

Regionalmarke EIFEL - Die Eifel ist auf den Geschmack gekommen

Prüm (boß) Die Qualitätsmarke „Regionalmarke EIFEL“ steht nach 10 Jahren komplett auf eigenen Füßen. Das hätte keiner geträumt, als 2002 die Eifel nach einem Wettbewerb des Bundeslandwirtschaftsministeriums „Regionen aktiv – Land gestaltet Zukunft“ als Sieger hervortrat und damit als eine der ersten Regionalmarken Deutschlands auf die Reise ging.

Viele Hürden waren zu überspringen. Und heute kann man mit Fug und Recht behaupten, dass es eine Erfolgsgeschichte und der Name zur Marke wurde. Mittlerweile zeigen ca. 320 Unternehmen aus den Bereichen Tourismus, Lebensmittel und Holz, dass es funktioniert, mit Qualitätsprodukten Geschäfte zu machen. Nun wurde am Wochenende am Betriebssitz in Prüm eine neue Ära eingeläutet. Die Gesellschaft Regionalmarke EIFEL GmbH muss sich jetzt als eigenständiges Unternehmen ohne öffentliche Zuschüsse am Markt behaupten. Es wird nun nach betriebswirtschaftlichen Bedingungen abgerechnet – und das war auch so geplant. „Das Ziel ist nun erreicht“, so die Gesellschafter Michael Horper (Kreisbauernverband), Klaus Schäfer (Eifel Tourismus), Dirk Kleis (Kreishandwerkerschaft) und Jan Lembach (Naturparke) gegenüber der Presse.

„Aus einer zunächst „unheiligen“ Allianz wurde eine „heilige“ Allianz“, resümierte Michael Horper, „denn es war ein langer Prozess. Unsere Bauern mussten sich beispielsweise mit den Interessen des Naturschutzes arrangieren.“ Dirk Kleis ergänzte: „Es gab unzählige Sitzungen, um etwa die Qualitätskriterien des Schinkens festzulegen und damit allen Interessengruppen gerecht zu werden.“ Dank langem Atem über die politischen Grenzen hinweg - von Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen mit ihren 10 Landkreisen bis mittlerweile nach Ostbelgien – kann man heute von einem Mehrwert für die Region und jeden einzelnen Produzenten oder Gastgeber sprechen. Dabei steht der Verbraucher immer im Mittelpunkt. „Die Regionalmarke EIFEL“, so Geschäftsführer Markus Pfeifer, „bringt den Unternehmen handfeste wirtschaftliche Vorteile und das Alleinstellungsmerkmal steigert den Umsatz und sichert den Erhalt der Betriebe und Arbeitsplätze.“ Von den Sprechern wurden auch die Synergie-Effekte von Naturschutz, Landwirtschaft, Produzenten, Handel, Tourismus und Gastronomie hervorgehoben. Das gegenseitige Kennen lernen der Probleme hat das Zwischenmenschliche bereichert, weil jeder von dem anderen profitieren konnte.

Aus dem gelben „e“ auf vierfarbigen Feldern und dem Slogan „EIFEL – Qualität ist unsere Natur“ ist insbesondere in der Zeit der Lebensmittelskandale ein Gütesiegel entstanden, da das Herkunftszeichen einwandfreie Ware garantiert. Die Produktpalette auf dem Lebensmittelsektor reicht von Backwaren, Brot, Käse, Milch, Säften, Eiern, Fleisch, Wurst, Schinken und Honig bis hin zu Mineralwässern, Wein, Edelbränden, Likören und Bier. Allein 20 Metzgereien und fünf Bäckereien sind hier als Botschafter der Eifel unterwegs.

So war es kein Zufall, dass am Wochenende nach einer entsprechenden Schulungsmaßnahme weitere 26 Betriebe mit dem Zertifikat „Gastgeber der Regionalmarke EIFEL“ ausgezeichnet wurden. Damit verbunden ist der Titel „ServiceQualität Deutschland“. Mittlerweile sind insgesamt über 530 Betriebe in der

Regionalmarke EIFEL · Pressespiegel · 2012

rheinland-pfälzischen und nordrhein-westfälischen Eifel geschult und 184 zertifiziert. Darunter fallen 57 Hotels und Gastronomiebetriebe, 112 Ferienwohnungen und –häuser sowie Privatzimmeranbieter, ja sogar mittlerweile neun Campingplätze, drei Cafés, zwei Ausflugsziele und eine Jugendherberge. Hier ist garantiert, dass mindestens 50% der angebotenen Speisen und Getränke aus der Region kommen. Aber auch Wald und Holz sind wichtige Ressourcen der Eifel und ergeben große Wertschöpfungspotentiale. So werden auch EIFEL Blockhäuser aus Douglasien-Rundhölzern, EIFEL Massivholzdielen und EIFEL Möbel vertrieben.

Info-Telefon 0049-6551-9810910

www.regionalmarke-eifel.de