

Quelle: Kölner Stadt-Anzeiger, Anzeigen-Sonderveröffentlichung Nr. 164: Job-Offensive Rheinland

Datum: 23.06.2022

Seite: 7

Arbeiten im grünen Herzen Europas

Die Eifel ist ein Touristenmagnet. Arbeitnehmer im Hotel- und Gastronomiebereich sind sehr gefragt.

Als im Jahr 2001 ein deutschlandweiter Wettbewerb mit dem Titel „Regionen aktiv“ startete, um strukturschwache und agrarisch geprägte Landschaften zu nachhaltigem Wirtschaftswachstum zu befähigen, konnte niemand ahnen, dass daraus die Eifel als eine unverwechselbare Einheit und mit dem inzwischen überregional bekannten Label – dem überall sichtbaren „e“ auf vierfarbigem Untergrund – als Gewinner hervorgehen würde. „Qualität ist unsere Natur“ lautete das damalige Leitbild, das heute noch gilt. Aus dem Modellprojekt „Regionen aktiv“ ist als Leitbegriff die Zukunftinitiative Eifel entstanden. Zehn Landkreise aus Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen gehören der Initiative an. Als Mitbeteiligte kamen die Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern der Bereiche Aachen, Koblenz und Trier dazu, außerdem die Landwirtschaftskammern der beiden Bundesländer.

„Die Marke Eifel ist eine Marke zum Anfassen“

Die ursprüngliche Philosophie, landwirtschaftliche und andere Produkte aus der Region besser zu vermarkten und einen sanften Tourismus zu fördern, wurde in den Jahren immer nur leicht an die

Bild: Günter Albers - stock.adobe.com



Der Rursee in der Eifel zieht Jahr um Jahr zahllose Touristen an. Die „Marke Eifel“ ist beliebt wie eh und je.

wirtschaftlichen Realitäten angepasst. „Die Anforderungen an die Produkte und Dienstleistungen, die das Label tragen, sind nach wie vor hoch, jedoch praxisnäher geworden“, schrieb die IHK Trier 2008 in einer Bestandsaufnahme. Insgesamt zog der damalige Geschäftsführer der Regionalmarke Eifel GmbH mit Sitz in Prüm, Markus Pfeifer, eine positive

Bilanz. „Die Marke Eifel ist eine Marke zum Anfassen, ergänzt durch exklusive und teils handgefertigte Artikel in kleineren Mengen. Das Ziel, Eifel-Produkte für den täglichen Bedarf für die Käufer zu erschwinglichen Preisen anzubieten, wurde erreicht.“ Heute sind die Produkte mit dem „e“-Label in jeder Ecke der Eifel zu finden. Ob in

den Schaufenstern der Monschauer Senfhersteller, bei den exklusiven Schnäpsen im Maarmuseum zu Manderscheid oder in den Discountern, wohin der berühmte Eifler Schinken inzwischen vorgedrungen ist. Die Marke Eifel funktioniert und floriert und sie schafft neue Arbeitsplätze und Ausbildungsangebote vor Ort. Es ist gelungen, die jungen Generationen

in der Eifel zu halten und durch die Ansiedlung zukunftsorientierter Firmen neue Arbeitsplatzangebote zu schaffen, die Menschen zum Arbeiten in die ländlichen Regionen ziehen. „Neben der unvergleichlichen Natur hat die Eifel auch eine florierende Wirtschaftslandschaft mit innovativen und kreativen Unternehmen zu bieten“, gab sich zuletzt auch Oliver Paasch, der Ministerpräsident der Deutschsprachigen Gemeinschaft Ostbelgien, überzeugt. Paasch verlieh am 7. Juni im Triangel in St. Vith den „Eifel Award 2022“ mit dem Schwerpunkt „gute Arbeitgeber“. Maßgeblichen Anteil an der Schaffung neuer Arbeitsplätze hat die Tourismusbranche, die ständig weiter wächst. Diese entstehen hier vor allem im Gastronomie- und im Hotelgewerbe. Mit ihren Pfründen zu wuchern, damit hat die Eifel keine Probleme. Unendliche Wander- und Radwege durchziehen die Region, die Maare in der Vulkaneifel sind einzigartige Zeugnisse der geologischen Geschichte, Städte wie Gerolstein, Prüm, Monschau, Blankenburg, Bad Münster-eifel und das beschauliche Monreal versprühen ihren ganz eigenen Charme. Die Eifler sind offenerherzige und bodenständige Menschen und vor allem gute Gastgeber.