Quelle: Eifeljahrbuch 2027

Datum: 27.102026 Seite: 145 - 147

| Markus Pfeifer |

22 Jahre Regionalmarke EIFEL GmbH

Qualitätsorientierung ist Zukunftsorientierung

Die Regionalmarke EIFEL GmbH wurde am 1. März 2004 vom Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau, der Eifel Tourismus GmbH, der Kreishandwerkerschaft MEHR und den beiden Naturparke Nord- und Südeifel gegründet. Damit wurde die Zielsetzung verfolgt, die Ideen und Vorhaben aus dem Bundeswettbewerb „Regionen Aktiv – Land gestaltet Zukunft", den die Eifel etwa zwei Jahre zuvor gewonnen hatte, mit einer eigenen Organisation umzusetzen und zu verstetigen. Auf diese Weise wurden so die verschiedenen Handlungsfelder dieser Gesellschafter in die Qualitätssystematik der Regionalmarke EIFEL strukturell eingebaut. Denn es sollten eifelweit Kooperationen und regionale Wirtschaftskreisläufe zwischen Handwerk, Landwirtschaft und Tourismus angekurbelt werden. Es sollte eine Marke für die Region aufgebaut werden, die hohe und klar definierte Qualität aus der Eifel garantiert. Höhere Wertschöpfung für die Leistungserbringer und für die Region sollte zu mehr Identität, höherer Bekanntheit und besserem Image verhelfen.



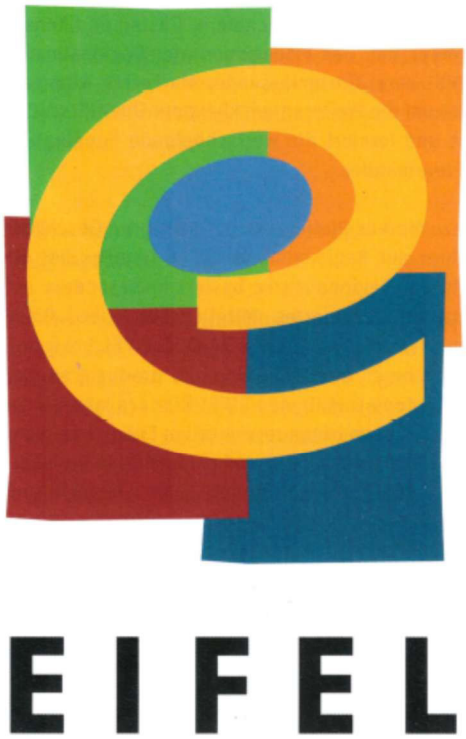
© Regionalmarke EIFEL.

Wie steht die Regionalmarke EIFEL heute da? Das Netzwerk repräsentiert etwa 250 aktive Unternehmen aus den Bereichen EIFEL Arbeitgeber, EIFEL Energie, EIFEL Gastgeber, EIFEL Produzent und EIFEL Partner. Über die Mitgliedsbeiträge dieser Unternehmen finanziert sich die Regionalmarke EIFEL GmbH komplett selbständig – und das schon seit mehr als 14 Jahren. Die Netzwerkmitglieder setzen aktiv die Philosophie der Regionalmarke EIFEL bei den Arbeitnehmern, Gästen und Konsumenten um. Das Management der Regionalmarke EIFEL sorgt für umfassendes Marketing, kümmert sich um die Weiterentwicklung der Qualitätssysteme und forciert die wertschöpfende Kooperation untereinander.

Dazu Markus Pfeifer, seit gut 20 Jahren Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL GmbH: „Der Erfolg der Regionalmarke basiert insbesondere auf unseren engagierten Mitgliedsbetrieben. Diese vermarkten jährlich circa 24.000 EIFEL Schweine mit höherer Wertschöpfung. Sie produzieren und verkaufen 40 Millionen EIFEL Eier pro Jahr, erzeugen und vermarkten regenerative Energie an mehr als 40.000 Haushalte und sind attraktive und sichere Arbeitgeber für knapp 12.500 Beschäftigte. Darüber hinaus bescheren die Mitgliedsbetriebe einigen tausend Touristen und Gästen unvergessliche Momente und kulinarische Genüsse in der Eifel – um nur einige Zahlen zu nennen."

Doch in den 22 Jahren lief nicht alles reibungslos. Es gab Rückschläge und Hindernisse. Markus Pfeifer bedauert, dass der damals erfolgreich auf-

gebaute zentrale Produktvertrieb nicht verstetigt werden konnte. Auch kam es immer wieder vor, dass sich Betriebe trotz erfolgreicher und intensiver Zusammenarbeit unter dem Dach der Regionalmarke EIFEL aus dem Qualitätsnetzwerk verabschiedeten, um individuellere Wege zu gehen. „In den 22 Jahren haben wir uns permanent gewandelt und angepasst beziehungsweise neu orientiert. Wir sind von einer Produkt- zu einer Betriebsbetrachtung gewechselt und haben uns mit einem „Qualitätskonzept-Vertrieb" neu positioniert. Außerdem haben wir uns aus eigener Kraft mit den Zukunftsthemen „Arbeits- und Fachkräfte" sowie „Energie" diversifiziert. Aus der Regionalmarke wurde die Qualitätsmarke EIFEL entwickelt. Dabei sind wir unserem Ursprungsauftrag „Qualitätsorientierung ist Zukunftsorientierung" treu geblieben", so Pfeifer. Ähnlich bewertet Dirk Kleis, Geschäftsführer der Kreishandwerkerschaft MEHR, als Gesellschafter die Marke: „Die Philosophie der Regionalmarke passt sehr gut zur Ausrichtung des regionalen Handwerks. Wertschöpfungsketten, Weitblick und die Verwurzelung vor Ort sind klassische gemeinsame Merkmale. Sicherlich hätten wir uns seinerzeit eine noch stärkere Einbindung vor allem der Betriebe aus dem Nahrungsmittelhandwerk vorstellen können. Aber die teilnehmenden Betriebe haben von der Marke profitiert und sich ein zusätzliches positives Standing aufbauen können."



© Regionalmarke EIFEL.

Daniela Torgau, Geschäftsführerin des Zweckverbandes Naturpark Südeifel lenkt den Blick auf das Thema „Regionalentwicklung": „Die Regionalmarke EIFEL ist seit vielen Jahren ein wertvoller Partner für den Naturpark Südeifel. Uns vereint das Engagement für die Weiterentwicklung der Region. Wir sind stolz auf die Regionalmarke EIFEL, die sich über 20 Jahre um hohe Qualität der Produkte und Angebote in der Eifel kümmert."

Der Wert der Regionalmarke EIFEL ist nicht nur an Erfolgen und Verkaufszahlen der Mitgliedsbetriebe zu bemessen. Etliche positive Effekte sind durch das konsequente Arbeiten in regionalen Wertschöpfungsketten entstanden. Hierzu zählen die Themen „Strukturerhalt", „Versorgungssicherheit" oder „Kooperationen". Als Pionier bei regionalen Produkten hat die Regionalmarke EIFEL landwirtschaftliche Erzeugnisse aus der Eifel salonfähig gemacht und vielen Vermarktern einen Weg bereitet.

Gleiches gilt für gastronomische Angebote. „Eifel" hat sich zu einem wertvollen Vermarktungsargument gemausert. Markus Pfeifer sieht das differenziert: „Ich freue mich über die Omnipräsenz des Wortes „Eifel" bei Produkten, Leistungen und Angeboten. Doch wäre mir eine konsequentere Bündelung unter dem Dach der Regionalmarke EIFEL lieber. Dadurch ließen sich unsere Einnahmen steigern, was den Mitgliedsbetrieben und der Region mit höheren Mehrwerten zugute käme. Kleinere, lokaler orientierte Unternehmen würden einen eifelweiten und überregionalen Bekannt-



© Regionalmarke EIFEL.

heitsgrad beziehungsweise eine Verbreitung bekommen. Unser Marketing könnte mit mehr Budget verbessert und forciert werden. Die eifelweite Vernetzung durch unsere Marke würde alle Mitgliedsbetriebe resilienter machen. Aber wir müssen ja auch noch wichtige Aufgaben für die Region für die Zukunft haben."

Wegen der eifelweiten Bedeutung und Wirkweise ist die Regionalmarke EIFEL GmbH mit dem Thema „Qualität" als eine von drei strategischen Ausrichtungen der übergeordneten „Marke Eifel" positioniert worden. Dazu Wolfgang Reh, Geschäftsführer der Eifel Tourismus GmbH, die die Führung der gesamten „Marke EIFEL" innehat: „Wir stehen mehr denn je im Wettbewerb der Regionen. Wir wollen die Eifel als lebenswerte und attraktive Region im Herzen Europas zukunftsfähig machen – als Wirtschaftsstandort, als Tourismusregion und mit unseren Qualitätsanbietern. Das Image und die Leistung der Regionalmarke EIFEL für unsere Region in den letzten gut 20 Jahren wollen wir für eine positive Zukunftsentwicklung nutzen."

Die „große Linie" für die kommenden Jahre steht also. Doch die eigentliche Stärke der Regionalmarke EIFEL liegt im Operativen, 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. Die Netzwerkmitglieder sollen zukünftig noch mehr Mitgestaltungsspielräume erhalten. So werden wir alle noch erfolgreicher – und können die besten Effekte für unsere Heimatregion erzielen," so Markus Pfeifer mit Blick auf die nächsten Aufgaben und Vorhaben.

Markus Pfeifer studierte an der Universität Trier BWL mit dem Schwerpunkt Absatz-Markt-Konsum. Danach war er als leitende Führungskraft im Lebensmittel-Einzelhandel tätig. 2005 wurde er Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL GmbH.

E-Mail: pfeifer.m@regionalmarke-eifel.de