



VIER LÄNDER REGION
BODENSEE®

SEIEN SIE DABEI!

Informationsflyer für Lizenznehmer



Von der Region zur Regionenmarke

Regionen stehen heute in vielerlei Hinsicht im Wettbewerb zueinander. Es geht um die Ansiedlung von Unternehmen, Anwerbung von Fachkräften und die Konkurrenz mit anderen Urlaubsdestinationen. Unsere Region punktet in diesem Wettbewerb vor allem dann, wenn sie sich als ganzheitliches Angebot und unverwechselbare Marke positioniert.

Wer vom Bodensee spricht, meint meist etwas größeres Ganzes. Erst die Landschaft, die Länder und vor allem die Menschen um ihn herum machen ihn zu einer Region, wie es wohl keine zweite gibt. Rund um den Bodensee leben und arbeiten drei Millionen Menschen. Die Region erstreckt sich über vier Nationalstaaten, verschiedene Kantone, Landkreise und Bundesländer.

Als Wirtschaftsstandort überzeugen wir durch die einzigartige Lebensqualität in der Region. Als Urlaubsziel machen uns das reiche Kulturangebot, die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten und die Freundlichkeit der Menschen noch attraktiver. Und als Forschungs- und Bildungsstandort sind wir durch die enge Verbindung zu innovativen Unternehmen einzigartig.

Um diese Vorzüge effizient zu kommunizieren, braucht es ein gemeinsames Dach. Die Regionenmarke bündelt die kommunikativen Anstrengungen aller beteiligten Partner und wurde für die in der Vierländerregion Bodensee ansässigen Unternehmen, Institutionen und Kommunen geschaffen.

Im September 2011 wurde die Regionenmarke Vierländerregion Bodensee offiziell von den Partnern aus den vier Ländern der Bodenseeregion gestartet. An der Entwicklung waren 15 Partner und 13 Projektbeteiligte rund um den See beteiligt – die Regionenmarke steht somit auf einer breiten Basis und findet eine große Akzeptanz bei den Unternehmen, Kommunen und Organisationen der Region, wie die starke Nachfrage nach Lizenzen zeigt.



3 Millionen
Menschen.
Vier Länder.
Ein See. Eine Region.

Ziel und Nutzen eines gemeinsamen Marketing

Bereichsübergreifend, national und international ist die Regionenmarke Erkennungszeichen für die Bodenseeregion und gibt ihr ein aussagekräftiges, starkes Gesicht. Unter der Regionenmarke werden die Kräfte aller Akteure aus Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft & Bildung, Kunst & Kultur, Politik, Sport und Naturschutz gebündelt und Synergien genutzt. Dies vereinfacht die Darstellung nach außen und die Kommunikation nach innen und führt zu einem besseren Verständnis in den vier Ländern untereinander.

Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit wird unterstützt und intensiviert. Im internationalen Wettbewerb kann sich die Vierländerregion Bodensee als Einheit positionieren und sich im Standortwettbewerb der Regionen behaupten. Die spannende Vielfalt in unseren vier Ländern ist unser Pluspunkt und begeistert.

Ihre Vorteile als Lizenznehmer

Identifikation: Ihre Zielgruppe verbindet Ihr Angebot, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung mit dem positiven Image der Bodenseeregion.

Orientierung: Die emotionale Verbundenheit Ihrer Zielgruppe mit der Region führt eher zu Entscheidungen für Produkte und Dienstleistungen aus der Bodenseeregion, da hiermit positive Emotionen verbunden sind.

Kompetenz: Alle Anwender der Marke kommunizieren die Kompetenzen und Stärken der Region, in dem sie durch die Anwendung der Marke „Flagge zeigen“.

Vertrauen: Die zunehmende Bekanntheit und die Verbindung mit Qualitätsprodukten aus der Region bildet Vertrauen und führt zu einem verminderten Risikoempfinden bei Kaufentscheidungen.

Image: Die positiven Assoziationen mit der Region gehen auf Ihr Angebot, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung über.



Sie profitieren
von der Region,
die Region profitiert von Ihnen –
eine **Win-win-Situation.**

Vorstellung der Marke

Das Farbkonzept der Regionenmarke ergibt sich durch Vereinfachen und Mischen aus den Flaggen der Anrainer.

Die Farben symbolisieren bunte Vielfalt, Lebendigkeit und heben sich besonders gut vom Blau des Wassers und des Himmels ab.

Es ist Zeit,
gemeinsam Flagge
zu zeigen.



Spannende Vielfalt

Unser gemeinsamer Mittelpunkt ist der Bodensee. Durch grafische Abstraktion erhalten wir nicht nur ein einzigartiges und dynamisches Symbol, sondern auch ein markenrechtlich schützbare Zeichen.

Die spannende Vielfalt der Vierländerregion Bodensee zeigt sich unter anderem darin, dass sich alle Besonderheiten, Angebote und Charakteristika der Region aus sich ergänzenden und gegenseitig bedingenden Spannungsfeldern beschreiben lassen. Die im Markenkern definierten Spannungsfelder sind – natürlich mit unterschiedlich starken Ausprägungen – für den Wirtschaftsraum, die touristische Destination und andere Bereiche der Regionenmarke bezeichnend.

See-Landschaft: Die Vierländerregion Bodensee bietet alle Möglichkeiten eines Sees inmitten abwechslungsreicher, reizvoller Landschaft.

Natur-Kultur: Die herrliche Natur – bereits ein Erlebnis an sich – wird ergänzt durch ein vielfältiges Kulturangebot mit echten „kulturellen Perlen“.

Ruhe-Dynamik: In der Ruhe, die man am See, in Natur und Landschaft findet, lässt sich Kraft tanken. Kraft, die hier in eine produktive und vielseitige Dynamik umgesetzt wird.

Tradition-Innovation: Die Menschen in der Vierländerregion Bodensee leben mit Sinn und hoher Wertschätzung für Tradition, zeichnen sich aber ebenso durch hohe Innovationskraft, verbunden mit Umsetzungsstärke, aus.

Regional-International: Die Menschen hier sind stark regional verwurzelt. Sie verspüren eine hohe Verbundenheit mit der Region und schätzen die regionale Lebensqualität. Die Region selbst ist durch die vier Länder, die durch den See verbunden sind, international vernetzt. Zahlreiche Unternehmen sind international ausgerichtet und am Weltmarkt äußerst erfolgreich.

Unser gemeinsamer
Mittelpunkt
ist der Bodensee.









Vier Länder, eine



Regionenmarke!

Arten der Lizenz-Nutzung

Es stehen verschiedene Anwenderstufen (Markenträger, Vollanwender, Teilanwender und Additiv-anwender) zur Auswahl. Die Markenarchitektur erklärt, wie stark (je nach Anwendungsstufe) die Einbindung von Logo und Corporate Design der Regionenmarke in den eigenen Unternehmensauftritt erfolgt. Beispielsweise behalten Sie als Teilanwender, neben dem Logo der Vierländerregion Bodensee, Ihr eigenes Firmenlogo bei. Weitere Richtlinien hierzu werden Ihnen in unserem Corporate Design Handbuch anschaulich erklärt. Auch auf Produkten darf das Logo aufgebracht werden, diese müssen jedoch zu einem wesentlichen Teil (über 50 %) in der Region hergestellt werden bzw. zu mehr als 50 % aus regionalen Bestandteilen bestehen. Sollte Ihr Produkt diese Vorgaben nicht erfüllen können, haben Sie die Möglichkeit, ein spezielles Signet zu verwenden, das die Herkunft Ihres Unternehmens aus der Vierländerregion Bodensee bestätigt.

	LOGO 1. EBENE	LOGO 2. EBENE	CORPORATE DESIGN
MARKENTRÄGER			Regionenmarke
VOLL-ANWENDER	Orientierungslinie Vierländerregion Bodensee  Name		Regionenmarke
TEIL-ANWENDER	Eigenes Logo		Regionenmarke
ADDITIV-ANWENDER	Eigenes Logo		Eigenes Design

Anwendungsstufen und Markenpflegebeitrag

Je nach Art betreffen diese unterschiedliche Institutionen, Organisationen und Unternehmen. Für die Regionenmarke Vierländerregion Bodensee existieren vier Anwendungsstufen.

Markenträger: Grenzüberschreitende Institutionen im Standortmarketing für die ganze Region, z. B. der Vierländerregion Bodensee Botschafterclub

Vollanwender: Grenzüberschreitende Organisationen, Destinationen und Kommunen

Teilanwender: Grenzüberschreitende Institutionen, Destinationen, Organisationen, Wirtschaftsförderungen, Gebietskörperschaften, Initiativen und Events

Additivanwender: Grenzüberschreitende Institutionen, Destinationen, Organisationen, Unternehmen, Wirtschaftsförderungen, Gebietskörperschaften, Initiativen und Events

Sonderform Sammellizenz: Organisationen, Vereine, Projekte und Events (Nutzung als Vollanwender od. Additivanwender, Logo darf an Mitglieder und Beteiligte ausgegeben werden, ohne dass diese selbst Lizenznehmer sind)

Anwender bzw. Lizenznehmer zahlen einen Finanzierungsbeitrag zur Markenpflege von 250 (Markenträger, Vollanwender) bzw. 150 (Teilanwender, Additivanwender). Der Abschluss einer Sammellizenz ist für einen Beitrag von 500 netto pro Jahr möglich.

Anwenderstufe	Finanzierungsbeitrag zur Markenpflege
Markenträger	250,- p.a.
Vollanwender	250,- p.a.
Teilanwender	150,- p.a.
Additivanwender	150,- p.a.
Sammellizenz	500,- p.a.

Lizenzierten Anwendern ist es zusätzlich gestattet, den Imagefilm der Regionenmarke Vierländerregion Bodensee zu verwenden.

Mehr Informationen sowie Einsicht in den Marken-Film erhalten Sie unter Service auf www.vierlaenderregion-bodensee.info

Anwendungsformen und Beispiele



Die Sonnenseite der
Vierländerregion Bodensee



so viel – so nah
in der Vierländerregion Bodensee



halb Insel, ganz besonders
in der Vierländerregion Bodensee



VIER LÄNDER REGION
BODENSEE[®]
BOTSCHAFTERCLUB

Markenträger

verwenden ausschließlich das Markenbild
und das Corporate Design der
Vierländerregion Bodensee und setzen die
Designrichtlinien komplett um.



Vollanwender

generieren aus dem Markensymbol und
ihrem Namen ein eigenes Logo und setzen
das Corporate Design der Vierländerregion
Bodensee um.



Teilanwender

wenden dauerhaft ihr eigenes Logo zusammen mit der Marke und dem Corporate Design der Vierländerregion Bodensee an.

Additivanwender

ergänzen ihr vorhandenes Markenkonzept mit dem Logo der Vierländerregion Bodensee. Das eigene Corporate Design bleibt jedoch weitestgehend erhalten.

Verwendung auf Produkten

unterstreicht als Herkunftsangabe die Zugehörigkeit zur Vierländerregion Bodensee. Dabei überträgt sich das positive Image von See und Marke auf das Produkt.

Ansprechpartner

Bodensee Standort Marketing GmbH

Thorsten Leupold

Geschäftsführer

Max-Stromeier-Straße 116

D-78467 Konstanz

Tel.: +49 7531 800 1140

Fax: +49 7531 800 1146

info@b-sm.com

Dörte Gensow

Fachbereichsleitung PR & Regionenmarketing

Tel.: +49 7531 800 1145

Fax: +49 7531 800 1146

doerte.gensow@b-sm.com

Weitere Informationen zur Vierländerregion Bodensee finden Sie unter:

www.vierlaenderregion-bodensee.info

Ihr Ansprechpartner vor Ort:



EUROPÄISCHE UNION
Gefördert aus dem Europäischen Fonds
für Regionale Entwicklung