

HERZLICH WILLKOMMEN in unserer Markenfamilie!

Basiskonzept Faszination Genuss

Vorteile, Voraussetzungen
und Vereinbarungen
für die Mitarbeit.



FASZINATION

Mosel





Inhalt

Die Regionalinitiative Faszination Mosel	04
Die Säule Genuss	05
regiocart	06
Vorteile einer Mitarbeit	07
Selbstverpflichtung und Voraussetzungen	08
Wer kann mitarbeiten?	10
Anforderungen	11
Grafische Vorgaben zur Nutzung des Logos	12
Vernetzung und Transport der Marke	14
Mitmachen!	19
Kontakt	20



Die Regionalinitiative Faszination Mosel

Die seit 2006, ursprünglich als Dachmarke konzipierte „Regionalinitiative Mosel“ vernetzt nun als Markenfamilie alle wichtigen Akteure im Weinanbaugebiet Mosel von Koblenz bis Perl einschließlich Saar, Ruwer, Sauer und Lieser. Gemeinsames Ziel ist es, die Mosel als führende Genussregion Deutschlands zu positionieren.

In einem starken Netzwerk leben die Teilnehmer von gemeinsamen Aktivitäten. Daher ist es wichtig, dass sich die Bevölkerung, Vereine, Institutionen und Unternehmen gleichwohl einbringen, beteiligen, mitmachen und die Vorhaben unterstützen. Wir möchten ein positives Lebens- und „WIR“-Gefühl schaffen und so einen Mehrwert für die Region generieren. Projekte und Ideen mit Vorbildcharakter können „ins Schaufenster gestellt“ und damit in die Breite getragen werden.

Die Regionalinitiative garantiert eine organisierte und strukturierte Zusammenarbeit und bietet die ideale Marketingplattform für reichsübergreifende Projekte.

Als sogenannte Markenfamilie umfasst die Regionalinitiative neben der Säule Genuss, die von den regionalen Produzenten getragen werden soll, die Bereichssäulen Wein, Tourismus, Kultur, Natur und Landschaft sowie Weltkulturerbe Moseltal.

Diese Bereiche werden inhaltlich, organisatorisch und visuell konsequent durch das gemeinsame Element „Faszination Mosel“ und klar definierte Markenwerte miteinander verbunden.

Lassen Sie uns gemeinsam die positive Weiterentwicklung der Mosel vorantreiben und werden Sie Teil der „Faszination Mosel“!



Die Säule Genuss Ein wichtiges Familienmitglied in der Markenfamilie

Für die Regionalinitiative ist der Auf- und Ausbau der Säule Genuss ein wichtiger Baustein, um die Mosel als führende Genussregion Deutschlands zu positionieren. Die Mosel ist reich an außergewöhnlichen Genussprodukten. Hierfür stehen neben dem Genussprodukt Wein auch zahlreiche regionaltypische Produkte (z.B. Mosel-Honig, Mosel-Wild, Moselweinbergpfirsich, Viez, Destillate, Essige und Öle, etc.). Die Mosel und ihre Erzeugnisse sind keineswegs alltäglich: Sie laden durch ihre

moseltypische Qualität zum Genießen ein und begeistern Gäste, Kunden und ihre Einwohner. Ein großes Anliegen der Regionalinitiative ist es, ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig zu handeln. Von daher möchte sie auf Rohstoffe und Materialien regionaler Herkunft zurückgreifen und regionales und saisonales Einkaufen ermöglichen.



regiocart Starke Unterstützung der Säule Genuss

Auf Basis des bestehenden Online-Vertriebssystems von www.regiocart.de unterstützt die Regionalinitiative gezielt die Akteure aus den Bereichen Weinwirtschaft, Gastronomie und die Erzeuger regionaler Produkte. Produzenten können hier ihre Mosel-Produkte anbieten, sich austauschen, gemeinsame Initiativen und Innovationen starten und potenzielle Kunden erreichen.

Die Regionalinitiative achtet auf energieeffiziente und umweltschonende Produktion, Transport und Verpackung und möchte durch die Schaffung eines Angebots im Bereich des

Lieferservice der Produzenten zu den Endverbrauchern etwas für Klima und Umwelt tun.

Immer mehr Verbraucher möchten sich bewusst ernähren und wünschen sich Produkte aus ihrer Region. Diesem Wunsch kann die Regionalinitiative durch die Unterstützung der Produzenten im Weinanbaugebiet Mosel mithilfe des Online-Vertriebssystems der regiocart entsprechen und damit gleichzeitig die Wertschöpfung in der Moselregion stärken und sichern.



Vorteile einer Mitarbeit

Die Regionalinitiative Faszination Mosel sieht sich selbst als Marketingplattform für bereichsübergreifende Projekte und Maßnahmen. Unser großes Ziel ist es, die gesamte Moselregion zu pushen. Dadurch wird automatisch auch jedes einzelne Mitglied der Regionalinitiative gefördert. Als Mitglied der Säule Genuss profitieren Sie von der Reichweite unseres Netzwerks und können ihren Kundenstamm so ganz gezielt erweitern.

Durch organisierte und strukturierte regionale Zusammenarbeit vernetzen wir Sie mit anderen Mitgliedern der Säule Genuss und mit den Mitgliedern aus den weiteren Säulen der Regionalinitiative. Dadurch lernen Sie zahlreiche Kooperations- und Vertriebspartner kennen. Unsere Mitglieder aus dem Bereich Hotel- und Gastronomie bieten hauptsächlich regionale Produkte an und sind angewiesen auf Produzenten, die Ihren Anspruch an Qualität und Nachhaltigkeit teilen.

Über unser Netzwerk erreichen Sie aber selbstverständlich auch Ihre potenziellen Endkunden. Wir begleiten die von uns organisierten Projekte und Initiativen mit gezielter Öffentlichkeitsarbeit. Außerdem nutzen wir die Funktionen der sozialen Netzwerke um unsere Mitglieder und deren Follower online miteinander zu verbinden. Wir teilen ausgewählte Beiträge unserer Mitglieder, stellen Mitglieder vor und verlinken Mitglieder in unseren Social Media Beiträgen.

WEITERE MEHRWERTE FÜR DIE MITGLIEDER UNSERES NETZWERKS:

- Etablierung Regionalstolz
- Strahlkraft nach Außen
- Stärkung der Wertschöpfung in der Region
- Erhalt und Inwertsetzung der Weinkulturlandschaft

Wir arbeiten daran, die Mosel als die führende Genussregion Deutschlands zu positionieren und regionale Grenzen zu sprengen. Helfen Sie uns dabei und werden Sie Teil dieses symbiotischen Netzwerks.



Selbstverpflichtung und Voraussetzungen

Die sechs Bereichssäulen der Markenfamilie Faszination Mosel werden inhaltlich, organisatorisch und visuell durch klar definierte Markenwerte miteinander verbunden. Voraussetzung für die Mitwirkung in allen Säulen und damit auch in der Säule "Faszination Genuss" ist das Erfüllen eben jener Markenwerte.



Selbstverpflichtung und Voraussetzungen

Wenn Sie als Erzeuger regionaler Produkte die folgenden Punkte erfüllen, steht einer Mitgliedschaft in der Säule Genuss nichts mehr im Wege:

HANDGEMACHT

- › Ihre Produktion ist geprägt von sorgfältiger Handarbeit mit Hilfe von Maschinen und Geräten. Eine automatisierte, industrielle Massenproduktion liegt nicht vor.
- › Sie produzieren kleine Chargen.

REGIONAL

- › Verwendete Rohstoffe kommen ausschließlich aus der Moselregion oder werden hier verarbeitet oder zubereitet.
- › Abfüllung und Verpackung erfolgen in der Moselregion¹ und im engen Umkreis.

NACHHALTIG

- › Ihre Produktion, Ihr Vertrieb und Ihre Distribution verlaufen ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig.
- › Ihr Betrieb ermöglicht einen regionalen und saisonalen Einkauf.
- › Sofern Ihr Unternehmen Lebensmittel produziert, beinhalten diese ausschließlich natürliche Aromen und natürliche Farbstoffe.

QUALITÄTSMÄSSIG

- › Eine fachgerechte und hygienische Verarbeitung entsprechend der gesetzlichen Vorgaben für landwirtschaftliche Betriebe, Hofläden und Straußwirtschaften ist für Sie selbstverständlich.
- › Sie halten sich an die gesetzeskonforme Produktkennzeichnung und die EU-Regeln bzgl. Produktbezeichnung, Zutatenliste, Gewicht, Schriftgröße, Anschrift, Allergenen, Haltbarkeit, etc.

LEIDENSCHAFTLICH

- › Alles, was Sie tun, tun Sie mit Hingabe. Sie setzen sich mit Herz und Hand dafür ein, Ihren Gästen und Kunden bleibende Genussmomente zu ermöglichen.

GASTFREUNDLICH

- › Sie freuen sich über Hof- bzw. Betriebsbesuche und geben Ihren Gästen und Kunden gerne einen Blick hinter die Kulissen.
- › Ihre Gäste und Kunden dürfen Ihre Produkte verkosten und bekommen von Ihnen interessante Infos über die Produkte und deren Entstehung.

HINWEIS

Die Selbstverpflichtung erfolgt freiwillig. Die Einhaltung obliegt dem Unterzeichner. Die Markenfamilie behält sich eine Einzelfallprüfung vor. Innerhalb der Produktchargen können strengere Selbstverpflichtungen erhoben werden.

Nicht alle Punkte erfüllt? Kein Problem - sprechen Sie uns an! Einzelfallentscheidungen sind auf jeden Fall möglich.

Wer kann mitarbeiten?

Neben einzelnen Unternehmen können auch Initiativen und Organisationen Mitglied der Säule Faszination Genuss werden. Die folgende Übersicht zeigt, wer potenziell Mitglied werden kann:

POTENZIELLE MITGLIEDER	ERLÄUTERUNG	BEISPIELE
INITIATIVEN	Initiativen und (Produkt-) Kooperationen bestehen aus mehreren Akteuren der Region, die sich aus einem bestimmten Zweck zusammengeschlossen haben (z.B. Ausrichtung eines gemeinsamen Events, Bewusstseinsbildung oder Informationsquelle für bestimmte Themen). HINWEIS Nicht zwingend im ganzen Moselraum tätig sowie nicht zwingend formal organisiert.	<ul style="list-style-type: none"> • Moselweinbergpfirsich e.V. • Anbieter von Events mit lokalen Produkten
ANBIETER	Einzelne Unternehmen oder Leistungsanbieter aus dem Bereich lokale Produkte, Genuss und Kulinarik.	<ul style="list-style-type: none"> • In der Region verarbeitende Betriebe • Regionale Produzenten • Restaurants, Gaststätten, o. Ä.

Anforderungen

Um Mitglied der Markenfamilie werden zu können, müssen verschiedene Anforderungen an Organisation, Marke und Qualität erfüllt werden:

AN DIE ORGANISATION

- ✓ Betriebsstandort in der Moselregion
- ✓ aktive Mitwirkung im Bereich Faszination Genuss – Akteure, die Teil der Säule werden möchten, beteiligen sich an Aktivitäten und Projekten:
 - Mitwirkung an Marketingmaßnahmen
 - die Unterstützung bei Events oder die Teilnahme und Einbringungen bei innen gerichteten Veranstaltungen und Gremien z. B. themenbezogene Arbeitsgruppen
 - Kooperation mit anderen Mitgliedern der Säule bzw. der Regionalinitiative

AN DIE INHALTLICHE AUSRICHTUNG

- ✓ Passung zu den Werten der Markenfamilie:
 - Akteure, die Teil der Säule werden möchten, stehen mit ihren Produkten und Services sowie ihrem Auftreten und Handeln keinesfalls im Widerspruch zu den Werten der Markenfamilie, sondern verkörpern diese.
- ✓ Selbstverpflichtung zu den Werten der Markenfamilie:
 - Akteure, die Teil der Markenfamilie werden möchten, teilen die Werte der Markenfamilie und betrachten diese als Leitplanken für ihr Handeln. Sie reflektieren alle zentralen Entscheidungen und Maßnahmen mit Blick auf die Werte der Markenfamilie.

AN DIE QUALITÄT

- ✓ Selbstverpflichtung zum Qualitätsanspruch der Säule Faszination Genuss:
 - Akteure, die Teil der Säule werden möchten, verpflichten sich zum bereichsspezifischen Qualitätsanspruch. Sofern sie diesen zum Zeitpunkt der Unterzeichnung noch nicht erfüllen, streben sie dessen Erfüllung mittelfristig an.

Grafische Vorgaben zur Nutzung des Logos

Auf den folgenden Seiten wird zusammengefasst, welche grafischen Vorgaben bei der Nutzung des Logos eingehalten werden müssen.

LOGOVARIANTEN UND FARBEN

Da das Logo der Säule Faszination Genuss für viele unterschiedliche Produkte und Bereiche eingesetzt werden kann, gibt es zwei Logovarianten: Eine runde Variante und eine Variante mit einer geraden, horizontalen Anordnung der Schrift.



Wir möchten den Mitgliedern der Markenfamilie maximale Flexibilität ermöglichen. Daher dürfen Sie frei entscheiden, welche der beide Varianten Sie verwenden möchten.

Beide Logovarianten können schwarz auf weiß oder negativ dargestellt werden.

Zusätzlich gibt es die Möglichkeit farbige Varianten des Logos zu verwenden. Dabei ist der Mosel-Schriftzug in gelb, grün oder blau dargestellt. Die Subline „Faszination Genuss“ und der Rahmen bei der runden Variante, sind allerdings immer schwarz dargestellt.



HINWEIS

Die gelbe Darstellung des Logos ist nur digital zulässig. In gedruckter Form besteht die Gefahr, dass je nach Papier- und Druckqualität der gelbe Mosel-Schriftzug nicht deutlich genug zu erkennen ist.

Grafische Vorgaben zur Nutzung des Logos

GRÖSSE

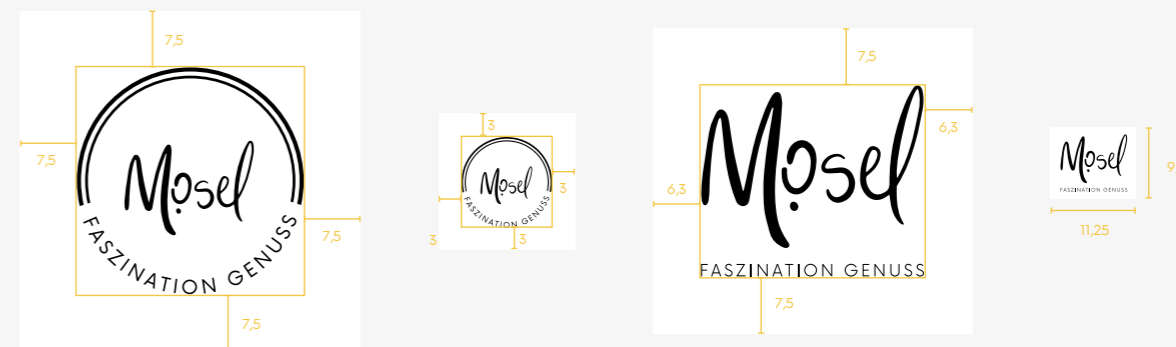
Damit die Lesbarkeit des Logos gewährleistet ist und es genügend Aufmerksamkeit bekommt, muss bei der **Variante (A)** eine minimale Darstellungsgröße von \varnothing 12 mm eingehalten werden. Die **Variante (B)** ist auch bei einer Breite von 9 mm noch gut lesbar. Wenn Sie gezwungen sind, das Logo sehr klein darzustellen, sollten Sie sich für die **Variante (B)** entscheiden.

Wird das Logo auf Produkten und deren Verpackung, eingesetzt, muss es signifikant kleiner als das eigentliche Marken-Logo dargestellt werden. Die Marke des Produktes muss immer im Vordergrund stehen. Ansonsten könnte der Eindruck entstehen, dass die Faszination Genuss der Hersteller des Produktes ist.



SCHUTZRAUM

Damit das Logo auch immer genügend Aufmerksamkeit bekommt, muss ein Mindestabstand zu anderen grafischen Elementen eingehalten werden. Die Abmessung des Schutzraums beträgt mindestens 25% der Gesamthöhe des Logos (A).



Vernetzung Innerhalb der Säule Faszination Genuss

Die von der Markenfamilie gesteckten Ziele können nur erreicht werden, wenn eine Reihe von Vernetzungsmaßnahmen in das Tagesgeschäft integriert werden. Auf den folgenden Seiten werden die verschiedenen Anforderungen aufgeführt. Für die einzelnen Mitglieder der Markenfamilie sind diese kleinen Maßnahmen leicht umzusetzen und in der Masse haben sie eine enorme Wirkung!

TRANSPORT DER MARKE FASZINATION GENUSS AUF PRODUKTEN, HOMEPAGE UND PRINTWERBUNG

Das Logo der Säule Faszination Genuss ist ihr Gesicht nach außen. Um eine erfolgreiche Vernetzung zu gewährleisten, muss dieses Gesicht sichtbar gemacht werden.

PLATZIERUNG AUF PRODUKTEN

Das Logo soll auf den Produkten des Mitglieds verwendet werden, sofern alle Qualitätskriterien oder eine Einzelfallprüfung zutreffen und die grafischen Vorgaben eingehalten werden. Wir stellen unseren Mitgliedern Druckdateien mit verschiedenen Logo-Sticker-Varianten zur Verfügung, die auf den Produkten platziert werden können, ohne dass die Etiketten neu gedruckt werden müssen. Es ist nicht gestattet grafische Änderungen an den Druckdateien vorzunehmen. Der Logosticker kann sowohl auf der Vorder- als auch auf der Rückseite oder auf dem Deckel platziert werden. Bitte achten Sie darauf, den Sticker möglichst so zu platzieren, dass er sich harmonisch in das Produktdesign einfügt.



Vernetzung Innerhalb der Säule Faszination Genuss

PLATZIERUNGSBEISPIELE LOGO-STICKER:

Die Logovarianten dürfen auch direkt in das Produktdesign integriert und z.B. auf Etiketten gedruckt werden. Dabei darf das Logo wahlweise auf der Vorder- oder Rückseite gedruckt werden. Die in Kapitel 5 aufgeführten Vorgaben zur grafischen Gestaltung müssen eingehalten werden. Außerdem sollte das Logo dem eigentlichen Produkt-Logo nicht die Show stehlen. Es sollte nicht größer sein und nicht zu prominent platziert werden. Ansonsten könnte der Eindruck entstehen, dass die Faszination Genuss der Hersteller des Produktes sei.

Durch die runde Form bietet es sich an, das Logo auf dem Deckel von Produkten zu platzieren. Auf diese Art kann das Logo auch in die Gestaltung eines Gewährstreifens eingebunden werden.



Vernetzung Innerhalb der Säule Faszination Genuss

PLATZIERUNGSBEISPIEL DECKEL / GEWÄHRSTREIFEN:



PLATZIERUNG AUF INTERNEN PRINTPRODUKTEN

Jedes Mitglied platziert eine Logovariante der Säule Faszination Genuss auf Printprodukten (z.B. Flyer oder Broschüren) für das eigene Unternehmen, für ausgewählte Produkte oder für Veranstaltungen. Es ist auch darauf zu achten, dass das Logo dem eigentlichen Markenlogo nicht die Show stiehlt und immer eher im unteren Bereich platziert wird.



Vernetzung Innerhalb der Säule Faszination Genuss

PLATZIERUNG AUF DER EIGENEN WEBSITE

Jedes Mitglied platziert eine Logovariante der Säule Faszination Genuss auf der Website des Unternehmens. Über das Logo wird der Satz "Wir sind Mitglied" gesetzt. Wir empfehlen die Platzierung im Footer, sprich im unteren Bereich der Website oder in einem gesonderten Partner-Bereich.

DAS LOGO ALS ALLEINIGES WERBEMITTEL

Es ist nicht gestattet eigene Werbemittel wie z.B. Kugelschreiber, Buttons oder ähnliches auf denen ausschließlich das Faszination Genuss Logo abgebildet ist, produzieren zu lassen. Sollten Sie Werbemittel für Ihren Betrieb produzieren, auf denen Ihr eigenes Markenlogo und sonstige Informationen wie Werbeslogan und Anschrift abgebildet sind, darf dort auch eines der Faszination Genuss Logos platziert werden.



Vernetzung In den Sozialen Netzwerken

Wie der Name schon sagt, sind die sozialen Netzwerke ein ideales Tool der digitalen Vernetzung. Daher nutzen auch wir diese Möglichkeit, um die Vernetzung unserer Markenfamilie voranzutreiben. Mit Hilfe der Sozialen Medien lässt sich ein positives Lebens- und „WIR“-Gefühl nach außen transportieren und wir bekommen die Möglichkeit eine Gemeinschaft aus Mosel-Fans aufzubauen und untereinander zu vernetzen. Sofern Sie mit Ihrem Betrieb aktives Social Media Marketing betreiben, sollten Sie als Mitglied der Markenfamilie folgende Vernetzungsmaßnahmen erfüllen:

- › Bei der Veröffentlichung von Social Media Beiträgen, die Mosel Produkte tangieren, müssen die Hashtags #faszinationmosel #faszinationgenuss verwendet werden
- › Im Infobereich des jeweiligen Social Media Profils wird kenntlich gemacht, Mitglied von Faszination Genuss zu sein. Zusätzlich werden Website und Social Media Profil von der Regionalinitiative Faszination Mosel verlinkt.
- › Es werden regelmäßig andere Mitglieder der Faszination Genuss in Social Media Beiträgen erwähnt. Dies wird dann mit @Profilname des Betriebs gekennzeichnet.
- › Beiträge von anderen Mitgliedern werden regelmäßig in der Story geteilt - immer unter Verwendung der Hashtags #faszinationmosel #faszinationgenuss
- › Social Media Kooperationen mit anderen Mitgliedern der Säule (z.B. durch Gewinnspiele und Verlosungen von Moselprodukten). Ziel ist es, das Profil des eigenen Betriebs, das der Kooperationspartner und das der Regionalinitiative nach vorne zu bringen. Denn wer am Gewinnspiel teilnimmt, muss mit dem Beitrag interagieren. Außerdem werden die Follower darauf hingewiesen, dass sie den Social Media Profilen der teilnehmenden Mitglieder und dem der Regionalinitiative folgen können. Laut AGB von Facebook und Instagram ist es nicht erlaubt das Folgen als Teilnahme an Gewinnspielen zwingend vorauszusetzen.

Die Gesetzeslage und die AGB der Social Media Portale ändern sich ständig. Bitte informieren Sie sich vor der Durchführung eines Gewinnspiels über die genauen Bedingungen, die in einem Disclaimer bei jedem Gewinnspiel angegeben werden müssen.

Mitmachen!

Wir bemühen uns, die Aufnahme in die Markenfamilie so einfach wie möglich zu gestalten. Folgende Schritte müssen allerdings durchlaufen werden:



Kontaktaufnahme zur Regionalinitiative Faszination Mosel
Ihre Ansprechpartnerin: **Simone Röhr** Tel.: 06571 14-2302
E-Mail: kontakt@faszinationmosel.info



Klärungsgespräch: Passt das Unternehmen oder die Organisation zur Säule Faszination Genuss oder kommt vielleicht eine andere Säule infrage?



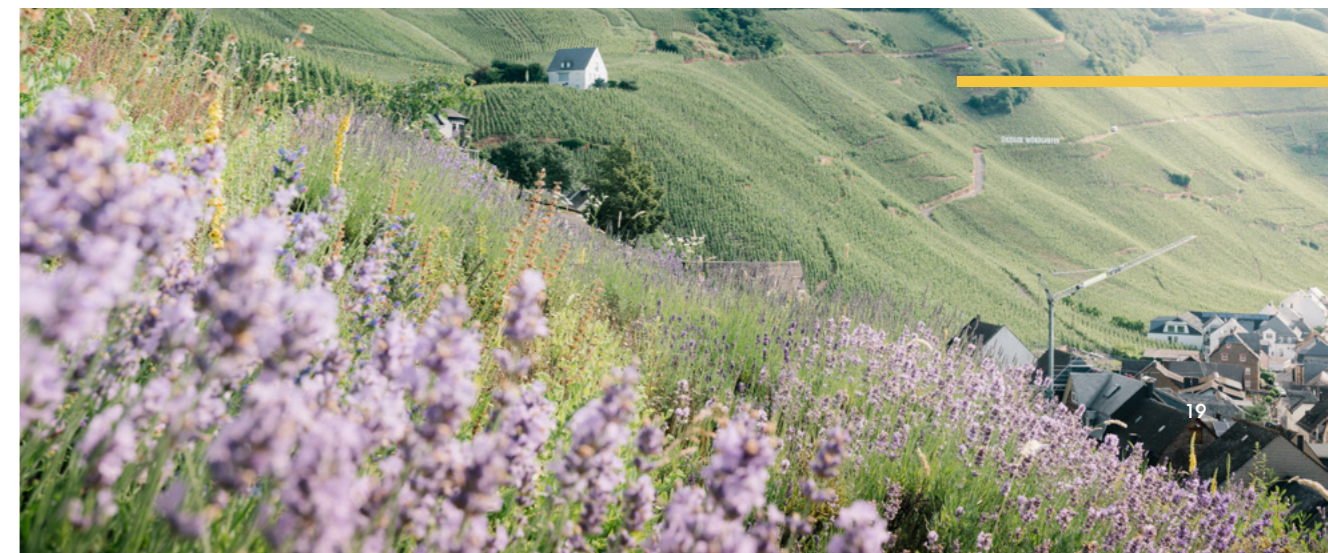
Überprüfung der Erfüllung der allgemein gültigen Anforderungen durch die Regionalinitiative oder die Bündelorganisation der Säule Faszination Genuss.



Unterzeichnung der Selbstverpflichtung mit Markenwerten und Qualitätsanspruch durch den Betrieb.



Aufnahme in die Säule Faszination Genuss oder eine andere Säule. Damit greifen auch die Berechtigungen und Verpflichtungen zur Verwendung des Logos Faszination Genuss.



Kontakt



**Regionalinitiative
Faszination Mosel**
Kurfürstenstraße 16
54516 Wittlich



kontakte@faszinationmosel.info



www.faszinationmosel.info

Sie haben Fragen zur Mitgliedschaft,
den Voraussetzungen und Vereinbarungen?
ICH BIN GERNE FÜR SIE DA!



Simone Röhr
Geschäftsführerin



06571 14-2302



simone.roehre@bernkastel-wittlich.de

Folgen Sie uns



www.facebook.com/faszinationmosel



www.instagram.com/faszination_mosel

Förderhinweis

Der Auf- und Ausbau der Markenfamilie ist gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des Ländlichen Raums.

