

REGJO-Journal als Marketing-Instrument im B2B-Bereich

REGJO versteht sich als regionales Marketing-Instrument im B2B-Bereich und leistet einen Beitrag zur Identifikationsentwicklung in der Region. REGJO wird mit dem Ziel herausgegeben, angesichts der Herausforderungen eines verschärften Standortwettbewerbs zwischen den Metropolregionen im erweiterten Europa, das Engagement der Akteure von Wirtschaft und Politik zu unterstützen, die jetzt die Weichen für eine zukunftsfähige Region stellen. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Entwicklung einer regionalen Identität zu. REGJO fungiert als Sprachrohr der Region nach Innen und nach Außen. Mit der Auslage in den 1.-Klasse-Wagen und 2.-Klasse-Wagen der ICEs erreicht Ihre Botschaft die Zielgruppe der Entscheider und Multiplikatoren in ganz Deutschland: Leipzig/Halle - eine Region mit Visionen.

REGJO bietet den Raum, die gestalterische Qualität und das Engagement, die Region so zu präsentieren wie sie ist: vielfältig, offen und innovativ. Wir berichten über die Stärken und Potenziale der Region und begleiten die wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Entwicklungen ausgehend vom Wirtschaftsraum Leipzig/Halle. Die redaktionelle Leitlinie geht davon aus, dass sich Identität in erster Linie über die Orientierung an Potenzialen vermitteln lässt, die in ausführlichen Hintergrundberichten ihre Betrachtung finden und in großzügigen Fotostrecken präsentiert werden.