

willkommen
im -Team.



Ostbelgien 

- **2012:**
Touristische Markenbildung
„Ostbelgien O“
- **2013:**
Einführung des Labels
„Made in Ostbelgien“
für regionale Lebensmittel
- **2015:**
Erarbeitung der Markenstrategie
für den Standort Ostbelgien
- **2016:**
Erarbeitung der
Gestaltungselemente für die Marke
- **2017:**
Launch der Standortmarke
„Ostbelgien“, Einbindung der Bürger
durch die Kampagne „Ostbelgien neu
entdecken“ und Start der
Anwerbung von Markenpartnern
- **2021:**
Launch des digitalen
Ostbelgien-Netzwerks



GEMEINSAM WACHSEN FÜR EINEN STARKEN STANDORT

Seit 2017 wird die Marke „Ostbelgien“ als Standortmarke genutzt und schafft zusammen mit allen Partnern eine Sichtbarkeit und Werbekraft, die jeder für sich alleine nicht erreichen kann. Sie eröffnet Perspektiven für Unternehmen und Fachkräfte, ebenso für Familien und junge Menschen, die wir für den Standort begeistern wollen. Denn: Ein starker Standort zieht qualifiziertes Personal sowie Auszubildende, Touristen und Investoren an!

ZUM MARKENHANDBUCH

Hier entdecken Sie die wichtigsten Hintergründe zur Marke und dazu, wie sie das „ostbelgische Arbeits- und Lebensgefühl“ auf den Punkt bringt, um es effizient nach außen zu tragen. Als Unternehmen, Vereinigung oder Einrichtung erfahren Sie, was Ihnen eine Markenpartnerschaft bringt und wie Sie den Standort fördern können. Auch als Ostbelgier, der außerhalb lebt oder arbeitet, sowie als Wahlostbelgier können Sie dazu beitragen, dass sich Ihre (Neu-)Heimat positiv weiterentwickelt.

Zudem erfahren Sie, welche Möglichkeiten Ihnen das Ostbelgien-Netzwerk bietet, um Ihre persönlichen und beruflichen Ziele weiter voranzutreiben.



OSTBELGIEN: LEBEN UND ARBEITEN À LA CARTE

Mitten im Herzen Europas liegt Ostbelgien - ein weltgewandter Standort mit viel „savoir-faire“ und „savoir-vivre“. Von Unternehmern und Investoren wird das kleine Gebiet wegen seiner grenzüberschreitenden Märkte und der idealen Anbindung an Drehkreuze wie Antwerpen, Brüssel, Düsseldorf, Köln, Amsterdam oder Paris sehr geschätzt. Nicht zuletzt die internationale Lage bietet Fachkräften eine Vielzahl an Ein- und Aufstiegschancen in kleinen oder mittelständischen Unternehmen.

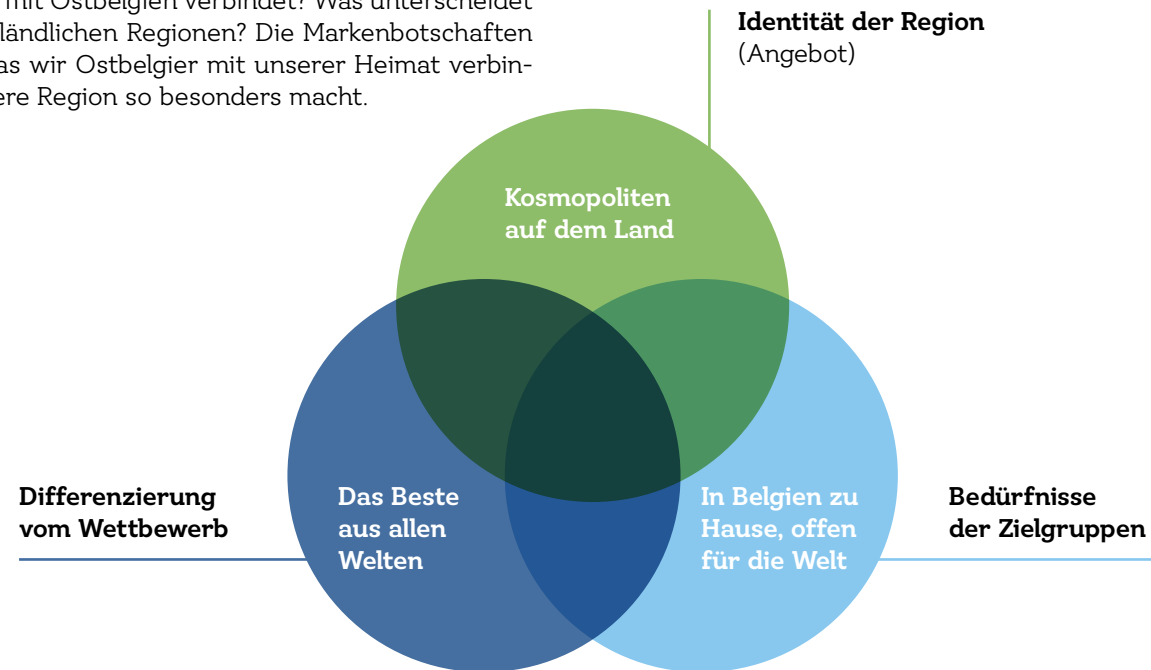
Auch kulturell hat Ostbelgien viel zu bieten. Die Menschen hier zeichnen sich durch eine Kombination aus französischer Lebensart und germanischen Tugenden aus. Außerdem können sie sowohl die Vorzüge des Landlebens als auch das rege Treiben naher Städte genießen. Naturbelassene Landschaften laden zum Wandern, Reiten, Rad- und Skifahren ein. Daneben bieten die vielfältigen Kulturveranstaltungen etwas für jeden Geschmack. Auch Theater oder Konzerte internationaler Stars sind dank der hervorragenden Verkehrsanbindungen schnell erreichbar.

Grenzen sind also weder auf der Landkarte noch in den Köpfen der Ostbelgier vorhanden. Kurzum – Ostbelgien hat viele Trümpfe und das zieht Menschen an. Alles, was junge Menschen, Berufseinsteiger, Familien und Unternehmer brauchen, finden sie hier. Eine Region, die gleichermaßen städtisch und ländlich sowie familiär, traditionsbewusst und weltoffen ist.

TRÜMPFE

DIE VISION DER MARKE OSTBELGIEN

Was macht unsere Region eigentlich aus? Was sind die Eigenschaften, die man mit Ostbelgien verbindet? Was unterscheidet uns von anderen ländlichen Regionen? Die Markenbotschaften spiegeln wider, was wir Ostbelgier mit unserer Heimat verbinden und was unsere Region so besonders macht.



SOUVERÄN GRENZERFAHREN

Wir Ostbelgier nutzen intuitiv die Vorteile, die sich aus der geographischen Lage ergeben. Sprachen- und Landesgrenzen sind hier keine Hindernisse, sondern Chancen - Chancen, die genutzt werden, um Kontakte zu knüpfen und das Lebensumfeld zu gestalten. Der Umgang mit Grenzen wurde uns sozusagen in die Wiege gelegt und charakterisiert stark die ostbelgische Mentalität.



„Als Ostbelgier ist man dank der Mehrsprachigkeit weltoffen und kann sich flexibel auf die verschiedensten Gesprächspartner einstellen. Auch die Verlässlichkeit wird hoch angesehen. Neben der fachlichen Kompetenz bleibt die soziale Note nicht außen vor. Kurzum: Mit den Eigenheiten der ostbelgischen Mentalität hinterlässt man auf internationaler Ebene einen bleibenden Eindruck.“

Lisa Faymonville, HR Faymonville Trailers to the MAX –
Weltmarktführer in der Herstellung von Aufliegern für den Spezial- und Schwertransport aus Büllingen

IDENTITÄT – KOSMOPOLITEN AUF DEM LANDE

In Ostbelgien kommen wir tagtäglich sowohl mit der romanischen als auch mit der germanischen Kultur in Berührung. Als Bürger des kleinsten der vier belgischen Teilstaaten passieren wir andauernd Sprach- und Landesgrenzen. Wir Ostbelgier sind heimatverbunden, gleichzeitig aber auch anpassungsfähig. Unsere interkulturellen und sprachlichen Stärken nutzen wir auf ganz natürliche Art und Weise. Das macht uns zu Brückenbauern und Netzwerkern par excellence.

„Obwohl sich unser Geschäftssitz in Eupen befindet und daher naturgemäß viele Konzerte in Eupen und der näheren Umgebung stattfinden, haben wir uns stets zum Ziel gesetzt, unsere ostbelgische Heimat in der gesamten Euroregion und auch darüber hinaus musikalisch zu vertreten. So gab es in der Vergangenheit bereits Auftritte in Köln, Aachen, Gent, Ostende, Lüttich oder Löwen und sogar im Europäischen Parlament in Straßburg.“

Simen van Meensel, Geschäftsführer des Kulturnetzwerks Eastbelgica, das es sich zum Ziel gemacht hat, die ostbelgische Kulturlandschaft nicht nur mitzugestalten, sondern auch weiterzuentwickeln und zu prägen



„Entscheidend für die Ansiedlung unseres Unternehmens in Eupen ist die Liebe zur Natur, die perfekte Anbindung an große Ballungszentren und die attraktive Lage am Schnittpunkt zweier großer europäischer Kulturräume. Alle unsere Mitarbeiter stammen aus der Region und sind mehrsprachig. Sie haben nach Großstadt- und Auslandsjahren beschlossen, von ihrer Heimat aus international zu arbeiten.“

Adrian Küchenberg und David Mollers; Geschäftsführer Paperplane Productions – die kreativen Storyteller produzieren massgeschneiderte Marketingfilme für Kunden in ganz Europa



INNER
GREEN
FIELDS
JANA RUSCH



„Der in sich ruhende Standort Ostbelgien, inmitten von Wäldern und Hochmooren, gibt mir die Kraft, die Inspiration und den absolut notwendigen Kontrast, um mich thematisch mit der Dynamik und der Energie der Großstadt beschäftigen zu können. Ostbelgien ist ein beeindruckend weltoffener und kulturaffiner Standort.“

Jana Rusch, Künstlerin – in ihren Werken beschäftigt sie sich mit Formen, Strukturen und Geschwindigkeiten menschlicher Lebensräume

WETTBEWERB: DAS BESTE AUS ALLEN WELTEN

Jungen Menschen, Berufseinsteigern, Familien oder Unternehmern hat Ostbelgien Eines zu bieten - hier gibt es kein „entweder ... oder“. Die Region verbindet das Beste von allen Seiten ihrer Grenzen: deutsche und französische Sprache, ländlich - aber städtisch angebunden, deutschsprachige Handwerksqualität, belgische Küche, Traditionsbewusstsein und Weltoffenheit.

„Die internationalen Kontaktmöglichkeiten, die man sich durch die Offenheit und Mehrsprachigkeit verschaffen kann, sind in Ostbelgien einzigartig. Wir leben in einer Zeit, in der man sehr flexibel sein muss. Oft müssen wir über den Tellerrand hinwegsehen. Das gelingt uns in Ostbelgien sehr gut, da wir uns vielen verschiedenen Regionen und Kulturen gut anpassen können.“

Kurt Schmidt – Geschäftsführer von **Partyservice Schmidt, Traiteur- und Eventservice für Firmen- und Privatfeiern**

„Von unseren deutschen Kunden erhalte ich oft das Feedback, dass die Produkte ostbelgischer Designer aufgrund der romanischen Einflüsse emotionaler und „appetitlicher“ wirken. Gleichzeitig hat mir ein wallonischer Unternehmer kurz nach der Gründung meiner Design-Agentur geraten, mein Tätigkeitsfeld auf den französischsprachigen Teil Belgiens auszudehnen, da die deutschsprachigen Belgier dort für ihre Zuverlässigkeit und Präzision bekannt seien.“

Christoph Willem, Inhaber der JCW - Communication PGmbH – die Eupener Design-Agentur begleitet ihre internationale Kundschaft vom Verpackungsdesign bis hin zur Marktkommunikation in den Bereichen Print und Web



„Offenheit, Grenzerfahrenheit und das Beste aus allen Kulturen: Das sind genau die Bausteine, auf die WifO in seiner Netzwerkarbeit baut. Unser Vorteil: Ostbelgien liegt zentral zwischen Köln und Löwen und die Bewohner, Einrichtungen und Unternehmen unserer Region können sich diese Nähe zu den renommierten europäischen Universitäten zunutze machen, indem sie über WifO die Möglichkeit haben, mit der KU Leuven und der Universität zu Köln zusammenzuarbeiten.“

Karolin Wirtz, Leiterin des Projektes **„Wissenschaft für Ostbelgien“** – Vermittlung von ostbelgischen Anfragen im Bereich der wissenschaftlichen Forschung an Partneruniversitäten

ZIELGRUPPEN IN BELGIEN ZU HAUSE, OFFEN FÜR DIE WELT

Ostbelgien liegt im Herzen Europas. Hier treffen drei Sprachräume und vier Länder aufeinander. Nicht allein deswegen sind wir Ostbelgier offen für Neues. Der Spagat zwischen den Kulturen ist hier Alltag. Das macht es Neu-Ostbelgiern umso einfacher, schnell ein Zuhause-Gefühl zu entwickeln und Anschluss zu finden. Geselligkeit wird hier groß geschrieben.

„Wir sind ein international denkendes und handelndes Familienunternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus, welches seinen Ursprung und seinen Standort in Ostbelgien hat. Verlässlichkeit für unsere Geschäftspartner und unsere Mitarbeiter, Offenheit für Neues und Engagement für unser Umfeld sind allesamt Tugenden, welche wir mit unserer Region teilen und mit denen wir uns aus tiefster Überzeugung identifizieren.“

Bernd Hugo, Geschäftsführer der Karl Hugo AG –
international führendes Unternehmen im Sondermaschinenbau aus Amel



„Als einer der ältesten Vereine des Landes fühlen wir uns sehr stark in der Region verwurzelt. Bei uns wird das Miteinander gelebt und besonders für Kinder und Jugendliche bieten wir eine feste Anlaufstelle. So steht die Förderung der Jugend im Fokus unserer Vereinsphilosophie. Gleichzeitig sind wir belgienweit und im benachbarten NRW bestens vernetzt. Auch pflegen wir enge Kooperationen mit anderen Sportvereinen in Ostbelgien.“

Istvan Vaessen,
Vorstandsmitglied im Handballclub KTSV Eupen

„Mit unseren über 100 Ehrenamtlern setzen wir uns für eine menschlichere Gesellschaft ein, in der Frauen und Männer, Alte und Junge, Hiesige und Hinzugezogene gerne leben. Das Gelingen dieser gemeinsamen Aufgabe hat sehr viel mit der Einzigartigkeit unserer ostbelgischen Heimat zu tun, denn die Menschen erfahren sich hier als Nachbarn.“

Gisela Cloot, Leiterin der Stundenblume –
ein Ehrenamtsprojekt des Landfrauenverbandes

Im Zentrum der lokalen Kulturaktivitäten steht zweifellos das rege Vereinsleben. Wer sich hier einbringt, gehört schnell dazu. Mit viel Enthusiasmus gestalten hunderte Vereine, Organisationen, Verbände und Einrichtungen das gesellschaftliche Miteinander. So begegnen sich täglich viele Menschen in den Bereichen Sport, Jugend, Bildung, Kultur, Musik und Soziales. Dieser Einsatz macht Ostbelgien besonders lebens- und liebenswert.

PARTNER

GEMEINSAM WACHSEN

Die Standortmarke bietet Betrieben, Vereinen und Einrichtungen die Möglichkeit, unter dem gemeinsamen Dach „Ostbelgien“ aufzutreten. Dies schafft Synergien und erhöht gleichzeitig die Sichtbarkeit für jeden Einzelnen und den Standort. Nach drei Jahren haben sich bereits über 300 Partner angeschlossen.

Wenn auch Sie Teil des O-Teams werden möchten, stehen Ihnen drei Instrumente zur Verfügung:

1. Standortzeichen „Ostbelgien O“



2. Standortzeichen „Ein Unternehmen aus Ostbelgien“

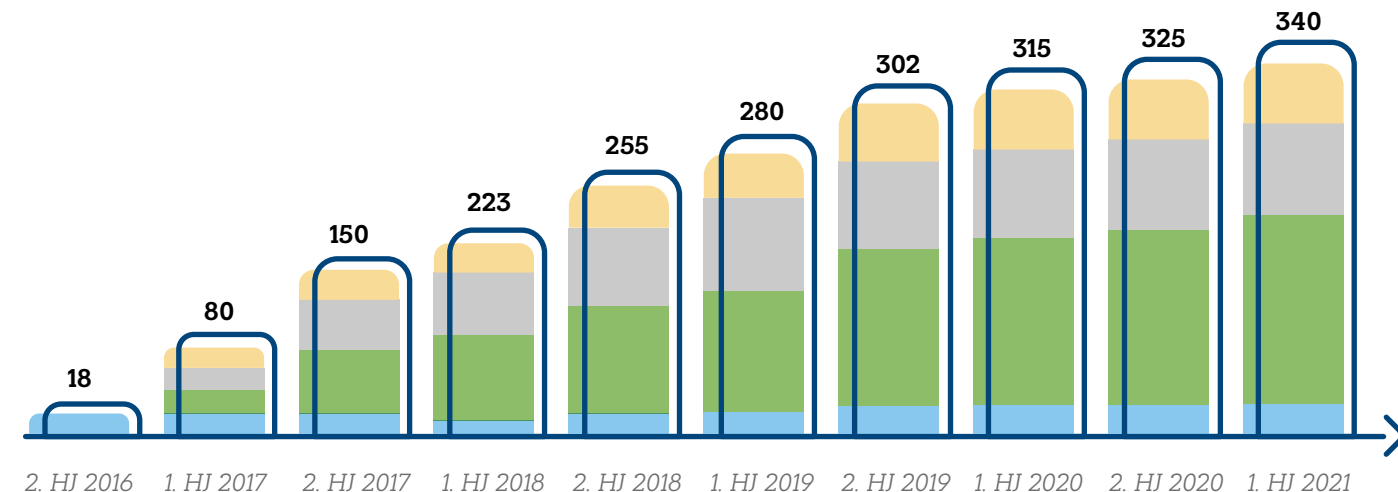


3. Qualitätslabel „Made in Ostbelgien“ (MIO)



ANZAHL MARKENPARTNER

- Öffentliche Einrichtungen
- Vereine
- Unternehmen
- MiO



„Der Standort Ostbelgien formte das Unternehmen und machte es zu dem, was es heute ist. Im Jahr 2007 entschlossen wir uns daher weiter zu investieren und unsere Schreinerei zu renovieren und beinahe auf die doppelte Größe zu erweitern. Wir sind uns als Unternehmen und Familie bewusst, dass alles, was wir im Leben erreicht haben, nur durch einen starken Zusammenhalt erreicht werden konnte. Daher möchten wir unseren Teil dazu beitragen, anderen Menschen Ostbelgien näher zu bringen.“

Rolf Jodocy, Geschäftsführer Schreinerei Jodocy – auf den Wohnungsbau spezialisierter Familienbetrieb aus Amel

WOLLEN AUCH SIE PARTNER WERDEN?

Sie identifizieren sich mit den Werten der Marke Ostbelgien?

Füllen Sie jetzt das Onlineformular auf www.ostbelgieninfo.be/partner aus und werden Sie **kostenlos** Teil des O-Teams!

ALS MARKENPARTNER...:

1. bekennen Sie sich zur Region und fördern diese:

Zeigen Sie, dass Sie tief in Ostbelgien verwurzelt sind und die Werte des Standorts teilen, zu dessen Sichtbarkeit Sie beitragen.

2. profitieren Sie vom positiven Image der Region und Ihrer Akteure und von künftigen Werbemaßnahmen des Standortmarketings:

Durch die gemeinsame Nutzung der Marke und das dazugehörige Standortmarketing erreicht jeder Partner eine Bekanntheit und Vermarktung, die er für sich alleine nicht erreichen könnte.

3. gestalten Sie die Zukunft Ostbelgiens mit:

Diskutieren Sie bei Veranstaltungen der Marke mit Botschaftern und Partnern über die Entwicklungsperspektiven unserer Heimat.

4. festigen Sie Ihre Netzwerke:

Treffen Sie Akteure aus Ostbelgien sowie Botschafter aus der ganzen Welt, die Ihnen als Kooperationspartner oder Vermittler zur Verfügung stehen können.

5. können Sie gezielt Verbindungen eingehen:

Im digitalen Ostbelgien-Netzwerk können Sie aktiv Verbindungen zu Ostbelgien-Botschaftern außerhalb der Region herstellen.

6. finden Sie leichter geeignete Fachkräfte:

Stellen Sie Ihr Jobprofil im digitalen Netzwerk online, damit interessierte Pendler, Wahlostbelgier und rückkehrwillige Ostbelgier in der Welt Sie kontaktieren können.

DAS BIETEN WIR IHNEN:

- Ihr Steckbrief mit Kurzbeschreibung und Kontaktdaten wird auf der Website www.ostbelgieninfo.be veröffentlicht. So können Sie einfach gefunden werden.
- Sie erhalten ein Willkommenspaket mit allem, was Sie benötigen, um als Markenpartner aufzutreten.
- Sie werden zu Netzwerkveranstaltungen eingeladen, bei denen Sie Kontakte knüpfen oder aktiv über die Zukunft Ostbelgiens mitdiskutieren können.
- Sie profitieren von der Werbekraft der Marke Ostbelgien, die vor allem für Qualität steht.

„Die Liebe und meine Leidenschaft fürs Radfahren haben mich nach Ostbelgien geführt. Als ich mein Hobby zum Beruf machte, war meine Wahlheimat aufgrund meiner Verwurzelung im Dorf und der Anbindung an den RAVeL der ideale Standort. Diese Verbundenheit trage ich gerne und bewusst nach außen.“

Ole Habermehl –
Inhaber der Raerener – „RadCabine“



„Als Jugendgruppe sind wir stolz, Teil einer tief verwurzelten ostbelgischen Tradition zu sein. Im Rahmen unseres ehrenamtlichen Engagements erleben wir Gemeinschaft und die wunderbare Natur unserer Region. Bei Begegnungen auf Lagern sowie bei der Vernetzung mit unserem Verband im belgischen Inland nehmen wir unsere Heimat stets selbstbewusst mit.“

Louisa Thielen –
Leiterin der Patro Mädchen
St. Raphaël Eupen

DIE MARKENFAMILIE:
EINE WERTEGEMEINSCHAFT

Werte bilden den Kern der Marke Ostbelgien. Sie liefern die Botschaften für das Standortmarketing und bringen auf den Punkt, was die Mitglieder der Markenfamilie miteinander verbindet. Daher wurden Wertechartas mit ostbelgischen Betrieben und Vereinen ausgearbeitet. So wurden die Markenbotschaften perfekt in die Wirklichkeit unserer Unternehmen und Vereinigungen übersetzt und zeigen, welche Eigenschaften sie zu ihren „typisch ostbelgischen Trümpfen“ zählen.

„Das IKOB zeigt international relevante Kunst aus Ostbelgien und bringt internationale Künstler in die Region. Es ist daher wie Ostbelgien selbst. Es hat eine starke Identität und liebt die feinen Unterschiede.“

Frank-Thorsten Moll –
Direktor Internationales Kunstzentrum Ostbelgien

„Beim Tanzen sind Elan und Engagement ebenso wichtig wie Rücksichtnahme und Kommunikation. Neben diesen täglich gelebten Werten reflektieren die Jugendlichen beim Mexikoaustausch als Ostbelgien-Botschafter auch über ihre Wurzeln: Offenheit, Mehrsprachigkeit, Engagement in intakten Dorfstrukturen sowie spannende Städte vor der Haustür – Fern der Heimat entsteht Bewusstheit dafür, wie einzigartig dieser Mix ist!“

Anna Edelhoft und Fernando Flores –
Tanzzentrum „Bewegung und Tanz“ in Walhorn

Ostbelgien 

CHARTA DER MARKENWERTE
STANDORTZEICHEN FÜR NICHTKOMMERZIELLE AKTEURE

- **Verwurzelt:**
Als Verein, Vereinigung, Organisation oder Einrichtung aus Ostbelgien fühlen wir uns mit unserer Region verbunden. Um unsere Tätigkeit auszuüben, nutzen wir die Vorzüge unserer Heimat: ihre Lage und Natur, ihre sozialen und gesellschaftlichen Strukturen, ihre große Vielfalt und vor allem das Potenzial ihrer Bewohner.
- **Enthusiastisch:**
Wir sind in dem von uns gewählten Tätigkeitsbereich mit ganzem Herzen bei der Sache. Hierdurch gestalten wir das gesellschaftliche Miteinander unserer Heimat aktiv mit.
- **Verbindend:**
Wir übernehmen eine aktive Rolle dabei, durch unsere Aktivitäten Beziehungen zwischen Menschen herzustellen. Dies verbindet uns mit den zahlreichen anderen Akteuren, die unsere Heimat lebens- und liebenswert machen – sei es in den Bereichen Sport, Jugend, Bildung, Kultur, Musik, Soziales, etc.
- **Engagiert:**
Wir packen die Dinge pragmatisch an und haben den Mut, sie in die Tat umzusetzen. Wir übernehmen gesellschaftliche Verantwortung, indem wir in die Zukunft investieren.
- **Verlässlich:**
Die Beziehungen, die wir im Rahmen unserer Tätigkeit eingehen, sind geprägt von gegenseitig gelebtem Verantwortungsbewusstsein und Respekt.
- **Tolerant:**
Wir leben in einer offenen und freien Gesellschaft. Deshalb treten wir sowohl nach innen als auch nach außen offen und tolerant auf.
- **Vernetzt:**
Durch unsere Aktivitäten begegnen wir innerhalb und außerhalb Ostbelgiens aufgeschlossen und interessiert neuen Menschen und Möglichkeiten und blicken gerne über den eigenen Tellerrand.

„Unsere Chorgemeinschaft schafft es, Amateurmusikern aus mehreren Generationen Freude am Gesang und an der Musik zu vermitteln. Hier sind ganze Familiengenerationen vertreten. Jeder der gerne singen möchte, und die Geselligkeit liebt, ist bei uns herzlich willkommen. Als Ostbelgien-Botschafter im In- und Ausland traten wir bereits zu Konzertreisen nach Mainz, Saarbrücken, Löwen, Luxemburg oder ins Elsass an. Aber auch in der Heimat sind wir offen für neue Herausforderungen und suchen deshalb die musikalische Zusammenarbeit mit anderen Chören oder Orchestern.“

Gerlinde Jodocy –
Mitglied des Kirchenchors St. Cäcilia Born



„In Ostbelgien unterstützen sich Betriebe und Lieferanten gegenseitig. Wir sehen unsere Zukunft hier und haben entsprechend investiert.“

Patrick Bröls, Geschäftsführer „Wood and Roof“ –
ein familiares Bauunternehmen in Büllingen

„Die Werte unseres Unternehmens und unserer Mitarbeiter sind eng mit Ostbelgien verbunden. Durch typisch ostbelgische Tugenden wie Qualität, Pünktlichkeit und Fleiß konnten wir uns im Laufe der Zeit großen Respekt bei unserer internationalen Kundschaft verschaffen. Neben der Zufriedenheit der Kunden, die bei uns im Fokus steht, ist uns das Miteinander innerhalb der Firma ebenso wichtig. Mit einem dynamischen und motivierten Team schaffen wir es, unsere Kunden mit Qualität und Zuverlässigkeit zu bedienen.“

Erwin Veithen –
administrativer Geschäftsführer von AC Metall

CHARTA DER MARKENWERTE

STANDORTZEICHEN FÜR UNTERNEHMEN

- **Verbindend und kooperativ:**

Wir übernehmen eine aktive Rolle dabei, Kooperationen einzugehen und Verbindungen herzustellen. Dadurch werden neue Ideen und Handlungsansätze ermöglicht – zwischen Menschen und Unternehmen und vor allem über Grenzen hinweg.

- **Weltoffen:**

Als Unternehmen aus Ostbelgien forschen, entwickeln, produzieren und/oder handeln wir sowohl hier in der Region als auch souverän über Grenzen hinweg. So begegnen wir jeden Tag aufgeschlossen und interessiert neuen Menschen und Möglichkeiten.

- **Anpassungsfähig:**

Wir fühlen uns bei der Begegnung mit anderen Sprachen und Kulturen wohl, weil dies für uns alltäglich ist. Wir passen uns ganz selbstverständlich den Bedürfnissen unserer Partner an. Dadurch fühlen wir uns auch auf überregionalem bzw. internationalem Parkett wohl.

- **Verlässlich und kompetent:**

Wir liefern hohe Qualität und halten, was wir versprechen. Die Beziehung zu unseren Mitarbeitern, Partnern, Kunden und Zulieferern ist geprägt von gegenseitig gelebtem Verantwortungsbewusstsein und Respekt.

Ein Unternehmen aus
Ostbelgien



- **Engagiert:**

Wir packen die Dinge pragmatisch an und haben den Mut, sie konsequent in die Tat umzusetzen. Auch gesellschaftlich übernehmen wir Verantwortung, indem wir in Aus- und Weiterbildung investieren und Ausbildungsplätze in Ostbelgien schaffen.

- **Innovativ:**

Da wir Ideen weder sprachlich oder geographisch noch gedanklich Grenzen setzen, werden Kreativität und Innovation bei uns großgeschrieben. Wir blicken gerne über den Tellerrand und beschreiten neue Wege.

- **Zuversichtlich:**

Aufbauend auf dem Wissen um unsere Stärken blicken wir zuversichtlich in die Zukunft. Wir sehen den anstehenden Herausforderungen positiv und motiviert entgegen und glauben an die Möglichkeiten von morgen.

MADE IN OSTBELGIEN

REGIONAL – QUALITATIV – NACHHALTIG!

Das Qualitätslabel für regionale Lebensmittel „Made in Ostbelgien“ erhöht die Wertschöpfung für lokale Produkte und unterstützt die Unternehmen bei deren Vermarktung. An diesem Label erkennt der Verbraucher Produkte aus der Region.

„Made in Ostbelgien“ steht für hochwertige Erzeugnisse, die auf kurzen Wegen zum Verbraucher gelangen. So wird nicht nur die Bekanntheit der Region gefördert, sondern auch die Beziehung zwischen den Produzenten und Verbrauchern gestärkt. Das trägt dazu bei, die Wirtschaft zu stärken und Arbeitsplätze zu sichern. Gleichzeitig fördert es die regionale Identität und festigt die Kulturlandschaft für künftige Generationen.

Kurzum – **Aus der Region, für die Region!**

Erfahren Sie mehr über das Label „Made in Ostbelgien“ und seine Produzenten auf der Website **www.madeinostbelgien.be**.



„Wir sind in der vierten Generation in Ostbelgien angesiedelt und genau wie unsere Produkte tief in der Region verwurzelt. So sind unsere regional sehr bekannten Waren – wie unser Kaneelefladen oder das Rechter Schwarzbrot – nach traditioneller Art gebacken. Wie in alten Zeiten produzieren wir ohne Zusatzstoffe oder Hefe ausschließlich auf Sauerteigbasis. Somit kann der Kunde bei uns nochmal das urig-reine und pure Brot genießen, das bereits unsere Vorfahren in der Region verzehrten.“

Nathalie Schaus,
Geschäftsführerin der Traditionsbäckerei Schaus in Recht



„'Made in Ostbelgien' hat mir die Gelegenheit gegeben, andere regionale Hersteller zu treffen und ihre Produkte kennenzulernen. Seitdem biete ich auch deren Produkte in meinem Biergarten an.“

Carla Berghuis, Geschäftsführerin der Brasserie de Bellevaux

„Ein Teil von ‚Made in Ostbelgien‘ zu sein bedeutet für mich, gemeinsam mit den anderen Produzenten unsere Region zu vermarkten. Bereits am Namen meiner Käseerei und meines Hauptkäses kann man erkennen, dass ich sehr viel Wert auf Regionalität lege. Ich bin davon überzeugt, dass wir mit einer intensiven Zusammenarbeit mit den anderen Mitgliedern Großes erreichen können.“

Tobias Boffenrath, Inhaber der Eynattener Käseerei Göhlaler



BOTSCHAFTER

STETS MIT DER HEIMAT VERBUNDEN - #STAYCONNECTED

Je mehr Menschen die Region und ihre Trümpfe mit nach außen tragen, umso mehr kann die Standortmarke erreichen. Hier spielen jene Menschen, die durch ihre Arbeits- und Lebenssituation tief in Ostbelgien verwurzelt und gleichzeitig außerhalb der Region breit vernetzt sind, eine wichtige Rolle. Sie sind Botschafter par excellence, da sie am besten wissen, was Ostbelgien so lebens- und liebenswert macht und zudem immer wieder dazu angehalten sind, über ihre (Wahl-) Heimat zu berichten. Bei all diesen Kontakten treten sie ganz natürlich als Botschafter auf und tragen dazu bei, Ostbelgien im In- und Ausland bekannter zu machen.

WER KANN BOTSCHAFTER WERDEN?

- **„Ostbelgier in der Welt“:** Ostbelgier, die in anderen Ländern oder Regionen leben.
- **„Wahlostbelgier und Freunde Ostbelgiens“:** Menschen die aus anderen Ländern oder Regionen stammen und in Ostbelgien leben oder eng mit der Region verbunden sind.
- **„Pendler“:** Ostbelgier, die außerhalb der Region arbeiten oder Menschen die nach Ostbelgien pendeln.
- **„Rückkehrer“:** die in der Vergangenheit einer dieser Gruppen angehört haben und nach Ostbelgien zurückgekehrt sind.



SIE WOLLEN BOTSCHAFTER WERDEN?

Wenn Sie sich mit den Werten der Ostbelgien-Botschafter identifizieren, können Sie sich ganz einfach über das online Formular auf www.ostbelgieninfo.be/botschafter registrieren.

IHRE VORTEILE:

- Wir liefern Ihnen Informationen und Material, um Ostbelgien noch besser vertreten zu können. Unsere Website und regelmäßige Newsletter halten Sie stets über Ostbelgien und die Botschafter-Community auf dem Laufenden.
- Sie sind Gast bei Netzwerk-Veranstaltungen wie zum Beispiel dem jährlichen Treffen der Botschafter und Partner Ende Dezember. So können Sie sich mit anderen Botschaftern austauschen oder mit Unternehmen, Vereinigungen und Einrichtungen in Kontakt treten, um Ihr persönliches Netzwerk zu erweitern.
- Sie erhalten Zugang zum digitalen Ostbelgien-Netzwerk, um gezielt nach Kooperations- und Ansprechpartnern in der ganzen Welt oder in Ostbelgien zu suchen und Ihre beruflichen und privaten Ziele voranzutreiben.
- Sie können sich aktiv in die Prozesse zur Standortentwicklung einbringen, uns Ihre Denkanstöße mitteilen oder bei Veranstaltungen wie der jährlichen Regionalkonferenz über die Zukunft Ostbelgiens mitdebattieren.

„Wenn ich bei meinen Auslandsaufenthalten Menschen aus Ostbelgien traf, fühlte sich das richtig nach „zu Hause“ an. Wir teilten neben der Sprache eine gemeinsame Mentalität und meist fand sich schnell eine Person, die beide kannten. Das verbindet und erinnert einen an seine Wurzeln. Das Ostbelgien-Netzwerk kann dabei helfen, in der Wahlheimat genau diese Menschen ausfindig zu machen.“

Silke Nütten, zurückgekehrte „Ostbelgierin in der Welt“
(Eupen – Bonn – München – London – New York – Eupen)



„Die ostbelgische Sprachenvielfalt hat mich perfekt auf meine internationale Tätigkeit vorbereitet. Ich bleibe bis heute eng mit meiner Heimat verbunden, die mein Bruder und ich bewusst als Standort für unser Unternehmen im Bereich der Cross-Car-Produktion ausgewählt haben.“

Thierry Neuville, Ostbelgier in der Welt (Eupen-Monaco) –
fünffacher Rallye Vize-Weltmeister

„Ostbelgien ist die Heimat der KAS Eupen. Wir sind hier verwurzelt und gleichzeitig international vernetzt. Das Ostbelgien-Netzwerk hilft uns dabei, unserer Aufgabe als Botschafter nachzukommen, indem wir als zuverlässiger Partner Menschen in der Region und darüber hinaus verbinden.“

Christoph Henkel, Wahlostbelgier (Köln-Eupen) –
Geschäftsführer des belgischen Fußball-Erstligisten KAS Eupen



LEITBILD FÜR OSTBELGIEN-BOTSCHAFTER

EINE GEMEINSAME BASIS FÜR DIE GEMEINSAME SACHE

Verbundenheit:

Ich bin bewusst Teil des Ostbelgien-Netzwerks, dessen Aktivitäten dazu dienen, den Standort zu fördern, mit dem ich mich als Botschafter eng verbunden fühle. Ich engagiere mich gerne für die Entwicklung Ostbelgiens – sei es, indem ich die Mitglieder in ihren Anliegen unterstütze oder indem ich positiv über die Region berichte. Hierzu setze ich mich mit den Kernbotschaften der Marke Ostbelgien auseinander und bringe mich bei Interesse in deren Weiterentwicklung mit ein.

Unsere Werte:

Als Ostbelgien-Botschafter teile ich folgende Werte der Marke Ostbelgien:

1. Weltoffen:

Aufgeschlossen und interessiert begegnen wir über Grenzen hinweg jeden Tag neuen Menschen und neuen Möglichkeiten.

2. Anpassungsfähig:

Wir fühlen uns bei der Begegnung mit anderen Menschen, Sprachen und Kulturen wohl, weil es für uns alltäglich ist.

3. Vernetzt:

Wir übernehmen eine aktive Rolle dabei, Verbindungen herzustellen – zwischen Menschen, über Grenzen oder um neue Ideen zu ermöglichen.

4. Proaktiv:

Wir stecken uns Ziele und setzen sie in der Begegnung mit anderen Menschen authentisch, selbstbewusst und pragmatisch um.

5. Zuversichtlich:

Wir sehen der Zukunft ruhig und optimistisch entgegen und erlauben uns, Dinge gelassen in die Hand zu nehmen.

6. Selbstständig:

Wir entscheiden selbst, wie weit wir uns einbringen möchten und respektieren die entsprechende Freiheit der anderen Mitglieder.

DAS OSTBELGIEN-NETZWERK:

EINE WIN-WIN-GESCHICHTE

Durch die Verbindung innerhalb des Ostbelgien-Netzwerks können Partner und Botschafter andere Mitglieder kontaktieren und so Verbindungspersonen oder Ansprechpartner in einer bestimmten Region oder einem bestimmten Bereich finden. **#stayconnected**

DER GEEIGNETE RAHMEN FÜR DEN DIREKTEN AUSTAUSCH

Als Partner oder Botschafter erhalten Sie automatisch Einladungen zu allen Veranstaltungen der Marke Ostbelgien. Die beiden jährlich wiederkehrenden Treffen sind:

- die Regionalkonferenz, wo Referenten spannende Impulse vortragen. Nehmen Sie hier Ideen für Ihre eigene Tätigkeit mit und tauschen Sie sich mit anderen ostbelgischen Akteuren über aktuelle Zukunftsthemen aus.
- das Weihnachtstreffen, an dem traditionell zahlreiche „Ostbelgier in der Welt“ teilnehmen. Hier können Sie Kontakte zu spannenden Botschaftern aus aller Welt knüpfen, um sich inspirieren zu lassen, Kooperationen einzugehen oder gar zukünftige Geschäftspartner, Mitarbeiter oder Arbeitgeber kennenzulernen.



„Als Partner der Marke Ostbelgien können wir in der Datenbank „weltweit“ gezielt nach Ostbelgiern suchen. Das ist für unsere journalistische Arbeit sehr interessant, da wir traditionell Interviewpartner mit einem Bezug zu unserer Heimatregion bevorzugen. Das Knüpfen von Verbindungen ist dabei meist sehr unkompliziert, da die Ostbelgier meist geborene Netzwerker sind – vielleicht liegt das an der ländlichen Lage und den kurzen Distanzen, die uns alle geprägt haben.“

André Goebels,
Leiter des Senders „Radio Contact - Ostbelgien now“



„Erst fern von daheim hat sich mein Bild für die Vorteile meiner Heimat geschärft und ich ertappte mich quasi täglich dabei, dass ich in meinen alltäglichen Kontakten ganz natürlich Werbung für meine Heimat machte. Als es in die Familienplanung ging, war klar, dass der Weg mich wieder zurück nach Ostbelgien führen würde. Ich war froh, dass ich die Kontakte mit der Heimat beibehalten hatte. So wurde ich unmittelbar nach meiner Rückkehr durch eine informelle Vermittlung über das Netzwerksekretariat auf die Stelle aufmerksam, die ich seither in Ostbelgien bekleiden darf und die mich voll ausfüllt!“

Eliane Richter, zurückgekehrte Ostbelgierin in der Welt (Eupen-New York-Eupen) – nach zehn Jahren im Bereich der UN-Entwicklungsziele als Direktorin des Regionalzentrums für Kleinkindbetreuung nach Ostbelgien zurückgekehrt



„Wir fühlten uns als Familie in der Dorfgemeinschaft vom ersten Tag an herzlich willkommen. Ich lernte die Mentalität der Ostbelgier sehr schätzen, wenngleich ich ihre typische Bescheidenheit nie ganz nachvollziehen konnte. Ich fand immer, dass es bei der Darstellung der regionalen Stärken noch ‚Luft nach oben‘ gab. Daher trage ich die Regionaltrümpfe auch jetzt, wo mich mein Weg aus der Region fortgeführt hat, gerne und überzeugt mit nach außen und genieße es sehr, auf den Veranstaltungen des Netzwerks die Verbindungen nach Ostbelgien zu pflegen.“

Murk Muller, Wahlostbelgier (Rotterdam-Berlin-Weisten) – führt Anwaltskanzleien in Berlin und Rotterdam

VERNETZUNG 2.0 - DAS DIGITALE OSTBELGIEN-NETZWERK

Im online Netzwerk können Sie gezielt Partner und Botschafter suchen und kontaktieren, die in bestimmten Regionen oder Bereichen tätig sind.

IHRE VORTEILE

Ostbelgien-Botschafter:

- Indem Sie ein persönliches Profil anlegen, können Sie nach Botschaftern suchen und mit diesen einfach in Kontakt treten.
- Sie legen selbst fest, ob Sie nur die Basisinformationen oder auch weitere Angaben zu Ihrer Person freigeben.
- Im Mitgliederbereich des Netzwerks können Sie für Initiativen werben und Ansprechpartner suchen. Als „Ostbelgier in der Welt“ können Sie beispielsweise mitteilen, dass Sie zurück in die Heimat kommen, um so über Ihr Profil entsprechende Jobangebote zu erhalten.

Markenpartner:

- Nach Ihrer Registrierung als Partner erstellen wir Ihren öffentlichen Steckbrief, damit Sie von Partnern und Botschaftern aber auch Aussenstehenden gefunden und kontaktiert werden können.
- Sie erhalten Zugang zum online Netzwerk, wo Sie gezielt nach Botschaftern suchen und diese kontaktieren können.
- Nutzen Sie den Mitgliederbereich, um Aufrufe und Kooperationen zu starten oder Jobangebote online zu stellen, die zur Zielgruppe der Botschafter passen.

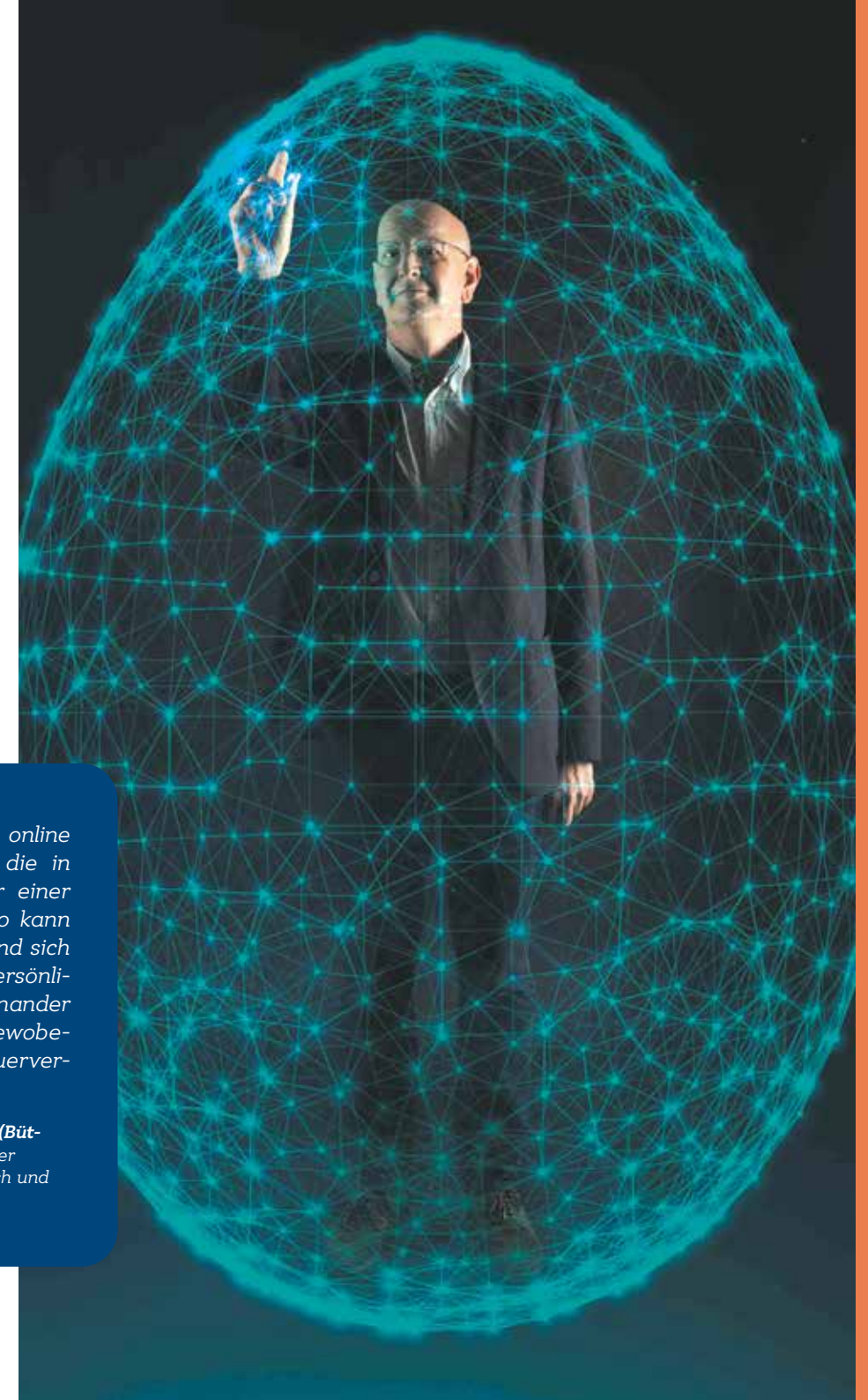
„Um unsere breite Veranstaltungspalette zu gewährleisten, müssen wir stets neue Partner für europäische Förderprojekte finden. Aufgrund unserer sprachlichen Kompetenzen sind wir als „kulturelle Vermittler“ in diesen grenzüberschreitenden Kooperationen immer herzlich willkommen. Die Erstkontakte zu unseren Projektpartnern laufen oft sehr informell ab. Das Netzwerk ermöglicht es uns nun, gezielt nach Vermittlern zu suchen oder breite Aufrufe zu posten.“

René Janssen, Geschäftsführer von Chudoscnik Sunergia – ostbelgischer Kulturveranstalter



„Es ist sehr sinnvoll, dass man online nach Mitgliedern suchen kann, die in einem bestimmten Bereich oder einer bestimmten Region aktiv sind. So kann man gezielt Kontakte eingehen und sich Rat einholen. Dadurch, dass die persönlichen Netzwerke der Mitglieder einander überlappen, entsteht ein dicht gewobenes Netzwerk mit zahlreichen Querverbindungen.“

Wilfried Niessen, Ostbelgier in der Welt (Bütgenbach-Lüttich) – führender Manager der Wirtschaftshochschule HEC der Uni Lüttich und Geschäftsführer mehrerer Unternehmen.



Wir freuen uns darauf, Sie als Partner oder Botschafter im O-Team zu begrüßen und gemeinsam mit Ihnen zu wachsen.

Bei Fragen und Anregungen können Sie uns jederzeit kontaktieren.

KONTAKT

DANIEL NIESSEN

Referent für Standortmarketing

Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft

Tel.: +32 (0)87 876 749 | Mail: ostbelgien-netzwerk@dgov.be

RICARDA METTLEN

Referentin für Standortmarketing

Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft

Tel.: +32 (0)87 596 337 | Mail: ostbelgien-netzwerk@dgov.be

#STAYCONNECTED   

www.ostbelgieninfo.be



VERANTWORTLICHER HERAUSGEBER:

Norbert Heukemes, Generalsekretär,

Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens

D/2020/13.694/18 / FbKOM.PHS/06.01-01.027/20.79

© Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens, Juni 2021

www.ostbelgieninfo.be

Bildnachweise: S. 4, 7, 8, 12, 18, 26: © Xact-Photography – Christian Charlier | S. 9, 20: © Paperplane Productions | S. 9: © Jana Rusch | S. 10: © Chris Eyre-Walker Photography | S. 11, 22, 23: © Gregor Collienne | S. 13: © LFV | S. 17: © Cedric Paquet | S. 24: © watcharakongton - adobestock.com | S. 25: © Silke Nütten | S. 25: © World Media Agency | S. 26: © KAS Eupen | S. 28: © André Goebels | S. 29: © Eliane Richter | S. 29: © Irene Poppelier | S. 30: © Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft | S. 31: © Iconoclash

Layout Titelseite: www.pavonet.be

Layout: JCW-Communication

Druck: Pavonet, Eupen