

MOSEL WeinKulturLand

NEWSLETTER

Ausgabe 004 Mai 2009

■■■ INHALT

Dachmarke aktuell.....	2
Erlebnisfeld „Wein“	5
Erlebnisfeld „Tourismus“	9
Erlebnisfeld „Kultur“	11



EDITORIAL

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Gäste und Freunde des WeinKulturLandes Mosel,

wir freuen uns, dass Sie über die Internetseite www.moselweinkulturland.de unseren Online - Newsletter „MOSEL WeinKulturLand“ abonniert haben und möchten Ihnen heute die Ausgabe 2/2009 präsentieren. Der Newsletter bringt Ihnen die wichtigsten Informationen der Regionalinitiative MOSEL und der Dachmarke MOSEL direkt in Ihr E-Mail - Postfach.

Die Träger und Akteure der Initiative Mosel stellen stets alles Wichtige zur Dachmarke MOSEL und aktuelle Neuigkeiten in den Erlebnisfeldern Wein, Kultur, Tourismus sowie Handel und Handwerk für Sie zusammen. Der Newsletter erscheint viermal im Jahr.

Gerne berücksichtigen wir auch Ihre Anregungen oder Informationen zu Themen der Initiative und Dachmarke Mosel und bitten um Zusendung per E-mail.

Ihr Newsletter - Redaktionsteam

DIE MARKE DER MOSEL

DACHMARKE AKTUELL

■ ■ ■ DIE DACHMARKE „MOSEL WEINKULTURLAND“ HAT EINEN KÜMMERER



Während der nächsten drei Jahre wird die Werbeagentur ComCept die Regionalinitiative Mosel bei der Entwicklung und Umsetzung der „Dachmarke Mosel“ unterstützen. Der Dienstleistungsauftrag umfasst u. a. die Betreuung der Internetseite www.moselweinkulturland.de, die Beratung zu Fragen der Logonutzung, die Konzeption und Organisation der Moselkongresse und

Roadshows sowie die Entwicklung weiterer Qualitäts- und Zertifizierungskonzepte.

Die ComCept Werbeagentur mit Sitz in Bernkastel-Kues bietet ihren Kunden ein 14-köpfiges Spezialistenteam um den Geschäftsführer Dipl.-Wirtschafts-Ingenieur Frank Hoffmann. Das Leistungsportfolio umfasst Ideenentwicklung & Konzeption, Kommunikationsdesign, Textgestaltung & Textkorrekturen, Printproduktionen, Public Relations, Internetdesign und -programmierung sowie Fotografie. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Tourismus & Hotel, Gesundheitswesen, Wellness & Kosmetik, Handwerk & Bau sowie Stadtmarketing. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.comcept.tv

Die Marke hat eine Nummer.

Damit alle Anfragen bezüglich der Logonutzung und der Umsetzung des Kommunikationskonzeptes gebündelt durch ComCept entgegengenommen und bearbeitet werden können, wurde eine Telefon-Hotline unter der Nummer 06531-9608-270 und die E-Mail-Adresse dachmarke-mosel@comcept.tv eingerichtet. Die Hotline ist zu folgenden Geschäftszeiten persönlich besetzt: Mo, Mi, Do 8-13 Uhr, Di 13-18 Uhr.

■■■ SERVICEQUALITÄT RLP WIRD SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND



Ab dem Jahr 2009 wird die im Sommer 2004 gestartete dreistufige Dienstleistungsinitiative „Service-Qualität Rheinland-Pfalz“ gemeinsam mit allen anderen Bundesländern, die die Initiative "ServiceQualität" umsetzen, zu einer bundesweit einheitlichen "ServiceQualität Deutschland" zusammengeführt.

Die Initiative zielt darauf ab, allen (touristischen) Leistungsträgern im Land die Möglichkeit zu geben, die eigene Servicequalität/Software zu überprüfen und diese zielorientiert im Sinne ihrer Gäste weiter zu optimieren. Das Ziel dieses Programms besteht darin, in den Betrieben das Qualitätsbewusstsein zu steigern, die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Anbietern zu fördern und die Dienstleistungsqualität im Reise- und Ferienland Rheinland-Pfalz weiter zu stärken.

Die Initiative ServiceQualität Deutschland in Rheinland-Pfalz richtet sich an alle Betriebe, die überzeugt sind, dass nur die ständige Verbesserung der eigenen Leistungen den Erfolg für die Zukunft gewährleisten kann. Dabei erhalten besonders die klein- und mittelständischen Unternehmen der Tourismusbranche die Möglichkeit, ein Qualitätsmanagement in ihrem Betrieb zu etablieren.

Für Qualitätsbetriebe der Dachmarke MOSEL ist die Auszeichnung mit SQ Stufe 1 ein wesentliches Kriterium.

MOSEL WeinKulturLand

NEWSLETTER

Ausgabe 004 Mai 2009



Weitere Seminare "Ausbildung zum Qualitäts-Coach Stufe 1" finden statt, am:

- 12.10 und 13.10.2009 in Trier
- 30.11. und 01.12.2009 in Cochem (nur für Winzer)

Weitere Informationen erhalten Sie bei der ServiceQualität Rheinland-Pfalz
c/o Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Franziska Schallop Tel. (0261) 9 15 20 43

oder DLR Mosel, Martina Engelmänn-Hermen, Görresstraße 10, 54470 Bernkastel-Kues, Tel.
06531/ 956 156, martina.engelmann-hermen@dlr.rlp.de

ERLEBNISFELD „WEIN“

18 WEIN DOZENTEN MOSEL AUSGEZEICHNET



DIE WEINERLEBNISBEGLEITER

14.05.2009 Wein, Natur und Kultur sind die Trümpfe der Moselregion im Wettbewerb der Urlaubs- und Ausflugsgebiete in Mitteleuropa. Wein, Natur und Kultur sind von daher auch zentrale Elemente der Erwartungshaltung bei den Gästen, die in das Wein-Kultur-Land Mosel reisen. Diese Feststellung lag der Idee zugrunde, mehr Weinwissen und mehr Kenntnisse zu den Besonderheiten der Weinregion Mosel in die gastronomischen Betriebe zu tragen. Mit der Ausbildung der ersten Wein-Dozenten, die als Bindeglied zwischen

Weinbau und Gastronomie wirken, haben jetzt Moselwein e. V., Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, Industrie- und Handelskammer Trier gemeinsam mit der Mosellandtouristik GmbH, dem Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Mosel und der Interessengemeinschaft der Wein-Erlebnis-Begleiter einen großen Schritt in diese Richtung unternommen.

18 Weinerlebnisbegleiter haben sich im Rahmen der Dachmarke MOSEL WeinKulturLand in einem Lehrgang zu Weindozenten weitergebildet und stehen künftig für die Schulung von Gastronomiepersonal und Touristikern in Sachen Moselwein zur Verfügung. Sie haben inzwischen als die ersten Wein-Dozenten Mosel ihre Zertifikate erhalten. In 80 Unterrichtsstunden war das bereits breite Wissensspektrum der Wein-Erlebnis-Begleiter in Sachen Landschaft und Kultur speziell zum Thema Wein nochmals vertieft worden. Kulinarisches wie Wein und Schokolade, Wein und Käse oder Wein in der moselländischen Küche spielten dabei ebenso eine Rolle wie Theorie und

Praxis in Weinberg und Keller. Außerdem wurden die Sensorik und weinrechtliche Grundlagen geschult, wobei die Landwirtschaftskammer in Person von Dr. Stephan Reuter, Leiter des Weinbauamtes der Kammer in Wittlich, die entsprechende Fachkompetenz in den Unterricht einbrachte. Die Maßnahme wurde unterstützt und gefördert durch NATURLAUB Rheinland-Pfalz und das Entwicklungsprogramm „Agrarwirtschaft, Umweltmaßnahmen, Landentwicklung (PAUL)“. Informationen zur Ausbildung zum WeinDozent Mosel gibt es bei den beteiligten Institutionen.

- Mosellandtouristik GmbH, Kordelweg 1, 54470 Bernkastel-Kues, Tel. 06531 / 9733-0
- DLR Mosel, Görresstraße 10, 54470 Bernkastel-Kues, Tel. 06531 / 956-0
- IHK Trier, Herzogenbuscher Straße 12, 54292 Trier, Tel. 0651 / 9777-0
- Interessengemeinschaft WeinErlebnisBegleiter, c/o Kirsten Pfitzer, Hauptstraße 6, 54492 Lösnich, Tel. 06532 / 2130

■ ■ ■ DER „ROTER MOSEL-WEINBERGPFIRSICH“ AUF DEM WEG ZUR DACHMARKE



Am 04.04.2009 fand auf der Reichsburg in Cochem das 2. Symposium „Roter Moselweinbergpfirsich“ statt. Veranstalter war die Regionalinitiative MOSEL.

90 Vertreter aus Kommunalpolitik, Wirtschaft und Tourismus, sowie Winzer, Gastronomen und Erzeuger von Weinbergpfirsichen waren



sich einig, das der Weinbergpfirsich ein starker Baustein im Gesamtkonzept der Regionalinitiative MOSEL werden soll. Minister Hering lobte das Engagement für den Weinbergpfirsich.

Mittlerweile wachsen ca. 15.000 Bäume an der Mosel. Neben dem Wein ist der Pfirsich ein einzigartiges Moselprodukt, welches zukünftig bei Erfüllen von definierten Qualitätsansprüchen mit dem Qualitätssignet der Dachmarke MOSEL ausgezeichnet werden soll. Grundlage sind Qualitätskriterien, die in Zusammenarbeit mit den Vereinen Roter Weinbergpfirsich e.V. und Roter Mosel-Weinbergpfirsich e.V. für Baum, Frucht und Anbau entwickelt wurden. Für die Herstellung von Produkten existieren umfassende gesetzliche Vorgaben. Zusätzliche Kriterien und aufwändige Kontrollen werden nicht angestrebt. Alle Produkte, die nachweislich aus zertifiziertem Rotem Moselweinbergpfirsich hergestellt sind, sollen das Qualitätssignet „geprüfte Qualität MOSEL“ erhalten. In den vorbereitenden Veranstaltungen und auch am Symposium selbst wurde deutlich, dass die für ein Marketingkonzept erforderliche Menge und Qualität für ein hochwertiges Produkt nur mit Einschränkung im Steilhang zu erzeugen sind. Daher wurde die Vorgehensweise vereinbart, dass die Anpflanzung des Roten Moselweinbergpfirsich im Steilhang vorwiegend dem Erhalt der WeinKulturLandschaft MOSEL dient. Die Erträge werden derzeit überwiegend selbst verwertet oder direkt vermarktet. Zur Deckung der hohen Nachfrage ist es notwendig, Ertragsanlagen in der Flachlage anzulegen. Zu diesem Zweck erwägt das DLR Mosel die Errichtung von Demonstrationsanlagen für den erwerbsmäßigen Anbau von Roten Weinbergpfirsichen an der Mosel.

Das Land unterstützt das Projekt zusätzlich durch die Finanzierung einer Potentialanalyse zum Roten Moselweinbergpfirsich als geografische Herkunftsbezeichnung.

Informationen: DLR Mosel, Klaus Reitz, Görresstraße 10, 54470 Bernkastel-Kues, Tel 06531/ 956-136



WEINTOURISMUS SYMPOSIUM IPHOFEN



Das 3. Internationale Symposium beschäftigt sich am 27. und 28.05.2009 mit der verstärkten Dienstleistungsorientierung rund um den Wein. Das Symposium wird diese Herausforderung mit einem vielfältigen Programm aufgreifen und zur Bewusstseinsbildung für die Notwendigkeit des Weintourismus beitragen. Mit Beispielen aus anderen Weinregionen werden Anregungen für eine moderne, erfolgreiche Infrastruktur und Dienstleistungsstruktur im Bereich des

Weintourismus gegeben. Informationen und Anmeldung: Tourist Information Iphofen, Kirchplatz 7, 97346 Iphofen, Tel. 09323/870306, tourist@iphofen.de

ERLEBNISFELD „TOURISMUS“

■ ■ ■ DAS MOSEL-MARKENZEICHEN "ZERTIFIZIERTE QUALITÄT"



Die ersten 31 Weingüter, Hotels, Restaurants und Touristinformationen erhielten anlässlich des „3. Moselkongresses - Unsere Marke ist Qualität" am 24. März 2009 ihre Zertifikate und Auszeichnungen als ["Qualitätsbetriebe der Dachmarke Mosel"](#).

DAS MOSEL-MARKENZEICHEN "Zertifizierte Qualität" steht für ein explizites Qualitätsversprechen: Betriebe, Einrichtungen, Veranstaltungen und Produkte aus der Region dürfen es nur dann tragen, wenn sie sich in regelmäßigen Abständen der Prüfung strenger Marken-Richtlinien durch unabhängige Prüfungsinstitutionen stellen. Verbrauchern und Gästen gibt dieses Zeichen die Sicherheit, eine qualitativ hochwertige und regionaltypische Dienstleistung oder ein entsprechendes Produkt zu erwerben.

Diese Leuchtturm-Betriebe werden in besonderer Weise als Repräsentanten der Dachmarke MOSEL WeinkulturLand ausgezeichnet und im Rahmen des Dachmarkenkonzeptes beworben, unter anderem auf der Homepage der Dachmarke und auf den Internetseiten von Mosellandtouristik und Moselwein e.V..

MOSEL WeinKulturLand

NEWSLETTER

Ausgabe 004 Mai 2009



Voraussetzung für eine Auszeichnung als „Qualitätsgastgeber MOSEL“ sind eine Teilnahme an der Qualitätsoffensive „Servicequalität Deutschland in Rheinland-Pfalz“ der Stufe 1 und am Wettbewerb „Der Beste Schoppen“, sowie eine Sterneklassifizierung nach DTV oder DEHOGA-Kriterien.

Das Angebot regionaler Speisen und der Ausschank sowie die Präsentation von Weinen der Region sind weitere Kriterien für eine erfolgreiche Zertifizierung. Allen gemeinsam ist ihre vinophile Einstellung und die konsequente Einbindung und Weiterentwicklung des Themas Moselweins in ihren Betrieben.

Die Prüfungskriterien der Zertifizierung finden Sie unter www.moselweinkulturland.de.

Weitere Informationen erhalten Sie bei der Mosellandtouristik GmbH, Kordelweg 1, 54470 Bernkastel-Kues, Tel. 06531-97330, info@mosellandtouristik.de.

ERLEBNISFELD „KULTUR“

■■■ DACHMARKE MOSEL - ARBEITSGRUPPE ZERTIFIZIERUNG KULTUR



Wir alle wissen, wie reich die Moselregion an historischen Denkmälern und Sehenswürdigkeiten ist; wir leben in einer geschichtsträchtigen Region, an vielen Orten stoßen wir, eingebettet in eine schöne Landschaft und moseltypische Ortschaften, auf die Spuren unserer vielfältigen Vergangenheit. Diese Vergangenheitsspuren sind touristische Magnete! Weniger stark wirken die Mehrzahl der kulturellen Einrichtungen wie Museen und Kunst- oder themenbezogene Ausstellungen, Theater,

Festivals und Einzelkonzerte, Kleinkunst und andere kulturellen Initiativen.

Auch sie gibt es zahlreich, allerdings mit einem sehr heterogenen Erscheinungsbild. Die Spannweite der Museen reicht von den großen Museen in Konz, Trier und Koblenz bis zu den kleinen Heimatmuseen in den einzelnen Ortschaften; das Veranstaltungsspektrum umfasst die großen Festivals mit bekannten Ensembles und Solisten sowie die vielen guten kleineren Konzerten und Kleinkunstveranstaltungen in den Regionen.

In unserem Selbstverständnis ist Kultur etwas Gewachsenes. Die Moselkultur hat deshalb vordergründig auch immer etwas mit Wein und Brauchtum zu tun, weil noch in den 1970er Jahren die große Kultur fast nur in den Städten, wo die entsprechenden Einrichtungen vorhanden waren,

MOSEL WeinKulturLand

NEWSLETTER

Ausgabe 004 Mai 2009



angeboten wurde. Inzwischen ist sie jedem, der sich dafür interessiert, sowohl finanziell, räumlich und gesellschaftlich zugänglich. Dies ist auch bei uns so; die kulturellen Initiativen finden sich überall in der Region.

Das Moselland will diese Entwicklung forcieren und sich ein anderes Image geben, um verstärkt Kulturtouristen einzuladen. Die Potentiale sind vorhanden, allein sie müssen strukturiert, kommuniziert, vernetzt, z. T. verbessert und gemeinsam beworben werden, um als Attraktionen wahrgenommen zu werden. Eine Zertifizierung der Kultur unter der Dachmarke Mosel ist eine Chance, sich aktiv an diesem Gestaltungsprozess zu beteiligen, der der Mosel ein neues Gesicht geben wird: Moselland – Wein- UND Kulturland!!

Informationen erhalten Sie bei der Kreisverwaltung Cochem-Zell, Kulturbüro / Kulturarchiv
Endertplatz 2, 56812 Cochem, Irmgard Zimmer, Tel. 02671 – 61-180, eMail:
irmgard.zimmer@cochem-zell.de