

Neue Tourismusmarke: „Heinsberger Land – erfrischend entspannt“

Von: disch

Letzte Aktualisierung: 16. Mai 2017, 17:53 Uhr



Landrat Stephan Pusch (l.) und Wirtschaftsförderer Ulrich Schirowski (r.) haben am Dienstag an der Breberener Mühle die neue Tourismusmarke vorgestellt: „Heinsberger Land – erfrischend entspannt“. Foto: agsb

KREIS HEINSBERG. Eine neue Wort- und Bildmarke für den Tourismus mit dem Titel „Heinsberger Land“ und dem Untertitel „erfrischend entspannt“ haben Landrat Stephan Pusch und der Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Heinsberg (WFG), Ulrich Schirowski, am Dienstagnachmittag bei einem Pressegespräch in Gangelt an der Breberener Mühle vorgestellt.

Radfahren, Wandern und einiges mehr: Unter www.heinsberger-land.de wird die Region im Internet „erlebnisorientiert“ präsentiert, denn – so hieß es – Tourismusstudien würden belegen: „Gäste wollen Erlebnisse.“ Zusätzlich gibt es im Netz einen Blog, der Erlebnisschilderungen im Heinsberger Land in Sachen Tourismus und Freizeitgestaltung aus dem persönlichen, auch emotionalen Blickwinkel eine Plattform bieten soll.

„Das ist ein ganz wichtiger Aspekt für uns“, so Schirowski. „Touristisches Marketing funktioniert nicht vor allem über Zahlen, Daten, Fakten, sondern über Emotionen. In der Freizeit und im Urlaub will man etwas Schönes erleben und das in seinen Alltag mitnehmen. Das kann man bei uns ganz erfrischend entspannt haben und das wollen wir auch besonders herausstellen.“

Zweimal jährlich soll das nun druckfrisch in Form der ersten Ausgabe vorliegende Gästemagazin mit dem Titel „Heins“ erscheinen. Außerdem sollen bald mit sogenannten Pocket Guides, sprich - Miniplänen, weitere Instrumente für die prägnante Information von Gästen folgen.

„Außenmarketing und Binnenmarketing sind gleichermaßen von Bedeutung,“ ist im 2016 vorgelegten Tourismuskonzept des Kreises nachzulesen. Gäste von außerhalb sollen für die Region begeistert werden, aber auch Menschen aus dem Kreis noch stärker für die touristischen Angebote vor Ort gewonnen werden. So ist denn die neue Marketingstrategie zunächst bewusst auch in Richtung der Gastgeber und Multiplikatoren im Heinsberger Land ausgerichtet. Sie sollen sich mit der Marke identifizieren und sie bewusst und gerne mittragen. Und natürlich sind Internetseite oder Gästemagazin ebenso für alle interessierten Bürger aus dem Kreis gedacht.

Die WFG organisiert also zukünftig unter dem Label „Heinsberger Land“ die Vermarktung, Entwicklung und Qualitätssteigerung – in einer neuen Abteilung „mit einer kooperativen Philosophie“, wie betont wird. Dies sowohl nach innen zu den Städten und Gemeinden im Kreis als auch nach außen – samt neuer touristischer Partnerschaft mit dem Niederrhein.

Nach dem Beitritt des Kreises Heinsberg zur Niederrhein Tourismus GmbH, die am Donnerstag im Ausschuss für Kultur, Partnerschaft und Tourismus auf der Tagesordnung steht, wird für das überregionale Destinationsmarketing zukünftig unter anderem deren gemeinsame Buchungsplattform genutzt. Die WFG soll ihren Fokus auf die Entwicklung im Kreis selbst richten. Stichworte sind da: Qualitätssteigerung, Angebotsausweitung, Kommunikation, Profilierung der Stärken. „Mit diesen vier Kernaufgaben wollen wir Tourismus im Heinsberger Land weiter entwickeln,“ so Schirowski.

„Wir sind auf einem guten Weg“, sagte der Landrat am Dienstag und brachte seine Hoffnung zum Ausdruck, dass alle Akteure in der Region „an einem Strang ziehen“. Und Pusch kündigte weitere Projekte an. Einer der nächsten Bausteine sei das Thema Genuss mit der Etablierung einer eigenen Regionalmarke für das Heinsberger Land.

Leserkommentare