

Quelle: volksfreund.de

Datum: 07.03.2016

Seite: <http://www.volksfreund.de/nachrichten/region/gerolstein/aktuell/Heute-in-der-Gerolsteiner-Zeitung-250-gute-Beispiele-fuer-die-Staerken-der-Eifel;art8068,4446936>

## 250 gute Beispiele für die Stärken der Eifel

### Zukunftsinitiative Eifel präsentiert Projekt bei Tourismusbörse Berlin



Foto: (e\_daun )

(Daun/Bitburg/Schalkenmehren) Startschuss in der Bundeshauptstadt: Dort wird in dieser Woche die Standortmarke Eifel vorgestellt. Dahinter steht die Zukunftsinitiative Eifel, die damit das Wir-Gefühl in der Region stärken will.

Daun/Bitburg/Schalkenmehren. Wenn der Gerolsteiner Michael Schenten vom "Karrierepotenzial im schönsten Nirgendwo" spricht, dann ist das "Nirgendwo" nicht despektierlich, sondern als Wertschätzung für die Eifel gemeint. Denn dort - genau gesagt bei Bike-Sport Clemens in Birresborn - hat Schenten eine Ausbildung zum Fahrradmechaniker gemacht und mit Bravour abgeschlossen. Und das nicht nur als Bester im Bezirk Trier, sondern bundesweit.

Der 26-Jährige steht symbolisch für das, was künftig über die Standortmarke Eifel transportiert werden soll. "Bitburger, Gerolsteiner und Technisat sind über die Grenzen der Eifel hinaus bekannt. Aber es gibt viele andere Menschen, Produkte oder Unternehmen, die auch 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", sagt Heinz-Peter Thiel, Landrat des Kreises Vulkaneifel und Präsident der Zukunftsinitiative Eifel (ZIE). "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", sagt Thiel.

#### Optische Abgrenzung

Als touristische Marke ist das Gebiet längst etabliert, über die Regionalmarke Eifel werden Qualitätsprodukte beworben, warum also eine weitere Marke? "Sie soll neben den bereits bestehenden Marken eine werden,

die stellvertretend für das steht, was die gesamte Region als attraktiver Lebens- und Arbeitsmittelpunkt ausmacht. Wir wollen Bevölkerung und Wirtschaft in der Eifel halten beziehungsweise für die Eifel gewinnen," sagt Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel Tourismus (ET) GmbH. Um die einzelnen Marken auch optisch voneinander abzugrenzen, bekommt die Standortmarke, die in den Aufgabenbereich der ET angesiedelt wird, zwar auch das bekannte Eifel-E, das aber schlichter ist.

Beschlossen und verkündet, aber was kommt nun? "Eine Marke kann nicht beschlossen werden, sie muss sich entwickeln", sagt der Journalist Klaus Schäfer aus Bonn, der an dem Projekt mitarbeitet. Und es gehört ein markanter Slogan dazu: Für die Standortmarke lautet der "Wir.Leben.Eifel".

Auf großer Bühne - im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse - wird das Vorhaben in dieser Woche in Berlin präsentiert. Damit allein ist es nicht getan, so haben beispielsweise Landräte und Bürgermeister Hausaufgaben bekommen. "Sie sollen mehrere gute Beispiele aus den unterschiedlichsten Bereichen nennen, mit denen die Vielfalt der Eifel nach außen gezeigt werden soll", nennt Landrat Thiel die Vorgabe. "250 sollen so möglichst zusammenkommen." Auf zwei bis drei Jahre Anlaufzeit ist die neue Marke angelegt, "und wenn wir nach 1000 Tagen Bilanz ziehen, wird sie positiv ausfallen", sagt ein optimistischer Landrat.

#### Meinung

##### Schwer unter einen Hut zu kriegen

Die Initiatoren des Projekts haben recht: Die Eifel hat enorm viel zu bieten, aber manchmal schlägt sie zu leise Töne an, wenn es gilt, sich im Wettbewerb der Regionen Gehör zu verschaffen. Und was sie nun anpacken, um das zu ändern, geht in die richtige Richtung, ist aber auch ein ambitioniertes Vorhaben, wenn sie nach Möglichkeit eine gemeinsame Identität der Eifeler fördern wollen. Aber zwischen Aachen und Trier liegen nicht nur viele Kilometer, sondern manchmal auch ziemlich unterschiedliche Welten, die nur schwer unter einen Hut zu bringen sind. Es zu versuchen, ist völlig in Ordnung, und eine gute Portion an mehr (gemeinsamem) Selbstbewusstsein kann der Eifel auch nicht schaden. [s.sartoris@volksfreund.de](mailto:s.sartoris@volksfreund.de)

#### Extra

Die Eifel verbindet, ganz im europäischen Sinne und Ländergrenzen überschreitend, Rheinland-Pfalz mit Nordrhein-Westfalen und der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens zu einer Region, in der gut eine Million Menschen leben. Aktive Partner der Zukunftsinitiative Eifel sind zurzeit neun Landkreise, 58 Kommunen, die Deutschsprachige Gemeinschaft, die Industrie- und Handelskammern Aachen, Koblenz und Trier, die Landwirtschaftskammern sowie die Handwerkskammern Aachen, Koblenz und Trier. Weitere Verbände und Initiativen unterstützen die Partnerschaft.