

Quelle: Trierischer Volksfreund

Datum: 06.01.2023

Seite: 11

Regionalmarke setzt auf Qualität, Regionalität und Tierwohl

Zukunfts-Strategie bei Eiern soll Verbraucherwünschen gerecht werden - Geflügelhöfe sind Verein für kontrollierte Tierhaltungsformen angeschlossen.

METTERICH/MENDIG/JÜNKERATH-GLAADT/SÜLM (red) Die Regionalmarke Eifel hat eine Zukunfts-Strategie in Sachen Eier, heißt es in einer Pressemitteilung. Und: 2021 verzehrte jeder deutsche Bundesbürger durchschnittlich 238 Eier. Auch bei der Wahl der Eier legen die Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmend Wert auf Qualität, Regionalität und Tierwohl.

Immer mehr Menschen hinterfragen die Haltungsbedingungen der Nutztiere und möchten wissen, wie die verschiedenen Produkte vor Ort bei den Erzeugerbetrieben entstehen. „Sie wünschen sich mehr Transparenz – dafür gibt unser Qualitätszeichen Eifel klare Signale und Sicherheit bei der Kaufentscheidung“, sagt Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke Eifel.

Um genau diesen Ansprüchen

nachzukommen, arbeite das Markenmanagement der Regionalmarke gemeinsam mit den angeschlossenen Geflügelhöfen an einer konsequenten Weiterentwicklung der „Regionalmarke Eifel Eier“. Seit 2021 laufe eine umfassende Qualitätsoffensive. So wurden die Kriterien unter Beratung von Experten modernisiert und angehoben – insbesondere hinsichtlich der Tierwohlanforderungen. Diese gelten einheitlich für alle Erzeuger und Vermarkter der Regionalmarke Eifel Eier; So sind seit diesem Jahr alle Geflügelhöfe der Regionalmarke dem Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen (KAT) angeschlossen.

Jedes Ei ist damit Teil eines geschlossenen, transparenten und lückenlosen Systems. Jeder Verbraucher kann über die Eingabe der Printnummer, die sich auf dem

Ei befindet, in einer Datenbank im Web die genaue Herkunft des Produkts und die entsprechenden Haltungsbedingungen der Tiere erfahren. Dies schafft Vertrauen und Transparenz für den Verbraucher. Neben der Rückverfolgbarkeit werden bei den Eifel Eiern strenge Auflagen hinsichtlich der Tierhaltung und der Hygiene eingehalten, die weit über den gesetzlichen Mindeststandards hinausgehen.

„Der Lebensmittelhandel verlangt schon immer von seinen Lieferanten die KAT-Zertifizierung. Wir haben unsere EIFEL-Produzenten nun ausnahmslos dazu verpflichtet. So sichern wir unseren Erzeugern und Vermarktern wichtige Absatzwege“, sagt Pfeifer. „Darüber hinaus legen wir Wert auf eine gute Fütterung – denn gut ernährte und gesunde Hühner bedeuten auch leckere Eier. Die Hennen erhalten viel pflanz-

liches Futter, davon mindestens 50% Getreide. Ein Teil dieses Getreides kommt aus der Eifel. Außerdem stammen die Hennen von Aufzuchtbetrieben, bei denen die Schlupfbüder, also die männlichen Küken, aufgezogen werden“, erläutert der Geschäftsführer.



Guido Andres ist immer schon Regionalmarke Eifel Ei - Produzent.

FOTO: REGIONALMARKE

Im Herbst fanden die Prüfungen bei den Eifel Geflügelhöfen Huber in Sülm, Feinen in Metterich, Andres in Mendig und Eich-Esser in Jünkerath-Glaadt statt. Einmal im Jahr werden die Betriebe unangekündigt von einer neutralen Prüfungsorganisation unter die Lupe genommen.

Erstmals kamen hierbei auch die überarbeiteten Regionalmarke Eifel Eier-Checklisten bei den Geflügelhöfen zum Einsatz. Die Ergebnisse können sich sehen lassen. „Seit 2015 sind wir mit unserem Legebetrieb der Qualitätsmarke angeschlossen. Für uns war und ist es die richtige Entscheidung. Nicht nur, dass das vierfarbige EIFEL-Logo bei den Verbrauchern ein Zeichen für garantierte Qualität aus der Eifel ist. Wir haben so auch die Möglichkeit von anderen Betrieben zu lernen und uns und unsere Produkte weiterzuentwickeln. Gerade in diesen Zeiten

ist das wichtig – auch hinsichtlich der steigenden Anforderungen des Handels und der Verbraucher an uns“, so Beate Richarz vom Geflügelhof Feinen aus Metterich als klassischer Direktvermarkter mit einem sehr guten Prüfergebnis ausgezeichnet.

Eine Botschaft möchte Markus Pfeifer senden: „In den letzten Jahren haben die Verbraucher unsere Regionalmarke Eifel Eier zum Erfolgsprodukt gemacht. Durch ihre Kaufentscheidung für unsere hochwertigen und leckeren Regionalmarke-Eier konnten wir unseren Selbstversorgungsgrad steigern und wichtige landwirtschaftliche Strukturen erhalten. In der aktuellen Krise sind unsere Erzeugerbetriebe unter enormen Druck geraten. Jetzt müssen Konsumenten sich weiterhin beim Einkauf bewusst für Regionalmarke Eifel Eier entscheiden.“