

Quelle: Trierischer Volksfreund

Datum: 14.02.2014

Seite: 14

## Internationale Würdigung für Regionalmarke Eifel

Die Vereinten Nationen zeichnen das Projekt „Qualität ist unsere Natur“ als besonders wertvoll für den Erhalt der biologischen Vielfalt aus

Vor gut zehn Jahren aus einem Bundeswettbewerb entstanden, hat sich die Regionalmarke Eifel seitdem zu einem wichtigen Wirtschafts- und Werbefaktor für die Eifel gemauert. Nun bekommt das Projekt auch national und international Anerkennung: durch die Vereinten Nationen.

Prüm. Mehr als 320 Betriebe zwischen Aachen und Trier, Bollandorf und Bad Neuenahr-Ahrweiler mit mehr als 200 Produkten: Unter dem Eifel-E versammeln sich zahlreiche Selbstvermarkter, Landwirte, Produzenten und Gastgeber, um die Eifel nach vorn zu bringen – und wirtschaftlich davon zu profitieren. Das hat der Initiative schon zahlreiche Aus-

zeichnungen eingebracht. Eine neue auf internationaler Ebene ist nun hinzugekommen. Die Vereinten Nationen haben das Projekt der Regionalmarke Eifel „Eifel – Qualität ist unsere Natur“ in die „UN-Dekade Biologische Vielfalt“ aufgenommen. Die UN betreibt damit ein Programm, das zum nachdrücklichen weltweiten Schutz von biologischer Vielfalt aufruft. Dazu gehört etwa auch ein Waldpädagogik-Projekt im Pfälzer Wald, der Mainzer Naturschaugarten und die Kamera am Wormser Dom zur Live-Übertragung des Brutgeschehens von wieder angesiedelten Wanderfalken.

Und nun auch das Projekt „Eifel – Qualität ist unsere Natur“,



Aufsteigend: Die Regionalmarke Eifel wird auch international anerkannt.

TV-FOTO/ARCHIV: PRIVAT

das vor allem das Engagement der Selbstvermarkter würdigt.

„Das ist nicht nur eine schöne Belohnung für unsere Arbeit und die der Betriebe, aber auch ein Lob an die Idee und Philosophie der Regionalmarke“, freut sich Markus Pfeifer, Geschäftsführer Regionalmarke Eifel. Auch wenn sich die Aufnahme in die UN-Dekade vordergründig auf die Produzenten und Direktvermarkter beziehe, so komme es dennoch auch auf den Netzwerk-Gedanken an.

„Ohne die Gastronomie etwa können auch die Produzenten ihre Produkte nicht vermarkten“, sagt Pfeifer. Alle Beteiligten spielten sich gegenseitig die Bälle zu und profitierten voneinander.

Ob es um die Rückverfolgbarkeit der Produkte, die Wertschöpfung für Naturschutz und Landwirtschaft gleichermaßen, für Handel und Tourismus geht, hier sei die Regionalmarke vorbildlich in Deutschland, würdigen die Vereinten Nationen. „Selbstbewusst präsentiert sich das neue UN-Dekade Projekt – und das mit Recht!“ lobt etwa Moderatorin und UN-Dekade Botschafterin Nina Ruge. „Hier ziehen Landwirte, Unternehmer, Gastronomen, Naturschützer und der Tourismus an einem Strang.“ sas

www.un-dekade-biologische-vielfalt.de