

Eine Pressemitteilung des

Lahntal Tourismus Verband e. V.

Achim Girsig (GF)

Ulrike Petersen (Presse)

Brückenstraße 2, 35576 Wetzlar

Tel.: 0 64 41 – 30 99 80

Fax: 0 32 12 – 123 95 08

presse@daslahntal.de

www.daslahntal.de/presse

Datum: 03. November 2017

Das Lahntal – Präsentation des neuen Corporate Design

Am 2. November 2017 stellte der Lahntal Tourismus Verband e. V. (LTV) im Museum des Grafenschloss Diez sein neues Corporate Design vor.

Neben dem Vorstandsvorsitzenden des LTV Landrat Frank Puchtler (Rhein-Lahn-Kreis), dem Geschäftsführer Achim Girsig und Mitgliedern des LTV¹ waren auch Vertreter der Leader-Regionen² vor Ort, die im Rahmen des länderübergreifenden LEADER-Kooperationsprojektes „zur touristischen Markenentwicklung DASLAHNTAL“ in Hessen, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen einen Teil der Finanzierung aus ihren Fördermittel-Budgets bereitgestellt haben.

„Das neue Corporate Design ist der erste sichtbare Schritt im Zuge des Relaunchs der Marke DASLAHNTAL, um die touristische Destination weiter erfolgreich am Markt zu platzieren“, freute sich Puchtler.

Der LTV hatte in mehreren Workshops gemeinsam mit seinen Mitgliedern die Entwicklung zu einer starken Tourismusmarke vorangetrieben. Grundlage waren neueste Marktforschungsergebnisse. Der Entwicklungsprozess wurde von der Tourismusberatung PROJECT M begleitet. Die grafische Umsetzung übernahm die Agentur Shapefruit AG aus Bad Neuenahr-Ahrweiler.

Aus Sicht der Lahntal-Touristiker gelten der Städte- und Kulturtourismus sowie der Aktivtourismus in der Natur (Wandern, Radfahren, Wasserwandern) als Kernkompetenzen des Lahntals und sind damit imageprägend für die Marke. „Die Zielgruppen „städtischen Genießer“ und die „aktiven Naturgenießer“ sind im Lahntal besonders gut aufgehoben“, erläuterte Girsig und ergänzte: „Hier finden sie eine wunderbare Kombination aus dem Aktiv- und Naturerlebnis einer

Fluss- und Mittelgebirgslandschaft und einer Reihe sehr lebendiger und kultureicher Städte und Orte vor.“

„DASLAHNTAL will vor allem natürliche Frische, Ungezwungenheit und Lebendigkeit ausstrahlen und auf seine Besucher aktivierend wirken – dementsprechend ist das neue Logo lebendig, vielfältig und modern“, erläuterte Frank Mies (Geschäftsführer Shapefruit AG) das neue Konzept. Sukzessive werden im weiteren Verlauf die Werbemittel für DASLAHNTAL entsprechend den Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst. Neben neu konzipierten und gestalteten Printmedien werden die neuen Stil-Elemente insbesondere im Bereich von Social Media eingesetzt werden. Instagram und Facebook stehen hier im Vordergrund, aber auch der Internetauftritt wird im kommenden Jahr optisch deutlich verändert, den neuesten Entwicklungen angepasst und damit noch nutzerfreundlicher.

„Am Wichtigsten ist allerdings, dass die Städte und Regionen im Lahntal das neue Konzept mittragen“, erklärte Girsig abschließend. „Sie werden nach und nach das neue Corporate Design in ihre eigenen Werbemittel integrieren und so maßgeblich zum Erfolg der Marke DASLAHNTAL beitragen.“

Der LTV möchte hiermit sein Konzept des nachhaltigen Tourismus konsequent weiter verfolgen und sich weiterhin als attraktive Reise- und Ausflugsregion für seine Gäste und Bewohner positionieren. Zurzeit werden im Lahntal ca. 2,5 Millionen Übernachtungen und 17 Millionen Tagesausflüge realisiert.

Mitgliederstruktur des LTV¹ siehe Charts im Anhang

Beteiligte Leader-Regionen²:

LEADER Region Lahn-Dill-Wetzlar (Hessen)(federführend)
LEADER Region Wittgenstein (Nordrhein-Westfalen)
LEADER Region Burgwald-Ederbergland (Hessen)
LEADER Region Marburger Land (Hessen)
LEADER Region Lahn-Dill-Bergland (Hessen)
LEADER Region GießenerLand (Hessen)
LEADER Region Limburg-Weilburg (Hessen)
LEADER Region Lahn-Taunus (Rheinland-Pfalz)



v. l. n. r.: Achim Girsig (Geschäftsführer LTV), Lars Wittmaack (Geschäftsführer Wirtschaftsförderungsgesellschaft Limburg-Weilburg-Diez GmbH), Signe Friedreich (Geschäftsführerin TKS Bad Laasphe GmbH), Susanne Groos (LTV), Frank Dobra (Bürgermeister Diez), Philipp Borchardt (Geschäftsführer Braunfelser Kur-GmbH), Landrat Frank Puchtler (LTV Vorstandsvorsitzender), Yvonne Sahn (LTV), Sabine Ksoll (Geschäftsführerin Lahn-Taunus-Touristik), Heike Bader (Landkreis Gießen), Frank Mies (Geschäftsführer Shapefruit AG), Christoph Keul (Geschäftsführer Touristik im Nassauer Land e. V.), Eva Reck (Leiterin Touristinformation Diez), Ulrike Petersen (LTV), Michael Volkwein (tourismusberatung.net)

Eine Pressemitteilung des

Lahntal Tourismus Verband e. V.

Achim Girsig (GF)
Ulrike Petersen (Presse)
Brückenstraße 2, 35576 Wetzlar
Tel.: 0 64 41 – 30 99 80
Fax: 0 32 12 – 123 95 08
presse@daslahntal.de
www.daslahntal.de/presse

02. November 2017

Das Lahntal in Zahlen

Gebietskulisse

Fläche der touristischen Destination	3.000 km ²
Bundesländer (Anteile)	3 (Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz)
Landkreise (Anteile)	6 (Siegen-Wittgenstein, Marburg-Biedenkopf, Gießen, Lahn-Dill, Limburg-Weilburg, Rhein-Lahn)
Städte und Gemeinden	28 Städte, 139 Gemeinden (inkl. Verbandsgemeinden in Rheinland-Pfalz)
Kurorte	3 (Bad Laasphe, Bad Endbach, Bad Ems)
Einwohner	1.047.380
UNESCO-Welterbestätten (Anteile)	Obergermanisch-Raetischer Limes, Oberes Mittelrheintal
Naturparke	Lahn-Dill-Bergland, Nassau, Taunus, Rothaargebirge
Geoparke	Nationaler Geopark Westerwald-Lahn-Taunus

Infrastruktur zum Aktivthema Wandern

Lahnwanderweg	290 km
Prädikatisierte lokale Wanderwege	484 km, 32 Wege
Weitere präd. regionale Wanderwege	137 km, 2 Wege
Überregionale Wanderwege (Anteile)	3 (Rothaarsteig, Westerwaldsteig, Rheinsteig)

Infrastruktur zum Aktivthema Radwandern

Lahntalradweg	245 km
Klassifizierung Lahntalradweg (ADFC)	4 Sterne
Weitere Qualifizierte Radwege	19 Wege

Infrastruktur zum Aktivthema Wassersport

Schiffbar für motorisierten Freizeitverkehr	65 km
--	-------





Stand: 02.11.2017