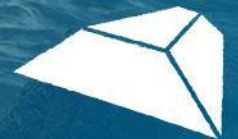


Ein Rückblick: 5 Jahre Moin-Liebingsland, die Imagekampagne aus Nordfriesland.

01. November 2023, Brake



Nordfriesland

Moin Liebingsland.



Bevölkerung

rd. 169.000
Menschen und
ebenso viele Schafe



Küstenschutz
rund 850
Deichkilometer



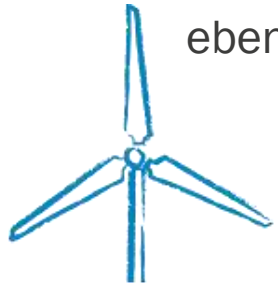
Städte

Husum
Niebüll
Westerland
Tönning
Friedrichstadt
Bredstedt
Garding



Eckdaten

BIP 39.000 €
BWS 6 Milliarden €
93.000 Erwerbstätige
Verfügbares
Einkommen 27.000 €

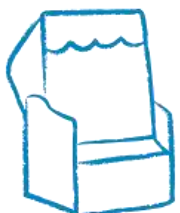


Energieregion

893 WKA
2.600 MW



Halligen



Tourismusregion

SPO, Sylt, Föhr,
Amrum uvm.



Hidden Champions

Spannende
Unternehmen

Nordfriesland-Marke und Kampagnenidee



- 2016 durch **Kreispolitik und Aufsichtsrat** der WiFö auf den Weg gebracht
- Breite Prozessbeteiligung aus **Politik, Wirtschaft und Verwaltung**
- **Professionelle Unterstützung** durch Institut der FH Westküste
- Votum für eine **längerfristige Finanzierung**
- **Moderierter Prozess** bis zur Ausschreibung und Auftragsvergabe
- **Entwicklung** durch eine Agentur
- ab 2017 Wifö beauftragt mit der **Umsetzung**

Ziele der Nordfriesland Image-Kampagne

- Bekanntheit und Präsenz als **moderne, attraktive und dynamische Region** erhöhen
- Den **besonderen Charakter von Menschen und Region** noch stärker herausstellen
- **Sympathie und Identifikation** für die Marke und den Kreis Nordfriesland steigern
- Stärkere Etablierung als **attraktive Region zum Wohnen & Arbeiten**
- **Beteiligungsmöglichkeiten** für Gemeinden und Unternehmen

USP – Wofür steht Nordfriesland?!

- Keine „bekannten“ **Großkonzerne**
- Keine pulsierende **Metropole**
- Urlaubsregion mit guter Infrastruktur (aufgrund des Tourismus)
- im **Glücksatlas** regelmäßig ganz weit vorne
- **Lebensqualität** ohne Großstadtprobleme
- **Innovative Unternehmen** (vorwiegend KMU)
- **Tradition** und **Authentizität**



**Kein Bock mehr
aufs Großstadtrevier?
Mach dein eigenes Ding
abseits des Trubels.**

So wie zum Beispiel Claudia und Ralph.
Wann startest du in Nordfriesland durch?

moin-liebingsland.de



Nordfriesland
Moin Lieblingsland.



Ansatz und Vorgehen



Nordfriesland
Moin Lieblingsland.

Zuerst innen, dann außen.

2017

Hauptaufgaben

- Markendesign, Claim, Kreatividee
- CD-Manual
- Kommunikationsplanung
- Kommunikationskanäle
- Ergänzung Kreis-Website und Social-Media Kanäle
- Co-Marketing Konzept/Ansätze

2018

Hauptaufgaben

- Interner Launch im Kreis
- Präsenz und Sichtbarkeit aufbauen
- Identifikation und Dialog bei/mit Einwohnern u. Wirtschaft
- Nordfriesen-Geschichten finden u. kommunizieren
- Regionale Partner gewinnen

ab Mitte 2019

Hauptaufgaben

- Kommunikation, Präsenz und die Community in NF weiter ausbauen
- Aktionen mit Partnern ausweiten
- Mehr Fokus auf Neubürger, Fachkräfte und potenzielle Wirtschaftsansiedlungen
- Überregionale Kommunikation aufbauen

Kampagnenstart zum 1. April 2018



Einige Ergebnisse:

- 40.000 Aufrufe sh:z-Artikel
- 80.000 Film-Aufrufe
- 114 Radiospots in einer Woche

Moin Lieblingsland in der Presse

DIENSTAG, 14. NOVEMBER 2017 HEUTE SEITE 14

Kreis Nordfriesland

Neu Economy geht in blau? Bei uns erledigt schon Bremer und Erfolgsgeschichten.

Von der Hühler über die Chort? Bei uns schreibt das Leben die Erfolgsgeschichten.

Start-up ganz ohne Investition? Bei uns liegt der Erfolg einfach in der Natur.

Nordfriesland startet Imagekampagne

„Moin Lieblingsland“ soll im nächsten Jahr auch international gut durchsetzen / Fachkräfte und ihre Familien im Fokus

„Das hat schon die Medien überhört“, sagt der stellvertretende Vorsitzende des Kreis Nordfriesland, Hans-Jürgen Hoyer. „Wir sind stolz auf unsere Natur, unsere Kultur und unsere Menschen.“

Die Kampagne „Moin Lieblingsland“ soll im nächsten Jahr auch international gut durchsetzen / Fachkräfte und ihre Familien im Fokus

Die Kampagne „Moin Lieblingsland“ soll im nächsten Jahr auch international gut durchsetzen / Fachkräfte und ihre Familien im Fokus

Die Wochenchau

Die Wochenchau

Mit Erfolgsgeschichten Identitäten stärken

Imagekampagne „Moin Lieblingsland“ der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft des Kreises Nordfriesland

Mit Erfolgsgeschichten Identitäten stärken

„Die Natur hat immer die Hosen an“

Inwieweit die Erd-Menschens-Kata, die seit fast 30 Jahren auf der Hählg Hängebrücke

Die Natur hat immer die Hosen an

Apfelscherz Deutschlands

Die Apfelscherz Deutschlands

Apfelscherz Deutschlands

„Moin Lieblingsland“ zieht Kreise

Start-up ganz ohne Investition? Bei uns liegt der Erfolg einfach in der Natur.

„Moin Lieblingsland“ zieht Kreise

Kreispräsident Heinz Maurus würdigt NF-Oldie-Star-Team

Kreispräsident Heinz Maurus würdigt NF-Oldie-Star-Team

Kreispräsident Heinz Maurus würdigt NF-Oldie-Star-Team

Sie fahren wir verwöhrt Ihr Auto

Sie fahren wir verwöhrt Ihr Auto

Sie fahren wir verwöhrt Ihr Auto

„Moin-Liebingsland-Strandkorb“ zu gewinnen

„Moin-Liebingsland-Strandkorb“ zu gewinnen

„Moin-Liebingsland-Strandkorb“ zu gewinnen

#moinlieblingsland

#moinlieblingsland

#moinlieblingsland

Nachrichten aus Dithmarschen

„Moin Lieblingsland“ zieht Kreise

„Moin Lieblingsland“ zieht Kreise

Nachrichten aus Dithmarschen

Die Imagekampagne „Moin Lieblingsland“ des Kreises Nordfriesland ist erfolgreich angelaufen.

Die Imagekampagne „Moin Lieblingsland“ des Kreises Nordfriesland ist erfolgreich angelaufen.

Nachrichten aus Dithmarschen

„Moin-Liebingsland-Strandkorb“ zu gewinnen

„Moin-Liebingsland-Strandkorb“ zu gewinnen

Unsere Nordfriesengeschichten



Bo Janssen



Katja Just



Sven Paulsen



Ralph & Claudia Kerpa



Simon Endrikat



Isabel Stühler



Hassan Tahiri



Familie Pfitzner



Oliver Theede

Aufruf zum Mitmachen!

**Was ist
deine Geschichte?**

Mehr entdecken und erzählen:
www.moin-liebingsland.de

Kino-Kampagne



Noch mehr Nordfriesen-Geschichten

Nordfriesland hat viele Facetten. Jede einzigartig und besonders. Aber immer bodenständig und echt. Machen Sie jetzt mit und erzählen Sie uns Ihre eigene Nordfriesen-Geschichte!


JETZT IHRE GESCHICHTE ERZÄHLEN

Marieke Petersen
Veröffentlicht am 2019-09-08

Wenn ein Nordlicht das Licht der Welt erblickt

Seit 2014 arbeitet Marieke Petersen als Hebamme in Husum im KreisSaal. Mit Leidenschaft und Herzblut geht sie ihrer Berufung nach, denn für die Nordfriesin ist es immer wieder ein Wunder, wenn ein kleines Nordlicht das Licht der Welt erblickt. So wichtig dieser Beruf auch ist, so hat er auch seine Schattenseiten. Denn aufgrund des rechtlichen und politischen Rahmens ist es sehr schwer geworden, als Hebamme zu arbeiten. Marieke Petersen möchte daher darauf aufmerksam machen, wie unersetzlich der Beruf einer Hebamme ist. Aktuell fehlen mindestens zwei bis drei Hebammen, die das Team in Husum unterstützen, denn die Kreisstadt hat den einzigen KreisSaal in ganz Nordfriesland.


Ob das mit der Ebbe stimmt siehst du wenn das Boot nicht schwimmt



Inke Hansen
Veröffentlicht am 2019-09-02


Määh, Määh, Määh

Das echte norddeutsche Moin-Gefühl – das vermittelt **Illustratorin Inke Hansen** mit ihrem Nordfrieslandschaft. Seit über drei Jahren freuen sich 1100 Facebook-Fans auf das morgendliche Schaf-Posting der Künstlerin. Und wenn sie mal gerade nicht zeichnet, dann betreibt sie ihren kleinen Laden in Dreesdorf. Hier gibt es selbstentworfenen Moin-Artikel, Nordfrieslandschaft-Tassen mit und ohne Wunschnamen und Sensendeern-Klamotten.



Jörg Bernkopf
Veröffentlicht am 2019-07-30


Soundscape of Frisia mit Schottenrock



Karsten Kosowski
Veröffentlicht am 2019-09-01

Buntes Treiben auf Strandgut

Segeln, Windsurfen, Wellenreiten, Kiten oder Stand-Up-Paddling – Karsten Kosowski ist nicht nur begeisterter Wassersportler, sondern auch leidenschaftlicher Maler. Seine Grundlage: Treibholz und Strandgut. „Alles, was das Meer an den Strand spült, hat eine eigene Geschichte, eine Reise hinter sich“, so der Nordfries. Kreiert werden daher lebendige und außergewöhnliche Accessoires. Wie die Kunstwerke aus Treibgut so aussehen? [Hier](#) geht's zum Portfolio.





MeerART
Veröffentlicht am 2019-05-30

Nie mehr MeerWEH mit MeerART: Bei uns darf es immer etwas Meer sein



Inselkind
Veröffentlicht am 2019-09-11

Einmal um die Welt und zurück nach Sylt: Ein Inselkind, das Familienglück und Meerliebe in der Heimat fand.



Deichlimo
Veröffentlicht am 2019-09-12

Frisch, spritzig, Deichlimo – so schmeckt Nordfriesland.

Broder Brodersen
Veröffentlicht am 2019-05-29

Hier in Nordfriesland brennen wir für unsere Ideen.

Keine Staus, die herrliche saubere Luft, der hohe Freizeitwert und die Ausgeglichenheit der Menschen – Dinge, die **Broder Brodersen** an seiner Heimat schätzt. 1945 in Nordfriesland geboren und in Klixbüll in einer Kaufmannsfamilie aufgewachsen, zog es den jungen Broder nach seiner Lehre nach Hamburg. Dort verkaufte er mehr als 30 Jahre hindurch Kaminöfen in guter Qualität. 50 Jahre später kehrte er nach Nordfriesland zurück und übt diese Tätigkeit selbst als Rentner weiter aus. Denn sein Herz hängt



Hans-Jürgen Thomsen
Veröffentlicht am 2019-05-31

Tradition trifft Moderne: ein Familienhotel für Theodor Storm.

Aktivitäten in den letzten Jahren



Moin Lieblingsland hilft!
2020



Husumer Hafentage
2018



Plakatkampagnen



Nordfriesen-Original
2019



Aktion: 50 Jahre Nordfriesland
April 2020



Von Hier? Gefällt mir!
2021



**Krankenpfleger*in
gesucht!**



Jobtester Basti

Wie arbeitet es sich so in Nordfriesland?

Das fragen sich viele. Und deshalb haben wir einen eigenen Jobtester. Basti ist für uns in der ganzen Region unterwegs und schnuppert in verschiedene spannende Berufe rein. Schauen Sie mal rein, wo Basti schon überall gewesen ist!

Ob Pfleger, Kindergärtner, Solarmonteur, WKA-Techniker oder Physiotherapeut....

<https://www.kueste-sucht-koenner.de>



**Die Zukunft im Blick.
Und das Meer
direkt um die Ecke.**

Mit Jobtester Basti Karrierechancen in Nordfriesland entdecken.
Wie lebt und arbeitet es sich eigentlich so in Nordfriesland? Das fragen sich viele. Und deshalb haben wir einen eigenen Jobtester. Basti ist für uns in der ganzen Region unterwegs und schnuppert in verschiedene Berufe rein.

informier dich auf www.kueste-sucht-koenner.de



Nordfriesland
Moin Lieblingsland.



Ergebnisse

- Die Kampagne und die Marke „**Moin Lieblingsland**“ sind in Nordfriesland **bekannt**.
- **Überregionale Aufmerksamkeit** für die Kampagne und unsere Region.
(z.B. darf ich heute hier stehen und Ihnen von unseren Aktivitäten berichten)
- Inzwischen rund **500 persönliche E-Mail-Anfragen** pro Jahr.
- Eine ganze Menge **genialer Content**, um laut zu sein.
- Eine **lebendige Community** mit einer hohen Reichweite.
- Erste **Erfolgsgeschichten** von Menschen, die aufgrund unserer Inhalte nach Nordfriesland gekommen sind.
- Höhere **Identifikation** der Nordfriesinnen und Nordfriesen.
- **Spin-Off Projekte** unter der Marke „Moin Lieblingsland“.

Die Lieblingsland-Community



Facebook

4.911 Gefällt mir

5.512 Follower

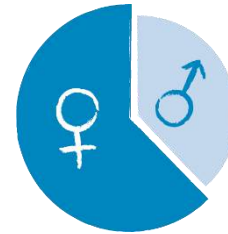
Reichweite
106.000



Instagram

6.124 Follower

Reichweite
51.505



**61% Frauen,
39% Männer**



Top Städte

Husum,
Niebüll,
Hamburg,
Dortmund

Erfahrungen

- Es braucht Zeit eine Marke in der Region zu etablieren – **Ausdauer und Geduld** sind wichtig!
- Regionalmarketing ist **schwer messbar** – online besser als offline. Ergebnisse verzögert sichtbar.
- Evaluationsaufwand sehr hoch, **Nullmessung nötig** – Aussagekraft überschaubar.
- Gießkanne funktioniert nicht so gut – **Budget bündeln** und **Aktivitäten fokussieren**.
- Manchmal geht probieren über studieren. Man darf auf mal **mutig & frech** sein!
- **Emotionen und Klischees** müssen bedient werden.
- Eine Agentur kann oft unterstützen – manche Dinge brauchen aber mehr **Identifikation**.
- **Eine breite Basis** und **politischer Konsens** über Legislaturperioden hinaus sind wichtig.
- **Regionalmarketing kostet Geld** (Agentur- und Kommunikationsbudgets) und Zeit (Personalressourcen).

**Fragen, Feedback,
Anregungen?!**



Nordfriesland

Moin Lieblingsland.