und Naturschutz sind noch viele Themen und Angebote zu entwickeln und bekannter zu machen.

Landwirtschaft und Natur

– Ostfriesland liefert gesunde Qualität

Frischer Wind, das weite Land und das klare Wasser mit einer sehr guten Qualität sind die besten Bedingungen für landwirtschaftliche Spitzenprodukte. Hochwertige ostfriesische Lebensmittel vermitteln lebendige Tradition von ihrer besten Seite. Vom Emdener Matjes über das legendäre Salzwiesenkalb bis zum unverzichtbaren Kruiden im Rheiderland, von „Updrögt Bohnen“ bis zum Mehlputt finden sich Einfaches und Raffiniertes nebeneinander. „Ostfriesland Kulinarisch“ nennt sich ein Verband regional engagierter Spitzenköche. Hier finden Sie auf der Speisekarte Angaben zu den verwendeten Zutaten einschließlich der Adressen und Öffnungszeiten der Hersteller und Höfe, von denen das gesunde Rohprodukt stammt.

Kultur

– lebendig, unverwechselbar

Ostfrieslands Kulturgeschichte ist vielfältig und facettenreich. Die ostfriesische Kultur ist bis heute im Alltag lebendig. Die Menschen „proten op Platt“ miteinander und pflegen ihre Gemeinschaft bei der bekannten ostfriesischen Teezeremonie. Dann gibt es mindestens drei Tassen starken Ostfriesen-Tees mit „Kluntje“ und Rahm. Die Wohnhäuser und Kirchen zeigen sich in dem roten, gemauerten Ziegelwerk. Die weltbekannte ostfriesische Orgellandschaft und die auffälligen, großen Gulfhöfe, das typische Geschirr und manches traditionelle Handwerk vom Teestövchen bis zur Bosselkugel runden das Bild ab. Gäste und Einwohner können sich das ganze Jahr über blendend unterhalten. Überraschung und Spannung liefern Romane, Märchen, Spukgeschichten, „Dönekes“ und „Ostfriesenkrimis“, die Moor und Watt oder dunkle Gassen der mittelalterlichen Städte Ostfrieslands zum schaurigen Tatort machen.

Wirtschaft

– Kompetenz von Natur aus

Ostfriesland ist seit jeher ein starker Standort in maritimer Verbundwirtschaft, Umwelt- und Energietechnik. In der Windkraft sind wir Weltmarktführer. Wasserwirtschaft und Bauwesen erbringen immer wieder technische Pionierleistungen, vom Deichbau bis zum Emssperrwerk. Loyale Fachleute sind hier zuhause, die bis zum Ende mitdenken und denen gute Ergebnisse persönliche Ehrensache sind.

Die Standortkosten sind erfreulich niedrig, und dieser Umstand ist ein wichtiger Standortvorteil gegenüber anderen deutschen Regionen. Ostfriesland bietet viel Platz für die Ansiedlung von Betrieben. Kurze Wege und gut funktionierende Netzwerke in Wirtschaft, Verbänden und Verwaltung erleichtern den Start und gemeinsame große Projekte.

HKS 58 N

HKS 41 N

HKS 71 N + 30%

HKS 82 N

HKS 92 N

Farbangaben für die Gestaltung der Schwerpunktbereiche

Im Zusammenspiel unterschiedlicher Facetten entsteht ein attraktives Bild

Ostfriesland steht für Qualität und Lebensfreude

„In Ostfriesland lebt man eben besser.“ Diese Antwort erhalten Sie gleichermaßen von Urlaubern, Unternehmen und Einwohnern, wenn Sie fragen, was Ostfriesland auszeichnet. Wir haben Kunden und Gäste befragt und wissen ziemlich genau, wie unser Bild außerhalb der Region ist. „Ostfriesen“ werden als nüchterne und zurückhaltende, aber eben auch als sehr zuverlässige, gradlinige und kompetente Zeitgenossen eingeschätzt. Spitzenleistungen in Seefahrt, Windkraft und Landwirtschaft verleihen den Ostfriesen ein modernes Image, das

wunderbar in Tradition und Geschichte Ostfrieslands verankert ist. Den Umgang damit prägt ein freundliches „Understatement“. Dieser Stil ist typisch und authentisch, eine echte Markeneigenschaft, die Geschäftspartnern und Gästen gleich gut gefällt. „Mal eben“ mit anzupacken, aber auch „mal eben Tee trinken“ – beides ist selbstverständlich.



OSTFRIESLAND



Ein schlichtes Zeichen sagt auf Dauer mehr als viele Worte

Das neue Logo ist der Schriftzug „Ostfriesland“ und ein kleiner grüner Pfeil, der nach oben links zeigt – genau dorthin, wo Ostfriesland aus Sicht

der anreisenden Urlauber liegt. Grün wie das Land, dabei so schlicht und unverwechselbar wie Ostfriesland „eben“ selbst.

P.S.: Anstecker (handwerkliche Goldschmiedearbeit sind beim Verein erhältlich.
Pro Stück 60,- Euro incl. Versand.

Foto: Redline



Foto: Nolopp/Gerdes

Die Markenbotschaft – eine gemeinsame Sache

Einfach, klar und dauerhaft stellen sich große Marken dar. Sie versprechen eine Leistung, die sie halten können. Mit der Zeit entwickeln sie eine eigene Persönlichkeit und gelten als besonders vertrauenswürdig. Wir haben viel dafür getan, ein entsprechend belastbares Versprechen zu finden und zu vereinbaren. Über 60 Konzepte wurden vorgeschlagen und in zwei Jahren darauf geprüft, ob sie geeignet sind, die „Marke Ostfriesland“ zu tragen. Lebensqualität kristallisierte sich als gemeinsame Klammer heraus. Der Gestaltungsrahmen transportiert Klarheit, Ruhe, schlichte Gediegenheit und Respekt, lässt aber viel Platz für große Bilder. Der grüne Pfeil und der Schattenriss der ostfriesischen Halbinsel spannen einen weiten Rahmen auf, in dem sich Städte und

Gemeinden, Firmen und Verbände bestens präsentieren können. Pünktlich zum Lückenschluss der A31 sind wir erstmals mit dem neuen Zeichen angetreten. Banner mit dem neuen Logo überspannten, Seite an Seite mit der etablierten Marke „Nordsee“, die neue Autobahn zwischen Bottrop, Emden und Leer.



Ganzseitige Anzeige/Plakat zum Lückenschluss der A 31

Erster Markenauftritt vor einem Millionen-Publikum, Bandenwerbung beim Eröffnungsspiel in der Düsseldorfer LTU - Arena

Foto: Adelmund





Was Sie davon haben

Die Wettbewerber haben ihre Hausaufgaben gemacht. Unsere traditionellen Konkurrenten um die Gunst der Urlauber verzeichnen bereits heute hohe Zuwächse. Hunderte von Regionen allein in Deutschland bieten sich dem Gast an. Wenige haben so viele Schätze zu bieten wie wir, aber im Marketing entscheidet sich, ob der Gast das erfährt.

Hier müssen wir bestehen, indem wir mit vereinten Kräften hörbar und sichtbar werden.

Wir haben alles, was eine Marke braucht. Zwischen Mooren und Meer ist „Ostfriesland“ als Region gewachsen und so wird es auch wahrgenommen. Andere Bezeichnungen wie „Nordwesten“, „Weser-Ems“ oder ähnliche Zuschnitte sind nicht annähernd so bekannt.

Wir suchen starke Partner

Logopartner

Ein gemeinsames Herkunftszeichen

Sie sind Inhaber einer bereits bekannten ostfriesischen Marke? Dann möchten wir Sie zu einer Markenpartnerschaft einladen. Nutzen Sie das neue Ostfriesland-Logo auf Ihren Werbeflächen und Produkten.

Treten Sie so als Förderer und Sponsor für Ostfriesland auf – und nutzen Sie diese Plattform für Ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit. Wir halten Sie auf dem Laufenden über die Kommunikation aller anderen Logopartner. Sie zahlen jährlich 150 Euro, mehr kostet Sie das nicht.

Markennutzer

Ostfriesland – ein komplettes Corporate Design

Ostfriesland ist ohnehin Ihr Anliegen – beispielsweise in der Wirtschaftsförderung, im Tourismus, in einer Verbandsfunktion? Sie vermarkten ostfriesische Spezialitäten? Dann können Sie als Markennutzer den kompletten Gestaltungsrahmen nutzen und dadurch Ihre Marketingkosten senken. Unsere Vorarbeiten unterstützen Sie vom Einkauf bis zur Umsetzung. Profitieren

Sie vom guten Ruf der Gemeinschaft der Markennutzer und Markenpartner. Sie zahlen nicht mehr und nicht weniger als den jährlichen Vereinsbeitrag. Die aktuelle Beitragssatzung finden Sie auf unserer Internetseite:

www.modellregion-ostfriesland.de

Netzwerke

Sie sind politisch tätig oder haben Netzwerke in der Region? Sie möchten das Projekt „Ostfriesland“ mit Ihrem persönlichen Einsatz unterstützen? Dann helfen Sie uns im Verein. Unabhängig von der Mitgliedschaft ist uns Hilfe und konstruktive Kritik jederzeit willkommen, direkt und unkompliziert, so wie es in Ostfriesland „eben“ am besten funktioniert.

Markennutzer werben preisgünstig

Ein detailliertes Marken- und Gestaltungshandbuch unterstützt Sie als Markennutzer in jedem Aspekt bis hin zur Titelbildauswahl Ihrer Druckerzeugnisse. Die Vorlagen für die Markennutzung liegen in einem professionellen Ursprungsformat zur Weiterverarbeitung vor. Schaffen Sie sich ein durchgängiges und einprägsames Erscheinungsbild und sparen Sie auf diesem Weg bares Geld – manchmal bis zu 50% der Entwurfskosten. Weitere Vorteile ergeben sich aus dem gemeinsamen Einkauf vom Druckpapier bis zum Versand. Langfristig bauen wir ein gemeinsames Bildarchiv auf, das allen Nutzern gemeinsam kostenlos zur Verfügung steht.

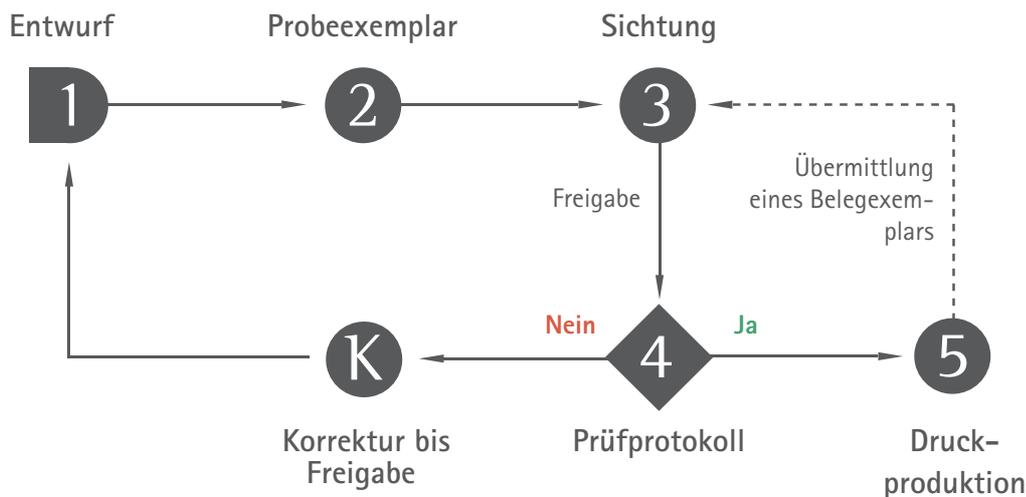
Alle Markennutzer beschließen jährlich den gemeinsamen Marketingplan der Marke „Ostfriesland“ und ermitteln daraus einen Umlageschlüssel für die notwendige Finanzierung. Bereits 2005 wird dieser Prozess durch die Chance erleichtert, den Anschubvorgang mit Mitteln aus dem Modellprogramm „Region Aktiv“ des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) zu fördern.

*Eine gute Idee,
eine attraktive
Marke und starke
Partner stehen für
den Erfolg*

So läuft eine Freigabe

Sie reichen uns Ihren Entwurf (typischerweise als PDF- Datei) zur Durchsicht ein, bevor Sie produzieren bzw. drucken. In der Regel erhalten Sie ein ausführliches Freigabeprotokoll noch am selben Tag – falls es länger dauert, erfahren Sie das immer schnell. Aber 10 Tage halten wir ein (Kalendertage incl. Ostern und Weihnachten) – wir wissen, dass dieser zusätzliche Schritt keine unnötige Belastung für Sie sein darf. Wenn Sie nach der Freigabe alles fertig haben, stellen Sie uns ein Belegexemplar und kurze Angaben zu Auflage und Vertriebsweg zur Verfügung. Auch das geht in der Regel per e-mail und Post mit wenigen Handgriffen. Der Vorteil liegt auf der Hand: aus der Summe aller Informationen können wir das große Bild zusammensetzen, das alle Markennutzer nach

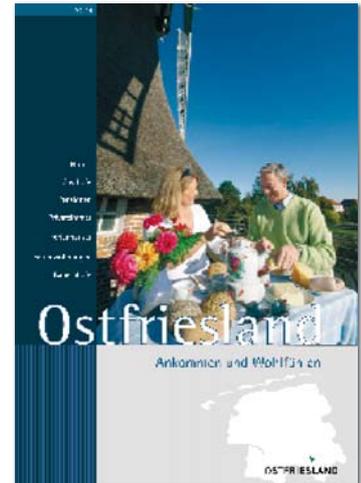
außen erzeugen – eine Information, aus der wir alle gemeinsam direkt Kapital schlagen können, beispielsweise indem wir neue Kanäle gemeinsam öffnen und andere nicht mehr wie sonst überfluten. Und nach mindestens drei erfolgreichen Freigaben sowie einer Teilnahme an einer unserer Markennutzerkonferenzen können sich professionelle Nutzer (Agenturen, Kommunikationsfirmen usw.) auch in aller Form von der Verpflichtung zur Freigabe befreien lassen. Nur eins bleibt immer Pflicht: die Übergabe des Belegexemplars mit Angaben zur Auflagenstärke und des Vertriebswegs – und das ist im Interesse aller Beteiligten.



- 1 der Markennutzer erstellt einen Entwurf
- 2 ein Probeexemplar wird 10 Tage vor dem Drucktermin in der Geschäftsstelle des Vereins eingereicht (Angaben: Auflagenhöhe und Vertriebswege)
- 3 die Geschäftsstelle sichtet das Probeexemplar
- 4 auf der Grundlage des Prüfprotokolls wird die Freigabe erteilt oder abgelehnt
- 5 nach der Freigabe kann die Produktion starten (die Geschäftsstelle erhält ein Belegexemplar)

K falls die Freigabe versagt wird, ist ein korrigierter Entwurf zu erstellen und einzureichen

Ende 2005 ist der Einstieg mit dem neuen Erscheinungsbild in vollem Gange:



Ostfriesland Tourismus GmbH



Ostfriesland Tourismus GmbH



Die Ostfriesische Landschaft erstellt in dieser Art ihre Broschüren, hier im ziegelroten Layout für den Bereich Bildung und Kultur...

Ihr Vorteil als Grafiker

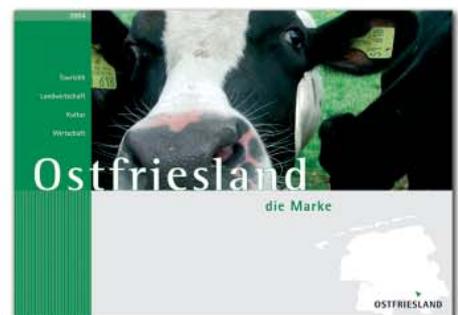
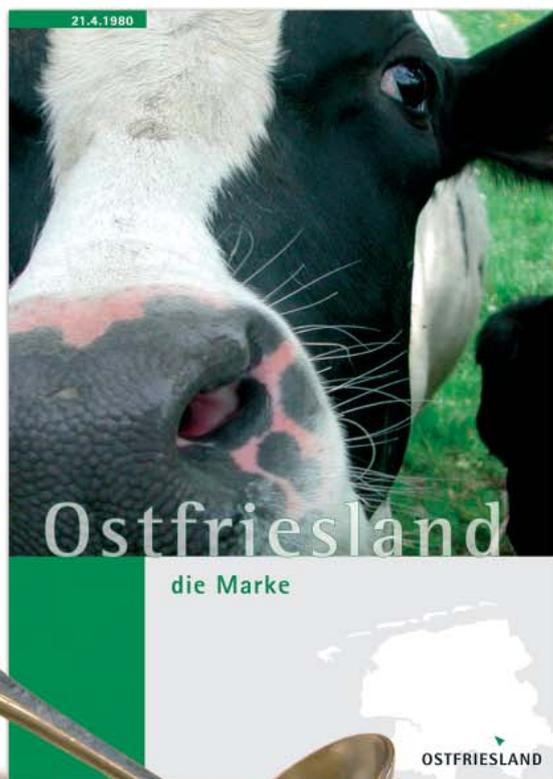
Synergien ergeben sich durch Bündelung einerseits und durch Vermeidung von Doppelarbeiten andererseits. Die Marke liefert beides. Dem Grafiker steht sofort ein Baukasten mit professionelle Gestaltungselementen und Vorlagen zur Verfügung. Damit wird die Arbeit einfacher und im Ergebnis ist eine Veröffentlichung schneller zu realisieren, da die

Entwicklungszeit für das technische Layout verkürzt wird. Für Broschüren im Schnitt um ca. 30 – 50 % .

Auf diese Weise erhält der Grafiker mehr Zeit für kreative Aufgaben. Schließlich entstehen durch ästhetisch ansprechende Printerzeugnisse dauerhafte Beziehungen zwischen dem Grafiker und seinen Kunden.

Beispiele für Vorlage

Von oben nach unten:
 Flyer DIN A 4 Hochformat
 gefalzt 10 auf 21, Rückseite und
 Vorderseite
 Broschüre DIN A 4 Hochformat,
 Rückseite und Vorderseite
 Plakat DIN A 2 Hochformat,
 Broschüre DIN A 4 Querformat,
 Vorderseite
 Broschüre DIN A 4 Quadratfor-
 mat, Vorderseite



Sahnelöffel:
 Ostfriesisches Werkzeug
 zum Wölkchen machen

Foto: Redline





kommen Sie an Bord

Impressum

Dr. Hajo van Lengen

Region Ostfriesland e.V.

Marktpassage 4

26603 Aurich

Tel. + 49 (0) 4941 – 698 25 50

Fax + 49 (0) 4941 – 698 25 59

modellregion@ostfriesland.de

www.modellregion-ostfriesland.de

Copyright

Region Ostfriesland e.V.

Mai 2005

*Gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz,
Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) im Rahmen des Modellprogramms „Regionen Aktiv“.
Die Verantwortung für den Inhalt dieser Broschüre liegt beim Verein Region Ostfriesland e.V.*

