

Trierischer Volksfreund
06.11.2007
Tages- und Wochenzeitungen
Regional, RLP
90.500

Medium:
Datum:
Rubrik:
Streunung:
Auflage:



MOSEL
WEINKULTURLAND

DACHMARKE MOSEL

Dem goldenen „M“ den Weg bereiten

Vorbereitungen zur Dachmarke „Mosel“ laufen: Verantwortliche erarbeiten Konzept – Umsetzung beginnt 2008

Frühestens im Januar kann es losgehen mit der Umsetzung der Dachmarke „Mosel“. Denn erst dann fließt das Fördergeld. Damit die moselländischen Genüsse danach möglichst reibungslos zu vermarkten sind, legen die Verantwortlichen derzeit die Spielregeln fest.

Von unserem Redaktionsmitglied Katharina Hammermann

Bernkastel/Kues. Während der „Eifel-Premium-Schinken“, der „Eifel-Edelbrand“ oder das Bett in das der Eifeltourist abends fällt, schon längst das bunte Markenzeichen „Eifel“ tragen, muss der Moselwein derzeit noch ohne Logo schmecken. So richtig los geht es mit der Dachmarke „Mosel“ nämlich erst, wenn das Geld des Leader-Förderprogramms fließt. Frühestens im Januar 2008 wird es soweit sein. Dann soll ein Projektmanagement eingerichtet werden, das die Dachmarke unters Volk bringt.

Derzeit laufen die Vorbereitungen, damit es 2008 zügig vorangehen kann. Ein zentraler Punkt dabei ist, dass die Mosellandtouristik GmbH derzeit ein „Kommunikationskonzept“ entwirft. „Darin halten wir alle Maßnahmen fest, die wir benötigen, um die Dachmarke in der Region zu verbreiten“, sagt Sabine Winkhaus-Robert, die Geschäftsführerin der Mosellandtouristik. „Wir“ sind der Verein Moselwein, die Moselfestwochen GmbH und die Moselland-

touristik GmbH. Gemeinsam stehen sie für die drei Säulen der Dachmarke: Wein, Kultur und Tourismus.

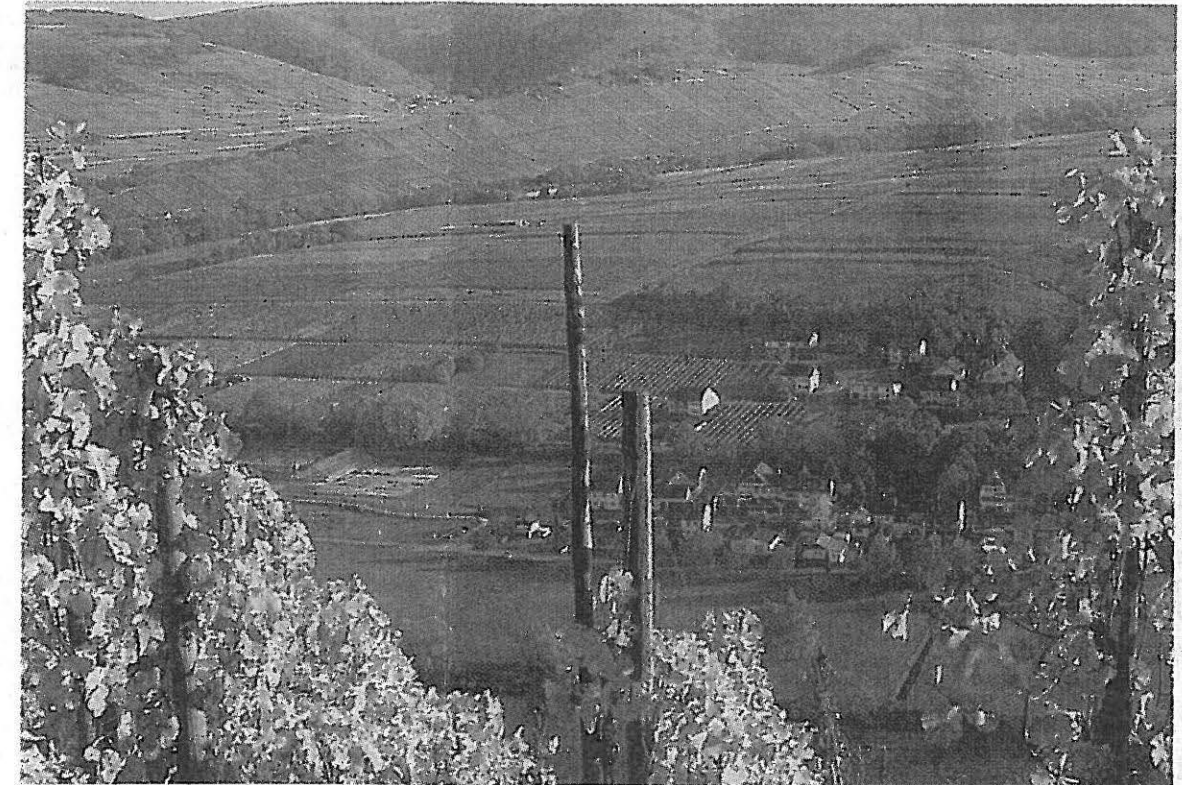
Im dem Konzept wird festgehalten, welche Nutzungsrichtlinien für das Logo gelten, wie die geplante Internetseite aussehen soll oder welche Werbemittel es geben soll: ganz klassisch Käppies und Pins oder vielleicht auch Mosel-Sitzkissen für Freiluftkonzerte?

Zudem wird die Zielgruppe definiert. Auf der einen Seite sind die Gäste, die eines Tages beim Anblick eines goldenen Ms mit Strich darunter sofort an die Mosel denken sollen – und Mosel ist natürlich gut. Auf der anderen Seite gibt es die Leute aus der Region: Winzer, Hoteliers, Touristiker und all die anderen Moselaner.

Info-Flyer und Road-Shows

Auch sie will man mit der Dachmarke erreichen. „Wir brauchen viele Menschen in der Region, die mitmachen und das Logo verwenden“, sagt Winkhaus-Robert. Damit dies gelingt, soll es neben Info-Flyern auch so genannte „Road-Shows“ geben: Man wird mit einem Informations-Stand durch die Moselorte ziehen.

Derzeit sieht das Konzept der Dachmarke als Partner vor allem Hotels und Restaurants, Tourist-Informationen sowie Winzer, Strauß-Wirtschaften und private Anbieter von Gästezimmern vor. Doch das muss



Produkte von der Mosel sollen künftig unter der Dachmarke „Mosel“ zusammengefasst werden.

TV-Foto: Archiv/Hermann Bohn

nicht so bleiben. Deshalb beschäftigt man sich zudem mit einer „Potenzialanalyse“. Wer könnte noch mitmachen? Welche Produkte stehen noch für die Region, sind ihre zentralen Fragen.

Dachdecker, die Moselschiefer verarbeiten, könnten ebenso dazugehören wie Landwirte, Schmuckdesigner oder Geschäfte, die heimische Produkte herstellen und verkaufen. Dazu könnten Weinbergspfirsich-

Marmelade ebenso wie Senf oder Traubenkernöl gehören.

Doch noch gebe es, was das angeht, wenige konkrete Ansätze, sagt Winkhaus-Robert.

Und schließlich legen die Wegbereiter der Dachmarke derzeit fest, welche Produkte und Dienstleistungen denn unter dem geplanten Qualitätslabel „Mosel-Weinkulturland“ vermarktet werden sollen.

Wein steht an erster Stelle. Doch auch Hotels, Restaurants

oder Gästezimmer sollen zertifiziert werden. Dabei wolle man nicht alles neu erfinden, Sterne bleiben Sterne. „Es geht um zusätzliche, regionale Kriterien“, sagt die Touristikerin: regional-typische Küche, ausführliche Weinkarte oder in Hotels ein Bereich mit Literatur über die Region. Auch die Beratungsqualität in Tourist-Informationen soll „moselländisch“ werden. Das goldene M trägt sie schon jetzt.

noj/gel