



Qualität ist unsere Natur!

Impulse aus der ErnährungsWIRTSCHAFT

Markus Pfeifer, Regionalmarke EIFEL GmbH

Düsseldorf, 11.06.2024

Regionalmarke EIFEL - Eckpunkte

- Anzahl Markennutzer: 199*
 - 42 EIFEL Arbeitgeber
 - 3 EIFEL Energiepartner
 - 52 EIFEL Gastgeber
 - 102 EIFEL Produzenten
- Anzahl Partner: 66
- Marketing-Kooperationen: 4
- Regionalmarke EIFEL GmbH:
 - 5 Gesellschafter, seit 01.03.2004
 - 6 feste Mitarbeiter (2,86 VZÄ)



Stand: Juni 2024

Die Regionalmarke EIFEL ist ein **Qualitätslogo** an dem **besondere, geprüfte Qualität** aus der Eifel direkt erkennbar ist.

Die Regionalmarke EIFEL steht für die **Einhaltung strenger Qualitätskriterien**.

Nur Betriebe, die diese Richtlinien erfüllen, dürfen das Regionalmarke EIFEL-Logo tragen.

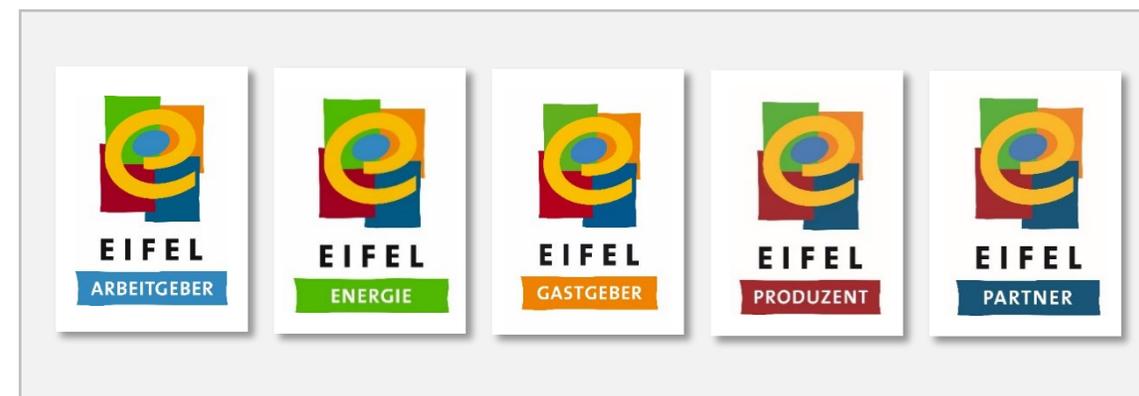
Die Produkte und Leistungen garantieren:

- hohe Qualität
- eindeutig nachvollziehbare Herkunft aus dem Naturraum Eifel
- Transparenz

www.regionalmarke-eifel.de



Die 5 Geschäftsfelder der Qualitätsmarke



ca. 270 EIFEL Markennutzer und Partner

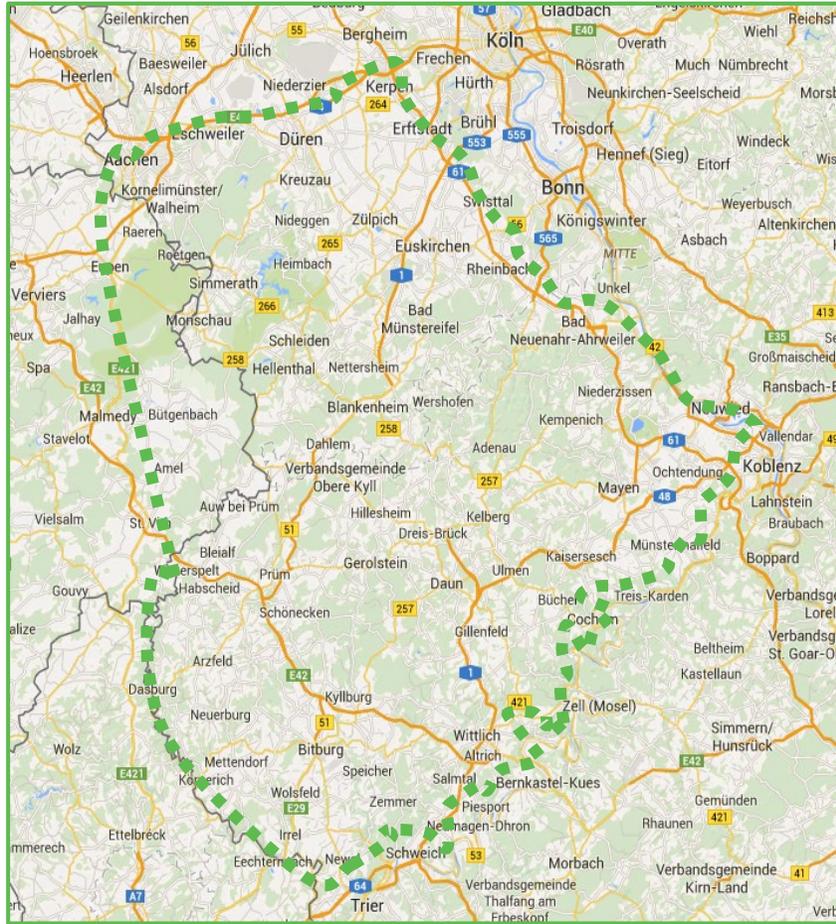
Ziele



- Stärkung der klein- und mittelständischen Betriebe der Eifel
- Erhalt und Weiterentwicklung der Region
- Erhalt und Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommen
- Stärkung der regionalen Wertschöpfung

EIFEL – Qualität ist unsere Natur!

Regionalmarke EIFEL – 3 Entwicklungsstufen



Land gestaltet Zukunft

- 2001/ 2002: Bundeswettbewerb Regionen Aktiv
- Anschubfinanzierung



- ab 2008 Förderung durch 10 Eifelkreise
- dadurch LEADER-Projekt co-finanziert

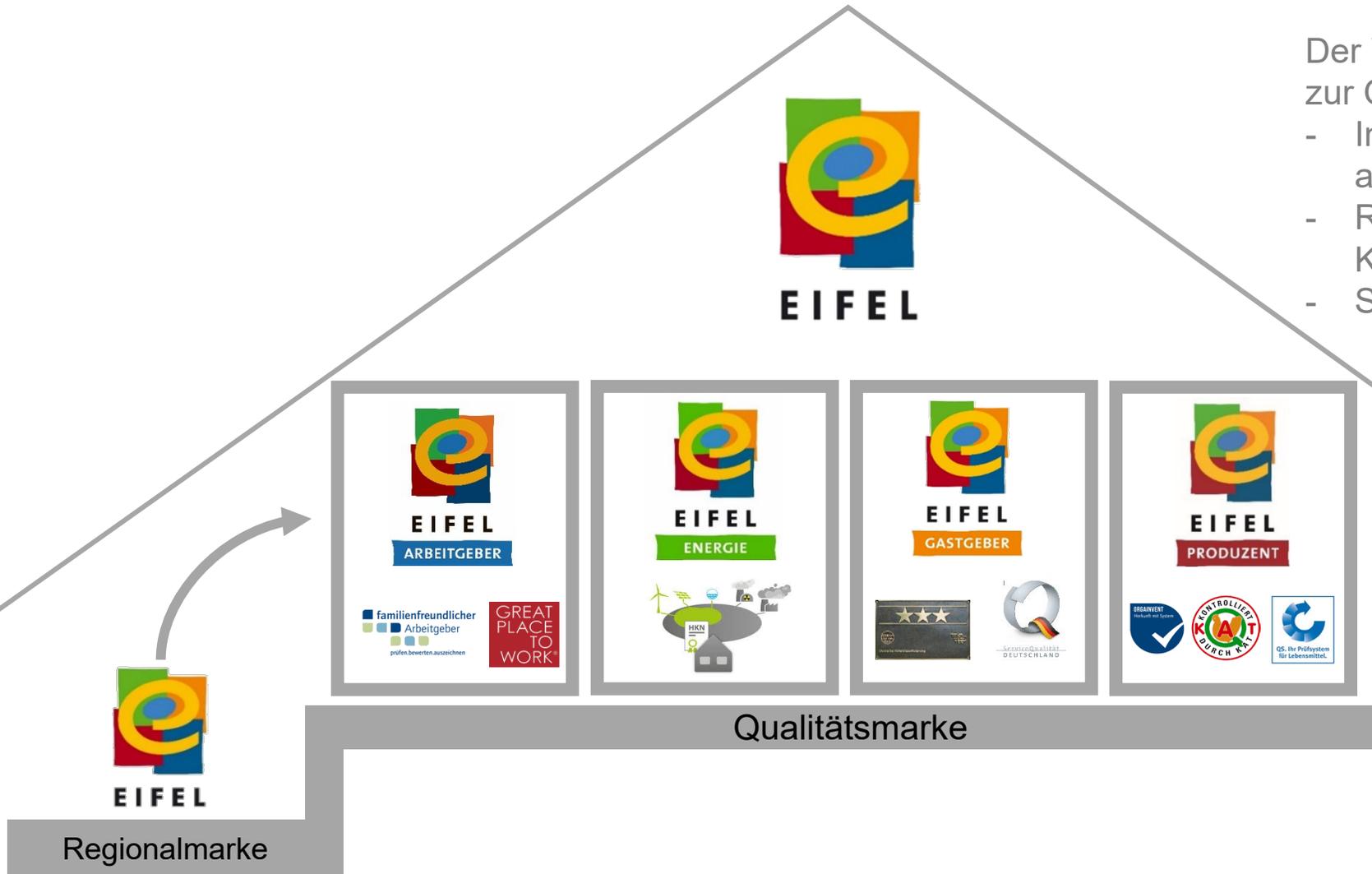


EIFEL

Seit 2012: komplett ohne öffentliche Förderung

→ **Ausschließliche Finanzierung über Markennutzungsgebühren**

Regionalmarke EIFEL - Von der Regional- zur Qualitätsmarke

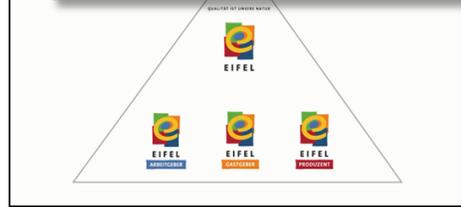


Der Wandel von der Regionalmarke zur Qualitätsmarke EIFEL bedeutet:

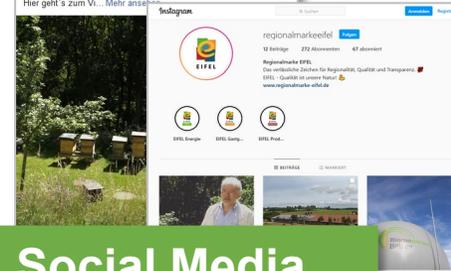
- Integration unabhängiger, anerkannter Qualitätssysteme
- Regelmäßige, strenge Kontrollen
- Ständige Weiterentwicklung

Regionalmarke EIFEL - Das starke Qualitätsnetzwerk!

Erklärvideos



Regionalmarke EIFEL
Von Goldschatz und EIFEL Königinnen
Die Inkere von Friedrich Bleckmann liegt in unmittelbarer Nähe des Nationalparks Eifel. Hier sammeln die fleißigen Bienchen die Zutaten für den köstlichen Honig. Neben der Erzeugung des EIFEL Honigs widmet sich der passionierte Imker auch der Zucht von Königinnen. Eine vergleichsweise junge Disziplin. In einem ca. 5-minütigen Video gibt Friedrich Bleckmann einen interessanten Einblick in seine züchterische Arbeit.



Social Media



Pressearbeit



Gemeinsame Veranstaltungen



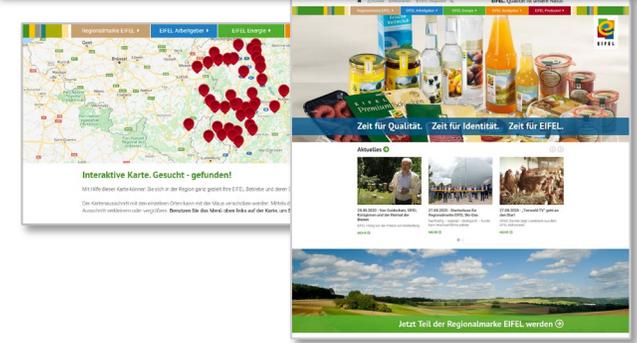
Networking

Website mit interaktiver Karte

Gemeinsame Aktionen



Werbewirksame Flyer und Roll-Ups





EIFEL



EIFEL

Regionalmarke EIFEL



EIFEL
ARBEITGEBER



EIFEL
ENERGIE



EIFEL
GASTGEBER



EIFEL
PRODUZENT

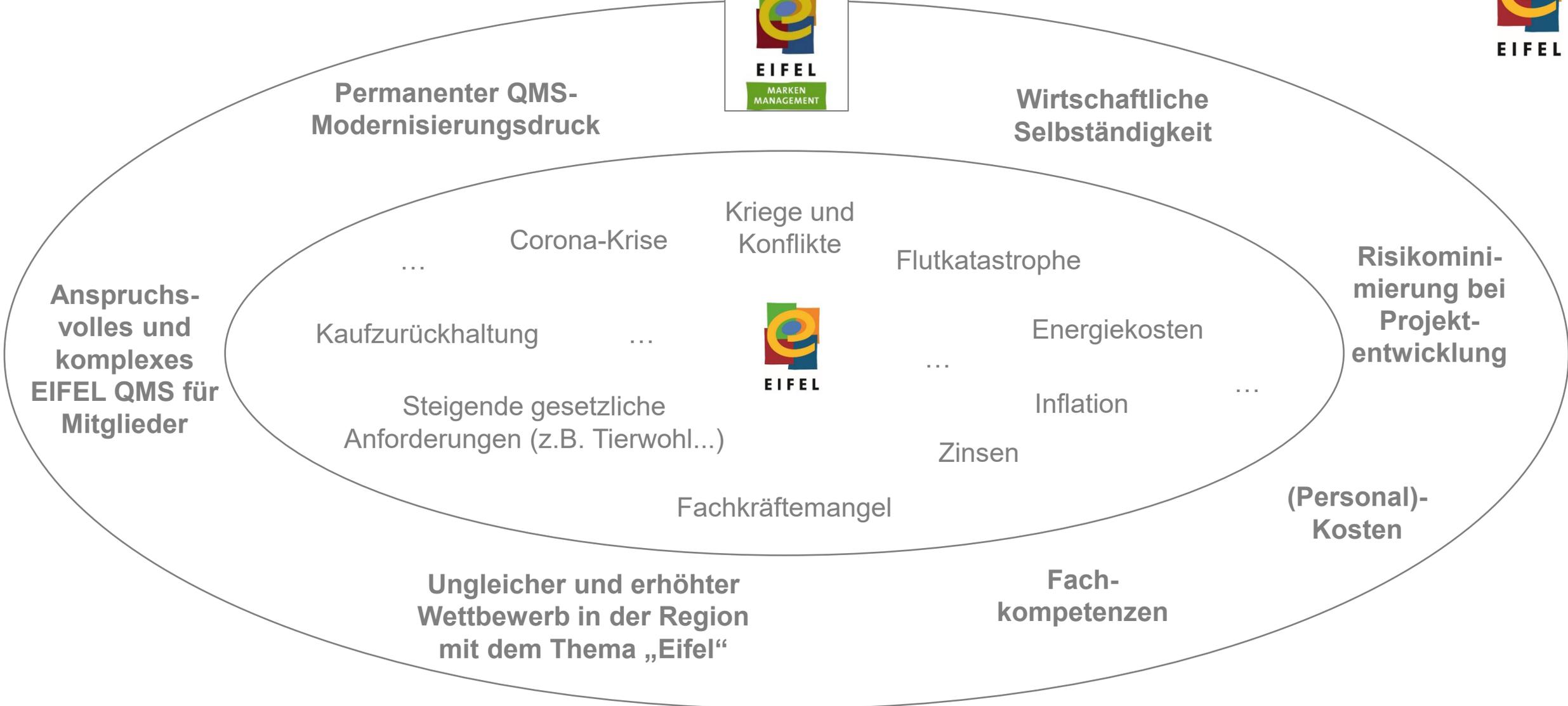


EIFEL
PRODUZENT



EIFEL Produzent: Wir produzieren Qualität.

Spezielle Herausforderungen



Generelle Herausforderungen: aus 20 Jahren Erfahrung...

- REGIONALITÄT als **Begriff ist nicht definiert**...heute ist fast alles „regional“...wirkt gegen bäuerliche LWS/ handwerkliche Verarbeitung/ Familienbetriebe...Vergleichbarkeit immer schwieriger...
- Seit 20 Jahren hat sich das Thema „regionale Produkte“ extrem verändert...Nachfragesog beim LEH, auch gerne „**marketinggetrieben**“...Frage: ist/ bleibt das „glaubhafte Regionalvermarktung“?
- Regionalinitiativen dürfen **kein „Feigenblatt“** beim Megatrend REGIONALITÄT werden/ bleiben...die BIO-Branche hat es wesentlich einfacher, da vgl.-barer Kriterienkatalog...wie Verbraucher vor „Verwässerung“ schützen?
- **Geld** regiert auch die ErnährungSWIRTSCHAFT...Regionalinitiativen haben prinzipiell KEIN/ WENIG Geld...die GROSSEN schon...wer übernimmt die „**Markt-Macht**“?
- **Finanzierungs-idee**: analog eines „Tierwohl-Cents“ sollte es auch einen „**Regionalitäts-Cent**“ geben...
 - Zu viele Themen/ Änderungen/ Anforderungen an KКУ/ Regionalinitiativen (Gesetzesänderungen/ Doku- und Kontrollpflichten/ Digitalisierung...) bei hoher Komplexität...**neutrale Experten fehlen**
 - Hohe Komplexität bei Förderprojekten...für KКУ/ Regionalinitiativen selten geeignet...**Lotse fehlt**...
 - „**Strukturerhalt**“ muss VOR „neuer geförderter Struktur“ Priorität haben...auch bitte keine Parallelförderungen...Förderung darf kein „Wettbewerb“ für bestehende noch marktfähige Konzepte/ Strukturen werden
 - Kommunen müssen „**Nachfragesog**“ für echte regionale Produkte erzeugen: Catering/ Kantine/ Schule/ KITA...nicht hinter Vergaberichtlinien verstecken

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

www.regionalmarke-eifel.de

Regionalmarke EIFEL.
Wir sind Eifel.

