

Präambel der Regionalmarke EIFEL



EIFEL

QUALITÄT IST UNSERE NATUR

Selbstverpflichtung der Markennutzer

„Wir wollen mit der Regionalmarke EIFEL einen Beitrag dazu leisten, dass die positiven Stimmungen, Vorstellungen und Erwartungen an die Eifel eine konkrete Basis erhalten und damit eine Unterscheidung zu vergleichbaren Produkten, Leistungen oder Angeboten anderer Regionen ermöglichen. Gleichzeitig soll die Regionalmarke EIFEL aber auch dazu beitragen, die Lebensqualität für die Bevölkerung zu sichern und zu heben und schließlich auch den Unternehmen über eine Nachhaltigkeitsstrategie Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Dazu werden wir bei den Produktionsabläufen, beim Einsatz von Rohstoffen, bei Entscheidungen über Personalstrukturen, bei der Entscheidung über Zulieferer und beim Vertrieb konsequent auf Entscheidungen achten, mit denen die Wertschöpfung in der Eifel gezielt erhöht werden kann. Dies bedeutet die Berücksichtigung von Betrieben, Arbeitskräften oder Dienstleistungen aus der Region, um damit Wertschöpfung und Kaufkraft in der Eifel zu halten. Gleichzeitig wollen wir damit eine Grundlage für die Sicherung der Lebensqualität in der Eifel auf der Basis einer ertragreichen, aber naturverträglichen Produktion und einer nachhaltig verantwortlichen Weiterverarbeitung legen.“

Auf unsere Regionalmarke EIFEL-Handelspartner wollen wir einwirken, gentechnisch veränderte Futtermittel, Zutaten und Zusatzstoffe im gesamten Produktionsprozess ebenfalls nicht zu verwenden.

Mit der Regionalmarke EIFEL möchten wir aber auch zu einer stärkeren Identität der Menschen in der Eifel beitragen, sie festigen und fördern. Die Regionalmarke EIFEL ermöglicht diese auf unsere Landschaft und ihre Qualität bezogene Wertvorstellung, denn wir sind auf die Eifel und ihre Qualitäts-Produkte stolz.

Im Sinne und unter Bezug auf diese Präambel verpflichten sich alle Markennutzer und der Markengeber neben der Erfüllung von Premium-Qualitätskriterien der Regionalmarke EIFEL dazu, die mit ihr verbundene Philosophie aktiv und umfassend zu unterstützen. Daher werden die Inhalte der Präambel auch von allen Markennutzern und dem Markengeber jederzeit offensiv gefördert und kommuniziert.“

Unterschrift des Markennutzers