



Der Mosel die Krone aufsetzen

Dachmarke Mosel: Nach vier Jahren werden die ersten Qualitätssiegel vergeben

sel und der Weinbau. Und auch in der Steuerung des Markenwertungsprozesses gehen die Moselaner anders vor. Sie konnten auf bestehende Strukturen zurückgreifen, die Eifeler mussten diese erst schaffen.

Die ersten touristischen Projekte im Rahmen der Dachmarke Mosel werden vermutlich im Winter umgesetzt. Doch nicht nur in diesem Bereich soll der Ende 2004 begonnene Prozess fortgesetzt werden. Zertifizierte Produkte aus den Bereichen Kultur, Wein und Handwerk sollen den Begriff Weinkulturland mit Leben erfüllen.

Von unserem Redakteur Harald Jansen

Wittlich/Trier. Und plötzlich war sie da, die Dachmarke Mosel. Im Rahmen einer Veranstaltung zum Thema Steillagenweinbau Ende 2004 sei die Idee geboren worden, das Profil der Moselregion durch gemeinsame Produkte und Standards zu schärfen und bekannt zu machen, sagt Beate Läsch-Weber, Landrätin des Landkreises Bernkastel-Wittlich. Vier Jahre später sollen nun die ersten Projekte umgesetzt werden.

Mit der Dachmarke Eifel will Läsch-Weber die Dachmarke Mosel nicht unbedingt vergleichen. Dazu sei die Ausgangslage zu unterschiedlich. Denn im Gegensatz zur Eifel, mit ihren teils sehr unterschiedlichen Räumen drängen sich die verbindenden Elemente förmlich auf: die Mo-

„Die Projektumsetzung ist an die Mosellandtouristik in Bernkastel-Kues angedockt“, sagt die Landrätin, die Vorsitzende des Touristik-Aufsichtsrats ist. Rund 100 000 Euro jährlich kostet die Umsetzung. Das Geld wird von den Gesellschaftern der Mosellandtouristik (siehe Extra) aufgebracht.

Hohe Standards müssen erfüllt werden

Das passende Logo für die Dachmarke war schnell gefunden. Denn die goldene Krone ist schon seit einiger Zeit Markenzeichen der Region. Versehen mit dem Schriftzug „Mosel WeinKulturLand“ können sich schon heute Firmen und Institutionen von der Mosel mit dem Herkunftszeichen schmücken. „Wir haben das Herkunftszeichen bisher rund 100 Mal vergeben“, sagt Sabine Winkhaus-Robert, Geschäftsführerin der Mosellandtouristik GmbH.

Um das mit der Krone versehene Qualitätssiegel „Zertifizierte Qualität Initiative Mosel“ zu bekommen, müssen Produzenten, Einrichtungen, Betriebe und Veranstalter sich gehörig ins Zeug legen. Ähnlich wie bei den Eifel-Produkten sind hohe Standards zu erfüllen, ehe das Siegel vergeben wird. Die Teilnehmer am Programm „Qualitätsgastgeber“ werden wohl die



Aussichtreich: Von der Sitzbank hoch über der Mosel geht der Blick nach Trittenheim und ins Moseltal. Foto: Inmotion

ersten sein, die sich ab Anfang 2009 mit dem Qualitätssignet schmücken dürfen.

Die Dachmarke zielt jedoch nicht allein auf den touristischen Bereich. Weitere Handlungsfelder sind Kunst und Bühne, Wein und Genuss sowie Handel und Handwerk. Auch dort wollen die Macher Zeichen setzen.

Über den Stand der Entwicklung in den einzelnen Themenfeldern berichtet der TV in den kommenden Wochen.

MEINUNG

Zwei Alleinstellungsmerkmale

Es ist ein langer und steiniger Weg von der Idee einer Dachmarke hin zu den ersten Produkten. Diese Erfahrung haben die Eifeler gemacht, die auch erst nach langer Vorbereitung zum ersten Eifel-Schnitten den ersten Eifel-Premium-Schnaps trinken konnten. Diese Erfahrung machen auch die Macher der Mosel-Dachmarke. Und sie werden sie wohl in den kommenden Monaten weiter machen.

Wohl auch deshalb, weil sie andere Startvoraussetzungen als die Eifeler haben. Denn mit der Mosel und dem Wein haben die



Von Harald Jansen

Menschen am Fluss zwei verbindende Gemeinsamkeiten, die identitätsstiftend sind. Und sie haben damit zwei Alleinstellungsmerkmale, um die die Eifeler die Moselaner beneiden können.

Andererseits müssen die Mosel-Kommunen den Entstehungsprozess nahezu komplett aus der eigenen Tasche bezahlen, da sie nicht wie in der Eifel vom Geldsegen eines Regionen-Aktivprojekts profitieren können.

h.jansen@volksfreund.de

EXTRA

Dachmarke Mosel: Von kommunaler Seite sind in der Regionalinitiative Mosel die Landkreise Bernkastel-Wittlich, Cochem-Zell, Mayen-Koblenz, Trier-Saarburg sowie die Stadt Trier vertreten. Außerdem mit dabei sind die Handwerkskammern Trier und Koblenz sowie die Industrie- und Handelskammern Trier und Koblenz. Der landwirtschaftliche Bereich ist vertreten durch das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Mosel, die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz sowie den Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau. Weitere Akteure sind der Verein Moselwein, die Mosellandtouristik sowie das Mosel-Musikfestival. (har)