

Quelle: WochenSpiegel Adenau, Ahrtal

Datum: 17.10.2020

Seite: 1, 17

»Wir.Leben.Eifel«

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 Mar-



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

ken-Dach als Tourismusregion Eifel, als Qualitätsanbieter der Regionalmarke Eifel und auch als attraktiver Wirtschaftsstandort 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 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, liegt jedoch ein Schwerpunkt auf dem digitalen Teil der Kampagne. Dazu zählt das neu strukturierte Internetportal www.standort-efel.de sowie Aktivitäten auf verschiedenen Social Media-Kanälen, wie Facebook und Instagram, um auch junge Menschen gut zu erreichen.

Authentische Protagonisten

Herzstück der Kampagne sind jedoch zwei- bis dreiminütige

Unternehmens-Reportagen, von denen bereits einige online zu sehen sind.

»Statt auf ein festes Drehbuch setzen wir dabei auf Glaubhaftigkeit und zeigen die Protagonisten auch mal mit Ecken und Kanten«, betonte Meid. Gefördert wird das LEADER-Projekt »Einführung der Marke Eifel« durch Mittel aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER).

Mehr über die »Marke Eifel« erfahren Sie online unter www.standort-efel.de.