

Quelle: VulkanEifel Heimat hautnah

Datum: 10.06.2020

Seite: 30 - 31



Nur ein Teil der Regionalmarke Eifel. Die Markenprodukte. Die Eifel Produzenten können ein sehr breites Spektrum an unterschiedlichen Lebensmittelsortimenten anbieten. Alle Eifel Lebensmittel stehen dabei für garantierte Herkunft, Transparenz und Kontrolle.

## Starke Eifelregion in der Krise bewährt und für die Zukunft gerüstet



Von links: Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL und Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel-Tourismus GmbH und Marke Eifel

Die Corona-Pandemie hat auch die Eifel, die Bürger, die Unternehmen und den Tourismus hart getroffen. Und dennoch: In der Krise hat sich ein starkes, solidarisches Miteinander gezeigt. Das macht auch für die Zukunft ein Stück zuversichtlicher.

Dieser Meinung sind zumindest Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel-Tourismus und der Marke Eifel, sowie Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL. Beide sind seit zwei Jahrzehnten innovativ und engagiert an vorderster Front unterwegs, wenn es gilt, die Region nach vorn zu bringen.

Im Gespräch mit unserem Magazin zeigen sie sich überzeugt, dass aus der Krise auch neue Chancen entstehen können, wenn man diese sinnvoll nutzt. „Wir brauchen jetzt keine Helden, sondern ein aktives Miteinander, um die wirtschaftliche und touristische Potenz unserer Region zu erhalten und weiter zu entwickeln. Wenn wir das schaffen, können wir den Wettbewerb, in dem wir mit anderen Urlaubs- und Wirtschaftsregionen stehen, für uns entscheiden“. So selbstbewusst formuliert es Klaus Schäfer. Sein Kollege Pfeifer betont, „die Zukunft liegt in kleineren Kreisläufen, in denen Unternehmen und Bürger, Verwaltungen und Politik in einem gemeinsamen Boot sitzen, um regionale Wertschöpfung in allen Bereichen zu sichern“.

Für diese Aufgaben ist man in der Eifel gut aufgestellt. Da sind als wichtigstes Potenzial die Menschen, die arbeiten und anpacken können, Betriebe, die durch Qualifizierung sowohl dem Wettbewerb national als auch international gewachsen sind. Da sind die Erzeuger regionaler Produkte, die herzlichen Gastgeber im Tourismus und nicht zuletzt die einmalige, unverwechselbare und vielfältige Landschaft.

Es gebe viele Pfunde, mit denen die Region punkten könne. Das werde allerdings immer noch häufiger von außen wahrgenommen, als von den heimischen Bürgern, beklagen Schäfer und Pfeifer mit etwas Wehmut. Das Motto der Marke Eifel: „Wir. Leben. Eifel.“ müsse gerade auch den Eifelern noch bewusster werden. Leider werde die Heimat als hervorragender „Wertschöpfungsraum“, der allen diene, noch nicht so intensiv wahrgenommen, bedauert Markus Pfeifer. Nachdem globale Wertschöpfungsketten in der Krise ihre Anfälligkeit bewiesen hätten, müsse man die regionale Basis weiter stärken.

„Miteinander, bodenständig und gemeinsam zu handeln, das können die Eifeler. Dazu mit souveräner Gelassenheit nicht auf jeden fahrenden Zug zu springen und jedem Hype hinterherzulaufen, bedeutet eine Stärke. Auch nach der Krise müssen wir uns nicht neu erfinden, um erfolgreich zu sein“, ist Klaus Schäfer überzeugt.

Deshalb herrscht bei beiden Einigkeit, dass die Corona-Pandemie auch positive Effekte haben kann: Kräfte werden gebündelt, neue Angebote entstehen, Qualifizierung schafft attraktive Arbeitsplätze und eine in weiten Bereichen „gut vernetzte“ Eifel ist für weitere Herausforderungen bestens gerüstet. (h/fr) ■