

Pfalzwein e.V.

Gebietsweinwerbung

Martin-Luther-Straße 69
D-67433 Neustadt an der Weinstraße

Telefon +49 63 21 91 23-28

Telefax +49 63 21 12 88 1

info@pfalz.de | www.pfalz.de
www.facebook.com/die.pfalz

Information

„Eine Spaltung, die uns schwächt“

Vertreter des Pfälzer Weins kritisieren Pläne an der Südlichen Weinstraße

NEUSTADT/WSTR., 11.11.2019 (pw.) Mit völligem Unverständnis haben Vertreter der Pfälzer Winzerschaft auf die geplante Gründung einer Veranstaltungsgesellschaft an der Südlichen Weinstraße reagiert. Die Gesellschaft soll nach den bisher bekannten Plänen unter anderem bei prestigeträchtigen Veranstaltungen in Deutschland Wein von der Südlichen Weinstraße präsentieren. „Wir sehen darin eine Spaltung, die uns schwächt“, sagte der Pfalzwein-Vorsitzende Boris Kranz beim Herbstgespräch der Pfälzer Weinwirtschaft. Angesichts der „fortschreitenden Globalisierung und der Entwicklung von Dachmarken überall in Europa ist die Konzentration auf die Marke Pfalz die einzig vernünftige Strategie“, führte Kranz aus. Er sei sicher, so Kranz, „dass auch die Pfälzer Winzer hinter der Marke Pfalz stehen und ein Bündeln der Kräfte wollen.“ Schließlich sei dies in den Gremien der Weinwirtschaft einstimmig beschlossen worden.

Auch infolge der Förderung der geschützten Ursprungsbezeichnung (gU) durch die Europäische Union und die Gründung von Schutzgemeinschaften ist am Weinmarkt eine Fokussierung auf die Anbaugebiete zu beobachten. Die Weinregion Pfalz darf diese gU-Bezeichnung tragen, Pfalzwein wird dafür 2020 im Rahmen einer Kampagne des Deutschen Weininstituts Anzeigen in auflagenstarken Medien schalten. „Wir geben hier viel Geld aus, um den Pfälzer Wein zu bewerben. In diesem Kontext ist die Auf-

Zum Wohl. Die Pfalz. 

spaltung kontraproduktiv und erschwert nur die Kommunikation“, sagte Kranz. „Auf jeder Weinflasche steht Pfalz, auf keiner steht Südliche Weinstraße“, ergänzte der Vorsitzende des Kreisverbands Südliche Weinstraße im Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd, Karl-Friedrich Junker. Aus verschiedenen Studien ergebe sich zudem eindeutig, dass der bei weitem bekannteste Begriff der Name des Anbaugebietes sei. „Pfalz ist unsere Marke“, sagte der Vizepräsident des Weinbauverbands Pfalz, Thomas Weiter, der auch Vorstandsvorsitzender der Pfälzer Winzergenossenschaft Deutsches Weintor ist.

Die Vertreter der Branche verwiesen zudem darauf, dass der Beschluss zum Zusammenführen der Weinwerbeorganisationen unter dem Dach von Pfalzwein einstimmig, also mit der Zustimmung der Vertreter der Südlichen Weinstraße, gefallen sei. Dazu müsse man nun auch stehen. Von der Südlichen Weinstraße übernommene Aktivitäten wie das Weinsponsoring bei Promi-Veranstaltungen in München, Berlin oder Hamburg hat Pfalzwein - wie im Rahmen der Organisationszusammenführung abgesprochen – 2019 durchgeführt, aber auch bewertet. Dabei habe sich gezeigt, dass in der Medienberichterstattung fast nie erwähnt werde, dass die Gäste Pfälzer Wein genossen haben, außerdem seien viele Veranstaltungen erkennbar zu teuer. „Die Kosten stehen oft in keinem Verhältnis zum Nutzen“, so die Bilanz von Kranz, besonders schlugen die hohen Personalkosten zu Buche. Pfalzwein hat deshalb ein mobiles Standsystem angeschafft, das den Pfälzer Winzern zur Verfügung stehen wird. Interessierte Betriebe können sich damit bei hochkarätigen Veranstaltungen präsentieren und für sich und die Weinregion Pfalz werben. Erste Ausschreibungen wird es in Kürze geben.

Zum Wohl. Die Pfalz. 