

## Pressespiegel Projektbüro „Dachmarke MOSEL“

Medium: Rhein-Zeitung  
Datum: 12.04.2008  
Rubrik: Leserbriefe  
Streuung: Regional RLP  
Auflage: 220.000



### Leserbriefe

#### „Noch Hürden in den Köpfen“

Um eine gemeinsame Dachmarke Mosel zu etablieren, muss sich noch viel in den Köpfen ändern. Denn nur gemeinsam geht es. Dabei ist auch die regionale Presse gefordert, findet dieser Leser.

Prima, der Anfang ist gemacht. An guten Vorschlägen mangelt es ja nicht. Jetzt müssen diese umgesetzt werden. Das geht nicht von heute auf morgen. Je eher desto besser für alle. Man darf bei den Plänen, Ideen und Vorschlägen nicht vergessen, dass die Mosel zwischen Koblenz und Remich zirka 240 Kilometer lang ist. Das ist ungefähr die Entfernung (Luftlinie) Cochem-Freiburg. Da liegen einige Hürden dazwischen, vor allen Dingen in den Köpfen. Was sich über Jahrzehnte dort festgesetzt hat, kann man auf die Schnelle nicht verändern.

Aber wenn wir die Dachmarke Mosel erfolgreich auf den Weg bringen wollen, geht dies nur gemeinsam. Sonst wird es wieder nur bei gut gemeinten Ratschlägen und Ideen bleiben. Die haben wir ja zuhauf. Und eine große Hilfe bei diesem Vorhaben könnten auch die beiden großen Heimatblätter Rhein-Zeitung und Trierischer Volksfreund sein. Es

wäre wünschenswert, wenn jede Woche eine einheitliche Beilage „Moselzeitung“ in beiden Blättern erscheinen würde, damit wir hier an der „Untermosel“ wissen, was sich an „Mittelmosel“ und „Obermosel“ touristisch, kulturell und weinwirtschaftlich so tut. Und natürlich umgekehrt. Die momentane Berichterstattung, bis auf wenige Ausnahmen, lässt dies jetzt nicht zu. Denn nur gemeinsam können wir die Dachmarke Mosel erfolgreich etablieren. Sonst bleibt es wie bisher bei „kleinen Erkerchen“, die einzeln betrachtet, natürlich auch ihre Reize haben. Aber ein großes Dach mit Erker sieht nicht nur besser aus, es ist darüber hinaus auch stabiler, effektiver und belastbarer.

Wie hatte ich schon vor zirka 15 Jahren in einem Leserbrief zum Bericht in der Rheinzeitung von Herrn Erpeldinger „Moseltörn in die Flaute“ sinngemäß geschrieben: Wenn es möglich ist, für einen Südtiroler Apfel im Fernsehen Reklame zu machen, dann muss es doch auch möglich sein, für die gesamte Moselregion zu werben.

Es gibt noch viel zu tun, beginnen wir endlich! „Sind wir nicht alle ein bisschen Mosel?“

**Willi Krötz, Ediger-Eller**

Post an die Lokalredaktion: Ravenéstraße 18-20, 56812 Cochem  
Fax: 02671/916 055; E-Mail: cochem@rhein-zeitung.net

Leserbriefe sind keine Meinungsäußerungen der Redaktion. Briefe und E-Mails ohne Angabe von Name und Adresse können nicht veröffentlicht werden. Bitte geben Sie für Rückfragen Ihre Telefonnummer an. Die Redaktion behält sich Kürzungen vor.