

Bewährte Maßnahmen und neue Ideen

Verbund Oldenburger Münsterland stellt Marketingplan vor

Vechta. Der Verbund Oldenburger Münsterland wird auch im neuen Jahr mit aller Kraft seine Bemühungen fortsetzen, Renommee und Bekanntheit der Region zu steigern. „So können wir mit unserem Regionalmarketing den wirtschaftlichen Erfolg unserer Unternehmen unterstützen“, erklärt OM-Präsident Landrat Johann Wimberg. Zugleich kündigt er an, dass man sich 2019 noch intensiver als bislang um die Herausforderung des Fachkräftemangels kümmern werde. Schlüsselprojekt hierfür ist ein neues Jobportal für das Oldenburger Münsterland, das von den Landkreisen entwickelt wurde. Ziel sei es nach wie vor, dass sich qualifizierte Arbeitskräfte langfristig in den Landkreisen Vechta und Cloppenburg niederlassen.

„Die Weichen sind gestellt“, fasst der Cloppenburger Landrat die Arbeit der vergangenen beiden Jahre präzise zusammen. Das Oldenburger Münsterland habe jede Menge Vorzüge, und das soll vermehrt von vielen Menschen außerhalb der Region wahrgenommen werden. Deshalb spreche alles dafür, den 2017 einvernehmlich eingeschlagenen Kurs weiterhin engagiert zu verfolgen, denn es bleibe noch eine Menge zu tun.

„Wir sind auf dem richtigen Weg“, zeigt sich Verbundsvize Herbert Winkel ebenso optimistisch und fügt hinzu: „In den nächsten Monaten wollen wir uns verstärkt darum kümmern, unsere Partner, die Unternehmen, Institutionen und Vereine, in das Regionalmarketing einzubeziehen. Je mehr Multiplikatoren mitmachen, desto besser können wir unsere Markenbotschaft verbreiten.“

Ein ausgefeilter Marketingplan soll dabei helfen. Darin sind im Anschluss an die Situations- und Zielgruppenanalyse alle wesentlichen Schritte aufgeführt. „Wir legen großen Wert darauf, den Katalog der bewährten und etablierten Maßnahmen durch neue und zeitgemäße Ideen zu ergänzen“, sagt Verbundgeschäftsführer Jan Kreienborg. So zählen weiter erfolgreiche Formate wie die Gala zur Vergabe des Unternehmerpreises und der Familientag zum Programm. Ihren Platz finden daneben auch Veranstaltungen wie der zweite OM-Treffpunkt „Sport und Wirtschaft“, der gemeinsam mit der Rasta Vechta Sport-Marketing GmbH für den 25. April geplant ist.

Weiter kündigt Kreienborg an, in den kommenden Monaten neben dem Jobportal auch einen Veranstaltungskalender für das ganze Oldenburger Münsterland in die Internetseite zu integrieren. „Beides sind Eckpfeiler unserer Strategie und heutzutage einfach unverzichtbar“, bekräftigt der Geschäftsführer.

Ferner soll die Zahl der Kooperationen mit Partnern aus der Region nochmals erhöht werden. Ein Beispiel dafür ist die erneute Beteiligung an der Internationalen Grünen Woche in Berlin. Vom 18. bis 27. Januar präsentiert sich das Oldenburger Münsterland auf der weltweit wichtigsten Agrarmesse gemeinsam mit dem Erzeugergroßmarkt Langförden Oldenburg (ELO) und der Wernsing Feinkost GmbH. Jens Lübbehusen von der Malt Distillery in Emstek belebt das Geschehen am Messestand mit einem exklusiven Whisky-Tasting.

„Wir sind eine Region der Chancen und Möglichkeiten“, hebt Johann Wimberg hervor, „und wir werden alles dafür tun, dass das auch in der Zukunft so sein wird“.

Bildunterschrift: Stellten den Marketingplan des Verbundes für 2019 vor: v.l. Verbund-Vizepräsident Herbert Winkel, Verbundgeschäftsführer Jan Kreienborg und Verbundpräsident Johann Wimberg. Foto: Thomas Westermann / Verbund OM.