

Quelle: wochenspiegellive.de

Datum: 18.03.2016

Seite: <http://www.wochenspiegellive.de/eifel/altkreis-monschau/artikel/die-neue-eifel-ist-bodenstaendig-und-sexy-37399/>

Die »neue Eifel« ist bodenständig und sexy

Lebensgefühl der Menschen aus der Region vermitteln

[Altkreis Monschau](#). Die Eifel wirbt für sich ab sofort mit einer neuen Standortmarke. Das Motto lautet: »Wir.Leben.Eifel«. Marke und Motto wurden auf der Internationalen Tourismusbörse ITB in Berlin offiziell vorgestellt.



»Macher« und »Kümmerer« der Zukunftsinitiative Eifel stellten auf der Internationalen Tourismusbörse ITB in Berlin die neue Standortmarke Eifel vor. Unter dem Motto „Wir.leben.Eifel.“ sollen Selbstwert und Zusammengehörigkeitsgefühl gestärkt werden.

Die Standortmarke Eifel soll das Lebensgefühl von etwa einer Million Menschen im Städteviereck zwischen Köln, Koblenz, Trier und Aachen widerspiegeln und die Vorzüge der Menschen und Unternehmen dieser Region vermitteln.

Laut Heinz-Peter Thiel, dem Präsidenten der Zukunftsinitiative Eifel, sind das unter anderem niedrige Grundstückspreise und hohe Lebensqualität durch unberührte Natur und zahlreiche Kulturfestivals. Außerdem sei die Eifel Heimat vieler weltweit exportierender Unternehmen mit attraktiven Arbeitsplätzen. So kämen nicht nur Bitburger Bier, Monschauer Senf und Gerolsteiner Sprudel aus der Eifel, sondern auch Glocken aus Brockscheid und Schiefer aus Mayen, so Heinz-Peter Thiel, der auch Landrat des Vulkaneifelkreises ist.

Die neue Imagekampagne für das Land zwischen Mosel, Ahr und Erft soll das Selbstbewusstsein und das Zusammengehörigkeitsgefühl der Eifeler stärken. Ganz bewusst haben diejenigen, die an dem mehrjährigen Markenbildungsprozess teilgenommen haben, ein Gegengewicht zu überholten Klischees gesetzt. Die »neue Eifel« ist zwar bodenständig, aber auch witzig und agil, selbstbewusst und »sexy«. »Preußisch Sibirien« war einmal.

Bestehende und bewährte Marken wie die Tourismusmarke und die für Qualitätsprodukte verliehene Regionalmarke Eifel sind mit der neuen Standortmarke weder überholt, noch sollen sie abgelöst werden. Klaus Schäfer, der Geschäftsführer der Eifel Tourismus GmbH (ET), sagte auf der Pressekonferenz in Berlin: »Die Standortmarke Eifel ist vielmehr die Dachmarke für die ganze Region.« Sie schließe Tourismus- und Qualitätssiegel konzeptionell mit ein.

Als Symbol für die Standortmarke wurde das bereits weit bekannte und bewährte Eifel-»E« ausgesucht. Es wurde transparent gestaltet, so dass es vor allen möglichen Hintergründen und in allen denkbaren Farben und Facetten individuell Verwendung finden kann.