

Im Interview: Michael Kliebenstein

# Niederbayern ist eine Erfolgsregion

Niederbayern fährt eine neue Image Strategie und unterscheidet sich damit von anderen Regionen. Die radikale Konzentration auf den Markenkern Zukunft ist Programm. Hier lässt Michael Kliebenstein, der Geschäftsführer des Niederbayern-Forum, die strategische Ausrichtung Revue passieren und gibt ein paar persönliche Einblicke über Zielsetzungen, besondere Projekte und wie sich Niederbayern als europäische Erfolgsregion besser darstellen kann.



Michael Kliebenstein, Geschäftsführer des Niederbayern-Forum e.V.

**La 365:** Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?

**Michael Kliebenstein:** Der Markenkern Niederbayerns wird heute konsequenter denn je an unserer Zielgruppe Fach- und Führungskräfte ausgerichtet. Durch unsere Fremdimageanalyse haben wir in 2012 versucht, die Bedürfnisse und die Motivation dieser Kernzielgruppe im Einzelnen besser zu verstehen. Alle Elemente des Marketingmix stehen in der Folge für den Markenkern. Aufgrund von nahezu Vollbeschäftigung benötigen wir in Niederbayern dringend neue Ingenieure, IT-Spezialisten, Techniker und hochspezialisierte Handwerker für unseren Mittelstand. Die kommen aber nicht allein, sondern mit ihren Familien. Also sind das die Zielgruppen, die wir direkt ansprechen wollen. Alle Aktivitäten in diese Richtung haben wir im Niederbayern-Forum gebündelt.

**La 365:** Was macht Niederbayern eigentlich besser als andere Standorte?

**La 365:** Können Sie kurz das Kernziel Ihrer Aktivitäten für 2013 näher erklären? Was wollen Sie mit Ihrer Arbeit erreichen?

**Michael Kliebenstein:** Hochspezialisierte Fachkräfte, die in den Metropolregionen unzufrieden sind, sollen stärker die Standortvorteile und die Chancen von Niederbayern kennen lernen und deutlich stärker motiviert werden, sich unseren Landstrich einmal genauer anzuschauen. Wir wollen die Präferenz dieser jungen Familien für Niederbayern gewinnen. Daher auch die Betonung auf „Zukunft und Karriere“ und die besondere Darstellung von Sekundärkarrieren für junge Frauen mit Familie in Niederbayern. In diesem Zusammenhang wollen wir den bayerischen Premium-Kontext noch mehr für uns nutzen. Schließlich tragen wir als zweitgrößter bayerischer Bezirk ja auch die Gene Bayerns in unserem Markennamen: Niederbayern.

**Michael Kliebenstein:** Wie alle Premium-Marken liefert der Standort hohe Qualität und bietet eine gewisse „unzugängliche“ Exklusivität, hat starkes Wachstum und starke betriebswirtschaftliche Erträge. Niederbayern ist - innerhalb des attraktiven Städtedreiecks München, Salzburg und Regensburg - ein echter „Hidden Champion“ unter den europäischen Wirtschaftsregionen. Ein Technologie- und Wissenschaftsstandort, den manche bisher nicht auf dem Radar hatten. Unsere TOP-Unternehmen sind hochgradig spezialisiert und

oftmals Marktführer in ihrer Nische, dabei international ausgerichtet und extrem dynamisch. Sie geben der Region das Gefühl von Besonderheit und Überlegenheit. Das sind die Treiber für den Markenerfolg.

**La 365:** Welche sonstigen Eigenschaften haben Sie für die Marke Niederbayern definiert?

**Michael Kliebenstein:** Weitere exklusive Eigenschaften, die wir gerne ins Feld führen, sind: intakte Natur, spitzenmäßige medizinische Versorgung, kaum Staus, hohe Sicherheit, wirtschaftliche Spitzenleistungen, hohe Technologie- und Wissenschaftskompetenz, tolle Lebensqualität für junge Familien und eine besondere Internationalität. Der Airport München liegt gleich um die Ecke. Dazu kommen fast Vollbeschäftigung, hohe Kaufkraft, günstige Lebenshaltungskosten und preiswerte Häuser.

**La 365:** Wie gehen Sie mit der Markenkommunikation um? Welche Aktivitäten stehen im Vordergrund?

**Michael Kliebenstein:** Wir versuchen uns in der Kommunikation frei von Widersprüchen zu halten. Deshalb die Fokussierung auf den Wirtschaftsstandort Niederbayern. Unseren Markenkern „Zukunft und Karriere“ laden wir über Netzwerk-Events, PR, Funk- und Printkampagnen, das Internet Portal und eigene

Publikationen auf. Es ist uns gelungen, einige Prozesse wie zum Beispiel die Netzwerktage als eigenständige Produktlinie zu standardisieren und in ihren Strukturen kontinuierlich zu verbessern. Die Botschafter unserer Marke sind ein weiterer Eckstein. Bei den Botschaftern wird die Leidenschaft für Niederbayern voll gelebt. Da spürt man den Markenkern in jeder Faser. Kürzlich erst ist unser Niederbayern Botschafter Alfred Gaffal zum bayerischen Arbeitgeberpräsidenten nominiert worden, was uns natürlich sehr stolz macht.

**La 365:** Gab es Vorbilder für Ihre Kampagnenarbeit?

Auf tradierte Erfolgsrezepte konnten wir nicht zurückgreifen. Mein Verständnis von Markenidentität ist es, ein klares Versprechen statt eines handelsüblichen Mottos auszugeben. Unser Anspruch „Niederbayern schafft Zukunft“ zielt da genau in die richtige Richtung und differenziert uns auch sehr stark von anderen Regionen, die eher touristisch oder schönfärberisch werben. Regionen, die nur für Spaß, Spontanität, Leichtigkeit oder Unbekümmertheit stehen, haben stark an Attraktivität eingebüßt. Bayerische Länder und Regionen streben heute danach, eine bedeutungsvollere und umfassendere Rolle im Leben der Menschen zu spielen. ■

Weitere Informationen: [www.niederbayern.de](http://www.niederbayern.de)

Anzeige

# „Paradies für Zukunft und Karriere“

Wenn für Sie Erfolg und Lebensqualität etwas mehr als nur Großstadt bedeutet.



[www.niederbayern.de](http://www.niederbayern.de)

**Niederbayern** ist die etwas andere Wirtschafts-Region in Europa – manche würden sogar sagen, hier ist die Welt in Ordnung. Ein echter Geheimtipp eben: Die niederbayerische Industrie schätzt ihre derzeitige Situation so gut ein wie nie zuvor. Die niederbayerische Wirtschaft konnte wieder von

ihrer Exportstärke profitieren und im Außenhandel weitere Zuwächse verzeichnen. Dank ausgezeichneter Arbeitsmarktdaten ist die Konsumlaune und das frei verfügbare Einkommen – trotz höherer Energiekosten – nach wie vor sehr gut. Darüber hinaus haben günstige Standortbedingungen und eine hohe

Kapazitätsauslastung die Investitionen vorangetrieben. Die Arbeitslosenquote ist weiter gesunken und liegt aktuell bei 3,0 Prozent. Viele Unternehmen suchen Fachkräfte! Und das ist nur einer der Gründe, warum man den Wirtschaftsstandort Niederbayern einfach mögen muss.

Niederbayern-Forum e.V.  
**Niederbayern**  
Schafft Zukunft.

Freuen Sie sich darauf, die Vorzüge eines zukunftsorientierten NIEDERBAYERN kennen zu lernen – in den STÄDTEN: LANDSHUT, STRAUBING, PASSAU, UND DEN LANDKREISEN: DEGGENDORF, DINGOLFING-LANDAU, FREYUNG-GRAFENAU, KELHEIM, STRAUBING-BOGEN, LANDSHUT, PASSAU, REGEN, ROTTAL-INN.