

Fleisch als wichtigste Wertschöpfungskette

Regionalmarke Eifel: Im Gespräch mit Geschäftsführer Markus Pfeifer

Die Regionalmarke »Eifel« ist eine flächendeckende Marke für hohe Qualitätssysteme mit neutralen Kontrollen und garantierter Herkunft.

REGION. Die Zertifizierungen als »Eifel«-Arbeitgeber, -Gastgeber und -Produzent erfolgt nur dann an Betriebe und Unternehmen, wenn kontrollierte Qualität und Regionalität transparent nachgewiesen werden können. Das ist zum Beispiel beim Fleisch so. Gerade hat die Regionalmarke eine »Eifel-Lamm-Aktion« gestartet. Die Tiere leben unter freiem Himmel und ziehen mit den Schäfern durch die saftig grünen Eifel-Wiesen. »Sollte das Futter nicht ausreichen, so wird mit Gräsern und Kräutern vom Hof des Schäfers zugefüttert. Das Fleisch der Lämmer ist somit sehr natürlich und besonders bekömmlich«, sagt Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke »Eifel«.

Wir haben mit ihm über das sensible Thema »Fleisch aus der Region« gesprochen.

Wochenspiegel: Wie wichtig ist das Thema Fleisch für die Regionalmarke »Eifel«?

Markus Pfeifer: »Fleisch ist für uns die wichtigste und komplexeste Wertschöpfungskette. Landwirte, Direktvermarkter, Schlachthöfe, Metzgereien und weitere Produzenten arbeiten hier zusammen. In den letzten Jahren haben wir unser Kontrollsystem insbesondere beim

Thema »Herkunftsnachweis« perfektioniert. So konnte unsere Sparte Fleisch auch stetig und stark wachsen. Durch unser zwar dezentrales, aber doch abgestimmtes System können wir gemeinsam viele Zielgruppen bedienen. Wir brauchen passende Waren für den Handel, für Hofläden, für Bedientheken unserer Metzgereien, für Gastronomie. Und dabei wird trotzdem immer darauf geachtet, das gesamte Tier als »Eifel«-Fleisch zu vermarkten – sonst wäre unsere Wertschöpfung für die Betriebe und die Region nicht erfolgreich.«

Wie klappt die Kooperation zwischen »Eifel«-Produzenten und »Eifel«-Gastgebern?

»Die Kooperation untereinander klappt gut und auch immer besser. Na klar haben wir noch erhebliches Potential. Doch glaubhafte Regi-

onalität heißt auch Denken und Agieren in längeren Zeiträumen. Unsere »Eifel« Gastronomen haben gewisse Anforderungen im Hinblick auf Wareneinsatz von »Eifel« Produkten auf ihren Speisekarten zu erfüllen. Bei Getränken wie Bier, Wein, Mineralwasser, Säfte, Liköre und Bränden und auch bei Eiern sind unsere Logistik und Vertriebssystem sehr stark, so dass wir problemlos überall in der Eifel liefern können. Und auch beim Fleisch bietet unser Qualitätsnetzwerk nun alle Möglichkeiten für branchenüblichen Warenbezug. Diese Dinge müssen auch funktionieren, damit unsere erfolgreiche Verbindung zwischen Gastronomen und Produzenten weiterhin ausgebaut werden kann. Was sich leicht anhört, ist für ein geschlossenes regionales Warensystem doch eher anspruchsvoll. Doch wir können behaupten:

Vom Stall bis auf den Teller – alles garantiert Regionalmarke »Eifel«.

»Was hat die Regionalmarke Eifel 2017 noch geplant?

»Aktuell starten wir unsere »Eifel« Lamm – Aktion. Wir werden in Kürze eine »Eifel Gastronomie Werkstatt« ins Leben rufen, um unsere Kooperationen zu verstärken und um Kunden und Gäste immer wieder neu zu begeistern. Testen und starten möchten wir ferner einen Wettbewerb unter unseren »Eifel« Gastronomen: Wer hat die beste Speisekarte? Natürlich haben wir hier unsere »Eifel« Qualitäts-Brille auf. Und zum Erntedankfest planen wir – auch integriert in den »Tag der Regionen« – eine runde Aktion rund ums Weideschwein. Mal schauen, was wir alles gemeinsam bewegt bekommen. Darüber hinaus planen wir für unsere Arbeitgebermarke »Eifel« ein zusätzliches Format, praxisnäher, konkreter, handfester. Und auch unsere »Eifel« Produzenten werden für einige schöne Überraschungen sorgen. Garantiert...« **ste**

Erklär-Video

Regional ist gut - Aber was bedeutet das eigentlich? Neue Erklärvideos der Regionalmarke »Eifel« verdeutlichen die Zusammenhänge: Video unter: <https://www.youtube.com/user/Regionalmarke>



Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke Eifel.
Foto: Archiv