

Quelle: Trierischer Volksfreund

Datum: 15.11.2023

Seite: 11

Mitglieder der Regionalmarke Eifel netzwerken in Prüm

Die Marke setzt auch künftig weiter auf Qualität. Richtig organisiert würden am Ende viele von etablierten Wertschöpfungsketten profitieren.

PRÜM (red) Die Mitglieder der Regionalmarke Eifel haben sich jüngst getroffen. An diesem Treffen nahmen die Arbeitgeber, die Energiepartner, die Gastgeber und die Produzenten

der Regionalmarke teil – aus allen Geschäftsfeldern waren die Teilnehmer nach Prüm gekommen. Mit dem Treffen wurde das Ziel verfolgt, die Kraft der Gemeinschaft zu stärken.

Zum einen wurden die Mitglieder umfassend über Neuerungen, Aktivitäten, Erfolge und Herausforderungen rund um die Regionalmarke informiert. Dabei wurde

laut Pressemitteilung deutlich gemacht, dass das Thema „Qualitätsorientierung“ wichtiger denn je sei und dass – Obwohl es für alle Akteure deutlich leichter wäre – an eine Lockerung der Anforderungen nicht gedacht werde. Es wurde auf die positive Entwicklung der gemeinsamen Recruiting-Aktivitäten im Fachkräftenetzwerk der Arbeitgebermarke Eifel verwiesen. Weiterhin wurde stolz berichtet, dass mit den beiden großen Energiepartnern mittlerweile mehr als 30.000 Haushalte und auch Unternehmen mit garantiert regenerativ erzeugter Eifel-Energie versorgt werden.

Am Beispiel der Wertschöpfungskette Eifel Fleisch wurde deutlich gemacht wie durch konsequentes und pecktes Zusammenarbeiten einzelne Akteure hohe Wertschöpfung in der Region bleibt und auch beim Verbraucher ankommt. Dadurch würden wichtige Strukturen

gesichert. Die Strategie: weniger Tiere, bessere und höhere Qualität mit der Kopplung der garantierten Herkunft und höheren Haltungsformen, dafür aber höhere Erzeugerpreise. Klasse statt Masse. Und davon würden künftig auch die Eifel Gastgeber, speziell die Gastronomiebetriebe, profitieren.

Ein zweiter wichtiger Part der Veranstaltung war die Präsentation der Marke und der Kommunikationskampagne zum Wirtschaftsstandort Eifel. Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel Tourismus GmbH, und Stephan Kohler, Projektleiter der Kommunikationskampagne, vermittelten den Gästen Hintergrundwissen und Zahlen-Daten-Fakten zu den umfassenden Marketing-Aktivitäten für den Wirtschaftsstandort.

Die Mitglieder der Regionalmarke Eifel und der Arbeitgebermarke Eifel würden auch künftig im Rahmen dieser Kommunikationskampagne

wertvolle Unterstützung bekommen; denn sie bilden die wichtige dritte Säule der übergeordneten Marke Eifel ab: die Säule der Qualitätsanbieter. So zahlen alle Akteure mit ihren Leistungen auf das stetig wachsende positive Image der Eifel ein.

Als dritten wichtigen Programmpunkt gab es zum Abschluss einen kleinen, feinen Eifel Markt: Eifel Edelbrenner, die Landwerke Eifel Vertriebs GmbH, die Obstweinkelerei „Am Wässerchen“, Blau Bier, der Vulkanhof, die Winzergenossenschaft Mayschoss-Altenahr und der Geflügelhof Andres präsentierten sich und ihre Produkte den Gästen.

Fazit: Es war ein angeregtes Netzwerken ohne Hürden in lockerer und angenehmer Atmosphäre und hat dazu ermutigt, in 2024, zum 20-jährigen Jubiläum der Regionalmarke Eifel, ein nächstes Marken-Nutzer-Treffen in größerem Rahmen zu veranstalten.



Treffen der Mitglieder der Regionalmarke Eifel in Prüm.