

Pressemitteilung

Marque nationale



www.marquenationale.lu



Pressemitteilung

Marque nationale – definitiv kein alter Schinken!

Mit der kürzlich erschienen großherzoglichen Verordnung hat die Marque nationale für Schweinefleisch und Räucherschinken eine Neuauflage erhalten.

Die Marques nationales für Schweinefleisch und Räucherwaren – eingeführt wurden sie in den Jahren 1989 und 1990. Zwanzig Jahre später – seitdem wurden 1,5 Millionen Marque nationale Schweine produziert und 345.228 Marque nationale Schinken verzehrt – hat die Marque nationale Kommission ihr staatliches Label für Schweinefleisch und Räucherschinken an die zukünftigen Anforderungen an ein modernes Qualitätslabel und Qualitätssicherungssystem angepasst. Der Aufbau der neuen Lastenhefte für die Marque nationale geschah in enger Abstimmung mit den einzelnen Marque nationale Teilnehmern (Produzenten, Schlachtung / Zerlegung, Verarbeitung, Handel). Aus den zahlreichen Fachgesprächen und Untersuchungen ließen sich wertvolle Maßnahmen für die Produktions- und Vermarktungsstufe ableiten.

Die Neuauflage der Marque nationale wählt einen ganzheitlichen Ansatz, welcher neben den Verbraucherwünschen hinsichtlich Qualität, Produktsicherheit, Rückverfolgbarkeit, Herkunft, Tierschutz und Nachhaltigkeit eine gleichzeitige Schaffung zukunftsfähiger Strukturen von der Primärproduktion bis hin zur Schlachtung- und Verarbeitungsebene anstrebt. Die Schaffung einer Basis für ein eigenes stufenübergreifendes Qualitätssicherungssystem dürfte ein Kernelement in der Neuauflage der Marque nationale darstellen. Daneben war die Diversifizierung des Produktangebots ein weiteres wichtiges Anliegen: hier haben sich die Verantwortlichen der Marque nationale dazu entschieden, die Produktpalette der Marque nationale auf weitere traditionelle Wurst- und Fleischspezialitäten auszuweiten - dies im Sinne einer optimalen Verwertung sämtlicher Teilstücke eines Marque nationale Schweins.

Im Folgenden ein kurzer Überblick:

Qualitätssicherung über sämtliche Stufen der Produktion

Marque nationale – das ist Qualitätssicherung vom Landwirten bis zur Ladentheke. Für jede Produktionsstufe wurden spezielle Lastenhefte entwickelt. Diese beinhalten eine Fülle von Auflagen, die teilweise deutlich über den „Standard“ hinausgehen. Im jährlichen Rhythmus erfolgt eine Anpassung hinsichtlich Verbraucherwünsche und Markttrends. Der gesamte Herstellungsprozess wird durchgängig dokumentiert und kontrolliert.



Das Marque nationale Kontrollsystem

Wesentliche Grundlage eines funktionierenden Qualitätssicherungssystems ist die Kontroll- und Prüfsystematik um die Erfüllung der Kriterien und damit den Wahrheitsgehalt und die Zuverlässigkeit des gesamten Systems permanent aufrecht zu erhalten. Zur Umsetzung dieser Zielsetzung wurde ein dreistufiges Kontrollsystem aufgebaut: die erste und wichtigste Kontrolle stellt die betriebliche Eigenkontrolle dar. Die zweite Kontrolleebene beinhaltet eine neutrale Kontrolle durch ein akkreditiertes Prüfinstitut. Eine staatliche Systemkontrolle durch die Marque nationale Kommission bildet die dritte und letzte Kontrolleebene.

Einführung neuer Marque nationale Produkte

Das Marque nationale Schwein verfügt nicht nur über ein saftiges Kotelett und einen schmackhaften Schinken. Die vollständige Vermarktung des gesamten Marque nationale Schweins funktioniert nur dann, wenn nicht nur die Edelteile wie Kotelett und Schinken, sondern auch das sogenannte „Verarbeitungsfleisch“ in Form von Fleisch- und Wurstwaren vermarktet werden kann. Somit wurde die Produktpalette um folgende Produkte erweitert: *gekachten Ham*, *Zoossiss*, *Mettwuersch*, *Pâté*, *moren Speck & gedrëschenen Judd*. Als Ausgangsware zur Herstellung von Marque nationale Produkten darf ausschließlich Marque nationale Schweinefleisch verwendet werden. Die Zutaten, die für die Produktion der einzelnen Produkte beigemischt werden, sind in der sogenannten „Positivliste“ der Marque nationale Lastenhefte genauestens definiert. Weitere Auflagen des Lastenheftes regeln die einzelnen Produktionsverfahren. Die fertigen Produkte müssen im Rahmen der Endkontrolle definierte chemische, mikrobiologische, sowie organoleptische Anforderungen erfüllen.

Ein neues Logo für die Marque nationale

Das neue Logo der Marque nationale ist authentisch und zeitlos und hatte vor kurzem seinen ersten Werbeauftritt. Es dient in Zukunft der einheitlichen Kennzeichnung der gesamten Produktpalette der Marque nationale vom Schweinefleisch, was den Wiedererkennungswert deutlich erhöht und den Einkauf vereinfacht.

Das Marque nationale Werbekonzept

Mit der Einführung eines Werbefonds im Jahr 2009, an dem sich heute sämtliche Teilnehmer des gesamten Produktionsprozesses Marque nationale Schweinefleisch finanziell beteiligen, wurde die Basis für ein professionelles Agrarmarketing geschaffen. Unter dem Motto „La Marque nationale – ça me fait de l'effet“ wurde ein dreijähriges kreatives Werbekonzept entwickelt.



Das Vorhaben Marque nationale Schweinefleisch ist somit das Ergebnis des Zusammenwirkens vieler engagierter Akteure. Das neue Logo der Marque nationale gibt ein klares Signal für den Kauf sicherer und qualitativ hochwertiger Lebensmittel von zuverlässigen Produzenten.

Marque nationale - denn alles Gute kommt vom Schwein!





Märkte, Macher, Meinungen

Frage : Was verbinden Sie mit der neuen Marque nationale vom Schweinefleisch und welche Erwartungen haben Sie für die Zukunft ?

Claude GRAFF, Direkter Abattoir Ettelbréck



»»»»

Déi nei Marque nationale vu Schwéngfleesch steet fir Qualitéitsdenken, Traditionsbewosstsinn an Ennerstetzen vun lokalen Marchéen. Déi kuerz Transportweeër an der Regioun leeschten e wichtige Bäitrag fir d'Emwelt.

Ech erwaarden d'Erhaalen resp. d'Erweiterung vun de landwirtschaftleche Strukturen. D'Marque nationale ass eng *Valeur sûre* fir de Konsument, e Stéck Fleesch mat Identitéit.

...“

Nic SCHOETTER, Direkter Abattoir Coboulux, Wecker

»»»»

Wann een eppes ësst, muss et gesond an natiirlech sinn.

D'Schwäi ginn a kleng Lëtzebuerger Betriber gezillt. D'Fidderung gëtt streng kontrolléiert an d'Transportweeër an d'Schluechthaus si kuerz.

Schwéngfleesch vun der Marque Nationale.

Lëtzebuerger Qualitéit op den Teller an de Genoss ass garantéiert!

...“



Luc MEYER, Betriebsleiter „Salaisons Meyer“, Nidderkärerjeng

»...«

Déi iwwerschafften Gesetzgebung vun dem Schwéngfleesch Marque Nationale an sengen neien Produiten ass den richtegen Schrëtt an d'Zukunft fir den Lëtzebuerger Agrar- a Fleeschsektor.

Dëst Resultat, erreecht duerch Zesummenaarbecht vu sämtlechen Acteuren aus der ganzer Branche, stärkt engersäits d'Positioun vun sämtlech Lëtzebuerger Produzenten an der Filière, an andersäits gëtt et dem Client/Konsument daat néidegt Vertrauen an e gutt Stéck Lëtzebuerger Fleesch.



...“

Frank STEFFEN, Betriebsleiter „Maison Steffen“, Stengefort

»...«

D'Ënnerstëtzung an d'Stärkung vun den regionalen Produkter ass fir mech an mäi Betrib ganz wichteg. Duerch d'verbessert Visibilitéit kënnen d'Konsumente geziilt op d'Produkter vun der Marque nationale zréckgräifen.

Duerch d'kuerz Transportweeër hei zu Lëtzebuerg gëtt een aktiven Bäitrag zum Ëmweltschutz gelescht“



...“

Romain KLEIN, Schwéngsproduzent aus Nidderfeelen a Präsident vum COCHY



»...«

E gutt Produkt aus der Region, ewéi z.B. eis Marque nationale's Ham, leescht e wichtegen Bäitrag fir d'Strukturen a fir d'Betriber an der gesamter Region. Vum Fierkel bis bei d'Endprodukt sinn eng ganz Partie Betriber bedeelegt. De Kaf vun engem regionale Produkt séchert Arbechtsplazen an hëlleft, eis Liewensqualitéit ze erhalen.

...“

Administration des Services Techniques de l'Agriculture
Service de la Production Animale
16, route d'Esch · L-1470 Luxembourg
Tél.: 45 71 72 - 215
Mail: jeanne.bormann@asta.etat.lu

Association pour la promotion
de la « Marque nationale de la viande de porc (COCHY) »
15, Hauptstrooss · L-9360 Brandenburg
Tél.: 99 01 30
Mail: cochy@pt.lu



www.marquenationale.lu