

Quelle: eifelzeitung.de

Datum: 21.03.2016

Seite: <http://www.eifelzeitung.de/region/wir-leben-eifel-123730/>

„Wir.Leben.Eifel“

Neue Standortmarke Eifel gibt dem Landstrich ein neues, bodenständiges und doch jugendlich agiles Image – Typen, Ideen und Unternehmen sollen neues Selbstbewusstsein und Wir-Gefühl vermitteln – Vorstellung bei Pressekonferenzen in Schalkenmehren und auf der ITB in Berlin

Vulkaneifel. Die Eifel wirbt für sich ab sofort mit einer neuen Standortmarke. Das Motto lautet: „Wir.Leben.Eifel“.



„Macher“ und „Kümmere“ 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 von rund einer Million Menschen im Städteviereck Köln, Koblenz, Trier und Aachen gestärkt werden.

Foto: Reiner Züll/pp/Agentur ProfiPress

Marke und Motto wurden kürzlich bei Pressekonferenzen in Schalkenmehren und auf der Internationalen Tourismusbörse ITB in Berlin offiziell vorgestellt. 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 Landrat 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, Schiefer aus Mayen, Fernseher, Navigationssysteme und Hochleistungspumpen, so Heinz-Peter Thiel, der auch Landrat des Landkreises Vulkaneifel 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 in den Pressekonferenzen in Berlin und Schalkenmehren: „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. Die Zukunftsinitiative Eifel will damit das Wir-Gefühl in der Region stärken und zum Schulterschluss von Menschen und Unternehmen führen. Landrat Thiel stellte vier Beispiele aus „seinem“ Landkreis vor, wie die Zukunftsinitiative Eifel in Zukunft mit Typen und Ideen für die Region werben will. Thiel, der selbst Radrennfahrer ist, stellte den Journalisten beispielsweise den Gerolsteiner Michael Schenten vor, der in einem Wettbewerb zu Deutschlands bestem Fahrradmechaniker gekürt wurde, demnächst seinen Meister macht und vom „Karrierepotenzial im schönsten Nirgendwo“

spricht, wobei er das „Nirgendwo“ nicht despektierlich versteht, sondern als wertschätzendes Synonym für die Eifel. Der 26-Jährige stehe symbolisch für das, was künftig über die Standortmarke Eifel transportiert werden soll, so Thiel und Schäfer: „Es gibt viele Menschen, Produkte oder Unternehmen, die unsere Region von Aachen bis Trier verkörpern. Diese machen die Standortmarke lebendig und können zu dem »Der/Die/Das ist aus der Eifel – hätte ich gar nicht gedacht! -Effekt führen“, sagte Heinz-Peter Thiel.

Stolz auf die Region



Noch mit Schnee im Hintergrund präsentierten in Schalkenmehren (von rechts) Tourismusmanager Klaus Schäfer, Landrat Heinz-Peter Thiel, Wirtschaftsförderer Jan Pontzen und der Bonner Journalist und Historiker Klaus Schäfer die neue Standortmarke Eifel.
Foto: Manfred Lang/pp/Agentur ProfiPress

„Typen, die die Eifel repräsentieren“, können aus seiner Sicht mit regionalen Produkten arbeitende Köche oder Bäcker, nachhaltig bauende Architekten, besondere Produkte herstellende Handwerker, in der Heimat verwurzelte Künstler und viele andere sein. „Wir können stolz sein auf unsere Region, das sollten wir auch selbstbewusst nach außen tragen. Manchmal machen wir uns noch kleiner, als wir tatsächlich sind“, so Thiel. Die Landräte und Bürgermeister aus den zehn zur Zukunftsinitiative Eifel zählenden Kreisen und 52 Kommunen bekamen in den Pressekonferenzen in Berlin und Schalkenmehren Hausaufgaben auf. Sie sollen, jeder in seinem Beritt und Zuständigkeitsbereich, mehrere gute Beispiele an Typen, Initiativen und Firmen benennen, die die Vielfalt der Eifel nach außen verkörpern. Der Präsident der Zukunftsinitiative Eifel will auf diese Weise mindestens 250 eindrucksvolle Belege für die Lebendigkeit und stilvolle Eigenart der Region zusammen bekommen.

Steckbriefe“ für die Fahndung nach Originalen und Originellem sollen noch diese Woche versendet werden. „Wenn wir nach 1000 Tagen Bilanz dieser Kampagne ziehen“, so Landrat Thiel, „dann wird die sehr positiv ausfallen!“ Er, Tourismus-Macher Klaus Schäfer und ihre Mitstreiter sind sehr optimistisch, dass die Eifeler ihr neues Markenzeichen annehmen und mit Leben erfüllen. Denn das täten sie ohnehin schon. Mit der Standortmarke solle dem Landstrich nichts übergestülpt werden. Ganz im Gegenteil, so der Bonner Journalist und Historiker Klaus Schäfer, ein Namensvetter des Geschäftsführers der Eifeltourismus GmbH (ET): „Unsere Standortmarke »Wir.Leben.Eifel.« wird allein deshalb funktionieren, weil sie authentisch und ehrlich ist.“

Die Eifel verbinde, ganz im europäischen Sinne und Ländergrenzen überschreitend, Rheinland-Pfalz mit Nordrhein-Westfalen und die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens zu einer Region, in der gut eine Million Menschen leben. Aktive Partner der Zukunftsinitiative Eifel sind neben den genannten Landkreisen und Kommunen auch die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens, die Industrie- und Handelskammern Aachen, Koblenz und Trier, die Landwirtschaftskammern sowie die Handwerkskammern Aachen, Koblenz und Trier.