

## 8. MOSELKONGRESS „MIT LEIB UND SEELE MOSEL“

Dienstag, 18. März 2014, 10 bis 16 Uhr  
im Moselschlösschen Traben-Trarbach



### Die Dachmarke Mosel auf einen Blick

#### Start der Dachmarke

Gründung: 10. November 2006

„Regionalinitiative MOSEL“ wurde von Vertretern aus der Landes- und Kommunalpolitik, der Kammern sowie aus Wirtschaft, Kultur und Tourismus unterzeichnet.

Die Dachmarke Mosel bezieht neben dem Tourismus auch weitere Wirtschaftsbereiche wie Weinwirtschaft, Kultur, Handel und Handwerk ein. Es sollen sich alle Akteure wiederfinden: Gastronomen und Hoteliers, Touristiker und Kulturträger, Handwerker und Winzer, regionale Industrie-, Weinwirtschafts- und Handelsbetriebe, aber auch die gesamte Bevölkerung.

#### Träger der Regionalinitiative Mosel

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten RLP, Landkreise Bernkastel-Wittlich, Cochem-Zell, Mayen-Koblenz, Trier-Saarburg, Stadt Trier, Handwerkskammern Koblenz und Trier, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e.V., Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel, Moselwein e.V., Mosellandtouristik GmbH, DEHOGA Rheinland-Pfalz

#### Ziele und Markenleitbild

Plattform der Kommunikation und Kooperation, Kräfte und Mittel bündeln und gemeinsam einsetzen

- Stärkung der regionalen Identität für die Region Mosel (Stärken und Besonderheiten werden unter einem Dach vermarktet / gemeinschaftliche Entwicklung)
- Erhaltung und Inwertsetzung der Weinkulturlandschaft
- Vernetzung der Kompetenzfelder Wein, Kultur und Tourismus
- organisierte Zusammenarbeit aller Akteure der Region
- Stärkung der Wirtschaftskraft durch neue Wertschöpfungsketten
- Nutzung der Entwicklungspotenziale in Europa
- einheitliche Kommunikation nach innen und nach außen

Im Kern der Überlegungen steht die Absicht, die Mosel als großflächige, naturräumliche und kulturelle Einheit zu begreifen und der gesamten Region mit allen ihren Angeboten und Facetten gemeinsame Handlungskonzepte zu verschaffen. Ihr Anliegen ist es, dieses vorhandene Potenzial mit Chancen und Perspektiven für die Entwicklung von Bevölkerung und Wirtschaft zu erkennen, weiter zu entwickeln und zu professionalisieren.

Dabei sind die drei wesentlichen Säulen: Wein – Tourismus – Kultur

---

#### Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Christiane Heinen · Presse- und Öffentlichkeitsarbeit · Mosellandtouristik GmbH · Kordelweg 1 ·  
54470 Bernkastel-Kues · Tel. 06531-9733 44 · [christiane.heinen@mosellandtouristik.de](mailto:christiane.heinen@mosellandtouristik.de) ·  
[www.mosellandtouristik.de](http://www.mosellandtouristik.de) · Für Moselfans: [www.facebook.com/mosellandtouristik.de](https://www.facebook.com/mosellandtouristik.de)

In ihrem Markenleitbild hat die Regionalinitiative Mosel Visionen, Ziele und Identität der Dachmarke dokumentiert.

### Äußeres Erkennungszeichen der Dachmarke Mosel

Die Krone ist Ausdruck des Dreiklangs Wein, Kultur und Tourismus. Gemeinsam wollen die Verantwortlichen aus der gesamten Moselregion zeigen, welche vielfältigen Möglichkeiten diese einzigartige Flusslandschaft bietet und das touristische Potential weiter stärken.



Das Zeichen Mosel WeinKulturLand kann jeder Betrieb, ob Gastgeber, Dienstleister oder Handwerker, und jede Institution im Anbaugebiet führen. Er zeigt damit, dass er sich mit der Region identifiziert.

Das Logo kann auf der Internetseite [www.moselweinkulturland.de](http://www.moselweinkulturland.de) beantragt und heruntergeladen werden. Hierzu müssen sich die Interessierten registrieren und den Verwendungszweck überprüfen lassen.



Das Siegel „Zertifizierte Qualität – Initiative Mosel“ dürfen nur Betriebe führen, die am Zertifizierungsverfahren teilgenommen haben.

Es zeichnet Betriebe und Produkte aus, die Ihren Gästen etwas Besonderes und Regionaltypisches bieten. Hierzu gehören Qualitätsgastgeber, Tourist-Informationen, Vinotheken sowie als Produkte der Rote Weinbergpfirsich, der Mosel Honig und der Wein aus dem Anbaugebiet Mosel

Seit 2009 wurden insgesamt 100 Mosel Qualitätsgastgeber zertifiziert:

27 Hotel-Restaurants, fünf Restaurants, 50 Weingüter, vier Vinotheken, 12 Tourist-Informationen, zwei Campingplätze

Seit 2008 werden auch die Kultur- und Weinbotschafter als Gruppe mit dem Qualitätszeichen der Dachmarke Mosel zertifiziert (insgesamt erhielten 73 Absolventen das goldene Namensschild als Auszeichnung).

Für die Ausstattung von Weinflaschen, ob als Aufkleber oder im Etikett integriert, gelten bestimmte Voraussetzungen. Eine Flasche mit der goldenen Krone ist ein gebietstypischer Wein.

---

#### Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Christiane Heinen · Presse- und Öffentlichkeitsarbeit · Mosellandtouristik GmbH · Kordelweg 1 · 54470 Bernkastel-Kues · Tel. 06531-9733 44 · [christiane.heinen@mosellandtouristik.de](mailto:christiane.heinen@mosellandtouristik.de) · [www.mosellandtouristik.de](http://www.mosellandtouristik.de) · Für Moselfans: [www.facebook.com/mosellandtouristik.de](https://www.facebook.com/mosellandtouristik.de)