

Imagekampagne zur regionalen Identität im Wirtschaftsraum Augsburg A³

NEWS ABONNIEREN



(lifePR) (Augsburg, 24.06.20) In einem neuen Förderprojekt soll die regionsspezifische Identität des Wirtschaftsraums Augsburg A³ skizziert und gestärkt werden. Dafür erhält die Regio Augsburg Wirtschaft GmbH Fördermittel des Freistaates Bayern. Die gesamte Pressemitteilung steht Ihnen hier zum Download zur Verfügung: <https://www.region-a3.com/mediathek/?controller=search&showMedium=1383>.

Weitere Informationen zu dem Fördervorhaben des Freistaates Bayern sind zu finden unter www.regionen.bayern.de. Die dazugehörige Pressemitteilung des Freistaates Bayern finden Sie unter <http://www.regionen.bayern.de/internet/stmf/aktuelles/pressemitteilungen/24198/index.htm>.

Es folgt die gesamte Pressemitteilung.

Imagekampagne zur regionalen Identität im Wirtschaftsraum Augsburg A³

In einem neuen Förderprojekt soll die regionsspezifische Identität des Wirtschaftsraums Augsburg A³ skizziert und gestärkt werden. Dafür erhält die Regio Augsburg Wirtschaft GmbH Fördermittel des Freistaates Bayern.

Das Projekt läuft bis September 2022 und wird vom Bayerischen Staatsministerium der Finanzen und für Heimat im Rahmen der Förderung zur Stärkung regionaler Identität im Freistaat Bayern unter dem Titel „Imagekampagne A³ Wirtschaftsraum Augsburg – ‚neue‘ Heimat 4.0.“ mit 450.000 Euro unterstützt. Projektträger ist die Regio Augsburg Wirtschaft GmbH, die gemeinsame Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Augsburg und der beiden benachbarten Landkreise Augsburg und Aichach-Friedberg.

Wandel darstellen und Gemeinsamkeiten herausarbeiten

Das Image und die Identität des Wirtschaftsraums Augsburg haben sich in den vergangenen Jahren deutlich gewandelt. Die Identität dieses durchaus heterogenen Raumes zu entschlüsseln und zu beschreiben, den aktuellen Wandel darzustellen, die regionale Identität zu stärken und die Region A³ nach innen wie außen bekannter zu machen, sind die Ziele des Projekts. Inhaltlich befasst es sich vornehmlich mit den standortprägenden Stärken sowie soziokulturellen und sozioökonomischen Themen unter dem Blickwinkel der Lebensqualität der Region. Dabei sollen regionale, identitätsstiftende Merkmale gesammelt und über einen Medienmix kommuniziert werden. Die attraktiven Aspekte von Identität und Image sollen insbesondere in das Fachkräfte- und Standortmarketing Eingang finden.

Nächste Schritte: Umfragen, Webseite, Hochschul-Projekte, Social Media

Was verbinden Menschen mit der Region A³? Was sind die Stärken? Und wie wird der Wirtschaftsraum Augsburg wahrgenommen, von innen wie von außen? Die Antworten auf diese und ähnliche Fragen dienen als Grundlagen, um das Profil der Region A³ zu schärfen, ihre Stärken effektiv zu kommunizieren und den Standort im (inter-)nationalen Wettbewerb, auch um Fachkräfte, erfolgreich zu positionieren. Denn sowohl im Bereich Image als auch im Bekanntheitsgrad gibt es bisher noch (gefühlte) Defizite, die zu Nachteilen im Wettbewerb der Standorte führen können. Das Förderprojekt soll einen Beitrag leisten, diesen Wettbewerbsnachteil zu verringern. In Umfragen werden zu Beginn wie am Ende des Projekts die genannten Fragen untersucht – auch um einer Änderung der Wahrnehmung der Region, als Ziel der Kommunikationsmaßnahmen, nachzugehen.

Ein erstes Instrument zur Umsetzung geplanter Maßnahmen ist ein neuer Internetauftritt als Relaunch des Regionalportals www.region-A3.com. Hier sollen spannende Geschichten zu Wirtschaft und Lebensqualität kommuniziert werden. Im Werden ist derzeit ein Projekt von Studierenden des Studienschwerpunkts Kommunikationsdesign an der Hochschule Augsburg. Sie erarbeiten im Wettbewerb Konzepte für eine Plakatkampagne, die sich mit dem Thema regionale Identität befassen soll. Im Fokus steht hierbei eine offene und künstlerische Herangehensweise aus einer Text-Bild-Kombination mit Fotografien bzw. 3D-Visualisierungen und Texten, die alle einen Bezug zu regionalen Betrieben aufweisen und diese Unternehmen mit anderen Aspekten der Region – zum Beispiel

Geschichte oder Natur – verbinden. Das Projekt wird im Sommersemester 2020 umgesetzt. Die besten Plakatentwürfe werden im Herbst ausgezeichnet. Inwieweit die Plakate in Kampagnenform veröffentlicht werden, wird dann gemeinsam mit den beteiligten Unternehmen entschieden.

Eine weitere Kommunikationsmaßnahme wird die Veröffentlichung von einhundert regionalen (Erfolgs-) Geschichten, vor allem aus der Sphäre der Wirtschaft – aber auch aus anderen Bereichen unter dem Blickwinkel der Lebensqualität der Region, ihrer Historie, Kultur, Natur usw. – im neuen Regionalportal sowie über Social Media und teilweise im ahochdrei Magazin sein, flankiert von neuen Bilderwelten und Videos aus A³. Weitere Maßnahmen ergeben sich aus den Befragungen und werden in den kommenden Jahren umgesetzt.

Weitere Informationen zu dem Fördervorhaben des Freistaats Bayern sind zu finden unter <http://www.regionen.bayern.de>. Die dazugehörige Pressemitteilung finden Sie unter <http://www.regionen.bayern.de/internet/stmf/aktuelles/pressemitteilungen/24198/index.htm>.