

Sehr geehrter Herr Bürgermeister,  
liebe Familie Leufgen-Keller,

zunächst herzlichen Dank für die Einladung, vor allem aber herzlichen Glückwunsch: Racepoint ist einige Monate vor seinem zehnten Geburtstag zum „Elite Shop“ geworden. Damit hat dieses Familienunternehmen etwas geschafft, was Ostbelgien erst noch erreichen will. Wer einen Blick auf die Interseite des Unternehmens wirft, wird schnell feststellen, dass Racepoint nicht nur eine lokale, beziehungsweise regionale Kundschaft hat. Manche Kunden nehmen lange Anfahrten in Kauf, weil sie wissen, dass sie hier in Schönberg den besten Service erhalten. Herr Leufgen hat sich bewusst für den Standort Schönberg in Ostbelgien entschieden. Zu dieser Entscheidung kann ich ihn nur beglückwünschen.

Sehr geehrte Damen und Herren, die Frage nach dem Standort stellt sich den Menschen insbesondere an den Übergängen verschiedener Lebensphasen: Wo mache ich meine Ausbildung? Wo kann und will ich arbeiten? Wo sollen meine Kinder aufwachsen? Wo kann ich mein Unternehmen gründen? Wo will ich im Alter leben? Diese Frage betrifft folglich alle Zuständigkeitsbereiche in der Deutschsprachigen Gemeinschaft.

Der Mangel an qualifizierten Fachkräften, die geringe Zahl an Betriebsgründungen und der demographische Wandel sind zentrale Herausforderungen für die Deutschsprachige Gemeinschaft. Diese Zielgruppen müssen wir durch Standortentwicklung und Standortmarketing besonders ansprechen. Ein Standort, der versäumt, sich erfolgreich zu positionieren, riskiert wirtschaftliche Stagnation.

Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir Ostbelgien attraktiv machen für Unternehmen, Organisationen und Personen, die Wohlstand und Lebensqualität in die Region bringen.

Die Markenentwicklung ist aus diesem Grund für eine Region unerlässlich nur so wird die Region klar erkennbar und kann somit die Werte vermitteln für die sie steht. Im Tourismus ist eine solche Markenentwicklung das A und O des Marketing, deshalb haben wir in den letzten fünf Jahren massiv in die Markenentwicklung der Tourismusdestination Ostbelgien investiert und das mit Erfolg, das zeigen uns die Zahlen: steigender Marktanteil, steigende Umsatz- und Übernachtungszahlen, steigende Nutzungszahlen der Vennbahn – der in den letzten Jahren mit dazu geführt hat, den Tourismussektor zu stärken und weitere Wachstumsmöglichkeiten zu geben. Wir haben uns fokussiert auf den Rad- und Wandertourismus. Das haben wir letztendlich wie ein Unternehmen gemacht, das sich fokussiert auf Exzellenz und die höchste Qualität erreichen will.

Was für den Tourist wichtig ist, ist auch für jene wichtig, die investieren wollen, die ihr Unternehmen gründen oder erweitern wollen, die ihren Lebensmittelpunkt in diese Region verlagern wollen. Auch sie wollen wissen, wohin die Reise geht!

Marken prägen das Image einer Region, sie sorgen für eine hohe Bekanntheit, erwecken Vertrauen und Sympathie und können Menschen langfristig an die Region binden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Die Unternehmen sind bei der Ausarbeitung der Standortstrategie sowie bei dessen Umsetzung unerlässliche Partner. Sie prägen den Standort maßgeblich und sind Anziehungspunkt und Sinnbild für unsere Markenbotschaft.

Mittelständische Unternehmen wie Ihres sind der Erfolgsfaktor des Wirtschaftsstandortes Ostbelgien. Sie sind unverzichtbar für Wachstum, Beschäftigung und Innovation. Insbesondere Familienunternehmen stehen für eine Unternehmenskultur, die die Einheit von Eigentum, Haftung und Leitung verbindet.

Der Mittelstand spielt damit eine entscheidende Rolle in einer modernen und zukunftsgerichteten Wirtschaft und Gesellschaft. Mittelständler denken nicht in Quartalszahlen, sondern in Generationen. Sie entwickeln ihre besondere Stärke

aus den langfristigen Beziehungen zu ihren Beschäftigten, Lieferanten und Kunden. Ihre traditionell starke regionale Verankerung – deshalb sehe ich sie auch als unsere Partner beim Standortmarketing - ihre traditionell starke regionale Verankerung und ausgeprägte unternehmerische Verantwortungsbereitschaft machen sie zu einer tragenden Säule unserer Sozialen Marktwirtschaft.

Das Gefühl von Zusammenhalt ist bei Racepoint stark, und ich bin mir sicher, auch das Gefühl der regionalen Verankerung in Ostbelgien ist immer präsent. Und Racepoint zieht nicht nur Kunden in den eigenen Verkaufsraum, Racepoint lockt auch Kunden von außerhalb nach Ostbelgien. Ich wünsche Ihnen, liebe Familie Leufgen-Keller, dass das auch in Zukunft so bleibt, und wünsche Ihnen bei allen unternehmerischen Initiativen viel Erfolg.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.