

Quelle: input-aktuell.de

Datum: 10.03.2023

Seite: <https://www.input-aktuell.de/>

Kontinuierliche Verbesserung - Das Credo der Regionalmarke EIFEL

Kobern-Gondorf/Prüm (red/boß) Rahmenbedingungen und Anforderungen an Produkte verändern sich laufend. Auch über Jahre gewachsene Warenströme können durch unterschiedlichste Gründe beeinflusst werden

und müssen dementsprechend oftmals angepasst werden. Deshalb ist es unerlässlich und extrem wichtig, dass auch die Kriterien der Regionalmarke EIFEL-Produkte kontinuierlich weiterentwickelt werden, um genau diesen Ansprüchen und Veränderungen gerecht zu werden. So wurden beispielsweise in 2021 die Kriterien der EIFEL Eier vom Markenmanagement unter Beratung von Experten erneuert. Themen wie Tierwohl, Herkunft und lückenlose Rückverfolgbarkeit gewinnen zunehmend an Bedeutung und wurden bei der Überarbeitung der Kriterien nochmals mehr in den Fokus gerückt.

Neben unabhängigen Experten, die das Team der Regionalmarke EIFEL zur Beratung hinzuzieht, ist für die kontinuierliche Weiterentwicklung auch die Teilnahme an einer der jährlich stattfindenden Kontrollen von Bedeutung. Erst durch das gemeinsame Gespräch mit den Auditoren und den Qualitätsmanagement-Verantwortlichen können mögliche Schwachstellen und Unklarheiten bei den Prüfungen identifiziert werden und neue Lösungsansätze erarbeitet werden.

Ein Audit, das das Markenmanagement kürzlich begleiten durfte, fand kürzlich bei Presto Humus in Kobern-Gondorf statt. Nach einem Rundgang über das Betriebsgelände des EIFEL Produzenten für Erden und Rinden, ging es auch schon an die Prüfung. Durch den persönlichen Austausch an diesem Nachmittag konnten einige wichtige Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung der Kriterien erarbeitet werden, die nun in den kommenden Wochen vom EIFEL-Team Schritt für Schritt in den bestehenden Kriterienkatalog integriert werden.

Übrigens: Presto Humus hat einen eigenen Online-Shop. So könnt Ihr Euch ganz einfach per Mausclick EIFEL Erden und Rinden nach Hause liefern lassen.

Presse RME