**Redebeitrag Landrat Günter Rosenke zur**

**Pressekonferenz**

**„1000 Tage starke Marke“**

**Mittwoch, 14. Oktober, 11.15 – 12 Uhr,**

**City Forum Euskirchen, Hochstraße 39, in 53879 Euskirchen**

**Es gilt das gesprochene Wort!**

**ZI Eifel allgemein**

Lassen Sie mich kurz ein paar Hintergründe zur Zukunftsinitiative Eifel erklären.

Dahinter verbirgt sich ein Zusammenschluss ganz vieler unterschiedlicher Partner, die alle ein großes Ziel verfolgen:   
Die Förderung der Großregion Eifel.

Eines verbindet uns alle – die Liebe zu unserer Heimat und der Wunsch, die Eifel noch attraktiver zu machen.

Um das dauerhaft themen- und grenzüberschreitend umsetzen zu können, wurde 2005 die Zukunftsinitiative Eifel ins Leben gerufen.

Unter dem Motto: „Wir.Leben.Eifel“ vereint die ZI Eifel Akteure aus zwei Nationen und zwei Bundesländern.

Wer macht da alles mit?

Aktive Partner der Initiative sind zur Zeit:

* neun Landkreise,
* die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens,
* die Verbandsgemeinden Adenau, Brohltal, Cochem, Kaisersesch und Ulmen,
* die Industrie- und Handelskammern Aachen, Koblenz und Trier,
* die Landwirtschaftskammer NRW
* und die Kreisbauernverbände Bitburg-Prüm und Daun.

Zusammen erreichen wir mehr.

Seit 15 Jahren kann die ZI Eifel durch zahlreiche Projekte, intensiven Austausch mit Partnern und gezielte Einbindung der Wirtschafts- und Wissenschaftstreibenden Viele begeistern, Zahlreiches bewegen und Nachhaltiges bewirken.

Damit wurden Mehrwerte geschaffen, die für einzelne Akteure – ob Unternehmen oder Institutionen – nicht zu erreichen gewesen wären.

**Thema Marke Eifel:**In einem ersten gebietsübergreifenden LEADER-Kooperationsprojekt mit dem Titel **Markenprozess „Dachmarke Eifel“** (2012-2015)wurde die Marke EIFEL mit den drei Säulen Standort-, Tourismus- und Qualitätsmarke entwickelt.

Die Ergebnisse des Markenprozesses finden sich zusammengefasst in der Eifel-Botschaft. (s. Pressemappe).

Demnach zeichnet die Eifel ein hohes Maß an gelebter Gemeinschaft, an Verbindlichkeit und Tatkraft aus.

Das prägt die Identität der Eifeler und Eifelerinnen.

Mit dem Slogan „Wir.Leben.Eifel“ und der Ableitung des touristischen Eifel-Logos zum neuen Zeichen der Standortmarke, lagen zum Abschluss dieses Projekts die Grundlagen zur erfolgreichen Einführung der Marke vor.

Mit der Einführung der Marke Eifel geht die Zukunftsinitiative Eifel einen weiteren Schritt zur Positionierung der Region nach außen und stellt sich damit aktiv dem Wettbewerb der Regionen.

Sie ist ein entscheidender Grundstein hin zu einem ganzheitlichen Regionalmarketing in der Eifel.

Ziel des Projektes ist die Etablierung der Standortmarke Eifel.

Neben der Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft als Unternehmensstandort und Arbeitsmarktregion soll die Markenetablierung aber auch zur Steigerung des Wir-Gefühls Eifel sowie zur Steigerung der regionalen Identität beitragen.

Weiterhin soll die Ausprägung des demografischen Wandels möglichst gering gehalten werden durch eine erhöhte Bleibeorientierung der heimischen Bevölkerung sowie durch Rückkehr und Zuzug.

Um diese Ziele zu verwirklichen und da sich in der Eifel viele unterschiedliche Perspektiven eröffnen, werden unterschiedliche Zielgruppen berücksichtigt.

Abhängig von der jeweiligen Lebenssituation sind es immer wieder andere Standortvorteile für alle, die in der Eifel bleiben oder in die Eifel kommen wollen:

* Ausbildung
* Arbeit
* Unternehmen
* Familie
* Leben im Alter

Zur Umsetzung des Standortmarketings wurden LEADER-Fördermittel in NRW und RLP eingeworben und eine professionelle Agentur (meid meid und Partner) mit der Kampagnenplanung und Durchführung beauftragt.

Die Eifel Tourismus GmbH wurde als Projektträger ausgewählt.

Genaueres wird Ihnen gleich Klaus Schäfer erläutern, der Geschäftsführer der ET GmbH.