

Grußwort von
Landrat Manfred Schnur
(Stellvertretender Vorsitzender der Regionalinitiative Mosel)
anlässlich des 5. Moselkongresses am 04.04.2011, 15.00 Uhr, Trier

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Regionalinitiative Mosel wurde im November 2006 vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, den Landkreisen Cochem-Zell, Mayen-Koblenz, Trier-Saarburg, Berncastel-Wittlich und der Stadt Trier, den Handwerks- sowie Industrie- und Handelskammern, der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, dem Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e.V. sowie der Weinwerbung Mosel-Saar-Ruwer Wein e.V. ins Leben gerufen.

Getragen wird die Marke Mosel von vielen engagierten Partnern, die sich das gemeinsame Ziel der Weiterentwicklung und Positionierung der ganzen Moselregion und eine enge Zusammenarbeit auf ihre Fahne geschrieben haben.

Diese Partner sind:

- die Leistungsträger im Mosel Weinkulturland aus den Bereichen Wein, Kultur und Tourismus
- die Akteure der Regionalinitiative Mosel, die diese Qualitätsoffensive unterstützen und fördern
- und alle Menschen im Moselland, die durch ihr Denken und Handeln wesentlich zum Qualitätsimage des Mosel Weinkulturlandes beitragen.

Ja, und das soll es sein: Eine breite Initiative von Menschen, die sich mit der Mosel identifizieren. Dafür steht der Pin – das goldene Mosel-M !

Mit der Dachmarke Mosel Weinkulturland wollen die Initiatoren die regionale Identität stärken, unsere WeinKulturLandschaft Mosel noch stärker in Wert setzen, die Kompetenzfelder Wein, Kultur und Tourismus qualitativ weiter entwickeln, die regionale Wirtschaftskraft durch neue Wertschöpfungsketten verbessern, die Entwicklungspotenziale in Europa nutzen und eine einheitliche Kommunikation nach innen und nach außen gewährleisten.

Eine breite Palette – ein hoher Anspruch – eine riesige Herausforderung.

Gerne berichte ich heute anlässlich unseres 5. Moselkongresses über den aktuellen Stand der Dachmarke Mosel Weinkulturland – unserer Qualitätsoffensive für die Mosel, wie wir uns auf diesen Weg gemacht haben und wo wir stehen.

Die Regionalinitiative Mosel hat sich selbst eine straffe und schlanke Organisationsstruktur gegeben. Auf der Ebene der Entscheider besteht die Steuerungsgruppe, auf der operativen Ebene die Entwicklungsgruppe.

In den einzelnen Themenbereichen arbeiten Projektgruppen, die sich um die Fortführung der Qualitätskonzepte, die Zertifizierung der Qualitätsbetriebe, die Verbreitung des Mosel-Logos und die Umsetzung gemeinsamer Marketingmaßnahmen kümmern.

Die Regionalinitiative finanziert sich über das Budget der Mosellandtouristik mit einem Sonderbudget der Landkreise Berncastel-Wittlich, Cochem-Zell, Mayen-Koblenz, Trier-Saarburg, sowie der Stadt Trier (*für die übergreifenden Managementaufgaben*) und einer Förderung des Landes aus europäischen Mitteln.

Kann man die Dachmarke Mosel schon erkennen? Gibt es vorweisbare Erfolge?

In den 4 ½ Jahren seit der Gründung der Regionalinitiative Mosel wurden wichtige Ziele erreicht und Maßnahmen umgesetzt:

- Ø Die Internetseite www.moselweinkulturland.de wurde erstellt.
- Ø Die Strategiebroschüre zur Dachmarke Mosel wurde herausgegeben, ebenso die Terroirbroschüre „Terroir an Mosel, Saar und Ruwer“.
- Ø Der Newsletter MOSEL WeinKulturLand erscheint vierteljährlich.
- Ø Das Herkunftszeichen sowie das Qualitätssignet Mosel WeinKulturLand wurden entwickelt. Das Logo kann von allen interessierten Partnern über die Internetseite der Dachmarke abgerufen werden.
- Ø Für die Qualitätsbereiche Wein, Gastgeber und Tourismus wurden bereits Qualitätskonzepte und Qualitätskriterien erarbeitet. Seit dem Jahr 2009 werden jährlich die Mosel-Qualitätsgastgeber zertifiziert.

Herzlichen Dank an alle Akteure aus dem Moselland, die an diesen Zertifizierungsverfahren mitgearbeitet haben. Herzlichen Dank besonders an die Betriebe und Leistungsträger, die sich bewusst diesem Qualitätsprozess stellen. Sie sind Leuchttürme und Vorbilder. Die hohe Akzeptanz der von Ihnen umgesetzten Qualitätskriterien und die heutige Auszeichnung weiterer Qualitätsbetriebe belegen die Qualität Ihrer Arbeit.

Ich freue mich sehr, dass heute beim 5. Moselkongress weitere 13 Weingüter sowie Hotel- und Gastronomiebetriebe als Qualitätsbetriebe der Dachmarke Mosel ausgezeichnet werden. Sie setzen auf Qualität. Qualität ist Ihre Stärke. Qualität ist unsere gemeinsame Stärke. Sie zählen zu den „Leuchttürmen“ des Weintourismus im Moselland. Dazu haben wir auch das Label für hochwertigen Wein eröffnet.

Das Dachmarkenkonzept macht das Mosel Weinkulturland zur Marke Mosel. Ihr äußeres Erkennungszeichen ist das Markenlogo MOSEL WeinKulturLand – mit der stilisierten Krone als Symbol für den Mosellauf und den Dreiklang aus Wein, Kultur und Tourismus.

Das Markenkonzept steht allen offen, die aktiv das Bild der Moselregion prägen – ob als Winzer, Gastronom, Handwerker oder als im Handel tätiger Unternehmer. Je konsequenter das MOSEL-Logo in der Kommunikation regionaler Anbieter verwandt wird, desto nachhaltiger wird es sein. Das MOSEL-Logo wird damit zu einem Wegweiser für Qualität und Originalität.

Das mag für den einen viel sein, für den anderen zu wenig. Manchem geht es nicht schnell genug.

Aber meine Damen und Herren !

Aller Anfang ist schwer und mühsam. Manches Brett – auch dickere – mussten gebohrt werden oder wir sind noch dabei. Wichtig war uns auch: Kein Schnellschuss, der auch schnell verpufft. Nachhaltig – dauerhaft soll die Initiative sein und sie muss sich auch als „Schritt nach vorne“ bei den Menschen verfestigen.

Aber es soll, nein, es muss auch weitergehen. Wie soll es weitergehen - insbesondere wenn die Förderung ausläuft. Auch die Frage, was können, ja dürfen die öffentlichen Gesellschafter weiter einbringen, muss beantwortet werden.

Wir sind mitten in einem Diskussionsprozess. Ich werbe heute für eine breite auf Dauer ausgerichtete Schulter. Wir allein als kommunale Träger werden es nicht schultern können.

Meine Damen und Herren !

„Gute Architektur ist Funktionalität und Wohlfühlfaktor, Visitenkarte, Lebensstil und Zeitgeist, Lebensqualität für die Beschäftigten und behält ihren Wert!“

So ist die Einladung zum 5. Moselkongress überschrieben: Im Jahr 2011 legt die Initiative Mosel einen Handlungsschwerpunkt auf das Thema „Architektur für Wein und Gastlichkeit“. Es soll ein weiterer Wegweiser für Qualität aber auch Originalität sein.

Nicht nur der Blick nach außen, zu erfolgreichen Nachbarn im Weintourismus, sondern zunehmend auch viele Beispiele unseres WeinKulturLandes Mosel zeigen uns, dass das Bewusstsein um eine gute Architektur, um Stil und regionaltypische, aber auch ökologische und energiesparende Bauweise in hohem Maße dazu beiträgt, im Wettbewerb um Regionalität und Alleinstellung punkten zu können.

Und auch hier zählt die Qualität! Sie ist und bleibt unser entscheidender Wettbewerbsfaktor.

Mit diesem Wissen – nur Qualität zählt – lassen Sie uns gemeinsam und erfolgreich in der Initiative Mosel weiter arbeiten.