



Ziele, Zielgruppen und Kanäle/Plattformen der Kommunikation zum Wirtschaftsstandort Eifel



Fachkonferenz
»Klimakommunikation«

Klaus Schäfer
Geschäftsführer
Eifel Tourismus GmbH



Die Marke EIFEL

VISION

”

Die Eifel ist eine der lebenswertesten ländlichen Regionen im Herzen Europas. Gemeinschaftlich identifizieren und gestalten wir unsere zukünftigen Lebenswelten.



Die Marke EIFEL
MISSION

”

Die vielfältige Gemeinschaft der Eifel wird immer wieder anders und immer wieder faszinierend zwischen Tradition und Innovation gestaltet und gelebt. Wir machen die Eifelerinnen und Eifeler zu Botschafterinnen und Botschaftern ihrer Heimat. Damit verbinden sich typische Eigenschaften wie ehrliches Handeln, tatkräftiges Anpacken und verlässliches Miteinander.

A light beige silhouette of the Eifel region in Germany serves as a background for the central part of the page.

GEMEINSCHAFTLICH

Wir sind füreinander da. Wir lassen jedem 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 zuversichtlich in die Zukunft.

Die Marke EIFEL
MARKEN-LOGO



WIRTSCHAFTSSTANDORT

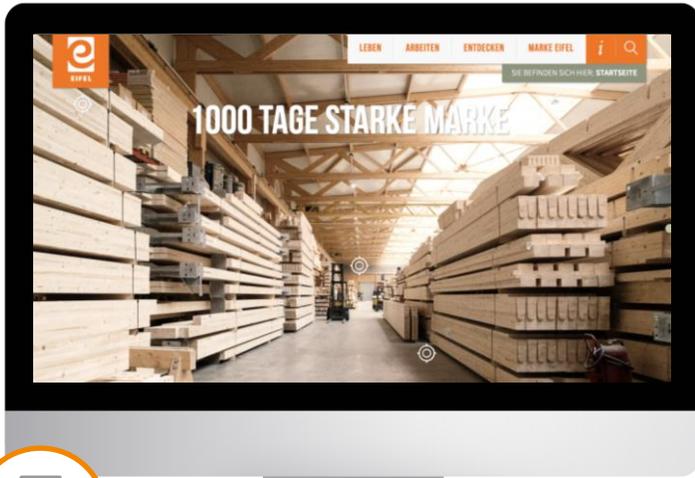


TOURISMUSREGION

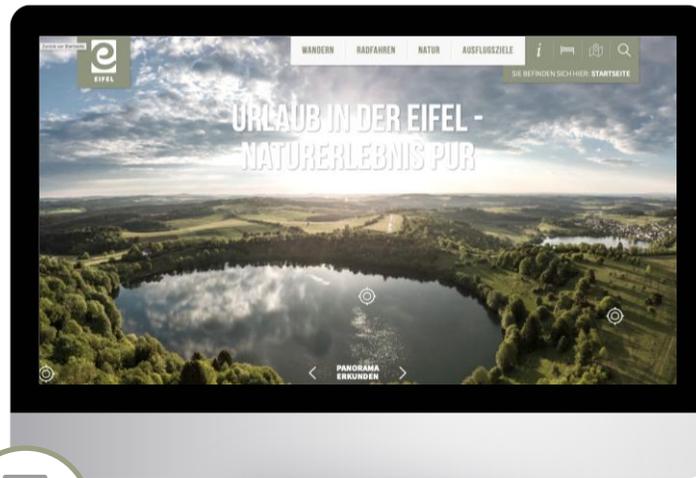


QUALITÄTSANBIETER

Mehrwert der Marke EIFEL
STARKE DIGITALE PRÄSENZ



WIRTSCHAFTSSTANDORT



TOURISMUSREGION



QUALITÄTSANBIETER

Kommunikation zum Wirtschaftsstandort Eifel



1.

**STRATEGISCHER HANDLUNGSRAHMEN:
POTENZIALE ERKENNEN, ENTWICKELN & KOMMUNIZIEREN**

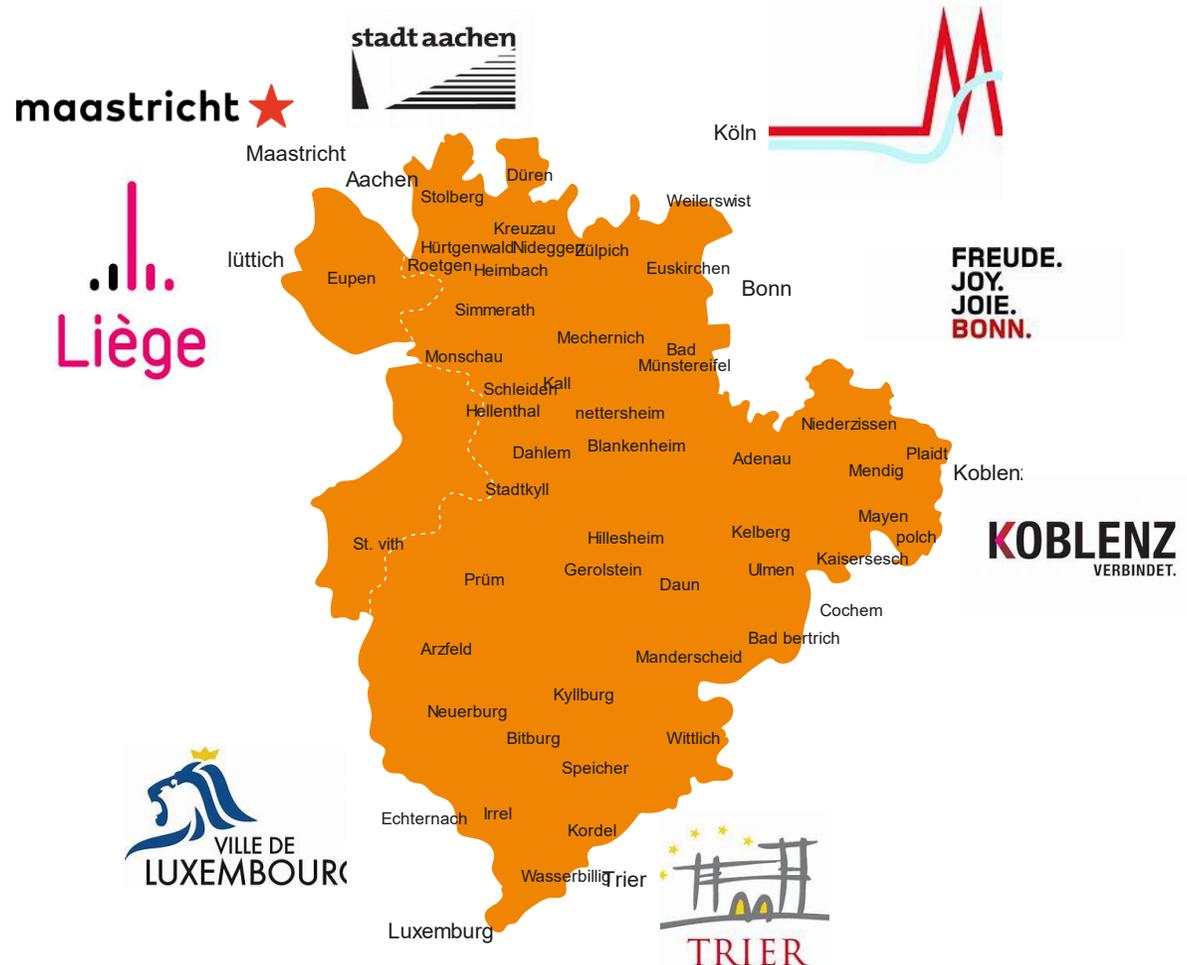
- a) Region Eifel – Differenzierung & Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb
- b) Wirtschaftsstandort und Tourismusregion als Einheit verstehen und kommunizieren
- c) Bedürfnisse und Anforderungen der Zielgruppen an den Wirtschaftsstandort



Strategischer Handlungsrahmen:

a) Differenzierung & Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb

UMLIEGENDE BALLUNGSRÄUME – EIN KLARER WETTBEWERBSVORTEIL



Die umliegenden Ballungsräume sind ein klarer Wettbewerbsvorteil für die Eifel und positionieren sie national und international mit.

Die umliegenden Ballungsräume und Städte sind keine direkten Wettbewerber, da sie ein ganz anderes Angebot haben. Wettbewerber sind ländliche (Tourismus-) Regionen mit vergleichbarer Situation und vergleichbarem Angebot.

Die umliegenden Ballungsräume sind ein klarer Wettbewerbsvorteil für die Eifel.

Um sich zu differenzieren und attraktiv zu sein, braucht der Wirtschaftsstandort Eifel Geschichten, die über das Landleben und die Natur hinausführen.

Strategischer Handlungsrahmen:

b) Wirtschaftsstandort und Tourismusregion als Einheit verstehen und kommunizieren

SELTEN SIND WIRTSCHAFTSSTANDORT & TOURISMUSREGION EINS ...

Wirtschafts-
standort



Tourismusregion



Strategischer Handlungsrahmen:

b) Wirtschaftsstandort und Tourismusregion als Einheit verstehen und kommunizieren

SELTEN SIND WIRTSCHAFTSSTANDORT & TOURISMUSREGION EINS ...

Wirtschafts-
standort



Tourismusregion



Wettbewerb der Regionen

DIE EIFEL IST DIE BEKANNTESTE TOURISMUSREGION IN RHEINLAND-PFALZ UND NORDRHEIN-WESTFALEN



 Gestützte Bekanntheit als Reiseziel Quellmarkt: Deutschland Anteilswerte (Angabe in % der Fälle) Basis: Alle Befragte 1 von 2 Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 60%)								
Rang	Abgefragte Reisezielbezeichnung	%-Wert	Rang	Abgefragte Reisezielbezeichnung	%-Wert	Rang	Abgefragte Reisezielbezeichnung	%-Wert
1	Nordsee		19	Sachsen		37	Steiermark	
2	Ostsee		20	Harz		38	Oberösterreich	
3	Bayern		21	Insel Usedom		39	Sachsen-Anhalt	
4	Schwarzwald		22	Ostsee Schleswig-Holstein		40	Pfalz	
5	Bodensee		23	Thüringen		41	Kärnten	
6	Tirol		24	Ruhrgebiet		42	Sauerland	
7	Südtirol		25	Ostfriesische Inseln		43	Stamberger See	
8	Erzgebirge		26	Spreewald		44	Westerwald	
9	Bayerischer Wald		27	Salzburger Land		45	Zugspitzregion	
10	Insel Rügen		28	Rheinland-Pfalz		46	Schwäbische Alb	
11	Lüneburger Heide		29	Nordrhein-Westfalen		47	Hochschwarzwald, die Region um Feldberg, Titisee, Schluchsee und Hinterzarten	
12	Mecklenburg-Vorpommern		30	Brandenburg		48	Franken	
13	Allgäu		31	Mosel		49	Fehmarn	
14	Sylt		32	Hessen		50	Niederösterreich	
15	Eifel	79%	33	Thüringer Wald		51	Münsterland	
16	Baden-Württemberg		34	Chiemsee - Chiemgau		52	Taunus	
17	Schleswig-Holstein		35	Mecklenburgische Seenplatte		53	Teutoburger Wald	
18	Niedersachsen		36	Saarland		54	Württemberg	



Quelle: inspektour GmbH, 2015; inspektour (international) GmbH / DITF der Westküste 2020 via "Destination Brand 20, Die Markenstärke von Reisezielen"

Wir. Leben. Eifel.

Wirtschaftsstandort

Schwerpunktthemen

Kommunikation

Wirtschaftsstandort

Nachhaltigkeit

Digitalisierung

Fachkräfte

Regionale

Wertschöpfung



2.

OPERATIVE MAßNAHMEN: ZIEL FESTLEGEN, KONKRETISIEREN & ERREICHEN

- a) Wirtschaftsstandort Eifel ganzheitlich und nachhaltig bekannt machen
 - Gemeinsam mit Betrieben und Unternehmern aus der Eifel
 - Durch Initiativen und Projekte aus der Eifel

- b) Wirtschaftsstandort selbstbewusst im Wettbewerb der Regionen positionieren und kommunizieren



Die Kampagne

Wirtschaftsstandort Eifel ganzheitlich und nachhaltig bekannt machen

Menschen transportieren die
Markenbotschaften

Unternehmer, Gründer,
Azubis, Angestellte, Familien

Digital (Homepage, Social
Media) & Print (Presse,
Anzeigen)



Wir. Leben. Eifel.

Strategischer Handlungsrahmen:

c) Bedürfnisse und Anforderungen der Zielgruppen

PERSPEKTIVEN ERÖFFNEN

Die persönliche Standortfrage stellt sich immer an den Übergängen zwischen den Lebensphasen: Ausbildung, Beruf, Familie & Karriere, Unternehmensgründung (Selbstständigkeit), Ruhestand.

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



AUSBILDUNG



BERUF



**UNTERNEHMENS-
GRÜNDUNG**



**FAMILIE &
KARRIERE**



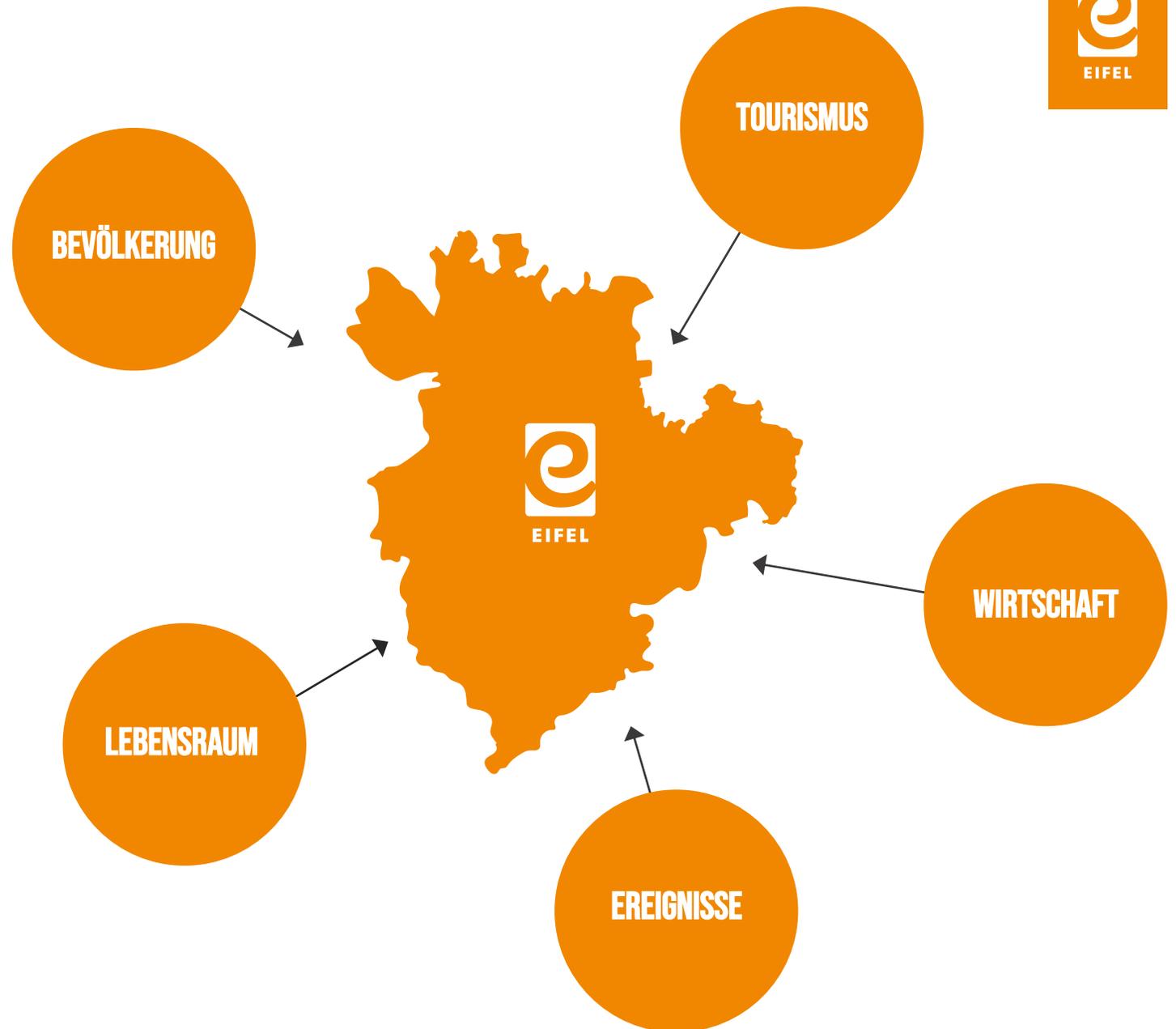
RUHESTAND

Die Kampagne
Innenwirkung

Was Marke & Standort-
kommunikation für den
Wirtschaftsstandort leisten:

- Identifikation schaffen
- Steigerung des Selbstbe-
wusstseins der Bewohner
- Perspektiven eröffnen
- Handlungsorientierung geben

„Hier bin ich richtig!“



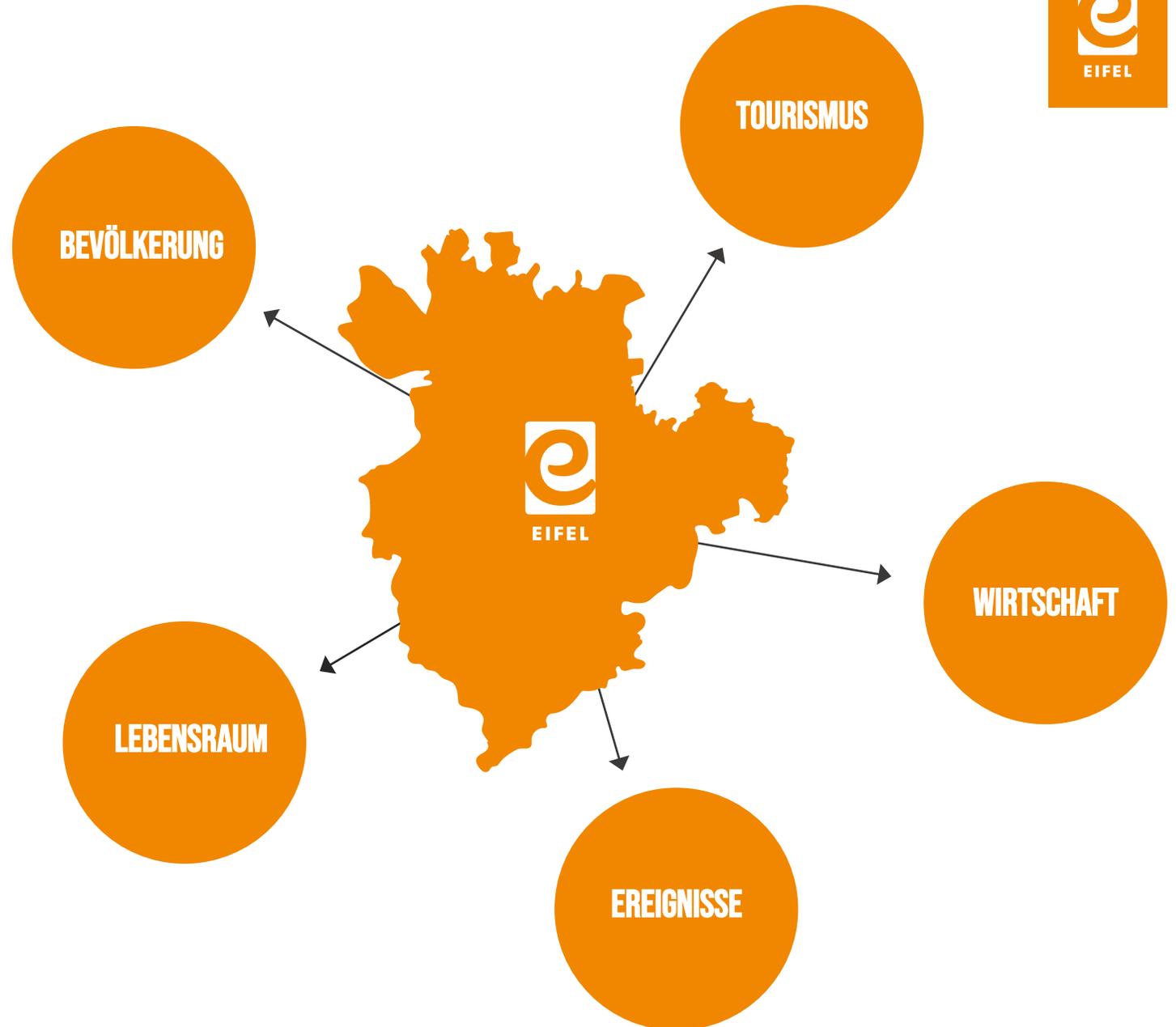
Die Kampagne

Außenwirkung

Was Marke & Standort-
kommunikation für den
Wirtschaftsstandort leisten:

- Steigerung der Bekanntheit
- Positionierung im Wettbewerb
- Steigerung der Attraktivität von Standorten (z.B. für Investoren, Arbeitsplatz, Hausbau...)

„Hier will ich hin!“



Wirtschaftsstandort

Wir stellen die Betriebe & Themen der Eifel ins Rampenlicht



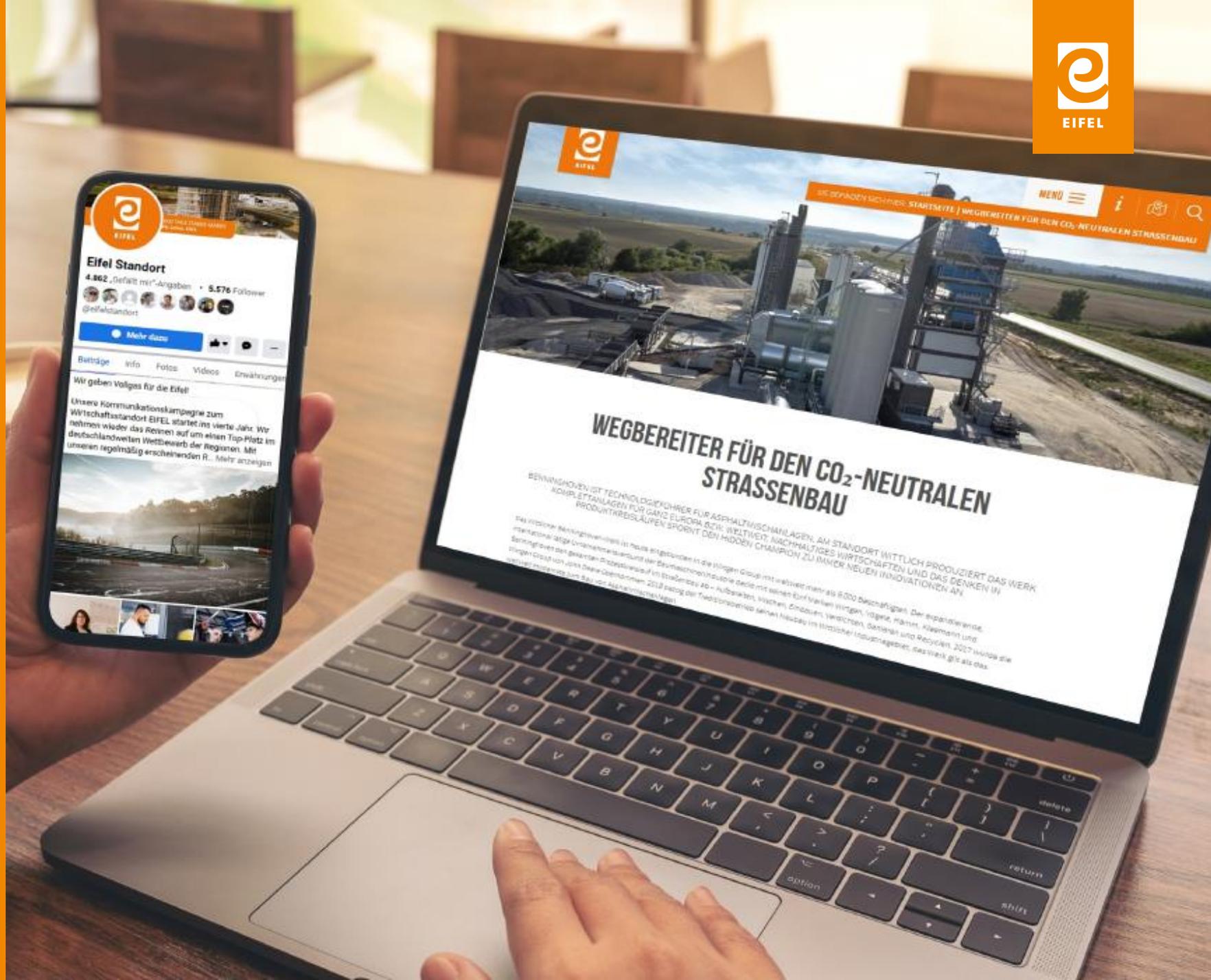
Wirtschaftsstandort

Wir stellen die Betriebe & Themen der Eifel ins Rampenlicht

Unternehmensreportage

Audiopodcast

Unternehmensvideo



Wirtschaftsstandort

Wir stellen die Betriebe & Themen der Eifel ins Rampenlicht

Unternehmensreportage

Audiopodcast

Unternehmensvideo



Wirtschaftsstandort

Wir stellen die Betriebe & Themen der Eifel ins Rampenlicht

Unternehmensreportage

Audiopodcast

Unternehmensvideo



EIFEL

WIRTSCHAFTSSTANDORT

TOP UNTERNEHMEN

GRÜNDEN UND INVESTIEREN

INNOVATION UND FORSCHUNG

FACHKRÄFTE

DIGITALISIERUNG

NACHHALTIGKEIT

REGIONALE WERTSCHÖPFUNG

BUSINESS-NETZWERKE

TAGEN IN DER EIFEL

ZAHLEN & FAKTEN

ARBEITEN



ZAHLEN & REICHWEITEN

standort-eifel.de

- **monatlich 7.500 Seitenaufrufe** (Durchschnitt 2022)
(gesamt 2022: 90.594 Seitenaufrufe)
- **Besucher überwiegend aus NRW und RLP**
(unser primäres Kampagnenziel: Innenmarketing)
- **Umfangreiche Inhalte:**
160 redaktionelle Seiten zum Wirtschaftsstandort Eifel
254 Reportagen zu Unternehmen in der deutschen und belgischen Eifel



B2B-Webseite zum Wirtschaftsstandort Eifel



WIR. LEBEN. EIFEL.

EIFEL TOURISMUS GMBH ZUKUNFTSINITIATIVE EIFEL ▾ KULTUR LEADER-INITIATIVEN & PROJEKTE ▾ EIFEL-AWARD ▾ WIR FÜR SIE ▾ DIE MARKE EIFEL

AKTUELLE BEITRÄGE ZUM WIRTSCHAFTSSTANDORT EIFEL



NACHHALTIGKEIT

10. August 2023

WASSERSTOFF ERLEBEN: KREIS
DÜREN VERANSTALTET ZUM
DRITTEN MAL DIE GROÙE



ZAHLEN & REICHWEITEN

wirtschaft.eifel.info

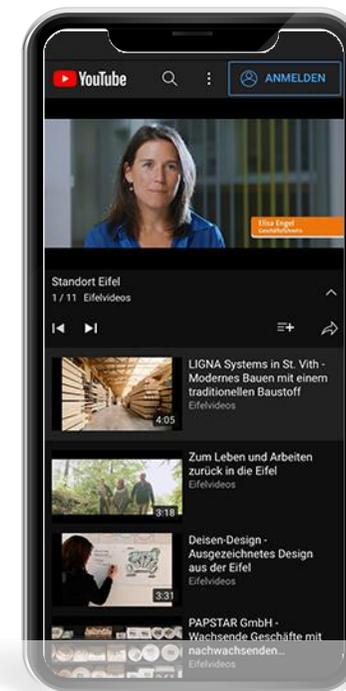
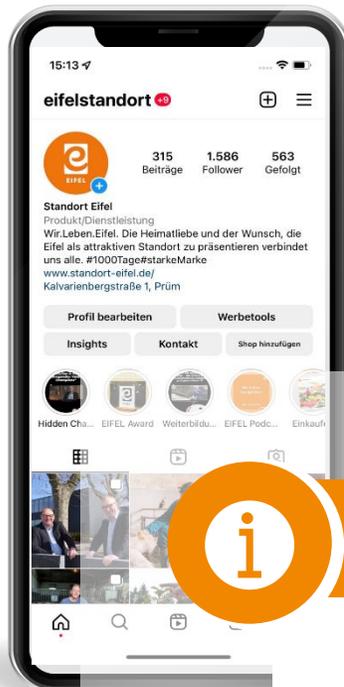
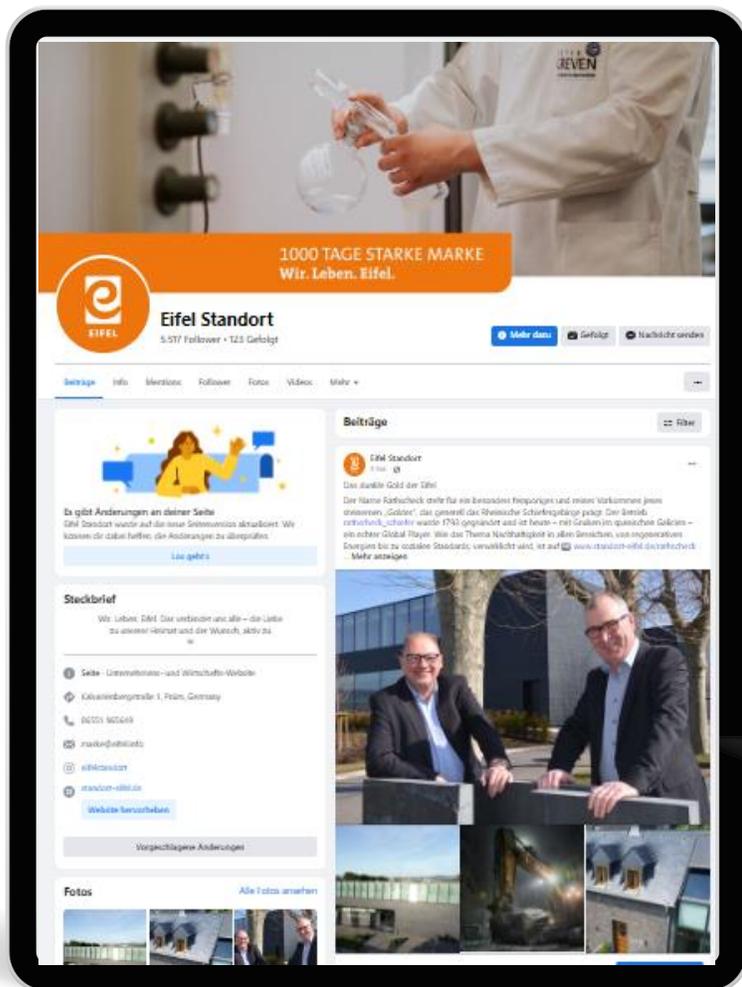
- 2022 wurden 1.161 Meldungen veröffentlicht.
- 2022 wurden 51 Newsletter mit durchschnittlich 23 Meldungen pro Newsletter versendet.
- Angemeldet sind 1.321 Empfänger zum 01.08.2023
- 96.567 Seitenaufrufe 2022 – durchschnittlich 8.047 pro Monat

10. August 202

KRIMINELLE
WERFEN IHRI



Social-Media-Kanäle



ZAHLEN & REICHWEITEN

- mtl. Beitragsreichweite > 100.000 User
- über 8.000 Fans/Follower (Facebook 5.840, Instagram 1.842, Youtube 519)
- 441 Online-Veröffentlichungen im Jahr 2022
- LinkedIn geplant Ende 2023

Wirtschaftsstandort Kooperationen

Eifel hautnah – DAS MAGAZIN
(jährlich 4 Magazinausgaben, Auflagen á 12.000)

Eifel hautnah – DAS BUCH
(Darstellungen im Jahrbuch 2020, 2021 & 2022)

Eifel Podcast
Kooperation mit der Gründerin von eifelpodcast.de, Julia Kunze

Audio-Branding von 9 Podcast-Folgen

Insgesamt verfolgten 31.378 Hörer diese Folgen bisher (Stand 1.8.2023)

Eifel-Mosel-Zeitung
(Wochenzeitung – regelmäßige Darstellung in loser Folge)

