

Stellungnahme des Ministeriums zum möglichen Revival der *Liebfrauenmilch*

Auf Anfrage der CDU-Landtagsabgeordneten Christine Schneider nimmt das Weinbauministerium Stellung zu einer möglichen Wiederbelebung der Liebfrauenmilch. Schneider bekräftigt erneut: „Als zukunftsfähige Exportstrategie des Landes ist die Liebfrauenmilch nicht geeignet.“

Montag, 15. Mai 2017 // 08:24 Uhr

Vor einiger Zeit brachte der rheinland-pfälzische Weinbauminister Wissing die Liebfrauenmilch ins Spiel, um an alten Exportzahlen des rheinland-pfälzischen Weins anzuschließen. Auf Anfrage der CDU-Abgeordnete Christine Schneider nimmt das Ministerium nun Stellung zu den Plänen der Landesregierung. „Wir brauchen ohne Frage eine Exportstrategie und eine Strategie für den Fassweinverkauf. Aber mit unausgegorenen Konzepten wie dem Relaunch der Liebfrauenmilch sollte man lieber nicht in die Öffentlichkeit gehen. Der Weinbau braucht dringend ein zukunftsfähiges strategisches Vermarktungskonzept, keine schnellen Schlagzeilen“, so Christine Schneider zu den Plänen des Ministers.

Ein Relaunch der Liebfrauenmilch sei als eine mögliche Option innerhalb einer Arbeitsgruppe „Neue Weinmarktstrategie“ der Landesregierung diskutiert worden. Bisher habe es nur zwei Sitzungen dieser Arbeitsgruppe gegeben, die den Diskussionsprozess in der rheinland-pfälzischen Weinwirtschaft in Gang setzen will. Dabei gehe es um die Verbesserung der Situation am Fassweinmarkt und den Export heimischer Weine, so das Ministerium.

Für eine Beurteilung des Weinmarktes verlasse man sich auf eine Marktuntersuchung, die das deutsche Weininstitut im Dezember 2016 in Auftrag gegeben habe. Demnach weist die Liebfrauenmilch eine Bekanntheit bei 63% der Weintrinker in Großbritannien, 19% in den USA und 5% in Japan auf. Von diesen

Personen würden lediglich 12% in Großbritannien, 25% in den USA und 10% in Japan die Liebfrauenmilch weiterempfehlen. Nach Angaben des Ministeriums wolle man versuchen an dieser Bekanntheit anzuknüpfen.

Die Bekanntheit sei jedoch das Eine, viel gravierender ist aus Sicht der Abgeordneten Christine Schneider das schlechte Image der Liebfrauenmilch. Dies wird deutlich am Beispiel Großbritannien: 63% der Weintrinker kennen die Liebfrauenmilch, aber nur 12% würden sie auch zum Kauf empfehlen. Die Zahlen für Japan, was ein interessanter Wachstumsmarkt sei, seien noch erschreckender, so Schneider. Deshalb sei aus Sicht der CDU-Abgeordneten die Marke „Liebfrauenmilch“ keine sinnvolle Exportstrategie für den rheinland-pfälzischen Weinmarkt.

Zudem gibt das Ministerium an, dass es sich bei der Bezeichnung „Liebfrauenmilch“ nicht um eine eingetragene Marke, sondern lediglich um einen Begriff im Sinne des Unionsrechts handele. Der Begriff darf demnach von allen Marktbeteiligten genutzt werden. Demzufolge kann nicht von einem Exportvorteil für deutsche Weine und einer sinnvollen Investition der Landesregierung in die Marke „Liebfrauenmilch“ ausgegangen werden, da es schlichtweg keine geschützte Marke ist.

Die CDU-Abgeordnete Christine Schneider gibt an, dass sich ihre Befürchtungen zu den Plänen der Landesregierung rund um die Liebfrauenmilch bestätigt haben. „Die Initiativen einzelner Winzer, die durch einen modernen Auftritt und qualitativ hochwertigen Weinen das Image der Liebfrauenmilch wiederbeleben wollen sind sicherlich interessant. Sie können bei direktem Kundenkontakt erfolgreich sein. Die Liebfrauenmilch als Exportinitiative des Landes Rheinland-Pfalz scheint mir allerdings nicht breit genug aufgestellt.“

Schneider will die Gespräche mit den Verantwortlichen fortsetzen und pocht auf eine sinnvolle und zukunftsgerichtete Initiative, die den gesamten deutschen Weinmarkt partizipieren lässt.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Wahlkreisbüro Christine Schneider

Tel.: 06341/934621

Mail: buero@christine-schneider.de

PI-Nr.: 17 05 05
Datum:
Montag, 15. Mai 2017