

# The destination EIFEL / GERMANY

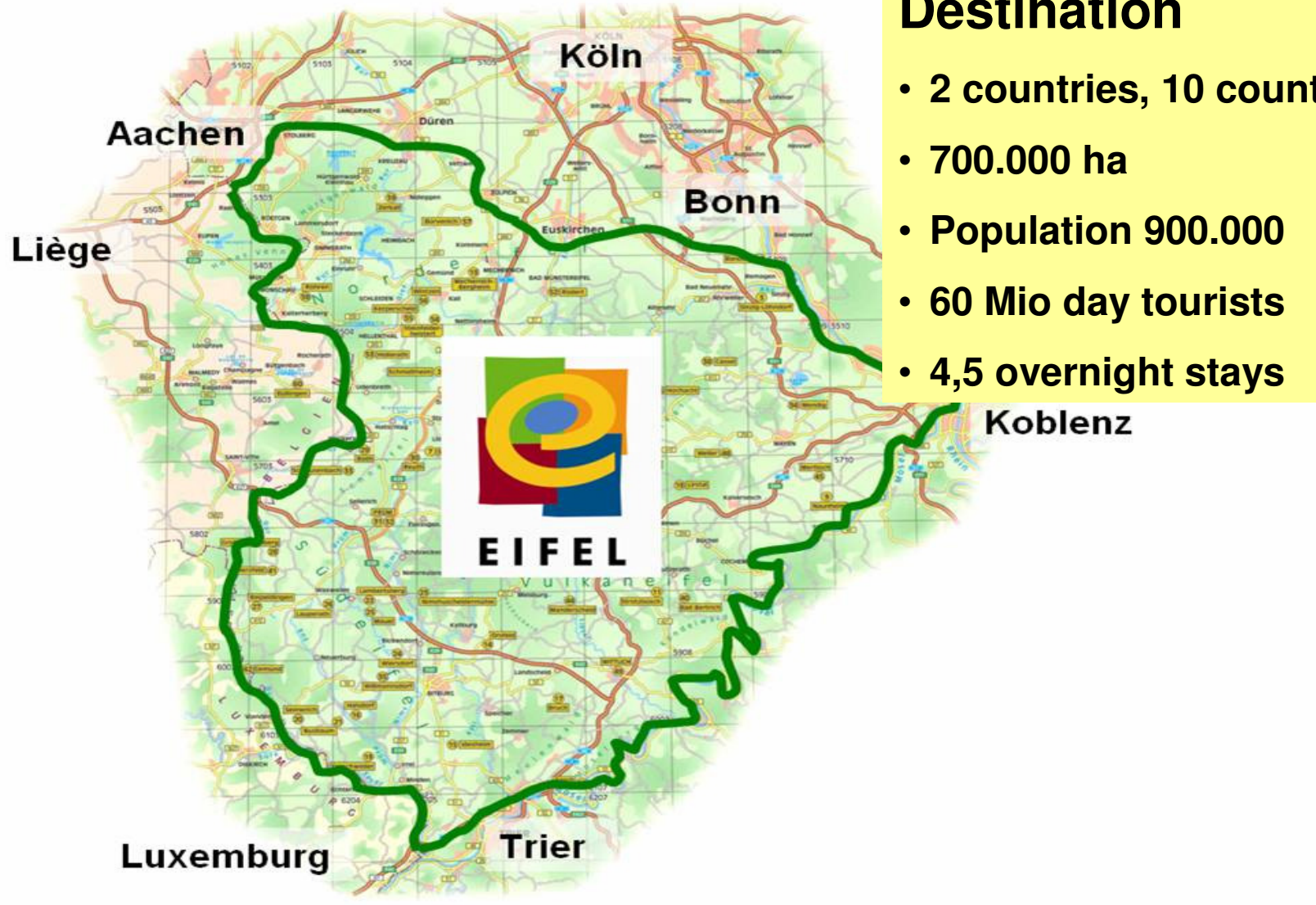
Peter Zimmer  
FUTOUR



## Eifel / Germany

### Destination

- 2 countries, 10 counties
- 700.000 ha
- Population 900.000
- 60 Mio day tourists
- 4,5 overnight stays



## Objectives

- Preservation of the cultural landscape through the promotion of high quality regional products and tourism services



### Die Regionalmarke Eifel

Die Regionalmarke Eifel wurde 2003 ins Leben gerufen, um eine hohe Qualität von Produkten aus der Land- und Forstwirtschaft dauerhaft zu garantieren. Aber auch die hochwertige handwerkliche Verarbeitung stellt ein herausragendes Ziel dar, das mit der Regionalmarke Eifel angestrebt werden soll. Auf diese Weise können gerade solche Unternehmen in der Eifel wettbewerbsfähig gehalten werden, die schon in der Vergangenheit unsere wertvolle Kulturlandschaft geschaffen haben. Und nur mit ihnen kann auch in der Zukunft weiterhin eine attraktive Urlaubslandschaft erhalten und weiterentwickelt werden.



### Eifeler Qualitätsbetriebe

Daher haben sich verantwortungsbewusste Hoteliers, Gastronomen und andere touristische Dienstleister einem Qualifizierungsprozess unterworfen und sich als Qualitätsbetriebe in einer Kooperation profiliert. Mit einer konsequenten Qualitätsstrategie sowie einem kontinuierlich steigenden Anteil an Regionalmarke Eifel-Produkten in Ihren Betrieben leisten sie damit einen hohen eigenverantwortlichen Beitrag zur Sicherung und Weiterentwicklung der Eifeler Kulturlandschaft.

Alle an dieser Zukunftsstrategie beteiligten Betriebe sind durch das Logo der Regionalmarke Eifel kenntlich gemacht.



**EIFEL**

QUALITÄT IST UNSERE NATUR

Wer dieses Zeichen sieht und diese Produkte oder die damit angebotenen Dienstleistungen nachfragt, unterstützt aktiv auch unsere Bemühungen für eine Tourismusregion Eifel mit Zukunft. Die Betriebe, die erfolgreich zertifiziert wurden, sind in diesem Katalog mit diesem Logo gekennzeichnet.



EIFEL

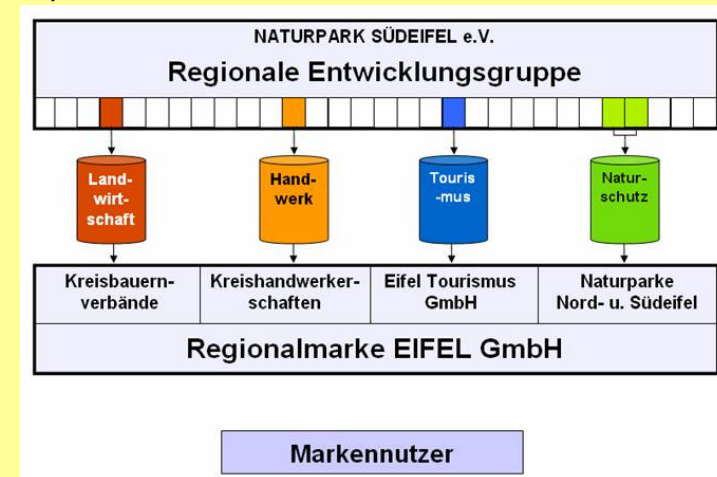
QUALITÄT IST UNSERE NATUR

## Stakeholders

- Goes back to the contest „Regionen aktiv“ (from ministry of agriculture)
- Initiated for the Eifel by county of Bitburg-Prüm
- Project executive: Nature park Südeifel
- Participants: a regional development team, consisting of 30 different organisations (as a subdivision of the nature park)

- **Finances:**

- Initial phase 2002-2006 100% federal funds/contest (2,5 Mio Euro)
- Following 7 years 1,8 Mio through the Land and county funds (declining amounts)
- From 2012 on self-financing through licence fees



## Instruments

- Development of quality criteria for organic and regular products
- Establishment of a distribution structure (grocer's shops, supermarkets, gastronomy)
- Marketing campaign and activities (creation of awareness)
- Close co-operation with tourism:
  - developing of quality criteria for accommodation facilities and restaurants
  - increasing percentage of brand products in the kitchen





MARKE EIFEL			
Qualitätskriterien und Kontrollverfahren			
Produkt: „EIFEL-Schweinefleisch (Frischfleisch)“			
Bereich	Kriterien (Auswahl, kann erweitert bzw. ergänzt werden)	Dokumentation	Kontrolle
NG	Herkunft	• Geboren, aufgewachsen und gemästet in der Eifel	Viehkontrollbuch Zusatzkontrolle durch QS
	Rasse/Genetik	• Reinerbig stressstabile Sauengrundlage (z. B. BHZP/DLS) • Stressstabiler Eber (z. B. Pietrain)	Zuchtnachweis, Viehkontrollbuch Zusatzkontrolle durch QS
	Fütterung	• Mind. 75 % Getreide, überwiegend aus der Eifel (mind. 50 %) • Möglichst regionale Eiweißfuttermittel (Erbsen,...)	Positivliste (Offene Deklaration), Futtermischprotokoll Zusatzkontrolle durch QS, Eigenkontrolle,

### Hotellerie- und Gastronomiebetriebe

Bereich	Kriterien	Dokumentation	Kontrolle
Grundlagen (Regionalität und Qualität)	Lage des Betriebes im Naturraum Eifel	Betriebsadresse	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	Der Betrieb fühlt sich der Philosophie und den Zielen der Marke EIFEL verpflichtet und sieht darin auch eine Basis für die Profilierung der Urlaubsregion Eifel	Unterzeichnung der Markenpräambel	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	Mindestens 3-Sterne DEHOGA- bzw. DTV-Klassifizierung bei Hotels* oder VIABONO-Zertifizierung bei reinen Gastronomiebetrieben <small>* sofern 3-Sterne aufgrund fehlender Rezeption und/oder Telefonanlage auf den Zimmer nicht erreicht werden können gelten auch 2-Sterne; bei allen anderen Fällen (z.B. wegen Denkmalschutz) entscheidet eine Prüfungskommission der Angebotsgruppe</small>	Nachweis der Klassifizierung bzw. Zertifizierung	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.  Prüfkommission
	Benennung eines betriebsinternen Qualitätscoaches	Ansprechperson	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	Aktionsplan mit jährlich mindestens 8 Verbesserungsmaßnahmen einreichen und umsetzen	Aktionsplan und Augenscheinname	Kontrolle der Ums alle 3 Jahre
	Teilnahme an den Seminaren der Qualitätsoffensive oder vergleichbaren Seminaren (max. einmal unentschuldig gefehlt)	Teilnahmebestätigung	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	EIFEL Wort-Bild-Marke wird am Hauseingang gut sichtbar platziert	Augenscheinname	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
Corporate Identity / Erscheinungsbild	Eigenes Unternehmensleitbild formulieren und kommunizieren	Augenscheinname	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	Die Kundenbewertungskarten Marke EIFEL werden auf den Zimmern und/oder im Restaurant gut sichtbar ausgelegt	Augenscheinname, ausgefüllte Karten / Bögen der Marke EIFEL	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	Der Betrieb verweist an seinem Ruhetag u. in seinen Ferien auf einen anderen Betrieb der Marke EIFEL	Augenscheinname	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.
	Teilnahme an mind. einem jährlichem Erfahrungsaustausch der Marke EIFEL-Betriebe	Teilnahmebestätigung durch Veranstalter	Eifel Tourismus Gr
Hausausstattung	Vitrine/Ecke mit haltbaren Produkten der Marke EIFEL und mit touristischem Infomaterial, die an gut für die Gäste sichtbarer Stelle vorhanden ist	Augenscheinname	Kontrolle durch n Prüfstelle alle 3 J.

## Results

- Products:
  - Over 50 products certified
  - Currently in ca. 150 retail shops
  - since Dec. 2005 listed in a big supermarket chain



**EIFEL**

QUALITÄT IST UNSERE NATUR



**Turn over test year 2004  
180.000 EUR**

**Expectation turn over**

**2005 1 Mio. EUR**

**2006 2 Mio. EUR**

**2008 6 Mio. EUR**

**2010 10 Mio. EUR**

**Agriculture  
5-10% profit**

**Handcraft  
20-30% profit**

**Tourism  
10-20% profit**

## Results

- Tourism:
  - 93 certified hosts using the brand logo and strengthening thereby their profil
  - hotels, flats, restaurants (all standards)



- Co-operation between different interest groups and identifications with the region has enormously increased
- Wide media presence
- Added value for the region