

Oberfranken gestern – heute – morgen

Hintergrund

Das Ziel der Website www.begeisterungsmomente.de ist es, unter „Oberfranken Aktuell“ ein Bild vor dem geistigen Auge entstehen zu lassen – gezeichnet mit den Buchstaben und Farben der Sprache. All das, was bisher bereits auf [begeisterungsmomente.de](http://www.begeisterungsmomente.de) zu finden ist, sind Facetten des einen, ganzheitlichen Bildes. Die Zielsetzung der Website trifft exakt die Ziele des Dachmarkenprozesses, wie am Ende dieser Ausführungen klar werden wird.

In Gesprächen und auf der Website habe ich versprochenen, das Gesamtbild zu zeichnen. Mit diesem Text soll eine grobe Skizze präsentiert werden, um das Versprechen einzulösen. Die Betonung liegt auf **Skizze** – viele Details bleiben offen, viele werden nur angedeutet und oft hilft dann das Googeln oder der Blick in Wikipedia weiter, um sich tiefer mit den Themen zu beschäftigen.

Abstract:

Jeder Blick in die Schlagzeilen macht es offensichtlicher: Die Chancen der Gegenwart liegen viel mehr in kraftvollem, freiem Denken und mutig-innovativem Handeln denn in bloßem Kapital- oder Rohstoffeinsatz. Gut für Oberfranken, denn genau hier wurzelt eine unserer größten Kraftquellen. Die wirkte schon immer weit über die Grenzen der Region hinaus: Menschen aus Oberfranken waren und sind freiheitsliebend, mutig, erfinderisch – und ECHT.

Wenn wir wollen, liegt zwischen Nürnberg, Coburg und Hof das nächste Silicon Valley.

Google, ebay, facebook: Binnen zehn Jahren entstehen aus Garagen und Hinterzimmern Weltunternehmen. Das geht nicht nur im Internet. Wie wär's zum Beispiel mit der Gesundheitswirtschaft, der Bildung, mit Green Tech oder erneuerbaren Energien? Norbert Walter, bis 2009 Chefvolkswirt der Deutschen Bank, hat uns auf dem 2. Bayreuther Ökonomiekongress den Weg gewiesen.

Was ist zu tun?

Der Strukturwandel bietet Chancen – gerade heute, gerade hier. Packen wir sie an. Lassen Sie uns damit beginnen, aus unseren Schulen und Hochschulen das Denken formende Brennpunkte der Kreativität zu machen. Denn der unermesslich wertvolle und so typisch oberfränkische Rohstoff der Kraft des Herzens, der Seele und des Denkens braucht Orte, an denen er zu Ideen wird, die die Welt bewegen. Das schafften schon unsere Großeltern – in einer Zeit, da dies noch ungleich schwieriger war.

Lassen Sie uns nun das Bild skizzieren!

Menschen aus Oberfranken haben schon immer einen wichtigen, weit über Oberfranken hinausgehenden, Einfluss ausgeübt, sie tun es bis heute und auch in Zukunft.

Vielleicht ist das der Hintergrund herausragender wirtschaftlicher, wissenschaftlicher aber auch künstlerischer Leistungen der Weltklasse, die gebürtige Oberfranken vollbracht haben – in Nürnberg (*Fritz Neumeyer, Gründer Zündapp-Werke*), München (*Carl Linde, Carl Bauernfeind war Mitbegründer der TU München, Oscar Loew war ein berühmter Chemiker*), Berlin (*Georg Erlwein erfand das Ozon-Wasserwerk*) – um nur einige Beispiele zu nennen.

Dass Adam Ries (irrtümlich Adam Riese genannt – die seinen Namen enthaltende Redewendung ist ihnen allen geläufig!) aus Staffelstein stammt und Lucas Cranach in Kronach geboren wurde, ist vielen bekannt. Lucas Cranach verhalf der realistischen Darstellung des Alltags in der Kunst zum Siegeszug und zählte zu den bedeutendsten Protagonisten der Reformation.

Oberfranken haben die Rechtsordnung revolutioniert. So hat beispielsweise Johann zu Schwarzenberg und Hohenlandsberg den Codex Bambergensis formuliert, der das erste Mal die Gleichheit von Adel und Bürgern proklamiert hat. Und, dass bedeutende Beiträge zu unserer modernen Regierungsform aus Oberfranken stammen, das wirft ein besonderes Licht auf Oberfranken. Heinrich von Gagern aus Bayreuth und Georg Wirth aus Hof haben wir es zu verdanken, dass heute Regierungen durch das Volk auf Zeit gewählt werden.

Auffällig ist, viele Oberfranken haben anderswo die dort vorhandene Exzellenz entscheidend verstärkt oder sind nicht selten selber zu den Bedeutendsten in ihrem jeweiligen Gebiet geworden und haben dadurch entscheidende Impulse gesetzt – oft weit voraus denkend.

Da drängt sich eine entscheidende Frage auf: Warum hat unsere Region Oberfranken heute nicht die Außenwirkung, die Wirtschaftskraft und die Bedeutung, die diesen Eigenschaften entspricht und die solcherart herausragende Menschen in Oberfranken selbst wirken lassen würde? Und, wie könnte sich das ändern?

Wir leben heute in einer Zeit, in der es weniger auf materielle Rohstoffe ankommt, auch nicht auf Kapital, dafür aber in erster Linie auf kraftvolles, freies Denken und auf mutiges, innovatives unternehmerisches Handeln! Man kann gerade heute mit fast nichts in zehn Jahren ein Weltunternehmen aufbauen. Dies konnte man auch schon früher, besonders in den USA. Heute ist es aber noch viel einfacher geworden.

Heute kann der Keim des nächsten „Silicon Valley“ überall verborgen sein!

Dabei denken wir beim nächsten „Silicon Valley“ nicht an IT, sondern an eine Region, in der ein Wirtschaftsbereich seinen weltweiten Schwerpunkt hat. Heute wird so ein neu entstehender Schwerpunkt eher im Bereich Gesundheit beheimatet sein – denn dies ist einer der Zukunftsbereiche, genauso wie der Bereich Bildung, Green Tech oder erneuerbare Energien. Dies hat Norbert Walter letzthin auf dem 2. Bayreuther Ökonomiekongress herausgearbeitet.

Was braucht es für den Keim in erster Linie? Universitäten, die diese Bezeichnung auch verdienen. Norbert Walter machte in seinem Vortrag deutlich, dass unsere heutigen Universitäten durch die Verschulung – das Verhältnis Lehrender zu Studenten ist oft 1:60 –

die Bezeichnung Universität nicht mehr verdienen. Höchste Bildungsqualität entsteht nur durch ein Verhältnis von etwa 1:10. Es war ein Glück, Anfang der achtziger Jahre in Bayreuth Mathematik zu studieren, denn das Verhältnis lang damals genau in dieser Größenordnung.

Wir benötigen das Denken formende Stätten von herausragender Natur, Schulen, Hochschulen, die handlungsorientierte ganzheitlich denkende Menschen hervorbringen und wir brauchen Innovationscluster, Denkcluster.

Betrachten wir den Wettbewerb „Jugend forscht“. Die oberfränkischen Schüler schneiden regelmäßig sehr gut ab. Die Preisträger studieren dann in München oder anderswo. Warum gehen gerade die besten Talente weg? Weil sie sich an den Spitzen in ihrem Fach orientieren, um die bestmögliche Ausbildung zu erhalten. Das ist gut so, noch besser ist es, wenn wir einige der Besten wieder für die Region gewinnen können.

Hervorragende Umgebungen für die Ausbildung haben wir jedoch auch in Oberfranken.

Der 2. Ökonomiekongress oder die Ehrung von Steve Vargo (→ Service-dominant Logic) an der Uni Bayreuth haben erst vor kurzem exemplarisch gezeigt: hier in Oberfranken treffen sich Wissenschaftler und Praktiker von Weltklasse. Wir brauchen einen Schmelztiegel – besser, wir müssen einer werden. Weltoffenheit zählt heute am meisten, dann werden neue Impulse gesetzt.

Es sollte sich umkehren: Nicht wir gehen weg, Menschen kommen zu uns. Bei LivingLogic ist dies, wie bei vielen anderen oberfränkischen Unternehmen, schon jetzt der Fall. Wir gewinnen Mitarbeiter von großen Konzernen aus Nürnberg oder München und haben kein Problem guten Nachwuchs zu gewinnen.

Wir können auch einen „Goldrausch“ hervorrufen.

Levi Strauss geboren 1829 in Buttenheim folgte dem Ruf des Goldes nach Kalifornien und entwickelt die Jeans in San Francisco.

Was könnte ein moderner Goldrausch sein – mal so gesponnen?

Ist es die Freilegung und Nutzung von Wissen und Erfahrung, sind es Werte, ist es eine zu tiefst nutzvolle Tradition? Wir haben in Oberfranken einen Überfluss davon, der wirkt anziehend, ähnlich wie früher Gold. Eine erstrebenswerte Vision!

Um es mit den Worten des Loewe-Chefs Frieder C. Löhner zum Standort Oberfranken zu sagen:

*„Hier ist eine Verlässlichkeit, die ist unendlich.
Loyale Mitarbeiter, da muss man in anderen Bundesländern mächtig drum kämpfen.“*

Können wir genau damit Menschen anziehen (nochmals ein Zitat von Frieder C. Löhner):

*„Und wenn wir es schaffen, das zu kommunizieren, dann wird Oberfranken interessant.
Nicht nur markant, sondern interessant als alternativer Lebensraum.
Und dann reden wir nicht mehr darüber, ob die Leute wegziehen, dann will hier jeder hin und wir müssen Passierscheine ausgeben!“*

Überlegen Sie mal: Wir haben möglicherweise das erste Mal in unserer Geschichte die echte Chance, es aus uns selbst heraus zu schaffen. So wie Hof ein Job-Wunder geschafft hat – ohne Ansiedlung von BMW.

Künftig hängen wir kaum mehr von fremden Geldern ab, künftig können wir das „mehr“, das es zur Exzellenz braucht, auch weitgehend alleine schaffen – mit in Oberfranken vorhandenen Mitteln, zum Beispiel mit Hilfe des Engagements der oberfränkischen Unternehmen oder der Oberfranken-Stiftung, die auch das neue Institut für Informatik ISy an der Hochschule Hof unterstützt. Die Basis von ISy wurde nicht geplant, sondern wurde durch ein besonderes Engagement von wenigen Menschen gelegt!

Wir haben inzwischen in Oberfranken eine blitzsaubere Industrie, die in jeder Hinsicht zukunftsfähig ist und die vereint eine Kraft entfalten kann, die ihresgleichen sucht – in Deutschland, wenn nicht Europa.

Wir sind wer!

Wissen Sie, welche herausragenden Errungenschaften durch Menschen aus Oberfranken erzielt wurden? Das erste Antibiotikum der Welt, die Chemotherapie, den ersten Kühlschrank, das erste Ozonwasserwerk, das erste Moped (Zündapp), die erste Kunsteisbahn, das erste gedruckte illustrierte Buch, ... – der Fokus liegt hier auf „erste“! Auch der Miterfinder von mp3, Professor Gerhäuser, lebt in der fränkischen Schweiz.

Wir dürfen mit Recht stolz auf unsere Herkunft sein. Die Oberfranken haben eine Tradition des Erfindungsreichtums, sind gewitzt und fähig zur Veränderung. Vielleicht liegt es daran, und, weil Oberfranken immer an der Nahtstelle Ost/West und Nord/Süd lag, dass wir uns und unsere Freiheiten verteidigen mussten und dazu schon immer Mut und Überlebenskraft notwendig war.

Wir haben viel von dem Vermögen, welches die Zukunft gestalten wird, gerade hier in Oberfranken vereint! Dieses Vermögen ist immateriell – es ist die Substanz hinter dem Denken und Handeln der Menschen, geprägt von Werten, Kreativität und dem Wunsch nach Freiheit.

Viel Großes entspringt dem bäuerlich ursprünglichen Leben. Hieraus entsteht große Gestaltungskraft. Betrachten Sie heute die Situation der Schwellenländer und vor allem von China und Indien. Dann erkennen Sie, welche Dynamik sich aus solchen Urkräften entfalten kann.

Wir können was!

Schon immer haben Oberfranken die Welt beeinflusst! Wir können stolz sein auf ein vitales Leben und wir haben eine große Vielfalt – alles ist in Oberfranken vorhanden.

Unsere besten Seiten können wir heute genauso vorzeigen wie früher.

- Ein Loewe-Fernseher ist technisch top und in seiner Gesamtkonzeption und seiner Positionierung perfekt auf den Markt abgestimmt. Er nimmt die individuellen Wünsche der Menschen auf und erlaubt Millionen Variationen.
- Die Kühleinrichtungen etwa der Luxusyacht von Bill Gates oder von Formel-1-Teams kommen von Viessmann aus Hof. Wissen Sie, dass Carl Linde in der Nähe von Kulmbach geboren wurde?
- Kauft man in den USA ein Kunstknie aus Keramik, stammt es meist von einem in Oberfranken ansässigen Unternehmen, der CeramTec in Marktredwitz.
- Wissen Sie, dass die erste Chemiefabrik Europas in Marktredwitz entstand und dass (kleiner Exkurs in die Vergangenheit) der geniale Chemiker Oscar Loew aus Marktredwitz stammt und erstmals 1886 die Synthese eines Zuckergemischs aus Formaldehyd gelang? Er erlangte damit weltweite Berühmtheit.
- Und der wichtigste Federnhersteller für die weltweite Automobilproduktion, Scherdel, sitzt ebenfalls in Marktredwitz.
- Die Sitzbezüge der Airforce One kommen aus Helmbrechts von Knopf & Sohn – Qualität spricht für sich und Inspirationen und Innovationen, die auf 200 Jahre Erfahrung zurückgreifen können.

Was Sie noch nicht wissen können: Eine ganze Menge von Patenten für die effiziente Steuerung von Industrierobotern werden durch einen gebürtigen Oberfranken gehalten, der in Erlangen bei Siemens arbeitet und mit dem ich zufällig studiert habe. Die Geschichte setzt sich auch hier fort: Oberfranken vollbringen große Leistungen – außerhalb Oberfrankens.

Da gibt es doch nur eine einzige zentrale Frage, die sich stellt: **Warum passiert nicht mehr davon in Oberfranken selbst, wo es doch Oberfranken sind, die solche herausragenden Leistungen vollbringen?**

Und die simple Antwort ist: Weil Berlin, Frankfurt, Nürnberg, München, Walldorf unsere Talente anzieht und auf Dauer an sich binden.

Dabei wurde die Programmierung für das größte Teleskop der Welt (VLT - Very Large Telescope auf dem Mount Paranal in den chilenischen Anden) und für die KUKA Roboter GmbH, dem Marktführer für Industrieroboter in Deutschland, ebenfalls durch ein in Oberfranken ansässiges Unternehmen durchgeführt, 4D Engineering aus Bayreuth – auch das kennen Sie wohl kaum. Also haben auch Programmierer für Industrieroboter auch in Oberfranken gute Arbeitsmöglichkeiten.

Nur um das konkrete Beispiel mit persönlichem Bezug abzurunden.

Nebenbei bemerkt: Unsere Bildungseinrichtungen in Oberfranken wirken als Wissenswerkbänke für Unternehmen in Berlin, Frankfurt, München, Nürnberg, Walldorf, ...

Jetzt lehnen wir uns mal selbstbewusst zurück und fragen uns: **Wie können wir Menschen (virtuell) in die Welt hinaus begleiten und dann zur Rückkehr veranlassen?**

Was ist es, was die Menschen hinaustreibt und nicht mehr zurückkehren lässt: Die größeren Chancen, der Ehepartner, ein anderswo gut eingerichtetes Leben mit freundschaftlichen Beziehungen?

Es muss eine Ursache haben, warum freiheitsliebende, erfolgsorientierte, hoch talentierte Menschen nach außen streben und schon immer gestrebt sind und dann nicht wieder zurückkommen.

Es kann die fehlende Freiheit sein, es kann die Enge sein – eine empfundene oberfränkische Enge. Es kann die Sehnsucht nach Vielfalt sein. Alles dies ist plausibel.

Es kann aber auch noch ganz etwas anderes sein. Menschen verwurzeln sich neu. Menschen werden Träger und finden keine Veranlassung zur Veränderung.

Konsequenz: Es braucht einen umfassenderen Ansatz und der kann NUR im Denkansatz verwurzelt werden – in den Werten, in den Vorlieben, den Wünschen und Gefühlen.

Wenn das zählt, dann haben wir eine Chance.

Es ist nicht zu übersehen: Wenn Sie Weihnachten – besonders auf dem Land – bewusst auf die Kennzeichen der Autos achten, die plötzlich in allen möglichen Hofeinfahrten parken, dann erkennen Sie, wie viele gebürtige Oberfranken wo arbeiten. Beim nächsten Weihnachten – achten Sie darauf, Sie werden überrascht sein.

Warum besuchen erfolgreiche Menschen zu Weihnachten und Ostern, zu den Geburtstagen, ihre Eltern und Großeltern in Oberfranken und ziehen dennoch nicht hierher, obwohl manche es sich wünschen? Ich kenne persönlich eine Menge solcher Beispiele.

Warum kümmern sie sich nicht stärker um ihre Eltern, obwohl sie dies gerne tun würden? Warum bieten sie ihren Kindern nicht eine großartige Umgebung für ihre Kindheit, obwohl sie fühlen, dass es besser für sie wäre in Oberfranken aufzuwachsen, als in einer Großstadt?

Weil noch immer nicht nach den heute vorhandenen Möglichkeiten gehandelt wird!

... mobil arbeiten ... flexibel ... lebenswert ... vielfältig ... erfüllt ... selbst bestimmt ...

Wenn sich die Menschen ihres individuellen Wertes und ihrer Möglichkeiten wirklich bewusst sind, wenn sie wissen: Wir sind wer, wir können was und wir können unser Leben selbst bestimmt einrichten – dann wird der dahinter verborgene und dafür notwendige Denkansatz immens viel Positives bewirken!

Dieses Thema für Oberfranken zu besetzen, ist viel versprechend!

Das fordert dann auch viel von den Unternehmen, denn das hat ganz konkrete Konsequenzen.

→ Lesen Sie Life 2.0 auf begeisterungsmomente.de ...

Nur als Nebenbemerkung zu „mobil arbeiten“: Dazu brauchen wir nicht erst eine neue, ganz Oberfranken abdeckende Netzinfrastruktur (schnelles Internet). Das wäre zwar hilfreich, aber keineswegs ausschlaggebend. Denn ein Großteil Oberfrankens hat eine gute Netzverbindung.

Lösen wir uns doch von dem Vordergründigen, einfach Argumentierbaren Entschuldigenden und gehen wir der Sache auf den Grund!

In erster Linie kommt es auf das Denken an, auf die Beispiele (Vorbilder) und das Sprechen darüber.

Es kommt auf das Denken und Fühlen an, auf sonst gar nichts!

Warum sprechen heute viele über das Pilgern auf dem Jakobsweg und praktizieren Nordic Walking oder besuchen Wellness-Tempel?

Es ist modern, es ist Trend – es spricht den Geist an, man kann drüber reden, „man ist in“.

Wann schaffen wir es, dass Oberfranken „in“ ist?

Was ist es in Oberfranken überhaupt, das künftig „in“ sein könnte?

Oberfranken, das sind unsere kleinräumigen Lebensräume der Kindheit, der Jugend, der Ausbildung – dort, wo wir uns immer noch(!) wohl fühlen. Das, woran wir positive Erinnerungen haben. Es ist gutes Essen, es ist wandern. Oberfranken, das ist Natur vor der Haustür, das ist Unbeschwertheit, das ist spielen mit anderen – als Jugendlicher vielleicht Schafkopf, als Erwachsener Golf.

Oberfranken, das sind auch gesunde Unternehmen → begeisterungsmomente.de

Oberfranken ist für jeden einzelnen Menschen klein, für jeden anders – individuell, ein Ausschnitt eines umfassenden Lebensraums oder eines Lebenstraums?

Loewe hat erkannt, dass gerade das Modell „Individual“ die Menschen besonders anspricht. Lassen Sie uns erkennen, dass Individualität – ganz auf jeden einzelnen abgestimmt – auch in unserer Lebensumgebung entscheidend ist.

Brauchen wir das „große, ganze“ Oberfranken?

Ja, wenn wir Marketing betreiben wollen – um Wahrnehmung von Außen zu schaffen – dazu brauchen wir es. Und ein klein wenig auch deshalb, um die innere Zusammengehörigkeit in Oberfranken zu stärken.

Eine Alternative dazu gäbe es sehr wohl, die auch eine Ergänzung oder einen Teil der Implementierung der Dachmarke darstellen kann – einen natürlichen Ansatz, dezentral und durch uns alle getragen. Er klang eben schon an. Wir wollen den Ansatz klar herausstellen.

Wir können bewusst auf die einzelnen Menschen und auf das Kleinräumige setzen und darauf, dass Menschen andere Menschen anziehen und beeinflussen.

Denn, es kommt auf den Menschen an ...

Die natürlichen individuellen Menschen Oberfrankens sind der Schlüssel.

Ein Blick auf ein prominentes extremes Beispiel, einer früheren Provinz der USA.

Sicher ist das Silicon Valley nicht durch einen Masterplan entstanden – schon gar nicht durch Marketing – eher wurden Menschen durch Presseberichte von legendären Goldfunden nach San Francisco gelockt. Es entstand eine Attraktivität für einen besonderen Schlag von Menschen – „Go West“ sag ich nur. Die Bekanntheit ist durch Weitererzählen entstanden.

Letztendlich ist das heutige Silicon Valley durch Begeisterung entstanden (die an den früheren Provinzuniversitäten – und heutigen Eliteuniversitäten – Stanford und Berkeley gelebt wurde), durch begeisterte Menschen die dann durch ihre Begeisterung andere angezogen haben. Die Leistungen von Dave Packard und Bill Hewlett, Steve Jobs und Steve Wozniak, Serge Brin und Larry Page sind legendär – um nur einige wenige herausragende Beispiele einer immensen Anzahl an ähnlich geprägten Menschen des Silicon Valley zu

nennen. Und, Sie wissen, deren Unternehmen wurden in der Garage gegründet. Noch ein weiterer entscheidender Punkt: Gründer dürfen dort Fehler machen, nicht das erste Mal muss es schon gelingen ...

Ich hatte das Glück, ein Jahr im Zentrum des Silicon Valley an der Stanford University zu verbringen. Ich konnte den Geist direkt spüren.

Und ehrlich, ich habe noch lange danach davon geträumt und hatte echte Probleme, mich in der Enge Deutschlands / Oberfrankens wieder einzugewöhnen. Meiner Frau ging es ebenso. Da ist was zu tun – in Oberfranken.
Sie wissen nun auch, was mich persönlich motiviert – auch für begeisterungsmomente.de.

OK: Es braucht das offene Denken, die Begeisterung.

Reflektieren wir mal über uns selbst.

Wer sind wir Oberfranken?

Wir sind die, die bisher anderswo erfolgreich wirken.

Wer wollen wir sein?

Wir wollen die werden, die anderswo das Beste gelernt haben und zurückgekehrt in Oberfranken hier vor Ort wirken und in einer großartigen Umgebung unsere Kinder erziehen und eng verbunden mit unserer ganzen Familie leben.

Wie erreichen wir das?

Wir schaffen es durch Kommunikation direkt von Mensch zu Mensch, getragen durch Engagement, durch Werte, durch Liebe.

Wir erreichen damit das „Welcome back“! Wir fühlen das, leben es, tauschen es aus.

Erfolgsrezept: Wir alle wirken als natürliche Coaches – die motivieren, ja begeistern.

Darin können und sollten wir uns auch weiterbilden – jeder von uns ☺

Eine These: **Werte werden „the next big thing“.**

Die erfolgreichsten Unternehmen der Welt wie Apple oder Google setzen genau darauf.

Aber auch klassische Unternehmen wie IBM haben es verstanden.

Die SAP bricht gerade in diese Richtung auf.

Denn konventionelle Produkte haben ihre Strahlkraft verloren.

Heute muss man Kunden begeistern. Man kauft sich ein iPhone von Apple, weil es Kult ist, weil es ein Lebensgefühl ausstrahlt, weil es „in ist“! Und, weil es begeistert.

Es muss „in sein“, über Oberfranken, oberfränkische Menschen und Unternehmen zu sprechen.

Was könnte uns hindern?	Nichts!
Wann fangen wir an?	Jetzt!
Wer macht mit?	Zunehmend mehr!
Wie lange dauert es?	So lange wie nötig!

Worauf kommt es an? Nicht auf die Masse oder auf die Menge und schon gar nicht auf die Schnelligkeit. Sondern auf Qualität, Begeisterung, Lebensfreude, Ungezwungenheit. Auf jeden Einzelnen kommt es gleichermaßen an!

Aus diesem Bewusstsein der Stärke entspringt die Kraft des individuellen Handelns.

Und dann begeistern wir uns und andere!

Ich versuche vorsichtig mit dem Begriff Begeisterung zu sein!

Denn Begeisterung muss nachhaltig wirken und darf keinesfalls nur ein Strohfeuer entfachen.

Wie schafft man die Basis, damit Begeisterung dauerhaft wird?

Durch Vorbilder, durch begeisternde Ziele, durch Verwurzelung und durch Ehrlichkeit.

Und, durch Vermeidung von:

„Ich habe es ja schon immer gewusst.“

„Das wird nie was.“

„Das haben andere schon versucht.“

„Aaaber ...“

„...“

Gut, das wird nicht leicht in Oberfranken ... ;-)

Den Neid haben wir schon abgelegt.

Das Kirchturm-Handeln legen wir noch ab.

Darf ich Ihnen sagen, was ich mir wünsche?

Dass Oberfranken Positives ausstrahlt, über Menschen, über Unternehmen, über deren Taten und dass darüber geredet und berichtet wird – in Presse, Rundfunk und Fernsehen.

Denn PR ist das beste Marketing.

Ich kann mich noch sehr genau an die Auftaktveranstaltung zur Dachmarke Ende letzten Jahres erinnern. Wir sollten uns zum Schluss der Veranstaltung aktiv beteiligen und Punkte auf Bilder kleben die Dinge, Menschen, Phänomene aus Oberfranken zeigen.

Was uns an Oberfranken am wichtigsten ist, das sollten wir dadurch sichtbar machen.

Meine bevorzugten Bilder waren die von bekannten Oberfranken, wie Karl Theodor zu Guttenberg und Thomas Gottschalk.

Warum? Menschen, die anderswo oder in Oberfranken selbst an bedeutenden Stellen wirken wie Frieder C. Löhner, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, sind wirksame Markenbotschafter und wirken stark nach Außen.

Ins rechte Licht gerückt: Nicht nur prominente (Wahl-)Oberfranken, jeder von uns, der Oberfranken tief verbunden ist, ist Markenbotschafter werden – in seinem / ihrem Umfeld.

Ich wünsche mir, dass alle **Botschafter** – wir alle – stolz sind auf unsere Heimat – dass in ihren Gedanken und Gesprächen Oberfranken präsent ist. Auch und gerade, wenn sie draußen in der Welt auf verantwortlichem Posten stehen, wenn das Alltagsgeschäft ihnen wenig Raum lässt, dann kann die Verwurzelung in Oberfranken zusätzlich Kraft geben. Dann sprechen sie ganz selbstverständlich über Oberfranken.

Ich wünsche mir, dass alle in Oberfranken geborenen gerne heimkommen, dass immer mehr wieder ihren Lebensmittelpunkt nach Oberfranken verlegen. Dass Menschen verstärkt den Mut fassen, hier vor Ort Neues zu beginnen.

Initiativen wie das neue Magazin **ECHT Oberfranken** zeigen wie man Neues schafft.
Es füllt eine Lücke.

Denn Kirchturmdenken gleichen wir nicht durch reden und argumentieren aus sondern nur durch Beispiele, durch Gefühle, letztendlich durch das gemeinsame Bewusstsein, was uns ausmacht – durch das Gefühl, dass wir alle zu Oberfranken gehören – jeder auf seine Art. Genau dies hat ECHT Oberfranken im Blick!

Zusammengefasst **wünsche ich mir**, dass die Menschen – wie Regierungspräsident Wenning anlässlich der Vorstellung der Dachmarke in Thurnau – sagen: „*Oberfranken ist toll!*“
Und ich wünsche mir, dass sie es dabei belassen, nichts weiter hinzufügen.

Kommentar zum Dachmarkenprozess

Es ist mutig, den Dachmarkenprozess mit dieser Energie, in dieser Art und dem hohen Aufwand anzugehen, die Berichte in der Presse und die Kommentare in den sozialen Netzen sprechen für sich. Wenn man vergleicht, wie der Dachmarkenprozess in Südtirol abgelaufen ist, dann erkennt man, dass gerade die negativen Stimmen sich sehr stark gleichen. Wenn wir jetzt die Dachmarke noch genauso erfolgreich machen wie es Südtirol geschafft hat, dann haben wir ECHT was erreicht.

Der Prozess wird eine ganze Menge Gutes bewirken. Die umfassenden Ziele werden durch folgende Zitate aus der Pressemitteilung zur Präsentation der Dachmarke klar herausgestellt – daran kann man den Erfolg dann auch messen:

„Um eine hohe Attraktivität zu erlangen, reicht es nicht aus, nur Bekanntheit erzielen zu wollen. Starke Marken erreichen eine tiefer gehende Wirkung, indem sie eine Idee mit einer hohen emotionalen Anziehungskraft symbolisieren, die größer ist als die Merkmale einzelner Produkte oder Angebote und deshalb weit über diese hinausreicht. **Starke Marken sprechen emotional an**. Wenn sie in der Realität einlösen, was sie in der Kommunikation versprechen, **gewinnen sie die Sympathie und die Herzen der Menschen**. Deshalb können die Menschen sich mit starken Marken identifizieren und sich an ihnen orientieren. Starke Marken schaffen Vertrauen und Bindung und formen so ein festes Fundament für ihre eigene Zukunft. Ergänzt werden muss er durch einen **mentalen Prozess der das Unbewusste, das Fühlen einbezieht**.“

„Die Wirkung einer starken Marke liegt darin, Assoziationen zu positiven Inhalten, Stimmungen und Perspektiven zu wecken, ohne dass diese explizit formuliert werden müssen. Ziel des weiteren Dachmarkenprozesses ist es daher, möglichst bald auch für Oberfranken dahin zu kommen, dass es nur weniger mit der Marke verbundener, gelernter äußerer Impulse bedarf, um ein **klares inneres Vorstellungsbild von Oberfranken und seinen Besonderheiten** aufzurufen.“

Dem ist nichts hinzuzufügen.

Genau dies unterstützt die Zielsetzung von begeisterungsmomente.de