

Vorpommern

Deutschlands Sonnendeck.
Zum Greifen nah.

**Leitbild und Markenstrategie des
Regionalmarketing und -entwicklung
Vorpommern e. V.**



für Vereinsmitglieder, Partner:innen,
Stakeholder und Interessierte

vorpommern-sonnendeck.de

GRUSSWORT

Liebe Mitglieder, liebe Partnerinnen und Partner, liebe Interessierte,

Vorpommern ist eine Region mit besonderen Qualitäten – landschaftlich, wissenschaftlich, wirtschaftlich und menschlich. Gleichzeitig stehen wir vor großen Herausforderungen: dem Wettbewerb um Arbeitskräfte, Unternehmen und Investitionen, dem Strukturwandel sowie dem Anspruch, als Region klarer, sichtbarer und selbstbewusster aufzutreten.



Der Regionalmarketing und -entwicklung Vorpommern e. V. übernimmt dabei eine verbindende Rolle. Unser Anspruch ist es, Kräfte zu bündeln, Perspektiven zusammenzuführen und Vorpommern mit einer gemeinsamen Haltung nach innen und außen zu vertreten.

Mit dem Leitbild und der Markenstrategie liegt nun erstmals ein klar formulierter Orientierungsrahmen vor, der beschreibt, wofür der Verein steht, welches Selbstverständnis uns verbindet und wie wir die Region künftig positionieren wollen. Dieses Papier ist kein starres Regelwerk, sondern eine Einladung zur Mitwirkung, zur Orientierung und zur konsequenten Weiterentwicklung unserer gemeinsamen Arbeit.

Ich freue mich darauf, gemeinsam mit Ihnen Vorpommern weiterzudenken und die Marke mit Leben zu füllen.

Ihr Jürgen Ramthun

Vorsitzender des Regionalmarketing und -entwicklung e. V. V.



INHALT

- 03** Warum ein Leitbild? Warum eine Marke?
- 04** Unser Leitbild: Vision, Mission und Werte
- 06** Die Marke Vorpommern: Identität + Positionierung
- 08** Zielgruppenkonzept: Touchpoints, Botschaften + Maßnahmen
- 10** Ins Tun kommen: Umsetzung, Monitoring + Weiterentwicklung

WARUM LEITBILD UND MARKE?

IDENTITÄT

ORIENTIERUNG

Vorpommern ist eine Region mit großer inhaltlicher und struktureller Vielfalt. Unterschiedliche Räume, Akteurslandschaften und Themen prägen das Bild, von international bedeutenden Wissenschaftsstandorten über starke Wirtschaftskluster bis hin zu naturnahen Lebensräumen mit hoher Lebensqualität.

Diese Vielfalt ist eine Stärke. Gleichzeitig macht sie ein gemeinsames Verständnis von Zielen, Haltung und Außenwirkung notwendig. Ein **Leitbild** schafft genau diesen Rahmen: Es formuliert, wofür der Verein steht, welche Rolle er für die Region einnimmt und welche Grundhaltung das gemeinsame Handeln prägt.

Die **Markenstrategie** übersetzt dieses Selbstverständnis in ein klares Profil für die Region Vorpommern. Sie sorgt dafür, dass Kommunikation, Projekte und Auftritte nicht nebeneinanderstehen, sondern ein stimmiges Gesamtbild ergeben.

Leitbild und Marke sind damit kein Selbstzweck, sondern ein strategisches Werkzeug für eine wirksame Regionalentwicklung.

GEMEINSAME RICHTUNG



DAS VEREINSLEITBILD

Selbstverständnis des REV

Wir agieren als zentrale Anlaufstelle und Koordinator für die Region – als Netzwerker gegenüber bestehenden Wirtschaftsförderungen und verbindendes und unterstützendes Element für ganz Vorpommern.

VISION | Unser Zukunftsbild

1 Ganzheitliche Positionierung

Wir wollen Vorpommern als attraktiven Lebens-, Arbeits- und Investitionsort mit dem Greif als Teil unserer Marke entwickeln und vermarkten. Dabei verstehen wir uns sowohl als Tourismusregion als auch als starken Wirtschaftsraum – modern, zukunftsgerichtet, aber dennoch norddeutsch-bodenständig.

Vorpommern wird gleichermaßen als Wirtschafts-, Lebens- und Kulturregion gesehen. Die hohe Lebensqualität wird geprägt durch Natur, Meer, Kultur und Freizeit. Diese ist ein zentraler Faktor im Wettbewerb um Arbeitskräfte und ein entscheidender Bestandteil unserer Standortattraktivität.

2 Einheitliche Wahrnehmung

Wir treten als eine gemeinsame, geeinte Region auf, in der sowohl die Küstenregion, als auch das Binnenland, Städte und Gemeinden mit einer Stimme sprechen und ein positives, einheitliches Bild nach außen tragen. Nur gemeinsam sind wir Vorpommern – Deutschlands Sonnendeck.

3 Image stärken

Unser Ziel ist es, das Image Vorpommerns zu stärken und zu fördern. Wir machen unser Potenzial sichtbar und zeigen selbstbewusst unsere Stärken. Dazu gehört, positive Entwicklungen zu kommunizieren und die Offenheit sowie die Innovationskraft unserer Region aktiv zu thematisieren.



MISSION | Unser Auftrag

Der REV stärkt die Region durch koordiniertes Regionalmarketing, strategische Vernetzung und eine klare Positionierung Vorpommerns nach innen und nach außen.

Der Verein versteht sich als Plattform und Impulsgeber für Akteur:innen aus Wirtschaft, Landwirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Gesellschaft. Er bündelt Aktivitäten, fördert Zusammenarbeit und schafft Orientierung für Kommunikation, Projekte und strategische Entscheidungen.

Ziel ist es, die Stärken Vorpommerns sichtbar zu machen, Synergien zu nutzen und die Region mit einer gemeinsamen Haltung im Wettbewerb der Regionen zu positionieren.



Jetzt Mitglied werden!

Weitere Informationen zu den Mitgliedern und zur Mitgliedschaft finden Sie auf unserer Website.



„Eine starke Region
erkennt man auch an
der Geschlossenheit
der Akteure.“

Statement aus dem Leitbilderstellungsprozess

A woman with blonde hair, wearing a light grey t-shirt and black leggings, is captured in a side profile, bending forward to stretch her back and arms. She is standing on a sandy beach. In the background, the ocean waves are visible, and the sky is a mix of soft orange, pink, and grey, indicating sunset or sunrise. A dark, forested hillside is visible in the distance. The overall mood is peaceful and active.

„Wir leben dort, wo andere
Urlaub machen – inmitten
einer einzigartigen Natur und
mit enormem wirtschaftlichen
Entwicklungspotenzial.“

Statement aus dem Leitbilderstellungsprozess

WERTE | Unsere Haltung

Kooperation Wir fördern die Zusammenarbeit über institutionelle und fachliche Grenzen hinweg. Gemeinsames Handeln und abgestimmte Strategien stehen über Einzelinteressen.

Authentizität Wir stehen für ein ehrliches, glaubwürdiges Bild der Region. Vorpommern wird aus seinen tatsächlichen Stärken heraus positioniert – nachvollziehbar und verlässlich.

Offenheit Wir sind offen für neue Ideen, Perspektiven und Partnerschaften. Der Verein versteht sich als lernende Organisation, die Veränderungen aktiv aufnimmt und gestaltet.

Verlässlichkeit Wir handeln transparent, verbindlich und kontinuierlich. Klare Prozesse, nachvollziehbare Kommunikation und langfristige Perspektiven schaffen Vertrauen.



DIE MARKE VORPOMMERN IDENTITÄT + POSITIONIERUNG

Die Marke Vorpommern baut **auf dem Leitbild des REV** auf. Sie ist Ausdruck der regionalen Identität und bündelt die zentralen Stärken der Region in einem **klaren, wiedererkennbaren Profil**. Im Mittelpunkt steht das Zusammenspiel aus Lebensqualität, Wirtschaft, Wissenschaft, Naturraum und gesellschaftlichem Engagement. Die Marke **schafft Verbindung zwischen diesen Dimensionen** und macht Vorpommern als Ganzes erfahrbar.

MARKENKERN

Vorpommern steht für einen Lebens- und Arbeitsraum, der Ruhe und Weite mit Zukunftsperspektiven verbindet. Die Region bietet sowohl Raum für Innovation und wissenschaftliche Exzellenz als auch für Ankommen und naturnahes Leben.

Der MARKENKERN beschreibt Vorpommern als:

- zukunftsorientierten Standort mit wissenschaftlicher und wirtschaftlicher Stärke,
- attraktiven Lebensraum mit hoher Aufenthalts- und Lebensqualität,
- Region mit klarer Identität, Bodenhaftung und Offenheit zugleich.

POSITIONIERUNG

Vorpommern positioniert sich als Region, die **Arbeiten, Leben und Forschen** in besonderer Qualität verbindet und dabei Raum für individuelle Entwicklung bietet – ebenso wie für wirtschaftliche und wissenschaftliche Exzellenz. Die Marke steht für **Verlässlichkeit, Offenheit und Zukunftsfähigkeit** und vermittelt ein glaubwürdiges Bild einer Region, die nicht lauter sein muss als andere, um wahrgenommen zu werden – sondern durch Substanz, Haltung und langfristige Perspektiven überzeugt.



Vorpommern

Deutschlands Sonnendeck. **Zum Greifen nah.**

SYMBOLISCHE
BEDEUTUNG

Das „**Sonnendeck**“ steht sinnbildlich für den Ort an der Spitze mit Überblick, Weite und Wohlgefühl.

Der **Greif als Wappentier** steht für Stärke, Weitblick und die greifbare Zukunft der Region.

TOUCHPOINTS, BOTSCHAFTEN + MASSNAHMEN

ZIELGRUPPENKONZEPT

Die Markenstrategie des REV richtet sich an klar definierte Zielgruppen, die jeweils unterschiedliche Erwartungen, Informationsbedarfe und Entscheidungsprozesse mitbringen. Das Ziel ist es, Vorpommern **aus einem gemeinsamen Markenkern heraus** zielgruppenspezifisch erlebbar zu machen – über passende Inhalte, Kanäle und Kontaktpunkte.

ZIELGRUPPEN nach innen

EINHEIMISCHE BEVÖLKERUNG



Bedürfnisse und Erwartungen - Stolz auf die eigene Region - Identifikation und emotionale Bindung - Sichtbarkeit des eigenen Engagements - Zugehörigkeit und Gemeinschaft	Zentrale Botschaften - „Wir sind Vorpommern – mit Herz, Hand und Haltung.“ - „Vorpommern ist kein Ort – es ist ein Gefühl von Zuhause.“ - „Hier halten wir zusammen – von A wie Anklam bis Z wie Züssow.“
Wichtige Touchpoints - Social Media - regionale Feste und Veranstaltungen - öffentlicher Raum, ÖPNV - Unternehmen, Vereine, Ehrenamt - Vorpommern-Podcast, Wanderausstellungen	Ansatzpunkte und Maßnahmen - Bürger:innenkampagne „Wir für Vorpommern“ - Mitmachformate „Mein Vorpommern-Moment“ - Markenstände „Greif auf Tour“ - Welcome-Pakete für Neuankömmlinge

BESTANDSUNTERNEHMEN



Bedürfnisse und Erwartungen - Sichtbarkeit und Anerkennung - Netzwerk und Austausch - Identifikation mit der Region - Verlässlichkeit und gemeinsames Auftreten	Zentrale Botschaften - „Gemeinsam stark für Vorpommern.“ - „Wir sind Wirtschaft mit Haltung.“ - „Wir zeigen Gesicht für Vorpommern.“
Wichtige Touchpoints - Netzwerktreffen Unternehmer:innenformate - Vorpommern-Konferenz - Social Media, Newsletter, Blog - Markenstand „Greif auf Tour“	Ansatzpunkte und Maßnahmen - Markenpakete für Unternehmen - Präsentationsmöglichkeiten auf Veranstaltungen - Unternehmensportraits und Podcasts - Mitglieder-Mehrwertprogramm

KOMMUNEN, HOCHSCHULEN, KAMMERN + VERBÄNDE



Bedürfnisse und Erwartungen - klare Orientierung und Leitlinien - einheitlicher Auftritt - Identifikation mit der Marke - Sichtbarkeit kommunaler Leistungen	Zentrale Botschaften - „Vorpommern sichtbar machen – überall.“ - „Ich trage Verantwortung für das Bild unserer Region.“ - „Ich bin Teil von etwas Größerem.“
Wichtige Touchpoints - Mitgliederversammlungen - interne Kommunikationsformate - Markenleitfäden und Schulungen - Veranstaltungen und öffentliche Anlässe	Ansatzpunkte und Maßnahmen - Kommunikationspakete und Toolkits - Schulungen und Leitfäden - Auszeichnung „Greifpunkt Kommune“ - verpflichtende bzw. empfohlene Markennutzung

GÄSTE (als zukünftige Vorpommer:innen)



Bedürfnisse und Erwartungen - positive Erlebnisse und Begegnungen - Authentizität, Menschlichkeit, Ruhe - emotionale Bindung zur Region	Zentrale Botschaften - „Man kommt als Gast – und bleibt als Teil der Gemeinschaft.“ - „Wer einmal hier war, versteht, warum wir bleiben.“ - „Hier entsteht Zukunft am Meer.“
Wichtige Touchpoints - Social Media - Tourist-Informationen, POIs und Unterkünfte - regionale Veranstaltungen, Aktionen - Unternehmen und Arbeitgeber	Ansatzpunkte und Maßnahmen - Willkommens-Kampagne „Vorpommern berührt“ - Infopakete „Bleiben erwünscht!“ - Markenstände bei touristischen Events - Verbindung von Tourismus- und Standortnarrativ

ZIELGRUPPEN nach außen

RÜCKKEHRER:INNEN + FAMILIEN



Bedürfnisse und Erwartungen - Nähe zur Familie, Vertrautheit und Sicherheit - hohe Lebensqualität, Natur- und Küstennähe - bezahlbarer Wohnraum - kurze Wege - gute Vereinbarkeit von Arbeit und Familie	Zentrale Botschaften - „Zurück nach Vorpommern – dahin, wo das Meer den Horizont öffnet und die Wurzeln tief reichen.“ - „Hier zählen Vertrautheit und Nachbarschaft“ - „In Vorpommern lässt sich Familie leben – Arbeit, Kita, Meer und Großeltern sind ganz nah.“
Wichtige Touchpoints - Social Media (insb. LinkedIn, XING) - Welcome Center und deren Kampagnen - Alumni-Netzwerke - Jobmessen in Berlin, Hamburg, Schwerin, Stettin - Feiertage und Familienbesuche in der Heimat - Einheimische als Multiplikator:innen	Ansatzpunkte und Maßnahmen - Rückkehrkampagne „Neustart mit Meerblick“ - Familienkampagne „Hier wachsen wir (auf)“ - Testimonials von Rückkehrer:innen - Kooperationen mit Influencer:innen - Heimkehrer:innen-Abende mit Welcome Centern

JUNGE ARBEITSKRÄFTE, AKADEMIKER:INNEN + START-UPS



Bedürfnisse und Erwartungen - berufliche Perspektiven/ Karriere - sinnstiftende Arbeit, modernes Arbeiten - Innovations- und Gründungskultur - Vereinbarkeit von Arbeit und Lebensqualität	Zentrale Botschaften - „Karriere am Meer. Hier lässt sich Zukunft gestalten.“ - „Wir brauchen kluge Köpfe, die hier nicht nur arbeiten, sondern ankommen.“ - „Hier passiert überraschend viel.“
--	--

INTERNATIONALE ARBEITSKRÄFTE



Bedürfnisse und Erwartungen - Sicherheit, Zugehörigkeit, Wertschätzung, Respekt, Integration, Gemeinschaft, Stabilität - Perspektiven für Arbeit und Leben	Zentrale Botschaften - „Welcome to Vorpommern – your new home by the sea.“ - „Hier zählt, was du tust – nicht, wo du herkommst.“ - „Ohne euch läuft nichts.“
--	---

INVESTOR:INNEN + NEUE UNTERNEHMEN



Bedürfnisse und Erwartungen - stabile Rahmenbedingungen, Raum für Wachstum - partnerschaftliche Netzwerke - Lebensqualität für Mitarbeitende	Zentrale Botschaften - „Investieren mit Sinn, Substanz und Zukunft.“ - „Hier wächst Wirtschaft mit Weitblick.“ - „Verlässliche Partner:innen, klare Perspektiven.“
Wichtige Touchpoints - Investoren- und Standortplattformen - Fachmessen und Kongresse - Wirtschaftsförderungen - Fachmedien und Netzwerke	Ansatzpunkte und Maßnahmen - Standortkampagne „Erfolgreich auf dem Sonnendeck“ - Best-Practice-Portraits - Standortbroschüren - Präsenz auf Fachmessen

DIGITALE NOMAD:INNEN



Bedürfnisse und Erwartungen - Freiheit, Flexibilität, Balance, neue Arbeitsformen - inspirierendes Umfeld - Gemeinschaft auf Zeit	Zentrale Botschaften - „Arbeiten mit Meerblick.“ - „Hier findest du WLAN und Weite zugleich.“ - „Work where life feels right.“
--	---

INS TUN KOMMEN UMSETZUNG, MONITORING + WEITERENTWICKLUNG

Leitbild und Marke als Arbeitsgrundlage

Das Leitbild und die Markenstrategie sind als **lebende Instrumente** angelegt. Sie strukturieren die Arbeit des Vereins, geben Orientierung für Entscheidungen und bilden den Referenzrahmen für Kommunikation, Projekte und Kooperationen.

Sie unterstützen insbesondere die **strategische Einordnung** von Maßnahmen, die Abstimmung zwischen Akteur:innen und die konsistente Außendarstellung der Region.

Die **Geschäftsstelle des REV** übernimmt die zentrale Rolle bei der Umsetzung und Koordination.

Monitoring und jährliche Evaluierung

Um Wirkung und Zielerreichung systematisch zu überprüfen, findet ein **laufendes Monitoring** durch die Geschäftsstelle statt. Ergänzend wird eine **jährliche Evaluierung** durchgeführt, in der unter anderem die Reichweite und Wahrnehmung der Marke, die Wirksamkeit zentraler Maßnahmen und die Passung von Zielgruppenansprache und Botschaften betrachtet werden. Die Ergebnisse fließen in die Weiterentwicklung der Aktivitäten ein und sorgen für Transparenz und Lernfähigkeit.

Regelmäßige Überprüfung von Leitbild und Strategie

Leitbild und Markenstrategie sind langfristig angelegt, werden jedoch nicht als statisch verstanden. In mehrjährigen Abständen erfolgt eine **grundsätzliche Überprüfung**, bei der geprüft wird, ob die strategische Ausrichtung weiterhin passt, ob Zielgruppen, Botschaften und Schwerpunkte angepasst werden müssen und ob veränderte Rahmenbedingungen berücksichtigt werden sollten. Bei Bedarf werden Leitbild und Markenstrategie weiterentwickelt und neu justiert, um Vorpommern dauerhaft zukunftsfähig zu positionieren.



Jetzt Mitglied werden!

Weitere Informationen zu den Mitgliedern und zur Mitgliedschaft finden Sie auf unserer Website.





„Wir für Vorpommern –
wir mit Vorpommern.
Gemeinschaft statt
Einzelinteressen.“

Statement aus dem Leitbilderstellungsprozess

Gefördert aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ durch das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern.



IMPRESSUM

Herausgeber: Regionalmarketing und -entwicklung Vorpommern e. V. (REV)

Redaktion + Gestaltung: CIMA Beratung + Management GmbH

Fotos: FilmVision (Mukran Port, Segeln, Strand Binz, Forschung Greifswald, Darßer Leuchtturm, VC Greifswald e. V.) • REV e. V. (Porträt Jürgen Ramthun)

Das Leitbild und die Markenstrategie wurden im vierten Quartal 2025 in Zusammenarbeit mit den Mitgliedern des REV erarbeitet. Die Broschüre wurde im August 2026 redaktionell abgeschlossen.



Vorpommern

Kontakt

Regionalmarketing und
-entwicklung Vorpommern e. V.
Fischstraße 11 | 17489 Greifswald | Germany
Tel.: + 49 (0) 3834 891-133
+ 49 (0) 3834 891-122
info@vorpommern-sonnendeck.de

vorpommern-sonnendeck.de