

Medium: Trierischer Volksfreund
 Datum: 1. Oktober 2009
 Rubrik: Mosel
 Streuung: Regional RLP
 Auflage: 92.500



Und plötzlich kam die Lese

Werbeveranstaltung der Dachmarke Mosel kurzfristig abgesagt

Die Werbetour für die Dachmarke Mosel in der Region Mosel fällt aus. Grund ist eine Terminkollision: Die Weinlese hat begonnen.

Von unserem Redakteur
 Harald Jansen

Bernkastel-Kues. Entlang der gesamten Mosel sollte sie führen – die Roadshow der Dachmarke Mosel. Daraus wird wohl nichts. Denn die Veranstaltung, bei der es laut Eigenwerbung darum gehen sollte „Gastronomen und Hoteliers, Touristiker und Kulturträger, Handwerker und Winzer, regionale Industrie-, Weinwirtschafts- und Handelsbetriebe, aber auch die gesamte Bevölkerung über die Ideen und Ziele der Dachmarke zu informieren und weitere Akteure zu begeistern, sich der Philosophie der Dachmarke anzuschließen und sich den Qualitätsanforderungen zu stellen“, fällt aus. Wegen der Weinlese, wie Tina Wilhelmus vom Projektmanagement „Dachmarke Mosel“ auf TV-Anfrage mitteilt.

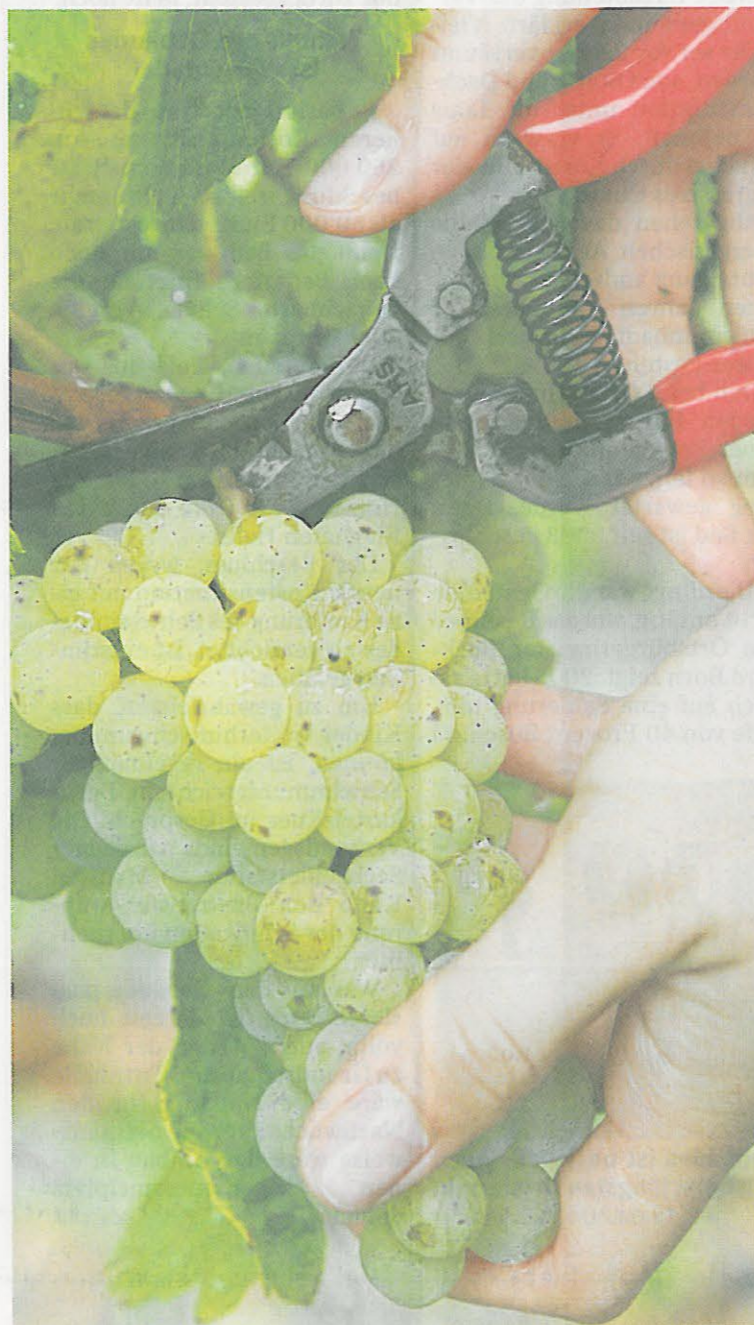
Obwohl die Kommunen grundsätzlich großes Interesse an der Roadshow gehabt hätten, sei es aufgrund der frühen Traubenlese und des damit verbundenen Arbeitsaufwands nicht möglich, den vorgesehenen Termin einzuhalten, teilt Wilhelmus mit. Der ursprüngliche Plan war – und so war unter anderem auf der Seite der Regionalinitiative Mosel zu lesen – in der 40. und 41. Kalenderwoche an der gesamten Mosel präsent zu sein. Dazu sollte entweder ein Bus oder ein LKW in verschiedenen Orten der Moselregion Station machen. In der letzten September- und der

ersten Oktoberwoche sollte eine Mischung aus Informationsangeboten und „Showprogramm“ über die Dachmarke Mosel informieren. Dabei sollten vor allem auch die bereits zertifizierten Betriebe präsentiert werden und als Ansprechpartner für weitere Interessenten zur Verfügung stehen (der TV berichtete).

Aus der Roadshow wird zwar nichts, gearbeitet wird hingegen an einem Alternativkonzept. Das „muss aber zunächst mit den Akteuren der Dachmarke abgestimmt werden“, teilt Wilhelmus mit. Was dieses Konzept beinhaltet und wann es umgesetzt wird, teilte Wilhelmus derweil nicht mit. ca/jöl

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)



Offenbar überraschend kam die Weinlese an der Mosel. Zumindest für das Projektmanagement „Dachmarke Mosel“, das kurzfristig seine geplante Werbeveranstaltung wegen Terminkollision abgesagt hat.

Foto: dpa

MEINUNG

Absehbare Absage

Von Harald Jansen

Wer hätte das gedacht? Ende September/Anfang Oktober ist an der Mosel die Zeit, in der die Trauben gelesen werden. Eine Zeit, in der der Winzer im Wingert arbeitet und keine Zeit hat, seine Verbundenheit mit der Dachmarke Mosel bei irgendwelchen Dachmarken-Roadshows zu demonstrieren. Und in der die Hoteliers alle Hände voll damit zu tun haben, den Gästen einen angenehmen Aufenthalt zu bereiten. Um das zu wissen, muss man nicht unbedingt von der Mosel kommen.

Umso unverständlicher ist es da, dass die klugen Köpfe hinter der Dachmarke Mosel sich der möglichen Terminkollision nicht bewusst waren, als sie die Idee der Roadshow verkündeten und diese trotz Absage noch weiter im Internet angekündigt wird. Eine solche Roadshow kann und wird sicher das Bewusstsein für die Region schärfen. Es gibt jedoch bessere Termine im Jahr, wann die Tour im Namen der Dachmarke stattfinden kann. Vielleicht sollte man jemanden fragen, der sich damit auskennt.



h.jansen@volksfreund.de