

Quelle: WochenSpiegel Vul

Datum: 17.10.2020

Seite: 6

Marke »Eifel« stärkt Wirtschaft und Wir-Gefühl

Mit der Einführung der Marke »Eifel« geht die Zukunftsinitiative Eifel einen weiteren wichtigen Schritt. Ziel ist es, die Eifel als Wirtschaftsstandort weiter zu etablieren.

EIFEL/EUSKIRCHEN (RED/FS). »Unser Ziel ist es, die Eifel im Wettbewerb der Regionen zukünftig noch besser zu positionieren«, sagte Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel Tourismus GmbH, die die Federführung über das Projekt »1000 Tage starke Marke« übernommen hat. Neben der Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft als Unternehmensstandort und Arbeitsmarktregion soll die Etablierung der Marke »Eifel« auch zur

Steigerung des Wir-Gefühls und der regionalen Identität beitragen. »Die Eifel ist bunt, vielfältig und abwechslungsreich. Die Eifeler schätzen ihre Heimat, sie gehen nachhaltig mit dieser wunderschönen Natur- und Kulturlandschaft um. Die Eifel ist aber auch ein moderner Wirtschaftsraum, wo die Werte Qualität und Beständigkeit noch etwas gelten«, erklärte Günter Rosenke, scheidender Landrat des Kreises Euskirchen und Präsident der Zukunftsinitiative Eifel beim Pressegespräch in Euskirchen anlässlich der Einführung der Marke »Eifel«.

Unter dem Slogan »Wir. Leben.Eifel.« präsentiert sich die Eifel künftig unter einem Marken-Dach als Tourismusregion Eifel, als Qualitätsanbieter der Regionalmarke Eifel und auch als attraktiver Wirtschafts-

standort mit exzellenten Rahmenbedingungen.

Wirtschaft, Tourismus, Qualität

»Diese drei Bereiche wollen wir in Gleichklang bringen und auf Augenhöhe weiterentwickeln«, betonte Klaus Schäfer. Als entscheidenden Grundstein auf dem Weg zu einem ganzheitlichen Regionalmarketing in der Region-Eifel sieht auch Dr. Alexander Saftig, Landrat des Kreises Mayen-Koblenz und Präsidiumsmitglied der Zukunftsinitiative, die Einführung der Standortmarke.

Und weil im Wettbewerb der Regionen viel Überzeugungsarbeit geleistet werden muss, haben die Macher eine medienübergreifende Kampagne gestartet. Beauftragt wurde damit die Mendiger Werbeagentur Meid Meid und



Bei einer Konferenz im City-Forum in Euskirchen präsentierten die Akteure der Zukunftsinitiative Eifel die neu eingeführte Marke »Eifel«. Foto: Scholl

Partner. »Beim Corporate Design wurde natürlich das etablierte »Eifel-E« für die Standortmarke adaptiert«, erklärte Geschäftsführer Dirk Meid. Neben Rollups, Flyern und weiteren Print-Produkten, liege jedoch ein Schwerpunkt auf dem digitalen Teil der Kampa-

gne. Dazu zählt das neu strukturierte Internetportal www.standort-eifel.de sowie Aktivitäten bei Facebook und Instagram, um auch junge Menschen gut zu erreichen. Herzstück der Kampagne sind jedoch zwei- bis dreiminütige Unternehmens-Reportagen,

von denen bereits einige online zu sehen sind.

Authentische Protagonisten

»Statt auf ein festes Drehbuch setzen wir dabei auf Glaubhaftigkeit und zeigen die Protagonisten

auch mal mit Ecken und Kantens«, betonte Meid.

Gefördert wird das LEADER-Projekt »Einführung der Marke Eifel« durch Mittel aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). www.standort-eifel.de