



Standort Eifel dynamisieren

Alle Entwicklungsziele

Einführung der Marke Eifel

(Kooperationsvorhaben der rheinland-pfälzischen LAGen Bitburg-Prüm, Rhein-Eifel und Vulkaneifel sowie der LAG Eifel/NRW)

Eifel Tourismus GmbH

- Öffentlichkeitsarbeit (kampagnenunabhängige Maßnahmen, Print- und Radiowerbung, Events, Online u.ä.)
- Personalkosten

Warum sind einige Regionen bekannter und attraktiver als andere? Welche sind erfolgreicher im Wettbewerb um Fachkräfte und meistern besser den demographischen Wandel?

Eine Standortmarke dient der Profilierung eines Standortes (z.B. Stadt, Region) im Vergleich mit anderen Standorten. Bei der Entwicklung der Standortmarke Eifel handelt es sich genau genommen um eine Regionenmarke, da es hier um die Profilierung der gesamten Region Eifel geht. Regionale Gegebenheiten kann eine Standortmarke nicht ändern. Sie kann jedoch dazu beitragen, das Selbst- und Fremdbild eines Standortes positiv zu beeinflussen, um seine Attraktivität für Investoren und Fachkräfte zu erhöhen.

Ziel des Projektes war es, nachdem die Markenpersönlichkeit für die Standortmarke Eifel, ihre Vision und Mission sowie die relevanten Zielgruppen und Wettbewerber erarbeitet wurden, die Standortmarke einzuführen. Unter dem Slogan „Wir.Leben.Eifel“ tritt die Region Eifel an, die Marke Eifel einzuführen. Dies stellt ein entscheidender Gerundstein hin zu einem ganzheitlichen, sektorenübergreifendem Regionalmarketing in der Eifel dar.

Laufzeit: 2019 - 2022

Kosten/Finanzierung: **Gesamtkosten** (brutto): 615.101,25 Euro

Förderung (%):

ELER-Mittel: 461.325,94 Euro

Landesmittel: 0,00 Euro

projektunabhängige Mittel: 0,00 Euro

Eigenmittel: 153.775,31 Euro

Aktueller
Umsetzungstand: Auswahl im Rahmen des Umlaufverfahrens 25.07. – 15.08.2018

Förderung durch:

