

WIOS

Markenbild und Arbeitsmarkt am Beispiel der Wirtschaftsregion Ostfriesland

Forschungs- und Diskussionsergebnisse 2012 – 2014

Stand 4.2.15

Region Ostfriesland e.V.

Autorin: Brigitte Nolopp

OSTFRIESLAND®



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung



www.eu.foerdert.niedersachsen.de

Region Ostfriesland e.V. :

Regional- und Fördermittelmanagement für Ostfriesland

2002 – 2007	knapp 4 Mio. „Regionen Aktiv“
2004	Dachmarke „Ostfriesland®“ beim Patentamt offiziell eingetragen Seither Einsatz bei Tourismus und Verwaltung
2008	Marke bei regionalen Partnern, z.B. „Garten Eden“
2008 – 2010	ca. 1,8 Mio. „Kinderregion Ostfriesland“
2009 - 2010	ca. 0,6 Mio. „Garten für Jeden“



2011 – 2013

ca. 0,25 Mio. „Markenbild und Arbeitsmarkt am Beispiel der Wirtschaftsregion Ostfriesland“



Wiss. Leitung: Hochschulen in Emden und Wilhelmshaven
Antrag und Kofinanzierung: Region Ostfriesland e.V.
Lenkungebene: Hochschulen, Verein, IHK, Ostfriesische Landschaft

Ergebnisse 2013: 1.400 Seiten Rohmaterial

www.markenregion.de

Antragspartner

 **OSTFRIESLAND®**

Hochschule Emden/Leer 

Region Ostfriesland e.V. 

Stadt Emden 

Landkreis Aurich 

Stadt Norden 

LGLN (Ostfriesland) 

Ostfriesland
Tourismus GmbH 

Landwirtschaftlicher
Hauptverein Ostfriesland 

NABU Ostfriesland 

Flankierend unterstützt (Letters of
Intent, Öffentlichkeitsarbeit,
Lenkungsausschuss) durch

IHK Industrie- und
Handelskammer
für Ostfriesland und
Papenburg 

Handwerkskammer
Ostfriesland 

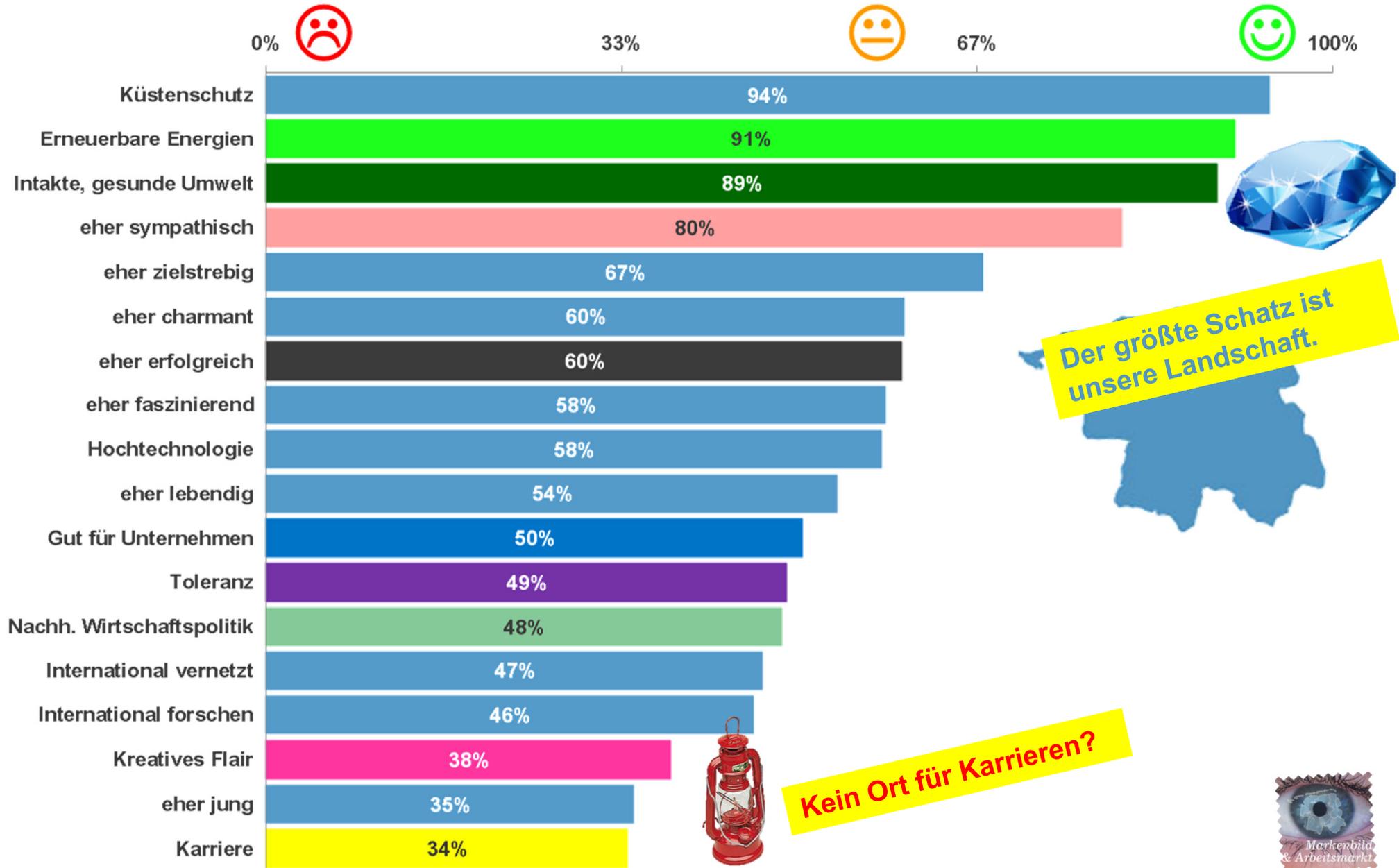
Wachstumsregion
Ems-Achse e.V. 

Ostfriesische Landschaft 

XING
Ostfriesland Network 

WIOS Internetumfrage zur Marke Ostfriesland 2012

N = 3688 Antworten zu Ostfriesland



Vergleich Ostfriesland - Emsland nach Mittelwerten

Ostfriesland N = 3688, Emsland N = 1032

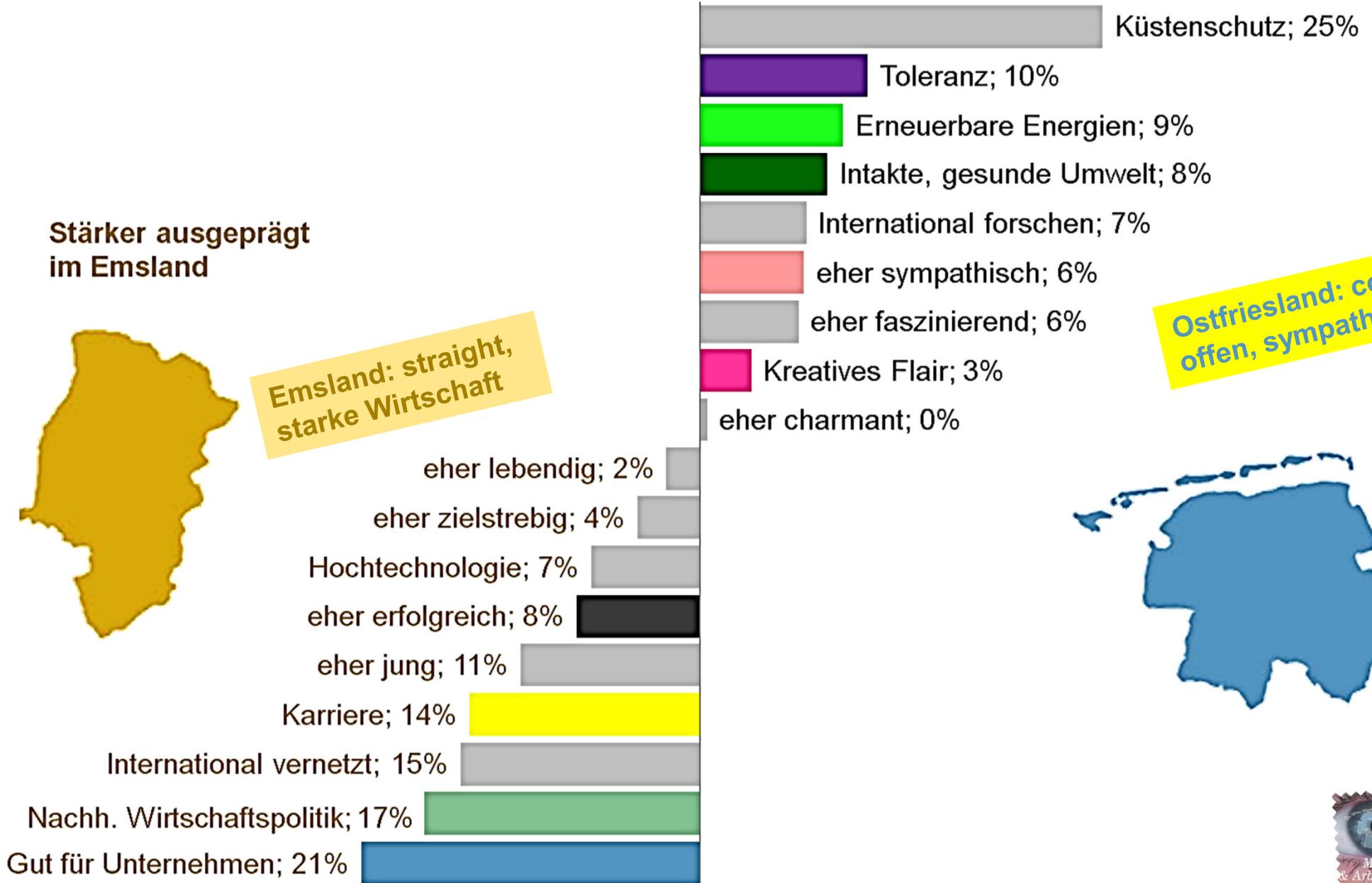


Stärker ausgeprägt im Emsland



Emsland: straight, starke Wirtschaft

Ostfriesland: cool, offen, sympathisch



Zielgruppen nach Region und Wohnort

Ostfriesland



Einwohner n = 1676
Auswärtige n = 2012

Emsland



Einwohner n = 561
Auswärtige n = 471

Wesermarsch

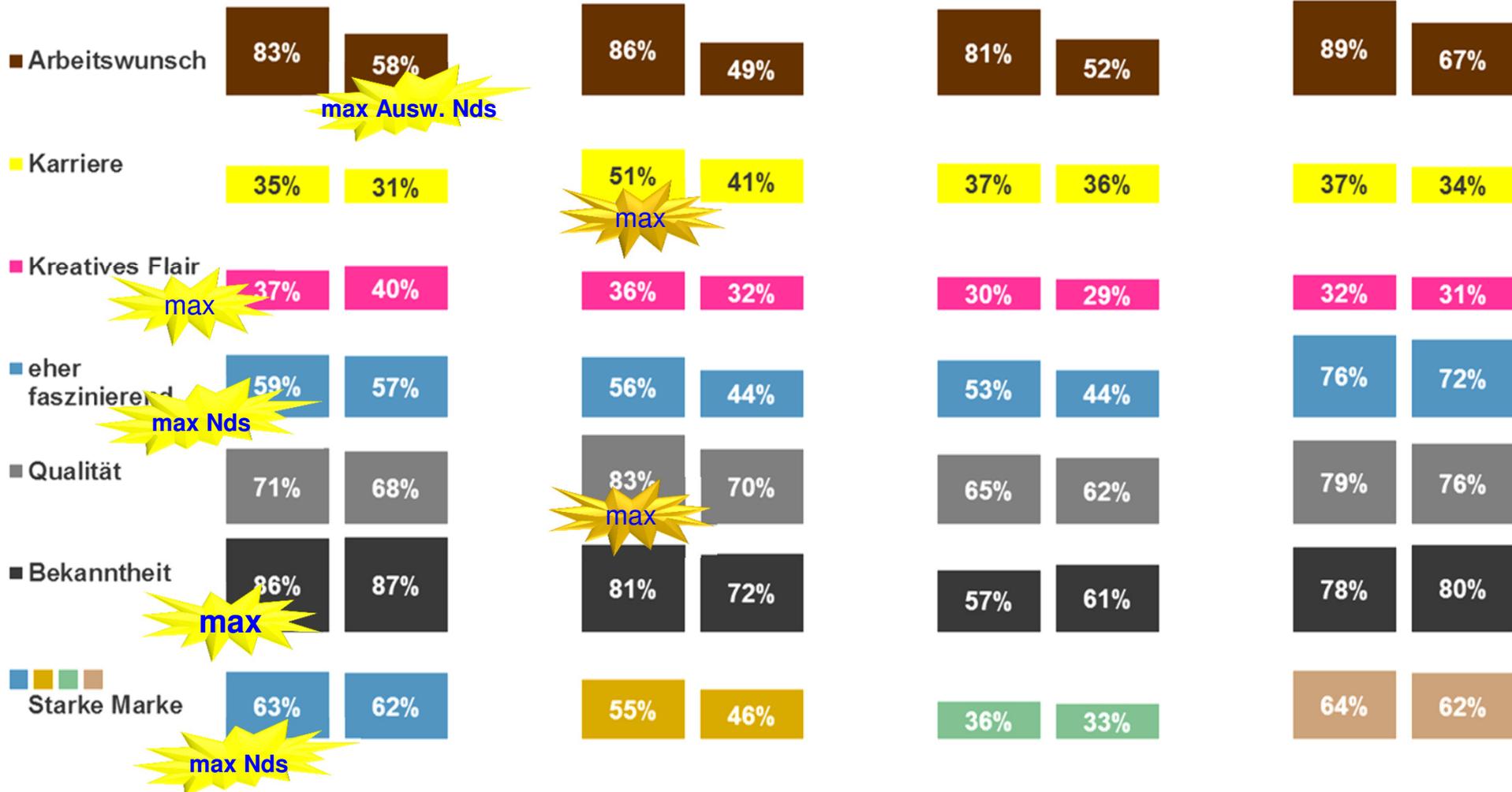


Einwohner n = 460
Auswärtige n = 481

Sächs. Schweiz - Osterzgebirge

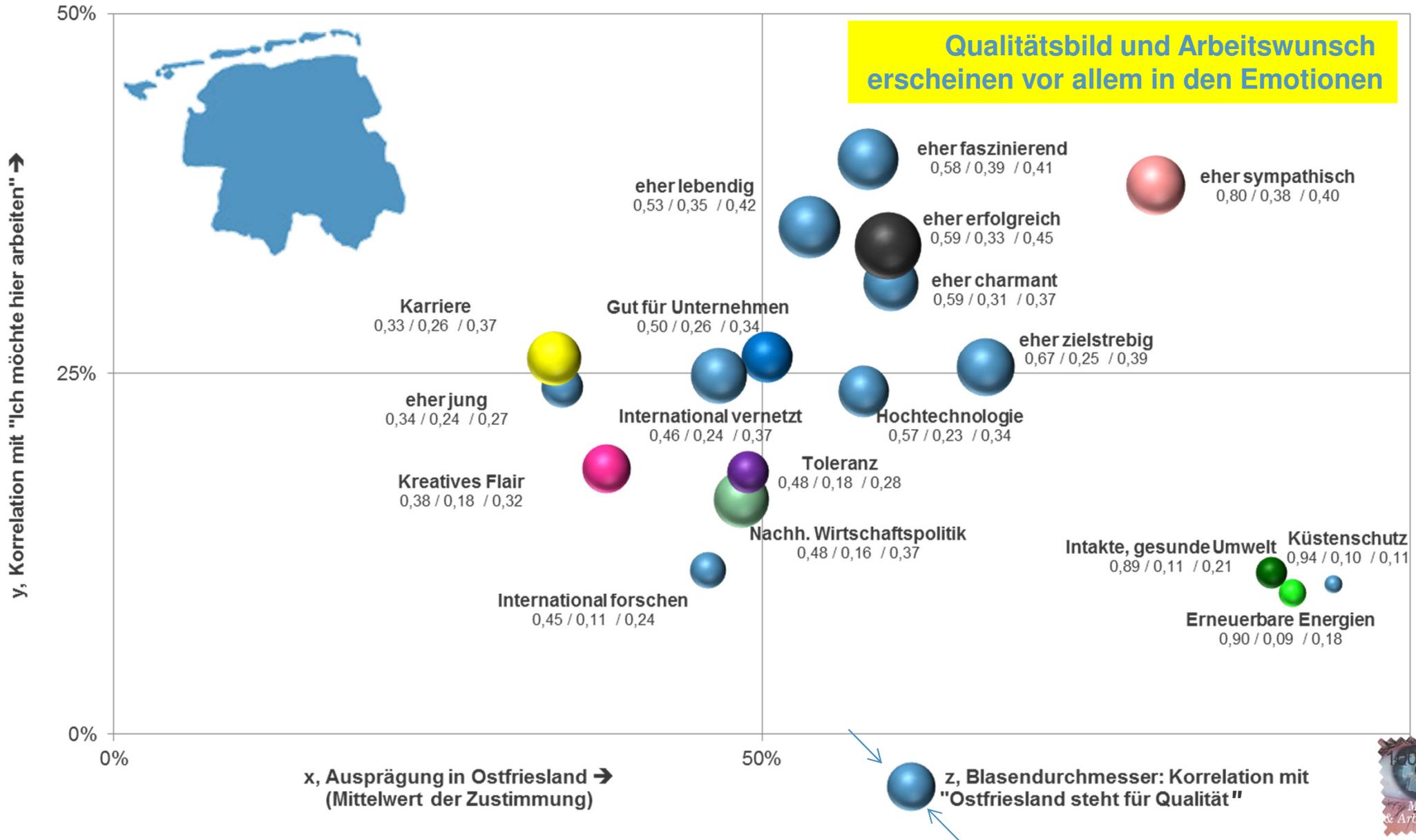


Einwohner n = 388
Auswärtige n = 516



Wie wirken diese Merkmale auf Arbeitswunsch und Qualitätsbild?

Korrelation der Ausprägung wichtiger Variablen (x) mit dem Wunsch, in der Region zu arbeiten (y) und der Aussage "Ostfriesland steht für Qualität" (z, Blasendurchmesser). Basis N = 3688



Marke = Qualität x Bekanntheit



Ostfriesland
N = 3688



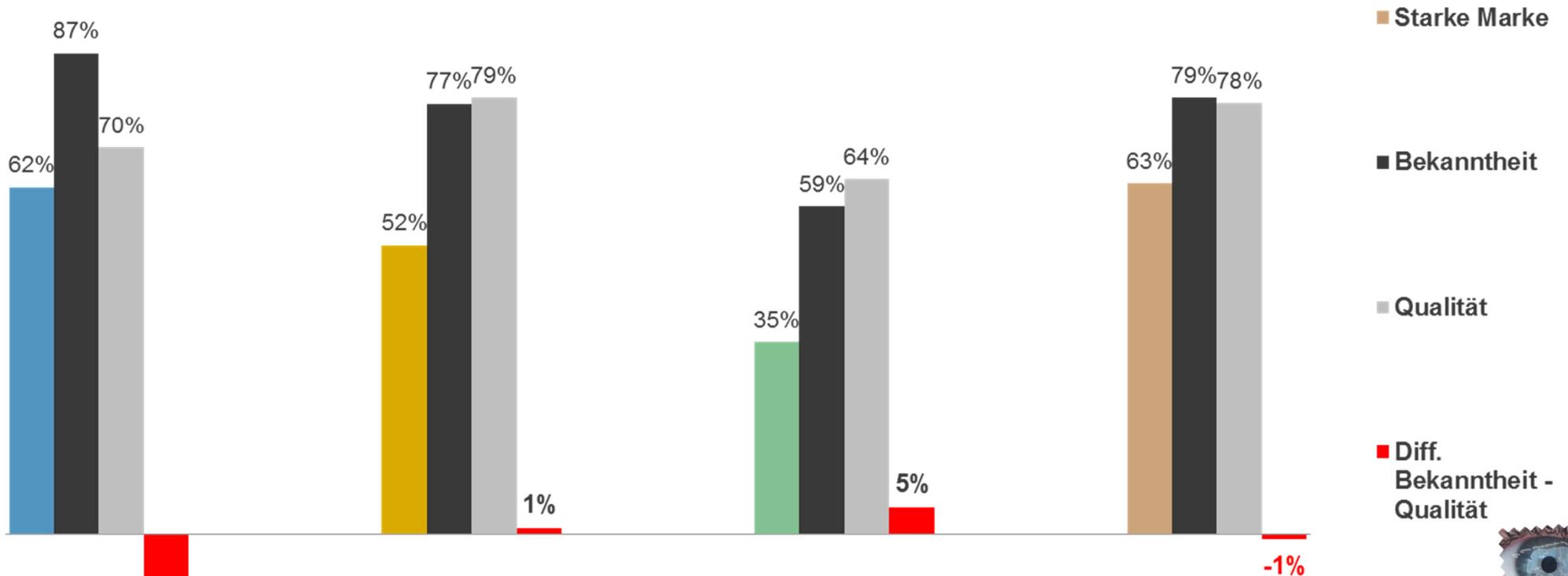
Emsland
N = 1032



Wesermarsch
N = 941



Sächs. Schweiz
- Osterzg.
N = 904



„Überbekanntheit“ → „Qualität“ sollte sich mit der Zeit auf das Niveau der Bekanntheit heraufheben lassen



Rolle und Aufgabe des Regionalrats?



So *könnte* das Ziel der Marke Ostfriesland aussehen.

Qualität ↗↗ 1.2.2018

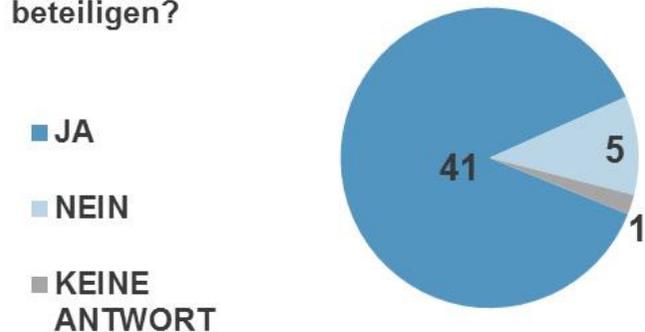


Ansätze: Ostfriesland

- der größte Schatz ist unsere Landschaft
- Modellregion der Energiewende
→ **unbedingt „Schaufenster Energie“ mit Ostfriesland verbinden**
- Lebenskunst, Kunst und Kultur
- Den Wirtschaftsstandort Ostfriesland zum Thema machen!

Marke 2014 – 2024 durch Region Ostfriesland wieder gesichert. 

Frage an die Unternehmen: Würden Sie sich an einer Initiative zugunsten der Wirtschaftsregion Ostfriesland beteiligen?



70 %



OSTFRIESLAND®
Von Natur aus reich.

OSTFRIESLAND®
Weiter denken.

OSTFRIESLAND®
Seit jeher vorn
bei Wind und Wetter.

Danke für Ihr Interesse

Rückfragen / Kritik immer willkommen

Kontakt brigitte@nolopp.de