

Medium: Trierischer Volksfreund  
Datum: 25. Juni 2009  
Rubrik: Kreis Cochem-Zell  
Streuung: Regional



# Dachmarke Mosel geht an die Basis

Werbeagentur soll Projekte managen und mehr Begeisterung wecken

**Die Akteure der Dachmarke Mosel holen sich professionelle Unterstützung von einer Werbeagentur. Die Agentur ComCept aus Bernkastel-Kues übernimmt für die nächsten drei Jahre das Projektmanagement für die Dachmarke.**

REGION. Die Dachmarke Mosel, die für die Kernbereiche Wein, Tourismus und Kultur qualitativ hochwertige Dienstleistungen und Produkte entwickelt, geht in die nächste Runde. In den kommenden drei Jahren soll die Werbeagentur ComCept aus Bernkastel-Kues die Dachmarke vor allem stärker an die Basis bringen.

## Im Bus durch die Dörfer

Bereits für September und Oktober dieses Jahres sind „Roadshows“ geplant: Die Agentur wird mehrere Tage lang mit einem Bus oder Truck durch die Dörfer fahren, um bei der Bevölkerung direkt für die Dachmarke zu werben. Außerdem betreut die Agentur die Internetseite [www.moselweinkulturland.de](http://www.moselweinkulturland.de), bearbeitet Anträge zur Nutzung des Logos „Mosel Weinkulturland“ und entwirft ein Merchandisingkonzept, zum Beispiel für T-Shirts und

ähnliche Produkte mit Logo. Ferner ist ComCept verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit.

Die im November 2006 von den Mosel-Landkreisen, der Stadt Trier, den Handwerkskammern, den Industrie- und Handelskammern Trier und Koblenz, der Landwirtschaftskammer und der Mosel-Weinwerbung gegründete „Regionalinitiative Mosel“ hat unter dem Projekt „Dachmarke Mosel“ bereits einige Maßnahmen umgesetzt. Aus den Bereichen Weinbau, Hotellerie/Gastronomie und Tourist-Informationen wurden bereits die ersten Qualitätsbetriebe zertifiziert. Sie dürfen das Markenzeichen „Zertifizierte Qualität“ tragen.

Bis zum nächsten Moselkongress im März 2010 sollen auch Kriterien für die Bereiche Kultur sowie Handwerk/Handel erarbeitet werden und dann auch die ersten Qualitätsbetriebe ausgezeichnet werden.

Am morgigen Freitag trifft sich in Cochem die Arbeitsgruppe Handwerk/Handel zum ersten Gespräch. Die Kulturgruppe folgt am 6. Juli. Unterstützung holt sich die Dachmarke Mosel auch beim

Europäischen Tourismus Institut (ETI), das die Initiative fachlich berät.

Bernkastel-Wittlichs Landrätin Beate Läsch-Weber, Vorsitzende der Steuerungsgruppe der Regionalinitiative, sagte gestern bei einem Pressegespräch in Brauneberg, dass sich die Dachmarke gut entwickle. Man sei viele Schritte vorangekommen.

## 100 000 Euro im Jahr

Hubert Friedrich, Leiter des Dienstleistungszentrums Ländlicher Raum Mosel, machte noch einmal die Zielsetzung der Dachmarke Mosel deutlich: „Qualität ist alternativlos, und mit Qualität wollen wir der Region und den einzelnen Betrieben einen Mehrwert verschaffen.“

Für Management- und Marketing der Dachmarke stehen pro Jahr 100 000 Euro zur Verfügung. Für 2009 bis 2012 sind Fördermittel der EU über das Leaderprogramm beantragt. **Winfried Simon**

■ Die Dachmarke Mosel hat ab sofort auch eine Service-Hotline unter Telefon 06531/960 82 70 eingerichtet, erreichbar montags, mittwochs, donnerstags von 8 Uhr bis 13 Uhr und dienstags von 13 bis 18 Uhr.