



Vor dem Haus der Hunsickers, an dem zwei überörtliche Wanderwege vorbeikommen, soll der Viezomat mit Überdachung, Tisch und Stühlen einmal stehen. Armin Hunsicker zeigt zwei der Produkte, die Wanderer an dem Gerät künftig kaufen können. TV-FOTO: MARION MAIER

Erster Viezomat verkürzt Wanderern die Durststrecke

Projekt für Gemeinde Fisch hat Modellcharakter – Kosten: 20 000 Euro

In Fisch wird ein Viezomat aufgestellt. Mit Hilfe des Geräts sollen Wanderer und Einwohner nicht nur ihren Durst löschen, sondern auch andere regionale Produkte wie Käse und Wurst kaufen können. Ein Modell auch für andere Orte ohne Laden? Die Lokale Aktionsgruppe Moselfranken hält es für förderwürdig – genauso wie ein touristisches Projekt, das historische Schätze virtuell erlebbar macht.

Von unserer Redakteurin
Marion Maier

Saarburg/Konz/Schweich/Fisch. Im kleinen Fisch mit 412 Einwohnern gibt es keinen Laden und keine Kneipe, dafür aber drei überörtliche Wanderwege: Die Traumschleife III Mannebach, den Jakobus-Pilgerweg und den Drei-Dörfer-Weg. Zwei dieser Wege führen am Haus von Armin Hunsicker vorbei.

Der Viezomat: Das brachte den Fischer auf eine Idee: Wie wär's mit Viez und Äpfeln aus dem Automaten? Außerdem könnten Mineralwasser und Produkte landwirtschaftlicher Direktvermarkter wie Käse, Wurst, Eier und Milch angeboten werden. Der griffige Name des Geräts: Viezomat.

Die Vorteile: Der Verkauf funktioniert rund um die Uhr, ohne dass Personal benötigt wird. Wanderer können sich unterwegs stärken, und auch nicht mobile Einwohner haben die Möglichkeit, sich für den Notfall zu versorgen. Auf den Wanderwegen ist laut Hunsicker einiges los, mehr als 1000 Menschen passieren Fisch pro Jahr. Doch Hunsicker ist realistisch: „Mir ist bewusst, dass man damit nicht reich wird.“ Aber es geht ja auch um mehr. Als ehemaliger Viezkönig hat es sich Hunsicker, der im Hauptberuf bei einer Verwaltung arbeitet, zur Aufgabe gemacht, den Viez von den heimischen Streuobstwiesen hinaus in die Welt zu bringen und bekannter zu machen.

Bei der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) Moselfranken rannte der Fischer mit seiner Idee offene Türen ein. Sie erkennt laut Geschäftsführer Thomas Wallrich in dem Projekt große Chancen auch für andere Orte und Wanderstrecken. Deshalb hat sie be-

schlossen, den Automaten, der samt Einhausung rund 20 000 Euro kostet, mit 6000 Euro zu bezuschussen. Hunsicker rechnet damit, dass er den Viezspender im Frühjahr 2017 aufstellt.

Geschichte dreidimensional zeigen: Die Region ist reich an historischen Schätzen. Aber von vielen sind – wenn überhaupt – nur noch Überreste zu finden. Damit Touristen und andere Interessierte sich anschauen können, wie die alten Gemäuer einst in echt ausgesehen haben, entwickeln Archäologen der Universität Trier dreidimensionale Rekonstruktionen der römischen, keltischen und mittelalterlichen Bauwerke. Per App (Programm für Mobilgeräte) können Besucher sich vor Ort die Rekonstruktionen auf das Smartphone oder das Tablet kostenfrei runterladen. Der Name des Programms: Antike Realität mobil erleben (Armob). 105 historische Objekte haben Archäologen und Touristiker als sinnvoll rekonstruierbar eingestuft. 13 davon liegen in Moselfranken, sechs im Miselerland. Dazu gehören der Gutshof und die römische Langmauer in Newel (VG Trier-Land), der Kaiserpalast Konz im Bereich des Friedhofs St. Nikolaus und die römische Tempelanlage in Tawern (VG Konz) sowie die Burg in Saarburg, das römische Theater in Kastel-Staadt und die keltisch-römische Brücke über eine Furt in Palzem (VG Saarburg). Die LAG Moselfranken hat mit ihrem Votum dafür gesorgt, dass die 13 Objekte aus Moselfranken bei dem 1,42-Millionen-Euro-Projekt dabei sind. Das Land fördert das Vorhaben mit rund 941 000 Euro.

Dachmarke Mosel weiterentwickeln: Während das kleine e der Regionalmarke Eifel schon relativ weitverbreitet ist, tut sich das große M der Dachmarke Mosel etwas schwerer. Die Regionalinitiative Mosel arbeitet seit 2006 an der Dachmarke, unter deren Namen Qualitätsgastgeber und -produkte wie Honig, Weinbergspfirsicherzeugnisse und Weine zertifiziert werden. Die Regionalinitiative Mosel will das Potenzial der Region weiterentwickeln. Dafür braucht sie jedoch mehr Klar-

heit, wofür die Marke Mosel steht und einen gemeinsamen Auftritt nach außen. Das soll mit dem Projekt Marktentwicklung Regionalinitiative Mosel erreicht werden. Kosten: 59 500 Euro. Nach kontroverser Diskussion will sich die LAG Moselfranken mit rund 16 000 Euro beteiligen. Angemahnt wurde jedoch, mehr auf die Belange der Winzer und touristischen Dienstleister einzugehen.

Besser online werben: Da sich immer mehr Touristen online über ihre Reiseziele informieren, will die Mosellandtouristik, die für die gesamte Ferienregion Mosel-Saar zuständig ist, den Internetauftritt verbessern. Sie möchte dafür ein Kommunikationskonzept bei einer Online-Agentur beauftragen. Moselfranken beteiligt sich an dem 47 600-Euro-Projekt mit 3600 Euro.

Und dann noch: Die LAG Moselfranken hat sich für eine erhöhte Förderung von **Flurbereinigungsverfahren** in Nittel und Wincheringen-Bilzingen ausgesprochen und will den **Ausbau von Wirtschaftswegen** in Kirf und Meurich, Konz-Niedermennig und Wincheringen fördern. Außerdem hat die LAG konkrete Bausteine einer **gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit mit dem Miselerland** in Luxemburg beschlossen. Die beiden Leadergebiete möchten künftig als Einheit nach außen auftreten und damit die regionalen Akteure zu deutsch-luxemburgischen Projekten motivieren.

EXTRA

Zur Lokalen Aktionsgruppe **Leader Moselfranken** gehören die Verbandsgemeinden Konz, Saarburg und Trier-Land. Sie bringt Projekte mit Hilfe von Leader-Mitteln auf den Weg. **Leader** ist eine Initiative der Europäischen Union zur Entwicklung des ländlichen Raumes. Mit Leader werden seit 1991 innovative Aktionen im ländlichen Raum mit EU-Mitteln bezuschusst. *mai*