

## News

 (news/latest.rss)

### 18.06.2021 German Brand Award für Kampagne des Gewerbepark Regensburg



V. l.: Gewerbepark-Geschäftsführer Roland Seehofer, Hans Bauer (bauer.com) und der Leiter Unternehmenskommunikation Martin Angerer. Foto: Meßmann

Der Rat für Formgebung hat die Kampagne „Vordenker – 40 Jahre Gewerbepark“ zum 40-jährigen Standortjubiläum des Gewerbepark Regensburg mit dem German Brand Award 2021 ausgezeichnet. Die Kampagne erhielt die Auszeichnung in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Communication – Brand Communication – Integrated Campaign“.

Im vergangenen Jahr jährte es sich zum 40. Mal, dass Dr. Johann Vielberth den Gewerbepark Regensburg gegründet hat und damit eine völlig neue Klasse für Gewerbeimmobilien-Standorte in Deutschland etablierte. Feierlichkeiten zu diesem bemerkenswerten Jubiläum ließ die Pandemie nicht zu. Und so entwickelte der Gewerbepark zusammen mit der Regensburger Agentur „bauer.com communication & marketing gmbh“ ein Kommunikationskonzept, wie man die Innovationskraft und die Unternehmensphilosophie des Gewerbepark Regensburg, Entwicklungen und Trends „vorausdenken“, zeitgemäß und multimedial präsentieren kann. „Wir wollen mit der Kampagne zeigen, wie ein Standort wie der Gewerbepark Regensburg über 40 Jahre hinweg für Unternehmen und Mietpartner innovative Lösungen für zukunftsfähige, tätigkeitsbasierte und produktive Arbeitsplätze entwickelt. Dass dieser Kampagnen-Ansatz und damit unsere Firmenstrategie mit dem German Brand Award ausgezeichnet wurde, freut uns natürlich sehr“, so Gewerbepark-Geschäftsführer Roland Seehofer.

Wie sieht das Büro der Zukunft aus?

Kern der Kampagne ist ein Magazin, in dem die unterschiedlichen Rollen beleuchtet werden, die der Gewerbepark in den vergangenen Jahren als „Vordenker“ in der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung der Region Regensburg eingenommen hat. Gezeigt wird die Entstehung von guten Ideen, die Entwicklung innovativer Konzepte und das Wachsen von engen und langfristigen Beziehungen zu Unternehmen und Menschen in der Region. Hierfür formulieren Protagonisten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ihren ganz persönlichen Blick auf den Gewerbepark und erzählen, wo sie den Gewerbepark seit 40 Jahren als Mitgestalter von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft in der Region erleben.

Das Magazin ist Teil einer integrierten Kampagne, die sich mit der Frage beschäftigt, wie sich unsere Arbeitswelt, nicht zuletzt unter dem Eindruck der Corona-Pandemie, verändern und welche Auswirkungen dies auf den Arbeitsplatz und das Büro der Zukunft haben wird.