

"Heidjeria" hat gefehlt

Drei Fragen an Winfried Mattfeld, Imker aus Walsrode



„So etwas wie Heidjeria hat uns hier in der Heide bislang gefehlt“. Der Walsroder Imker Winfried Mattfeld im Gespräch

Herr Mattfeld, Sie sind Mitglied im Deutschen Imkerbund, und als Imker überregional bekannt. Ihre Produkte, zum Beispiel Ihr Heidehonig, werden weit über die Lüneburger Heide hinaus geschätzt. Was hat Sie dazu bewogen mit "Heidjeria" zu kooperieren?

Winfried Mattfeld: Dafür gibt es eine ganze Menge Gründe. Zuerst einmal hat mich natürlich die Idee sehr überzeugt: eine Vertriebsmarke für unterschiedliche Produkte zu schaffen, die drei wesentliche Gemeinsamkeiten haben, nämlich die regionale Herkunft der Zutaten, die Manufakturzeugung, und darüberhinaus die Premium-Qualität. Da passt mein Honig wunderbar dazu. Außerdem merkt man schnell, dass man es beim Team von "Callunaburg" (sozusagen der Mutter von "Heidjeria") mit Gestaltungs-Experten zu tun hat, die wissen, wie man ein Logo entwickelt, oder eine Website baut. Dieses Know-how erhalte ich bei "Heidjeria" zum Pauschalpreis. Das hat hier bislang einfach gefehlt.

Was gefällt Ihnen besonders am Markenauftritt von "Heidjeria"?

Winfried Mattfeld: Die Marke "Heidjeria" bietet mit ihrem prägnanten und einprägsamen Design einen hohen Wiedererkennungswert. Gerade mit Honig kann man sich da-

mit deutlich vom Wettbewerb abheben, und den Anspruch eines Premium-Produktes unterstreichen. Mit den natürlichen Farben und der Verwendung von unbehandeltem Holz ist "Heidjeria" typisch für die Lüneburger Heide. Das wirkt natürlich und edel zugleich.

Heute kann man praktisch alles über das Internet bestellen. Weshalb nun auch Produkte aus der Lüneburger Heide?

Winfried Mattfeld: Das halte ich einfach für konsequent. - Sehen Sie, ein Urlauber hat hier in der Heide einige schöne Tage verbracht. Als Andenken nimmt er ein paar Artikel mit nach Hause, zum Beispiel meinen Honig. Erst einmal auf den Geschmack gekommen, möchte er vielleicht nachbestellen, oder seine Freunde und Bekannten mit einem Präsentkorb beliefern lassen. Dafür gibt es den Onlineshop, in dem er bequem vom Sofa aus einkaufen kann. Außerdem erhält er dort viel mehr weiterführende Informationen über das jeweilige Produkt und seine Herstellung, als sie auf dem schönsten und umfangreichsten Etikett vermittelt werden könnten. Ein echter Mehrwert also.

Herr Mattfeld, wir danken für das Gespräch.

Die Fragen stellte Andreas Brunner von consultabo PR aus Walsrode.