

Vermerk

Umsetzung des Strategiepapiers für die Entwicklung der ländlichen Räume in Rheinland-Pfalz

Werkvertrag mit Frau Nina Lux - Umsetzung von 12 Handlungsansätzen des Strategiepapiers

Handlungsansatz Nr. 22: Projekt Roter Weinbergspfirsich

Der Stand und die weitere Vorgehensweise sind zu dokumentieren. Es sind Vorschläge für das weitere Vorgehen zu unterbreiten.

1. Geschichte

- 1.1 Das Erprobungsprojekt „Roter Weinbergspfirsich“
- 1.2 Zeitablauf seit Beginn des Projektes

2. Aktueller Stand des Projektes

- 2.1 Neuste Entwicklungen
- 2.2 Bilanz

3. Ausblick

- 3.1 Qualitätskriterien
- 3.2 Zertifizierung
- 3.3 Öffentlichkeitsarbeit und Tourismus
- 3.4 Auswirkungen außerhalb des Projektes

4. Vorschläge

- 4.1 Image
- 4.2 Produktionssteigerung
- 4.3 Landschaftsbild
- 4.4 Vermarktung
- 4.5 Überregionale Projektauswirkungen

5. Quellen

1. Geschichte

Bereits seit dem Mittelalter (ab dem 10. bis 12. Jahrhundert) wurden Pfirsiche in den Weinbaugebieten an der Mosel angebaut. Die früh blühenden Bäume waren seither prägend für die dortige Kulturlandschaft. Seit den 70er Jahren ging der Bestand der Weinbergspfirsichbäume aufgrund von agrarpolitischen Entwicklungen, der Flurbereinigung sowie der Ausdehnung der Gemeinden drastisch zurück.

Bereits vor 18 Jahren fanden durch eine private regionale Initiative aus Winzern und Brennern erste Tests zur Verwertung des Roten Weinbergspfirsich durch die Brennerei Vallendar in Kail bei Pommern statt. Dies lag nicht zuletzt an der wachsenden Nachfrage nach ökologisch produzierten, autochthonen Produkten. Aufgrund dieser Initiative wurde 1997 der erste Verein zur Unterstützung des Roten Weinbergspfirsich gegründet (Roter Weinbergspfirsich e.V.).

1.1 Das Erprobungsprojekt „Roter Weinbergpfirsich“

Das Erprobungsprojekt „Roter Weinbergpfirsich“ des Ministeriums für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz (MUFV) an der Terrassenmosel geht auf diese private Initiative zurück und läuft nun bereits seit 10 Jahren. Offizieller Start des Erprobungsprojektes war im Sommer 1999. Beginn war es räumlich begrenzt auf den Moselabschnitt von Pünderich bis Winningen.

Ziel des Erprobungsprojektes ist es, einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Region zu leisten und sowohl wirtschaftliche als auch touristische Impulse zu setzen. Nicht mehr genutzte Weinanbauflächen sollen kostengünstig offen gehalten und vor weiterer Verbuschung geschützt werden. Eine wichtige ökologische Funktion ist die Sicherung der Lebensräume offenlandgebundener Tier- und Pflanzenarten durch den Weinbergspfirsichanbau. Das Erprobungsprojekt soll zeigen, ob durch die alternative, ökologisch ausgerichtete Nutzung das durch den Weinbau geprägte Landschaftsbild im Sinne eines "Naturschutz durch Nutzung" offen und somit attraktiv gehalten werden kann. Die Verwertung der Früchte durch private Akteure soll als Anreiz zur langfristigen Pflege dienen.

Wichtigste Aspekte des Projektes sind:

- Offenhaltung, vor allem von ehemaligen Rebflächen
- Imageaufwertung des Moseltals
- Sensibilisierung von Bewirtschaftern für die Belange der Offenhaltung und des Naturschutz

Eine projektbegleitende **Arbeitsgruppe** hat bis Dezember 1999 eine **Projektkonzeption** erarbeitet und betreibt die praktische und administrative Umsetzung des Projektes. Wegen der querschnittsorientierten Aufgabenstellung ist sie interdisziplinär besetzt. Die Kreisverwaltungen Cochem-Zell, Mayen-Koblenz und Rhein-Hunsrück sind vertreten, die Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord (SGD) sowie die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (DLR) Westerwald-Osteifel und Rheinhessen-Nahe-Hunsrück. Die Arbeitsgruppe wird durch das Landesamt für Umwelt, Wasserwirtschaft und Gewerbeaufsicht Rheinland-Pfalz (LUWG) geleitet. Sie unterstützt und berät die Projektteilnehmer hinsichtlich Anpflanzung und Pflege der Bäume und wacht darüber, dass die Bäume entsprechend den Vorgaben gepflegt werden. Die Arbeitsgruppe schafft durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit Akzeptanz vor Ort und erarbeitet die fachlichen Grundlagen für das Projekt, z.B. die Anbaurichtlinien, die sich an den Vorgaben des ökologischen Obstbaus orientieren.

Die für die Pflanzung von Weinbergspfirsichbäumen in Frage kommenden Flächen werden durch die Arbeitsgruppe über ein **Flächenauswahlverfahren** bestimmt. Dabei wird zum einen auf die landschaftsästhetische und touristische Wirkung geachtet, zum anderen nur Flächen mit günstigen Standortbedingungen für die Pflanzen sowie für Bewirtschaftung und Pflege zugelassen. Priorisierte Zielflächen sind vor allem die von der Mosel einsehbaren Steilhänge. Die Steilstlagen kommen, obwohl landschaftsästhetisch sehr gut geeignet, für den Anbau von Pfirsichen nicht in Frage, da die Böden zu trocken und nährstoffarm sind.

Die Bewirtschafter führen nach einer Bewerbung, der Durchführung des Flächenauswahlverfahrens und dem Abschluss eines **Bewirtschaftungsvertrages** die Pflanzung der Bäume, deren Pflege, Ernte und die Verwertung der Früchte durch. Vertragspartner sind hauptsächlich Winzer im Haupt- und Nebenerwerb, Privatleute, Gemeinden, aber auch eine Schule. Das Projekt läuft auf vollkommen freiwilliger Basis, die Einhaltung der Vertragsauflagen wird jedoch kontrolliert.

Die **Zuständigkeiten** innerhalb der Arbeitsgruppe sind wie folgt verteilt: Für den administrativen Teil des Projektes sind die Kreisverwaltungen zuständig, sie haben die Bewirtschaftungsverträge mit den Akteuren abgeschlossen. Das DLR Westerwald-Osteifel führt die Flächenauswahlverfahren und die Priorisierung der Flächen durch. Das DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück bietet regelmäßig Schnittkurse und obstbauliche Beratung für die Projektteilnehmer an.

Das zunächst nur für ein Jahr vorgesehene Projekt wurde aufgrund der großen Nachfrage zuerst auf drei und später auf fünf Jahre ausgeweitet. Es gliedert sich in die drei Phasen:

- Projektkonzeption und Bestellung des Pflanzmaterials,
- Antragsverfahren und Pflanzung sowie
- Fachliche und administrative Begleitung.

Diese Phasen laufen aufgrund der Verlängerung der Projektlaufzeit und den jährlichen Pflanzterminen zum Teil parallel.

1.2 Zeitablauf seit Beginn des Projektes

- Im Sommer 1999 startete das Erprobungsprojekt.
- Bis Dezember 1999 wurde die Projektkonzeption erarbeitet.
- Am 26.11.2001 fand die Ausgabe der ersten 1000 Bäume statt.
- Im Herbst 2002 erfolgte die Ausgabe und Pflanzung von 900 Bäumen.
- Im Februar 2003 wurde die „Arbeitsgemeinschaft Roter Weinbergpfirsich von der Mosel“ gegründet, mit dem Ziel, die Verarbeitung und Vermarktung des Roten Weinbergpfirsichs zu fördern.
- Am 02.04.2003 fand eine erste Fachtagung „Der Rote Weinbergpfirsich in der Kulturlandschaft Mosel“ statt. Während der Veranstaltung sollten durch Projektvorstellung und pflanzenbauliche Hinweise möglichst umfassende Fachinformationen an die Teilnehmer vermittelt werden. Es nahmen ca. 30 Personen daran teil, Veranstalter waren das DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück und das LUWG.
- Im Herbst 2003 erfolgte die Ausgabe und Pflanzung von weiteren 1100 Bäumen.
- Im Jahr 2004 wurde die Ausdehnung des Erprobungsprojektes auf wenige Standorte am Mittelrhein beschlossen.
- Am 13.11.2004 gab es eine Pflanzaktion entlang des Rundwanderweges „Erlebnis Moselkrampen“, der auf Thementafeln u. a. über den Roten Weinbergpfirsich informiert. Hierbei wurde eine Patenaktion für Kinder angeboten. Insgesamt wurden im Jahr 2004 700 Bäume ausgegeben.
- Am 18.11.2005 wurden die letzten 1300 Bäume im Rahmen des Erprobungsprojektes ausgegeben und gepflanzt.
- Am 23.11.2005 hat in Ernst eine „Fachtagung Roter Weinbergpfirsich“ stattgefunden. Im Rahmen der Veranstaltung gab es eine Produktschau und Fachvorträge. Es haben über 60 Interessierte an der Tagung teilgenommen. Ein bebildeter Tagungsband wurde erstellt und veröffentlicht.
- Seit 2005 arbeitet eine kleinere Arbeitsgruppe mit Vertretern des MUFV, des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (MWVLW) und politischen Vertretern der Region an der Entwicklung von Strategien zur Vermarktung.
- Es wurde 2006 eine Diplomarbeit über die Bedeutung des Weinbergpfirsichs für den Tourismus an der Terrassenmosel erstellt.
- Am 12.03.2006 erfolgte die Gründung eines zweiten Pfirsich-Vereins, des „Roter Mosel-Weinbergpfirsich e.V.“ (<http://www.mosel-weinbergpfirsich.de/>), als offizielle Fortsetzung der 2003 gegründeten „Arbeitsgemeinschaft Roter Weinbergpfirsich von der Mosel“.
- Im März 2007 ist das Rezeptbuch „Rund um den Roten Weinbergpfirsich“ erschienen und wurde gemeinsam mit dem MUFV vorgestellt.
- Am 12.04.2008 fand das 1. Symposium „Roter Weinbergpfirsich“ in Cochem statt.

2. Aktueller Stand des Projektes

2.1 Neuste Entwicklungen

Am 04.04.2009 fand in Cochem das **2. „Symposium Roter Mosel-Weinbergpfirsich“** statt. Der Minister für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Hering gab eine Einführung in das Thema. Anschließend wurden weitere Fachvorträge von Vertretern des MUFV und der DLR gehalten. Zusätzlich wurde in Expertenrunden auf dem Podium u. a. mit Weinbergspfirsich-Anbauern und Gastronomen über die Zukunft des Projektes diskutiert. Die Veranstaltung wurde durch das DLR Mosel organisiert und war mit ca. 80 Teilnehmern aus Politik, Verwaltung aber auch Winzern, Gastronomen und interessierten Bürgern gut besucht.

Hauptziel des Symposiums war die Information über die bevorstehende Weichenstellung für das notwendige Qualitätskonzept. Es wurden in Vorarbeit durch das DLR bereits Entwürfe für **Standards** für die Herkunft des Pflanzmaterials, den Baum (z.B. Sämlinge, Veredelung, Standort), die Frucht (z.B. Aussehen, Farbe) und den Anbau (Baumscheibe, Düngung) von Roten Weinbergspfirsichen erarbeitet. Diese Entwürfe sind den Vereinsmitgliedern beider Pfirsichvereine im Vorfeld der Veranstaltung zugesandt worden und sollen bei einem nächsten Treffen in kleinen Arbeitsgruppen diskutiert werden. Eine wichtige Rolle spielt z. B. die Rotfleischigkeit der Früchte als Erkennungsmerkmal, die jedoch als Qualitätskriterium schwer zu beschreiben ist. Qualitätsstandards für das Pflanzmaterial wurden für die Förderung nach PAULa bereits entwickelt.

In einer **Sitzung der Vereine Roter Weinbergpfirsich e.V. und Roter Mosel-Weinbergpfirsich** am 21.04.2009 trafen sich die Vereinsmitglieder beider Vereine und das DLR zur Erarbeitung von Qualitätskriterien und Diskussion der versendeten Entwürfe. Im Rahmen der Besprechung wurden die vorgeschlagenen Qualitätskriterien bis auf den Katalog „Frucht“ akzeptiert. Die Qualitätskriterien für die Frucht werden überarbeitet und sollen anhand einer Erhebung des Reifegrades bei der diesjährigen Ernte sowie bei der Weiterverarbeitung systematisch erfasst werden. Daraus soll später ein Qualitätskriterium „Reifegrad in Brix“ definiert werden. Bei dem Treffen wurden außerdem die Zertifizierung von Produkten und der Nachweis der verwendeten Frucht im Produkt diskutiert. Hierzu gibt es noch keine Lösung. Während das DLR sich erkundigt wie solche Kontrollen in anderen Regionen vorgenommen werden, sind alle Vereinsmitglieder dazu aufgerufen Ideen und Vorschläge einzubringen wie die Kontrolle vorgenommen werden kann. Ein nächstes Treffen ist für den 23.06.2009 geplant.

2.2 Bilanz

In den fünf Antragsjahren sind innerhalb des Erprobungsprojektes insgesamt 5.000 Bäume durch 130 Projektteilnehmer gepflanzt worden. Für das Projekt standen insgesamt 150.000 Euro bereit. Beantragt wurden fast 15.000 Bäume durch 200 Antragsteller, die Nachfrage war demnach weitaus größer, jedoch wurden aufgrund der Standortanforderungen nicht mit allen Antragstellern Verträge geschlossen.

Zusätzlich zu den Antragstellern wurden durch Fachtagungen und –gespräche sowie zahlreiche Schulungen und regelmäßige Schnittkurse weitere Akteure einbezogen und für das Thema sensibilisiert. Über Pressetermine und Zeitungsartikel wurde die Öffentlichkeit umfassend informiert.

Im Rahmen der „Aktion mehr Grün durch Flurbereinigung“ wurden zusätzlich 3.000 Bäume des Roten Weinbergspfirsich in den Verfahrensgebieten entlang der Mosel gepflanzt. Diese Aktion des MWVLW stellt Teilnehmern in Flurbereinigungsverfahren kostenlos Pflanzmaterial zur Verfügung. Dabei ist das Angebot an Pflanzen immer auf das jeweilige Verfahrensgebiet abgestimmt und enthält regionaltypische und klimaangepasste Bäume und Sträucher. In privater Initiative wurden weitere 7.000 Rote Weinbergspfirsichbäume gepflanzt. Insgesamt wurden seit Beginn des Erprobungsprojektes ca. 15.000 Bäume an der Mosel gepflanzt.

In diesem Jahr stehen die meisten dieser 15.000 Bäume des Roten Weinbergspfirsichs erstmals im Ertrag. Die erwartete Ernte liegt bei zwischen 150 und 375 Tonnen.

Die Förderung der Anpflanzung und Pflege von Weinbergspfirsichbäumen wurde in das Programm Agrar-Umwelt-Landschaft (PAULa) integriert und wird nun dauerhaft angeboten. Zusätzlich wurde sie räumlich ausgeweitet und gilt nun für das gesamte Moselgebiet. Die Förderung beträgt einmalig 18 Euro pro Baum. An die Förderung sind Bedingungen geknüpft. Diese machen neben den Vorgaben zur Pflanzung der Bäume z.B. auch Vorgaben zu deren Schnitt und Düngung sowie

zum Pflanzenschutz. Die jährlich vorgesehene Förderprämie beträgt 1,50 Euro pro Baum für die Pflege von Neuanlagen.

Es besteht eine hohe Nachfrage nach der Frucht, speziell nach einer mageren Ernte 2008. Seitens der Gastronomie und des Tourismus besteht Interesse an der Vermarktung des Roten Weinbergspfirsich in Form von Events und Produkten.

Das Projekt dokumentiert eine erfolgreiche interdisziplinäre Zusammenarbeit von Naturschutz und Weinbau, auch auf ministerieller Ebene. Die enge Einbindung der Akteure in das Projekt sorgte zusätzlich für eine hohe Akzeptanz für die Themen des Naturschutzes.

3. Ausblick

Die bestehende hohe Nachfrage nach dem Obst sollte genutzt werden, um die Anbauflächen an der gesamten Mosel zu erweitern. Ziel sind zum einen eine Ertragsoptimierung, und gleichzeitig die Etablierung des regionalen Produktes.

Die Diplomarbeit von Herrn Dübner (Universität Trier) zeigt, durch die von ihm durchgeführten Erzeuger- und Gästebefragungen, die Chancen, die der Rote Weinbergspfirsich für den Tourismus bietet auf. Dies sind zum einen die Möglichkeiten in der Direktvermarktung sowie eine Erweiterung der Produktpalette regionaler Erzeugnisse. Der Rote Weinbergspfirsich ist als exklusives Nischenprodukt bereits vielen Kennern bekannt und sollte in diesem Sinne weiter vermarktet werden.

Die vielfältigen Produkte aus dem Roten Weinbergspfirsich bieten eine Ergänzung der Angebotspalette der Winzer. Hierbei sollte vor allem auf die Einhaltung von Qualitätskriterien geachtet werden.

3.1 Qualitätskriterien

Derzeit werden (siehe 2.1) Qualitätskriterien für das Produkt „Roter Weinbergspfirsich“ erarbeitet. Es fehlen jedoch bisher Standards für die Produkte aus dem Roten Weinbergspfirsich, wie z.B. Liköre, Destillate, Marmelade, Säfte, Nektar etc. Diese sollen zukünftig durch ein Gremium der Akteure (die Mitglieder der beiden Pfirsichvereine ergänzt um Experten der DLR) erarbeitet werden. Deren erste Aufgabe wird es sein festzulegen, für welche Bereiche Qualitätskriterien festgelegt werden sollten. In einem zweiten Schritt müssen dann die geforderten Qualitäten anhand von Sensorik, Inhaltsstoffen etc. beschrieben werden und Prüfverfahren festgelegt werden. Sind schließlich die Kriterien festgeschrieben, sind Überlegungen zu Kontrollstellen für die Qualitätssicherung notwendig.

Man ist sich einig, dass strenge Qualitätskriterien erforderlich sind, um die Exklusivität des Roten Weinbergspfirsichs und der erzeugten Produkte hervorzuheben.

Eine zukünftige Ansiedlung der Produkte in der **Dachmarke Mosel** ist denkbar. Dies bietet vor allem für den Zertifizierungsprozess Vorteile, da hier bereits Zertifikate für Weingüter, Gastronomie und Tourist-Informationen vergeben werden.

3.2 Zertifizierung

Das nächste Ziel, nach der Erarbeitung der Standards, ist die Vergabe von Zertifikaten. Theoretisch ist die Entwicklung und Durchführung eines Zertifizierungsvorgangs innerhalb von einem Jahr möglich, wie z.B. die Zertifizierung der Weingüter an der Mosel gezeigt hat.

Die Vision der Projektbetreiber und Akteure ist eine **Zertifizierung nach EU-Recht** (analog zu den Marillen aus der Wachau) entweder als

- geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.) oder
- geschützte geographische Angabe (g. g. A.)

Geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.) besagt, dass Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung eines Produkts in einem bestimmten geographischen Gebiet nach einem anerkannten und

festgelegten Verfahren erfolgen. Für Geschützte geographische Angaben (g. g. A.) ist es ausreichend, wenn eine der Herstellungsstufen (Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung) in einem bestimmten Herkunftsgebiet stattfand. (Quelle: Wikipedia)

Der Antrag für eine Zertifizierung nach EU-Recht kann nur von einem Zusammenschluss von Erzeugern oder Verarbeitern eines Produktes gestellt werden. Der Antrag muss gewisse Produktspezifikationen enthalten, die u. a. eine Beschreibung des Produktes mit seinen physikalischen, chemischen und sonstigen Eigenschaften umfasst sowie die Abgrenzung des Gebietes, das Verfahren zur Gewinnung des Produktes, den Namen der kontrollierenden Behörde. Der Antrag muss zunächst bei dem Mitgliedstaat gestellt werden. Dieser prüft den Antrag und veröffentlicht im Rahmen der Prüfung die Kriterien und führt ein Einspruchsverfahren durch. Erst nach einem positiven Bescheid des Mitgliedsstaates wird der Antrag an die Kommission weitergeleitet und soll dort innerhalb von 12 Monaten geprüft werden. Ab Veröffentlichung durch die Kommission gilt eine sechsmonatige Einspruchsfrist nach deren Ablauf eine Eintragung des Namens und seine Veröffentlichung im Amtsblatt der EU erfolgt.

Eine Potenzialanalyse für eine solche Zertifizierung soll durch Mittel des MWVLW gefördert werden.

3.3 Öffentlichkeitsarbeit und Tourismus

Es sollen und werden auch nach Abschluss des Erprobungsprojektes **Seminare und Veranstaltungen** rund um den Roten Weinbergspfirsich und dessen Pflege stattfinden. Auch die Beratung und Schnittkurse durch das DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück werden weiterhin regelmäßig angeboten.

Durch die frühe Blüte des Weinbergspfirsichs wird nicht nur das Landschaftsbild bereichert, sondern es werden auch zusätzliche Gäste an die Mosel gelockt. Durch die Witterungsabhängigkeit der Blütezeit ist es schwierig, buchbare Pauschalangebote zur **Pfirsichblüte** zu entwickeln. Dennoch hat Herr Dübner in seiner Diplomarbeit diesen Zeitraum, quasi als Verlängerung der Touristensaison, als für die Vermarktung sehr aussichtsreich bewertet.

In Cochem gibt es jeweils am 2. Aprilwochenende das „Blütenfest des Roten Moselweinbergspfirsichs“. Es hat am 12.04.2009 erstmals stattgefunden und bietet neben musikalischer Unterhaltung, auch Vorträge und Wanderungen. Es werden außerdem von einigen Hotels und Gastronomen Pfirsichblütenwochenenden z.B. in Ernst angeboten.

Mittlerweile finden an der Mosel das ganze Jahr über zahlreiche Veranstaltungen rund um den Pfirsich statt. Es werden **Events** wie z.B. Schlemmertage, Themenwochenenden und spezielle Führungen angeboten. Es wurden auch **Themenwanderwege** zum Weinbergspfirsich ausgewiesen. Am 2. Septemberwochenende findet in Cochem bereits seit 2006 jährlich der **Weinbergspfirsichmarkt** statt.

Diese vorwiegend touristischen Angebote werden, auch in Zukunft, unabhängig von dem Erprobungsprojekt entwickelt, durchgeführt und vermarktet. Eine Verbindung könnte geschaffen werden, indem „pfirsichbezogene“ Angebote auf einer Internetseite mit dem Projekt vorgestellt bzw. vermarktet werden.

3.4 Auswirkungen außerhalb des Projektes

Langfristiges Ziel des Erprobungsprojektes ist es, neben den Aspekten des Naturschutzes auch eine **wirtschaftliche Wertschöpfung** zu generieren und dadurch Arbeitsplätze zu schaffen. Hier liegt das Potenzial eindeutig bei einer Steigerung der Attraktivität des Moseltals und dem dadurch profitierenden Tourismussektor. Das Land hat mit dem Erprobungsprojekt den Anstoß für diese Entwicklung gegeben. Das Projekt trägt sich nun selbst.

Die Integration in die **Dachmarke Mosel** soll als ein Angebot für die Vermarktung und Qualitätssicherung durch Zertifizierung gesehen werden und muss nicht zwangsläufig von allen Produzenten genutzt werden. Zukünftig wird es einen professionellen Dachmarken-Manager für die Mosel geben, der die Vermarktung der integrierten Produkte und Dienstleistungen koordiniert. Auswahlgespräche haben bereits stattgefunden.

Die Konzeption des Projektes ist nach Meinung der Projektarbeitsgruppe auch **auf andere Regionen übertragbar**, allerdings sollten jeweils andere, regional heimische Obstsorten verwendet werden. Ein weiteres aktuelles derartiges Projekt ist z.B. die Wiederbelebung des Kirschenanbaus am Mittelrhein (siehe Vermerk Mittelrhein). Auch ein Projekt mit Mostbirnen an der Nahe wäre aus landespflegerischer Sicht denkbar.

4. Vorschläge

Sobald die Qualitätskriterien aufgestellt, und eine eventuelle Zertifizierung abgeschlossen ist, sollte der Schwerpunkt der Bemühungen bei der Vermarktung der Produkte liegen.

4.1 Image

Die Akzeptanz und Identifizierung mit den Produkten in der Region ist weiter zu fördern. Eine einheitliche **Namensfindung** muss vorgenommen werden, damit das Produkt einen Wiedererkennungswert erhält. Das beginnt bei der Frage, ob es „Weinbergpfirsich“ oder „Weinbergspirsich“ heißt. Teilweise erhält der Rote Weinbergpfirsich auch den Zusatz „Mosel-“Weinbergpfirsich. Das Getränk „Sekt mit Pfirsichlikör“ beispielsweise wird derzeit ebenfalls unter verschiedenen Namen (z.B. Kir Moselle) angeboten. Eine Einheitlichkeit in der Produktbenennung ist für die Vermarktung unbedingt notwendig.

Es sollen auch weiterhin **Wettbewerbe und Veranstaltungen** angeregt werden.

Der Rezeptwettbewerb aus dem Jahr 2006 könnte wiederholt und um einen Koch- oder Backwettbewerb erweitert werden.

Ein Fotowettbewerb mit den schönsten Weinbergspirsich(blüten)fotos kann über das Internet veranstaltet werden. Dadurch könnten auch die Gäste in die regionale Imagebildung mit einbezogen werden. Die schönsten Bilder können dann z.B. mit einem Pfirsich-Präsent prämiert und für die weitere Werbung verwendet oder ausgestellt werden.

An der Mosel als Weinbauregion kennt und pflegt man die Tradition der Weinköniginnen. Im Rahmen von Events könnte eine **Pfirsichblütenkönigin** oder -prinzessin gewählt werden, die dann z.B. weitere „pfirsichbezogene“ Veranstaltungen eröffnet und für die Frucht und ihre Produkte wirbt. Ein solcher Titel erscheint weitaus begehrenswerter als der einer mancherorts üblichen „Kartoffel-“ oder „Gurkenkönigin“.

Diese beispielhaft aufgezählten imagebildenden Maßnahmen können vollkommen unabhängig von dem Erprobungsprojekt z.B. durch Initiativen der Gemeinden oder von Tourismusbüros entwickelt und durchgeführt werden.

4.2 Produktionssteigerung / Ertragsoptimierung

Generell kann und muss man zwischen Produktionsbäumen und Werbebäumen unterscheiden. Es besteht ein Widerspruch zwischen dem touristischem Wert und dem Ertrag bzw. der Schnittform der Bäume. Die für die Ertragsoptimierung beschnittenen Bäume sehen aufgrund ihrer Form nicht so reizvoll aus, wohingegen Werbebäume oftmals Einzelbäume in Weinberglagen sind und daher nicht wirtschaftlich zu bewirtschaften sind.

Ziel ist es, in Zukunft noch weitere Bäume zu pflanzen, auch **Einzelbäume** (Werbepflanzen), um insgesamt mehr Früchte zu erhalten und diese später vermarkten zu können. Dazu ist jedoch jeweils eine langfristige Pflege der Bäume zu sichern. Hier sollte auch weiterhin die Nutzung des Programms PAULa angeregt und beworben werden.

Eine Untersuchung zur Wirtschaftlichkeit des **Ertragsanbaus** durch das Kompetenzzentrum Gartenbau (ein Zusammenschluss der Universität Bonn, Forschungszentrum Jülich GmbH und DLR Rheinpfalz) spricht sich eher gegen einen Ertragsanbau des Roten Weinbergspirsichs an der Mosel aus. Nichtsdestotrotz sollten Anbauwillige auch beim Ertragsanbau unterstützt werden, da eine größere Popularität der Frucht wiederum zu weiteren Anpflanzungen von landschaftsbildfördernden Werbebäumen dienen kann. Obwohl eine direkte Förderung für den Ertragsanbau nicht durch das Programm PAULa geschehen kann, so ist doch eine Unterstützung von

potenziellen Ertragsanbauern durch kostenlose Beratung und eine gemeinsame Vermarktungsstrategie möglich.

4.3 Landschaftsbild

Im Rahmen von **Flurbereinigungsverfahren** an der Mosel sollten grundsätzlich bereits in der Projektbezogenen Untersuchung (PU), d.h. in der Vorbereitungsphase eines Verfahrens, für Weinbergspfirsichbäume geeignete Standorte durch die Landschaftspfleger definiert werden. Man sollte außerdem gezielt nach Akteuren suchen, die gewillt sind solche Flächen zu übernehmen und die Bäume zu pflanzen und zu pflegen. Informationen zu dem Projekt und den Fördermöglichkeiten durch PAULa sollten bereits in den Aufklärungsveranstaltungen zu beginnenden Flurbereinigungsverfahren an der Mosel vermittelt und im Laufe des Verfahrens wiederholt angesprochen werden.

In Zusammenarbeit mit dem NABU oder anderen Naturschutzorganisationen könnten bereits in deren Pflege befindliche **Streuoestflächen** in Zukunft verstärkt durch Rote Weinbergspfirsiche **verjüngt** werden.

Man könnte ein dauerhaft angebotenes **Projekt „Patenbäume“** ins Leben rufen. Hierzu sollten die Gemeinden kleinere, für die Pflanzung geeignete Flächen z.B. entlang von Rad- oder Wanderwegen zur Verfügung stellen. Hochzeitspaare könnten z.B. Hochzeitsbäume pflanzen und sich zu deren Pflege verpflichten. Ein solches Angebot sollte an den regionalen Standesämtern bekanntgemacht werden. Diese Patenschaften könnten auch zu anderen Anlässen, wie z.B. zur Einschulung oder Pensionierung verschenkt oder erworben werden.

Schulprojekte zur Pflege der Bäume sind ebenfalls denkbar und bringen eine Bewusstseinsbildung schon im frühen Alter. Wenn z.B. schon im Einschulungsjahr gepflanzt wird könnten die Schüler am Ende ihrer Grundschulzeit bereits die Früchte ernten.

4.4 Vermarktung / Etablierung des regionalen Produktes

Es ist geplant über eine „Agentur“ **eine Ansprechstelle** zu schaffen und zu etablieren. Diese unterstützt dann alle Pflanz- und Pflege-Interessenten und hilft bei Vermarktungsfragen.

Der z. Zt. in Vorbereitung befindliche **Leitfaden** von Herrn Schierenbeck, der auch die zukünftigen Qualitätskriterien enthalten soll, sollte möglichst weit verbreitet werden.

Eine Förderung durch die Ministerien (sowohl des MWVLW als auch MUFV) und die an dem Projekt beteiligten nachgeordneten Behörden sollte auch indirekt durch die **Verwendung der Produkte** des Roten Weinbergspfirsich bei offiziellen Anlässen, wie z.B. der Grünen Woche, in der Region stattfindende Forumsveranstaltungen, etc. geschehen. Etwaige **Präsente** der beteiligten Kreisverwaltungen zu Jubiläen oder anderen Anlässen sollten ebenfalls die exklusiven Weinbergspfirsichprodukte der Region beinhalten.

Im Rahmen von Weinbauveranstaltungen sollten die teilnehmenden Winzer darauf hingewiesen werden, dass eine zusätzliche Präsentation von Produkten des Roten Weinbergspfirsich gerne gesehen wird.

Das bereits vorhandene Netzwerk der **Dachmarke Mosel** sollte für die Vermarktung genutzt werden. Durch eine enge Verknüpfung mit der Dachmarke, die bisher nur für Qualitätskonzepte in den Bereichen Weinbau, Tourismus und Gastronomie steht, wird sowohl die Exklusivität des Produktes als auch die enge Bindung an die Region hervorgehoben.

4.5 Überregionale Projektauswirkungen

Obwohl der Rote Weinbergspfirsich an der Mosel und unter Moseltouristen schon einen hohen Bekanntheitsgrad genießt, sollte eine gebündelte **Präsentation des Projektes im Internet** das Produkt auch überregional bekannt machen. Derzeit findet man, wenn man unter „Roter Weinbergspfirsich“ im Internet sucht, sowohl Informationen der beiden Vereine, des LUWG, der DLR sowie gartenbauliche Fachinformationen, einzelne Rezepte und Produktvermarkter. Diese Vielfalt ist für den Kunden eher verwirrend als hilfreich. Eine gemeinsame Präsentation oder ein Portal für alle Vereine und vor allem für alle Aktivitäten und Veranstaltungen zum Roten

Weinbergspfirsich an der Mosel wäre für den Kunden sehr hilfreich. Hier sollte eine klare Gliederung von Informationen, Veranstaltungen, Vereinen und Produkten erfolgen.

Eine enge **Zusammenarbeit** mit anderen, ähnlichen Projekten sollte angestrebt und dazu genutzt werden, um Erfahrungen weiter zu vermitteln und von anderen Regionen zu lernen. Z.B. könnte die AG Mittelrheinkirsche von den bereits gemachten Erfahrungen an der Mosel profitieren. Dies ist zwar in diesem speziellen Fall bereits dadurch gegeben, dass sich die gleichen Akteure engagieren, in anderen, entfernteren Regionen des Landes oder außerhalb von Rheinland-Pfalz ist dieser Vorteil jedoch nicht gegeben. Daher sollte man sich um einen systematischen Aufbau solcher Kontakte bemühen.

Die im Rahmen des Projektes geknüpften, zum Teil internationalen Kontakte, wie z.B. zu den Marillen-Anbauern in der Wachau, sollten weiterhin gepflegt und genutzt werden. Diese Beziehungen könnten zu einem überregionalen **Netzwerk von „Regionaltypischen-Obstanbau-Projekten“** ausgebaut werden. Sortenübergreifende Themen, wie z.B. die Vorbereitung und Durchführung von Zertifizierungsvorhaben und deren Kontrolle können als verbindende Elemente Synergieeffekte für andere Projekte schaffen. Ein überregionaler Erfahrungsaustausch ermöglicht zudem einen Transfer von Ideen, z.B. zu Wettbewerben, Events etc., ohne dass eine direkte Konkurrenzsituation entsteht.

Eine **Studie zur Übertragbarkeit** des Projektes auf andere Regionen wäre hilfreich. Es sollte landesweit flächendeckend untersucht werden, welches Obst in welcher Region von Rheinland-Pfalz für ein ähnliches Projekt geeignet wäre. Dabei sollten vor allem die jeweiligen Vermarktungschancen abgeschätzt werden.

Landesweit sollten **Pflanzempfehlungen für alte, regionaltypische Obstsorten** aufgestellt und veröffentlicht werden. Im Rahmen von Flurbereinigungsverfahren sollten diese Pflanzvorschläge aufgenommen und verbreitet werden und der Aktion „Mehr Grün durch Flurbereinigung“ einen neuen Impuls geben. Diese, für die Aktion zum Teil bereits erarbeitete Aufstellung, sollte auch anderen Behörden, die in Rheinland-Pfalz Ausgleichsmaßnahmen planen und durchführen, z.B. der Straßenbauverwaltung und der Deutschen Bahn, nahe gebracht werden.

Die Empfehlungen sollten außerdem an die **Heimat- und Gartenbauvereine** herangetragen werden. Hierfür sollte ein Konzept erarbeitet werden, welche Institutionen und Vereine auf welche Art und Weise am besten erreicht und informiert werden können, z.B. auf Gartenbaumessen oder ähnlichen Veranstaltungen. Die dazu vorhandenen Kenntnisse und Kontakte an den DLR sollten ausgeschöpft werden.

Zur Erarbeitung bzw. Ausweitung der Pflanzempfehlungen sollte Kontakt zum Deutschen Pomologen Verein e.V. aufgenommen werden.

5. Quellen

Verordnung (EG) Nr. 510/2006 des Rates vom 20. März 2006 zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel; *Amtsblatt Nr. L 093 vom 31/03/2006 S. 0012 – 0025*

PowerPoint-Vortrag zur Geschäftsbesprechung des DLR Mosel am 05.02.2009 in Bernkastel; Herr Reitz

Tagungsband zur Fachtagung Roter Weinbergspfirsich - Bilanz und Ausblick zum Erprobungsprojekt Roter Weinbergspfirsich am 23.11.2005 in Ernst

Diplomarbeit „Der Rote Weinbergspfirsich der Terrassenmosel – Die gegenwärtige und zukünftige Bedeutung für den Tourismus“ ; Universität Trier; Herr Dübner; 2006

Erprobungsprojekt „Der Rote Weinbergspfirsich“ Schlussbericht; AG „Der Rote Weinbergspfirsich“; Inge Unkel, LUWG

„Der Rote Weinbergspfirsich“; R. Löwenstein; 1997

Pressemeldungen des MWVLW und des MUFV

Internetseiten

<http://www.wikipedia.de>

<http://www.mosel-weinbergpfirsich.de>

<http://www.roter-weinbergpfirsich.de>

http://www.mufv.rlp.de/natur/naturschutz/der_rote_weinbergpfirsich.html

<http://www.luwg.rlp.de>

<http://www.mwvlw.rlp.de>

<http://www.eler-paul.rlp.de>

<http://www.pomologen-verein.de/>

gez. Nina Lux

gez. Prof. Axel Lorig