

Quelle: Eifel hautnah - Ausgabe Juli-September 2024

Datum: 15.06.2024

Seite: 84 - 87



## Zwanzig Jahre Regionalmarke EIFEL Qualität ist unsere Natur

Vor rund zwanzig Jahren fiel der Startschuss für die Regionalmarke EIFEL GmbH. Anfangs vor allem auf die Gastgeber und Produzenten in Landwirtschaft und Handwerk konzentriert, ziehen auch Arbeitgeber und Energieerzeuger am selben Strang. Das farbige Logo mit dem schwingvollen Eifel-e in der Mitte findet sich auf Speisekarten und Lebensmittelpackungen, in den Foyers von Unternehmen, an Bauernhofotenen oder auf Briefpapier und in Mails.

In den Jahren 2001/2002 wurde mit dem bundesweiten Wettbewerb „Regionen aktiv“ der Grundstein für eine vorbildliche Erfolgsgeschichte gesetzt, denn die Eifel war eine von deutschlandweit nur 18 Landschaften, die ausgezeichnet und als förderungswürdig anerkannt wurde. Beworben hatten sich mehr als 200 ländliche Räume. Das Ziel: mit nachhaltiger Kreislaufwirtschaft die regionale Wertschöpfung und

Struktur erhalten und steigern. Es sollten eifelweit Kooperationen und regionale Wirtschaftskreisläufe 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. Mit ihr verbunden sein sollte höhere Wertschöpfung für die Leistungserbringer und für die Region, mehr Identifizierung mit der Landschaft, in der man lebt, arbeitet und wirtschaftet. Auf den Punkt gebracht wurde und wird dieses Ziel mit dem Motto „Zeit für Qualität, Zeit für Identität. Zeit für EIFEL.“

Professionelles Marketingwissen ist dafür die Basis. Einer guten Marke kann man vertrauen. Seit mehr als zwanzig Jahren arbeiten wir daran, das entspre-



Die Eifel ist schon seit vielen Jahren Vorreiter, wenn es um erneuerbare Energien aus Sonne, Wind, Biomasse und Wasser geht.

das konsequente Arbeiten in regionalen Wertschöpfungsketten für die gesamte Eifel entstanden, auch die Themen Strukturerhalt, Versorgungssicherheit oder Kreislaufwirtschaft gehören dazu.“ Insbesondere im Bereich Gastronomie, der ein Stück Lebensqualität für Einheimische ebenso wie für Touristen darstellt, hat sich das Prädikat „Eifel“ zu einem wertvollen Vermarktungsargument gemauert.

Es ist eine runde Sache, wenn etwa Käse von Regionalmarken-Erzeugern wie dem Demeterhof Breit oder dem Vulkanhof in Gillenfeld bei angesagten Restaurants wie dem Eifelhotel Fuchs in Boos oder der Heidsmühle bei Manderscheid auf den Tellen landet und dort – über entsprechende Stories in der Speisekarte – den Gästen aus aller Welt die Qualität der Eifel überzeugend nahebringt.



Es ist im Sinne von Tierwohl und bewussten Verbrauchern, wenn das EIFEL Plus Schwein über die Frischeheke etwa von REWEXL Hundertmark oder vom Eifelmetzger Zerfaß geht. Dienstleister wie die VR-Bank Nordeifel eG, Versorger wie die Helko Rollenden Märkte, Inklusionsbetriebe wie die Westeifel Werke oder innovative Industriebetriebe wie Zahn Technik finden dank ihrer Eifelzertifizierung motivierte Fachkräfte. Etliche solcher Beispiele bezeugen die nachhaltige Wirksamkeit der starken Regionalmarke EIFEL. Das mittlerweile aus rund 270 Aktiven bestehende Netzwerk repräsentiert Betriebe aus den Bereichen EIFEL Arbeitgeber, EIFEL Energie, EIFEL Gastgeber, EIFEL Produzent und EIFEL Partner.

EIFEL Produzenten stellen regionale Spitzenprodukte in nachgewiesener hoher Qualität her.

chende Image, die entsprechenden Qualitätsbekanntnisse und das selbstbewusste Wir-Gefühl der Eifel zu entwickeln und zu verankern“, schildert der seit 18 Jahren mit Leidenschaft engagierte Geschäftsführer Markus Pfeifer die Aufgabe der Regionalmarke EIFEL, die längst aus dem befristeten Förderprojekt zu einer eigenständigen, unternehmerisch agierenden GmbH geworden ist. Über die Mitgliedsbeiträge finanziert sich die Regionalmarke EIFEL GmbH komplett selbständig. „In den zwanzig Jahren unserer Existenz haben wir uns permanent gewandelt und neu orientiert. Wir sind von einer Produkt- zu einer Betriebsbetrachtung gewechselt, wir mussten uns mit einem „Qualitäts-Konzept-Vertrieb“ neu positionieren, wir haben uns – alte Eigenkraft – mit den Zukunftsthemen „Arbeits- und Fachkräfte“ und „Energie“ breiter aufgestellt. Wir haben uns von einer Regionalmarke zu der Qualitätsmarke EIFEL entwickelt“, erläutert Pfeifer die gravierenden Anpassungen an sich stark wandelnde Rahmenbedingungen.

### EIN VERSPRECHEN FÜR VERBRAUCHER WIE FÜR BETRIEBE

Die Kunden, Geschäftspartner und Gäste bekommen mit der Regionalmarke ein Qualitätsversprechen: Die zertifizierten EIFEL-Betriebe werden zu entsprechenden Kosten von neutraler Stelle in einem intensiven Prozess kontrolliert und geprüft. Denn nur so können Ursprung und Herkunft der Produkte garantiert werden. Für ihre Erzeugnisse und Leistungen verwenden die Markennnehmer Rohstoffe und Vorprodukte, die ebenfalls aus der Eifel stammen und dieselbe Qualitätsphilosophie umsetzen. Oder aber sie durchlaufen beispielsweise als EIFEL-Arbeitgeber bestimmte Zertifizierungen, welche die Attraktivität der Arbeitsplätze gewährleisten. „So arbeiten wir alle zusammen an einem großen Ziel“, sagt Pfeifer, „und das heißt: Qualität ist unsere Natur!“ So hat das, was im Supermarkt gekauft wurde und im Alltag auf den Tisch kommt, denselben hohen Standard wie der Restaurantbesuch, der Arbeitsplatz oder Bio-Gas und Strom. Aber nur, wenn das berühmte



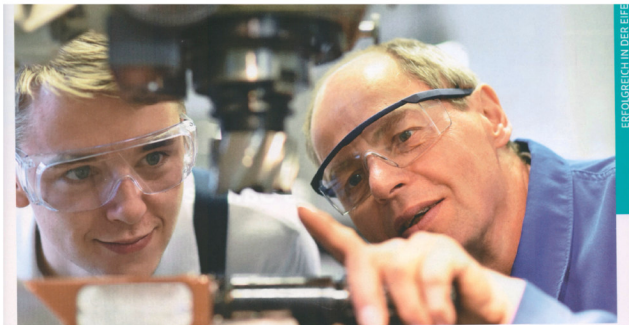
EIFEL Gastgeber - Ein gutes Zeichen, wenn Gastlichkeit hält, was sie verspricht.

Eifel-Logo draufsteht! Und ganz nebenbei spricht sich herum, dass man in der Eifel ausgesprochen gern arbeitet, die Freizeit verbringt und mit der Familie zu Hause ist. Hiervon profitieren letztlich alle Bewohnerinnen und Bewohner der Eifel: mehr gute Infrastruktur, mehr Wohlstand und mehr Wohlbefinden.

Die Gastgeber, landwirtschaftlichen Erzeuger, Arbeitgeber und sonstigen Betriebe, die sich der Zertifizierung unterziehen und das berühmte Eifel-tragen dürfen, haben selbst jedoch auch sehr viel davon. So werden unter der Regionalmarke jährlich etwa 24.000 EIFEL-Schweine mit höherer Wertschöpfung vermarktet. Auch die Güte der vierzig Millionen EIFEL-Eier pro Jahr, die verkauft werden, ist eine Erfolgsgeschichte für die Geflügelhalter. Als attraktive und sichere Arbeitgeber für knapp 10.000 Beschäftigte positionieren sich zukunftsorientierte EIFEL Unternehmen verschiedener Branchen. „Der Wert der Regionalmarke EIFEL für die Region ist jedoch nicht nur an Erlösen und Verkaufszahlen der Mitgliedsbetriebe zu bemessen“, räumt Markus Pfeifer ein. Es geht um mehr. „Etlliche positive externe Effekte sind durch



ADVERTORIAL



EIFEL Arbeitgeber machen sich in ihrem Verbund für gute Ausbildungsmöglichkeiten, gemeinsame Fachkräftegewinnung und betriebsübergreifende Netzwerkarbeit stark.

Die „große Linie“ für die kommenden Jahre steht also. Doch die eigentliche Stärke der Regionalmarke EIFEL liegt in der Zusammenarbeit mit den Netzwerkmitgliedern. Wie soll es hier weitergehen? „Grundsätzlich steht natürlich immer die Gewinnung neuer Mitglieder im Vordergrund. So soll insbesondere der Bereich der Arbeitgebermarke EIFEL noch mehr in den Fokus gerückt werden. Bei unserem regionalen Fachkräftenetzwerk haben wir das einfachste, klarste und wirksamste Konzept für Eifeler Betriebe parat.“

### EIFEL - EINE MARKE MIT VISION UND MISSION

Die Marke Eifel vereint den Wirtschaftsstandort mit exzellenten Rahmenbedingungen für Unternehmen und Fachkräfte, die Tourismusregion mit einer intakten Natur und die Qualitätsanbieter mit kontrollierten regionalen Produkten und Dienstleistungen. Die Eifel behauptet sich sehr

gut im „Wettbewerb der Regionen“. Diese starke Position wird noch stärker, wenn die Beteiligten an einem Strang ziehen. Deshalb leben und gestalten wir die Marke EIFEL. Sie wurde als gemeinsames Dach etabliert und ist gleichzeitig Wirtschaftsstandort, Tourismusregion und Qualitätsanbieter.

Die Vision: „Die Eifel ist eine der lebenswertesten ländlichen Regionen im Herzen Europas. Gemeinschaftlich identifizieren und gestalten wir unsere zukünftigen Lebenswelten.“ Die Mission lautet: „Die vielfältige Gemeinschaft der Eifel wird immer wieder anders und immer wieder faszinierend zwischen Tradition und Innovation gestaltet und gelebt. Wir machen die Eifelerinnen und Eifeler zu Botschafterinnen und Botschaftern ihrer Heimat. Damit verbinden sich typische Eigenschaften wie ehrliches Handeln, tatkräftiges Anpacken und verlässliches Miteinander.“ (aka) ■



INFO:  
Weitere Informationen  
rund um die Marke EIFEL  
gibt es auf [www.marke-eifel.de](http://www.marke-eifel.de)



ADVERTORIAL