

OSTFRIESLAND®



Markenbild und Arbeitsmarkt am Beispiel der Wirtschaftsregion Ostfriesland

Forschungs- und Diskussionsergebnisse 2012 – 2014

Stand 24.8.15

Region Ostfriesland e.V.
Brigitte Nolopp



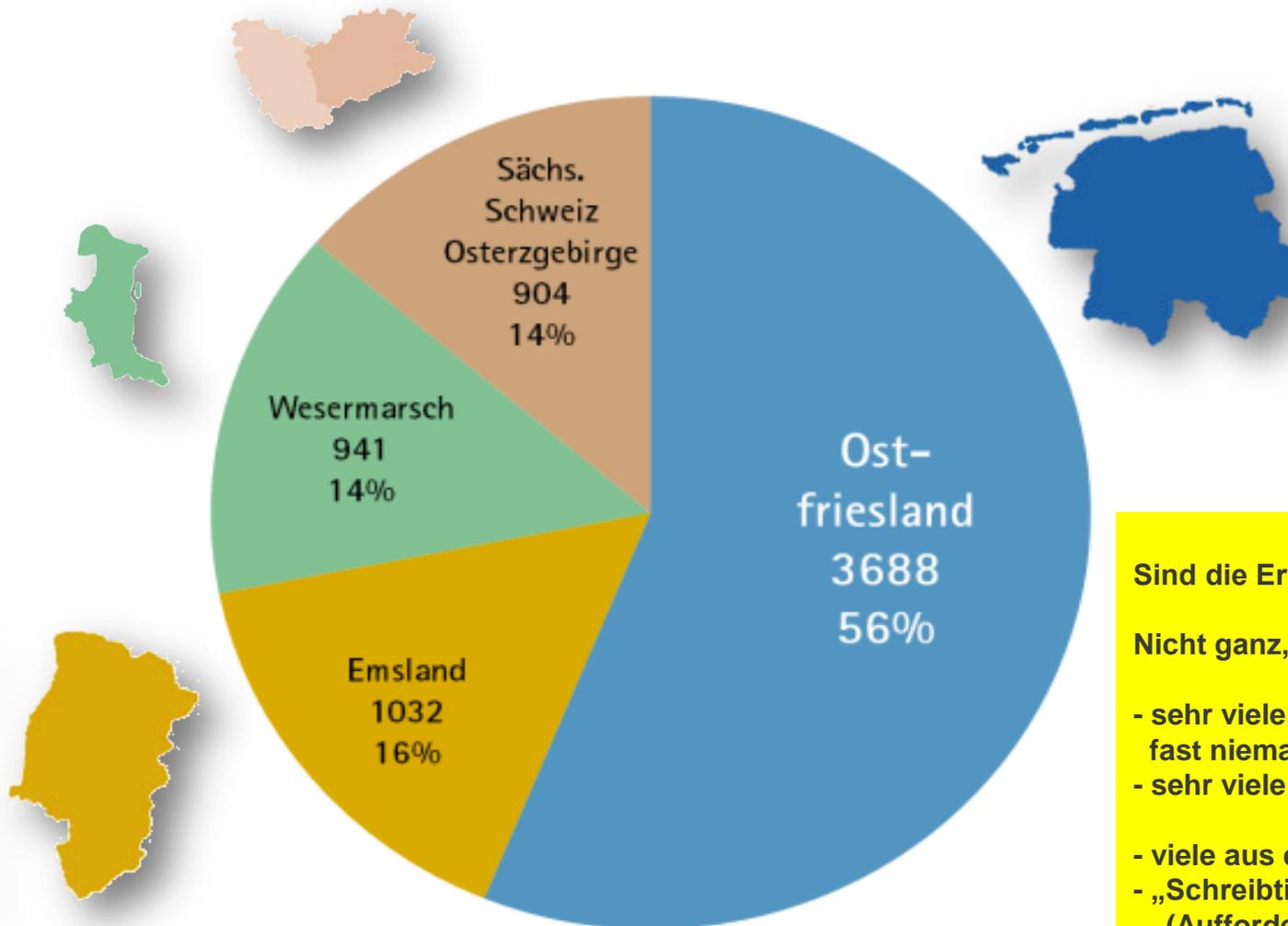
EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung



www.eu.foerdert.niedersachsen.de

Wer hat geantwortet?

In allen Untersuchungsregionen liegen deutlich mehr als 700 Antwortbögen vor.



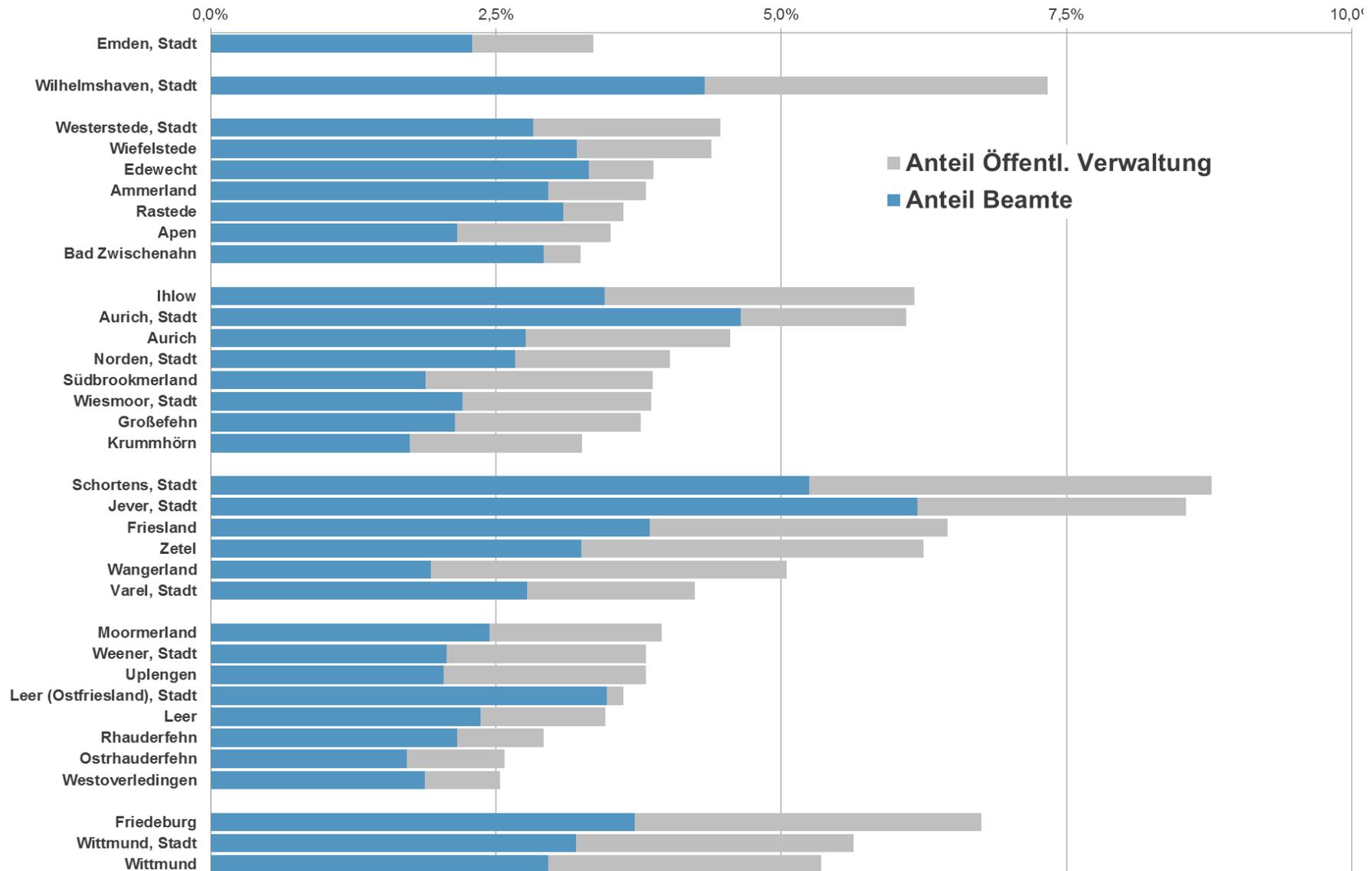
Sind die Ergebnisse „repräsentativ“?

Nicht ganz, man muss „scharf“ stellen, weil

- sehr viele junge Leute, fast niemand über 70 (Internet!)
- sehr viele Akademiker (Hochschulumfeld)
- viele aus dem öffentlichen Dienst
- „Schreibtischberufe“
(Aufforderung zum Mitwirken über Unternehmensverbände / Kammern per E-Mail)

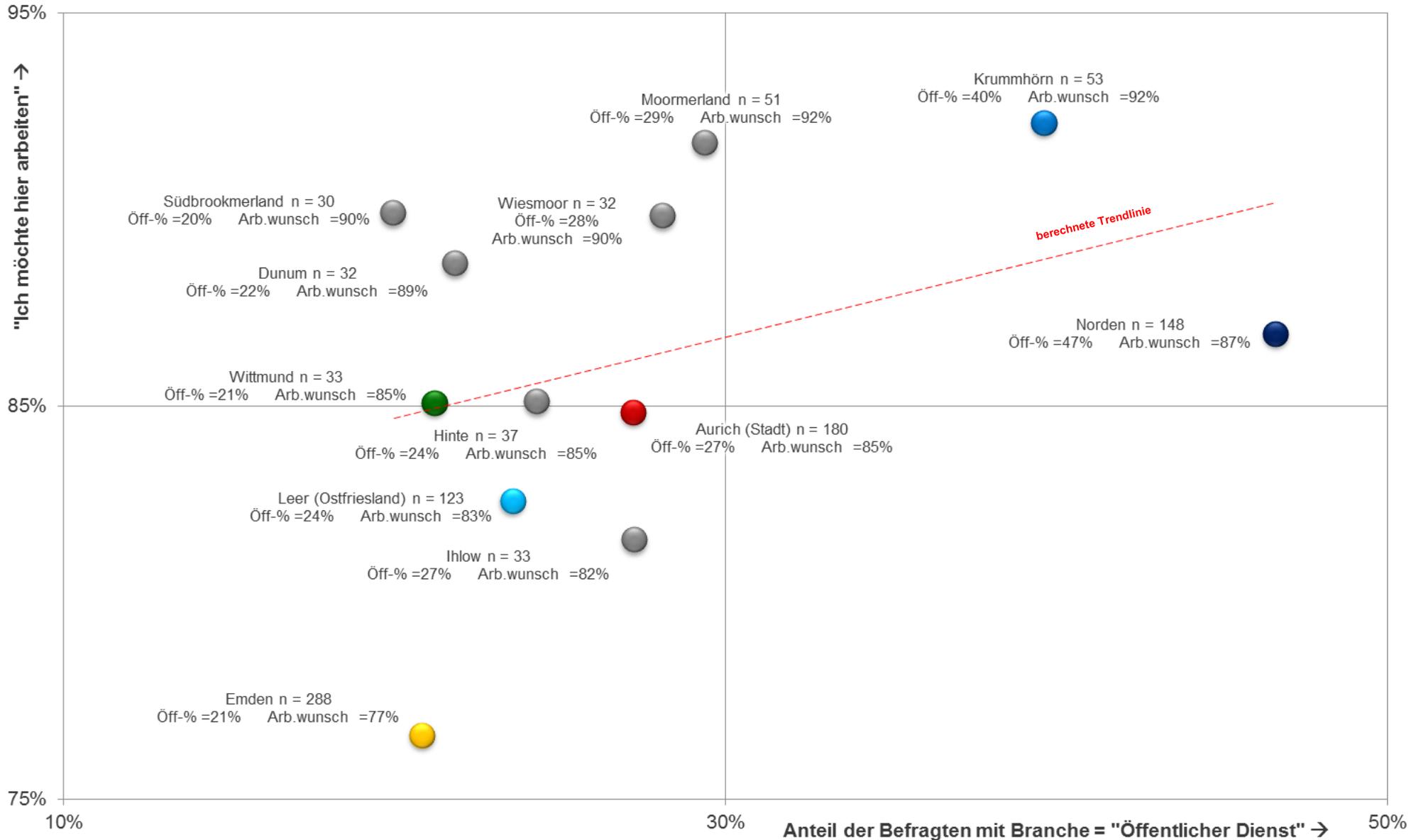
Exkurs: Wieviel „öffentlichen Dienst“ leistet sich Ostfriesland?

Quelle: Zensus 2011

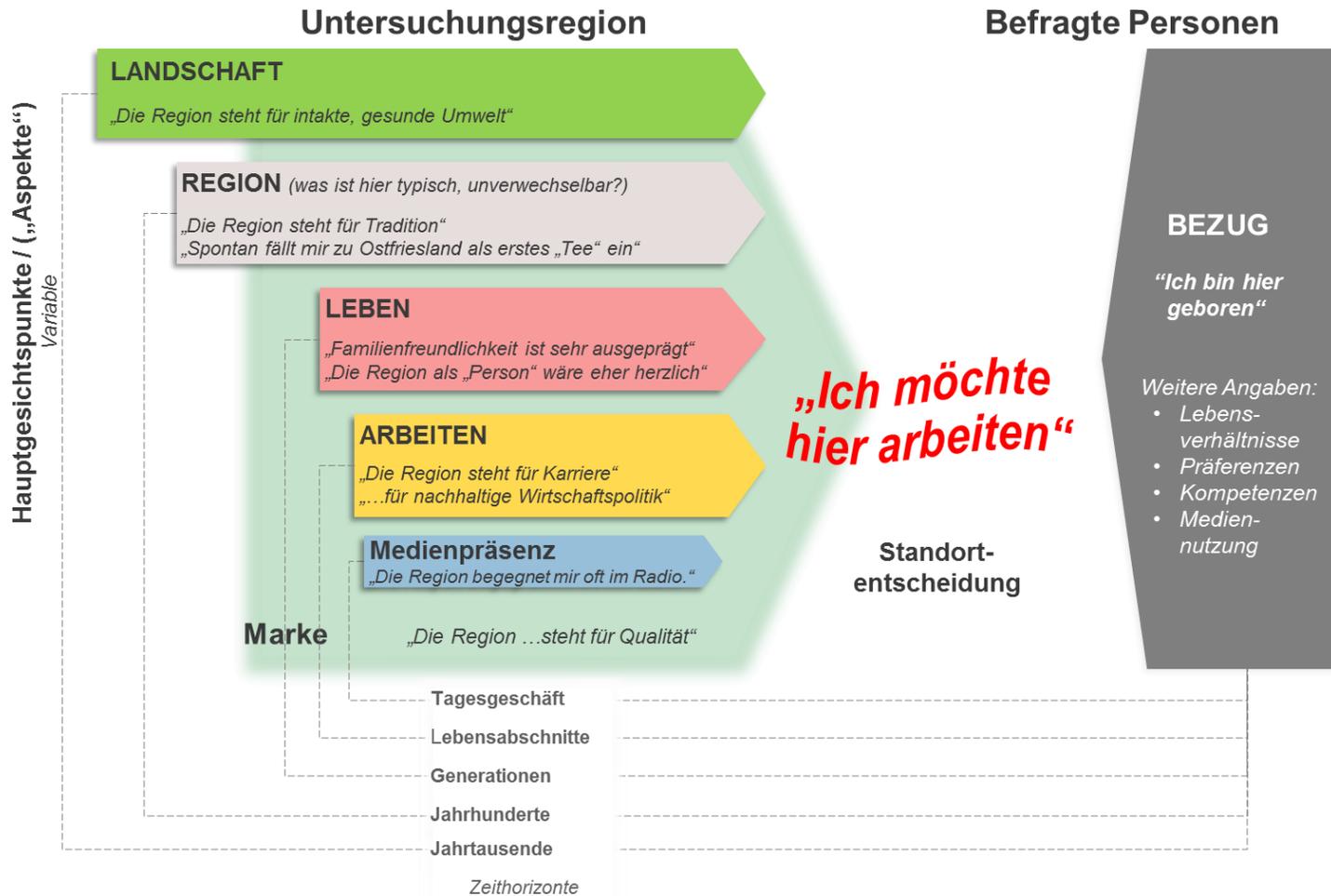


Beispiel: Möchten Sie hier arbeiten?

Arbeitswunsch und Anteil der Befragten aus dem öffentl. Dienst



„Schließen Sie die Augen und denken Sie an Ostfriesland...“ Wie clustert man tausende spontaner Antworten?

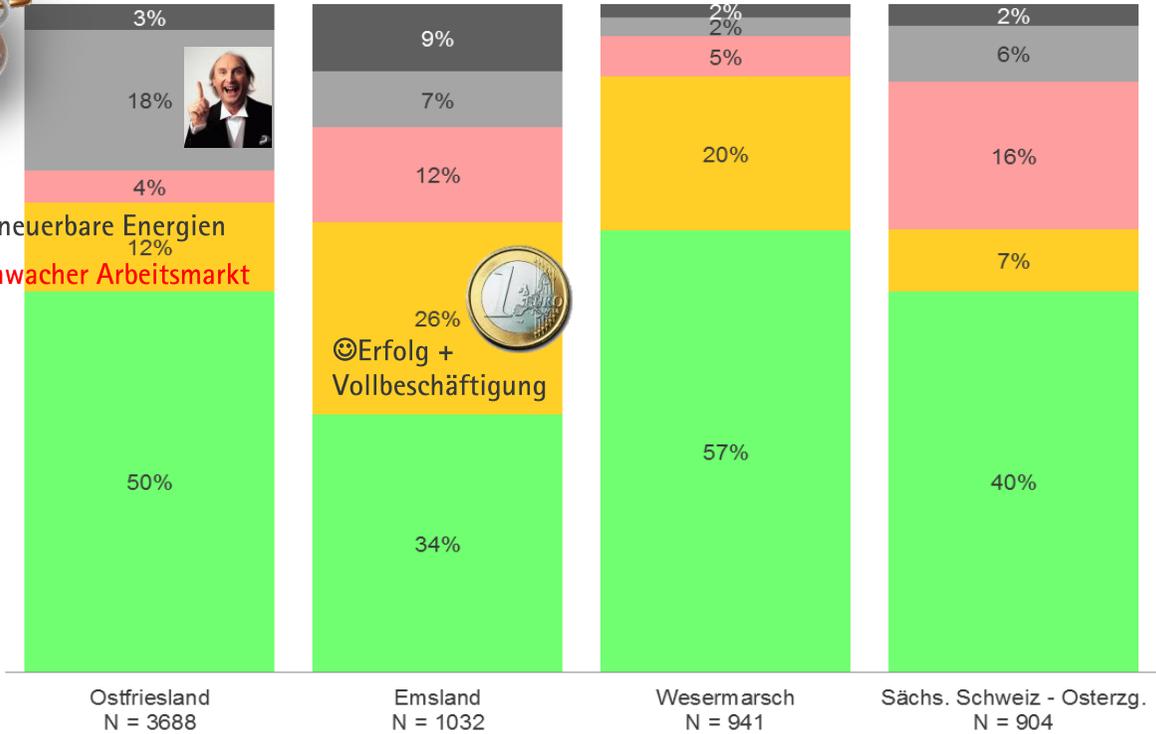


Die Auswertung gliedert nach ASPEKTEN der jeweiligen Region: LANDSCHAFT, REGION, LEBEN, ARBEITEN und BEZUG. Aus ihnen wird die Marke entwickelt.

Spontane Antworten nach Aspekten

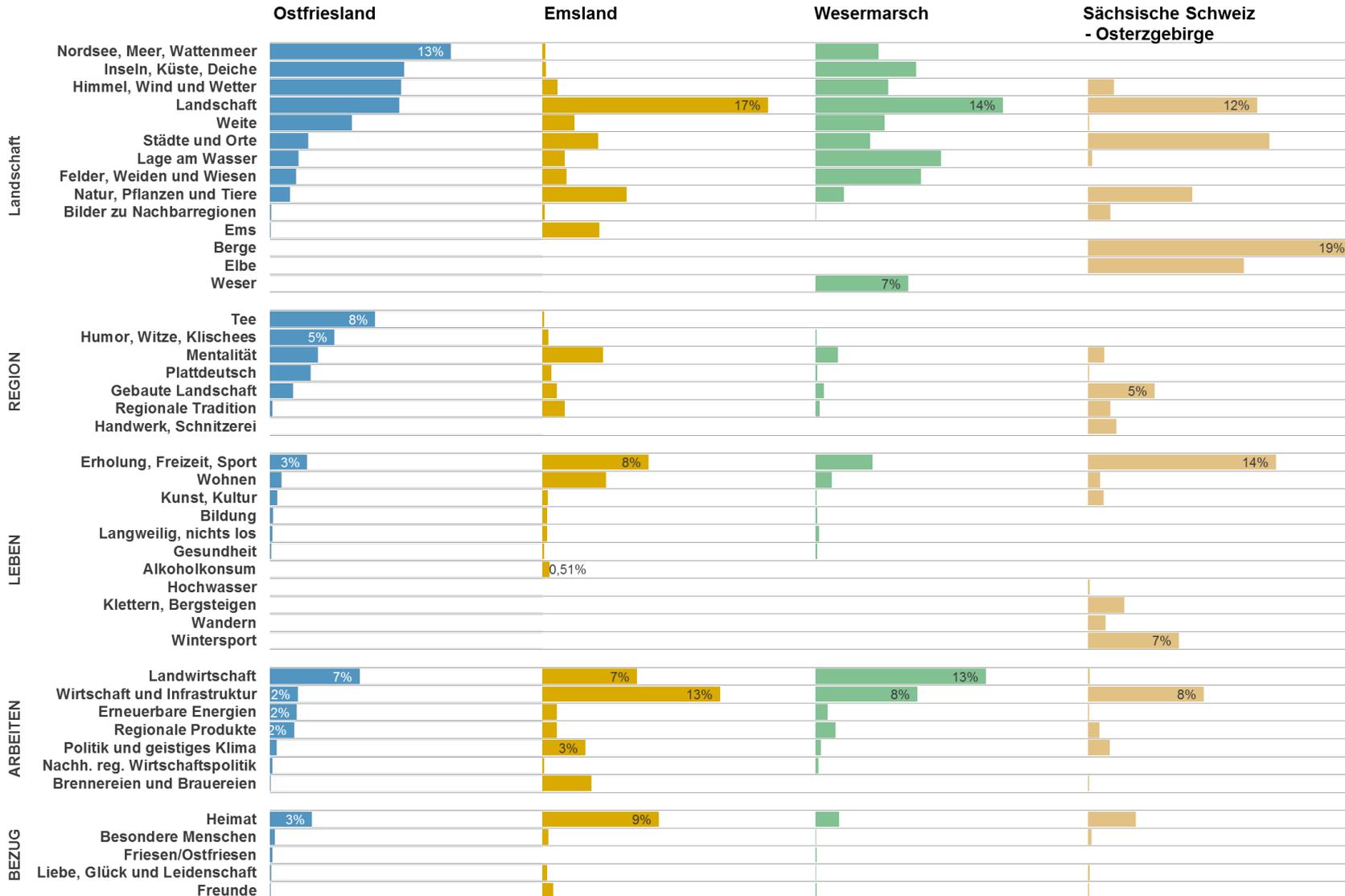


- **Bezug – Selbstaussage,**
z.B. „meine Eltern“
- **Region: Typisch, z.B.**
Tee, Plattdeutsch,
Räuchermännchen
- **Leben: Wohnen, Freizeit, Kultur**
- **Arbeiten:**
Wirtschaft, Bildung,
Infrastruktur
- **Landschaft:**
Natur und Geographie



Ostfriesland: REGION ist stark ausgeprägt, „zulasten“ von „Leben“ und „Arbeiten“.

Spontane Antworten nach Themen

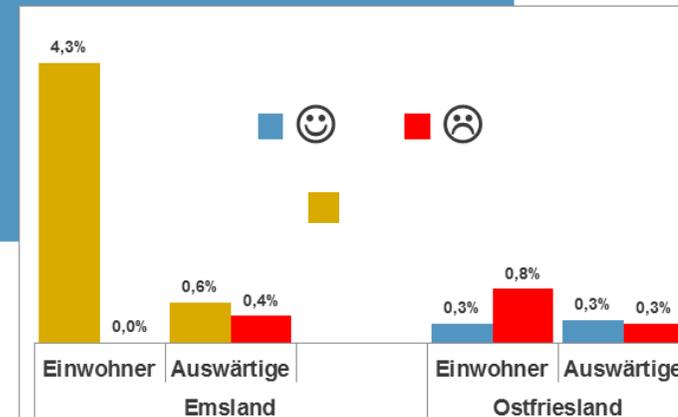


Ostfrieslands Markenbild „lebt“ von einem klare Bild: der Lage am Meer, regionalen Eigenheiten und im Aspekt ARBEITEN von der Landwirtschaft, ergänzt um regionale Produkte und Erneuerbare Energien.

Spontane Antworten zum Arbeitsmarkt: Vergleich Ostfriesland - Emsland

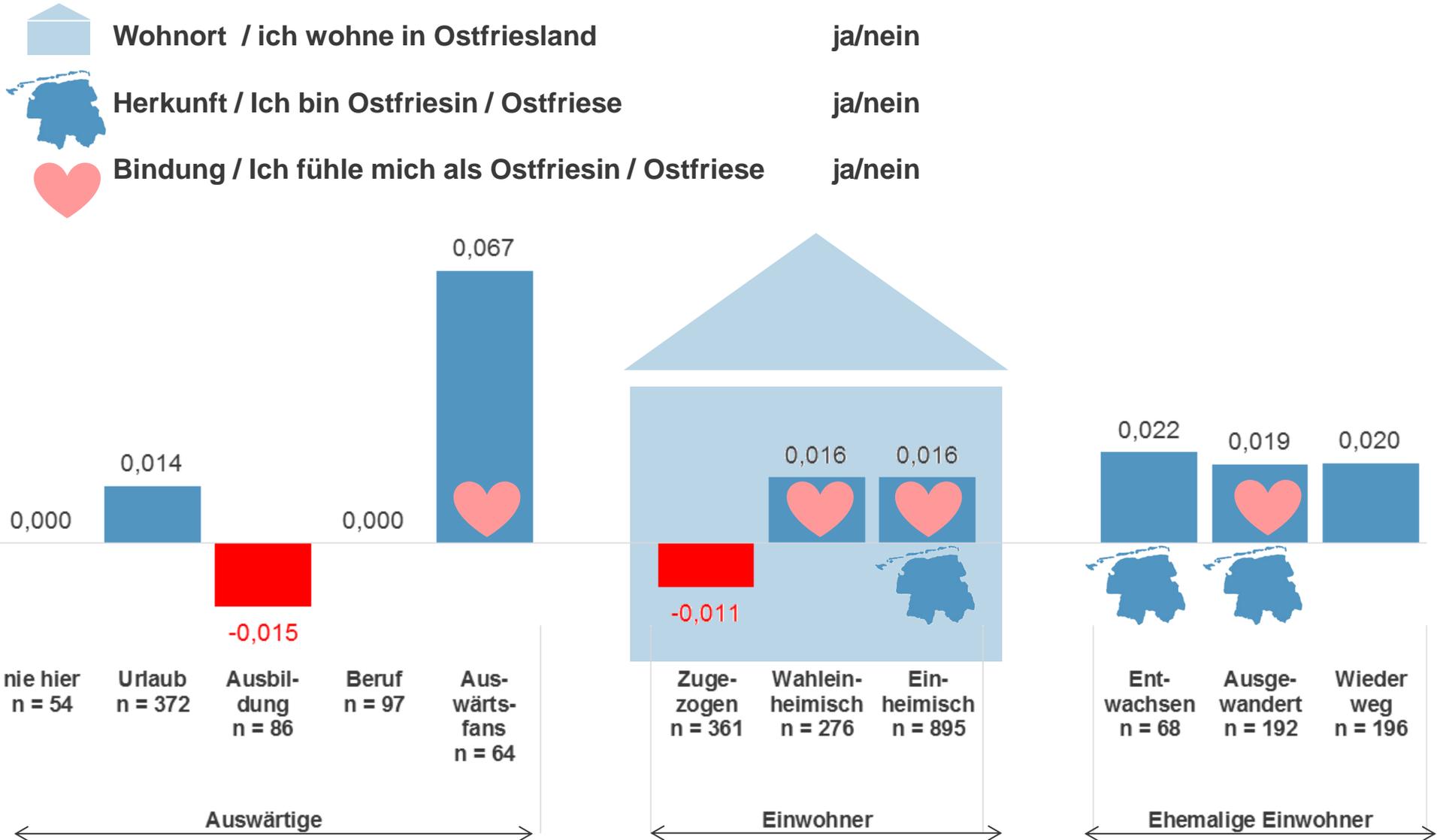
Emsland			
Einwohner n = 460		Auswärtige n = 481	
😊	☹️	😊	☹️
Arbeit	0	guter Arbeitsmarkt	Arbeitslosigkeit
Arbeit		niedrige Arbeitslosenquote	wenig Jobperspektiven für Akademiker
Arbeit		wenig Arbeitslosigkeit	2
Arbeit		3	
geringe Arbeitslosenquote			
geringe Arbeitslosigkeit			
geringe Arbeitslosigkeit			
geringe Arbeitslosigkeit bzw. Wirtschaftskraft			
guter Arbeitsmarkt			
Niedrige Arbeitslosenquote			
Niedrige Arbeitslosenquote			
Niedrige Arbeitslosenquote			
Niedrige Arbeitslosigkeit			
Niedrige Arbeitslosigkeit			
Vollarbeit			
Vollbeschäftigung			
20			

Ostfriesland			
Einwohner n = 1676		Auswärtige n = 2012	
😊	☹️	😊	☹️
Arbeit	Arbeit nur im Tourismus	Arbeit	Arbeitslosigkeit
Arbeit	Arbeitslosigkeit	Arbeit	Arbeitslosigkeit
Arbeiter	Arbeitslosigkeit	Arbeit	arbeitslos
Arbeitsplätze	geringe Bezahlung	Arbeit	schlechte Arbeitslage
Geringfügig Beschäftigte	Hohe Arbeitslosigkeit	Arbeiten wo andere Urlaub machen	viele Arbeitslose
5	Leiharbeit	Arbeitsplätze	wenige Arbeitsplätze
	Lohndumping	Bauarbeiter	6
	Mobbing	7	
	Niedrige Löhne		
	Niedriges Bildungsniveau		
	Rücksichtslose Arbeitgeber		
	Schlecht bezahlte Arbeitsplätze		
	Wenig Arbeitsplätze für qualifizierte Arbeitskräfte		
	Wenige gut bezahlte Arbeitsplätze		
	14		

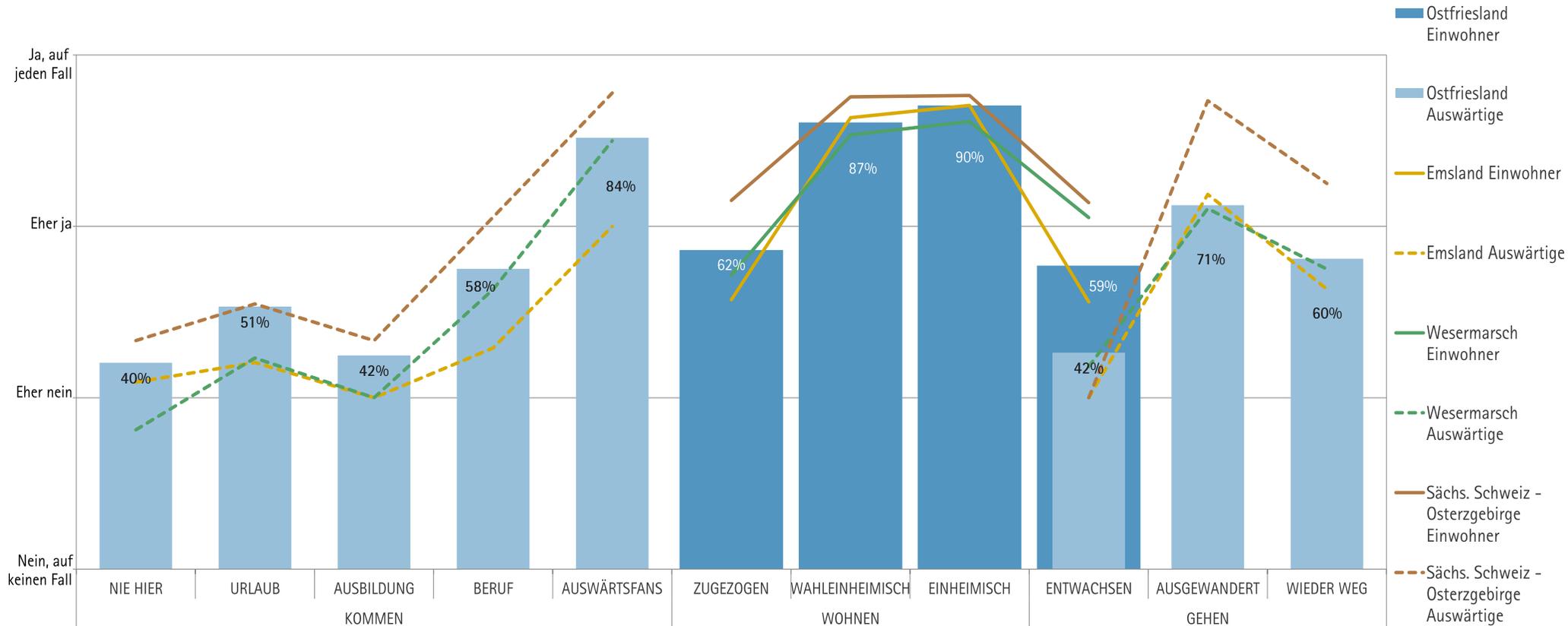


Die Erinnerung an Zeiten großer Arbeitslosigkeit sind in Ostfriesland noch lebendig. Das Emsland hat vor allem nach innen hin diese Wahrnehmung abgelegt.

„Spontane Antworten“ zu Ostfriesland – mittlere Bewertung -2 ... + 2 -

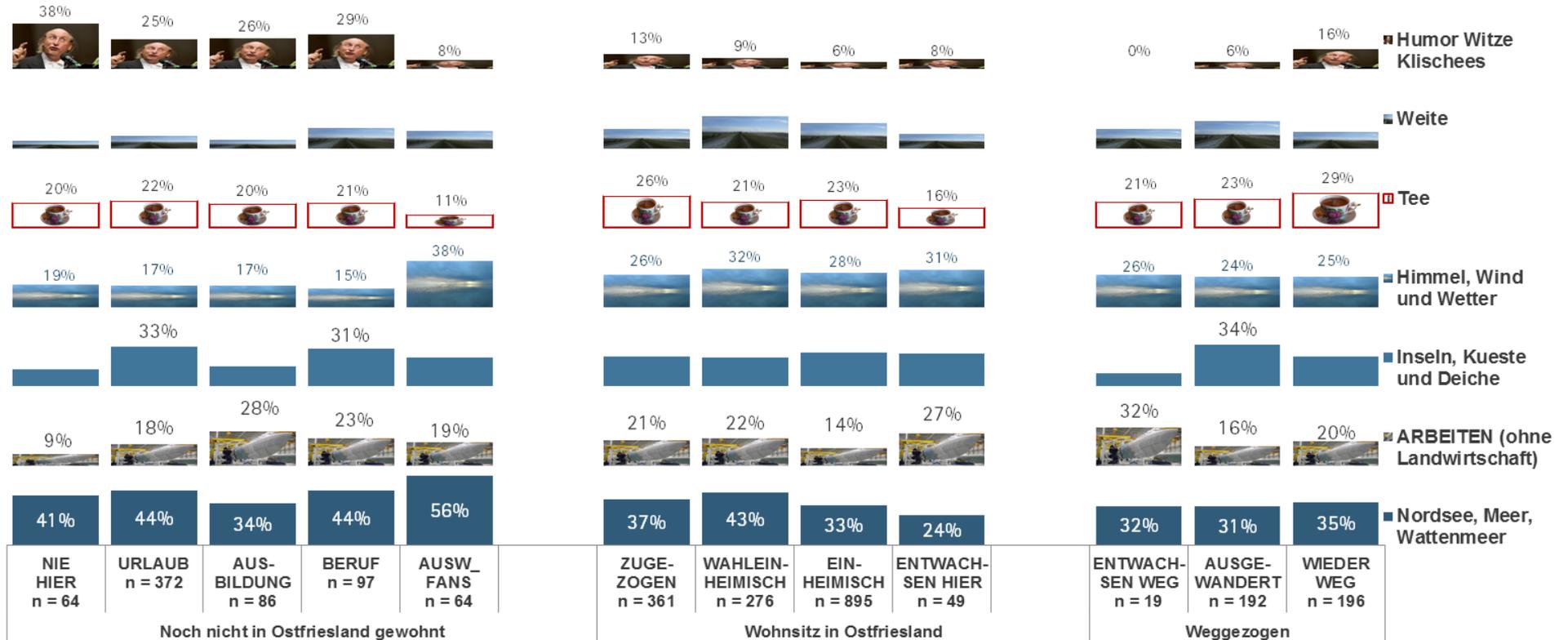


Möchten Sie hier arbeiten? Nach Bezugsgruppen



Der Wunsch, in der Region zu arbeiten, liegt außerhalb der Region eher niedriger als „eher ja“. Auch wer zugezogen ist und sich nicht einheimisch fühlt, antwortet so verhalten. Dabei liegt Ostfriesland noch günstiger als Emsland und Wesermarsch.

Ausgewählte spontane Themen

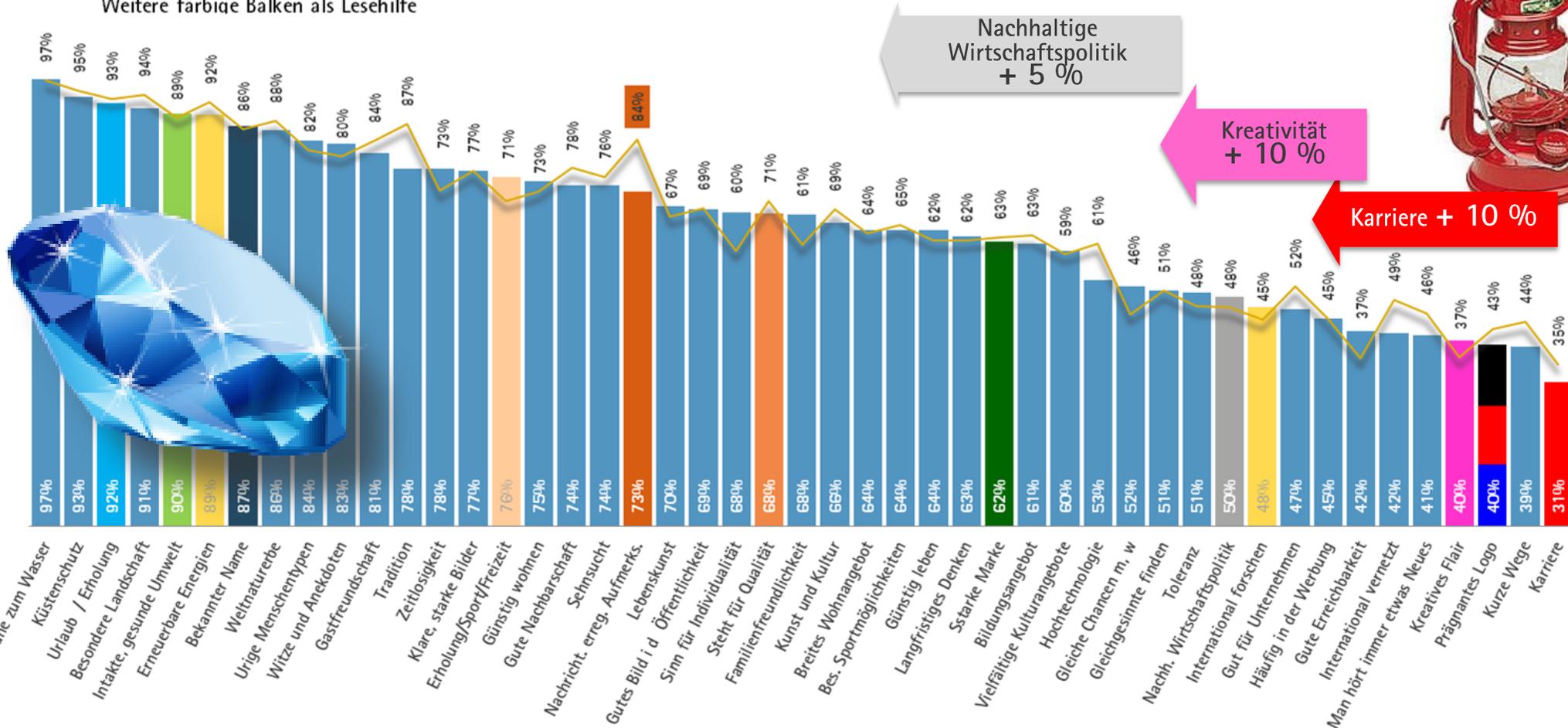


Was die „Kenner“ schätzen und was die Region attraktiv macht, sind Himmel, Küste und Meer, vor allem aber die Weite und das damit verbundene Lebensgefühl, am klarsten erkennbar in der Teekultur.

Gestützte Antworten zu Ostfriesland: Stärken, Schwächen, mögliche Ziele

■ Befragte mit Wohnsitz außerhalb von Ostfriesland
 Weitere farbige Balken als Lesehilfe

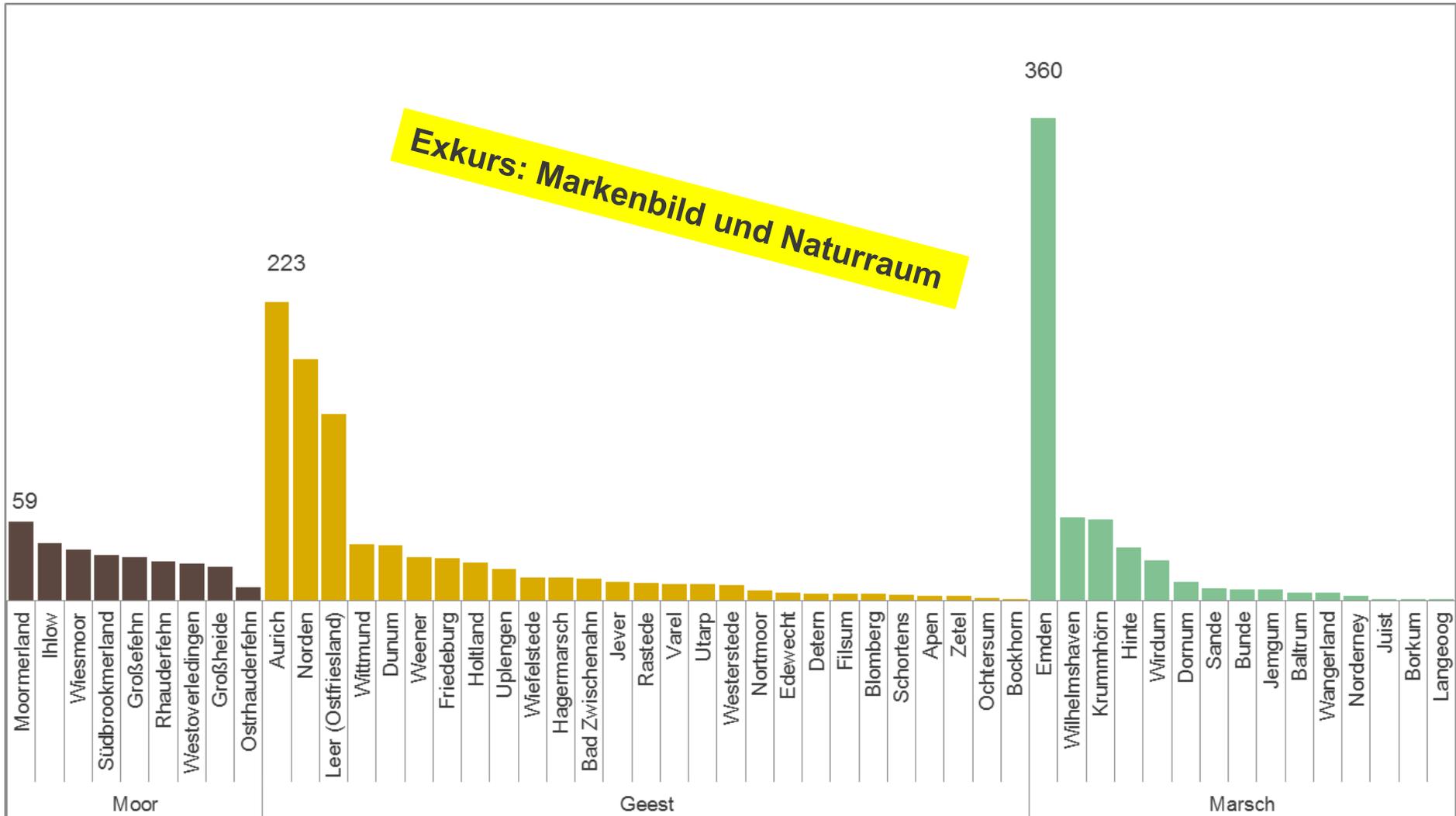
— Befragte mit Wohnsitz in Ostfriesland



Schlusslichter in Ostfriesland: Karriere, kurze Wege, Logo und Kreatives Flair.
 Chancen: Landschaft (Küste, gesund, intakt), Urlaub + Erneuerbare Energien sowie die Bekanntheit

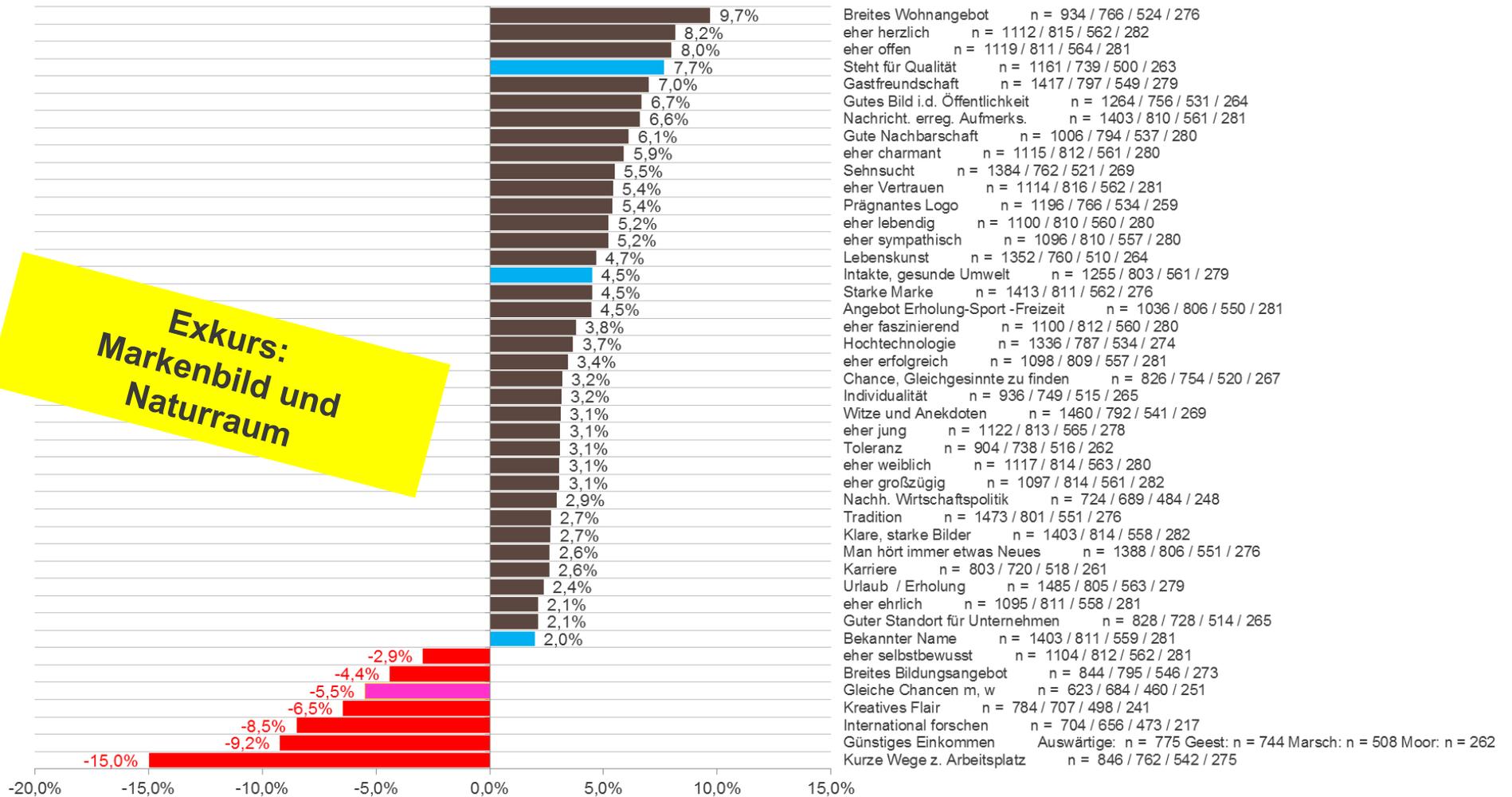
Staffelung der Meinungen nach Naturraum des Wohnorts in Ostfriesland

Zuordnung:



Moor versus Marsch: Gestützte Merkmale, bei denen MOOR und MARSCH mehr als 2% differieren

Abweichung MOOR von MARSCH



**Exkurs:
Markenbild und
Naturraum**

Vergleich Ostfriesland - Emsland nach Mittelwerten

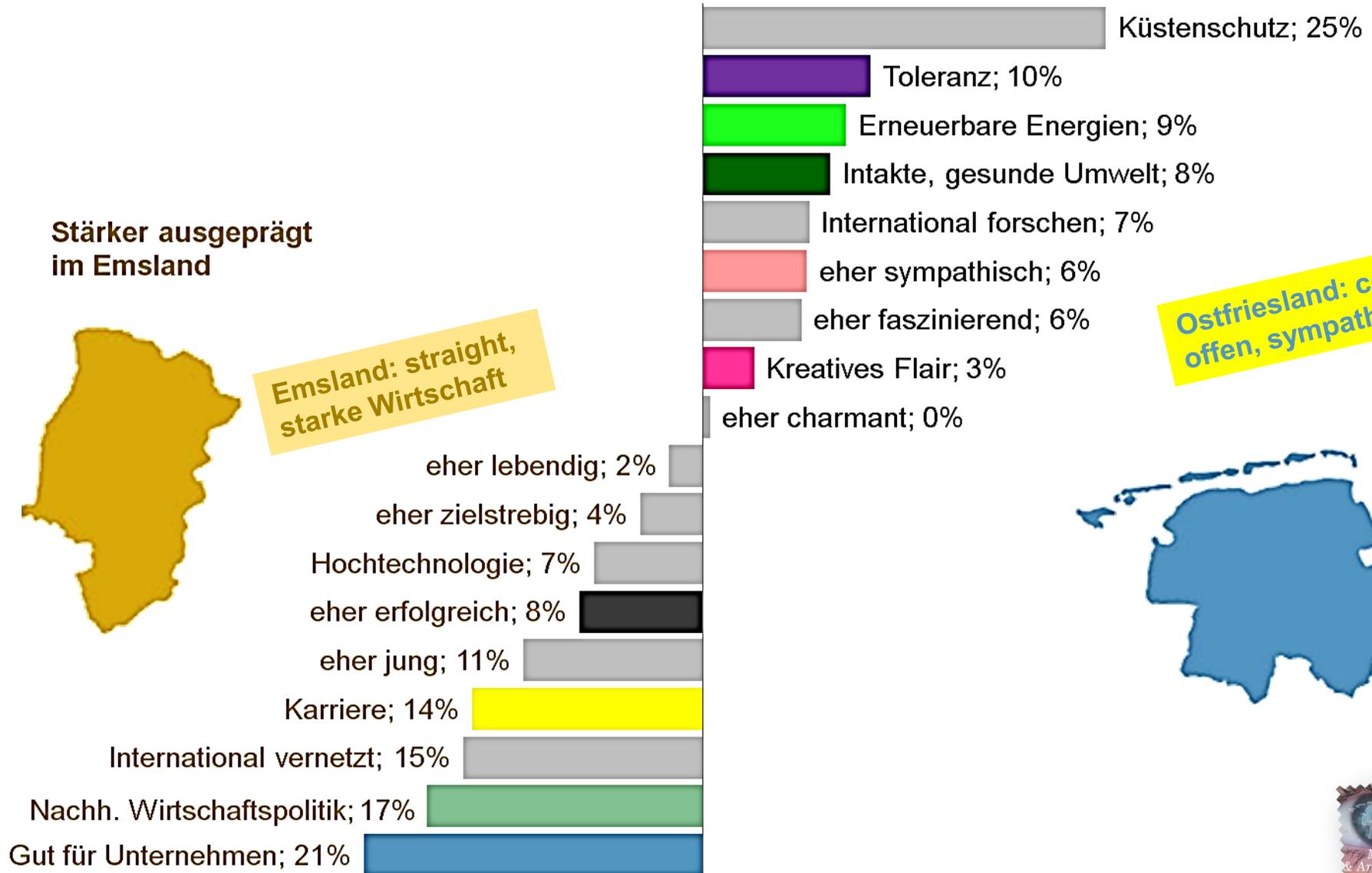
Ostfriesland N = 3688, Emsland N = 1032

**Stärker ausgeprägt
im Emsland**



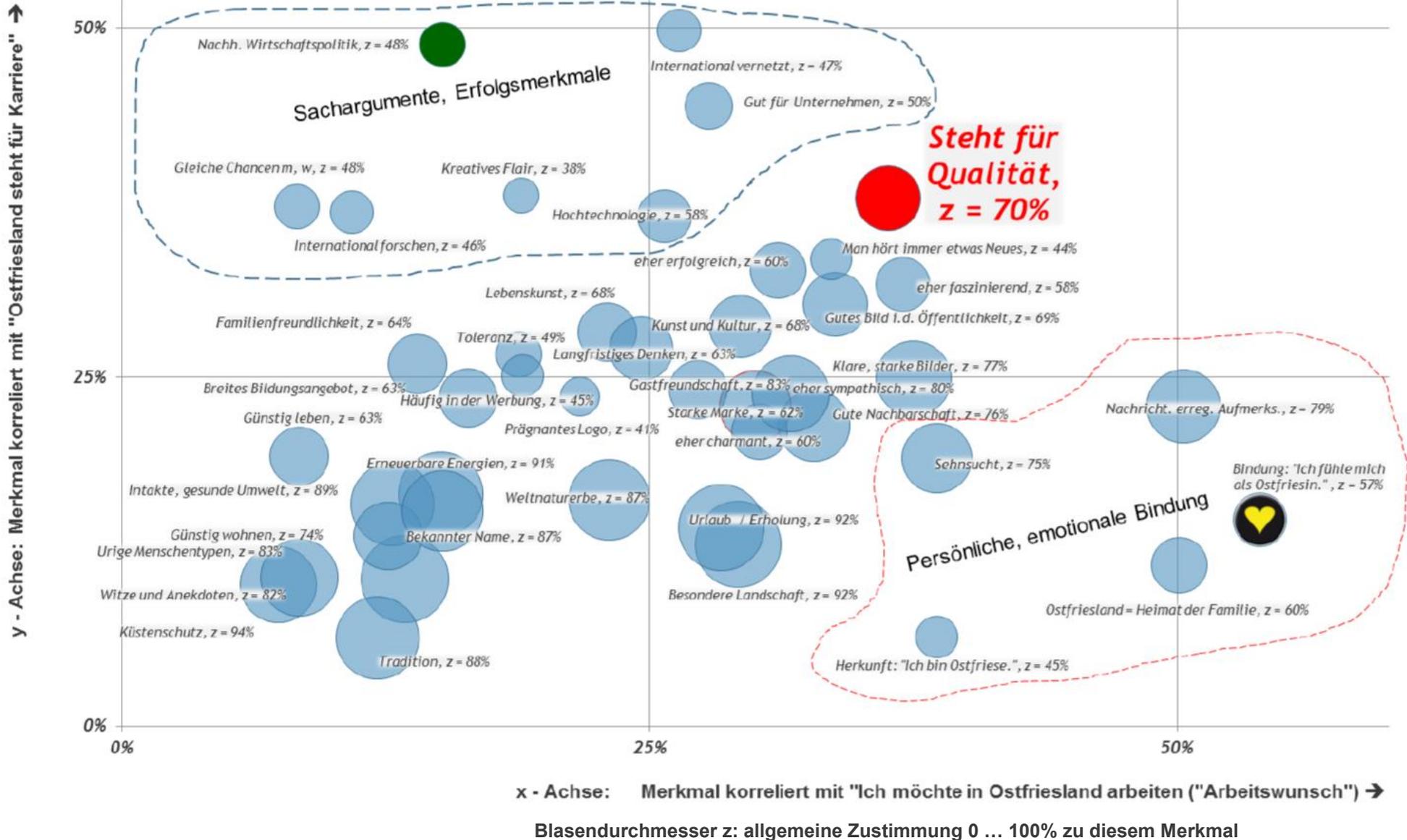
**Emsland: straight,
starke Wirtschaft**

**Ostfriesland: cool,
offen, sympathisch**

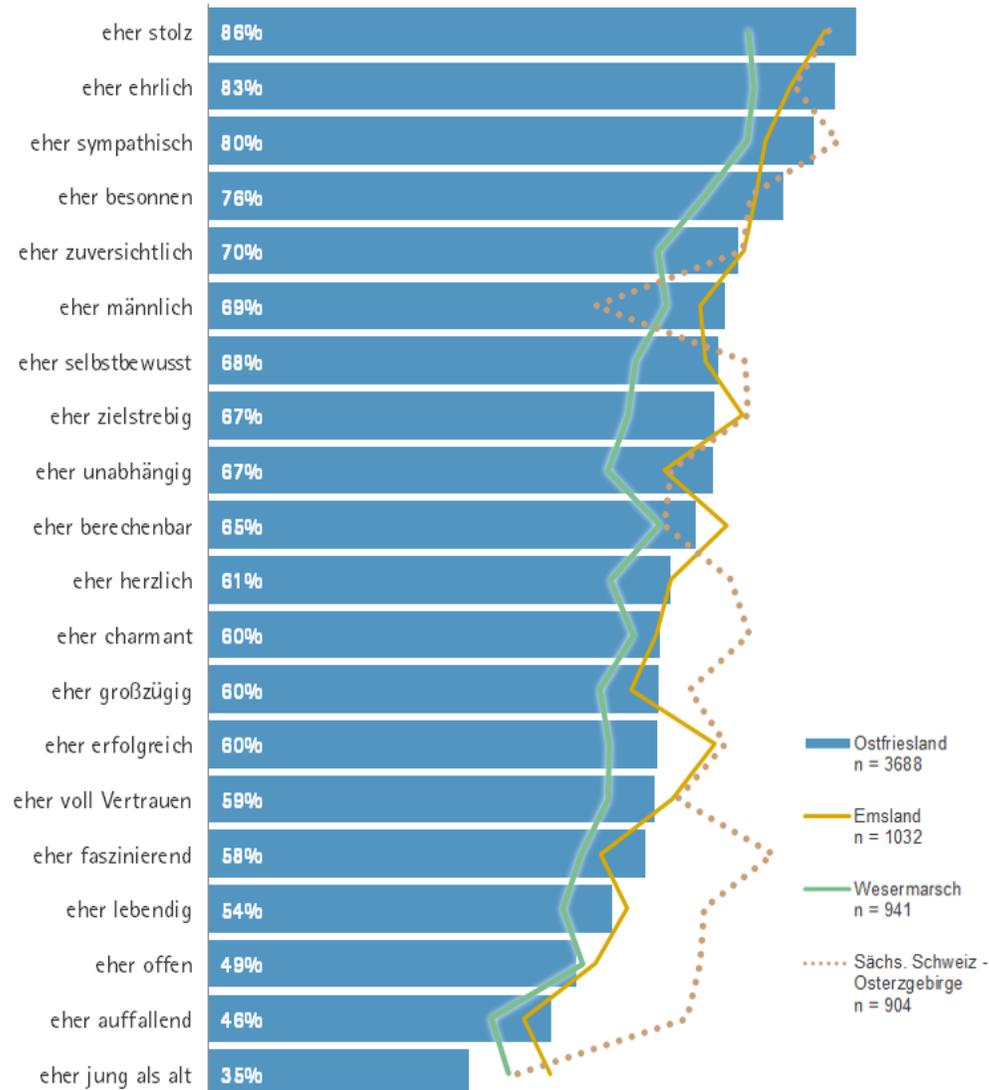


Markenbild und Arbeitsmarkt: es geht um Qualität.

"Qualität" ist das Merkmal, das am besten sowohl mit "Karriere" als auch mit dem Arbeitswunsch verbunden ist.



Ostfriesland als Person: stolzer und älter als die anderen

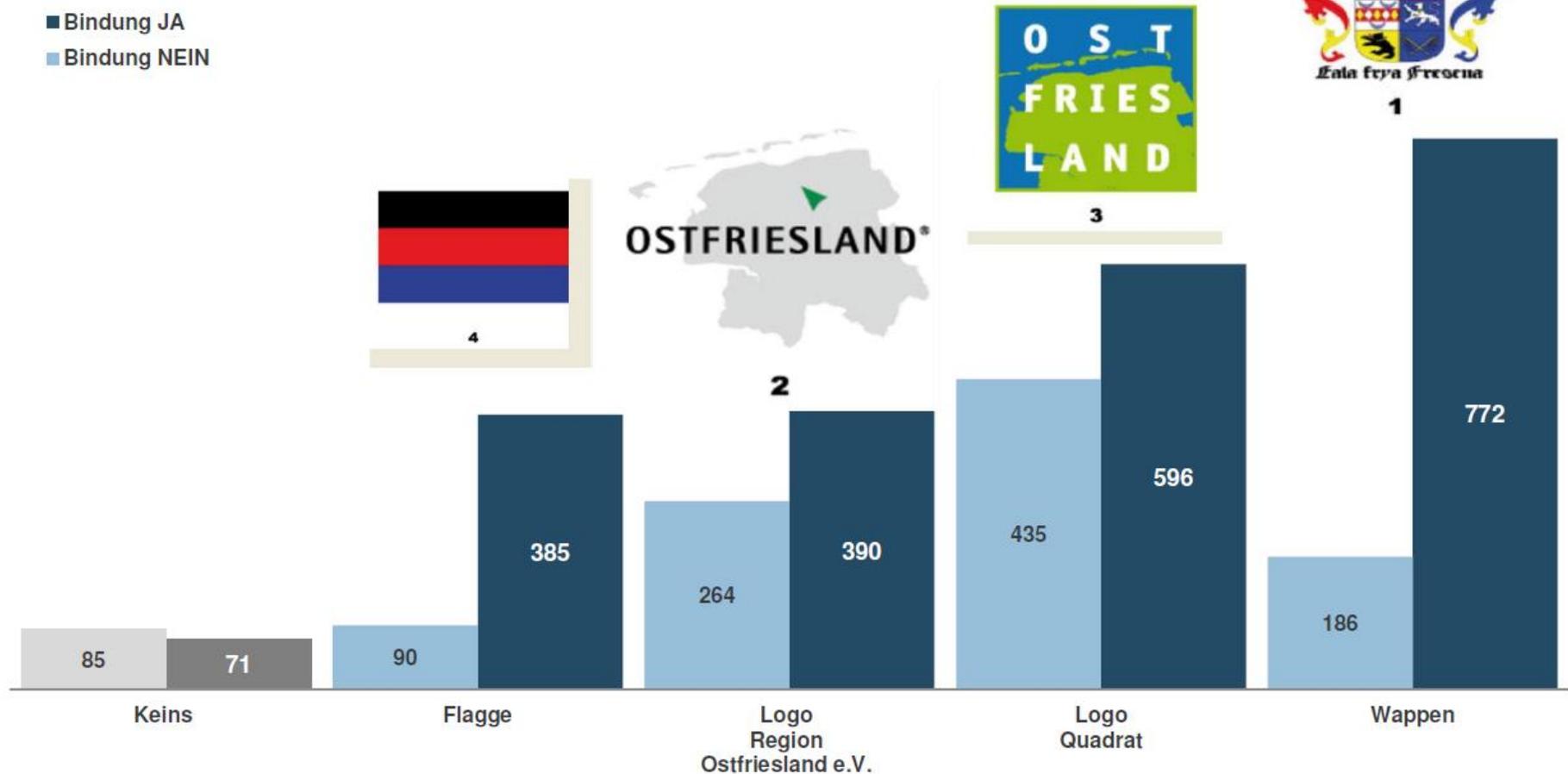


Logos nach Bindung

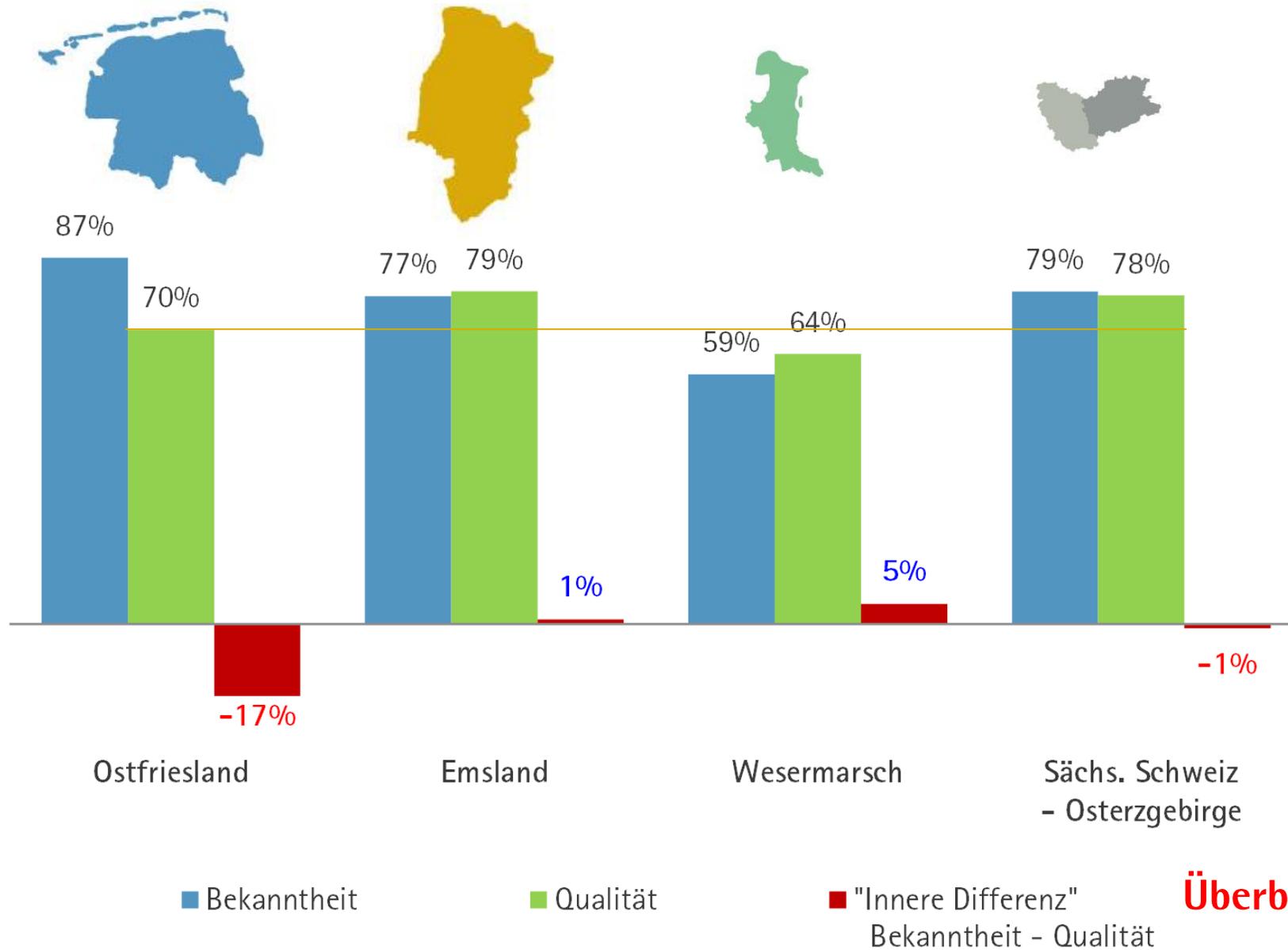
Wie gut passen die Logos und Zeichen
in Ostfriesland?

Alle Antworten nach emotionaler Bindung

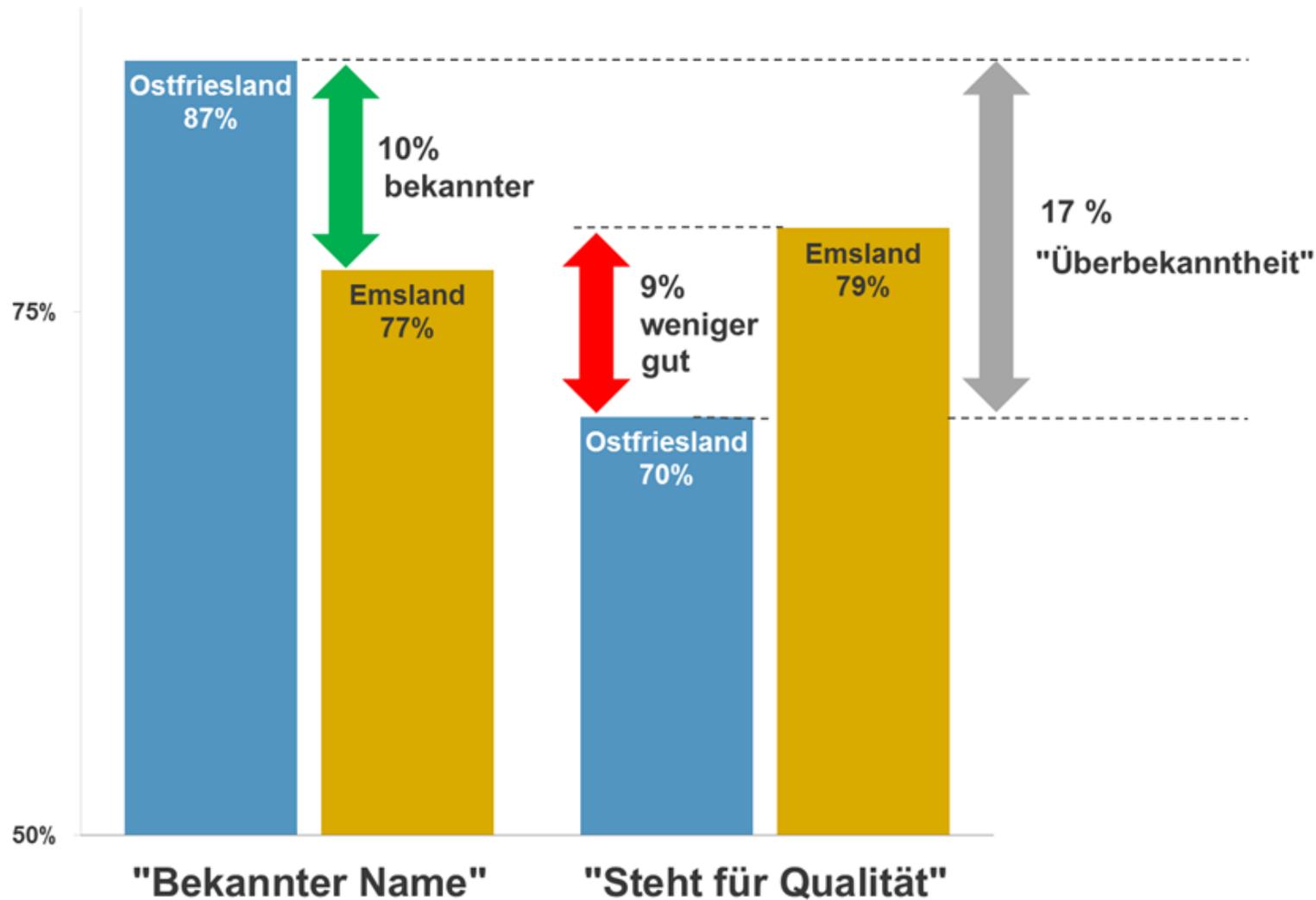
- Bindung JA
- Bindung NEIN



Wo steht die Marke Ostfriesland?



Die hausgemachte „Management-Lücke“ – ungenutzter guter Ruf



Markenbild im Vergleich: Internetbefragung 2012

Ostfriesland ■ Emsland ■

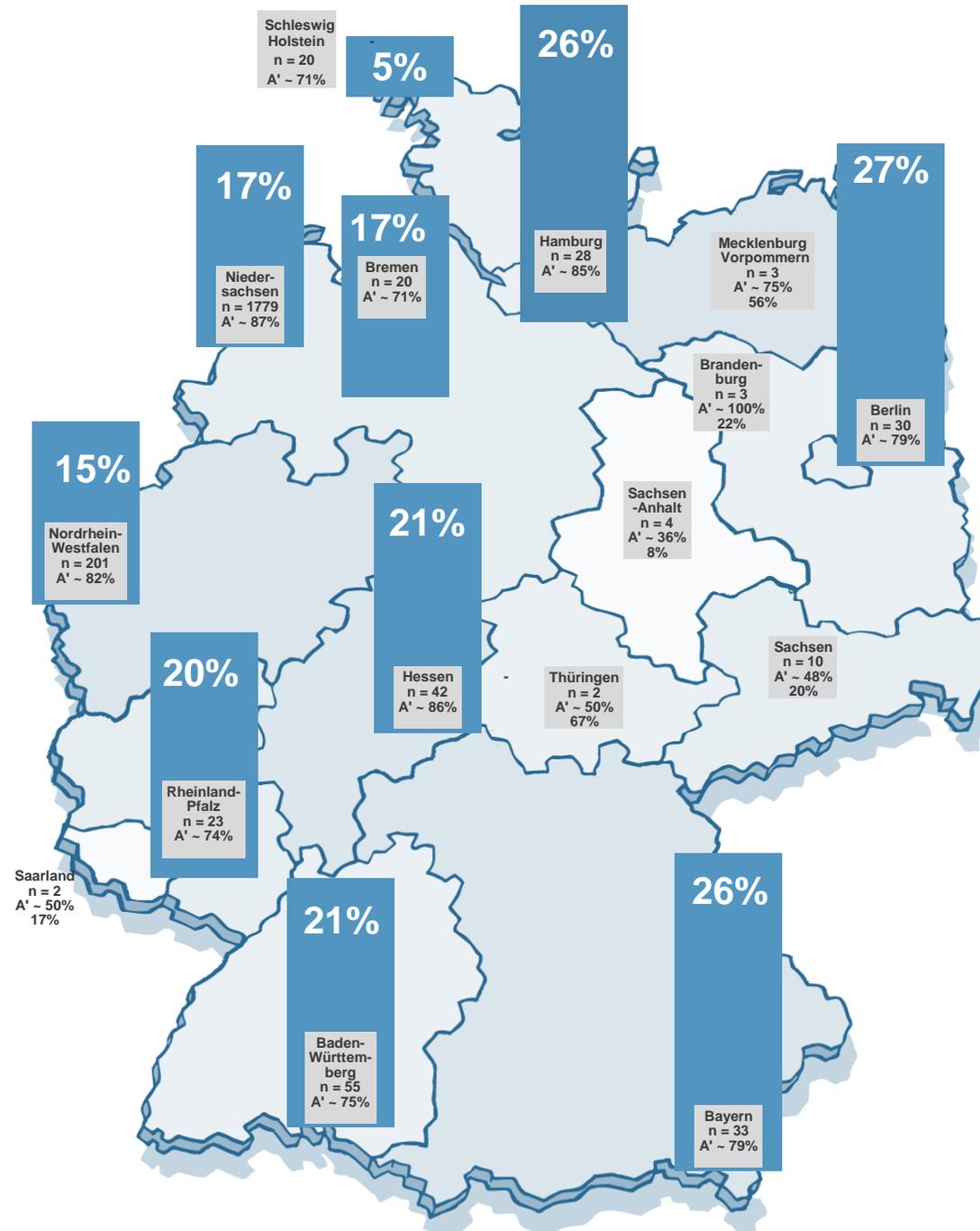
„Überbekanntheit“ nach Bundesländern (n >= 20)

Die „Lücke“
wächst mit dem
Abstand...

... wer die Region
kennt, lernt die
Qualität offenbar
schätzen...

... also: eine
authentische
Wahrnehmungslücke

... und damit eine Chance
für Kommunikation.



Markenwirkung

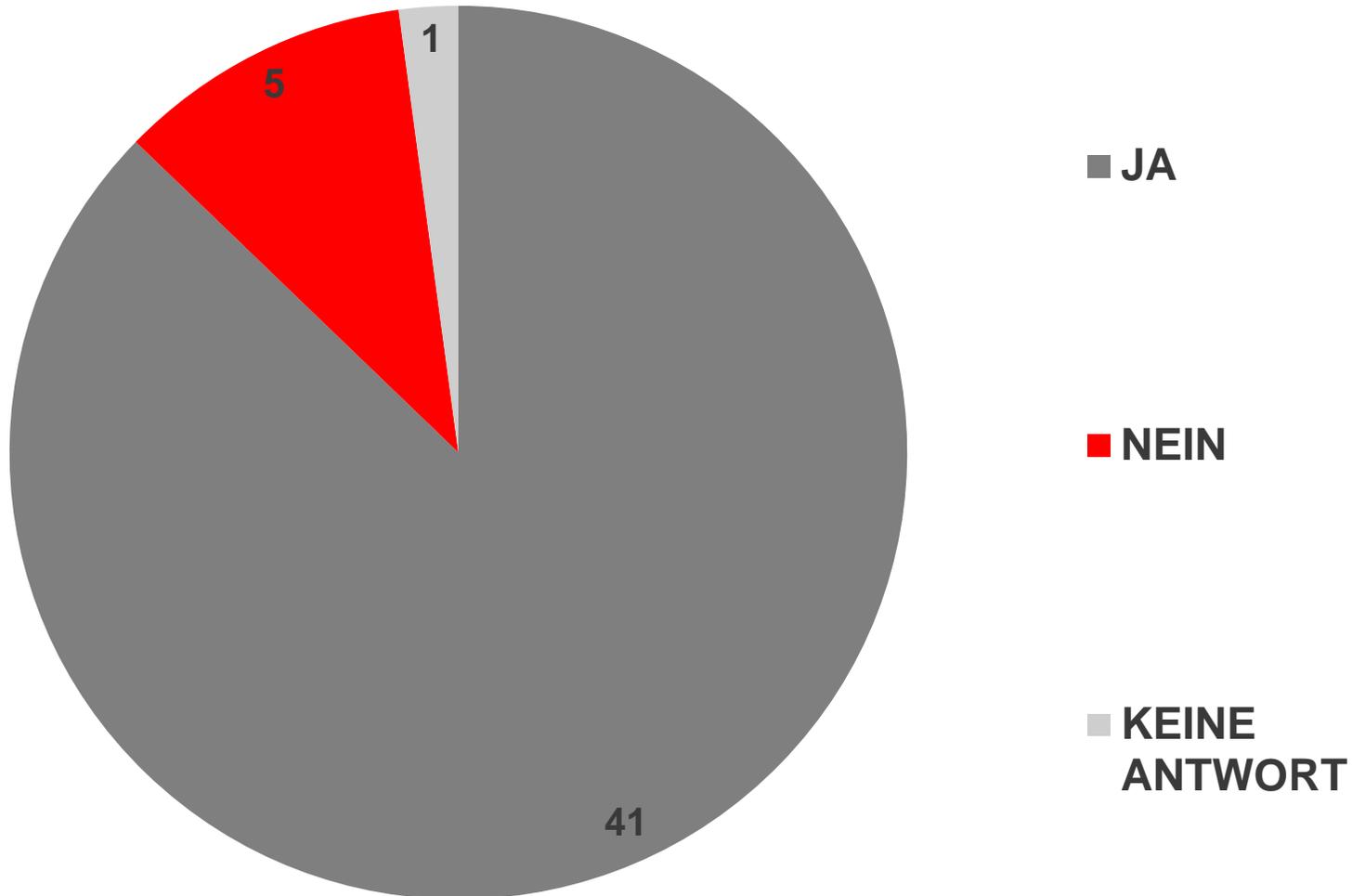
Interviews mit Führungskräften

Die Marke Ostfriesland und ihre
Bedeutung für die örtlichen Unternehmen

Frage an die Unternehmen: welche Rolle spielt der Ruf Ostfrieslands in Ihrem eigenen Außenauftritt bzw. Marketing?



Frage an die Unternehmen: Würden Sie sich an einer Initiative in dieser Richtung (zugunsten der Wirtschaftsregion) beteiligen?

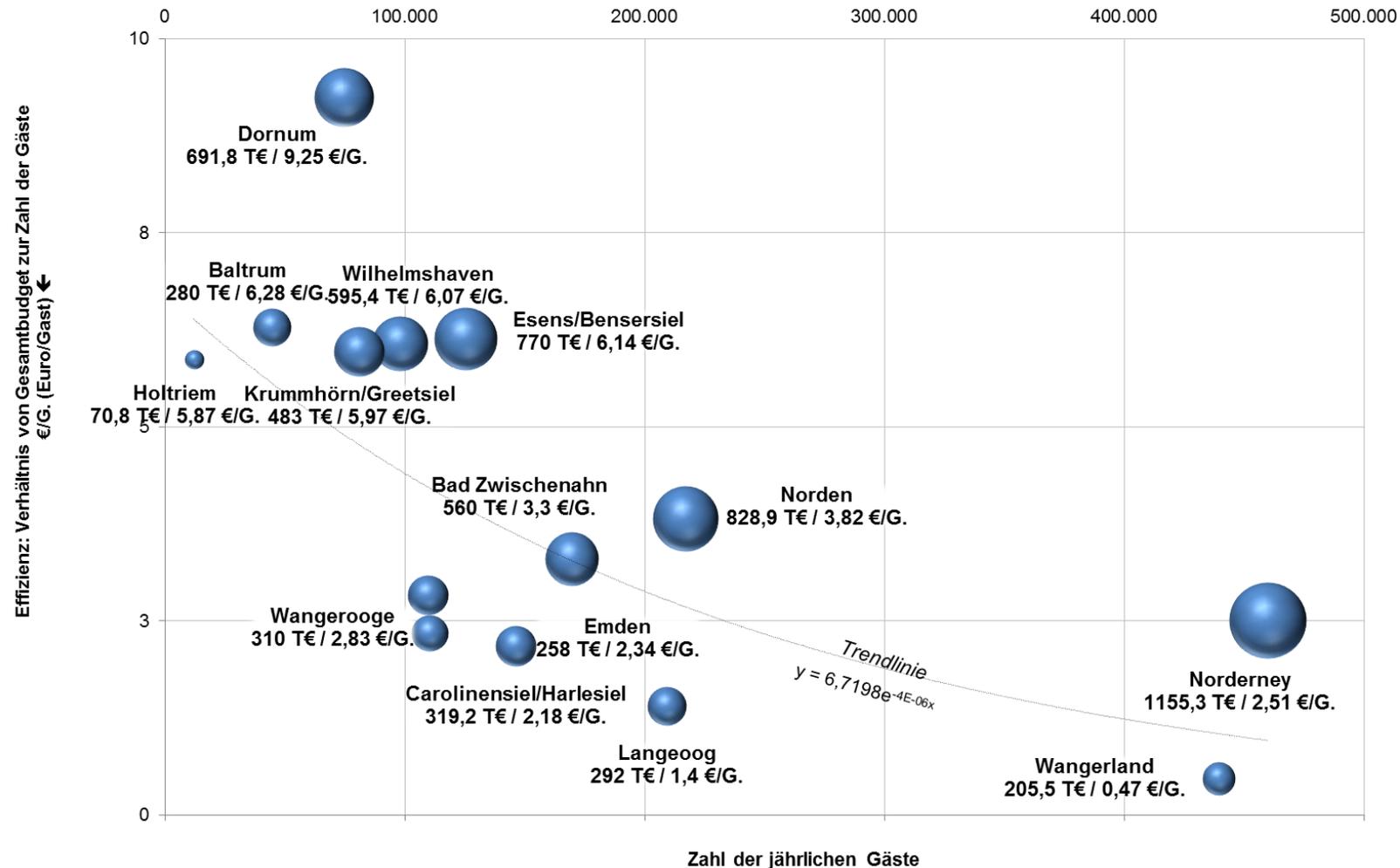


Markenbudget

Desk Research in öffentlichen und
verbandlichen Kommunikationshaushalten

**Wieviel Geld gibt die Region für
ihre Marke aus?**

Ergebnisse „Markenbudget“: Erste Hinweise auf Skaleneffekte



Nur im Tourismus ließen sich Kennzahlen ermitteln (s.o., mit allen nötigen Vorbehalten). Kommunikationskosten werden weitgehend nicht separat erfasst, sondern oft mit anderen Sachkosten geklumpt. „Sortenreine“ Kommunikationsbudgets und -organisationen sind die Ausnahme. Die zuzuordnenden Budgets der ostfriesischen Wirtschaftsförderungen und Tourismusorganisationen summieren sich auf ca. 50 Mio. Euro jährlich.

Markenregion

Familienaufstellungen zum regionalen Prozess

**Chancen und Hindernisse
für eine ostfriesische Markenstrategie
mit „Originalakteuren“**

„Strategische Peilung“: Ergebnis eines systemischen Workshops



**Thema des 2. Workshops: Wie erreicht der Erfolg über die Bilder! die Zielgruppe?
 Wie halten wir die Balance zwischen Fakten und Emotionen? Es kam auf Zentimeter an.
 Die Eigenheit der „Region“ ordnete sich den Emotionen zu.**

Das Klischee in mir

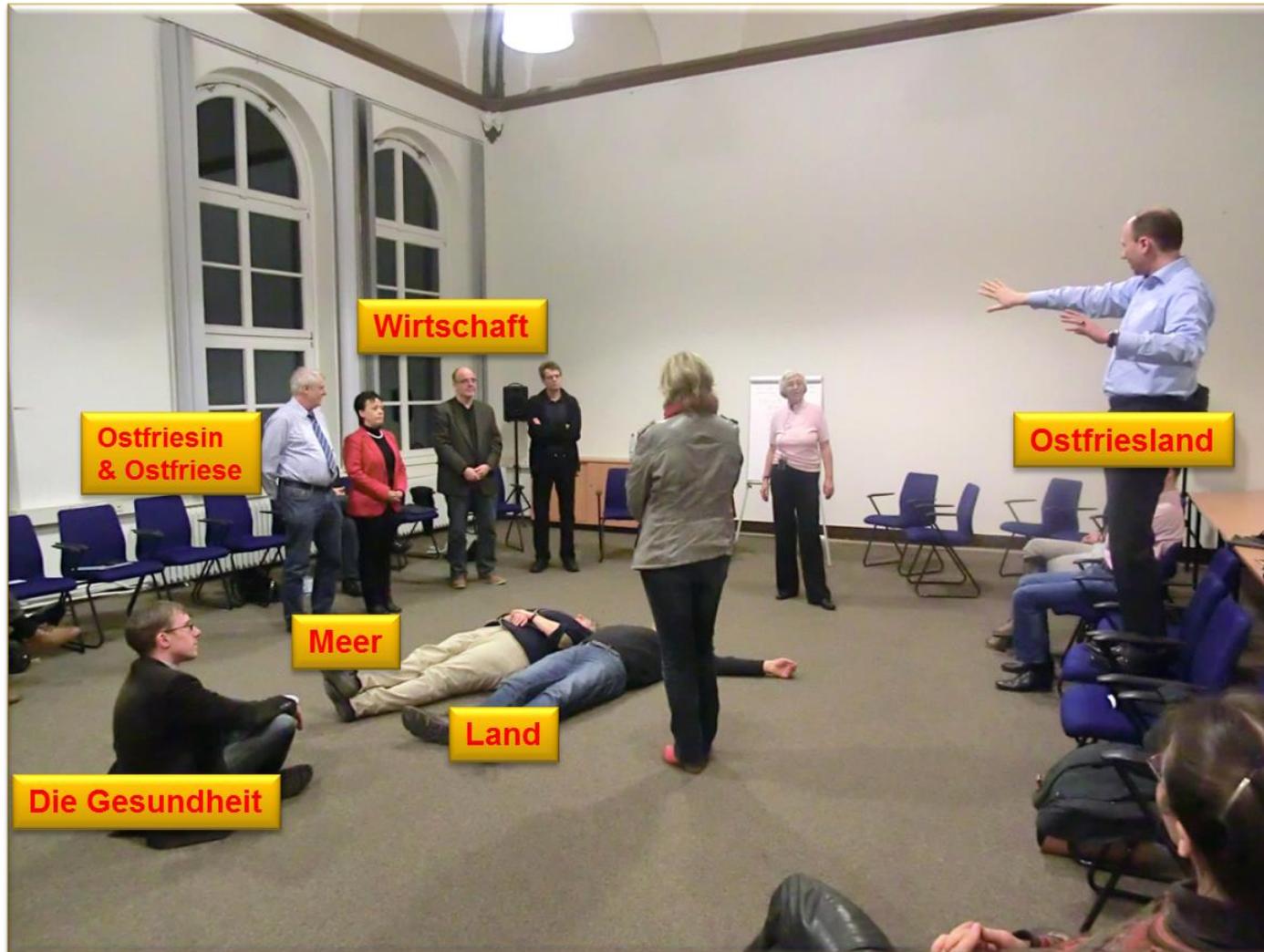


Bild aus dem
4. Workshop
in „Markenregion“

Der „Ostfriese“ und die „Ostfriesin“ waren in einer der vier Aufstellungen nicht mehr unterzubringen. Eine Zukunftsperspektive erfordert nicht das „Klischee“, sondern „Dich und mich“ und neue Kräfte.

Nächste Schritte

Ziel: Qualitäts-Reputation steigern: von 70% auf 80% in „n“ Jahren

OSTFRIESLAND®

1 Gemeinsam auftreten: **Ostfriesland = Qualität aus Nordwest**

Instrument: EIN Logo + gemeinsame Slogans

Träger: Unternehmen als Fürsprecher und Botschafter

→ Wie? in Absenderinformationen einarbeiten



2 Von Natur aus reich: **Modellregion der Energiewende**

1. **Schaufenster Intelligente Energie** (Forschungsprojekt BMWi)

2. **Was macht uns „von Natur aus“ reich?**

Eigenes Forschungs- und Beteiligungsvorhaben:

Integrierte Bestandsaufnahme aller ökonomischen, sozialen und ökologischen Kapitalstöcke in Ostfriesland

3 Kreativität erleben: Top 4 Branchen der Region in Sachen Kreativität

Kunst **Tourismus** **Landwirtschaft** **Energie**

Danke für Ihr Interesse

Rückfragen / Kritik immer willkommen

Kontakt brigitte@nolopp.de