

## Information

*Pfalzwejn e. V.  
- Gebietsweinwerbung -  
Martin-Luther-Straße 69  
67433 Neustadt an der Weinstraße*

*Postfach 10 1002  
67410 Neustadt an der Weinstraße*

*Telefon 063 21/91 23-28  
Telefax 063 21/1 28 81  
info@zum-wohl-die-pfalz.de  
www.pfalzwejn.de  
www.zum-wohl-die-pfalz.de*

## Vom Weinfest-Kalender bis zur Weinkönigin

### Riedmaier: Winzer erhalten für Werbeabgabe viele Leistungen

NEUSTADT/WSTR. 16.11.2009 (pw.) Auf die Fülle von Leistungen, welche die Pfälzer Winzer mit ihrer Weinwerbe-Abgabe finanzieren, hat die Vorsitzende der Pfalzwein-Werbung, Landrätin Theresia Riedmaier, hingewiesen. „Vom beliebten Weinfest-Kalender bis zu unser Weinkönigin als der Repräsentantin der Pfälzer Winzerschaft – alles wird aus Weinwerbe-Mitteln finanziert“, sagte Riedmaier beim „Herbstlichen Kamingsgespräch“ der Pfälzer Weinwirtschaft in Schweigen-Rechtenbach. Die derzeitige Diskussion um die Weinwerbeabgabe, an deren Rechtmäßigkeit Riedmaier keinen Zweifel ließ, gefährde die Arbeit der Pfalzwein und der Bereichsweinwerbungen. „Wer heute Widerspruch einlegt, sägt an dem Ast, auf dem er sitzt“, äußerte die Pfalzwein-Vorsitzende. Denn die mit Widerspruch behafteten Gelder stünden der Weinwerbung nicht mehr zur Verfügung. „Es wird dann im schlimmsten Fall keine Weinkönigin oder keinen Erlebnistag Deutsche Weinstraße mehr geben, wir können die Winzer nicht mehr mit kostenlosem Werbematerial vorsorgen und alles, was rund um den populären Slogan „Zum Wohl. Die Pfalz“ aufgebaut wurde, gerät in Gefahr“, sagte Riedmaier.

Die Leistungen der Pfalzwein-Werbung und der Bereichsweinwerbungen sind laut Riedmaier umfassend. Teilweise profitierten die Winzer direkt wie etwa bei den Zuschüssen zu Fortbildungs-Seminaren oder bei Anfragen von Presse oder Endverbrauchern, welche Pfalzwein weiter vermittelte. Auch die Fülle von kostenfreien Werbemitteln vom Weinfest-Kalender über die Panoramakarte des Weinbaugebietes Pfalz oder das Rebsorten-Heft bis zur



Terroir-Broschüre nutze den Weingütern direkt. „Mit diesen Broschüren oder unseren Werbemitteln helfen wir den Weingütern bei Kundenanfragen“, hob Riedmaier hervor. Die Betriebe profitierten aber auch von den Präsentationsmöglichkeiten, welche die Weinwerbung etwa bei Messen oder großen Veranstaltungen schaffe oder durch das Weitergeben von Adressen bei themenbezogenen Presseanfragen. Zudem erhielten die Winzer regelmäßige Informationen und seien auf der zentralen Pfälzer Internet-Plattform pfalz.de mit ihrem Angebot vertreten. Auf der Winzerdatenbank seien Informationen über fast 1500 Betriebe für jeden Internet-Nutzer zugänglich, und dieser Service sei kostenlos. „Schließlich werden auch die Einsätze unserer Weinhoheiten mit den Winzergeldern bezahlt“, sagte Riedmaier.

Das Argument, von der Arbeit der Gebietsweinwerbung profitierten lediglich die selbst vermarktenden Winzer, wies Riedmaier zurück: „Je größer die Erfolge der Selbstvermarkter sind, umso geringer wird die Weinmenge, die auf dem Fasswein-Markt angeboten wird.“ Außerdem komme das gestiegene Image des Pfälzer Weins auch den Fasswein-Winzern zugute. Deshalb trage die Arbeit der Pfalzwein-Werbung auch dazu bei, die Preise auf dem Fasswein-Markt zu stabilisieren.

Riedmaier verwies zudem auf die anstehenden Änderungen des Weinrechts. In den Kategorien „Geschützte Ursprungsbezeichnung“ und „Geschützte Geografische Angabe“ werde angestrebt, dass die Herkunftsregion verbindlich auf dem Etikett erscheinen soll. Außerdem solle mit dem Benennen der Herkunftsregion eine qualitative Aussage verbunden werden. Deshalb sei es umso notwendiger, dass eine übergeordnete Institution die Herkunftsregion bewirbt und ein Image für diese Herkunft schafft und pflegt: „Diese Werbung für die Herkunftsregion wird ein einzelner Erzeuger mit Sicherheit nicht leisten können. Sie nutzt allen Winzerbetrieben, weil ein gutes Image und eine hohe Aufmerksamkeit dem Einzelnen und der Gemeinschaft dienen“, sagte Riedmaier.

