



EIFEL

EIFELBOTSCHAFT

DIE MARKE EIFEL

Von der Entwicklung bis
zur Markenpartnerschaft.



MARKE EIFEL – GEMEINSAM GESTALTEN

Wir.Leben.Eifel. Das verbindet uns alle – die Liebe zu unserer Heimat und der Wunsch, aktiv zu werden und die Eifel noch attraktiver zu machen. Die Marke Eifel ist das kommunikative Dach für die unterschiedlichen Lebenswelten in der Eifel. Die damit verbundene EIFELBOTSCHAFT ist das individuell unterschiedliche Bekenntnis zur vertrauten Heimat, zum faszinierenden Natur- und Kulturraum, attraktiven Wirtschaftsstandort oder touristischen Reiseziel.

Zusammen erreichen wir mehr: Um das dauerhaft themen- und grenzüberschreitend umsetzen zu können, wurde 2005 die Zukunftsinitiative Eifel ins Leben gerufen. Seit über 10 Jahren konnten wir durch zahlreiche Projekte, intensivem Austausch mit Partnern und gezielter Einbindung der Wirtschafts- und Wissenschaftstreibenden Viele begeistern, Zahlreiches bewegen und Nachhaltiges bewirken. Damit wurden Mehrwerte geschaffen, die für einzelne Akteure – ob Unternehmen oder Institutionen – nicht zu erreichen gewesen wären.

Wir sind unverwechselbar: Mit dem Aufbau der **Marke Eifel** geht die Zukunftsinitiative Eifel einen weiteren logischen Schritt zur Positionierung der Region nach außen und stellt sich damit aktiv dem Wettbewerb der Regionen. Diese positive Entwicklung wollen wir innerhalb und außerhalb der Eifel erlebbar und erkennbar machen.

Die Eifel lebt: Unternehmen, Institutionen, Bewohner und Gäste tragen in unterschiedlicher Weise dazu bei, faszinierende gemeinsame Lebenswelten zu gestalten. Sie alle sind Botschafter unserer lebens- und liebenswerten Region.



INHALT

Aufgabe 5

Ergebnisse der **Analyse** 6

Identität der Eifel 7

Wettbewerb 11

Zielgruppen 12

Ergebnisse der **Strategie** 13

Zielgruppen 14

Wettbewerb 15

Identität der Eifel 16

Zusammenfassung der Strategie 20

Botschaft der Marke Eifel 21

Markenkern 22

Markenwerte 23

Markenpersönlichkeit 24

Markenvision 25

Impressum 26

AUFGABE

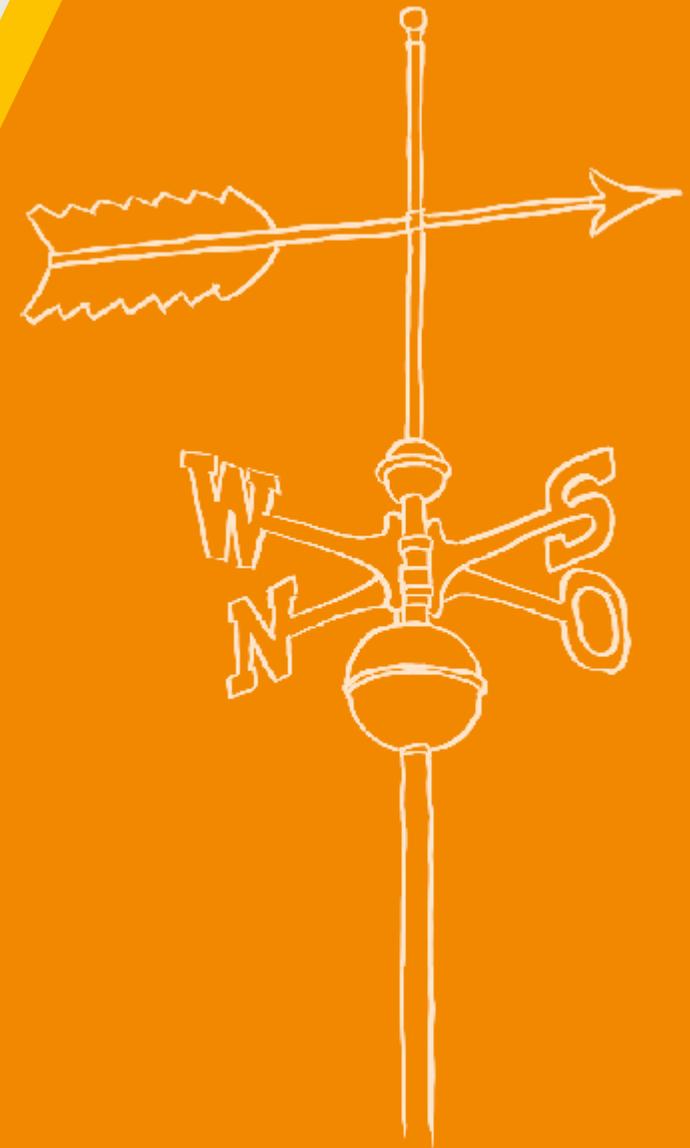
Die Eifel hat viele Erfolgsgeschichten zu erzählen, aber trotzdem sehen die Eifelerinnen und Eifeler sich selbst nicht so, wie sie es verdient hätten.

Die Eifel hat als Standort echte Stärken, man muss nur darüber sprechen.

Die Eifel und ihr neues Selbstbewusstsein brauchen eine Marke, um ihre Geschichte selbst zu schreiben und in eigene Worte zu fassen.

*Eine Marke entsteht im Kopf des Betrachters:
Sie ist die Summe aller Erfahrungen.*

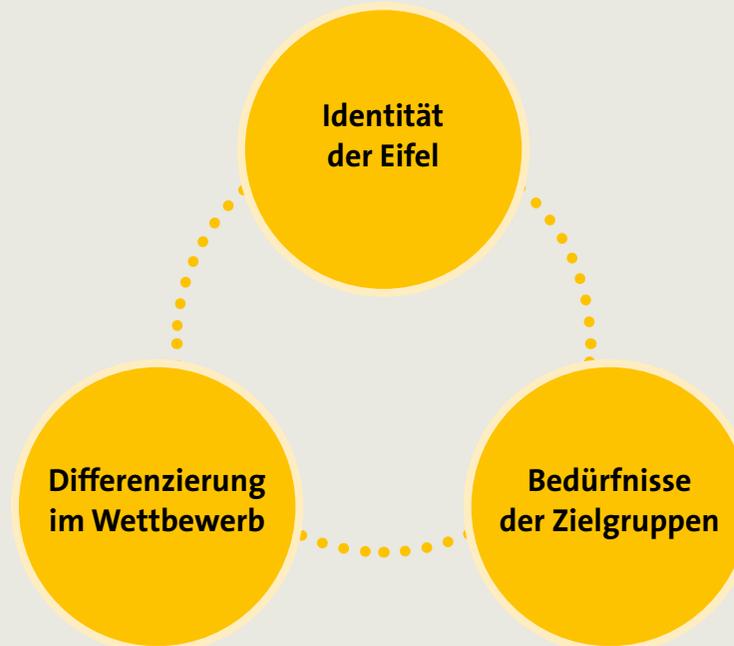
*Eine Marke gibt ein Thema vor und ist eine
klare Handlungsorientierung für alle Akteure.*



Ergebnisse der

ANALYSE

- Identität der Eifel
- Differenzierung im Wettbewerb
- Bedürfnisse der Zielgruppen



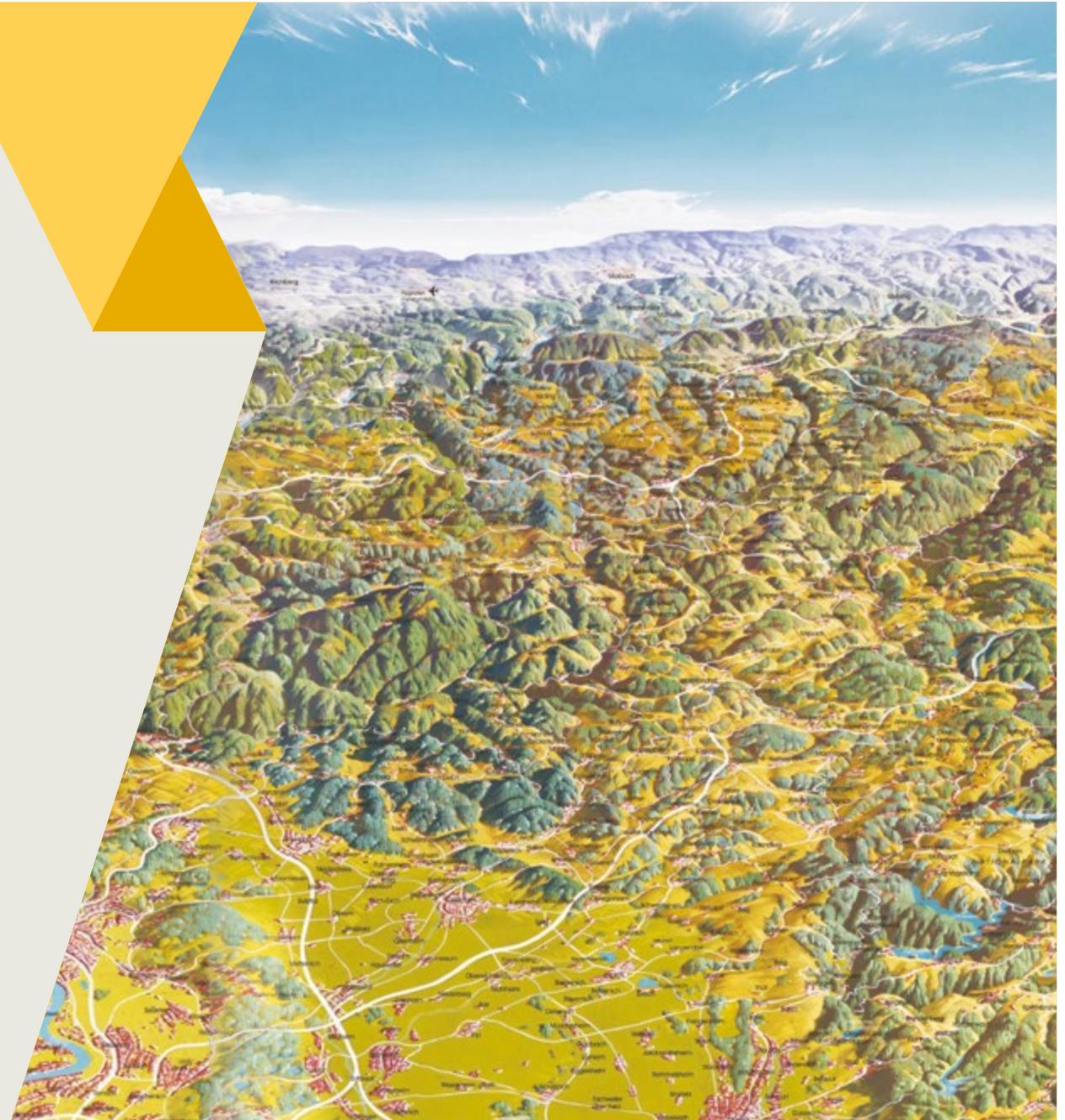
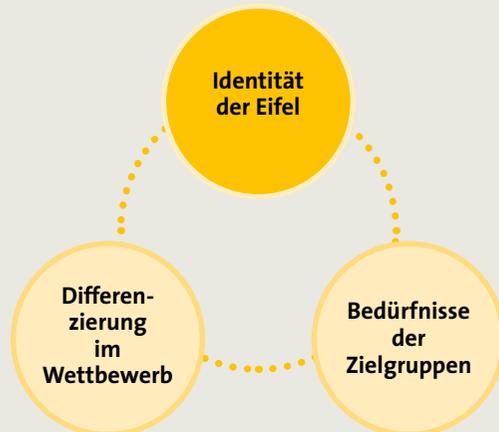
Zielsetzung der Analyse

Die Voraussetzung einer neuen strategischen Ausrichtung ist ein gemeinsames Verständnis des Status quo: Was macht die Identität der Eifel aus, was differenziert die Eifel im Wettbewerb, wer sind die Zielgruppen und welche Bedürfnisse haben diese?

IDENTITÄT DER EIFEL

In der Identität der am Entwicklungsprozess beteiligten Eifelerinnen und Eifeler gibt es keine wesentlichen Unterschiede zwischen Nord-, Süd-, Ost- und Vulkaneifel sowie zwischen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz.

Der Identifikationsrahmen ist für alle »die Eifel«.

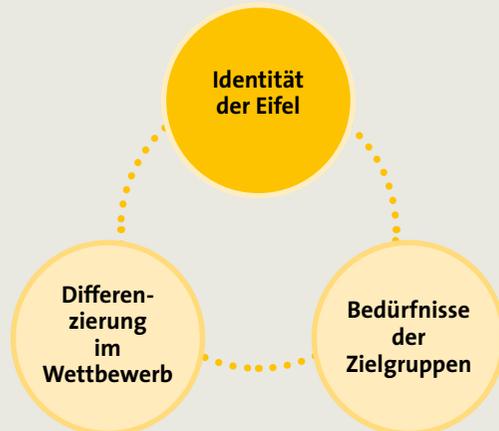


IDENTITÄT DER EIFEL

Das gemeinsame Vorstellungsbild der Eifel ist noch immer stark in die Vergangenheit gerichtet: »Preußisch Sibirien«.



Dorfstraße in der Eifel
Gemälde von Carl Weisgerber



IDENTITÄT DER EIFEL

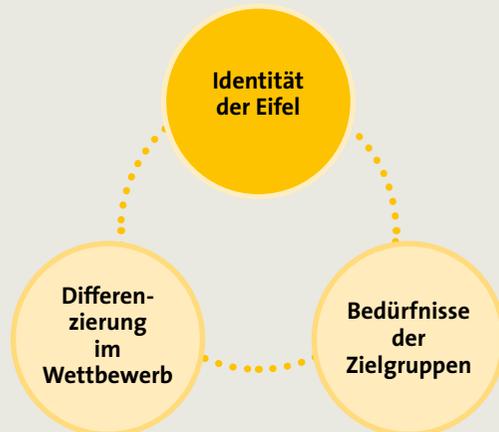
Das gemeinsame Vorstellungsbild der Eifel von heute ist einseitig: »Schöne Natur und attraktive Tourismusregion«.



IDENTITÄT DER EIFEL

Ein umfangreiches Engagement von Bürgern, Politikern, Unternehmen, Finanzdienstleistern, Behördenvertretern, Vereinen, Initiativen, Journalisten, Veranstaltern, Touristikern, Hoteliers und Kulturschaffenden ist vorhanden, bleibt aber weitestgehend isoliert.

Der gemeinsame Blick in die Zukunft fehlt.



DIFFERENZIERUNG IM WETTBEWERB

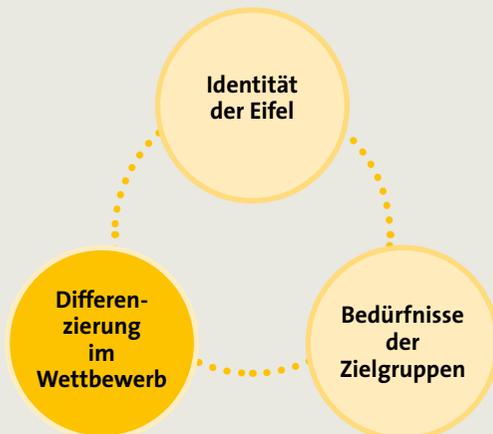
Die umliegenden Ballungsräume sind ein klarer Wettbewerbsvorteil für die Eifel!

Die Eifel muss den aktuellen Vorsprung nutzen, der durch die Zusammenarbeit der »Zukunftsinitiative Eifel« entstanden ist, um sich vor anderen ländlichen Regionen als Standort zu profilieren!

Die umliegenden
Ballungsräume



Die ländlichen
Regionen



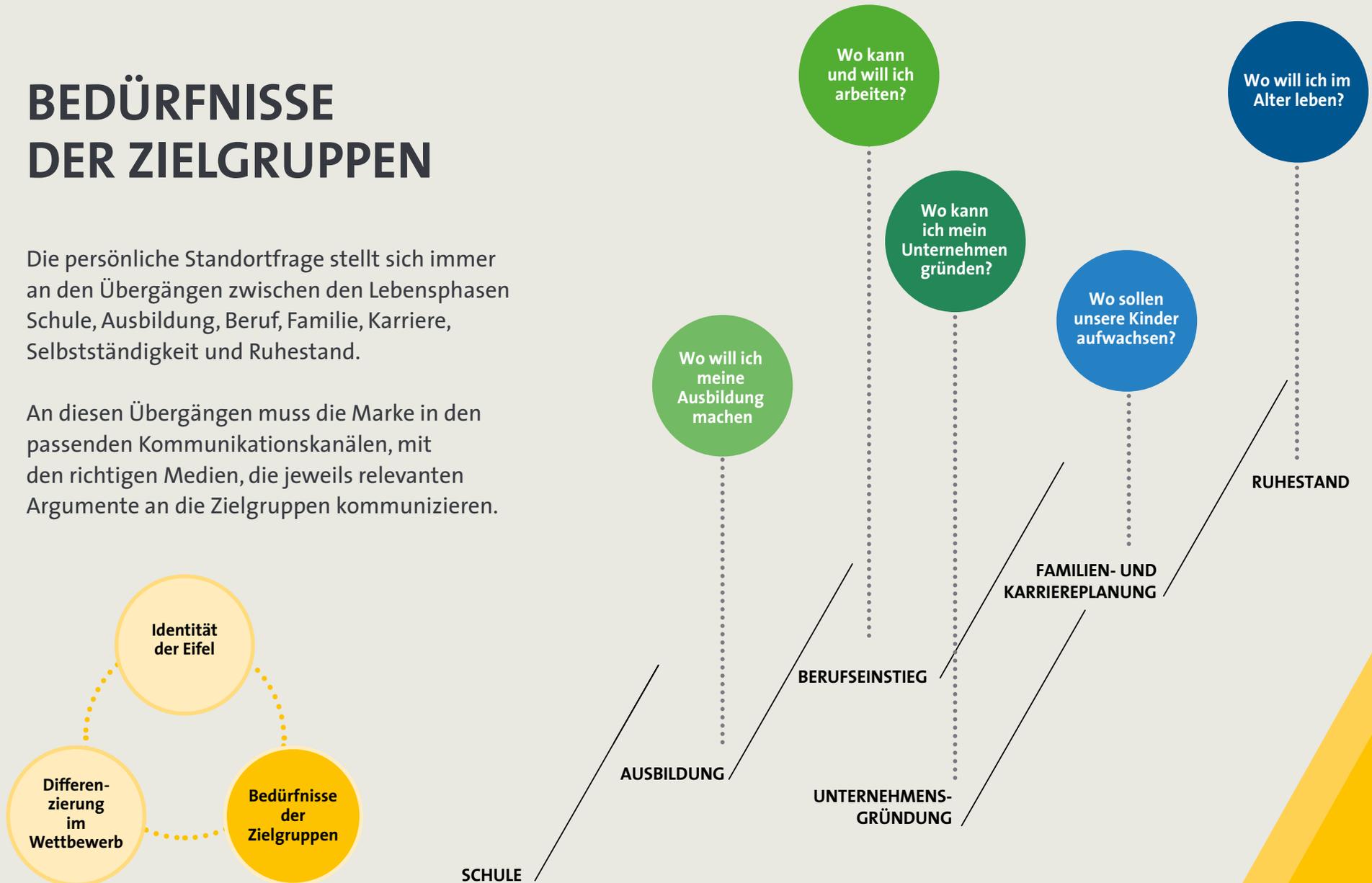
Städte sind keine direkten Wettbewerber, da sie ein ganz anderes Angebot haben.

Ländliche Regionen mit vergleichbarer Situation und vergleichbarem Angebot sind derzeit noch alle als Tourismusregionen positioniert.

BEDÜRFNISSE DER ZIELGRUPPEN

Die persönliche Standortfrage stellt sich immer an den Übergängen zwischen den Lebensphasen Schule, Ausbildung, Beruf, Familie, Karriere, Selbstständigkeit und Ruhestand.

An diesen Übergängen muss die Marke in den passenden Kommunikationskanälen, mit den richtigen Medien, die jeweils relevanten Argumente an die Zielgruppen kommunizieren.



Ergebnisse der STRATEGIE

- Bedürfnisse der Zielgruppen
- Differenzierung im Wettbewerb
- Identität der Eifel
- Zusammenfassung



Zielsetzung der Strategie

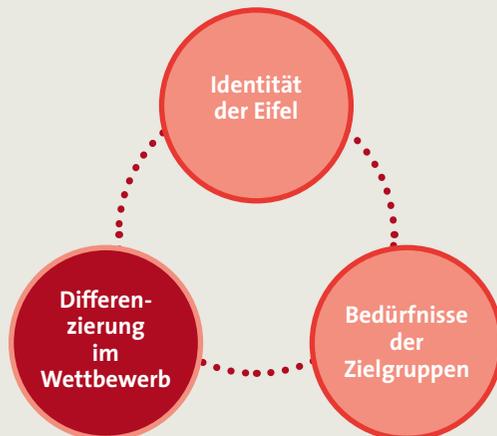
Eine Marke, die sich vom Wettbewerb abhebt, die Zielgruppen relevant anspricht und unverwechselbar Eifel ist.

BEDÜRFNISSE DER ZIELGRUPPEN

Für die Zielgruppen ist eine Perspektive entscheidend:

Wenn Menschen überlegen, in der Region zu investieren oder dort hinzuziehen, brauchen sie die Aussicht, dass es in den verschiedenen Lebensphasen genug Arbeitsmöglichkeiten gibt, dass für Ausbildungsmöglichkeiten und Betreuung gesorgt ist oder dass Immobilien ihren Wert erhalten.

Die Eifel muss diese positive Perspektive eröffnen.



**PERSPEKTIVEN
ERÖFFNEN**

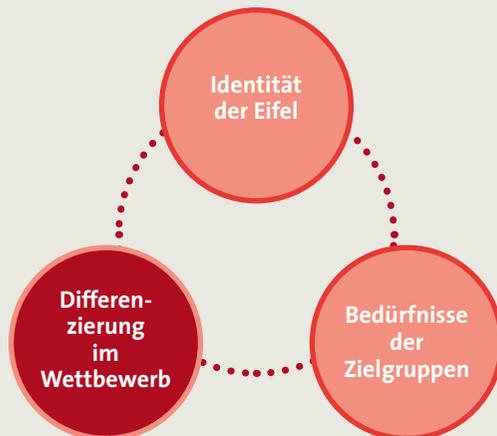


DIFFERENZIERUNG IM WETTBEWERB

Im Wettbewerb muss sich die Eifel über die Natur hinaus differenzieren:

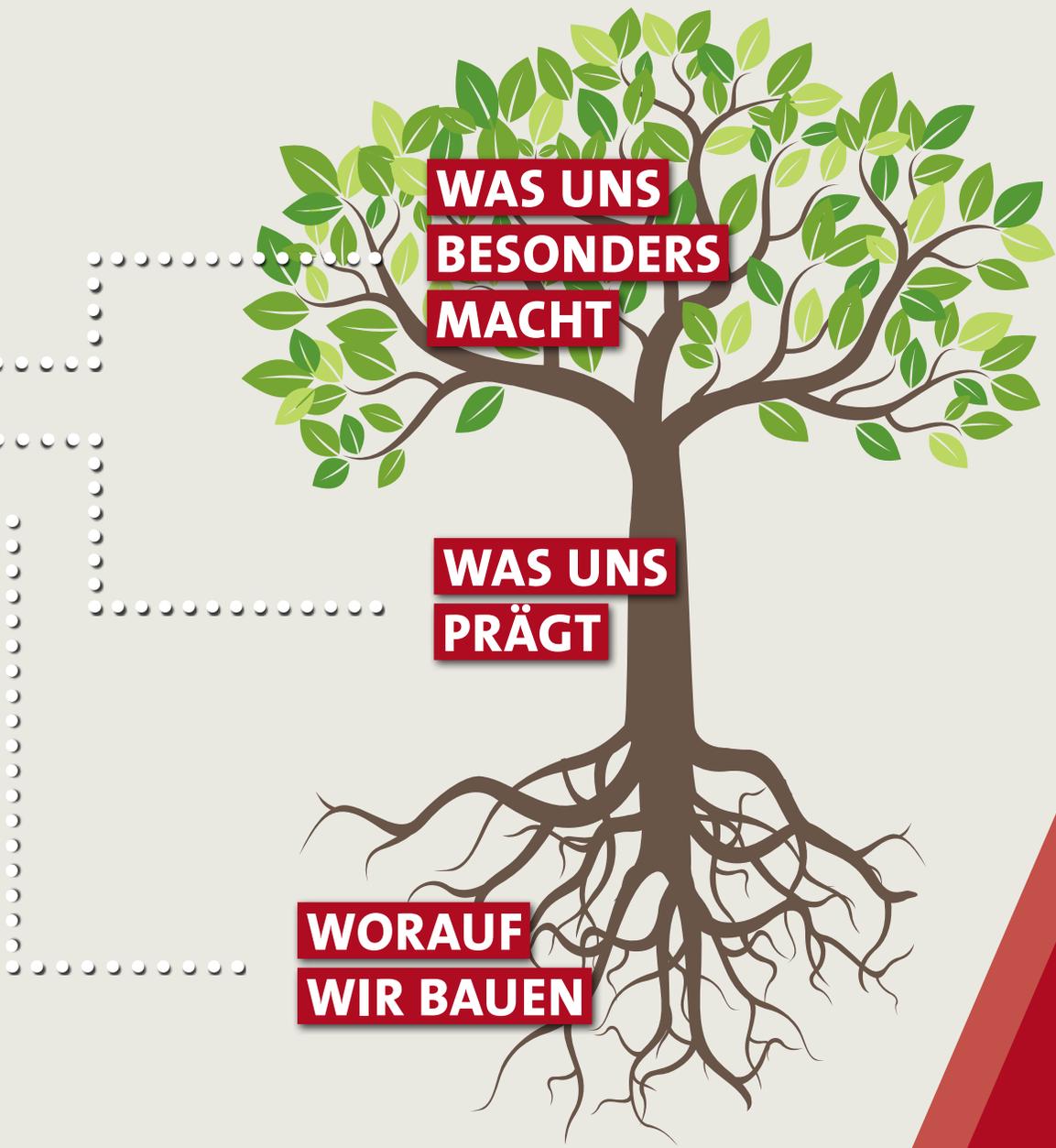
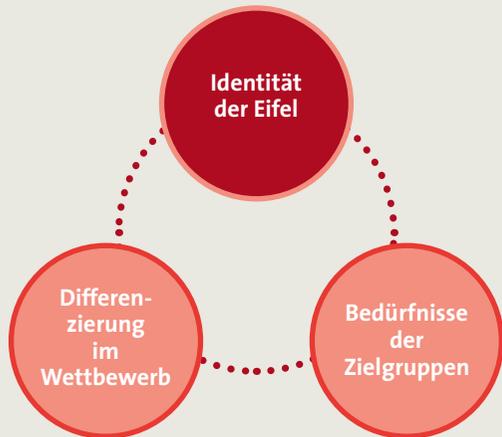
Im direkten Wettbewerb der ländlichen Regionen haben alle Mitbewerber ein Naturangebot. Wenn Menschen aufs Land ziehen wollen, haben sie sich schon für dieses Naturangebot entschieden. Um sich zu differenzieren und attraktiv zu sein, braucht der Standort Eifel Geschichten, die über das Landleben und die Natur hinausführen.

ÜBER DIE NATUR HINAUS



IDENTITÄT DER EIFEL

- 3 **Einzigartigkeit**
- 2 **Charakter**
- 1 **Basis**



IDENTITÄT DER EIFEL

1 BASIS

Wir Eifelerinnen und Eifeler sind stolz auf unsere Herkunft. Wir beziehen unsere Kraft aus der Tiefe.

Unsere Wurzeln reichen weithinab und verbinden uns fest mit unserer Heimat.

Eifelboden ist kein Sandstrand. Was hier wächst, bleibt beständig.

Unsere Wasser sind still, aber tief. Und ganz weit unten brennt ein Feuer in uns.



IDENTITÄT DER EIFEL

2 CHARAKTER

Auf Eifelboden wurden viele Konflikte ausgetragen und Grenzen verschoben. Hier liegt das Zentrum des vereinten Europas. Unsere bewegte Geschichte lässt uns den ständigen Wandel um uns herum gelassen betrachten. Wir sind traditionsbewusst und zukunfts offen zugleich. Wir müssen nicht auf jeden Hype aufspringen, doch wir bleiben nicht zurück. Wir leben in einer intakten Natur, ohne abgeschieden zu sein. Wir leben an Grenzen, lassen uns jedoch davon nicht trennen.

zukunfts-
offen

gelassen
und
optimistisch

WAS UNS **DIE KONSTANTE**
PRÄGT **IM WANDEL**

beständig

IDENTITÄT DER EIFEL

3 EINZIGARTIGKEIT

Unsere Geschichte hat uns zusammenrücken lassen. Wir packen die Dinge gemeinsam an. Wir sind weder Gleichmacher noch Querdenker, sondern können improvisieren und beharrlich sein. Wir haben schon immer das Beste aus dem gemacht, was vorhanden war. Wir lassen andere so sein, wie sie sind, aber wir lassen niemanden alleine. Wir wissen, dass Vertrauen die beste Grundlage für ein entspanntes Miteinander schafft. Deswegen ist bei uns Eifelerinnen und Eifeler ein Wort noch ein Wort.

**WAS UNS
BESONDERS
MACHT**



**GELEBTE
GEMEINSCHAFT**



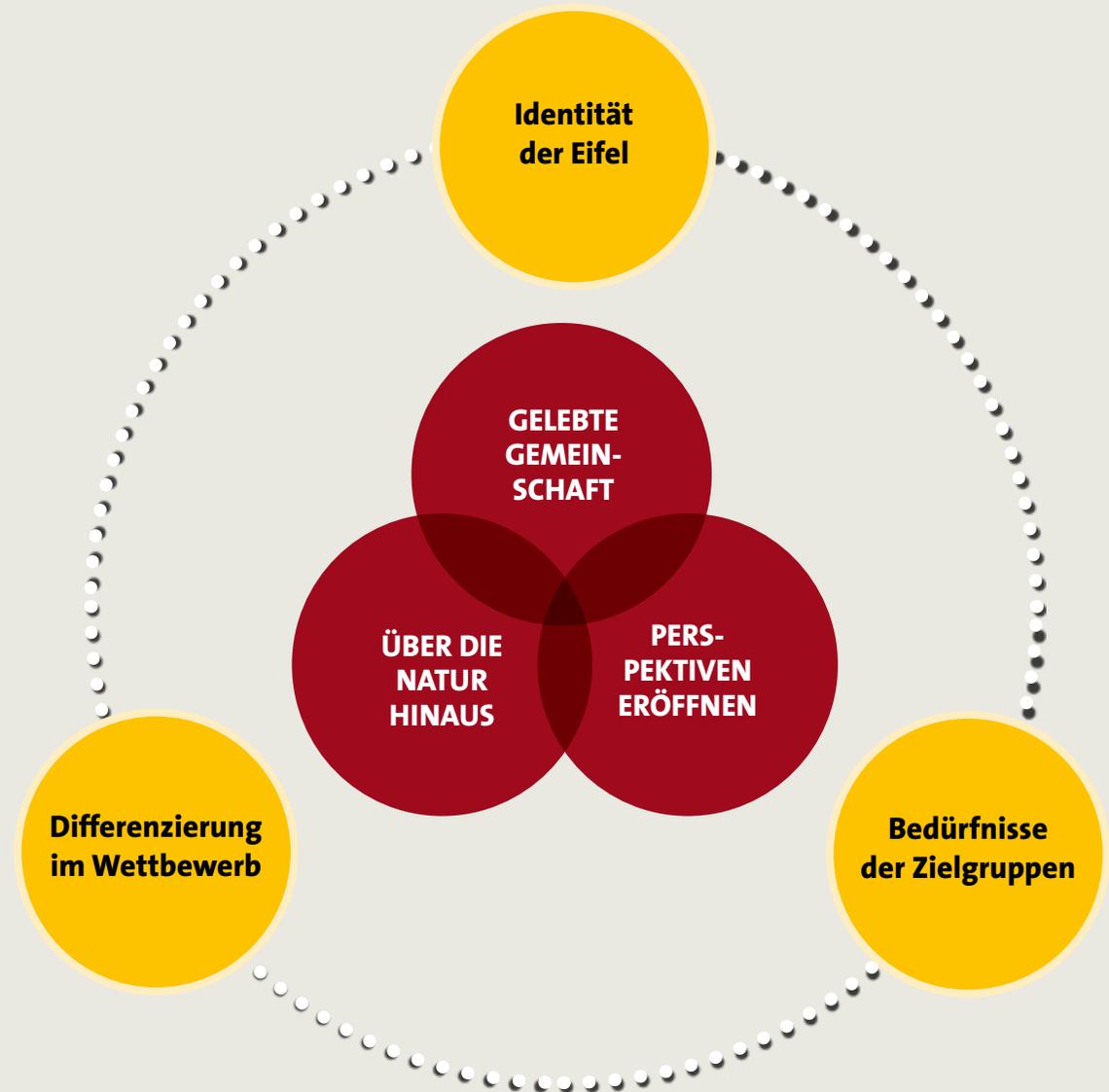
ZUSAMMENFASSUNG DER STRATEGIE

Die Identität der Eifel äußert sich als gelebte Gemeinschaft:

Die bewegte Geschichte der Region hat die Menschen zusammenrücken lassen.

Die Gemeinschaft ist die Wurzel für die starke Verbundenheit zur Eifel.

Sie ist die identitätsprägende Eigenheit der Eifelerinnen und Eifeler, die Perspektiven für die Zukunft eröffnen kann.



DIE BOTSCHAFT DER MARKE EIFEL

Die zentrale Markenbotschaft der Marke Eifel ist eine Beschreibung, eine Aufforderung und ein Versprechen.

Sie ist kein Slogan, sondern vielmehr der neue Gesamteindruck, den man in Zukunft aus der

Summe der Teile der Eifel wahrnehmen wird.

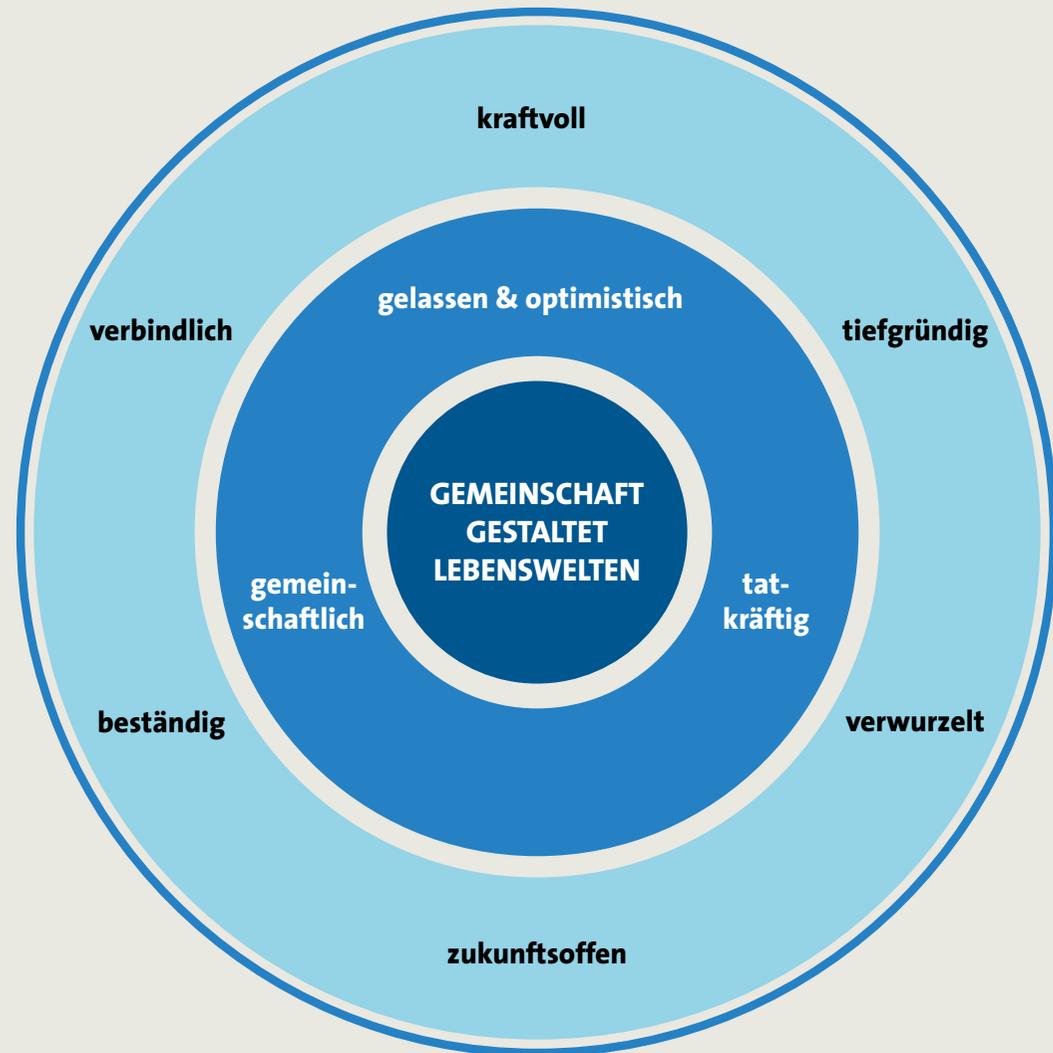


MARKENKERN

REGIONALE IDENTITÄT SCHAFFEN

Ein emotionales und inhaltliches „Wertegerüst“ bietet einen stabilen Rahmen für die Darstellung der Marke innerhalb und außerhalb der Eifel. Es ist gleichzeitig eine fokussierte Charakterisierung der Region und ihrer Bewohner.

Es gibt viele Pluspunkte der Eifel.
Die Marke bringt sie auf den Punkt.



MARKENWERTE

Die Markenwerte der Marke Eifel sind die Pfeiler unserer Identität, die wir hervorheben wollen. Sie sind unsere Basis und unser Angebot.

Es ist wichtig, dass unsere Markenwerte von uns erbracht und von unseren Zielgruppen auch so erlebt werden können. Sie sind grundlegende Inhalte unserer zentralen Markenbotschaft.

**gemein-
schaftlich**

Wir sind
füreinander da.

Wir lassen jedem
genug Raum, aber
niemanden allein.

tatkräftig

Wir packen unser
Leben an.

Wenn etwas besser
sein könnte, machen
wir es besser.

**gelassen
und
optimistisch**

Die Eifel hat schon
viel erlebt und viel
überstanden.

Mit festen Wurzeln
blicken wir zuversicht-
lich in die Zukunft.

MARKEN- PERSÖNLICHKEIT

Die Markenpersönlichkeit beschreibt den Charakter der Marke Eifel.

Wie drücken sich unsere Identität und Werte in unseren Handlungen aus? Welche Haltung nehmen wir ein und wie werden wir gesehen?

Unsere Markenpersönlichkeit ist ein Spiegel der Eifel und zugleich ein erreichbares Ideal.

Unser Optimismus wurzelt in Erfahrung.

Unsere lange Geschichte gibt uns die Ausdauer, die Gelassenheit und die Beharrlichkeit eines Ausdauerläufers.

Wir haben die Ärmel hochgekrempt, denn für uns zählen Taten mehr als Worte. Wir sind ehrlich, verlässlich und gerade heraus.

Wir leben die Gemeinschaft und stehen niemals allein.

MARKENVISION

Die Markenvision beschreibt unser Ziel. Sie gibt das ideale Szenario vor, das die Marke Eifel erreichen möchte.

Eine Vision muss allerdings Bewegung anstoßen und die Richtung vorgeben, indem sie erklärt, wohin die Reise und unsere Anstrengungen führen sollen.

Eine Vision, die uns nicht antreibt, bewegt nichts.

Das ist die entscheidende Grundlage für Schritte auf dem Weg zum Erreichen der **Marken-Vision**:

„Wir werden die zukünftigen Lebenswelten der Eifel identifizieren und gemeinschaftlich gestalten.“

Wir machen die Eifel gemeinsam zur lebenswertesten ländlichen Region im Herzen des vereinten Europas.“

IMPRESSUM

EIFELBOTSCHAFT

Die Marke Eifel.

Von der Entwicklung bis zur
Markenpartnerschaft.

Initiative und Auftraggeber:

Zukunftsinitiative Eifel

Kalvarienbergstr. 1

54595 Prüm

Tel.: 0 65 51 / 96 56 49

Aktuelle Fassung: Juni 2017



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die
Entwicklung des ländlichen Raums: Hier
investiert Europa in die ländlichen Gebiete

