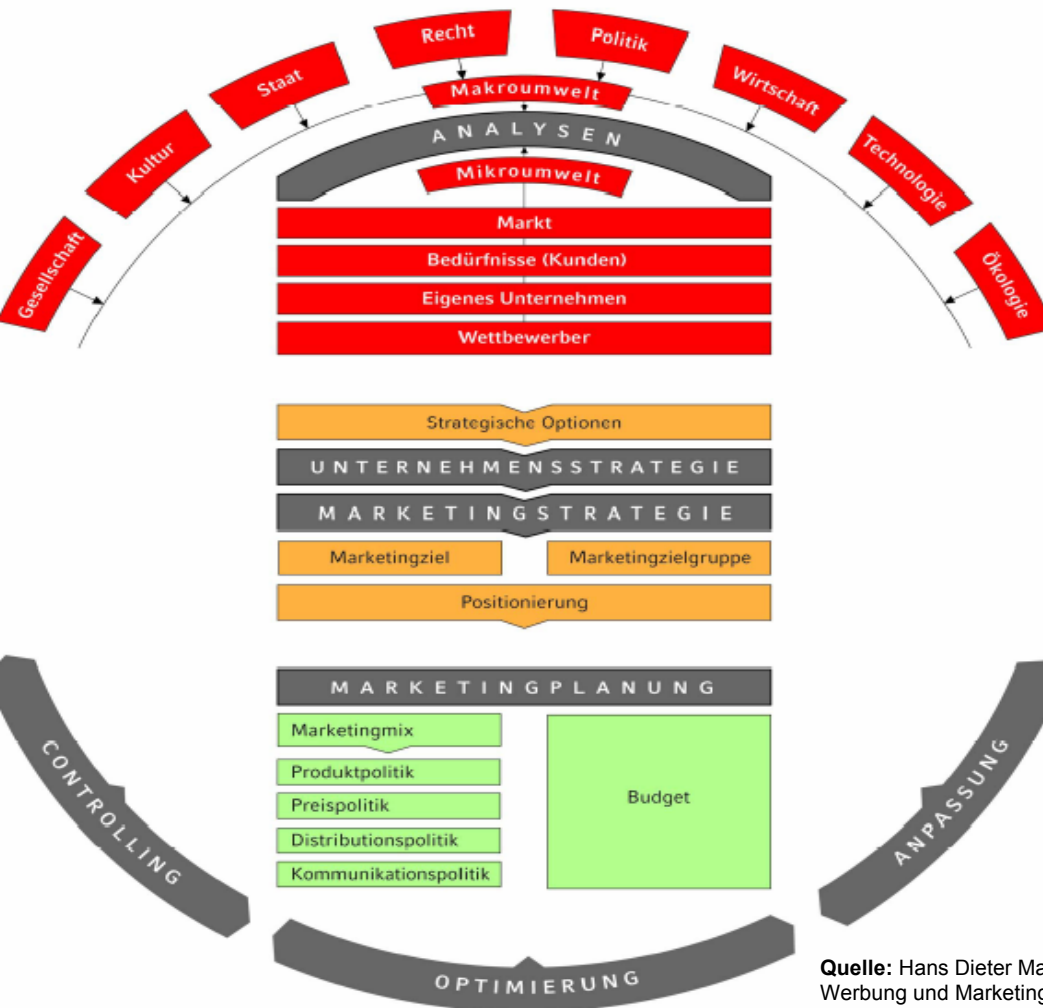


MIT MUT IN DIE ZUKUNFT

Lernende Region

Tölzer La

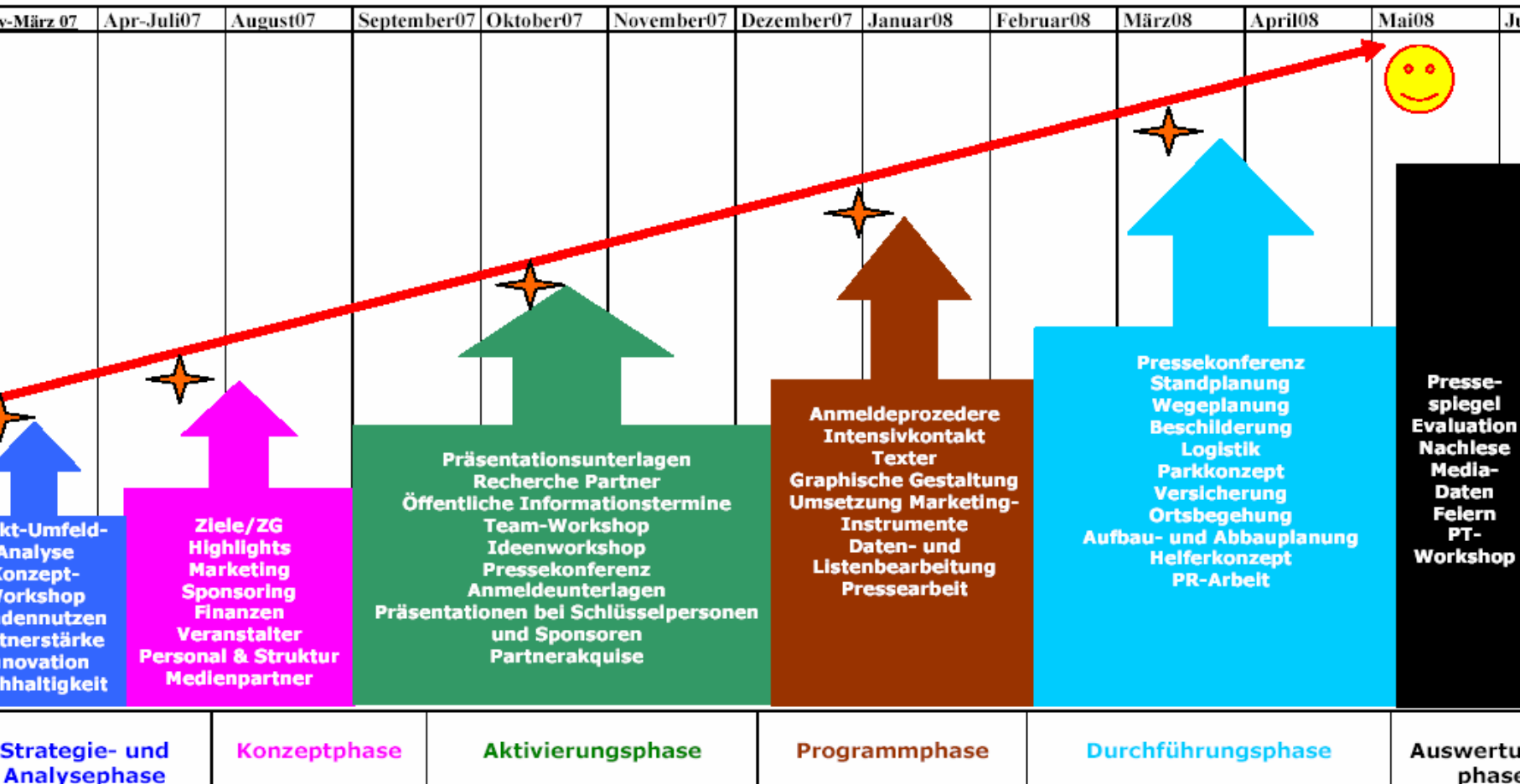


Der Marketing-Management-Prozess

Quelle: Hans Dieter Maier, Bayerische Akademie für Werbung und Marketing, München 1997

Die Marketing-Phasen des Lernfestes

Lernende Region LIFE®
 Andreas Käter, LRTL gGmbH, Ma
 Email: andreas.kaeter@lrtl.de



Marketing - Definition

„ ...unter Beteiligung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf effiziente Art und Weise einen überlegenen Wert für die Netzwerkpartner zu schaffen, um überdurchschnittliche Wertegewinne für die Region zu erzielen.“

Quelle: Institut für Marketing, Offensives Marketing, Prof. Anton Meyer, LMU München

MIT MUT IN DIE ZUKUNFT

Lernende Region

Tölzer

MARKETING – **POESIE** – PROZESS - FORMEL



P = Partner für vertrauensvolle Zusammenarbeit begeistern.

O = Offen und offensiv kommunizieren.

E = Erlebnisse schaffen.

S = Spitzen-Nutzen anbieten.

I = Identität mit der Region fördern.

E = Ergebnisse sichtbar machen.

MIT MUT IN DIE ZUKUNFT

DER ANSPRUCH EINES LERNFEST-KONZEPTES

„ERLEBT.ERLERNT.“ 2006

Lernende Region

Tölzer La

- 1. LLL für eine breite Öffentlichkeit erlebbar in der Region zu präsentieren.**
- 2. Lernfeste als wirkungsvolle Anlässe für nachhaltige Medien- und Sponsoringpartnerschaften nutzen.**
- 3. Regionale Netzwerkstrukturen als den Motor für Entwicklung und Zukunftsorientierung erfahrbar machen.**
- 4. Kooperationen zwischen Bildung, Wirtschaft und Politik befördern.**
- 5. Lernfeste als emotionalisierendes Instrument in der Regionalvermarktung nutzen.**

Lernende Region LIFE®
Andreas Käter, LRTL gGmbH, Marketing,
Email: andreas.kaeter@lrtil.de

Gefördert von:



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Europäische Union
Europäischer Sozialfonds

**1998, 1999, 2002, 2004 und 2006.
Lernfeste nicht nur im Tölzer Land.**

Fünf Lernfeste seit 1998 mit steigenden Besuchern und Akteuren:

1998: 7000 Menschen
1999: 17 000 Menschen
2002: 25 000 Menschen
2004: 30 000 Menschen
2006: 34 000 Menschen



- ... **Auszeichnung** mit einem Bundespreis.
- ... **Exportschlager “Tölzer Lernfest”** in Regionen aus Österreich, der Schweiz, Luxemburg und Deutschland.
- ... **Überregionalität** durch Partnerschaften mit Printmedien, Fernsehen, Lokalradio und Sponsoren aus der Wirtschaft.



Erfolgsfaktoren - Lernfest

- **Orientierung am Leit- und Zielbild der Region**
- **Moderierte Konzeptentwicklung**
- **Angebotskraft**
- **Marketing – Handlungskompetenz**
- **Begeisterung wesentlichen Wirkungsfelder wie Wirtschaft, Politik, Soziales und Bildung**
- **Gewinnung von strategischen Partnern**
- **Öffentlichkeitswirksamkeit**
- **Sponsoring - Handlungskompetenz**