

Die Region

Braunschweig - Wolfsburg

Braunschweig
Gifhorn
Goslar
Helmstedt
Peine
Salzgitter
Wolfenbüttel
Wolfsburg



Von Information
bis Inspiration.
Alles da.

Eine Region. Eine Marke. Ein Auftritt.



NAVIGATION & INHALT

DIALOG

8 Fragen an Frank Fabian
S. 4

REGIONALMARKETING

Meilensteine der
regionalen Vermarktung
S. 8

ZAHLEN & FAKTEN

8 gute Gründe
für die Region
S. 10

MARKENHEFT

Das 8x8 der Marke
S. 13

REGIONALPORTAL

Von Ausgehen bis Arbeiten:
auch digital »Alles da«!
S. 22
Nur ganz kurz: 8 Funktionen
S. 24

IMAGEKAMPAGNE

Gegensätze für unsere 8
S. 26





UNSERE ZIELSETZUNG

Mit klarer Haltung und einer starken Positionierung tritt die Region Braunschweig-Wolfsburg seit 2017 als Marke auf – erfahren Sie mehr zu ihrem Auftritt, ihren Zielen und Inhalten auf den folgenden Seiten und auf [die-region.de](https://www.die-region.de).

8 Fragen an Frank Fabian

Von Landleben bis Nachtleben, von Natur bis Kultur, von Vergangenheit bis Zukunft und von Spannung bis Entspannung – das alles bietet die Region Braunschweig-Wolfsburg mit den drei kreisfreien Städten Braunschweig, Salzgitter und Wolfsburg sowie den Landkreisen Gifhorn, Goslar, Helmstedt, Peine und Wolfenbüttel. Dr. Frank Fabian, Geschäftsführer der Allianz für die Region GmbH, erklärt im Interview, was es mit der neuen Marke »Die Region« auf sich hat:

4 \ 5

1. Warum ist Regionalmarketing für die Region Braunschweig-Wolfsburg wichtig?

FRANK FABIAN | Die Regionen in Deutschland und Europa stehen im Wettbewerb zueinander. Dabei geht es vor allem um Fachkräfte, Führungskräfte, Gründer, Investoren, öffentliche Mittel und um Unternehmensansiedlungen. Alle wollen die besten Köpfe, die erfolgreichsten Unternehmen und die kreativsten Gründer. Hier in unserer Region steckt ganz viel Potenzial und eine bunte Vielfalt. Das müssen wir noch stärker nach außen tragen, mit einer klaren Haltung und einem starken Profil.

2. Worauf können Sie dabei bauen?

Auf unsere Region als Ganzes, mit den Städten, den Landkreisen, mit allen Facetten. Mit ihren Stärken, Schwächen, Einzigartigkeiten und den einmaligen Menschen. Der Nachteil ist, dass unsere Region zu wenig und oft sehr unterschiedlich wahrgenommen wird. Wir sind noch nicht bekannt genug. Selbst Einheimische kommen ins Grübeln, wenn man sie fragt, wo unsere Region anfängt und wo sie aufhört. Wissen Sie, was unsere Städte und Landkreise verbindet, welche Hidden Champions wir haben oder wo es sich gut und günstig leben lässt? Nein? Das ändern wir gerade, indem wir unsere Region zu einer unverwechselbaren Marke machen. Die Substanz ist da – keine Frage! Die Region hat richtig viel zu bieten. Das gilt für die wirtschaftlichen Aussichten genauso wie für die

hervorragende Lebensqualität. Lassen Sie mich nur wenige Beispiele nennen: Auf der einen Seite haben wir eine der höchsten Wertschöpfungsraten Niedersachsens und nehmen Spitzenpositionen bei Innovationsentwicklung ein. Auf der anderen Seite gibt es unzählige kulturelle Angebote und eine vielseitige Natur mit Heidelandschaften, Wäldern, Bergen und Seen. Auf diese Stärken bauen wir auf. Schon 2014 haben wir einen umfangreichen Markenbildungsprozess angestoßen, den wir nun aktiv umsetzen. Dazu zählt vor allem auch das neue Webportal »die-region.de«.

3. Welche Ziele verfolgen Sie dabei?

Wir wollen die Menschen, die hier leben, auf unbekannte Orte und Ereignisse aufmerksam machen und damit Identifikation schaffen. Außerdem verfolgen wir in einem weiteren Schritt das Ziel, Fachkräfte für unsere Region zu begeistern. Unser Wunsch ist es, dass alle Zielgruppen das Portal »die-region.de« gut und gerne nutzen und kontinuierlich vorbeischaun. Bestenfalls bauen wir eine Community aus begeisterten Menschen auf, die nach außen als stolze Markenbotschafter auftreten und die Geschichten rund um unsere Region weiter verbreiten. Dazu suchen wir einerseits gute und überzeugende Inhalte und kümmern uns zugleich auch um eine konstruktive Zusammenarbeit mit den beteiligten Akteuren. Nur wenn wir alle gemeinsam unsere Region vorantreiben, können wir erfolgreich sein.



»Mit Regionalportal und Image-
kampagne ermöglichen wir
eine spannende erste Begegnung
mit unserer Region und zeigen,
dass »Alles da« ist.«

Frank Fabian – Geschäftsführer der Allianz für die Region GmbH

»Die Region hat es in sich –
sowohl wirtschaftlich als auch
in punkto Lebensqualität.«

Frank Fabian – Geschäftsführer der Allianz für die Region GmbH

6\7

oben: Gifhorn/Heideblüte
unten links: Landkreis Peine, Mehrum, Hafen
unten rechts: Kaiserdom in Königslutter

4. Was haben Sie bis jetzt erreicht?

Der erste Baustein war unser Blog »Meine Region«, der nun fester Bestandteil des neuen Portals ist. Auf dem Blog schreiben ganz unterschiedliche Menschen aus den Städten und Landkreisen über Freizeit- und berufliche Themen aus ihrer ganz persönlichen Sicht. Da gab es schon viele amüsante, kurzweilige und informative Geschichten zum Staunen. Parallel haben wir an der Markenkommunikation gearbeitet und uns gefragt: Wen wollen wir erreichen? Wann und wie? Daraus entstand eine fundierte Kommunikationsstrategie, aus der die ersten Maßnahmen bereits in den Startlöchern zur Umsetzung stehen.

5. Und die sozialen Medien?

Wir sind aktuell auf Facebook und Instagram aktiv. Unsere Community wächst stetig. Die Follower nutzen diese Kanäle zum Austausch und zur Inspiration. Wir gestalten unsere Social-Media-Kommunikation im Gegenzug sehr abwechslungsreich und überlegen uns immer wieder neue Aktionen und spannende Formate.

6. »die-region.de« ist das digitale Herzstück des Regionalmarketings. Was bietet es seinen Besuchern?

Es ist alles da, genau wie in unserer Region. Das Portal präsentiert die ganze Vielfalt der Städte und Landkreise auf einer Website. Ein Beispiel sind die Reportagen über die Menschen und das Leben in unserer Region. Das sind Geschichten über spannende Arbeitsplätze, innovative Unternehmen, attraktive Kunstsammlungen oder interessante Kulturprojekte. Das sind Geschichten aus der Clubszene, über neue Wohnkonzepte und kurzweilige Ausflugsziele für Alleinstehende oder die ganze Familie. Hinzu kommen Informationen über Jobangebote und Veranstaltungstipps. Wie gesagt: Es ist alles da.

7. Was ist für die Zukunft geplant?

Mit dem Portal und einer multimedialen Imagekampagne wollen wir die Marke »Die Region« aufbauen, stärken und etablieren. Dabei nutzen wir Storytelling-Formate auf allen Kanälen. Wenn wir damit den Kopf und die Herzen der Menschen erreichen und sie zu einem Teil unserer Community machen, haben wir

unser Ziel erreicht. Darüber hinaus richten wir künftig unsere Kommunikation noch stärker an speziellen Zielgruppen aus. Hier fokussieren wir uns auf die Fachkräfte und die Branchen, in denen der größte Bedarf besteht.

8. Wer steht hinter der Marke und der Kampagne von »Die Region«?

Initiator ist die Allianz für die Region GmbH, eine Regionalentwicklungsgesellschaft, in der 19 Gesellschafter aus Unternehmen, Kommunen und Verbänden das Ziel verfolgen, die Region Braunschweig-Wolfsburg zu einem wirtschaftsstarken und lebenswerten Zuhause der Zukunft weiterzuentwickeln. Es war der Wunsch und der konkrete Auftrag unseres Aufsichtsrats, künftig mit unserer Geschäftsstelle Regionalmarketing verstärkt an der Vermarktung der Region zu arbeiten. Das funktioniert aber nur, wenn alle regionalen Akteure an einem Strang ziehen. Deshalb treffen wir uns regelmäßig in Arbeitsgruppen mit unseren Partnern, um das volle Potenzial der Region auszuschöpfen und möglichst viele Interessen zu bündeln. Wir sind im direkten Austausch, entwickeln oder diskutieren Ideen und sammeln Impulse, die für das operative Marketing sehr wertvoll sind. Mittlerweile besteht dieses »Kernteam« aus rund 25 aktiven Mitgliedern, die unser Regionalmarketing gemeinsam vorantreiben.

FRANK FABIAN

GESCHÄFTSFÜHRER, ALLIANZ FÜR DIE REGION GMBH



Die Region:

Wolfsburg



In der Region seit?

Seit meiner Geburt in Braunschweig, lebe jetzt in Wolfsburg.



Was verbindet du mit der Region?

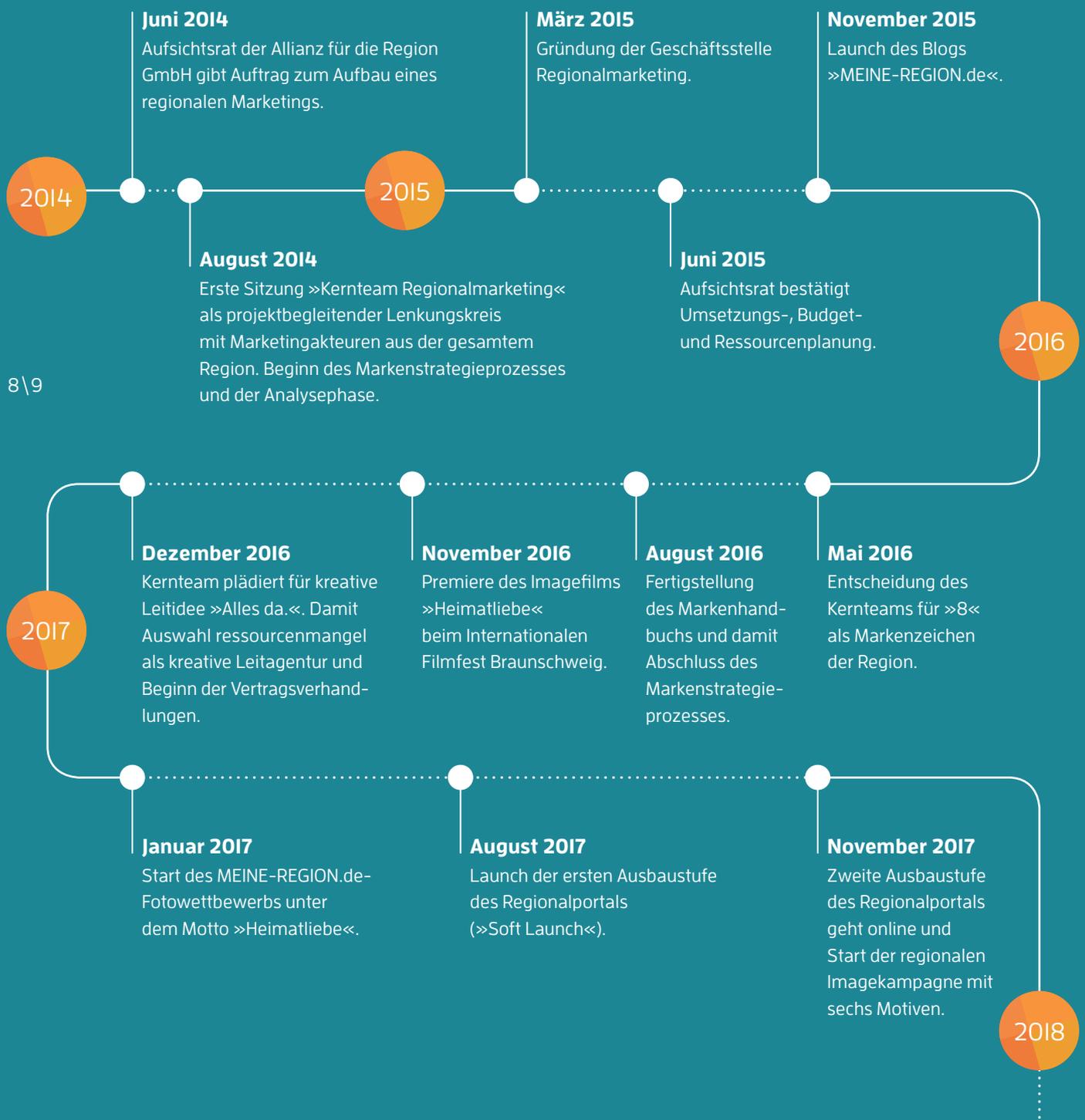
Die enorme Vielfalt. Es ist sozusagen alles da, was beruflich und privat zum Wohlbefinden beiträgt.



Lieblingsort?

Nordsteimke

Meilensteine der regionalen Vermarktung



Landkreis GIFHORN

52° 28' 51.273" N
10° 33' 2.818" O

Stadt WOLFSBURG

52° 25' 21.541" N
10° 47' 11.565" O

Landkreis PEINE

52° 19' 13.474" N
10° 14' 35.761" O

10 \ II

Stadt BRAUNSCHWEIG

52° 16' 7.945" N
10° 31' 36.372" O

Stadt SALZGITTER

52° 8' 16.317" O
10° 23' 23.685" O

Landkreis GOSLAR

51° 54' 21.431" N
10° 25' 44.386" O

Landkreis HELMSTEDT

52° 13' 44.278" N
11° 0' 34.358" O

Landkreis WOLFENBÜTTEL

52° 9' 50.549" N
10° 32' 27.054" O



ZAHLEN & FAKTEN

8 gute Gründe für die Region

Stadt BRAUNSCHWEIG

Mehr als
15.000 Menschen

arbeiten hier an 27 Forschungseinrichtungen an der Zukunft. Und: Die Wissenschaftler kommen aus über 80 Ländern!

Landkreis GOSLAR

Aus rund
100 Ländern

kommen die Studenten der TU Clausthal. Mit stolzen 30 Prozent ist das der höchste Anteil ausländischer Studierender deutschlandweit.

Landkreis GIFHORN

Den
8. Platz

belegt Gifhorn im bundesweiten Vergleich, wenn es um die Ingenieursdichte geht.

Landkreis HELMSTEDT

Ganze
470 km²

ist der Naturpark Elm-Lappwald groß. Das entspricht 65.000 Fußballfeldern!

Landkreis PEINE

3 tolle Werksbesichtigungen

auf einmal bietet die »Genießer Manufakt(o)ur«. Dazu ein Versprechen: Bei Härke, JR Die Schokoladenfabrik GmbH und Pelikan kommt niemand zu kurz.

Stadt SALZGITTER

Seit
2008

stellt Salzgitter als einzige Stadt Norddeutschlands kostenlose Kindergartenplätze. So geht Familienfreundlichkeit!

Stadt WOLFSBURG

An
5. Stelle

rangiert Wolfsburg im Prognos-Zukunftsatlas 2016. Damit sind die Wolfsburger die einzige norddeutsche Stadt innerhalb der Top 10 und gelten als Standort mit besten Zukunftschancen – deutschlandweit.

Landkreis WOLFENBÜTTEL

Mehr als
1.000 Fachwerkgebäude

sind uns erhalten geblieben – das schmalste nur 2,16 Meter breit! Hochburgen der alten Baukunst sind die Städte Wolfenbüttel und Hornburg.

CHRISTIAN WIESEL

LEITER DER GESCHÄFTSSTELLE REGIONALMARKETING,
ALLIANZ FÜR DIE REGION GMBH

- 🏠 **Die Region:**
Stadt Wolfsburg
- 🕒 **In der Region seit?**
2010
- ♥️ **Was verbindest du mit der Region?**
Immer wieder verblüffend!
- 📍 **Lieblingsort?**
Landzunge am nördlichen Eckerstausee-Ufer – traumhafte Einsamkeit!

JAN-CHRISTOPH AHRENS

PROJEKTMANAGER, ALLIANZ FÜR DIE REGION GMBH

- 🏠 **Die Region:**
Landkreis Wolfenbüttel
- 🕒 **In der Region seit?**
Von Geburt an
- ♥️ **Was verbindest du mit der Region?**
Die Region war und wurde wieder mein Lebensmittelpunkt: Mit Freud, Leid und Liebe – sie ist deshalb all das, was für mich Heimat ausmacht.
- 📍 **Lieblingsort?**
Die Kleine Hofwirtschaft, Uehrde im Landkreis Wolfenbüttel

12\13

LOUISA HEIMBERG

DESIGNERIN, WIRDESIGN GMBH

- 🏠 **Die Region:**
Wohnhaft außerhalb der Region, Arbeitsort ist die Stadt Braunschweig (Berufspendlerin)
- 🕒 **In der Region seit?**
Januar 2016
- ♥️ **Was verbindest du mit der Region?**
Die schönen Sonnenaufgänge über taubedeckten Feldern, die ich aus dem Zugfenster stets beobachten kann. Und natürlich die vielen interessanten Menschen, die ich hier bereits kennenlernen durfte.
- 📍 **Lieblingsort?**
Der Kohl- und Altstadtmarkt, perfekt für gemütliches Flanieren in der Mittagspause

00

Das 8x8 der Marke

Die Region
Braunschweig - Wolfsburg

14 | 15



DIE REGION

L 10 gute Gründe für die Region

L 10°

1000
JOERTHEIM

DIE REGION
L 6.2

6 Schreibtipps für den Raum
2 ist nicht 1/2 sondern 1/2

L 6.2°

LIVING BRAND

TAGUNG - RAUMDM

die region

L 8

L 2

Die region

»Die Region führt zusammen, was zusammen gehört. Stadt und Land, Innovation und Tradition, Wirtschaft und Kultur – es ist im wahrsten Sinne des Wortes alles da, um im Wettbewerb vorne mitzuspielen.«

Thomas Brych, Landrat des Landkreises Goslar

Die Region hinter der Marke

Eine Marke steht – sehr verkürzt gesagt – für die unverwechselbaren Eigenschaften eines Produkts, einer Dienstleistung, einer Institution ...

Das ist bei der Marke »Die Region« nicht anders. Denn hinter ihr verbirgt sich der wichtigste Industriestandort Norddeutschlands, der zugleich mit einem einzigartigen Angebot von Natur und Kultur auf höchstem Niveau aufwarten kann. Mit ihrer langen

Forschungstradition und weltweit etablierten Unternehmen ist die Region Braunschweig-Wolfsburg nicht ohne Grund Taktgeber in vielen Bereichen. Für die Menschen, die zwischen Harz und Heide arbeiten und leben, stellt sich die Region als eine dar, die vor allem drei Eigenschaften hat, die den Markenkern bilden: Sie ist richtungsweisend, sie tut gut und sie bewegt.

Die Lösung liegt in der Sache selbst

Die Marke »Die Region« ist eine digitale Marke und das Logo folgt der Typologie der digitalen Welt. Es ist ganz klein ebenso wie groß anwendbar, kombinierbar und es ist lebendig.

16 \ 17

Der Kern des Logos ist die Glyphe – ein ganz besonderes Satzzeichen. Die Glyphe entspringt dem Buchstaben »g« im Wort Region, kann aber auch als »8« gelesen werden. Denn die Ziffer steht für die acht kreisfreien Städte und Landkreise. Die acht Segmente sind auch ein Hinweis auf den Facettenreichtum der Region. Allein genommen ist die Glyphe ein Gütesiegel, das die Vorzüge der Region versinnbildlicht. Es ist frei von Schnörkeln und steht als Symbol auch für Unendlichkeit. Dazu erlaubt es die Absenderkennung auch auf dem kleinen Display eines Smartphones – etwa als App-Icon.

Um »Die Region« sofort zuordnen zu können, wird sie durch die

»Tagline« – oder Zusatzzeile – »Braunschweig-Wolfsburg« ergänzt. Missverständnisse sind so nicht möglich. Denn klar ist: Gerade wenn »Die Region« Menschen aus anderen Gegenden ansprechen und für sich gewinnen möchte – etwa Touristen oder begehrte Fachkräfte – müssen sie

8 Grad, 8 Facetten,
8 Farben

auf den ersten Blick erkennen können, um welche der vielen Regionen es sich handelt. Ist genug Platz vorhanden, etwa auf Plakaten, werden zusätzlich alle Städte und Kreise neben der Glyphe aufgelistet – die geografische Zuordnung wird so noch einfacher.



Wortmarke

Als Absenderkennung kommt stets die Wortmarke als Logo zum Einsatz.

Farbe

Die definierten Farben kolorieren die bunte und lebendige Vielfalt der Region. Zum Beispiel in den Bereichen Kultur, Natur Wissenschaft und Wirtschaft.

Die Region

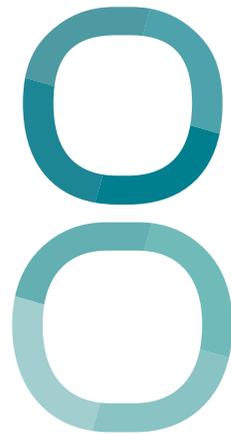
Braunschweig - Wolfsburg

Tagline

Diese Zusatzzeile ist ein Markenzusatz, der regional verortet. Dieses Merkmal ist bedeutend im Sinne der überregionalen Markenwahrnehmung.

Glyphe

Die Glyphe ist der visuelle Anker des Markenauftritts. Sie symbolisiert die acht kreisfreien Städte und Landkreise.



Weiterführende Infos zur Region finden Sie unter die-region.de

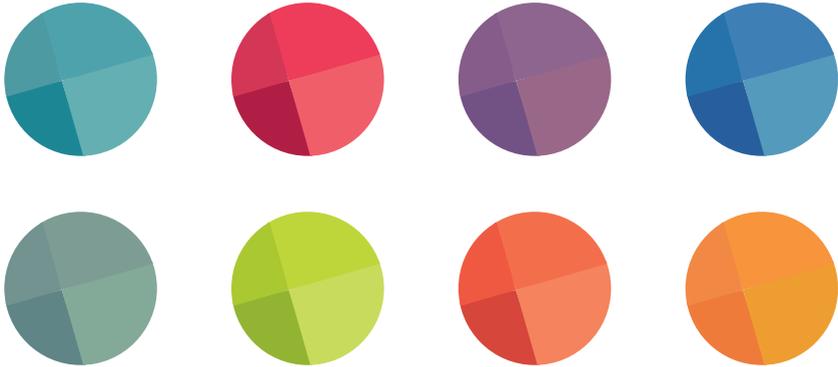
Die 8 schafft Möglichkeiten

18 | 19

Die Region
Braunschweig - Wolfsburg



Farbklima



8 Partner bekennen Farbe und können sich aus einer harmonischen und geschlossenen Farbenfamilie »bedienen«. Das gilt aber nicht nur im Zusammenhang mit den Marken-

32 Farbabstufungen bilden das Farbklima

farben. Auch in der Bildsprache spielt der Farbklang eine Rolle. Soll sie doch unverwechselbar das Besondere der Region illustrieren. So lässt sich

über eine individuelle Bildsprache die jeweilige Stimmung transportieren: von den Naturfarben herbstlicher Waldlandschaften im Harz bis hin zu den Lichtstimmungen nächtlicher Stadtansichten Braunschweigs.

Die Formen und Farben geben Halt, ohne statisch zu sein: Es ist ein lebendiger Markenauftritt. Die Bühne dafür bieten Farbflächen, die diagonal geteilt sind. Übrigens: Auch hier spielt die Zahl 8 eine Rolle, sind die Winkel doch stets in 8° oder 16° angelegt.

IMKE SONNTAG

PROJEKTMANAGERIN, ALLIANZ FÜR DIE REGION GMBH

-  **Die Region:**
Stadt Braunschweig
-  **In der Region seit?**
Januar 2010
-  **Was verbindest du mit der Region?**
Hier gehe ich arbeiten, hier habe ich geheiratet, hier sind meine zwei Kinder geboren, hier habe ich ein Eigenheim, hier verbringe ich meine Freizeit – kurz: Die Region Braunschweig-Wolfsburg ist mein Lebensmittelpunkt/meine Wahlheimat.
-  **Lieblingsort?**
Mein Garten

THORSTEN GREINUS

CREATIVE DIRECTOR, WIRDESIGN GMBH

-  **Die Region:**
In der Woche in Wolfenbüttel auf einem Bauernhof (Berufspendler)
-  **In der Region seit?**
September 2015
-  **Was verbindest du mit der Region?**
Am Abend, auf dem Weg nach Wolfenbüttel, entlang der unendlich weiten Felder, genieße ich bei schönem Wetter den Weitblick. An guten Tagen sehe ich den Brocken und nehme mir stets einen Ausflug dorthin vor.
-  **Lieblingsort?**
Der historische Stadtkern der Stadt Braunschweig



Von Ausgehen bis Arbeiten: auch digital »Alles da«!

Die Menschen in unserer Region und diejenigen, die wir für sie begeistern wollen, nutzen digitale Medien – keine Frage. Entsprechend wurde achtgegeben, dass auch der digitale Auftritt Gewicht bekommt.

22\23

Dem Portal »die-region.de« kommt eine besondere Bedeutung zu: Es ist der zentrale Knotenpunkt aller Marketingaktivitäten. Die Online-Plattform soll die Schlüsselbotschaften zur Imagebildung der Region transportieren, die Zielgruppen von ihr überzeugen, Raum zur Partizipation bieten und die Innen- wie Außendarstellung schärfen. Einheimische können

»Wir waren selber überrascht, was es in der Region alles zu entdecken gibt und was sie alles bietet. Eben #ALLESDA.« Emil Graeber

sich hier genauso über den nächstgelegenen Badensee informieren wie potenzielle Fachkräfte aus Düsseldorf oder Dresden über die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Heute findet sich unter »die-region.de« ein Regionsportal, das das Potenzial hat, Maßstäbe zu setzen. Das gilt für Konzeption und technische Umsetzung gleichermaßen, aber vor allem für den Content, wie Emil Graeber von der betreuenden Agentur ressourcenmangel sagt: »Das Portal bietet sowohl einen gehörigen Unterhaltungswert über spannende Storys,

aber auch ganz praktische Hilfe, zum Beispiel bei der Suche nach einem Job oder der nächsten herausfordernden Outdoor-Tour. Der Nutzer merkt auf diese Art schnell: In dieser Region ist #ALLESDA.« Übrigens nicht nur auf der Seite selber, denn selbstverständlich werden auch die wichtigen Social-Media-Plattformen Facebook, Instagram und Youtube laufend mit interessanten Inhalten aus der Region gefüttert.

EMIL GRAEBER

PROJEKTMANAGER, RESSOURCENMANGEL



Die Region:

Nicht in der Region ansässig



In der Region seit?

Regelmäßig und immer öfter – seit Anfang 2017 und der gemeinsamen Arbeit mit der Allianz für die Region GmbH.



Was verbindet dich mit der Region?

Eins meiner liebsten Projekte



Lieblingsort?

Egal wo. Für »Die Region« arbeiten kann man von überall aus.



ressourcenmangel



Nur ganz kurz: 8 Funktionen

Das Regionsportal »die-region.de« ist ein Spiegel des ganzen Lebens zwischen Harz und Heide. Dazu ein Nachschlagewerk, ein Unterhaltungsprogramm und, und, und ...

Es gibt Arbeit!

Tausende offene Stellen auf einen Klick.

Los! Los! Los!

Mehrere hundert Wander-, Rad- und Outdoor-Touren.

Wer macht noch mal?

Ein Klick für alle Unternehmen in einer Datenbank.

Da Capo!

Ein großer regionaler Veranstaltungskalender.

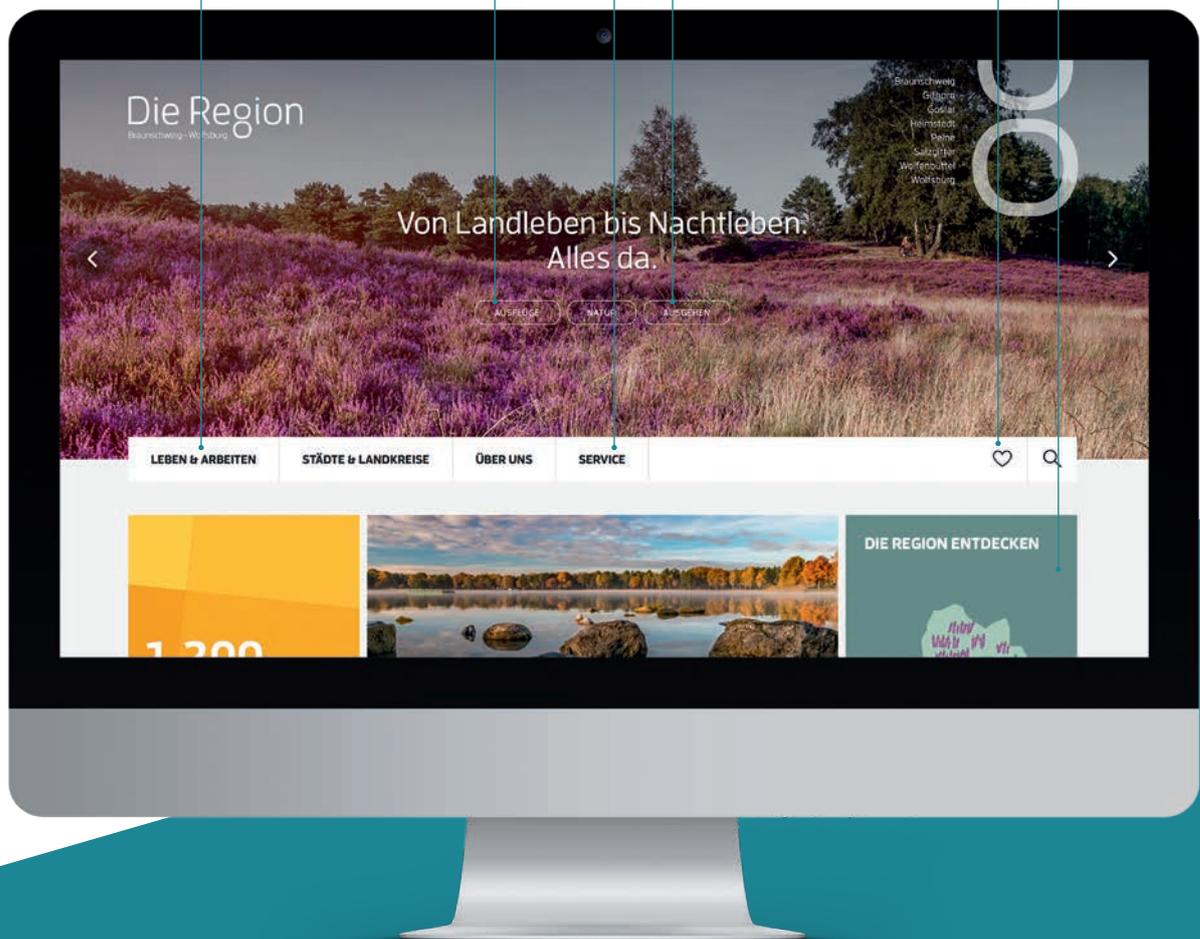
Wo war das noch mal?

Mit der Funktion »Gemerkte Inhalte« geht nichts verloren.

Ganz viel Vielfalt

So macht das Kennenlernen der Region Spaß: intuitiv, mit Wimmelkarte und Teaserkarten.

24 \ 25



Alles da! Alles drin! Alle dabei!

Solide Fakten und mitreißende Geschichten – alles über unsere Region auf einer Seite.

Am Puls der Region

Unsere Blogger zeigen, wie und wo das Leben spielt.



Entdecken Sie die Region Braunschweig-Wolfburg unter **die-region.de**



Gegensätze für unsere 8

Die Region selbst lebt von ihren vielen und unterschiedlichen Menschen. Entsprechend stehen diese auch im Mittelpunkt der Kampagne – am besten zu sehen auf den großen Plakatflächen. Gemeinsam mit den ausgesuchten Orten, an denen sie fotografiert wurden, spannen sie einen kontrastreichen, aufmerksamkeitsstarken Bogen, der zeigt, dass »Alles da.« ist. Gleich ob es sich um Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Sport oder Natur handelt.

26 \ 27

Zwei Projektmanagerinnen, die die Entwicklung und Verwirklichung der Motive betreut haben, sind Yvonne-Madelaine Pfeiffer und Sarah Pape aus der Geschäftsstelle Regionalmarketing. Sie haben sich zuallererst auf die Suche gemacht: nach spannenden Unternehmen, nach typischen Orten und Menschen, die Strahlkraft haben, »Hingucker« sind und die Zielgruppen interessieren. Sie zu finden, fiel ebenso wenig schwer wie die ausgewogene Darstellung der Städte und Landkreise, sagt Sarah Pape: »Ob Gifhorn oder Goslar, sie alle bieten so viele Facetten, dass die Auswahl schnell von der Hand ging.«

War es denn schwierig, die Ausgesuchten zu überzeugen? »Nein, überhaupt nicht. Die Qualität der Kampagne hat direkt überzeugt – und auch, dass es wichtig ist, regionales Marketing zu unterstützen«, sagt Yvonne-Madelaine Pfeiffer. Begeistert habe dabei auch das Konzept, das einerseits auf einem Kontrast beruht, andererseits stets zwei verschiedene Städte und Landkreise auf einem Motiv zusammenbringt – und damit Verbundenheit zwischen den Teilgebieten erzeugt. Zum Beispiel eine Tänzerin des Braunschweiger Tanz-Sport-Club e. V., die in der Achs-

montage von MAN Salzgitter tanzt. Hier prallen zwei ganz unterschiedliche Welten aufeinander, die durch den Text – »Von Anmut bis Antrieb. Alles da.« – zu einem harmonischen und stimmigen Bild für die Region Braunschweig-Wolfsburg werden.

An rund
300 Orten in der Region sind die Plakate der Imagekampagne sichtbar.

Dazu tragen auch die Farben bei, die das Gemeinsame unterstreichen. Dabei ist die Mühe, die hinter den Motiven steckt, oft gar nicht zu erahnen. Das gilt zum Beispiel für das Motiv »Von Hochschule bis Höhenzug. Alles da.«. Nicht nur Frau Prof. Dr.-Ing. Kaysser-Pyzalla musste dazu in den Elm kommen, sondern auch ein Schreibtisch. Und wo sind die Motive zu sehen? Flächendeckend vor allem in unserer Region, später dann auch in weiteren ausgesuchten Städten wie Göttingen, Hannover und Magdeburg.



SARAH PAPE

PROJEKTMANAGERIN, ALLIANZ FÜR DIE REGION GMBH

 **Die Region:**
Landkreis Peine

 **In der Region seit?**
Von Geburt an

 **Was verbindest du mit der Region?**
Heimat – hier bin ich aufgewachsen und habe viele schöne Momente mit Familie und Freunden erlebt.

 **Lieblingsort?**
Burgberg im Landkreis Goslar

YVONNE-MADELAINE PFEIFFER

PROJEKTMANAGERIN, ALLIANZ FÜR DIE REGION GMBH

 **Die Region:**
Stadt Braunschweig

 **In der Region seit?**
... der Geburt bis zum Abitur 2004.
Nach einigen Stationen im In- und Ausland seit 2016 wieder da.

 **Was verbindest du mit der Region?**
Viele schöne Erlebnisse mit Familie und Freunden

 **Lieblingsort?**
Riddagshausen

28 | 29

»Zwei USPs, scheinbar paradox ausgewählt, und eine starke kreative Leitidee: Das ist der Stoff für eine Kampagne, die nicht platt, sondern mit Charme, Witz und Ironie die Region bekannt macht.«

Lutz Kothe, Leiter Marketing Deutschland bei Volkswagen
und Gründungsmitglied des Kernteams Regionalmarketing

Braunschweig
Goslar
Hardegsheide
Hildesheim
Peine
Salzgitter
Witzenhausen
Worfburg

00

Von Schoko-Genuss
bis Stahlguss. Alles da.

Während Edel-Pralines aus dem Kreis Wittenbittel auf der Zunge zergehen, schmilzt Stahl aus Salzgitter bei 1.500 °C. Das bietet nur die-region.de

Die Region



»Mit den zwei verschiedenen Landkreisen oder Städten auf einem Motiv bauen wir mentale Brücken in der Region und in den Köpfen der Betrachter.«

Christian Wiesel, Leiter Geschäftsstelle Regionalmarketing

30 \ 31

Impressionen der Kampagnen-Shootings:

oben links: Assistent Nils Günther und Fotograf Thomas Gasparini (v.l.) im Stahlwerk der Salzgitter Flachstahl GmbH.
rechts: Yvonne-Madelaine Pfeiffer, Prof. Dr.-Ing. Anke Kaysser-Pyzalla und Stylistin Anna Marina Roth (v.l.) im Karl-May-Tal im Elm-Lappwald.
unten links: Armin Wurm in der Herzog-August-Bibliothek in Wolfenbüttel.



IMPRESSUM

Herausgeber

Allianz für die Region GmbH
Geschäftsstelle Regionalmarketing
Frankfurter Straße 284
38122 Braunschweig
regionalmarketing@allianz-fuer-die-region.de

Konzept/Layout

wirDesign Berlin Braunschweig

Fotografie

Cover Andre Kugellis
S. 5 Matthias Leitzke
S. 6 Allianz für die Region GmbH / Christian Wiesel,
Christian Bierwagen, Frank Bierstedt
S. 9 Allianz für die Region GmbH / Yvonne-Madelaine Pfeiffer
S. 12/13 wirDesign / Luisa Burbach
S. 15 ressourcenmangel
S. 19 wirDesign / Luisa Burbach
S. 20 wirDesign / Luisa Burbach
S. 21 Allianz für die Region GmbH / Sara Uhde
S. 22 Christopher Camillo Czichy, Thomas Gaspirini, Grizzlys Wolfsburg

Druck

Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH