

Quelle: volksfreund.de

Datum: 27.09.2022

Seite: https://www.volksfreund.de/region/bitburg-pruem/regionalmarke-eifel-zittert-um-das-eifel-schwein_aid-77162733

Gibt es bald kein Eifel-Schwein mehr? Mit welchen Problemen die Regionalmarke zu kämpfen hat



Keine leichte Zeit: Das gelbe „e“ ist ein Botschafter für Qualität aus der Eifel. Die Regionalmarke merkt allerdings, dass der Wind stärker von vorne bläst. *Foto: TV/Regionalmarke Eifel*

Eifelkreis Wie stark ist die Eifel auf dem Markt? Während die Zahl der Arbeitgeber bei der Regionalmarke steigt, ist die Lage bei den Fleischerzeugern ernst. Ein möglicher negativer Dominoeffekt zeichnet sich ab: Ohne Eifelschwein kein Eifelschinken!

Von [Sybille Schönhofen](#)
Redaktion Eifel

Regionalität ist ein Etikett, mit dem sich punkten lässt. Vom Krimi mit Lokalkolorit bis zum Urlaub vor der Haustür und nachhaltigen Lebensmitteln aus der nahen Umgebung ist das Heimische zum Wert an sich geworden. Dafür steht auch die Regionalmarke Eifel, die Produzenten, Gastgeber, Energielieferanten und Arbeitgeber aus der Eifel unter einem Dach vereint. „Wir tun alles für die Region, damit wir hier zukünftig nach wie vor gut leben, wohnen und arbeiten können“, benennt Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke, das Ansinnen hinter dem Eifel-e.

Jüngster Neuzugang ist das zahnmedizinische Versorgungszentrum (MVZ) Speicher, das sich als Eifel-Arbeitgeber qualifiziert hat. Das MVZ ist das erste seiner Art in dem großen Branchenmix von den 40 Eifel-Arbeitgebern, die sich in den acht Jahren, seit denen es die Sparte gibt, dem Netzwerk angeschlossen haben. Dazu gehören produzierendes Gewerbe, soziale Dienste, Handwerksbetriebe, Verwaltung und Dienstleister.

INFO

Regionalmarke Eifel: Die Geschäftsfelder

Insgesamt haben sich 230 Betriebe dem Netzwerk angeschlossen. Neben den Lebensmittelproduzenten hat die Regionalmarke Eifel 2004 auch die ersten Gastgeber aufgenommen. Die Idee war, dass sie die regionalen Produkte auf die Speisekarte nehmen. Mittlerweile gehören rund 80 Betriebe dazu.

Vervollständigt wird die Marken-Familie von zwei Energiepartnern, die grünen Strom aus der Region liefern. 110 Produzenten von Eifel-Erzeugnissen und 40 Firmen in der Sparte Eifel-Arbeitgeber gehören auch dazu. Für ihr Engagement im Namen der Eifel gewinnen alle beteiligten Unternehmen über die Regionalmarke Eifel Image, Bekanntheit und Aufmerksamkeit.

Praxisleiter Daniel Jakobs erklärt, warum ihm die Zugehörigkeit wichtig ist: „Nur mit einem motivierten Team kann eine optimale medizinische Versorgung unserer Patienten sichergestellt werden. Dazu passt als weiterer wichtiger und konsequenter Baustein auch die Mitgliedschaft im regionalen Fachkräftenetzwerk der zertifizierten Eifel-Arbeitgeber. Image, Leistungspaket und Kooperationsmöglichkeiten der Arbeitgebermarke Eifel sind uns wichtig.“

Warum Arbeitgeber gerne auf das Eifel-Logo setzen

Dafür, dass die Betriebe mit dem Eifel-Logo werben dürfen, müssen sie fortwährend an ihren Standards arbeiten und alle drei Jahre das Zertifikat erneuern. „Wer sich bei uns engagiert, muss immer besser werden. Das ist anstrengend. Wäre das anders, hätten wir auch mehr Mitglieder“, schätzt Markus Pfeifer. Insgesamt gehören 230 Betriebe zum gesamten Regionalmarke Eifel Netzwerk. Die Zahl ist seit Jahren konstant.



Es geht um die Wurst. Immer mehr Schweine haltende Betriebe müssen aus wirtschaftlichen Gründen aufhören. Wenn der Trend so weitergeht, wird das Auswirkungen auf die Produktpalette der Regionalmarke Eifel haben. *Foto: TV/Regionalmarke Eifel*

Bei den Arbeitgebern zeigt sich der Nutzen der Mitgliedschaft in einer erfolgreicherer Personalrekrutierung. „Wir machen viel Werbung auf unserer Webseite, haben eine zentrale Vermittlungsplattform eingerichtet und sind beim Googlen sehr schnell zu finden. So kriegen unsere Arbeitgeber eher neue Mitarbeiter“, sagt Pfeifer. Damit die Unternehmer aufgenommen werden, müssen sie ein Audit bestehen, bei der die Qualität

als Arbeitgeber auf dem Prüfstein steht. Mit diesem Zertifikat ist die erste Hürde genommen. Das reicht aber nicht, um das goldene Eifel-e zu bekommen. Neben regelmäßigen Qualitäts-Checks muss das Unternehmen Nachwuchskräfte ausbilden und sich mit Herzblut für die Eifel einsetzen. Das könne sich im Kleinen beim Mineralwasser aus der Eifel im Besprechungszimmer und im Großen beim regionalen Sponsoring zeigen.

Wofür die Regionalmarke Eifel steht

Angefangen hat die Qualitätsmarke der Region vor 18 Jahren mit der Vermarktung von Lebensmitteln. Mittlerweile gehören 110 Produzenten und 30 Sortimentsgruppen wie Honig, Brände, Bier, Küchenkräuter und Fleisch dazu. „Wer das Eifelzeichen kauft, der weiß, dass die Produkte neutral kontrolliert sind und aus der Region kommen.“ Der Gedanke dahinter ist, die Wertschöpfungskette vom Stall bis auf den Teller in der Region zu halten und deshalb für die Produktion nichts auf dem Weltmarkt hinzu zu kaufen. „Das ist die Besonderheit an unseren Produkten.“ Dieses Prinzip durchzuhalten, werde immer schwieriger. Durch die jährlichen zusätzlichen freiwilligen Qualitätskontrollen nehmen die Mitglieder Extrakosten und aufwändige Dokumentationen in Kauf. Und das in einer Zeit, wo sie mit anderen Problemen zu kämpfen haben wie steigenden Kosten für Gas, Strom, Diesel, Dünger und ihnen dazu noch Mitarbeiter fehlen.

Steht das Eifel-Schwein vor dem Aus?

Dass die Zeiten hart sind, zeige sich am deutlichsten bei den Fleischerzeugern. Noch zählt die Regionalmarke 25 Schweine haltende Betriebe. „Es geben leider weitere Betriebe auf“, alarmiert Pfeifer. Die Betriebe könnten nicht mehr kostendeckend geführt werden. Pfeifer sieht das Konzept der Regionalmarke bedroht, wenn die Wertschöpfungskette unterbrochen wird: „Wenn wir vorne kein Schweinchen mehr haben, weil es immer weniger Betriebe gibt, dann brauchen wir uns auch nicht mit einem regionalen Schlachthof, Wursterzeuger oder mit einem Metzger oder Lebensmitteleinzelhändler mit Fleischtheke beschäftigen. Es kann sein, dass wir einen Kollaps in unserer gesamten regionalen Fleischerzeugerstruktur bekommen. Dann gibt es vielleicht kein Regionalmarke Eifel-Schwein mehr. Wir halten mit aller Macht dagegen.“ Der Kunde habe es in der Hand, appelliert Pfeifer.