

Quelle: Kreisnachrichten Eifelkreis Bitburg-Prüm

Datum: 09.03.2024

Seite: 4 - 5

## 20 Jahre Regionalmarke EIFEL GmbH

### „Qualitätsorientierung ist Zukunftsorientierung“

Als am 01.03.2004 der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau, die Eifel Tourismus GmbH, die Kreishandwerkerschaft MEHR und die beiden Naturparke Nord- und Südeifel die Regionalmarke EIFEL GmbH gründeten, waren damit verschiedene Ziele verbunden.

Zum einen sollten die Ideen und Vorhaben aus dem Bundeswettbewerb „Regionen Aktiv – Land gestaltet Zukunft“, den die Eifel etwa zwei Jahre zuvor gewonnen hatte, mit einer eigenen Organisation umgesetzt und verstetigt werden. Zum anderen wurden so die verschiedenen Handlungsfelder dieser Gesellschafter in die Qualitätssystematik der Regionalmarke EIFEL strukturell eingebaut.

Denn es sollten eifelweit Kooperationen und regionale Wirtschaftskreisläufe zwischen Handwerk, Landwirtschaft und Tourismus angekurbelt werden und zwar immer schon unter Berücksichtigung von Natur-, Klima- und Umweltschutz. Es sollte eine Marke der Nachhaltigkeit aufgebaut werden, die hohe und klar definierte Qualität aus der Eifel garantiert, die damit zu höherer Wertschöpfung für die Leistungserbringer und für die Region führt und die der Eifel nach innen und außen zu mehr Identität, höherer Bekanntheit und besserem Image verhelfen sollte.



Foto: Regionalmarke EIFEL

Wie steht die Regionalmarke EIFEL heute da? Das Netzwerk repräsentiert rund 270 aktive Unternehmen aus den Bereichen EIFEL Arbeitgeber, EIFEL Energie, EIFEL Gastgeber, EIFEL Produzent und EIFEL Partner. Über die Mitgliedsbeiträge dieser Unternehmen finanziert sich die Regionalmarke EIFEL GmbH komplett selbständig – und das schon seit mehr als 12 Jahren. Die Netzwerkmitglieder setzen aktiv die Philosophie der Regionalmarke EIFEL bei den Arbeitnehmern, Gästen und Konsumenten um – das Management der Regionalmarke EIFEL sorgt für umfassendes Marketing, kümmert sich um die Weiterentwicklung der Qualitäts-Systeme und forciert das wertschöpfende Kooperieren untereinander.

„In den 20 Jahren haben wir uns permanent gewandelt und angepasst bzw. neu orientiert. Wir sind von einer Produkt- zu einer Betriebsbetrachtung gewechselt, wir mussten uns mit einem ‚Qualitäts-Konzept-Vertrieb‘ neu positionieren, wir haben uns – alles aus eigener Kraft – mit den Zukunftsthemen ‚Arbeits- und Fachkräfte‘ und ‚Energie‘ diversifiziert. Wir haben uns von einer Regionalmarke zu der Qualitätsmarke EIFEL entwickelt und sind aber immer unserem Ursprungsauftrag ‚Qualitätsorientierung ist Zukunftsorientierung‘ treu geblieben“, so Geschäftsführer Markus Pfeifer.

Der Wert der Regionalmarke EIFEL für die Region ist nicht nur an Erfolgen und Verkaufszahlen der Mitgliedsbetriebe zu bemessen; etliche positive Effekte sind durch das konsequente Arbeiten in regionalen Wertschöpfungsketten für die gesamte Eifel entstanden, zu denen auch die Themen „Strukturerhalt“, „Versorgungssicherheit“ oder „Kreislaufwirtschaft“ gehören. Als Pionier bei regionalen Produkten hat die Regionalmarke EIFEL landwirtschaftliche Erzeugnisse aus der Eifel salonfähig gemacht und vielen Vermarktern einen Weg bereitet. Gleiches gilt auch für gastronomische Angebote.