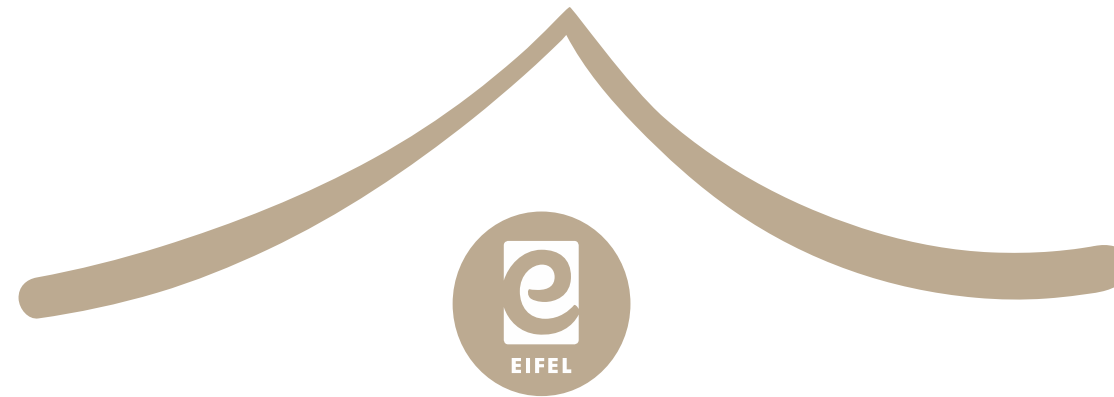




## Positionsbestimmung – 4. Markentag Eifel, Kloster Steinfeld

Wolfgang Reh, Eifel Tourismus GmbH



**Wirtschaftsstandort**



**Tourismusregion**



**Premiumanbieter**



## WIR. LEBEN. EIFEL.

### AKTUELLE BEITRÄGE ZUR TOURISMUSREGION EIFEL



AUS DEN FERIENREGIONEN

5. Juni 2025

**GEOLOGISCHE SENSATION:  
FORSCHENDE ENTDECKEN RUND  
30 BISLANG UNBEKANNTE  
MAARE IN DER VULKANEIFEL**



## WIR. LEBEN. EIFEL.

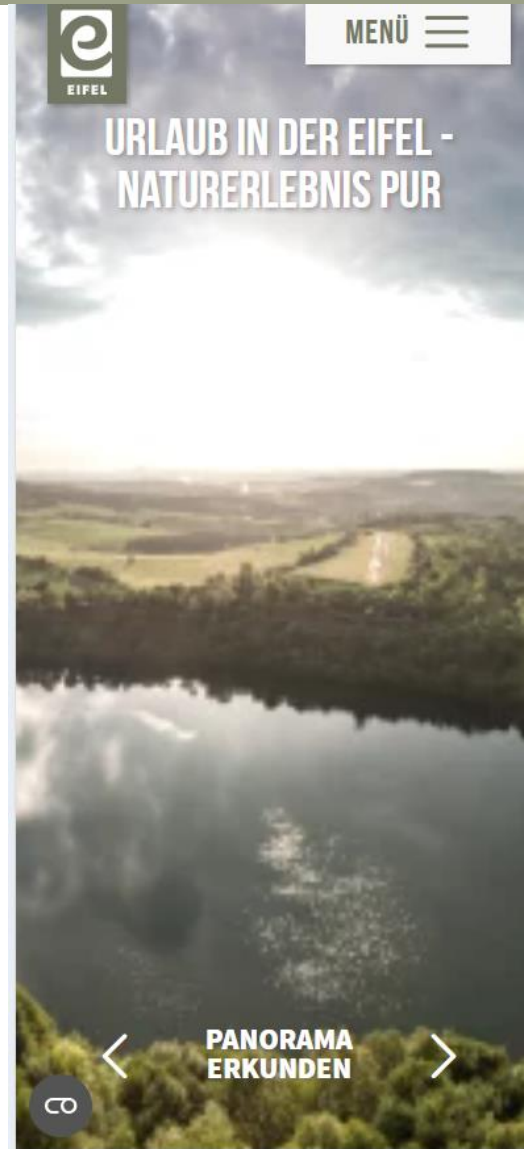
### AKTUELLE BEITRÄGE ZUM WIRTSCHAFTSSTANDORT EIFEL



QUALITÄTSANBIETER - REGIONALMARKE EIFEL

6. Juni 2025

**DER EIFEL PRODUZENT HOF  
STEINRAUSCH PRÄSENTIERT:  
KULTUR UND KULINARISCHES**



MENÜ

URLAUB IN DER EIFEL -  
NATURERLEBNIS PUR

← PANORAMA  
ERKUNDEN →



MENÜ

WIR. LEBEN. EIFEL.

← PANORAMA  
ERKUNDEN →





In laufenden Projekten setzen wir das Zusammendenken von Tourismus und Wirtschaft bereits um.

27.06.2025



## Bilddatenbank Eifel

Die Eifel Tourismus GmbH stellt hier Fotos zur Bewerbung der Eifel zur Verfügung.  
Bitte beachten Sie die Copyright-Vermerke und Lizenzen, die bei jedem Foto unter  
"Lizenzangaben" veröffentlicht sind.



## FAN-ARTIKEL

### Sortierung

Name A-Z

### Kategorie

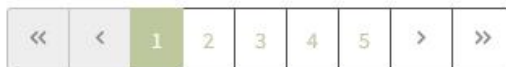
Fan-Artikel

Farbe

Textil

Wandersocken-Größe

Farben



**BÄR MIT EIFEL IM HERZEN SHIRT**

23,90 €\*

**IN DEN WARENKORB**



**BASE-CAP CORD DUNKELBLAU**

12,90 €\*

**IN DEN WARENKORB**



**BASE-CAP MESH OLIVE**

12,90 €\*

**IN DEN WARENKORB**



**Blick nach vorn: Wir gehen die nächsten Schritte...**



Botschaft:

»Richtig gut leben und arbeiten.«

Absender:

**EIFEL. Die Wirtschaftslandschaft.**

Themenschwerpunkte:

Fachkräfte

Digitalisierung

Nachhaltigkeit

Regionale  
Wertschöpfung

Kampagne – an Zielgruppe angepasst:



e, kein finales Wordning und Design.

**Analyse-Quadrant Eifel**

> Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung:

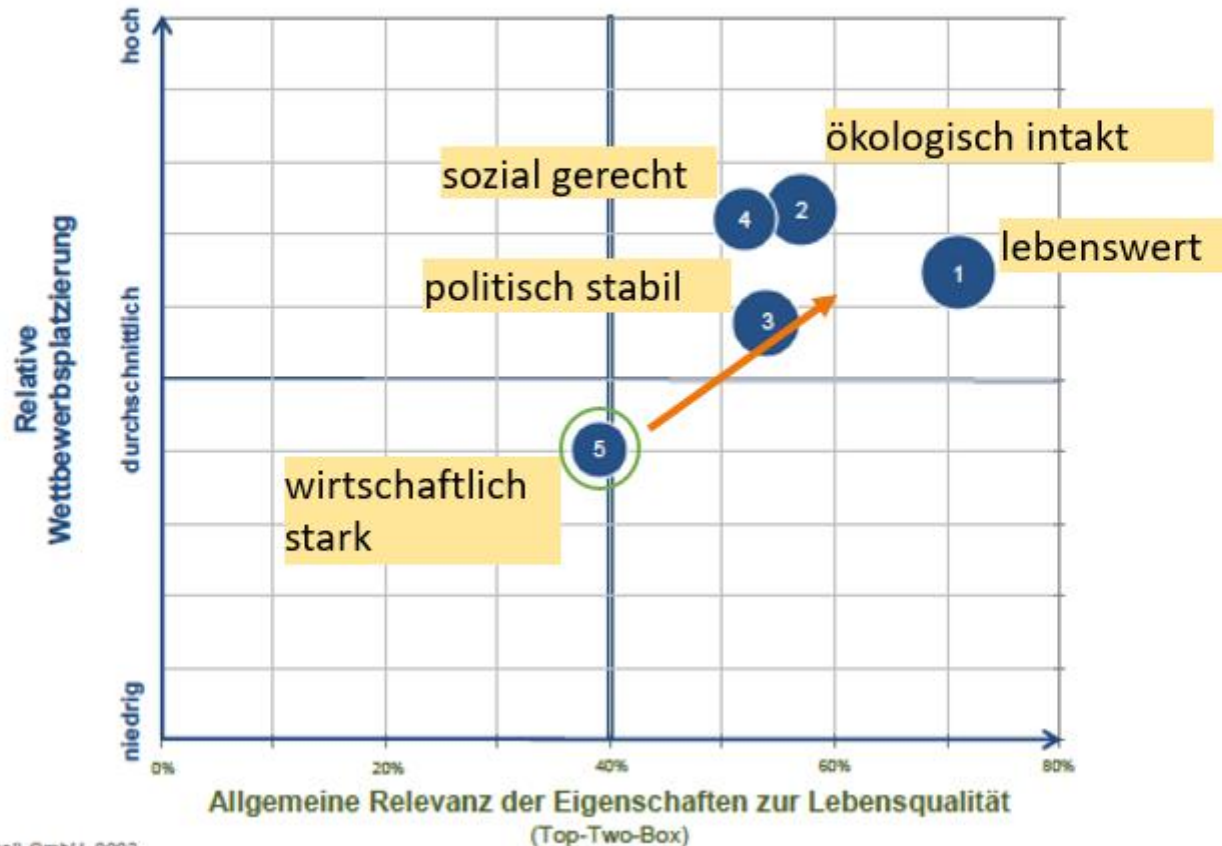
Alle untersuchten Destinationen (bis zu 148 Reiseziele je Eigenschaft)

■ Eifel

Quellmarkt: Deutschland

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: Inspektour (International) GmbH, 2023



Die Eifeler\*innen und ihr Know-how sind die Basis für ein glaubwürdiges Außenmarketing.



Unser Ziel im Tourismus: Bestehende Potenziale gezielt weiterentwickeln und widerstandsfähig machen.

# touristische Einheiten der Städte, Gemeinden und Verbandsgemeinden Eifel vor 2008

## Kreis Aachen:

Eschweiler, Monschau, Roetgen, Simmerath,  
Stolberg

## Kreis Düren:

Düren, Heimbach, Hürtgenwald, Kreuzau,  
Nideggen

## Kreis Euskirchen:

Bad Münstereifel, Blankenheim, Dahlem,  
Euskirchen, Hellenthal, Kall, Mechernich,  
Nettersheim, Schleiden, Zülpich

## Landkreis Daun:

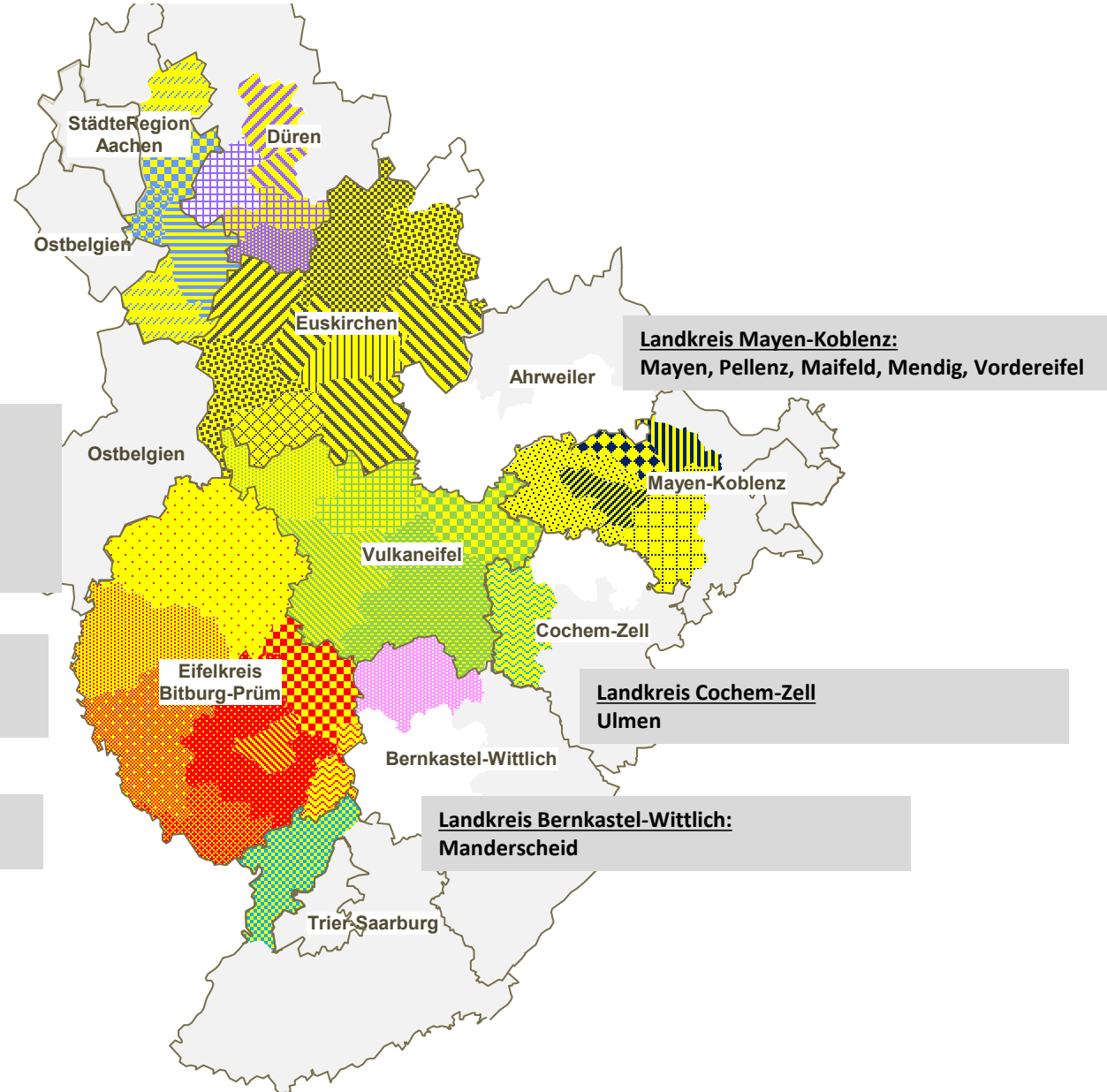
Daun  
Gerolstein  
Hillesheim  
Kelberg  
Oberes Kylltal

## Kreis Bitburg-Prüm:

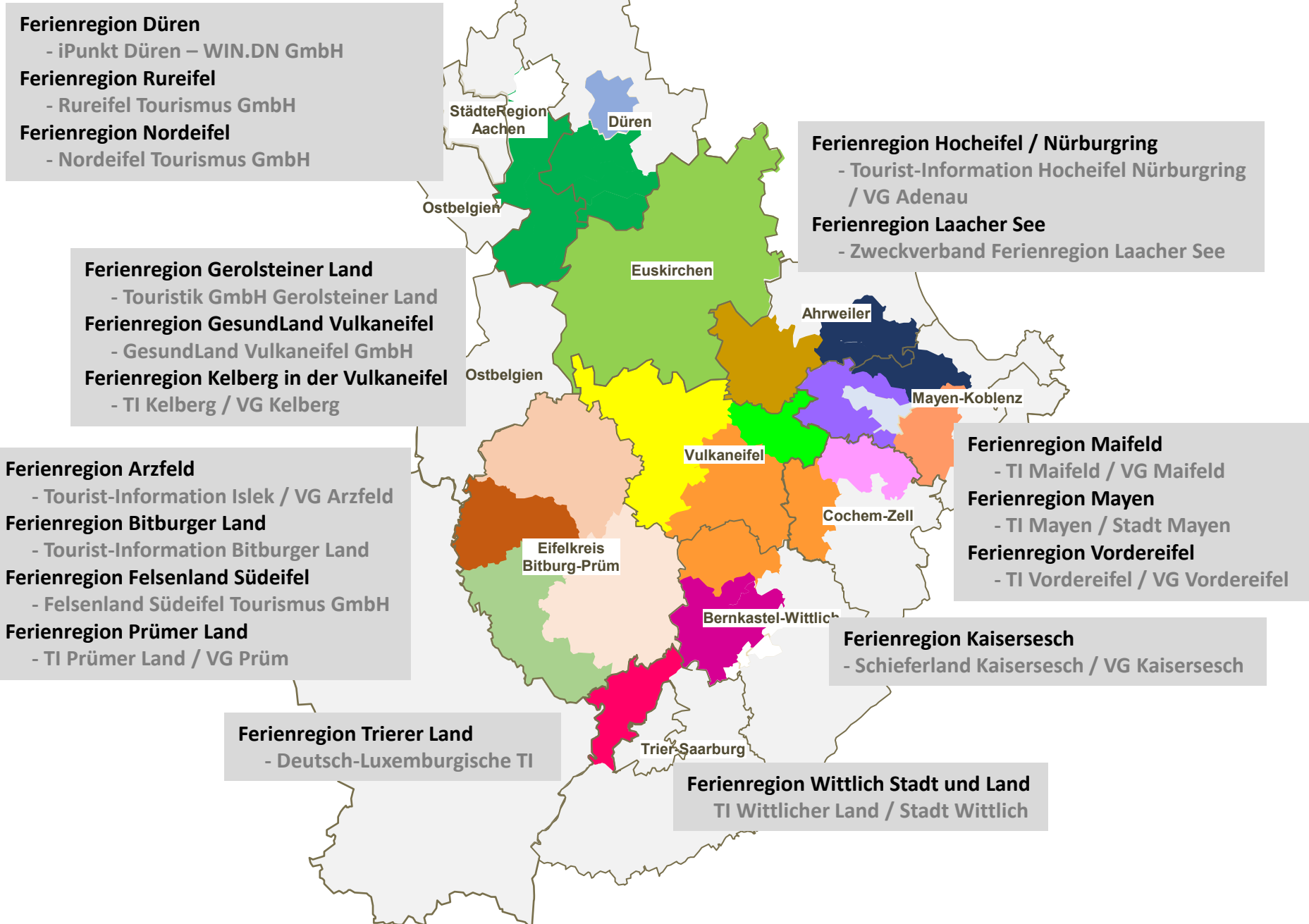
Bitburg, Arzfeld, Bitburger Land, Irrel,  
Kyllburg, Neuerburg, Prüm, Speicher

## Landkreis Trier-Saarburg

Trier-Land



# Ferienregionen der Eifel 2025





## Einordnung: Tourismusstrategie Eifel 25plus


### Klare Aufgabenabgrenzung

#### Wie gelingt eine sinnvolle Rollenverteilung im Tourismus?

Klare Definition der Aufgaben zwischen den Partnern und der ET – um Doppelarbeit zu vermeiden und Wirkung zu steigern.

### ET-Positionierung & Kommunikation

Leistungen gezielt ausrichten, Mehrwerte sichtbar machen, Nutzen stiften.

 <b>Gestützte Bekanntheit als Reiseziel</b> 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	Starnberger 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	<b>Eifel</b>	<b>79%</b>	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	





**Welches Bild haben Sie von der Eifel Tourismus GmbH? – Wie werden wir aktuell von Ihnen wahrgenommen?**

**Wo sehen Sie die Stärken und Schwächen unserer Arbeit? – Was gelingt uns gut und wo gibt es noch Verbesserungspotential?**



**Ich freue mich auf einen lebendigen Austausch!**

Wolfgang Reh, Eifel Tourismus GmbH