

Landwirtschaft im Dialog im Kreis Neuwied

„Elan und Eigenverantwortung sind notwendig“

Geschäftsführer Markus Pfeifer stellte die erfolgreiche „Regionalmarke Eifel“ vor



Geschäftsführer Markus Pfeifer (2. v. r.) gab auf dem Rehhof einen authentischen Einblick in die Entwicklung und Strukturierung der erfolgreichen „Regionalmarke Eifel“. Foto: Kreisverwaltung Neuwied

Rüschied. Es war ein Wunsch aus der Landwirtschaft. Gerne wollten sich die Bauern in einer Runde mit den Vertretern des Naturschutzes zusammensetzen und Themen gemeinsam besprechen. Der Einladung des 1. Beigeordneten des Landkreises Neuwied, Achim Hallerbach, folgten rund 75 Personen.

Der Rehhof in Rüschied bot dafür einen guten Rahmen. Matthias Quiring, Betriebsinhaber und Agraringenieur, erläuterte seinen Kollegen und den Vertretern aus dem Naturschutz die praktizierte artgerechte Rinderhaltung mit viel Bewegungsspielraum in dem neuen hellen und luftigen Rinderstall und den dazugehörigen Viehweiden für die Tiere. Tierwohl ist auf dem Hof durchaus kompatibel mit Hightech. Die Kühe werden von zwei Robotern nach modernster Technik gemolken.

Erfolgreichste Regionalmarke in Rheinland-Pfalz

Als Impuls bot Referent Markus Pfeifer, Geschäftsführer der „Eifel“-Marke, in seinem Referat einen Blick in das Marketing der in Rheinland-Pfalz erfolgreichsten Regionalmarke. Die „Eifel“-Marke ist das Paradebeispiel für geschlossene Qualitätsmanagementsysteme bei regionalen Produkten und Dienstleistungen. Die Anwesenden hörten einen offenen und realistischen Vortrag des Eifel-Markenmanagements. Unter der „Regionalmarke Eifel“ zusammengefasst bieten lokale Unternehmen

Qualitätsprodukte und -dienstleistungen in den Bereichen Holz, Lebensmittel und Tourismus an. Die Palette reicht von Bier über Fleisch, Fisch, Honig, Kartoffeln, Kräuter bis zum Wein. Eifel-Produkte stehen für Wertschöpfung in und Verantwortung für die Region, nachhaltiges Wirtschaften und Handeln in Kombination mit der Förderung einer intakten Kulturlandschaft.

Alltägliche Produkte tragen die Marke

Das Fazit von Markus Pfeiffer: „Es ist viel unternehmerischer Elan und eigene Verantwortung bei den Produzenten notwendig. Eine Dachmarke kann Marketing betreiben, aber nicht die Produktions- und Vermarktungskette verantworten.“ Seiner Erfahrung nach sind es nicht unbedingt die speziellen Premiumprodukte, die solch eine Marke tragen, sondern eher alltägliche Lebensmittel. Insbesondere die Entwicklungen bei regionalen Fleischprodukten seien sehr beeindruckend. Trotz allem seien dicke Bretter zu bohren, um Regionalmarketing erfolgreich aufzustellen. Förderungen könnten da nur einen An Schub bringen.

Offenheit und Interesse für regionale Vermarktung war bei den zahlreichen Teilnehmern deutlich wahrzunehmen. Auch Pfeifer freute sich über den regionalübergreifenden Interessensaus tausch. Für eine stilgerechte regionale Bewirtung sorgte der Kreisverband der Landfrauen.

In der anschließenden Diskussion zum Thema sah Ulrich Schreiber, Kreisvorsitzender des Bauern- und Winzerverbands, durchaus Spielräume für ein gemeinsames Vorgehen mit dem Naturschutz, zum Beispiel um Ausgleichsflächen des Naturschutzes durch Landwirte zu bewirtschaften. Die Diskussionsteilnehmer waren sich einig, dass Lösungen vor Ort individuell gefunden werden müssten. Das neue Naturschutzgesetz bietet dazu Spielräume. Dr. Paul Bergweiler vom Naturschutzverein ANUAL stellte ein neues gemeinsames Beweidungsprojekt mit dem örtlichen Landwirt Thomas Wilsberg im Wahler Bachtal vor. Achim Hallerbach begrüßte die auf beiden Seiten spürbare Bereitschaft, im Sinne der Region aufeinander zuzugehen, und versprach diesen Weg durch die Kreisverwaltung konstruktiv weiterzubegleiten. Pressemitteilung

der Kreisverwaltung Neuwied