

Quelle: Eifel-Mosel Zeitung

Datum: 27.11.2021

Seite: 1

# Erster Markentag „EIFEL“ war ein voller Erfolg

**Prüm.** Die Kampagne zur Einführung der Marke EIFEL ist in vollem Gange, sie wird schon von vielen Menschen gelebt. Im Auftrag der Zukunftsinitiative steuert die Eifel Tourismus GmbH diesen Prozess. Wirtschaftsförderer, Touristiker, kommunale Vertreter und Vertreter der Kammern informierten sich beim 1. Markentag über den Stand der Dinge.

Alle Beteiligten zeigten sich am Ende des 1. Markentags zur Vorstellung der Marke EIFEL voll und ganz zufrieden. Aloysius Söhngen, stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der Eifel Tourismus GmbH, und Dr. Alexander Saftig, Landrat des Landkreises Mayen-Koblenz und Präsident der Zukunftsinitiative Eifel, hatten am 4. November in die Karolingerhalle in Prüm eingeladen, um die Marke EIFEL und den Prozess zur Einführung der Marke näher vorzustellen.

Wirtschaftsförderer, Touristiker, kommunale Vertreter und Vertreter der Kammern aus der nordrhein-westfälischen und rheinland-pfälzischen Eifel waren gekommen,

um sich zu informieren. „Die Eifel ist eine der lebenswertesten ländlichen Regionen Europas. Gemeinsam identifizieren und

Thema ein: „Marken müssen aufgebaut und gelebt werden. Sie haben viel mit Emotionen zu tun und sie brauchen einen Kern“.

sich die Mittelgebirgsregion gegenüber anderen, vergleichbaren Regionen positiv ab. Die Marke EIFEL entspricht der Region Eifel.



gestalten wir unsere zukünftigen Lebenswelten“, betonte Söhngen zu Beginn der Veranstaltung die Vision der Marke EIFEL.

Klaus Schäfer, freier Journalist, Kommunikationsberater und Dozent aus Bonn, moderierte den 1. Markentag und führte in das

In wenigen Regionen Deutschlands firmieren Wirtschaftsregion und Tourismusregion unter einem Dach. Meist stehen sie nebeneinander und haben wenige Verknüpfungen, die Logos sind unterschiedlich und Bürger wie Besucher nehmen beides nicht als Einheit wahr. In der Eifel ist dies anders, damit hebt

Der Prozess, die Marke EIFEL aufzubauen und in das Bewusstsein der Menschen in der Region und außerhalb zu bringen, ist in vollem Gange. Doch was verbirgt sich hinter der Marke EIFEL? Wie ist sie aufgebaut und wer ist maßgeblich daran beteiligt? Wer gestaltet den Prozess? Klaus Schäfer, Geschäftsführer der

Eifel Tourismus GmbH, brachte den Teilnehmern das Konzept näher. „Eine Marke ist emotional und benötigt ein Wertegerüst“, hob er hervor. Die Identität der Eifelerinnen und Eifeler verglich Schäfer mit einem Baum. Die Menschen schöpfen ihre Kraft aus der Tiefe und sind fest verwurzelt mit ihrer Region. Der Charakter bildet den Stamm: Zukunftsorientiert, beständig, gelassen und optimistisch seien die Eifelerinnen und Eifeler. Die Früchte des Baums bildet die Einzigartigkeit. Die Geschichte hat die Menschen zusammenrücken lassen, sie packen Dinge gemeinsam an und vertrauen einander. „Gemeinschaft gestaltet Lebenswelten“, brachte Schäfer den Kern der Marke EIFEL auf den Punkt.

Die Marke EIFEL ist das Dach, darunter stehen gleichberechtigt die drei Säulen Wirtschaftsstandort, Tourismusregion und Qualitätsanbieter nebeneinander. „Es ist die Marke für die Eifel, die Sie Ihren Bürgern und Unternehmern zur Verfügung stellen können“, betonte Schäfer. Die Eifel Tourismus GmbH führt im Auftrag der Zukunftsinitiative EIFEL die Marke EIFEL. Ω