



IMPRESSUM

Herausgeber: SPD Oberneisen
Redaktion:



Steffen Lau



Uwe Meckel



André Peil



Sören Müller

INHALT

SEITE 1:

- 25. Oberneiser Forum: Ein Baustein für unsere Sicherheit

SEITE 2:

- DAS LAHNTAL - Präsentation des neuen Corporate Design

25. Oberneiser Forum: Ein Baustein für unsere Sicherheit

Oberneisen - Wir fühlen uns wohl in der Region. So fasste Polizeidirektor Rene Kexel beim 25. Oberneiser Forum die Bilanz der ersten Monate seit dem Start der Bundespolizeiausbildungsstätte in Diez zusammen. Fast 500 Anwarter aus dem ganzen Bundesgebiet werden seit September in Diez zur Verstärkung unserer Sicherheit ausgebildet. Rund 20 Prozent der Anwarter sind weiblich. Der größte Anteil der Auszubildenden ist zwischen 18 und 35 Jahre alt, 70 Azubis sind noch Jugendliche. Das zeigt welche Verantwortung Rene Kexel als Leiter der Bundesausbildungsstätte Diez und sein Team haben. Kexel zeigte auf der Basis mehrer Tabellen und Zahlen die Bedeutung der Thematik Sicherheit auf. Für die Bundesbürger ist es wichtig in Sicherheit zu leben. Entsprechend ist auch die Wertschätzung für die Bundespolizei in der Bevölkerung ausgeprägt. Mit der Einstellungs-offensive verstärkt der Bund seine Polizeikräfte um den

gestiegenen Anforderungen gerade an den Flughäfen nachzukommen. Diez ist eine von sieben Ausbildungsstätten der Bundespolizei in ganz Deutschland. Die hervorragende strategische Lage von Diez an der A3 und an der ICE Strecke mitten in Deutschland mit der Nähe zum Hauptaufgabebereich Flughafen Frankfurt waren Grund für die Entscheidung aus dem Potsdamer Hauptquartier der Bundespolizei. Wir freuen uns sehr über die neue Ausbildungsstätte in Diez und werden alles dafür tun, bekräftigte Ortsvereinsvorsitzender Frank Puchtler, das die Bundespolizei mit insgesamt fast 800 Arbeits- und Ausbildungsstellen am Standort Diez sich in unserer Heimat wohlfühlt. Der erst im Januar gestartete Umbau von der als Aufnahmeeinrichtung genutzten Kaserne zur modernen Polizeischule

gelang, so Kexel, dank der guten Zusammenarbeit aller beteiligten Stellen. Das Interesse der Forums-Teilnehmer, unter Ihnen neben Oberneisens Ortsbürgermeister Peter Pelk, die Bürgermeisterin Evelin Stotz aus Schiesheim die Verbandsbürgermeister Michael Schnatz (Diez) und Harald Gemmer (Einrich), zeigte sich in der intensiven Fragerunde.



von links: Polizeidirektor Rene Kexel und Frank Puchtler

DAS LAHNTAL - Präsentation des neuen Corporate Design

Diez - Kürzlich 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.