



Gedacht. Gemacht. Gemeinsam – Tourismus- und Regionalmarketing im Erzgebirge unter einer Dachmarke (Foto: Ronny Küttner / photoron)

18.11.2021 13:00 CET

Gedacht. Gemacht. Gemeinsam – Tourismus- und Regionalmarketing im Erzgebirge unter einer Dachmarke – Gemeinsam stark für die Region

Mit einer gemeinsamen Dachmarke wird die Region Erzgebirge künftig nicht nur noch enger zusammenrücken, sondern vor allem gebündelt nach außen stärker auftreten. Heute unterzeichneten Frank Vogel, Landrat des Erzgebirgskreises, Ines-Hanisch-Lupaschko, Geschäftsführerin des

Tourismusverbandes Erzgebirge e.V. und Matthias Lißke, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Erzgebirge GmbH und zugleich Projektsteuerer des Regionalmanagements Erzgebirge eine Kooperationsvereinbarung, die den gemeinsamen Weg besiegelt. Symbolisch trafen sich die Partner dazu auf dem Dach des Erzgebirges, auf dem Fichtelberg.

„Die Etablierung der Dachmarke Erzgebirge, unter der sich künftig Tourismusmarketing und Regional und Standortmarketing vereinen, ist nicht nur der nächste, logische Schritt in der Markenentwicklung. Das neue Markendach stärkt im Besonderen auch die Wahrnehmung der Region nach innen und außen – sie fördert eine noch bessere Identifikation mit der Heimat und eine größere Wertschätzung des Lebens- und Erholungsraums Erzgebirge im Sinne einer progressiven Provinz. Oder anders ausgedrückt: Das Erzgebirge ist ein Ort, der alles hat, was es zum guten Leben und Urlaub machen braucht. Das Logo des Tourismusverbandes, bestehend aus Schlägel und Eisen, stellt hierfür die stärkste Symbolik. Es steht für den Stolz auf Bergbau, für die Tatkraft der Menschen und das Spannungsfeld zwischen Innovation und Tradition. Nun wird das TVE-Logo auf eine höhere Ebene als Dachmarke gehoben, unter dessen Dach das Regionalmanagement Erzgebirge ‚umzieht‘“, so Frank Vogel, der Landrat des Erzgebirgskreises zur Pressekonferenz.

Gemeinsame Wurzeln – gemeinsame Wege in die Zukunft

Die Wurzeln aller Erzgebirger reichen über 800 Jahre zurück, als erste Silberfunde aus dem Dunkelwald eine Region machte, die noch heute vom Bergbau geprägt ist. Das Montanwesen war über Jahrhunderte hinweg der wichtigste Motor für die Entwicklung des Erzgebirges und prägte nachhaltig Land und Leute, Kultur und Wirtschaft der Region. Diese Einzigartigkeit führte 2019 zur Ernennung der "Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří" als UNESCO-Welterbe. So ist die einzigartige Kulturlandschaft der Region nicht nur Erlebnisraum für Touristen, sondern immer noch wichtiges Entscheidungskriterium bei der Rückkehr und Zuwanderung von Fachkräften in der Gegenwart. Die Besonderheit der Erzgebirger zeigt sich gleichsam in der Herzlichkeit als Gastgeber sowie ihrem Erfindergeist und ihrer Motivation, die aus der Innovationskraft des Bergbaus heraus Folgeindustrien entstehen ließen.

30 Jahre Markenevolution – ein Blick zurück

„In diesem Spannungsfeld zwischen Tradition und Innovation entwickelte sich die Marke Erzgebirge in den vergangenen Jahren sowohl für den Wirtschaftsstandort als auch die Tourismusregion unabhängig voneinander weiter“, zeigt Dr. Peggy Kreller, Projektleiterin Regionalmanagement Erzgebirge, den Weg der beiden Symboliken auf. In den ersten Jahren des neuen Jahrtausends förderte der Claim „Echt Erzgebirge“ vor allem die Identifikation der Bewohner mit ihrer Heimat. Mit „ERZGEBIRGE Gedacht. Gemacht.“ verschob sich die Positionierung unter Federführung des Regionalmanagements Erzgebirge ab 2010 in Richtung eines attraktiven Wirtschaftsstandorts, der sich immer mehr als lebenswerte Region für Fachkräfte präsentierte. Ein Markenrelaunch der Tourismusregion in Verantwortung des TVE in 2012 erkannte die jahrhundertealte Bergbaukultur als Alleinstellungsmerkmal des Erzgebirges, die noch heute überall erlebbar ist. Schlägel und Eisen wurden in ihrer Vielfarbigkeit die Marke der Tourismusregion, die vor allem den facettenreichen Erlebnisraum demonstrierte.

Sich neu zu überdenken, Dinge zu hinterfragen, gehört zu den Aufgaben von Marketingfachleuten. Im Zuge einer Repositionierung der Regionalmarke ERZGEBIRGE Gedacht. Gemacht. wurde die zebra | group aus Chemnitz vor einem Jahr beauftragt, die Vision des Erzgebirges als progressive Provinz im Spannungsfeld zwischen Innovation und Tradition, Wirtschaft und Tourismus sowie Natur und Kultur neu zu überdenken – immer mit Blick darauf, mit größtmöglicher Kraft das Beste für die Bekanntheit des Erzgebirges zu erreichen. Im Ergebnis zeigte sich, dass das Symbol des Bergbaus (Schlägel und Eisen), das der Tourismusverband Erzgebirge bereits seit 2012 als Marke nutzt, das beste Zeichen ist, um die gemeinsame Identität Erzgebirge modern zu fassen.

Wie man eine gemeinsame Dachmarke entwickelt

Die Abstimmung und Beschlussfassung zu einer gemeinsamen Umsetzungskonzeption forderte ein weiteres Jahr intensiver Arbeit mit Agentur und den Partnern Regionalmanagement Erzgebirge als Inhaber der wirtschaftlichen Marke mit dem Tourismusverband Erzgebirge als Inhaber der touristischen Marke, die zur gemeinsamen Dachmarke werden sollte.

Mit dem „Ja“ zu einem gemeinsamen Dach begann der Weg eines Marken-Migrations-Prozesses. Die Initiatoren schauten auf Regionen, die den Weg vor Jahren erfolgreich gegangen sind wie Südtirol, Tirol oder das Allgäu, um von

deren Erfahrungen zu profitieren, wie man Marken zusammenführt. Wesentlich waren auch Fragen von Markenschutz und zukünftigem Markenmanagement. In gemeinsamen, intensiven Workshops suchte man die größte gemeinsame Identität. Das Markenversprechen und die fünf Werte entspringen dabei den beiden Markenwelten des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V. und des Regionalmanagements. Zur Implementierung der Werte wurden diese zum einen in Keywords übersetzt, welche für die textliche Anwendung und Suchmaschinenoptimierung benötigt werden sowie auch in inspirierende – prosaische Texte ausgegeben, so dass sich Lesende emotional in die Marke Erzgebirge fühlen können.

„Am Ende ist es nicht der gemeinsame Eintrag der Marke beim Deutschen Patentamt oder die Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung, die die beiden Partner aneinanderbindet, sondern der gemeinsame Weg in dem Wissen, dass damit nur der erste Schritt gegangen wurde, um die Marke weiterzuentwickeln und auf die definierten Markenwerte durch Aktionen einzuzahlen“, so Ines Hanisch-Lupaschko. Und Matthias Lißke ergänzt: „Die Dachmarke Erzgebirge soll künftig von vielen Schultern getragen werden und so breit als möglich in der Region zur Nutzung angeboten werden. Um ein starkes Image wachsen zulassen, müssen nun auch touristische Leistungsträger und Vertreter der Wirtschaft mitgenommen werden, um die Marke besser zu etablieren.“

Ansprechpartnerinnen:

Regionalmanagement Erzgebirge

Projektmanagerin Dr. Peggy Kreller

Telefon: 03733 145146 | E-Mail: kreller@erzgebirge-gedachtgemacht.de

Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Geschäftsführerin Ines Hanisch-Lupaschko

Telefon: 03733 18800-0 | E-Mail: i.hanisch-lupaschko@erzgebirge-tourismus.de

*im Bild von links nach rechts: Matthias Lißke - Geschäftsführer
Wirtschaftsförderung Erzgebirge GmbH, Dr. Peggy Kreller - Projektleiterin
Regionalmanagement Erzgebirge, Ines Hanisch-Lupaschko - Geschäftsführerin
Tourismusverband Erzgebirge e.V., Landrat Frank Vogel*

Über den Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. ist die Dachorganisation für die nationale und internationale Vermarktung der Reiseregion Erzgebirge. Ausgezeichnete Rad- & Wanderwege, Wintersportmöglichkeiten, über 800 Jahre Bergbautradition, weltbekannte Weihnachtsbräuche & Handwerkskunst sowie historische Dampfeisenbahnen: Wer in das Erzgebirge im Süden Sachsens aufbricht, lernt eine zweite Heimat kennen – **die Erlebnisheimat**. Modern und traditionell, mit Geschichte und Geschichten!

Kontaktpersonen



Pressekontakt | Claudia Brödner

Pressekontakt

presse@erzgebirge-tourismus.de

+49 (0)3733 188 00-23