

Quelle: Eifel-Mosel Zeitung

Datum: 15.05.2021

Seite: 1 + 5

## Qualitätsoffensive der Regionalmarke EIFEL

EIFEL Produzenten wieder besser positionieren

Bereits seit 17 Jahren entwickelt sich die Regionalmarke EIFEL stetig weiter. Sie verfolgt die Zielsetzungen von höherer Wertschöpfung durch bessere und engere Zusammenarbeit in den Bereichen Landwirtschaft, Handwerk, Tourismus und Naturschutz in der Eifel. Dabei stehen im Kern definierte Qualitätsanforderungen und regelmäßige neutrale Kontrollen.

Waren anfänglich vereinzelte Produkte wie der EIFEL Premium Schinken oder auch der EIFEL Edelbrand neben touristischen Betrieben wie Hotels und Restaurants im Fokus, so steht die Qualitätsmarke mittlerweile deutlich breiter da. Die Regionalmarke EIFEL besteht aus 4 Kern-Geschäftsfeldern:

Fortsetzung auf Seite 5

Fortsetzung von Seite 1

## Qualitätsoffensive der Regionalmarke EIFEL

Aus EIFEL Arbeitgebern, die ein regionales Fachkräftenetzwerk bilden, aus EIFEL Energiepartnern, die in der Region grünen Strom und Biogas erzeugen und vermarkten, aus EIFEL Gastgeber, die mit ausgezeichnetem Service und regionalen Speisen und Getränken Gäste begeistern und aus EIFEL Produzenten, die garantiert regionale Lebensmittel aus der Eifel herstellen.

Im Bereich der EIFEL Produzenten hat sich in den letzten Jahren ein Innovationsstau gebildet. Derzeit werden vom Markenmanagement frische Ideen und neue Lösungen für diese Säule gesucht und nach und nach umgesetzt. Dabei werden primär zwei Schwerpunkte gesetzt, die das Qualitätsnetzwerk der EIFEL Produzenten auch wieder attraktiver für neue Mitglieder machen sollen.

Zum einen geht es um die Weiterentwicklung und die Verstärkung

der Erfolgsstory der EIFEL Eier. Da mittlerweile mit ca. 20 Familienbetrieben etwas mehr als 100 Millionen EIFEL Eier produziert und vermarktet werden, benötigt diese Sortimentsgruppe eine qualitative Aufwertung und gleichzeitig eine Absicherung hinsichtlich der Lieferbeziehungen



Für unsere Landwirte in der Eifel! Foto: RAME

– vornehmlich in den Handel. Diese Themen werden in Kürze bei einem internen Expertenworkshop, der die Geflügel haltenden EIFEL Produzenten weiterbildet und auf den neu-

esten Stand bringen soll, erörtert, diskutiert und dann im Sinne einer zukunftsfähigen Strategie gemeinsam auf den Weg gebracht.

Der zweite Schwerpunkt der Q-Offensive findet im Bereich „EIFEL Fleisch und Wurst“ statt. Als Zielsetzung passt die Formulierung „Regionalmarke EIFEL Fleisch 2.0“ treffend dazu. Gerade im Bereich Fleisch tragen die deutlich intensiveren Kooperationen der Regionalmarke EIFEL mit der Schweine-Vermarktungs-Genossenschaft (SVG) aus Idenheim und deren angeschlossenen Landwirten bereits erste Früchte. Mit einem neuen und exklusiven Konzept, dem „EIFEL Plus Schwein“, tragen SVG und Regionalmarke EIFEL dazu bei, dass gemeinsam mit Partnern aus den Bereichen Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung (Metzgereien, Wurstherstellung) und dem Lebensmittel-Einzelhandel, den Verbrauchern beste regionale Fleisch-

qualität angeboten werden können. Dabei wird dem Landwirt für seine Arbeit immer ein allgemeingültiger Marktpreis für seine Tiere gezahlt, der allerdings nach unten durch einen garantierten Mindestpreis abgesichert ist. Mit diesem Preis kann der Landwirt eine dauerhafte Betriebsführung sicherstellen. „Bei unserem neuen „EIFEL Plus Schwein“ kommt eine weitere Aufwertung dazu: „EIFEL Plus Schwein“ bedeutet gleichzeitig mehr Tierwohl (vergleichbar mit der bekannten Haltungsform 2) – mehr Platz, zusätzliches Beschäftigungsmaterial, Fütterung mit 70 % Getreide, davon mehr als 50 % aus der Eifel. Für dieses Mehr an Tierwohl erhält der Landwirt direkt vom Handel bzw. vom letzten Glied der Wertschöpfungskette 15,- Euro mehr Geld pro Tier – ohne Abzüge“, so Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL.

„Regionalmarke EIFEL Fleisch 2.0“ deckt somit die aktuellen Verbraucherwünsche nachvollziehbar nach besseren Haltungsbedingungen der Tiere ab. Gleichzeitig wird sichergestellt, dass auch die höheren Kosten und Leistungen für mehr Tierwohl als „Tierwohlprämie“ direkt an den Landwirt der Region fließen. Nur so werden wichtige Strukturen erhalten, die schließlich die Lebensmittelversorgung perspektivisch für uns alle sicherstellen. Bäuerliche Familienbetriebe als Vertragslandwirte, neutrale Kontrollen über alle Stufen der Wertschöpfungskette, regionale Produktion bei kurzen Wegen – das werden die neuen Trends. Markus Pfeifer dazu: „Gerade mit unseren EIFEL Produzenten müssen wir wieder deutlich mehr gestalten, weniger verwalten. Das „EIFEL Plus Schwein“ ist bereits in der Umsetzungsphase – in der Osteifel. Mit drei sehr guten, der SVG angeschlossenen, landwirt-

chaftlichen Betrieben, kurzen Wegen zum Schlachthof, Verarbeitung zu Frischfleisch und Wurst durch die Firma Hüntend und als Abnehmer mit REWE Hundertmark mit insgesamt 12 Filialen setzen wir alle positive Zeichen für die Zukunft. Die Verbrau-

cher müssen sich nun aber auch auf unser regionales Konzept einlassen – zum Wohle der Landwirtschaft, zum Wohle der Region, zum Wohle der Umwelt.“

[www.regionalmarke-eifel.de](http://www.regionalmarke-eifel.de) ©