



Projektdatenblatt

Projekttitle:	Markenprozess „Dachmarke Eifel“
Projektträger:	Eifel-Tourismus GmbH
Kurzbeschreibung:	<p>Die aktuellen Entwicklungen belegen den zunehmenden Wettbewerb der Regionen in allen Wirtschaftsbereichen. Die erfolgreiche Wahrnehmung in diesem Verdrängungswettbewerb hängt entscheidend von der Positionierung der einzigartigen Identität der jeweiligen Region ab. Vor diesem Hintergrund sind Regionen wie Tirol und Südtirol sehr erfolgreich durch ihre frühzeitigen Markenentwicklungsprozesse international imagemäßig positioniert. Das ist aber auch Beleg dafür, dass der Aufbau einer Marke weitaus mehr verlangt, als die Festlegung eines Logos und die Definition der Regeln mit der damit einhergehenden Verwendung für alle Wirtschaftsfelder.</p> <p>Die Entwicklung einer Marke ist hingegen ein vielschichtiger Prozess, der das Herausarbeiten der Markenpersönlichkeit, der Markenwerte und den Markenstil meint. Eine Erkenntnis, die sich in der Industrie ganz nach dem Grundsatz "Ein Produkt ist das, was ein Unternehmen herstellt. Eine Marke ist das, was der Kunde kauft" durchgesetzt hat.</p> <p>Den o.a. genannten Beispielen sind inzwischen viele deutsche Wirtschaftsregionen gefolgt. Zunehmend beschäftigen sich damit mittlerweile auch touristische Regionen in Deutschland. Das Sauerland oder der Schwarzwald, die zu den unmittelbaren Mitbewerbern der Eifel zählen, sind ebenfalls in diesen Prozess eingetreten. Diesem Prozess liegt die Entscheidung zugrunde, dass ein Markenentwicklungsprozess nur für den Tourismus in der Eifel nicht zielführend sein kann. Es gilt vielmehr die Marke für die Region Eifel zu entwickeln.</p> <p>Die Umsetzung des Projektes ist als LAG-übergreifendes Kooperationsprojekt der LAGen Bitburg-Prüm, Vulkaneifel und Eifel/NRW geplant.</p>
Laufzeit:	1.1.2012 - 31.12.2014
Aktueller Umsetzungsstand:	Die Bewilligung erfolgte am 29.12.2011