

## MARKENBOTSCHAFTER.

Bereits mehr als 180 Markennutzer setzen die Idee und das Erscheinungsbild der Regionalmarke UCKERMARK um. Werben auch Sie mit und für unsere Region.

Unter [regionalmarke-uckermark.de](http://regionalmarke-uckermark.de) finden Sie eine Übersicht aller Markenpartner.



ICU Investor Center Uckermark GmbH  
Regionalmarken-Management UCKERMARK

Berliner Straße 52e  
16303 Schwedt/Oder

Telefon: 03332 53 89-0  
Telefax: 03332 53 89-13  
[www.ic-uckermark.de](http://www.ic-uckermark.de)  
[www.regionalmarke-uckermark.de](http://www.regionalmarke-uckermark.de)



REGIONALMARKEN  
PREMIUMPARTNER



# EINE REGION EINE MARKE

*Potentiale bündeln.  
Positionen stärken.*



## UNSERE ZIELE.

Von einer starken Regionalmarke UCKERMARK profitiert jeder der Akteure in der Region.

### Wahrnehmung steigern

Durch eine einheitliche Marke steigt die Wahrnehmung am Markt. Die Region ist in der Lage, sich in die Menge der relevanten Investitionsgebiete, Reiseziele und Wohngebieten einzubringen.

### Zahl der Touristen, Investoren, Einwohner erhöhen

Ein einheitlicher Auftritt über alle Bereiche hinweg steigert die Aufmerksamkeit am Markt und erhöht die Qualitätsvermutung der Touristen, Investoren und potentiellen Einwohner.

### Cross-Selling nutzen

Der gemeinsame Marktauftritt ermöglicht Querverweise und Informationen über den Produkte- und Dienstleistungsmix der Region und führt zu einer erhöhten Wahrnehmung am Markt und somit im Ergebnis auch zu einer Verkaufssteigerung.

### Kunden binden

Zufriedene Kunden und Investoren geben ihre Erfahrungen weiter. Daher dient eine einheitliche Markenstrategie vor allem dazu, die Zufriedenheit der Kunden mit den angebotenen Produkten und Dienstleistungen aufrecht zu erhalten und gegebenenfalls noch zu verbessern. Auch ist es sinnvoll, den intensiven Kontakt zu den Kunden zu suchen und sich um ein ständiges Feedback zu bemühen, wobei das Beschwerdemanagement eine besondere Stellung hat.

## LEISTUNGSVERSPRECHEN.

Unter der Regionalmarke UCKERMARK sind Leistungsträger aus sechs unterschiedlichen Bereichen (Wirtschaft, Landwirtschaft, Tourismus, Kommunen, Kultur/Freizeit/Sport und Natur/Landschaft) vereint. Diese Vielfalt fließt auch in die Regionalmarke UCKERMARK ein.

So steht die Marke für:

- ξ die Vermittlung der Uckermark als starker Lebens-, Wirtschafts-, Kultur- und Naturraum
- ξ wettbewerbsfähige Betriebe und dauerhafte Partnerschaft in Landwirtschaft, Industrie, Handwerk, Tourismus und Naturschutz
- ξ den Erhalt und die Weiterentwicklung der uckermarkischen Kulturlandschaft, der Freizeitangebote und des Sports
- ξ eine Stadt-Land-Partnerschaft
- ξ eine starke regionale Identität
- ξ eine zukunftsfähige Region

Marken sind einfach, klar und nachhaltig. Sie beinhalten ein Leistungsversprechen, das sie einhalten können. Mit der Zeit wird eine besondere Bindung zu einer Marke und in unserem Fall zu einer Region entwickelt, die zu einem Vertrauensverhältnis wird. Viele Akteure aus der Uckermark haben an diesem Leistungsversprechen gearbeitet, um ein einlässbares Versprechen zu finden und umzusetzen. Das Konzept Kooperationen und gleichberechtigte Partnerschaften wurde zum Ausgangspunkt für die weitere Zusammenarbeit aller Bereiche. Für die visuelle Darstellung wurde ein Gestaltungsrahmen entwickelt, der Lebendigkeit und Transparenz beschreibt und mit Hilfe eines großen Titelbildes den Betrachter direkt in die Uckermark holt. Trotz eines einheitlichen Rahmens bleibt genügend Platz für die Individualität der Markenpartner.

## IHRE VORTEILE.

Jeder Akteur, der sich entschließt, die Regionalmarke UCKERMARK zu nutzen, trägt dazu bei, die Uckermark zu stärken und schafft durch die Marke ein Aushängeschild. Dieses ermöglicht es, unsere Region besser zu präsentieren und zu zeigen, warum die Uckermark liebens- und lebenswert ist. Somit werden unsere Produkte und Dienstleistungen besser am Markt wahrgenommen und unserer Region zugeordnet. Das Absatzgebiet wird vergrößert und jeder Einzelne wirtschaftlich gestärkt. Durch die Kombination der 6 Bereiche wird das Angebot im Vergleich zu den Wettbewerbsregionen unverwechselbar sein. Keine Region verbindet eine solche Vielzahl von Kompetenzfeldern und setzt die Stärken für das Marketing ein.

ξ Durch den Einsatz zielgerichteter Marketinginstrumente wird der Bekanntheitsgrad der Uckermark erhöht und ein Image erzeugt bzw. verbessert, das zu einem Standortvorteil führt.

ξ Durch ein einheitliches Marketing sinken die eigenen Marketingkosten.

ξ Durch ein gemeinsames Uckermark-Corporate Design werben alle Partner gemeinsam für die Region und somit wirbt jeder für jeden.

ξ Durch die Erhöhung der Bekanntheit der Uckermark und ihrer Produkte erhöht sich auch Ihre Wertschöpfung.

ξ Regionale Ressourcen werden gebündelt und für den Markt aufbereitet.

ξ Durch Nutzung der praktischen Internetplattform [www.regionalmarke-uckermark.de](http://www.regionalmarke-uckermark.de) ist ein bekanntes Portal bereits gegeben und steht für die Markennutzer zur Verfügung.