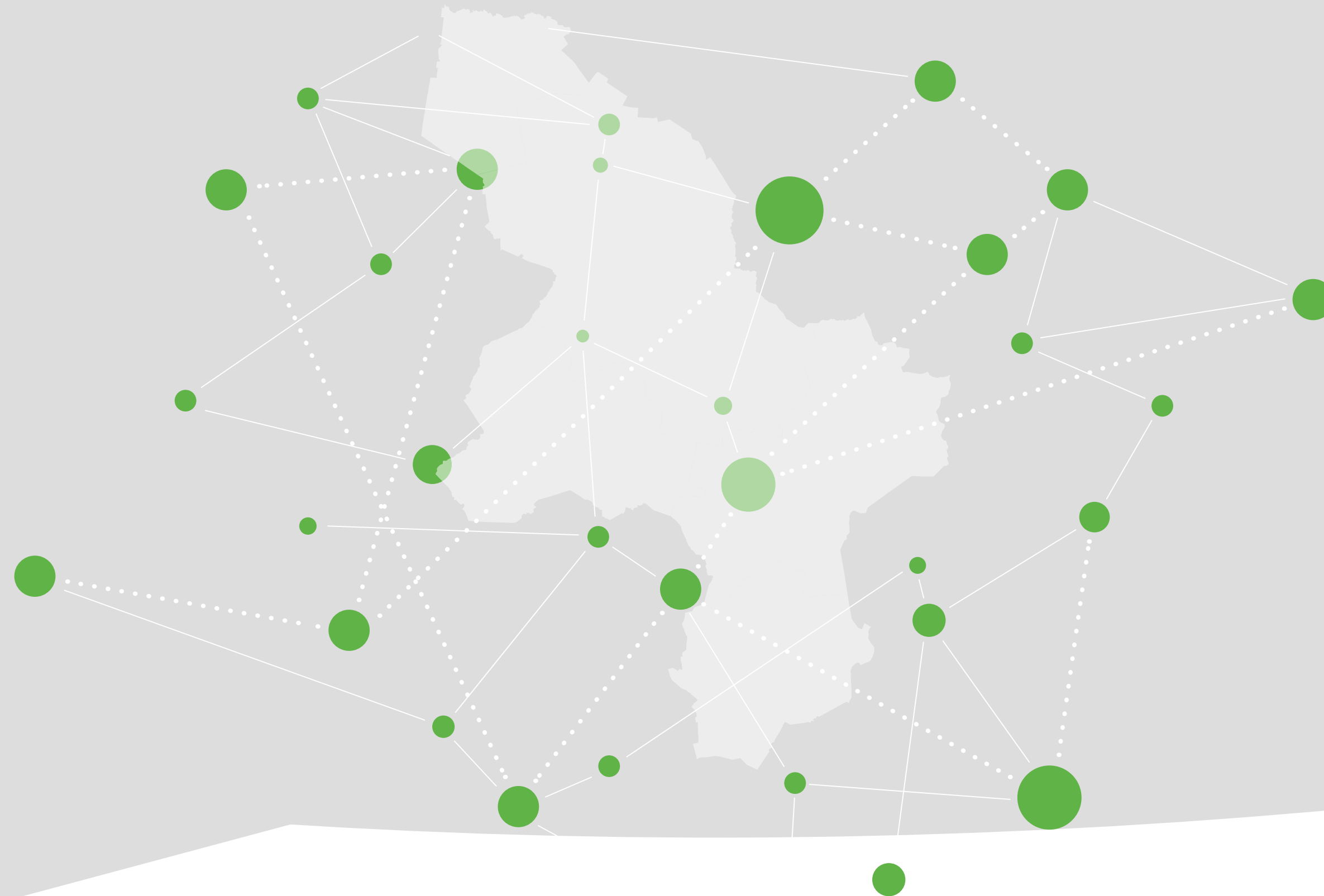


Verbund Oldenburger Münsterland

Wir stellen uns vor!

VIEL GRÜN. VIEL DRAUF.



ICH SAGE, HALLO!

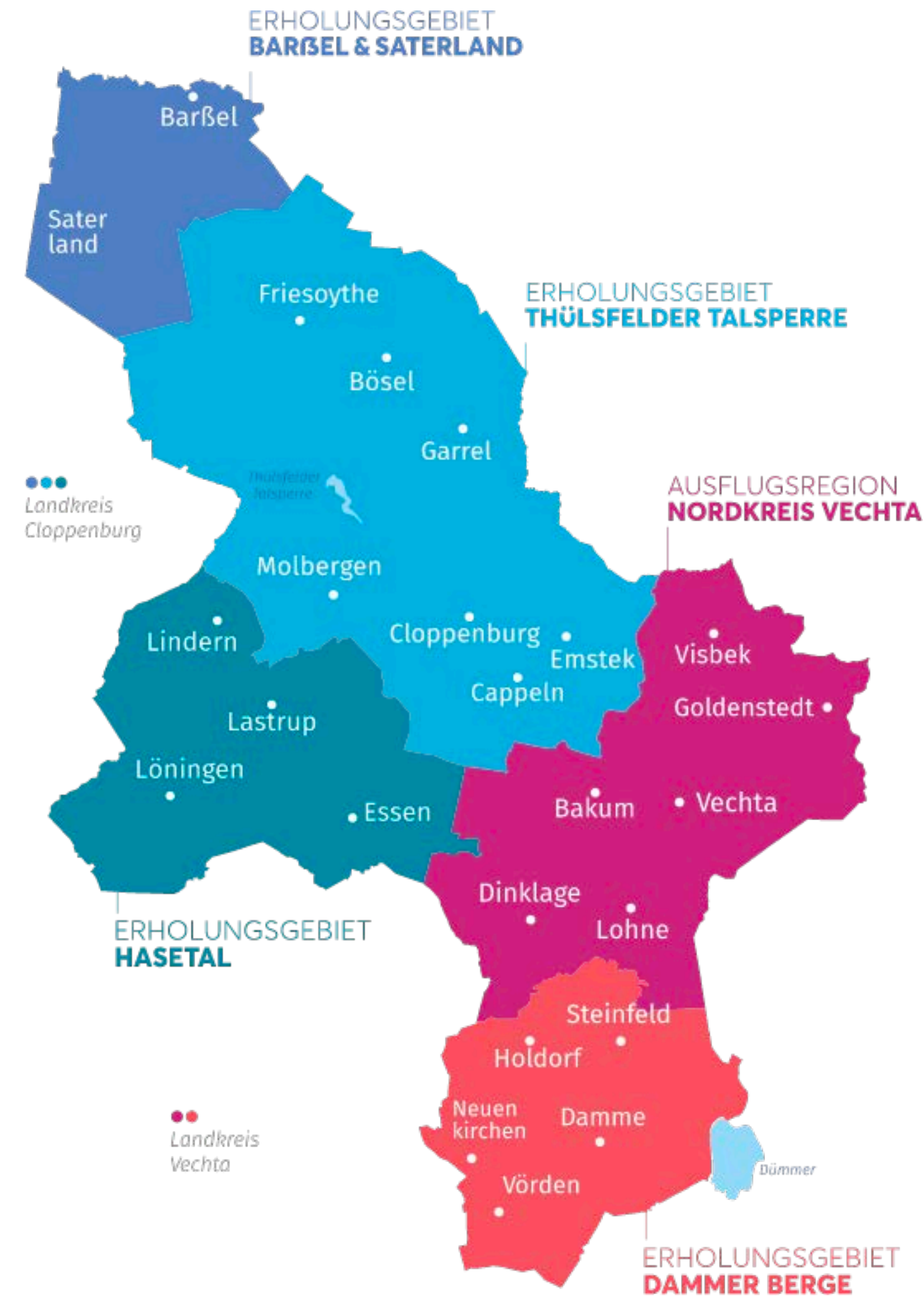


Geschäftsführer des Verbundes OM
Jan Kreienborg

Der Verbund Oldenburger Münsterland.

**Zwei Landkreise machen
gemeinsame Sache.
Das kommt in Deutschland
nicht allzu oft vor.**

2 LANDKREISE, 5 ERHOLUNGSGEBIETE, 23 STÄDTE UND KOMMUNEN – EINE REGION



**OLDENBURGER
MÜNSTERLAND**

Viel Grün. Viel drauf.

2 LANDKREISE, 5 ERHOLUNGSGEBIETE, 23 STÄDTE UND KOMMUNEN – EINE REGION



49,6%

In 49,6 Prozent aller Haushalte im Landkreis Cloppenburg lebt mindestens ein Kind. Im Landkreis Vechta ist das in 48,5 Prozent der Fall.



2.213 km²

Nur etwas kleiner als
Luxemburg (2.586 km²).



**306.000
Einwohner**

Entspricht der Größe
von Augsburg, Braunschweig
oder Mainz.



**OLDENBURGER
MÜNSTERLAND**

Viel Grün. Viel drauf.

UNSERE Kernaufgaben

Fachkräftemarketing.

Optimierung von Image und Bekanntheit.
Regional und National.



OldenburgerMünsterlandFan.



UNSERE Kernaufgaben

Markenprofil.

Leit- und Schwerpunktthemen.

Umsetzung der Empfehlungen
der Bekanntheits-,
Image- und Markenstudie

Worin sind wir stark?

Was unterscheidet uns?

Was macht uns
(für Fachkräfte)
attraktiv?

Für was stehen wir ein?

LEITMOTIV
Familie



LEITMOTIV
Nachhaltigkeit

SCHWERPUNKTHEMA
Kultur und Freizeit



UNSERE Kernaufgaben

Markenprofil.

Leit- und Schwerpunktthemen.

glaubwürdige
Positionierung

junger

Bevölkerungsdurchschnitt

LEITMOTIV

Familie

familienfreundlich

gute berufliche
Perspektiven

hohe Wohn- und
Lebensqualität

Schwachstellen
entgegenwirken

familiengeführte
Unternehmen



UNSERE Kernaufgaben

Markenprofil.

Leit- und Schwerpunktthemen.



ökonomische, ökologische und
soziale Dimension

LEITMOTIV

Nachhaltigkeit

Bodenständigkeit

Qualitätsstreben

Imagewende



UNSERE Kernaufgaben

Markenprofil.

Leit- und Schwerpunktthemen.

Work-Life-Balance
Vorzüge ländlicher
Regionen aufzeigen



SCHWERPUNKTHEMA

Kultur und Freizeit

vielfältiges Angebot sichtbar
werden lassen

familienfreundliche und
nachhaltige Angebote stärken



UNSERE Kernaufgaben

Regionsmarke stärken.

Aktivitäten unter dem Dach der Marke OM bündeln.

Konsistenz

einheitliche Botschaften
Glaubwürdigkeit stärken
Markenbewusstsein

Reichweite

höhere Budgets, größere Reichweite
Zielgruppen jenseits der Region erreichen



Effizienz

optimierter Ressourceneinsatz
Kosteneinsparungen
Multichannel-Marketing

Zielgruppenbindung

Stärken und Vorzüge sichtbar machen
Identifikation stärken

UNSERE KERNAUFGABEN

Marke positiv aufladen.

Positive Assoziationen und Emotionen wecken.
Markenerlebnis stärken.



Unsere Tätigkeitsschwerpunkte.

UNSERE SCHWERPUNKTE

1. Pflege und Ausbau der Dachmarke.

Dachmarke



Kommunen



Partner



Erholungsgebiete



Herzmarke (breite Nutzung)



UNSERE SCHWERPUNKTE

1. Pflege und Ausbau der Dachmarke.

Einheitlicher Auftritt
stärkt Sichtbarkeit
und Identifikation

Dachmarke



Kommunen



Partner



Erholungsgebiete

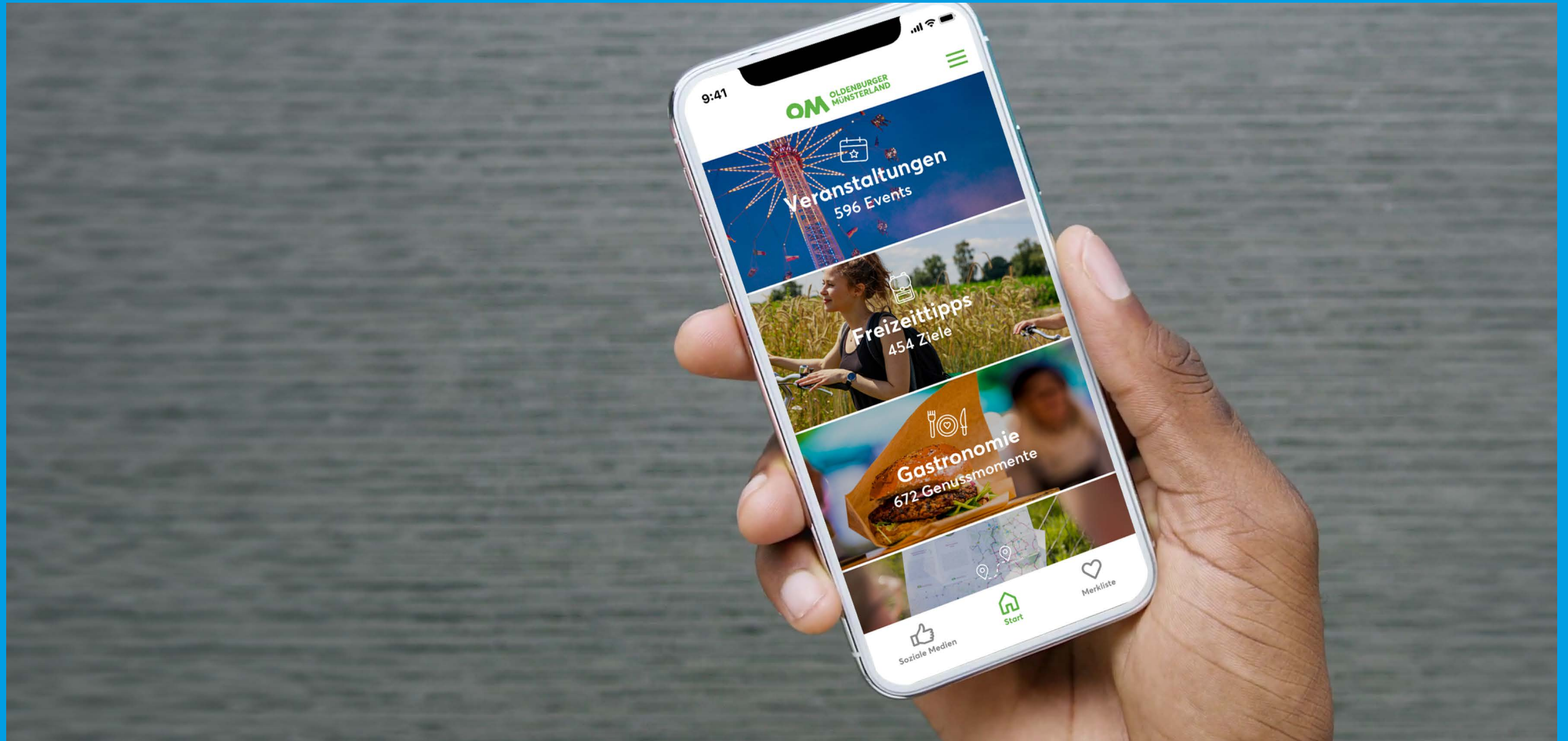


Herzmarke (breite Nutzung)



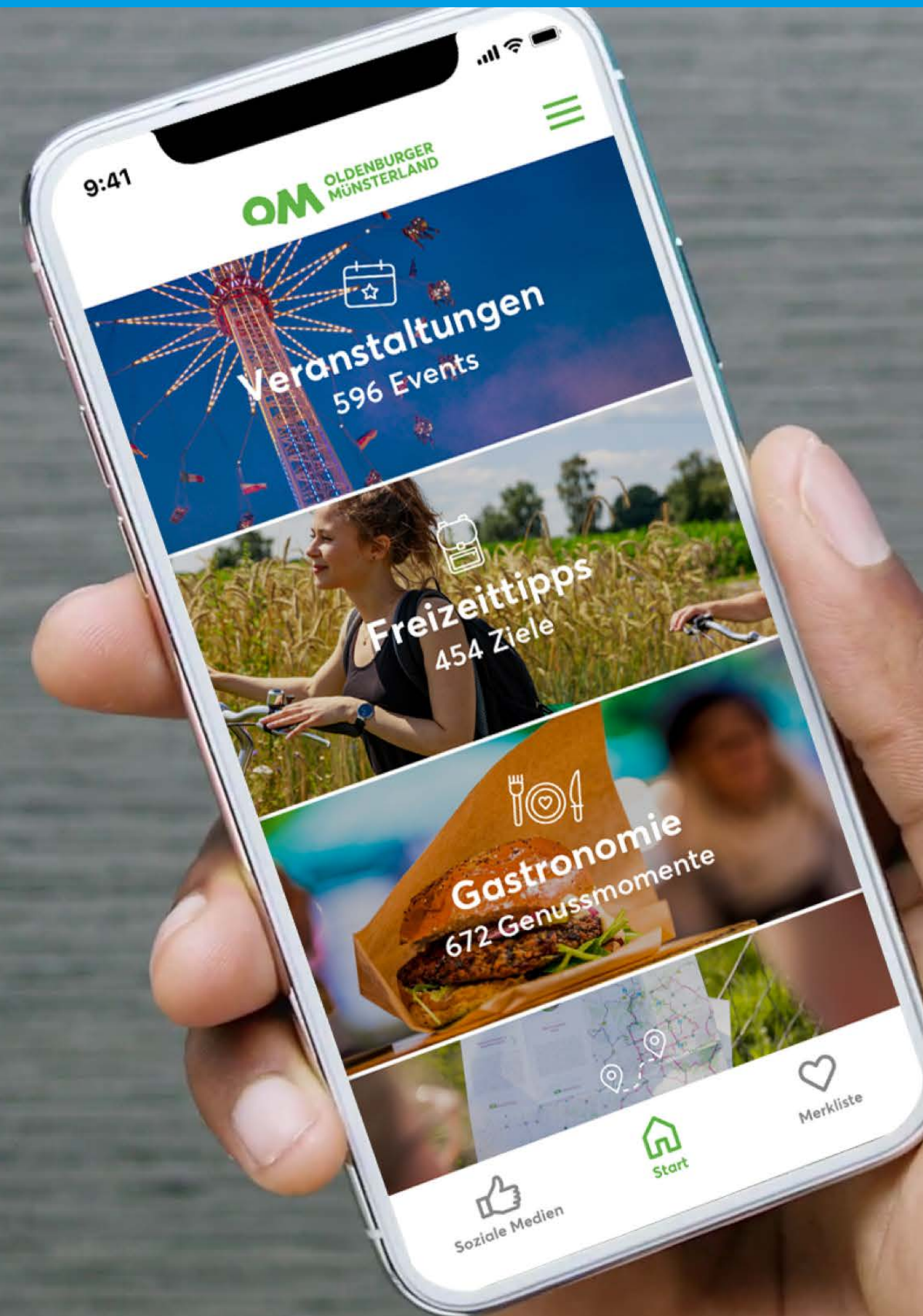
UNSERE SCHWERPUNKTE

2. Digitale Kommunikation.



UNSERE SCHWERPUNKTE

2. Digitale Kommunikation.



Synergien entwickeln
und kultivieren

Junge Talente
erreichen.

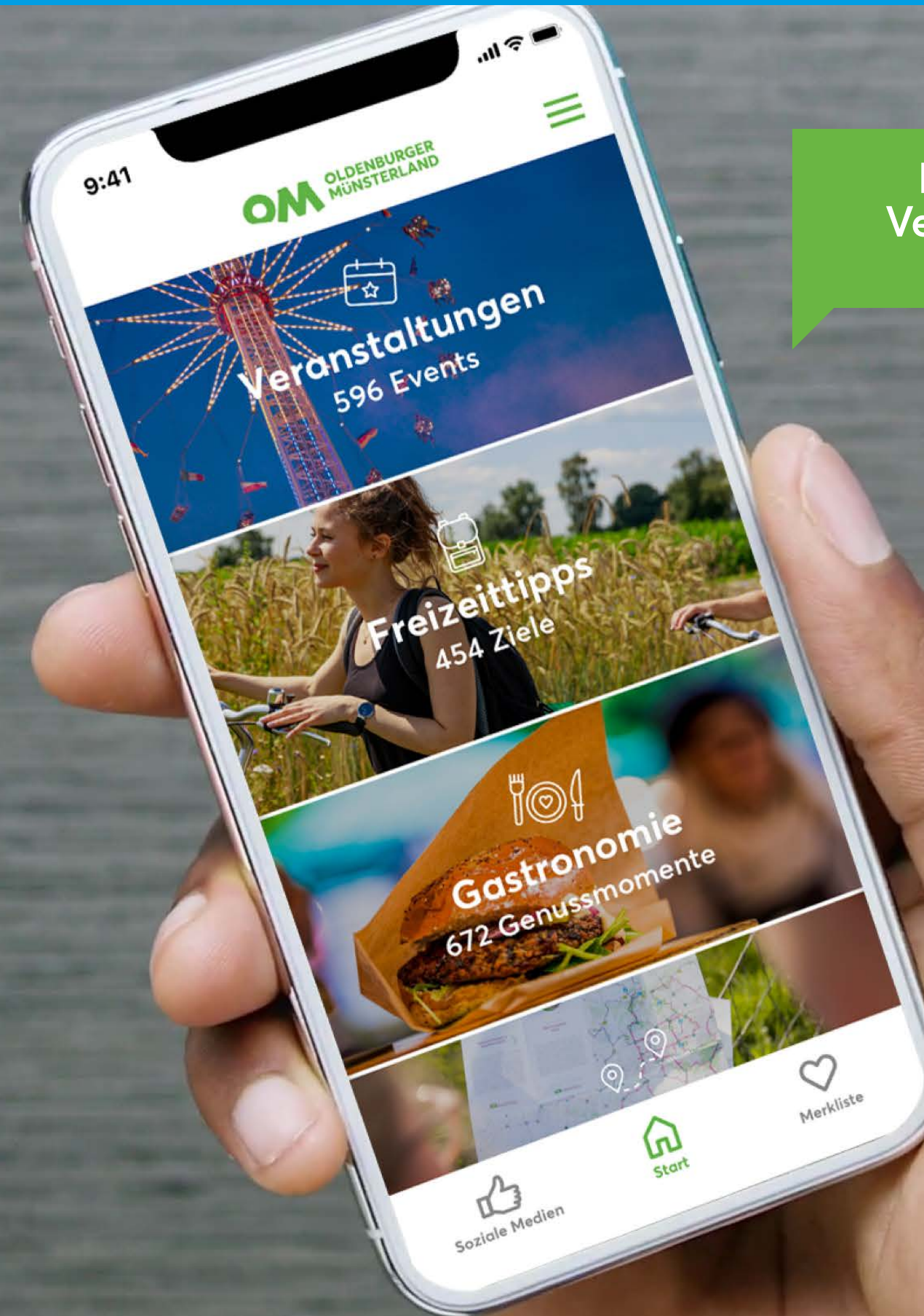
UNSERE SCHWERPUNKTE

2. Digitale Kommunikation.

Hohe Effizienz

Einheitlicher
Veranstaltungs-
kalender

Gemeinsame
Datenbasis



3. Content Marketing.



3. Content Marketing.

Zeitgemäßes
Marketing



Die große Herausforderung.

**„Ziel muss es sein, den Kuchen zu vergrößern,
bevor man darum konkurriert,
ihn untereinander aufzuteilen.“**

BEKANNTHEITS-, IMAGE- UND MARKENSTUDIE
FÜR DAS OLDENBURGER MÜNSTERLAND



UNSERE Kernaufgabe

Den Kuchen groß machen!



Warum Regionsmarketing?

Es fehlt überall –
vom Lastwagenfahrer bis zum IT-Techniker,
vom Rechtsanwalt bis zum Klempner

**„Mangel an Fachpersonal wird auf Jahre
zum Wachstumshemmnis.“**

Süddeutsche Zeitung 2022

Klare Empfehlung: Verstärktes Standortmarketing.

„Für die Zukunft der Region OM ist das **Image entscheidend.**“

„Die **Stärken** der Region OM müssen entschieden **deutlicher kommuniziert** werden.“

„Der **Tourismus** ist ein wichtiger **Imagefaktor** und **Imagemultiplikator**“

„Ziel muss es sein, ...
gemeinsam den **Kuchen zu vergrößern** –
bevor man durch eigene Marktauftritte und
Identitäten untereinander konkurriert.“

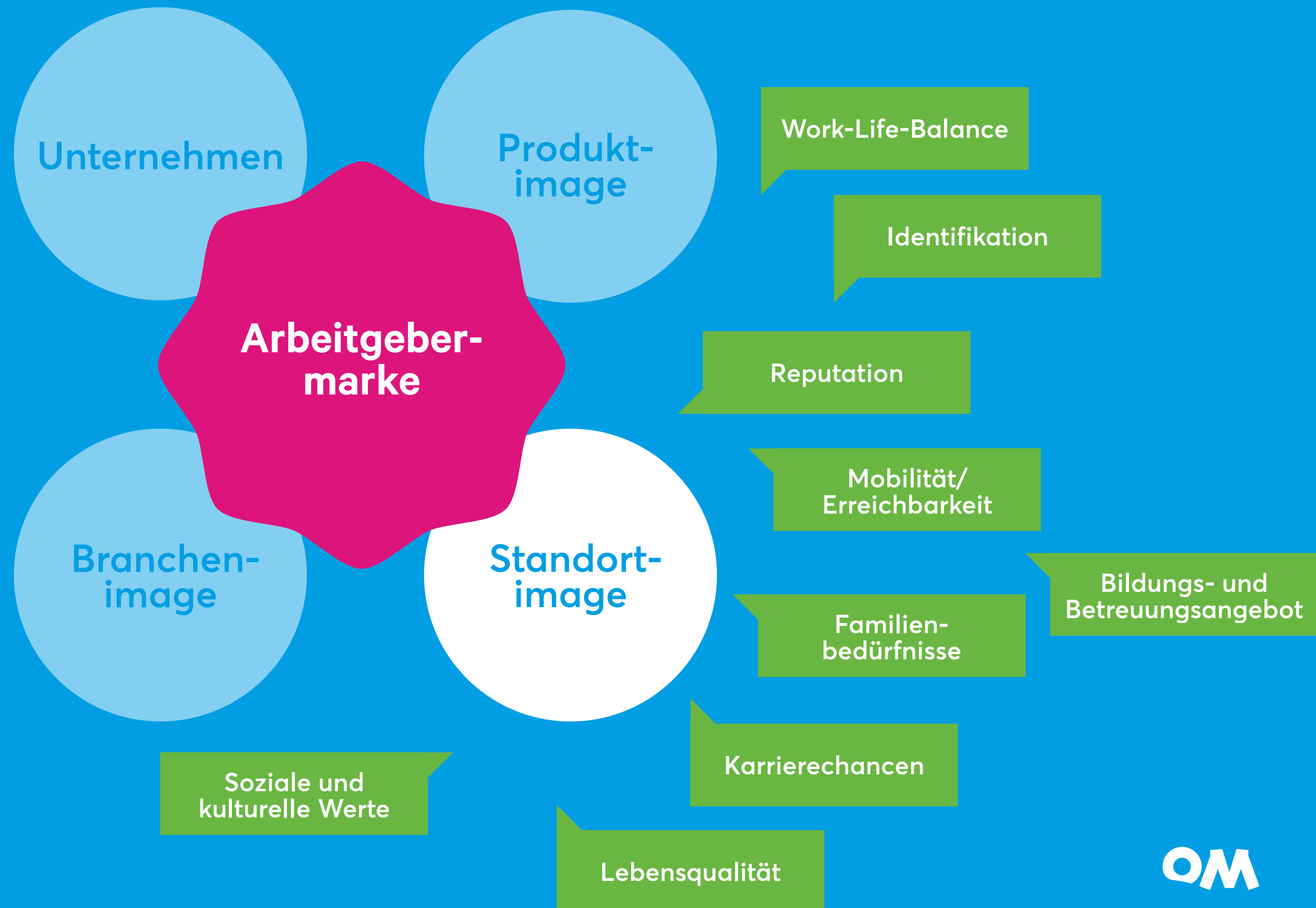
„ ... abgestimmt, **unter dem Dach der Marke OM.**“

RELEVANTE EINFLUSSFAKTOREN AUF DAS ARBEITGEBERIMAGE

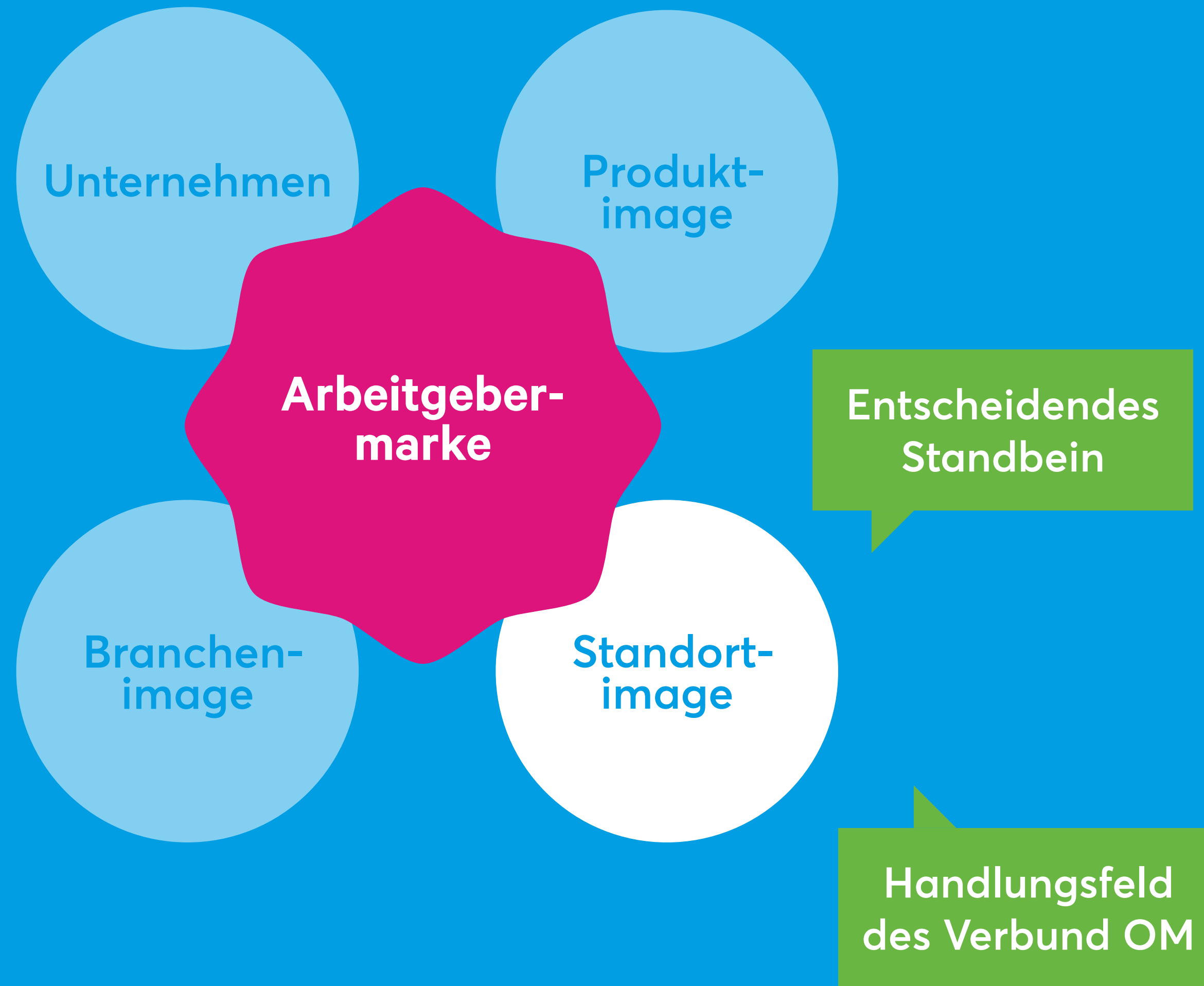


Quelle: Employer Branding für KMU
Der Mittelstand als attraktiver Arbeitgeber
Wolfgang Immerschitt, Marcus Stumpf

RELEVANTE EINFLUSSFAKTOREN AUF DAS ARBEITGEBERIMAGE



RELEVANTE EINFLUSSFAKTOREN AUF DAS ARBEITGEBERIMAGE



A low-angle, rear-view shot of a person's legs and feet as they run on a paved road. The runner is wearing dark athletic shoes with a prominent tread pattern. The road has a yellow dashed line down the center and white lines on the sides. The background shows a vast, flat landscape under a cloudy sky. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter. Centered over the image is white text in a bold, sans-serif font.

**Regionsmarketing ist Marathon.
Kein Sprint.**

Ländliche Regionen müssen
größeren Aufwand als Metropolen
betreiben um zu überzeugen.

„Insbesondere in **ländlichen Regionen**
sind neue Strategien gefragt.“

HANNO KEMPERMANN
Institut der Deutschen Wirtschaft

**„Wer nicht über sich spricht,
existiert in den Augen anderer nicht.“**

SALVADOR DALÍ

UNSER JOB

**Stärken der Boomregion OM
sichtbar machen.**

KONZERTIERTES HANDELN

„Den Kuchen vergrößern“. Werbemaßnahmen durch den Verbund bündeln.

Risiko: Maßnahmen
Einzelner erzielen keine
ausreichende Reichweite

überregionale
Wirksamkeit

lokale
Wirksamkeit

**Sichtbarkeits-
schwelle**

Sichtbarkeit von Werbung
und Kampagnen

Einzelwerbemaßnahmen



KONZERTIERTES HANDELN

„Den Kuchen vergrößern“. Werbemaßnahmen durch den Verbund bündeln.



KONZERTIERTES HANDELN

„Den Kuchen vergrößern“.
Werbemaßnahmen durch den Verbund bündeln.

überregionale
Positionierung als
Region mit hoher
Lebens- und
Arbeitsqualität



Das richtige Verhältnis
zwischen Arbeit und Pause.
Unsere Arbeitgeber nehmen
Deine Bedürfnisse ernst.

Unser
DigitalDetox

OM
OLDENBURGER
MÜNSTERLAND
Viel Grün. Viel drauf.

Lerne die Top-Arbeitgeber im OM kennen:
www.oldenburger-muensterland.de/arbeitgeber



EWE

UPGRA
Day

Sam
Gala

Jetzt upg
RED M' ne

*Im Kauf Einfach Mobil RED M Samsung Galaxy S
Anzahl der Teilnehmer, die am 20.04.2014 die Teilnahme an
und 500€ Plus für Smartphone-Gesamtwert (SWS) bis
bis 30.04.2014 und solange der Vorrat reicht. *Bei
und Einfach Mobil RED M. Die 200 High-Speed-Ge
vermeintlich hoch vermarktet als Smartphone.
Alle Preise inkl. der gesetzl. MwSt. (brutto).
*Red M, Galaxy, Chappellungen (Stunde 100, 2014)

ewe.de/upgra

Was wir erreicht haben.

2016: Start der Bekanntheits-,
Image- und Markenstrategie.

2012 2013 2014 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027

• • • • • •

Image- und Bekanntheit

2016: Start der Bekanntheits-, Image- und Markenstrategie.

2012 2013 2014 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027

• • • • • •

Image- und Bekanntheit

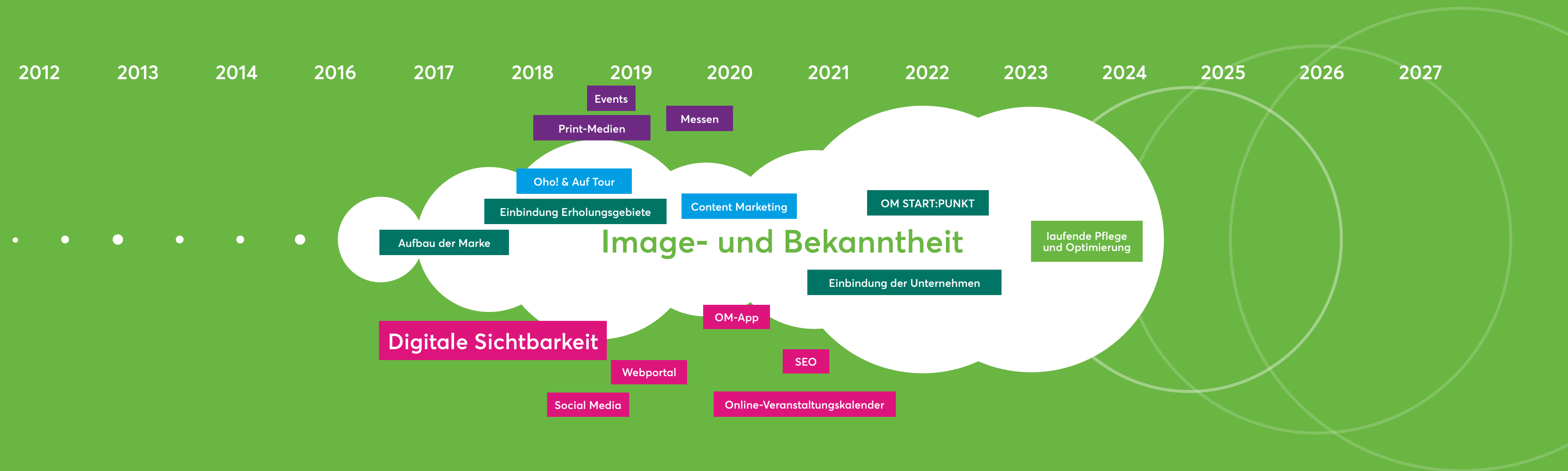
Fachkräfteproblem
erkannt

Bekanntheits-
Image und
Markenstudie

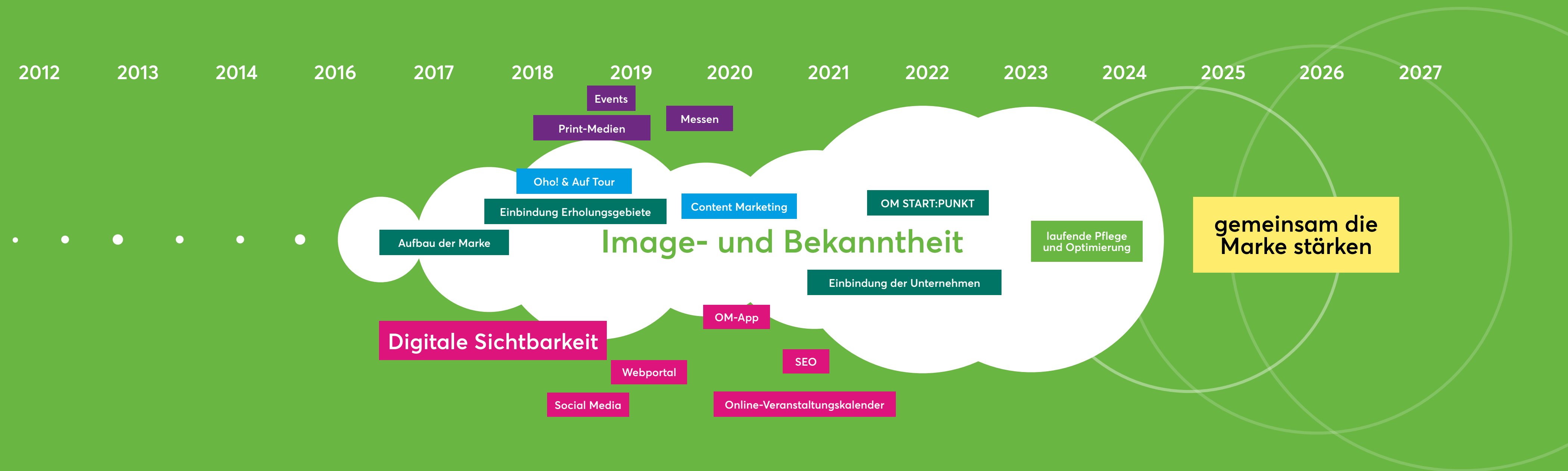
2016: Start der Bekanntheits-, Image- und Markenstrategie.



2016: Start der Bekanntheits-, Image- und Markenstrategie.



2016: Start der Bekanntheits-, Image- und Markenstrategie.



MAßNAHMEN DES VERBUND OM SEIT 2016.

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Content Marketing.

überraschende Geschichten

Storytelling

hochwertige Bebilderung

kontinuierlich neue Inhalte

Hintergrundinfos

Ohho!

OM
**OLDENBURGER
MÜNSTERLAND**
Viel Grün. Viel drauf.

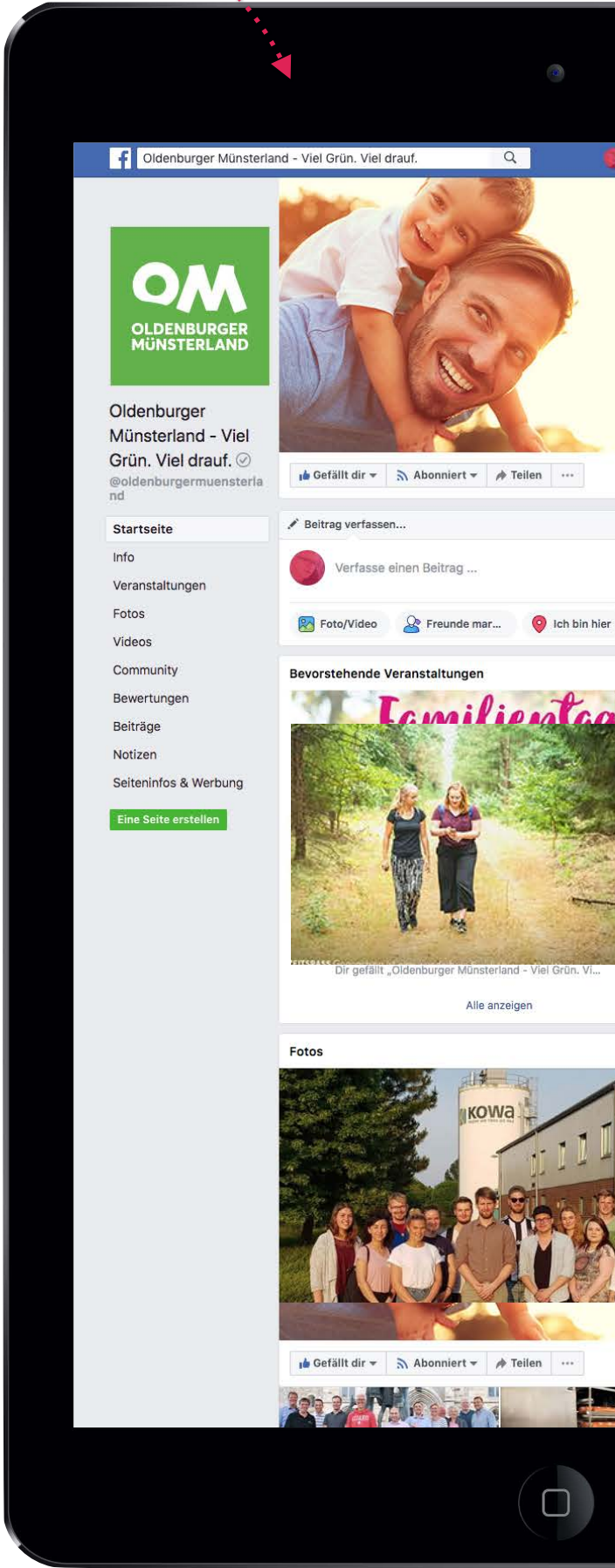
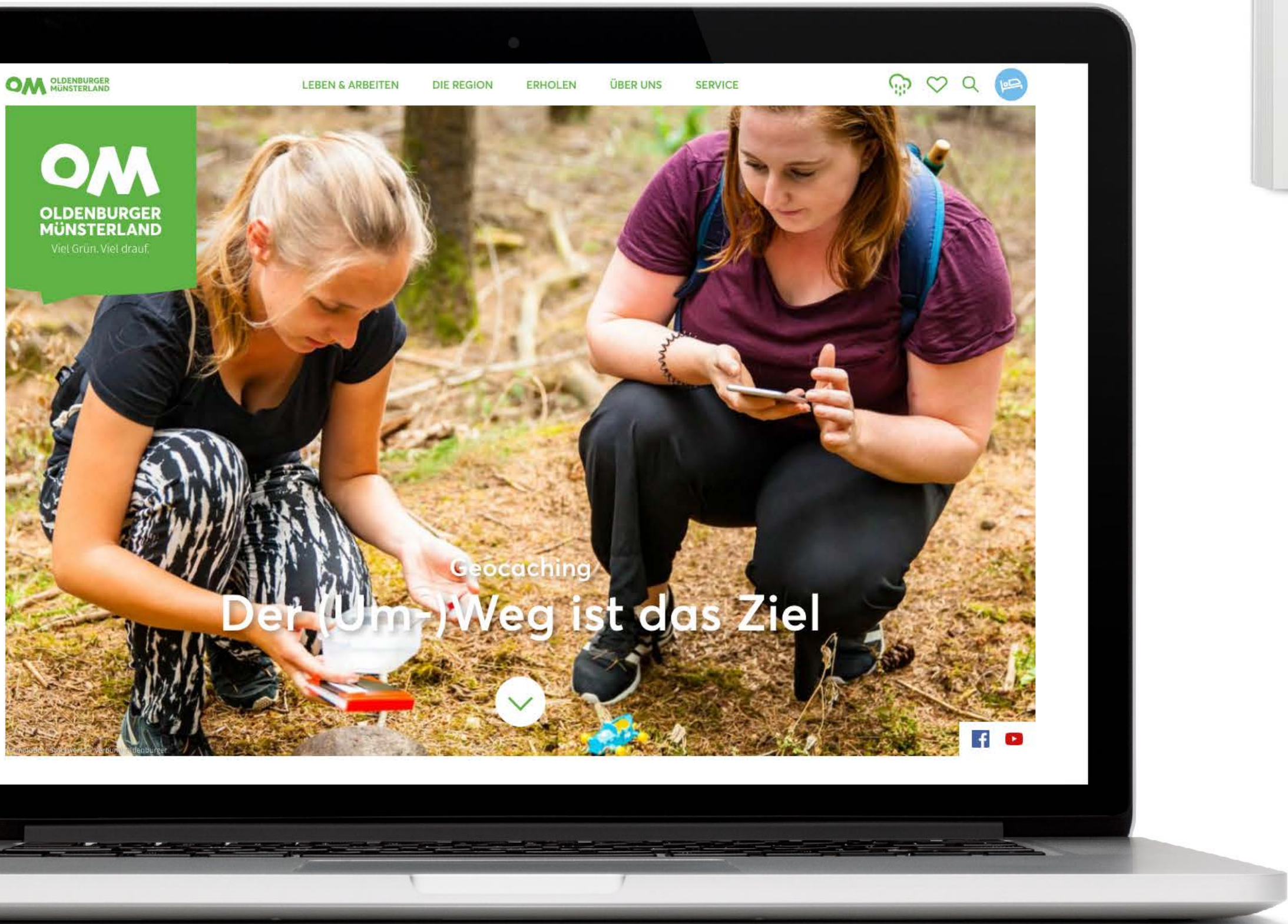
ÜBERRASCHENDS SCHÖNSTE SEITEN.
GESCHICHTEN AUS DEM OLDENBURGER MÜNSTERLAND

ne von Emstek
menschen gegen Plastik
Oldtimer
Arbeitswelt

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Multichannel-Marketing

möglichst breite Zielgruppen
auf ihren „Lieblingskanälen“ erreichen



MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Content Marketing.

junge Talente über
digitale Kanäle erreichen



Top Arbeitgeber im Oldenburger Münsterland

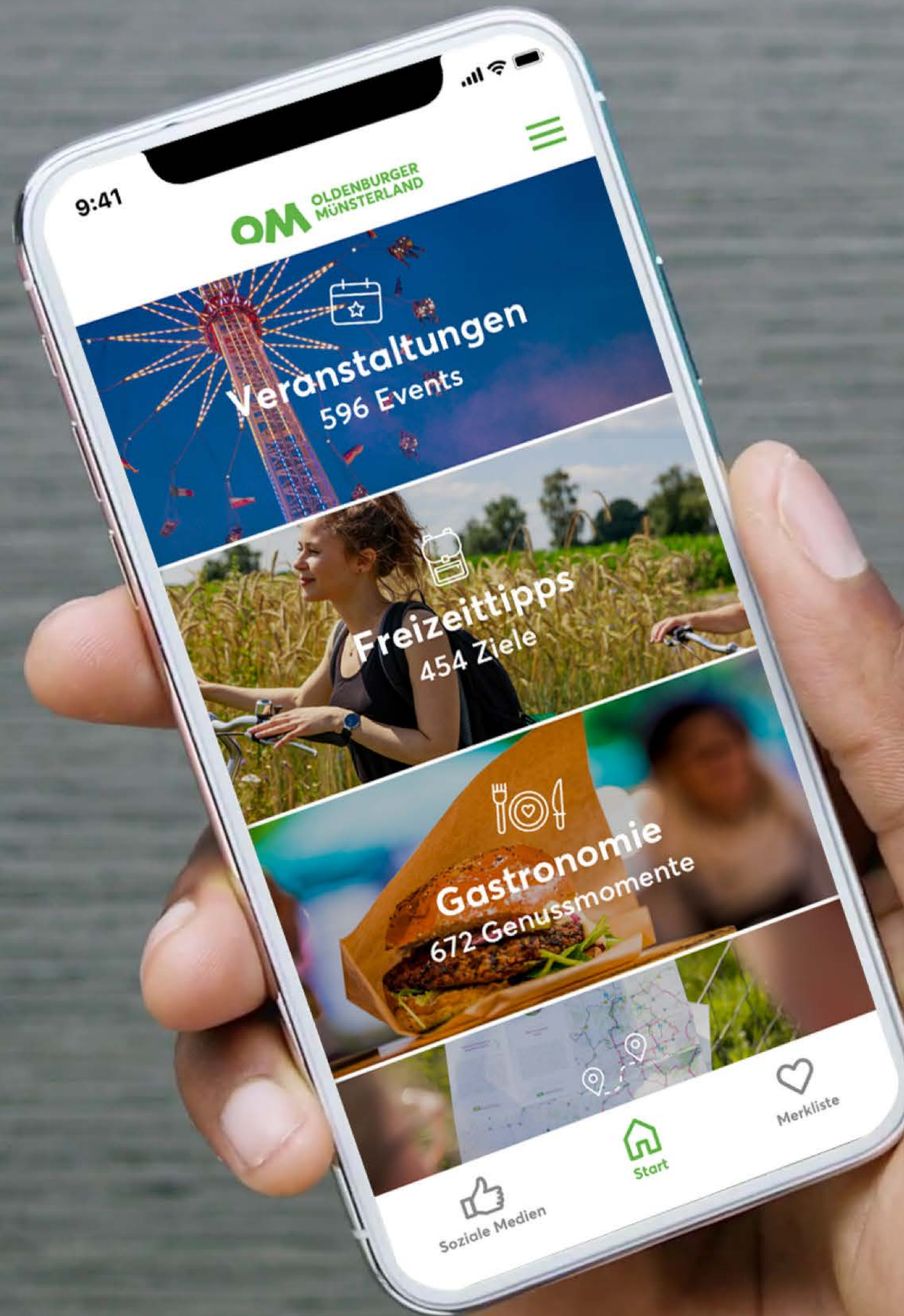
Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir für eine starke und lebenswerte Region im Nordwesten Niedersachsens. Zusammen bilden wir ein starkes Netzwerk im Oldenburger Münsterland, welches vieles bewegt – im Großen wie im Kleinen.

Sie möchten als Arbeitgeber dabei sein? Nehmen Sie [Kontakt](#) mit uns auf – wir freuen

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Content Marketing.

OM-App mit
Veranstaltungskalender



MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Image- und Fachkräftekampagnen.

Aktionen zur Stärkung von
image und Bekanntheit
in der Region

Unsere Arbeitgeber wissen: Feierabend ist Deine Zeit.
Weil Du auch privat ein Teamplayer sein darfst.

Unsere
AfterWorkParty

OM
OLDENBURGER
MÜNSTERLAND
Viel Grün. Viel drauß.

Lerne die Top-Arbeitgeber im OM kennen:
www.oldenburger-muensterland.de/arbeitgeber

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Steigerung der Sichtbarkeit der Region vor Ort.



„kleine“ Maßnahmen mit
großer Wirkung

Zielgruppen können OM
oft nicht verorten!

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Stärkung der Marke durch strategische Partnerschaften.

flexibles, ausbaufähiges
Markensystem



MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Stärkung der Marke durch strategische Partnerschaften.



flexibles, ausbaufähiges
Markensystem

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Förderung von Start-ups und Gründern.

flexibles, ausbaufähiges
Markensystem



START:PUNKT

MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Informationssysteme.

ca. 200 cm

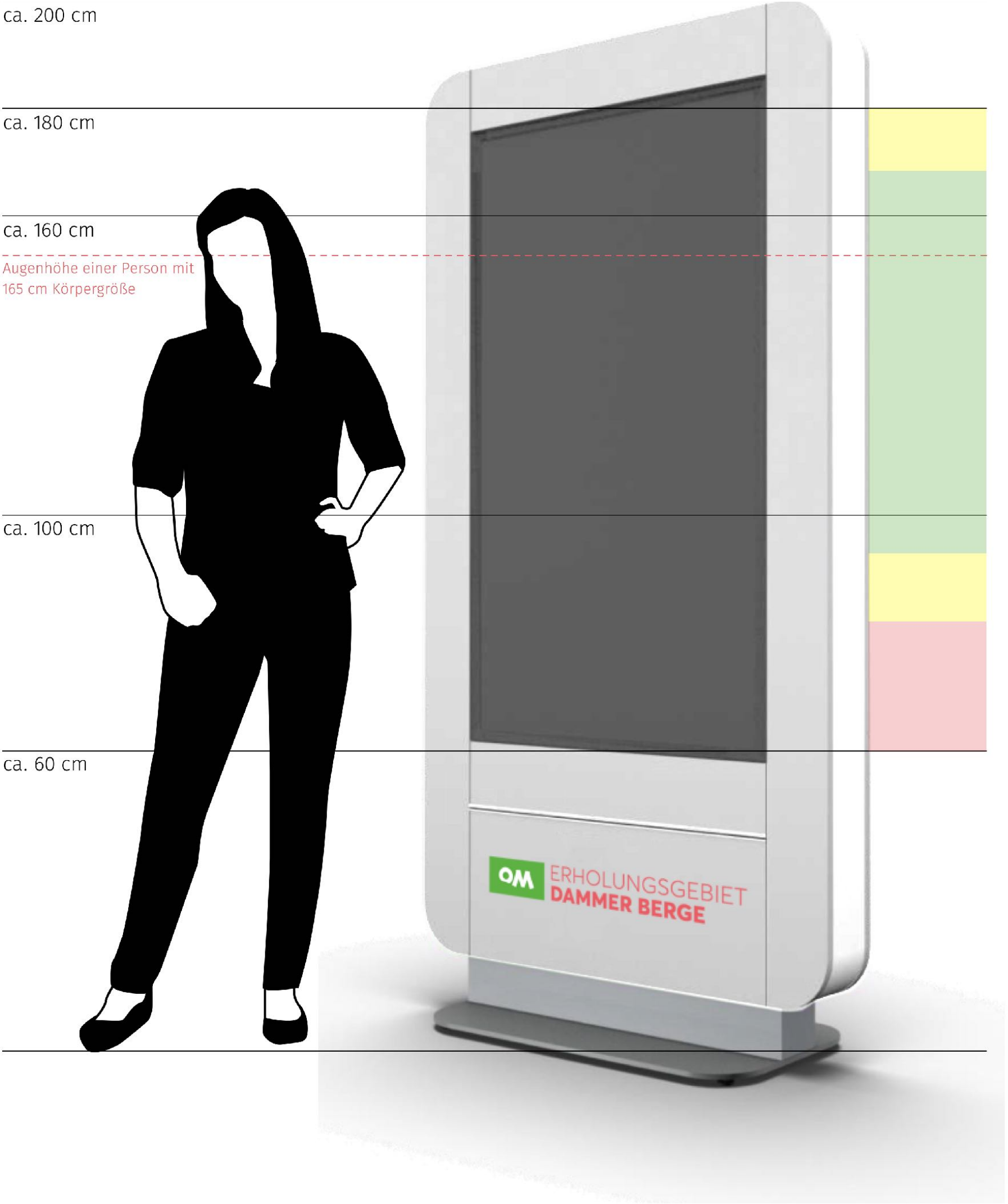
ca. 180 cm

ca. 160 cm

Augenhöhe einer Person mit
165 cm Körpergröße

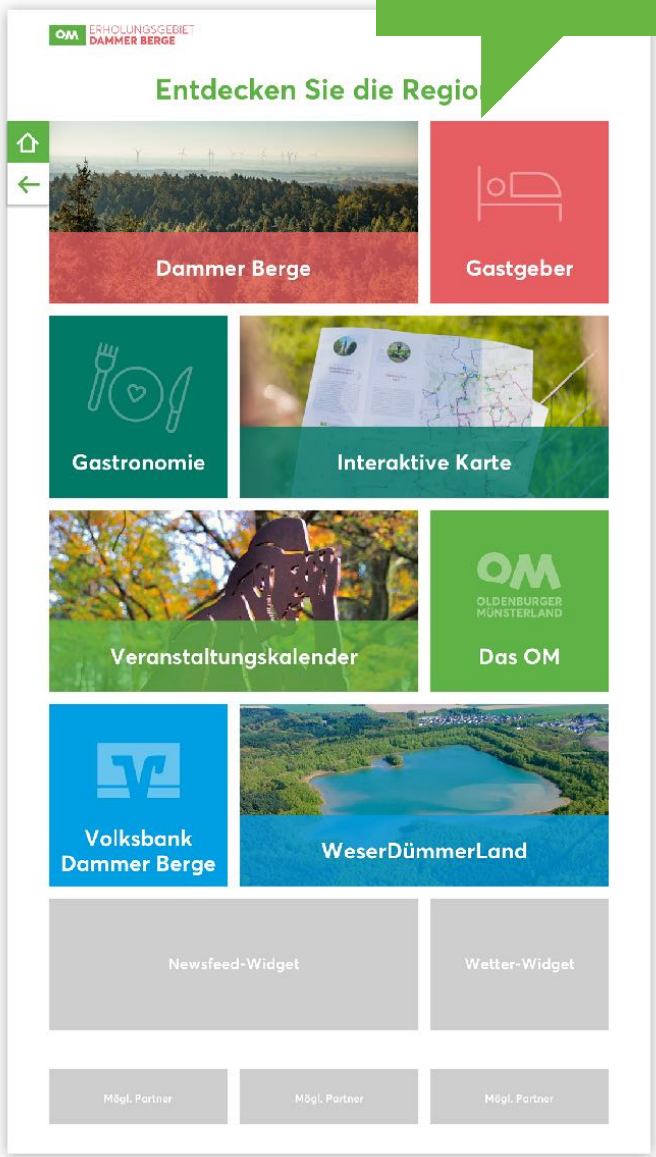
ca. 100 cm

ca. 60 cm



automatische
Aktualisierungen

mit dem Webportal
verknüpft



MASSNAHMEN DES VERBUND OM

Präsenz auf Events und Messen.



MASSNAHMEN
DES VERBUND OM

**Innovation
und Expertise
in die Region
bringen.**

OM WIRTSCHAFTSTAG
VECHTA
5. Mai 2022



Wirtschafts- und
Tourismustage

MASSNAHMEN DES VERBUND OM
Identität stärken.



Unternehmerabende

OM

MASSNAHMEN DES VERBUND OM
Stärkung der Familienregion.



OM Cup



MASSNAHMEN DES VERBUND OM
Stärkung der Familienregion.

OM Familientage

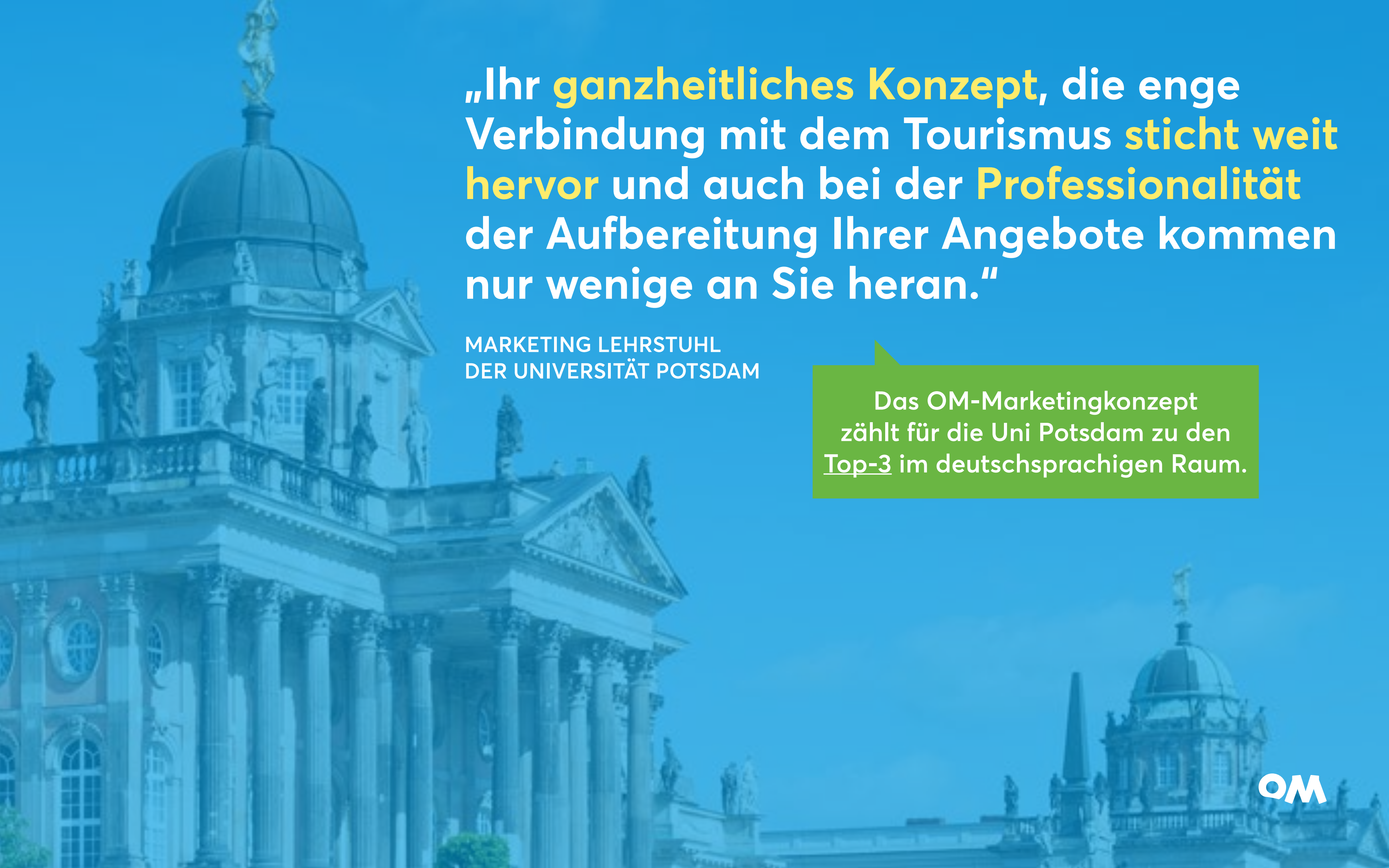
OM



„Die Empfehlungen der Studie
sind vorbildlich umgesetzt.
**Das Projekt besitzt bundesweit
Leuchtturmcharakter.**“

PROF. DR. KIRSTGES

AUTOR DER BEKANNTHEITS-, IMAGE- UND MARKENSTUDIE
FÜR DAS OLDENBURGER MÜNSTERLAND



„Ihr **ganzheitliches Konzept**, die enge Verbindung mit dem Tourismus **sticht weit hervor** und auch bei der **Professionalität** der Aufbereitung Ihrer Angebote kommen nur wenige an Sie heran.“

MARKETING LEHRSTUHL
DER UNIVERSITÄT POTSDAM

Das OM-Marketingkonzept zählt für die Uni Potsdam zu den Top-3 im deutschsprachigen Raum.

Mehrwerte für Mitglieder.

Als Mitglied im Verbund geben Sie der Region weitere Schubkraft.

Stärkung der **Identifikation** mit dem OM

Steigerung der **Bekanntheit** und des **Images** der Region

Steigerung der **Attraktivität** der Region für **benötigte Fachkräfte**

Unterstützung der regionalen **Wirtschaft** und **nachhaltiger Strukturen**

Förderung **strategischer Partnerschaften**

Stärken Sie mit uns die Reputation der Region!



Wir haben aber noch mehr zu bieten

Netzwerkpflege
durch Teilnahme an
zahlreichen
Verbund-Events

Direkter Kontakt
zu Entscheidungs-
trägern und
Meinungsführern

Nutzung der **OM-
Partner-Marke**

Offenheit für
Ihre Ideen und
kreative Lösungen.
**Sprechen Sie
uns an!**



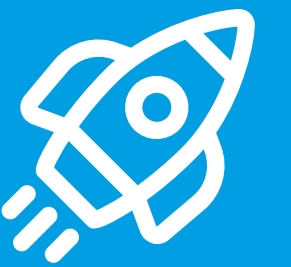
**Darstellung Ihres
Unternehmens** über
die zahlreichen
Kommunikations-
kanäle des OM

**Integration der
hochwertigen OM-
Werbemittel** in die
eigene Marketing-
strategie

Verbesserung des
**eigenen Marken-
images** und der
**Unternehmens-
reputation**

Was können Sie für die Region tun?

Als Partner des Verbunds geben Sie
der Region weitere Schubkraft.



MARKENPARTNER

Zerhusen Kartonagen.

OM 
OLDENBURGER
MÜNSTERLAND



MARKENPARTNER

Goldschmaus Gruppe.



MARKENPARTNER
Schne-frost.

Komm in unser Schne-frost-Team!
**Fachkraft für Lebensmitteltechnik /
Maschinen- und Anlagenführer*in**



schne-frost.info/kurzlink*

ALLE INFOS



@schnefrost.team



Schne frost

MARKENPARTNER

Wessendorf Systembeschichtungen.

Handwerk 4.0 Tradition trifft Hightech

FASSADENSYSTEME
BODENSYSTEME
OBERFLÄCHENTECHNIK

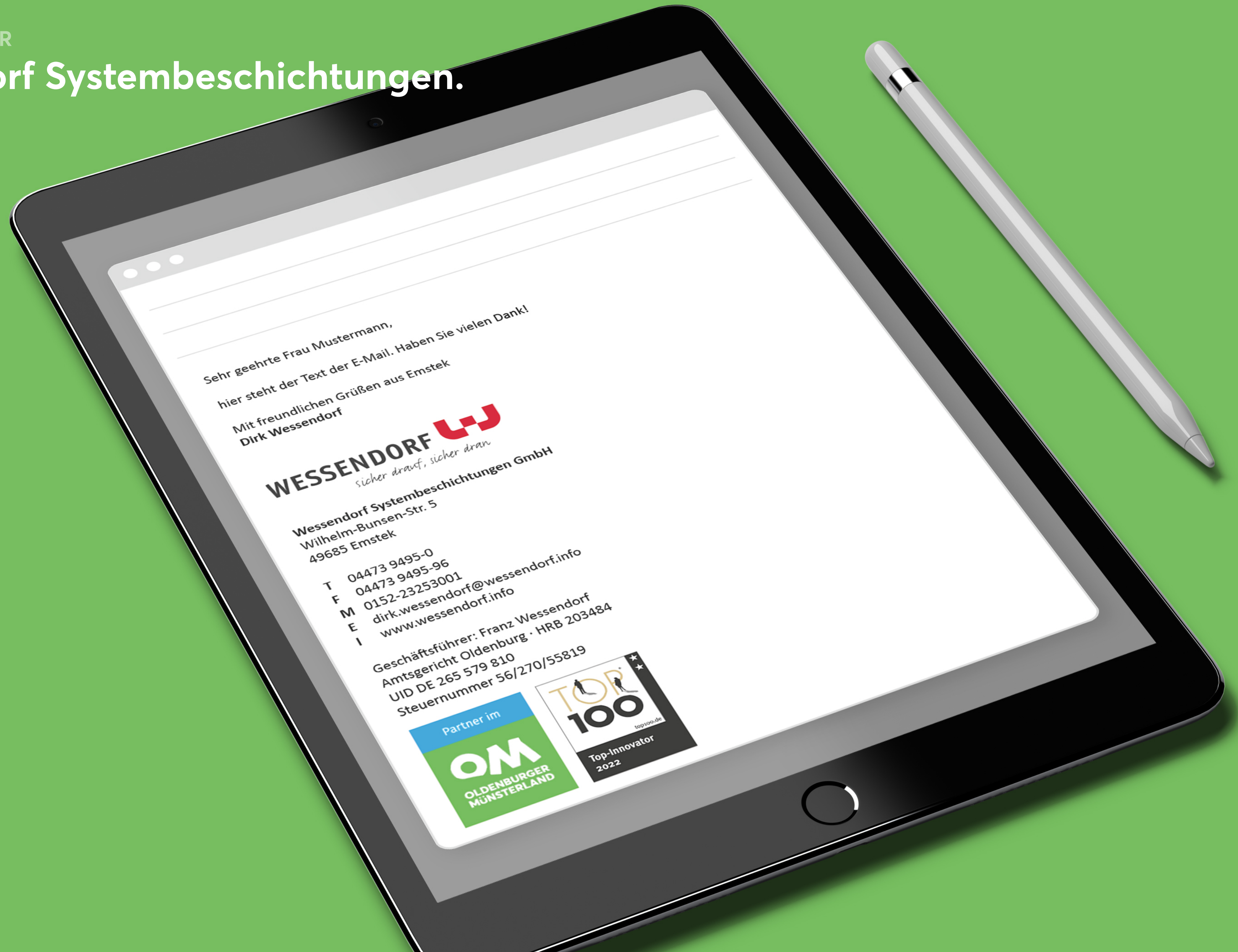
WESSENDORF 

Sicher drauf, sicher dran



MARKENPARTNER

Wessendorf Systembeschichtungen.



MARKENPARTNER

Städte und Gemeinden.



Gemeinde Bakum
Der Bürgermeister

Rathaus:
Kirchstraße 3
49456 Bakum
Tel.: 04446/89-0
Fax: 04446/89-33
web: www.bakum.de
eMail: info@bakum.de
Sachbearbeiter: Herr Grafe
Zimmer: 12
Telefon: 04446/89-23
eMail: l.grafe@bakum.de

3. September 2020

Amt/Az.:



Gemeinde Bakum
1A an der A1



Ludger Grafe
allgemeiner Vertreter des Bürgermeisters

Gemeinde Bakum · Kirchstraße 3 · 49456 Bakum
Telefon: 04446-89 23 · Fax: 04446-89 33 · Mobil: 0175-9610671
E-Mail: l.grafe@bakum.de · Internet: www.bakum.de

Bankkonten:
Vollla Bakum eG
LZO Bakum
Vollla Vechta eG

Sprechzeiten:
Mo.-Fr. 08.00 - 12.00
Mo.-Mitt. 14.00 - 16.00
Do. 14.00 - 18.00

GENODEFIBAM DE 38 2806 3607 0001 7010 00
SLZODE22XXX DE 40 2805 0100 0070 3300 55
GENODEFIVEC DE 55 2806 4179 0534 0020 00



**Eine Blume allein
macht noch
keinen Strauß!**



Alleine sind wir
stark. Zusammen
sind wir stärker!



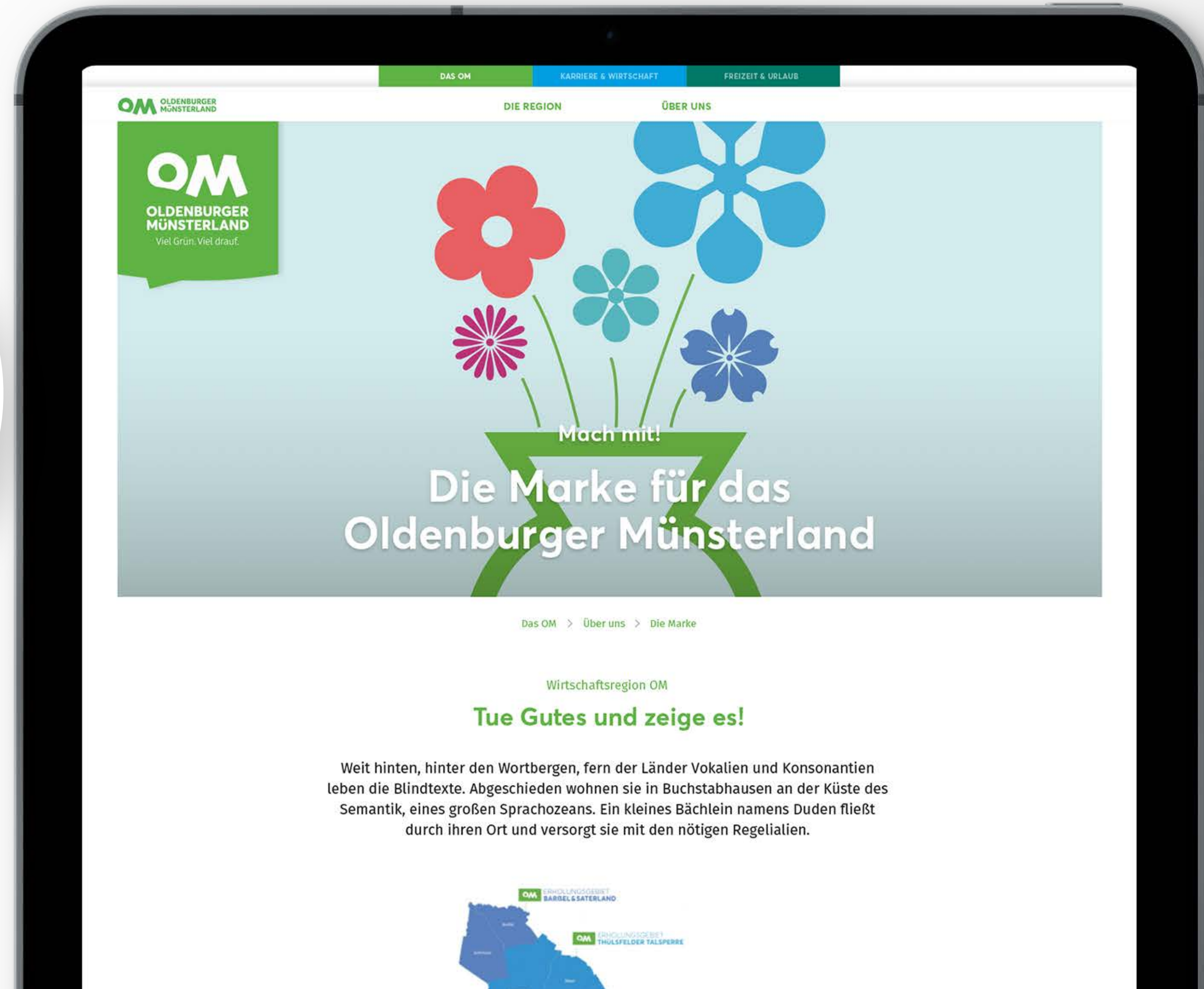




DIE MARKE FÜR DAS OLDENBURGER MÜNSTERLAND

Werdet Mitglied,
nutzt die Marke
und die Medien
des Verbund OM!

Weitere Infos unter:



WIR SIND FÜR SIE DA!



Abteilungsleiter Tourismus
Stellvertretender Geschäftsführer
Johannes Knuck



Geschäftsführer
Jan Kreienborg



Marketing-Referentin
Wirtschaftskommunikation
Vanessa Wichmann

Wir sind gerne für Sie da!



Marketing-Referent
Wirtschaftskommunikation
Thomas Westermann



Marketing-Referentin
Binnenmarketing
Birgit Beuse



Office- und Projektmanagerin
Franziska Feldhaus