

Quelle: Eifel-Mosel-Zeitung

Datum: 18.11.2023

Seite: 33

Erfolgreiche Veranstaltung der Regionalmarke EIFEL

Marken-Nutzer-Treffen incl. „EIFEL Markt“

Prüm. Zeit für EIFEL. Es fand wieder einmal ein gemeinsames Treffen der Regionalmarke EIFEL – Mitglieder statt. EIFEL Arbeitgeber, EIFEL Energiepartner, EIFEL Gastgeber und EIFEL Produzenten – aus allen Geschäftsfeldern waren Teilnehmer nach Prüm gekommen. Das Treffen hatte mehrere Ziele, um 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 nochmals deutlich gemacht, dass das Thema „Qualitätsorientierung ist Zukunftsorientierung“ wichtiger denn je sei und dass - obwohl es für alle Akteure deutlich leichter wäre - an eine Lockerung der Anforderungen nicht gedacht wird. pEs wurde auf die positive Entwicklung der gemeinsamen Recruiting-Aktivitäten im Fachkräftenetzwerk der Arbeitgebermarke EIFEL verwiesen. Weiterhin wurde stolz berichtet, dass mit den beiden großen EIFEL Energiepartnern und deren Produkte E-ON EIFEL Strom, Landstrom EIFEL und Landgas EIFEL 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 perfektes Zusammenarbeiten einzelner Akteure hohe Wertschöpfung in der Region bleibt und auch beim Ureuzerger ankommt, damit wichtige Strukturen gesichert werden können. Die Strategie dazu lautet: weniger Tiere, bessere und hö-

here Qualität mit der Kopplung der garantierten Herkunft und höheren Haltungsformen, dafür aber höhere Erzeugerpreise. Klasse statt Masse. Und davon werden auch die EIFEL Gastgeber, speziell die Gastronomiebetriebe, profitieren.

Ein zweiter wichtiger Part der Veranstaltung war die Präsentation der Marke EIFEL und der Kommunikationskampagne zum Wirtschaftsstandort EIFEL. Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel Tourismus GmbH, und Stephan

kampagne 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, Landwerke Eifel Vertriebs GmbH, Obstweinkellerei „Am Wässerchen“, Blanq Bier,



Volles Haus beim Regionalmarke EIFEL Marken-Nutzer-Treffen! Foto: RME

Kohler, Projektleiter der Kommunikationskampagne, versorgten die Gäste mit Hintergrundwissen und mit erfolgreichen Zahlen-Daten-Fakten zu den umfassenden Marketing-Aktivitäten für den Wirtschaftsstandort.

Die Mitglieder der Regionalmarke EIFEL und der Arbeitgebermarke EIFEL werden auch zukünftig im Rahmen dieser Kommunikations-

Vulkanhof, Winzergenossenschaft Mayschoss-Altenahr und Geflügelhof Andres präsentierten sich und ihre Produkte den interessierten Gästen. Das 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. Ω