**Tourist-Informationen Herrstein und Idar-Oberstein präsentieren die neue touristische Marke EdelSteinLand**

Die touristische Marke EdelSteinLand basiert auf den Marketingaktivitäten einer gemeinsamen Tourist-Information mit zwei Standorten in Herrstein und Idar-Oberstein. Unter dem Motto „Gemeinsam sind wir stärker und effektiver“ stellen Uwe Weber, Bürgermeister der Verbandsgemeinde Herrstein, und Frank Frühauf, Oberbürgermeister der Stadt Idar-Oberstein, mit den Leitern der beiden Tourist-Informationen, Karina Wagner und Dietmar Brunk, im Rahmen des Pressegesprächs am 16. März 2017 die neue Marke EdelSteinLand sowie die geplanten Marketingaktionen für das Jahr 2017 vor.

Grundlage für die touristische Kooperation bildet die „Zweckvereinbarung zur Interkommunalen Zusammenarbeit im Tourismus“, welche im Oktober 2016 offiziell von beiden Partnern unterzeichnet wurde. Bereits seit einigen Jahren arbeiten die Verbandsgemeinde Herrstein und die Stadt Idar-Oberstein im Bereich Tourismus erfolgreich zusammen. Nachdem in den Jahren 2014 und 2015 im Rahmen eines durch das Land Rheinland-Pfalz geförderten Prozesses ein Konzept für die Bildung eines Tourismus Service Centers (TSC) entwickelt wurde, schlagen sie mit der Unterzeichnung der Zweckvereinbarung eine weitere Brücke für die spätere finale Umsetzung eines TSC. Finanziert wird die Marketingkooperation durch ein gemeinsames Marketingbudget, welches durch den touristischen Beirat beschlossen wurde. Der Beirat besteht aus den Bürgermeistern sowie zwei Vertretern, die von den politischen Vertretungsorganen bestimmt wurden, und den Leitungen der Tourist-Informationen. Darüber hinaus erfährt die neu gegründeten Marketingkooperation EdelSteinLand für die Anschubfinanzierung des gemeinsamen Außenauftritts finanzielle Unterstützung aus dem rheinland-pfälzischen ELER-Entwicklungsprogramm „Umweltmaßnahmen, Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft, Ernährung“.

Alle Partner sind davon überzeugt, dass der Tourismus für die Zukunftssicherung der beiden Kommunen eine große Rolle spielt und haben sich daher für die Intensivierung der Zusammenarbeit entschieden. Ziel der Kooperation ist eine bessere und effektivere Vermarktung der Region durch Bündelung von Ressourcen und Schaffung von Synergieeffekten. Bereits im Jahr 2016 zählten die Verbandsgemeinde Herrstein und die Stadt Idar-Oberstein 66.199 Gästeankünfte und 185.486 Übernachtungen.

Marketing- und Messeplanung 2017

Neben bereits bestehenden erfolgreichen Kooperationsprojekten, wie beispielsweise dem gemeinsamen Buchungskatalog werden ab diesem Jahr noch viele weitere Maßnahmen folgen. Aktuell stehen die finale Konzeption eines neuen Corporate Designs, die Entwicklung und Anschaffung neuer Messestandsysteme, eine neue gemeinsame Internetseite, und die Harmonisierung der Social-Media-Kanäle ganz oben auf der Agenda des EdelSteinLandes. Auch eine gemeinsame Marketing- und Messeplanung sind bereits für das Jahr 2017 entwickelt.

Insgesamt sind mehr als 15 Messeauftritte geplant. Zusätzlich zu den Mineralienmessen: The Munich Show, Mineralis Berlin, Mineralien Hamburg, Saint Marie aux Mines, Mineralienwelt Idar-Oberstein, Achatbörse in Niederwörresbach sowie der Kostbar und der Intergem in Idar-Oberstein, wird das EdelSteinLand auch verschiedene touristische Messen besuchen. Folgende Touristikmessen sind für das Jahr 2017 eingeplant: Vakanz Luxembourg, CMT Stuttgart, Internationalen Tourismus Börse Berlin, die Rheinland-Pfalz Ausstellung Mainz/TouristikWelt, MomenTour Pforzheim, Straßenfest Köln-Deutz, KAMPEER & CARAVAN JAARBEURS Utrecht und den Naheland Tourismustag 2017.

Ergänzend zu der Fortführung der bestehenden Marketingkooperation mit dem Projektbüro Saar-Hunsrück-Steig und der Städtekooperation Romantic Cities, sind noch viele weitere Einzelaktionen geplant. Ein Highlight ist beispielsweise die Teilnahme am Presseworkshop „International Media Marketplace“ am 07. März 2017, welcher im Rahmen der ITB in Berlin stattfand.

Umfangreiche zielgruppenspezifische Aktivitäten für die Akquise von Reisegruppen und zahlreiche Aktivitäten im Bereich des Auslandsmarketings runden das Marketingspektrum ab.