

Quelle: Eifel-Mosel-Zeitung

Datum: 20.05.2023

Seite: 14

- INTERVIEW -

Gefragt – Geantwortet – Thema heute: EIFEL-Produzenten

Die Eifel-Mosel-Zeitung (EMZ) ist seit vielen Jahren offizieller PARTNER der Regionalmarke EIFEL. Mit einer kleinen „Serie: Gefragt – geantwortet!“ über die Regionalmarke EIFEL möchten wir unsere Leserinnen und Leser auf einen aktuellen Stand bringen. Im heutigen finalen Interview dieser Serie werden wir uns der 4. Säule der Regionalmarke widmen – den EIFEL Produzenten. Alina Wonner und Markus Pfeifer vom Markenmanagement stehen uns nochmals Rede und Antwort.

EMZ: Beim Begriff „Regionalmarke“ denken die meisten wohl spontan an „regionale Produkte“. Wie ist die Regionalmarke EIFEL hier aufgestellt, Herr Pfeifer?



Markus Pfeifer

Markus Pfeifer: Stimmt. Meistens denkt man bei Regionalmarke EIFEL gerne schnell an unsere leckeren Lebensmittel. Unsere Arbeitgebermarke EIFEL, die Sparte EIFEL Energie oder unsere EIFEL Gastgeber werden dabei erst einmal etwas ausgeblendet. Vielleicht liegt es auch daran, dass gerade die EIFEL Lebensmittel für uns zum Start sehr wichtig waren. Hier haben wir eine sehr erfolgreiche Entwicklung hingelegt. Als wir uns vor 20 Jahren um regionale Produkte mit garantiertem Ursprung aus der Eifel kümmerten, waren wir eher Exoten und wurden belächelt. Direktvermarkter – ja, o.k. Doch garantiert regionale und handwerklich erzeugte Lebensmittel in den Handel zu bringen – das war neu. Heute ist das zum Glück komplett anders.

Heute sind regionale Produkte überall zu finden und liegen voll im Trend. Wir freuen uns über diese Entwicklung – doch wir möchten auch sagen, dass nicht jedes Produkt aus der Eifel auch wirklich seinen Ursprung hier hat. Dies ist bei Regionalmarke EIFEL Produkten anders – sie sind kontrolliert und stammen garantiert aus der Eifel. Wir reden übrigens bei unseren EIFEL Produzenten nicht nur von unseren knapp 100 Lebensmittelherzeugern und -herstellern, sondern auch von EIFEL Blockhäusern, EIFEL Massivholzdielen, EIFEL Obstbäumen, EIFEL Erden, Milche und Rinden. Ja, wir bieten schon ein sehr breites Spektrum an EIFEL Qualitätsprodukten an.

EMZ: Wir haben in den vergangenen Reportagen erfahren dürfen, was Ihr Markenmanagement-Team den Mitgliedern bietet. Könnten Sie bitte nochmals kurz zusammenfassen, was Ihre Leistungen ganz konkret für die EIFEL Produzenten sind, Frau Wonner?

Alina Wonner: Ja, sehr gerne. Ich würde es so beschreiben: wir sind die zentrale Schnittstelle zwischen den EIFEL Betrieben. Wir entwickeln verschiedene Qualitätsmanagementsysteme laufend weiter, haben einen Überblick über die anstehenden Prüfungen bei unseren Mitgliedsbetrieben, stehen im Austausch mit Zertifizierungsorganisationen, vernetzen zwischen den EIFEL Produzenten – z.B. vom Landwirt, über den Schlachthof,



Alina Wonner

dem Verarbeitungsbetrieb bis zum Metzger oder Lebensmittel Einzelhändler, machen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, setzen verschiedene Marketingaktionen um – alles mit dem Ziel, bestehende Strukturen in der Region zu stärken und eine Weiterentwicklung der Eifel zu ermöglichen.

Qualität, Nachhaltigkeit und Regionalität haben in den vergangenen fünf Jahren nochmals deutlich an Relevanz gewonnen – das sind die Themen der Zeit, wofür sich die Leserinnen und Leser interessieren und die sie zum Teil auch kritisch hinterfragen. Das nehmen wir ganz deutlich wahr, z.B. in der Produktgruppe Fleisch und Wurst. Bei unserer PR-Arbeit müssen wir dabei den Spagat zwischen Information, Wissensvermittlung und Unterhaltung finden – was oftmals bei sperrigen und komplizierten Themen gar nicht so einfach ist. Wir nutzen für unsere Öffentlichkeitsarbeit die unterschiedlichsten Kanäle, z.B. die Website www.regionalmarke-eifel.de, den regelmäßig erscheinenden Newsletter und natürlich die Social-Media-Kanäle. Zudem arbeiten wir mit regionalen Medienvertretern zusammen. Um die Botschaft und die Informationen aber auch direkt an den Einkaufsort zu den Verbrauchern zu bringen, haben wir für unsere EIFEL Produzenten im Bereich Fleisch und Wurst werbewirksame Flyer und RollUps entwickelt.

EMZ: Herr Pfeifer, letzte Frage unserer Interviewserie mit Ihnen. Was machen Ihre EIFEL Produzenten besonderes? Was leisten sie? Warum sollen wir Verbraucher EIFEL Produkte kaufen?

Markus Pfeifer: Unsere EIFEL Produzenten stehen für den notwendigen Strukturierhalt in der Landwirtschaft und im (Lebensmittel-) Handwerk, sorgen für unsere Versorgungssicherheit, sichern unsere Lebensgrundlagen, bewahren Wissen und Techniken in Erzeugung und Verarbeitung, pflegen unsere Landschaft, kümmern sich um Naturschutz und Artenvielfalt und sehr viel mehr. Die EIFEL Produzenten arbeiten kooperativ für höchstmögliche regionale Wertschöpfung für unsere Heimatregion eng zusammen – und lassen sich dann auch noch für uns dazu regelmäßig neutral kontrollieren.



Respekt. Dazu ein plakatives Beispiel: wenn wir keinen Schweinemäster und keinen Schlachter oder Metzger mehr in der Eifel hätten, wo würden wir dann Fleisch kaufen? Und vor allem: wo käme dieses Fleisch denn her? So würde es uns bei anderen Lebensmittel auch gehen können... darüber sollte man sich ruhig mal Gedanken machen.

Wir sind froh, dass wir z.B. über unser Regionalmarke EIFEL Programm jährlich noch etwa gut 20.000 Schweine zu besserer Qualität, unter aktuellen Tierwohlaspekten, mit kurzen Wegen, mit gutem Futter aus der Eifel in unserer Wertschöpfungskette mit unseren Partnern erzeugen und vermarkten. Ich bin sicher, dass wir gerade in den letzten 2-3 Jahren mit unseren höheren Tierwohlprämien einige Landwirte zum Weitermachen überzeugen konnten – zum Wohle für uns alle. Und genau hier kommen wir alle als Verbraucher ins Spiel. Wir müssen bei unseren regionalen Erzeugern kaufen, um diese zu unterstützen, so dass diese weiter produzieren können. Ich nenne das gerne den „Wertschöpfungsraum“, nicht nur die Wertschöpfungskette.

Wir als Verbraucher dürfen nicht die Produzenten einfach nur produzieren lassen und dieses Risiko voll beim Produzent belassen. Wir müssen verstehen, dass wir unsere Heimat, unsere Eifel, nur lebenswert halten, wenn wir uns alle gemeinsam in das gleiche „EIFEL Boot“ setzen – und alle gemeinsam rudern bzw. Verantwortung übernehmen. Also: lasst uns viele echte EIFEL Produkte kaufen. Regionalmarke EIFEL – wir sind Zukunft. DANKE SEHR für Eure Interviewserie mit uns! Eure EIFEL Partnerschaft ist für uns auch sehr wertvoll.

EMZ: Herzlichen Dank für Ihre Zeit, die Sie sich für unsere Interviews genommen haben. Die Gespräche mit Ihnen waren sehr aufschlussreich und interessant. Die Interviewreihe hat vielen Leserinnen und Lesern nochmals deutlich gemacht, was eigentlich hinter dem markanten EIFEL-e steckt. Mehr als nur reines Marketing – es geht um die Stärkung der Region von innen heraus. Man merkt, wie viel Herzblut und Engagement Sie in diese Themen stecken. Ω