

Vernetzungshandbuch

FASZINATION

Mosel

Inhalt

| | | |
|------------|---|----|
| 1. | <u>Die Regionalinitiative Faszination Mosel: Ein Netzwerk für die Region am und im Fluss</u> | |
| 1.1 | Historie | 2 |
| 1.2 | Strategie & Ziele | 2 |
| 1.3 | Markenwerte und Markenarchitektur | 3 |
| 1.4 | Handlungsfelder: Themenjahre, Projekte und Veranstaltungen | 5 |
| 1.5 | Träger der Regionalinitiative | 7 |
| 1.6 | Gremien | 7 |
| 2. | <u>Wer gehört zur Markenfamilie Mosel?7</u> | |
| 2.1 | Bereichssäulen | 9 |
| 2.2 | Träger | 15 |
| 2.3 | Letter of Intent | 15 |
| 2.4 | Zusammenarbeit / Kooperationspartner | 15 |
| 3. | <u>Voraussetzungen für die Aufnahme in der Markenfamilie als Partner</u> | 15 |
| 4. | <u>Sichtbarkeit der Markenfamilie</u> | 15 |
| 4.1 | Regionalinitiative | 15 |
| 4.2 | Bereichssäulen | 16 |
| 4.3 | Akteure in den Bereichssäulen | 16 |
| 5. | <u>Grafische Vorgaben zur Nutzung der Logos</u> | 17 |
| 6. | <u>Vernetzungs-Logo „Faszination Mosel“</u> | 17 |
| 6.1 | Richtlinien zur Nutzung des Logos Faszination Mosel | 17 |
| 6.2 | Vorstellung der der Regionalinitiative "Faszination Mosel" | 17 |
| 6.3 | Weitere Logoverwendungen | 17 |
| 7. | <u>Designschutz</u> | 17 |
| 8. | <u>Merchandising</u> | 18 |
| 9. | <u>Sponsorenkonzept</u> | 18 |
| 10. | <u>Eine erfolgreiche Vernetzung - Gemeinsam zum Erfolg</u> | 18 |
| 11. | <u>Liste Ansprechpartner</u> | 19 |
| 12. | <u>Vereinbarung zur organisatorischen Zusammenarbeit</u> | 19 |
| 13. | <u>Anlagen</u> | 19 |

Vernetzungshandbuch

1. Die Regionalinitiative Faszination Mosel: Ein Netzwerk für die Region am und im Fluss

1.1 Historie

Die Regionalinitiative „WeinKulturLand Mosel“ hat seit ihrer Gründung im Jahr 2006 mit der gemeinsamen Dachmarke wichtige Impulse gesetzt und Erfolge erzielt. Sowohl durch Veränderungen in der Region als auch Entwicklungen im Markt zeichnete sich ab dem Jahr 2014 Weiterentwicklungsbedarf ab.

Im Januar 2016 sprachen sich Entscheider aus den Bereichen Politik, Wein und Tourismus für eine Fortführung von Initiative und Marke in veränderter Form aus. In einem anschließenden LEADER-Förderprojekt zur Weiterentwicklung der Dachmarke „WeinKulturLand Mosel“ mit fachlicher Beratung durch das Beratungsunternehmen PROJECT M aus Hamburg von September 2017 bis Oktober 2018 wurde ein Konzept zur Neuaufstellung der Marke in Form der Markenfamilie „Faszination Mosel“ erarbeitet. Für den Auf- und Ausbau der Markenfamilie wurden für die Jahre 2020 bis 2023 LEADER-Fördermittel in Höhe von rund 500.000 EUR bereitgestellt.

Seit 2023 wird die Initiative als „Regionalinitiative Faszination Mosel GbR“ geführt. Die Gesellschafter leisten jährliche Beiträge für die Kosten der Geschäftsstelle (Personal- und Sachkosten).

1.2 Strategie & Ziele

Die Regionalinitiative „Faszination Mosel“ vernetzt als Markenfamilie alle wichtigen Akteure in der Gebietskulisse des gesetzlich festgelegten Weinanbaugebietes Mosel inklusive Saar, Ruwer, Sauer und Lieser.

Sie umfasst aktuell die sechs Bereichssäulen Wein, Urlaub, Genuss, Kultur, Natur und Landschaft sowie Weltkulturerbe.

Die Mosel fasziniert über „Genuss mit allen Sinnen“. Die Säulen Wein und Urlaub verfügen jeweils über eigene Markenauftritte und sind damit Partner der Markenfamilie. Auch wenn sie eigenständig agieren, sind sie doch inhaltlich eng durch gemeinsame Markenwerte und Markenstilelemente miteinander verbunden (siehe 1.3). Diese stellen eine verbindliche gemeinsame inhaltliche Klammer dar, auf die sich alle Bereichssäulen verpflichten.



Vernetzungshandbuch

Die Regionalinitiative als Netzwerk der sechs Säulen möchte mit ihren Projekten und Maßnahmen die Region mit ihrem kulturellen und baulichen Erbe, ihrer typischen Landschaft, ihren Unternehmen in ihrer Identität nach innen wie nach außen stärken und damit einen „Regionalstolz“ etablieren, der deutlich sichtbar auch nach außen strahlt.

Die Bevölkerung, Vereine, Institutionen, Produzenten, etc. können sich in der Regionalinitiative „Faszination Mosel“ gleichwohl einbringen, beteiligen, mitmachen und deren Aktivitäten und Veranstaltungen unterstützen, um ein positives Lebens- und „WIR“-Gefühl zu schaffen und so einen Mehrwert für die Region zu generieren. Projekte und Ideen mit Vorbildcharakter können „ins Schaufenster gestellt“ und damit in die Breite getragen werden. Weitere Ziele sind die Erhaltung und Inwertsetzung der Weinkulturlandschaft sowie die Steigerung der Wertschöpfung in der Region. Die Regionalinitiative garantiert eine abgestimmte Kommunikation nach innen und außen, eine organisierte und strukturierte Zusammenarbeit und bietet die ideale Marketingplattform für bereichsübergreifende Projekte.

Das gemeinsame Ziel, die Mosel als führende Genussregion Deutschlands in der Wahrnehmung der Gäste und Kunden zu positionieren, wird konsequent verfolgt!

1.3 Markenwerte und Markenarchitektur

Im Folgenden werden die Markenwerte und Markenstilelemente als strategische Grundlage der Markenfamilie „Faszination Mosel“ dargestellt:

Es gilt, die gemeinsamen Markenwerte und Elemente des Markenstils in die Bereichsmarken zu integrieren und erlebbar zu machen.

Zur Markenfamilie „Faszination Mosel“ gehören unterschiedlichste Akteure. Neben den Säulen, die im Zusammenhang mit der Markenfamilie eine wichtige Bündelungs- und Kommunikationsfunktionen übernehmen, gehören Initiativen und Kooperationen, Anbieter, Organisation und Institutionen sowie Gebietskörperschaften im gesamten Moselraum zur Markenfamilie. Die verschiedenartigen Akteure sind durch die gemeinsamen Werte und Stilelemente der Marke „Mosel“ miteinander verbunden.



Vernetzungshandbuch

Markenwerte:

handgemacht: „Wir Moselaner sind leidenschaftliche Macher. In mühevoller Handarbeit haben unsere Vorfahren die Kulturlandschaft Mosel geformt. Noch heute arbeiten wir mit hohem Einsatz, viel Handarbeit und Sorgfalt in der Natur und im Betrieb. Unsere Produkte, Angebote und Arrangements sind nicht „industriell“ gefertigt, sondern mit Herz, Hand und Verstand. Sie stehen für die Region Mosel.“

gastfreundlich: „Wir Moselaner sind offen und gesellig. Bei uns fühlt man sich willkommen. Egal, ob Sie z.B. den richtigen Weg suchen oder mehr über unsere regionalen Spezialitäten wissen möchten. Hier hilft man Ihnen gerne weiter und kommt miteinander ins Gespräch. Wir haben gerne Gäste, zeigen ihnen unsere Schätze und erzählen Ihnen unsere Geschichte.“

leidenschaftlich: „Alles, was wir tun, tun wir mit Hingabe. Wir Moselaner setzen uns mit Herzblut dafür ein, uns und unseren Gästen bleibende Genussmomente ermöglichen.“

nachhaltig: „Wir Moselaner handeln, ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig. Wir greifen z.B., wo möglich, auf Rohstoffe und Materialien regionaler Herkunft zurück bzw. ermöglichen regionales und saisonales Einkaufen. Wir achten auf energieeffiziente und umweltschonende Produktion, Transport und Verpackung und tragen damit zum Klimaschutz bei. Wir schätzen unsere Umwelt mit den dort lebenden Tieren und Pflanzen und setzen uns für ihren Erhalt ein. Wir wollen mit unseren Lieferanten und Partnern fair zusammenarbeiten und unsere Mitarbeiter wertschätzen. Wir sehen das kulturelle und historische nachhaltig Erbe unserer Region als großen Schatz, den wir schützen und weitergeben möchten.“

qualitätsvoll: „Wir schätzen das Gute und Schöne. Wir haben hohe Ansprüche an uns, an das Ergebnis unserer Arbeit sowie an Stil und Ambiente. Wir liefern gute Qualität. Hochwertige Produkte und Angebote werden von uns in besonderer Weise geschätzt.“

regional: „Wir fühlen uns mit unserer Heimat, der 2000 Jahre alten Natur- und Kulturlandschaft Mosel, eng verbunden. Wir schätzen das kulturelle Erbe, das besondere Lebensgefühl an der Mosel, die regionalen Besonderheiten und die fröhlichen, lebensfrohen Menschen.“

faszinierend: „Egal, ob Abschmecken eines regionaltypischen Gerichts, Stimmen der Instrumente oder Kundengespräch, wir Moselaner konzentrieren uns immer voll auf den Moment. So können wir jederzeit unsere ganze Leidenschaft einbringen sowie jeden Moment wertschätzen und mit allen Sinnen genießen. Mit uns können Sie einzigartige faszinierend Moselgenussmomente erleben.“

fröhlich: „Wir Moselaner sind fröhlich und menschenzugewandt. Dies spürt man in unseren lebendigen Orten sowie darin, wie wir unseren Gästen, Kunden und Mitmenschen begegnen.“

genussvoll: „Die Mosel ist reich an außergewöhnlichen Genussprodukten und -erlebnissen. Hierfür steht allen voran das Genussprodukt Wein, aber auch zahlreiche andere regionaltypische Produkte wie z.B. Moselweinbergpfirsichlikör oder Wildspezialitäten, genauso wie das stille Genießen eines atemberaubenden Ausblicks nach einem anstrengenden Aufstieg oder der akustische Genuss eines herausragenden Ensembles in historischem Ambiente. Dabei sind die Mosel und ihre Produkte keineswegs alltäglich. Sie laden insbesondere durch ihre moselspezifische Qualität zum Genießen ein und begeistern genussvoll Gäste, Kunden und Einwohner.“

innovativ: „Wir Moselaner schätzen unsere Geschichte, unsere historischen Bauwerke und unsere Traditionen. Das heißt aber noch lange nicht, dass wir von gestern sind. Im Gegenteil: Wir sind offen für neue Ideen und die Technik(en) unserer Zeit. Wir gehen mit der Zeit, sind kreativ und

Vernetzungshandbuch

innovativ. Daher interpretieren wir unser kulturelles Erbe stets neu, ohne dabei den Bezug zu seinen Wurzeln zu verlieren. Gleiches gilt beispielsweise auch für unsere Produkte und die traditionellen Rezepte, die wir gerne unseren Gästen und Kunden anbieten.“

natürlich: „Wir Moselaner legen hohen Wert auf Natürlichkeit und Authentizität. Dementsprechend verzichten wir bei unseren Produkten beispielsweise auf künstliche Inhaltsstoffe und legen auf den Einsatz natürlicher und naturbelassener Lebensmittel und Materialien besonderen Wert. Unsere Produkte sind so wie wir: Echt und unverfälscht. Wir wissen, wo wir herkommen und wer wir sind. Dies spürt man in jeder Begegnung mit uns.“

stolz: „Wir Moselaner sind stolz auf die besondere Qualität unserer Produkte und Angebote. Wir kennen die Geschichte(n) hinter dem Produkt sowie seine Qualität(en). Gerne lassen wir unsere Gäste und Kunden im Gespräch in diese Geschichte(n) eintauchen und vermitteln ihnen dadurch den besonderen Wert unserer Produkte.“

1.4 Handlungsfelder: Themenjahre, Projekte und Veranstaltungen

Mithilfe der LEADER-Förderung realisiert die Regionalinitiative Projekte, Events und Maßnahmen für den Auf- und Ausbau der Markenfamilie. Jedes Jahr finden zu einem festgelegten Jahresthema Veranstaltungen und Aktionen statt, in die sich alle Säulen und Akteure in der Moselregion mit einbringen können/sollen.

Handlungsfeld Themenjahre:

Jahresthema 2020 „Artenvielfalt“: Mit dem Slogan „Artenvielfalt rockt die Mosel“ wurde das Alleinstellungsmerkmal „Artenvielfalt“ für die Moselregion herausgestellt. Durch den Aufruf „100 Lebenstürme für die Mosel“, Trockenmauerbaukurse für Jungwinzer und die jährlich stattfindende „Woche der Artenvielfalt“ konnte die biologische Vielfalt der Mosel wunderbar in den Fokus der Bevölkerung und Gäste der Region gerückt werden.

Jahresthema 2021 „Genuss und Kulinarik“: Aktuelle Studien bescheinigen der Destination Mosel sehr hohe Kompetenzen im Bereich „Genuss“. Neben dem Wein sind damit die regionalen Produkte eng verbunden. Mit dem Themenjahr wurden und sollen künftig alle relevanten Akteure aus den Bereichen Weinwirtschaft, Gastronomie, Produzenten regionaler Produkte und Vermarktung vernetzt werden. Neben tragfähigen Vermarktungs- und Logistikkonzepten im Sinne regionaler Wertschöpfungsketten (zum Beispiel regiocart) geht es der Regionalinitiative um die Ausweitung und Bekanntmachung der regionalen Produktpalette, z.B. Mosel-Brände, Mosel-Walnüsse, Mosel-Käse, Mosel-Fisch, Mosel-Tweed, etc.

Jahresthema 2022 „Kunst und Kultur“: Bisher wurde die Säule „Kultur“ hauptsächlich durch das jährlich stattfindende „moselmusikfestival“ mit Konzerten und Künstlern aus aller Welt entlang der Mosel und seiner damit bedeutsamen Strahlkraft für die Region und darüber hinaus „bespielt“. Die Regionalinitiative führte im Themenjahr Kunst und Kultur unter anderem das Künstlerwochenende „Kunst am Fluss“, die „Längste Musikmeile Deutschlands“ durch und erstellt aktuell eine Landingpage zum Thema „Bauen im Moseltal“. Sie koordinierte als Ansprechpartnerin die Aktivitäten im Kulturjahr, vermittelte, nahm den Kontakt mit zuständigen Behörden auf und bewarb die Events als zentrale Netzwerkstelle. Etablierte Kulturschaffende der Moselregion sind auch künftig herzlich eingeladen, ihr Knowhow und ihre Erfahrungen aktiv mit einzubringen und dauerhaft in der Säule Kultur mitzuarbeiten. Hierzu sollen vierteljährlich Online-Kultur-Stammtische stattfinden.

Vernetzungshandbuch

Jahresthema 2023 Mensch Mosel!: Hier wird das Thema „Menschen an der Mosel“ gezielt in den Fokus gerückt. Wer sind die Menschen, die hier ihre Heimat haben? Was macht es besonders und wertvoll, in der Moselregion zu leben und zu arbeiten?

Ausblick Jahr 2024 „Mosel bewegt“: Projekte und Maßnahmen zu diesem Jahresthema sind aktuell in Planung.

Handlungsfeld Projekte:

Die Projekte orientieren sich stets an den Jahresthemen und sind auf der Homepage der RI Faszination Mosel unter <https://www.faszinationmosel.info/aktuelles/projekte> abrufbar.

So konnten dank LEADER-Förderung bereits einige Projekte erfolgreich umgesetzt werden, zum Beispiel die Preisverleihung #moselhelden, die Kampagne #moselpflanztgenuss für den roten Moselweinbergpfirsich, Brennertag „Die Mosel brennt“, „100 Lebenstürme für die Mosel“, Foto-Challenges #moselteiltnatur #moselteiltgenuss, #moselarchitektur und #menschmosel, Viezprämierung, Nistkästen-Aktion, Trockenmauerkurse für Mosel-Winzer, etc.

Handlungsfeld Veranstaltungen:

Neben den definierten Jahresthemen und ihren Projekten richtet die Regionalinitiative den Moselkongress aus und dient darüber hinaus als Plattform, wenn es um Neuigkeiten rund um die Moselregion geht. Säulenübergreifende Veranstaltungen werden über die Homepage, soziale Medien, den Newsletter und Presseberichte der Regionalinitiative zentral beworben.

Um das Netzwerk unter den Moselakteuren dauerhaft zu stärken und in den sechs Bereichssäulen weiter auszubauen sollen bestimmte Veranstaltungen auf wiederkehrender Basis (jährlich) stattfinden, wie zum Beispiel die „Woche der Artenvielfalt“, Trockenmauerbau-Seminare für Winzer, Brennertage, Preisverleihungen #moselhelden, Viezprämierungen, u.a.

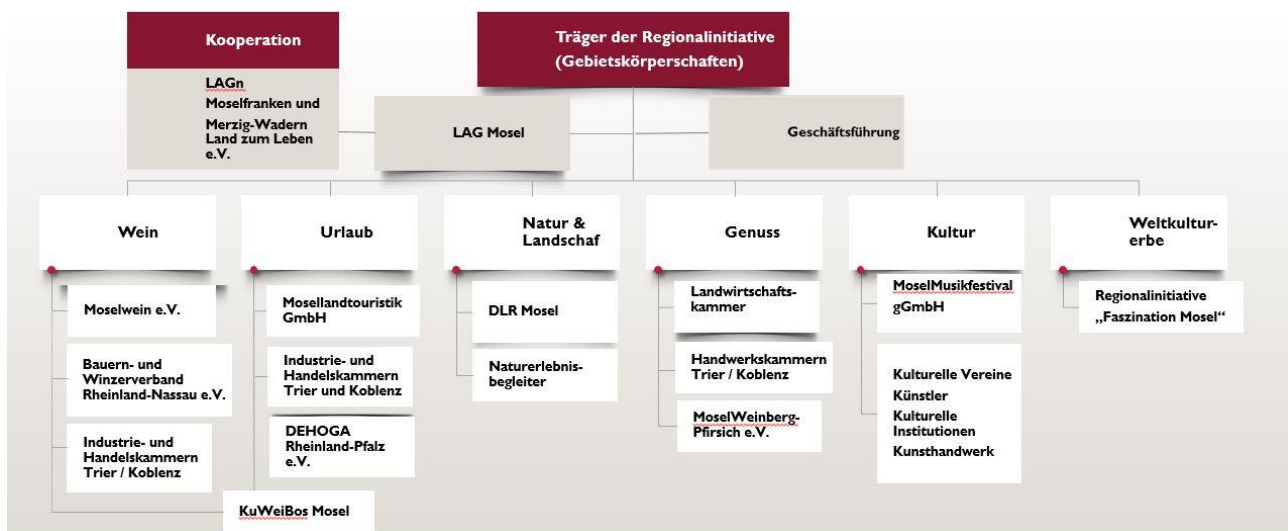
Neben den wiederkehrenden Veranstaltungen ist die monatliche Herausgabe des Newsletters, der über aktuelle Events und Projekte aus den sechs Bereichssäulen informiert, ein fest etablierter Kommunikationsbaustein der Regionalinitiative.

Zu Beginn eines jeden Jahres wird zu Aktionen, Events und Projekten ein Redaktionsplan erstellt.

Vernetzungshandbuch

1.5 Träger der Regionalinitiative

ORGANIGRAMM REGIONALINITIATIVE „FASZINATION MOSEL“



Träger der Regionalinitiative sind die Gesellschafter der „Regionalinitiative Faszination Mosel GbR“, d.h. die Landkreise Mayen-Koblenz, Cochem-Zell, Bernkastel-Wittlich, Trier-Saarburg und die Gemeinde Perl.

Langfristiges Ziel ist, künftig auch die Städte Koblenz und Trier als Oberzentren in die Trägerschaft mit einzubeziehen.

1.6 Gremien

Vorsitzender der Regionalinitiative:

Landrat Gregor Eibes, Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich

Gesellschafterversammlung

Gesellschafter der „Regionalinitiative Faszination Mosel GbR“

Projektgruppe

Alles, Torben (DLR Mosel)

Deutsch, Janet (LAG Land zum Leben Merzig-Wadern e.V.)

Eheses, Albrecht (Industrie- und Handelskammer Trier)

Eibes, Gregor (Landrat Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich)

Faß, Matthias (LAG Moselfranken)

Göbel, Peter / Thomas Gerhards / Meta Dreis (Moselweinbergpfirsich e.V.)

Goßler, Philipp (LAG Mosel)

Vernetzungshandbuch

Hendgen, Dr. Max (Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e.V.)

Kalff, Thomas (Mosellandtouristik GmbH)

Röhr, Simone (Regionalinitiative)

Rosch, Achim (DLR Mosel)

Scharfenberger, Tobias (MoselMusikfestival gGmbH)

Schmitz, Ansgar (Moselwein e.V.)

Schneider, Jutta (Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz)

Schwippert, Michael (Kreisverwaltung Mayen-Koblenz)

Strupp, Cornelia (Kreisverwaltung Trier-Saarburg)

Steuerungsgruppe

Becker-Keip, Daniela (Handwerkskammer Koblenz)

Beilstein, Anke (Landrätin Kreisverwaltung Cochem-Zell)

Clüsserath, Walter (Weinbauverband Mosel)

Dixius, Jürgen (Vorsitzender LAG Moselfranken)

Dübner, Christian (Industrie- und Handelskammer Koblenz)

Ehses, Albrecht (Industrie- und Handelskammer Trier)

Eibes, Gregor (Landrat Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich)

Engel, Ute (DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.)

Goßler, Philipp (LAG Mosel)

Hendgen, Dr. Max (Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e.V.)

Horsch, Christiane (Vorsitzende LAG Mosel)

Kalff, Thomas (Mosellandtouristik GmbH)

Metzdorf, Stefan (Landrat Kreisverwaltung Trier-Saarburg)

Müller, Norbert (DLR Mosel)

Nöhl, Markus (Beigeordneter Stadt Trier)

Röhr, Simone (Regionalinitiative)

Saftig, Dr. Alexander Saftig (Landrat Kreisverwaltung Mayen-Koblenz)

Seibert, Henning (Moselwein e.V.)

Scharfenberger, Tobias (MoselMusikfestival gGmbH)

Schlegel-Friedrich, Daniela Schlegel-Friedrich (Landrätin Kreisverwaltung Merzig-Wadern)

Schmitz, Ansgar (Moselwein e.V.)

Vernetzungshandbuch

Schneider, Jutta (Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz)

Schwalbach, Dr. Matthias (Handwerkskammer Trier)

Uhlenbruch, Ralf (Bürgermeister Gemeinde Perl)

2. Wer gehört zur Markenfamilie Mosel?

2.1 Bereichssäulen

Die Bereichssäulen Wein, Urlaub, Genuss, Kultur, Natur und Landschaft und Weltkulturerbe übernehmen eine zentrale Bündelungsfunktion in der Markenhierarchie der Markenfamilie „Faszination Mosel“. Es handelt sich bei den Säulen um abgrenzbare Bereiche, die teilweise durch eine funktionierende Bündelungsorganisation mit eigenständiger Organisations- und Finanzierungsstruktur vertreten, organisiert und „vermarket“ werden. Die Säulen vertreten Initiativen und (Produkt)-Kooperationen, einzelne Unternehmen und Leistungsanbieter aus den verschiedenen Bereichen im Weinanbaugebiet Mosel. Für die Säulen Genuss, Kultur (außerhalb des moselmusikfestivals) und Weltkulturerbe ist aktuell die Regionalinitiative zentrale Ansprechpartnerin und Organisatorin der Bereiche.

2.1.1 Wein

Eine wesentliche Grundlage der Bereichssäule „Wein“ betrifft das Thema Qualität. Qualitätsentwicklung und -förderung erfolgen über in Eigenverantwortung definierte Qualitätsansprüche. Es wird auf eine Selbstverpflichtung der Betriebe und damit deren Eigenverantwortlichkeit gesetzt. Dieses Vorgehen ermöglicht eine breite Beteiligung der Betriebe in der Region, ohne dabei den erforderlichen Qualitätsanspruch aufzugeben.

Definition der Werte in der Säule der Interessensgemeinschaft Wein:

- Markenkern (analog Moselwein e.V.: MOSEL – Faszination Wein) mit den Begriffen Riesling – Schiefer – Steillage sowie für die Obermosel mit Elbling und Burgundersorten als typische und prägende Rebsorten
- Anerkennung der gemeinsamen Werte der Markenfamilie: Genusskultur, Authentizität und Regionalität, Nachhaltigkeit, Tradition und Moderne (Handwerk und Innovationsgeist), Qualitätsanspruch, Bezug zur Natur- und Kulturlandschaft, Gastfreundlich und lebensfroh, Leidenschaftlich.

Definition des Qualitätsanspruchs:

- Weinproduktion nach guter fachlicher Praxis unter Beachtung der gesetzlichen Vorlagen
- Nachhaltiger Weinbau im Sinne eines umweltschonenden, energiesparenden und ressourcenschonenden Weinbaus
- Eigenverantwortung der Weinqualitäten unter sensorischen Gesichtspunkten
- Fort- und Weiterbildung als Ziel lebenslangen Lernens
- Beachtung der Qualitätsleitlinien Weinbau als Selbstverpflichtung der jeweiligen Weingüter

Qualitätsleitlinien Weinbau für die geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) Mosel

Vernetzungshandbuch

Die Qualitätsleitlinien umfassen die Produktion von Trauben für die Wein- und Sektherstellung im Anbaugebiet der geschützten Ursprungsbezeichnung (g.U.) Mosel. Sie basieren auf den Grundsätzen der „guten fachlichen Praxis“ sowie auf gesetzlichen Vorgaben, die von sämtlichen Produzenten einzuhalten sind.

Grundlage bildet das Geoschutzsystem der Europäischen Union (EU) zur Bezeichnung von Weinen und Sekten b.A. Dabei gelten die Grundsätze:

- 1) Die Herkunftsbezeichnung gilt als Qualitätsversprechen**
- 2) Je kleiner die Herkunftsangabe, desto höher die Qualitätsanforderungen**

Die Qualitätsleitlinien betreffen in erster Linie die Weine, die die geschützte Ursprungsbezeichnung „Mosel“ tragen. Für Orts- und insbesondere Lagenweine innerhalb der Kategorie g.U. können betriebsindividuell höhere Zielvorgaben angesetzt werden.

Die Qualitätsleitlinien werden ständig dynamisch weiterentwickelt.

Bei sämtlichen Arbeiten im Weinberg kann der Verbraucher in die „Werkstatt“ des Winzers schauen (Gläserne Produktion). Daher ist stets auf sachgerechtes, verantwortungsvolles und ressourcenschonendes Handeln zu achten.

Aus-, Fort- und Weiterbildung mit lebenslangem Lernen soll ein dem aktuellen Knowhow und dem technischen Entwicklungsstand entsprechendes Arbeiten sichern. Materialien aus Kunststoff (Kunstbast, Bindschlauch, Stickel, Pflanzrohre, etc.) sollten aus Umweltschutzaspekten (Kunststoffmüll) vermieden werden. Falls die Vermeidung von Kunststoffmaterialien nicht möglich sein sollte, sind diese Stoffe, wenn sie nicht mehr benötigt werden, aus dem Weinberg zu entfernen. Eine fachgerechte Entsorgung von Reststoffen (z.B. Teerspitzen, Düngersäcken, Drähten, Ankern, etc.) ist sicherzustellen.

Die gesamte Prozesskette ist regelmäßig zu hinterfragen und hinsichtlich der Nachhaltigkeit zu optimieren. Ökonomie, Ökologie und Soziales sind zu harmonisieren. Energieeffizienz und Müllvermeidung sind anzustreben.

Die detaillierten Qualitätsleitlinien sind auch auf der Homepage der Regionalinitiative hinterlegt: <https://www.faszinationmosel.info/familie/faszination-wein/qualitaetsanforderungen>

Organisation und Ansprechpartner:

Moselwein e.V.

Geschäftsführer Ansgar Schmitz

Gartenfeldstraße 12a

54295 Trier

as@weinland-mosel.de

www.weinland-mosel.de

Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e.V.

Geschäftsführer Dr. Maximilian Hendgen

Rheinland-Nassau e.V.

Karl-Tesche-Straße 3

56073 Koblenz

info@bwv-net.de

www.bwv-net.de



2.1.2 Urlaub

Vernetzungshandbuch

Die Mosellandtouristik GmbH übernimmt als touristische Regionalagentur die Aufgabe, gemeinsam mit ihren Partnern, den Tourismus unter der starken Tourismusmarke „Mosel Faszination Urlaub“ zu fördern, das Image der Region im In- und Ausland zu verbessern, den Bekanntheitsgrad zu steigern, die touristische Angebotsvielfalt und Angebotsqualität zu sichern und zu steigern, zusätzliche Gästegruppen zu gewinnen sowie neue Vertriebswege für die touristischen Produkte der Region zu entwickeln.

Die regionale Tourismusstrategie Mosel 2025 sowie die Leitlinien zur Einhaltung touristischer Qualitätsattribute sind auf der Homepage der Regionalinitiative hinterlegt:

<https://www.faszinationmosel.info/familie/faszination-urlaub>

Um als Betrieb ein Mosel-Partnergastgeber zu werden, ist die v.g. Selbstverpflichtung / Leitlinie anzuerkennen und zu unterschreiben. Anschließend erhalten Betriebe das Gastgeber-Logo und das CD-Manual als Datei. Erforderlich sind die Erfüllung folgender Qualitätsmerkmale durch die Partnergastgeber:

- **Regionaltypisches Wohlfühlambiente**
Der Betrieb ist ansprechend und gepflegt und verfügt über einen regionaltypischen Charakter. Es wird kontinuierlich in die Instandhaltung und Weiterentwicklung des Betriebs investiert sowie in die Schärfung des regionalen Profils: unverwechselbar, entstaubt, modern und stimmig.
- **Atmosphäre und Service**
Der Betrieb bietet den Gästen eine Service-Qualität, die kontinuierlich weiterentwickelt wird, sowie eine engagierte, begeisterte und herzliche Gastlichkeit. Der Betrieb verfügt über ein verlässliches Beschwerdemanagement. Die Gastgeber verfolgen aufmerksam ihre Bewertungen in Online-Portalen und reagieren darauf.
- **Regionaltypischer Genuss**
Der Betrieb bietet vorwiegend Moselweine an, sei es im Ausschank, im Weinklimaschrank zur Selbstbedienung oder in der Minibar. Der Betrieb bietet regionalen Genuss durch qualitativ hochwertige Produkte aus der Region und den Nachbarregionen und informiert die Gäste über die Herkunft (Nennung der Produzenten über Speisekarte, Aushang o. ä.).
- **Authentische und regionaltypische Urlaubserlebnisse**
Der Betrieb vermittelt seinen Gästen, wie vielseitig und einzigartig die Region ist, gibt Informationen und Empfehlungen zu den Kernthemen „Wein“, „Kultur“, „Rad“ und „Wandern“ und nutzt diese Themen für die eigene Vermarktung (z. B. Präsentation des Angebots im Marketing, Prospektauslage, Gästemappe, Verlinkungen auf der Homepage, Arrangements, eigene Angebote, Kooperationen z. B. mit Kultur- und Weinbotschaftern).
- **Verbundenheit mit der Region**
Der Betrieb macht sich stark für den Schutz und die Stärkung der Weinkulturlandschaft Mosel. Er wirtschaftet nachhaltig und betreibt ein Marketing, das Bezug nimmt auf die Besonderheiten und die Geschichte der Region. Der Betrieb pflegt eine branchenübergreifende Zusammenarbeit und Vernetzung.

Zu den weiteren Akteuren in der Bereichsmarke Tourismus zählen die Kultur- und Weinbotschafter. Detaillierte Informationen unter: <https://www.kultur-und-weinbotschafter.de/mosel>

Vernetzungshandbuch

Organisation und Ansprechpartner:

Mosellandtouristik GmbH
Geschäftsführer Thomas Kalff
Kordelweg 1
54470 Bernkastel-Kues
info@mosellandtouristik.de
www.visitmosel.de



2.1.3 Genuss

Die Bereichssäule „Genuss“ befindet sich nach wie vor im Aufbau. Gemeinsam mit den regionalen Produzenten im Weinanbaugebiet Mosel hat die Regionalinitiative das Design bzw. Corporate Identity sowie die Qualitätskriterien zur Aufnahme von Erzeugern in der Markenfamilie erarbeitet.

Für die Regionalinitiative ist der weitere Ausbau der Säule 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 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.

Wenn Erzeuger regionaler Produkte die folgenden Kriterien erfüllen, steht einer Partnerschaft in der Säule Genuss nichts mehr im Wege:

- **Leidenschaft:**
Der Erzeuger setzt sich mit Herz und Hand dafür ein, seinen Gästen und Kunden bleibende Genussmomente zu ermöglichen.
- **Handgemacht:**
Die Produktion ist geprägt von sorgfältiger Handarbeit mit Hilfe von Maschinen und Geräten. Eine automatisierte, industrielle Massenproduktion liegt nicht vor; es werden kleine Chargen produziert.
- **Regional:**
Verwendete Rohstoffe kommen ausschließlich aus der Moselregion oder werden hier verarbeitet oder zubereitet. Die Abfüllung und Verpackung erfolgen in der Moselregion und im engen Umkreis.
- **Qualitätsvoll:**
Eine fachgerechte und hygienische Verarbeitung entsprechend der gesetzlichen Vorgaben für landwirtschaftliche Betriebe, Hofläden und Straußwirtschaften ist für den Erzeuger selbstverständlich. Er hält sich an die gesetzekonforme Produktkennzeichnung und die EU-Regeln bzgl. Produktbezeichnung, Zutatenliste, Gewicht, Schriftgröße, Anschrift, Allergenen, Haltbarkeit, etc.
- **Gastfreundlich:**

Vernetzungshandbuch

Der Erzeuger freut sich über Hof- bzw. Betriebsbesuche und gibt seinen Gästen und Kunden gerne einen Blick hinter die Kulissen. Die Gäste und Kunden dürfen Produkte verkosten und bekommen von interessante Infos über die Produkte und deren Entstehung.

- **Nachhaltig:**

Die Produktion, der Vertrieb und die Distribution verlaufen ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig. Der Betrieb ermöglicht einen regionalen und saisonalen Einkauf. Sofern das Unternehmen Lebensmittel produziert, beinhalten diese ausschließlich natürliche Aromen und natürliche Farbstoffe.

Eine Vielzahl von Genussakteuren haben sich bereits zu diesen Leitlinien bekannt; weitere sollen schnellstmöglich folgen. Einige Erzeuger sind bereits mit Kontaktangaben auf der Homepage zu finden: <https://www.faszinationmosel.info/familie/faszination-genuss/>

Die Organisation der Säule obliegt derzeit der Regionalinitiative.

Organisation und Ansprechpartner:

Regionalinitiative „Faszination Mosel“

Kurfürstenstraße 16

54516 Wittlich

kontakt@bernkastel-wittlich.de

www.faszinationmosel.info



2.1.4 Kultur

Der Bereich Kultur wird unter anderem durch das Programm des Partners Mosel Musikfestival gemeinnützige Veranstaltungsgesellschaft mbH repräsentiert. Aber auch alle Kulturschaffenden im Weinanbaugebiet Mosel können sich durch die Anerkennung der Leitlinien der Markenfamilie „Faszination Mosel“ dieser Säule anschließen. Durch das Themenjahr „Kunst und Kultur“ im Jahr 2022 und das Basiskonzept Kultur kann die Regionalinitiative diese Bereichssäule nachhaltig stärken und die ansässigen Künstler und Akteure vernetzen. Die Organisation der Säule obliegt derzeit der Regionalinitiative. Akteure in der Säule „Kultur“ sollten folgenden Kriterien erfüllen:

- **Sitz an der Mosel:**

Die Kulturschaffenden haben ihren Sitz im Weinanbaugebiet Mosel oder pflegen einen ständigen, engen Kontakt/Bezug zur Moselregion.

- **Beständigkeit/ Regelmäßigkeit:**

Sie initiieren/beteiligen sich nicht nur einmalig oder temporär, sondern regelmäßig an kulturellen Veranstaltungen und/oder bieten kulturelle Events in der Moselregion an, die der Förderung und Pflege der Moselkultur dienen.

- **Gastfreundlichkeit:**

Die Kulturschaffenden freuen sich über jeden Interessierten, der ihre Kunst und Kultur erleben möchte und präsentieren stolz und fröhlich die Moselkultur. Sie handeln nur im Rahmen bestehender Gesetze und tragen dazu bei Willkür, Diskriminierung und Menschenrechtsverletzungen auszuschließen.

Vernetzungshandbuch

- **Leidenschaftlichkeit:**

Alles was die Kulturschaffenden tun, machen sie mit Freude und Hingabe. Sie setzen sich mit Herz dafür ein, den Einheimischen und Gästen kulturelle Genussmomente zu beschermen. Durch ihr Wirken fördern sie die Moselkultur, das traditionelle Brauchtum und die Heimat- und Kulturpflege.

Organisation und Ansprechpartner:

Mosel Musikfestival gemeinnützige Veranstaltungsgesellschaft mbH
Im Kurpark
54470 Bernkastel-Kues
06531 500 095
info@moselmusikfestival.de
www.moselmusikfestival.de



Regionalinitiative „Faszination Mosel“
Kurfürstenstraße 16
54516 Wittlich
kontakt@bernkastel-wittlich.de
www.faszinationmosel.info



2.1.5 Natur und Landschaft

Die Bereichssäule „Natur & Landschaft“ umfasst die Aktivitäten zum Schutz der Natur und dem Erhalt der einzigartigen Landschaft in der Moselregion. Sie wird federführend vom Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel betreut. Ziel der hier gebündelten Maßnahmen ist die Inwertsetzung der Mosellandschaft. Der Aufbau eines Netzwerkes aus Fachleuten, Behörden, Initiativen und weiteren Akteuren ist ein wichtiges Element dieser Säule. Das DLR Mosel versteht sich dabei neben eigenen Projekten, wie die „Lebendigen Moselweinberge“, als Bindeglied zur Vernetzung und Koordination der verschiedenen Akteure und Initiativen. Ausgehend von den Lebendigen Moselweinbergen werden in der Säule „Natur & Landschaft“ neue Aktivitäten und Projekt initiiert. Weitere Informationen unter: www.lebendige-moselweinberge.de

Ziel ist, für die Säule ein für die Markenfamilie passendes Logo zu schaffen, hier: „Mosel – Faszination Natur / Landschaft“.

Organisation und Ansprechpartner:

Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel
Görresstraße 10
54470 Bernkastel-Kues
06531 956 156
www.dlr-mosel.rlp.de

Lebendige
Moselweinberge



Mosel

NATUR UND LANDSCHAFT

Vernetzungshandbuch

2.1.6 Weltkulturerbe

Der Verein „Weltkulturerbe Moseltal e.V.“ wurde am 7. Oktober 2022 aufgelöst, nachdem die Bewerbung „Historische Weinberge der Kulturlandschaft Moseltal“ um den rheinland-pfälzischen Platz für die Welterbe-Tentativliste des Bundes im Oktober 2021 gescheitert war. Die Regionalinitiative „Faszination Mosel“ als fester Bestandteil der nachhaltigen Regionalentwicklung wird künftig den Gedanken einer Anerkennung des Moseltals als Weltkulturerbe weitertragen. Mit der Ansiedlung der Bemühungen um ein Weltkulturerbe Moseltal bei der Regionalinitiative bleibt die Vision für den Welterbe-Status somit erhalten. Die Zukunft wird zeigen, ob engagierte Akteure das Ziel einer Auszeichnung unter veränderten Rahmenbedingungen und einem anderweitigen Bewerbungsschwerpunkt weiterverfolgen und zu einem späteren Zeitpunkt einen weiteren Anlauf auf Landesebene angehen werden. Aktuell wird geprüft, inwieweit immaterielle Weltkulturerbe für die Moselregion sinnvoll und machbar sind (z.B. Steillagenweinbau, Wein- und Straßenfeste, Moselweinbergpfirsich, etc.).

Organisation und Ansprechpartner:

Regionalinitiative „Faszination Mosel“

Kurfürstenstraße 16

54516 Wittlich

kontakt@bernkastel-wittlich.de

www.faszinationmosel.info

2.2 Träger

Träger sind die in 1.5 genannten Organisationen, Initiativen und Institutionen.

2.3 Letter of Intent

In der unterzeichneten Absichtserklärung (Letter of Intent) vom 3. November 2021 bestätigten die Träger der Regionalinitiative, dass sie den gemeinsam entwickelten Ansatz unterstützen, das Leitbild der Regionalinitiative „Faszination Mosel“ mit den darin festgehaltenen Zielen und Werten zu teilen, an dessen Umsetzung mitzuwirken, sich einzubringen und zu engagieren (siehe Anlage).

2.4 Zusammenarbeit / Kooperationspartner

Die Regionalinitiative arbeitet mit weiteren Kooperationspartnern in ihren Themenfeldern zusammen, wie zum Beispiel: LAG Miselerland, Via mosel`, Terroir Moselle, ORT Région Moselle Luxembourgeoise, MoselAdaptiv, regiocard, etc.

3. Voraussetzungen für die Aufnahme in der Markenfamilie als Partner

Interessierte Initiativen und (Produkt)-Kooperationen, einzelne Unternehmen und Leistungsanbieter aus den verschiedenen Bereichen müssen sich grundsätzlich einer der Bereichssäulen anschließen, um Partner der „Faszination Mosel“ zu werden. Für die Zusammenarbeit und das gemeinsame Wirken der Bereiche sind Zielkriterien formuliert. Die Mitwirkung wird durch Anerkennung der Leitlinien und Qualitätsanforderungen der jeweiligen Säulen geregelt. Die genauen Anforderungen und Vernetzungsansätze sind unter Nr. 2.1 erläutert und bei den jeweiligen Ansprechpartnern in den Bereichssäulen zu erfragen.

4. Sichtbarkeit der Markenfamilie

4.1 Regionalinitiative

Vernetzungshandbuch

Das Label „Faszination Mosel“ ohne zusätzliche Gestaltungselemente ist der Regionalinitiative vorbehalten. Die Wort-Bild-Marke ist eine fixe Einheit und wird konsequent auf jedem Kommunikationsmittel der Regionalinitiative angewendet. In Ausnahmefällen kann die Marke ohne den Zusatz „Faszination“ verwendet werden. Unter der Marke Faszination Mosel tritt die Regionalinitiative nach außen hin auf. Die Marke wurde gemeinsam mit Akteuren aus allen Bereichen entwickelt und macht das Netzwerk Faszination Mosel sichtbar.

4.2 Bereichssäulen

Die Säulen Wein, Urlaub, Genuss, Kultur, Natur und Landschaft und Weltkulturerbe werden durch das verbindende Element „Faszination Mosel“ gekennzeichnet. Damit wird das Netzwerk nach außen sichtbar gemacht. Das Label stärkt das Gemeinschaftsgefühl und honoriert Akteure für ihre besonderen Leistungen. Die Nutzung und die Verwendung der Logos der Bereichssäulen obliegt ausschließlich den jeweiligen Organisationen.

4.3 Akteure in den Bereichssäulen

Die einzelnen Akteure, z.B. Gastgeber, Erzeuger, Winzer, etc. in einer Säule müssen sich dieser zuordnen und dürfen das jeweilige Säulenlogo nach Unterzeichnung einer Selbstverpflichtung / Leitlinie verwenden. In den jeweiligen Leitlinien bestätigen die Unterzeichner, gewisse Anforderungen an die Organisation, Marke und Qualität zu erfüllen. So dürfen deren Produkte und Services und ihr Auftreten und Handeln keineswegs im Widerspruch zu den Werten der Markenfamilie stehen, sondern diese verkörpern. Akteure, die Teil der Markenfamilie über eine der Säule werden möchten, teilen die Werte der Markenfamilie und betrachten diese als Leitplanken für ihr Handeln. Die Organisationen der Säulen entscheiden darüber, ob Betriebe und andere Akteure aus ihrem Bereich dazu berechtigt sein sollen, bestimmte Designelemente der Säule bzw. ein bereichsspezifisches Partnerlogo zu nutzen. Sie sind auch für die Gestaltung eben dieser Designelemente verantwortlich.

Die Vorteile eines Akteurs in einer Bereichssäule sind:

- Förderung von Akzeptanz, Vertrauen, Wertschätzung, Glaubwürdigkeit und Sympathie
- Wirksames Tool für Standortmarketing
- Besonderes Engagement schafft Sympathie, Anerkennung und Identifikation
- Die Wertschätzung und Vorbildfunktion wirkt motivierend.
- Das Unternehmen wird aus einer neuen Perspektive wahrgenommen.
- Die Wahrnehmung des Gemeinnutzens schafft Akzeptanz und Zufriedenheit.
- Botschaften und Statements senden
- Identifikation von Gleichgesinnten
- Gleichgesinnte finden und Gemeinsamkeit erfahren
- Projekte erkennbar unter ein gemeinsames Dach stellen
- Inspiration
- Moselstolz etablieren

Akteure, die Partner mehrerer Säulen sind, dürfen die jeweiligen Logos der Bereiche entsprechend den Handlungsfeldern nutzen.

Anwendungsbeispiele:

- Logo mit Slogan: „Ein starkes Netzwerk für die Region. Wir machen mit!“ (Signet auf Homepage, Broschüre, oÄ)

Vernetzungshandbuch

5. Grafische Vorgaben zur Nutzung der Logos

Das CD-Book der Regionalinitiative (siehe Anlage) legt fest, wie das Logo „Faszination Mosel“ bei der Regionalinitiative „Faszination Mosel“ eingesetzt werden darf. Entsprechende Basiskonzepte gibt es auch für die Nutzung der Logos der Bereichssäulen Genuss und Kultur.

6. Vernetzungs-Logo „Faszination Mosel“

Träger und Partner der Markenfamilie Faszination Mosel zeigen ihre Zugehörigkeit durch die Einbettung des folgenden Vernetzungs-Logos der Regionalinitiative auf deren Webseiten, in Social-Media-Kanälen und Marketingmaterialien:



6.1 **Richtlinien zur Nutzung des Logos „Faszination Mosel“**

Träger der Regionalinitiative „Faszination Mosel“, die Akteure in den Bereichssäulen und Partner dürfen das v.g. Vernetzungs-Logo verwenden. Eine Verlinkung auf die Webseite der Regionalinitiative ist möglich.

6.2 **Vorstellung der Regionalinitiative „Faszination Mosel“**

Neben dem Vernetzungs-Logo können Träger, Organisatoren der Bereichssäulen und Partner die Regionalinitiative „Faszination Mosel“ auf ihren Webseiten mit Textbeitrag und Fotos vorstellen. Ein Mediakit (Bildmaterial und Textbausteine) steht hier zum Download bereit: <https://daten.kv-bks-wil.de/s/9EH6wLMw5j2Dknf>

Für die Fotos ist das © RI Faszination Mosel anzugeben.

6.3 **Weitere Logoverwendungen**

Akteure in den Bereichssäulen nutzen das jeweilige Logo der Säule, in der sie durch Unterzeichnung der Leitlinie zugehörig sind, entsprechend der festgelegten Kriterien der einzelnen Basiskonzepte.

7. Designschutz

Für folgende Logos wurde im Dezember 2021 beim Deutschen Patent- und Markenamt ein Designschutz in Deutschland angemeldet:



Vernetzungshandbuch

Mit dem eingetragenen Design kann der entwickelte Schriftzug für die geographische Herkunftsangabe „Mosel“ geschützt werden. Der Schutz wird zunächst auf fünf Jahre gewährt, wobei im 5-jährigen Verlängerungszyklus der Schutz auf insgesamt 25 Jahre ausgedehnt werden kann. Derzeit wird geprüft, ob der Schriftzug „Mosel“ gleichsam auch als Marke eingetragen werden soll. Dies spielt insbesondere bei der Vergabe von Lizenzen (z.B. Merchandising) eine Rolle.

8. Merchandising

Seit September 2023 besteht eine Kooperation zwischen der Regionalinitiative und der Firma Ci ArtWork GmbH & Co.KG in Traben-Trarbach. Diese vermarktet die Marke „Faszination Mosel“ in eigener Verantwortung durch einen Merchandising-Shop auf der Homepage der Regionalinitiative <https://www.faszinationmosel-shop.info>

9. Sponsorenkonzept

Aufgrund der LEADER-Förderung bis voraussichtlich Herbst 2024 wurde bislang noch kein Sponsorenkonzept erarbeitet. Dieses wird zu gegebener Zeit erstellt.

10. Eine erfolgreiche Vernetzung - Gemeinsam zum Erfolg

Durch die Vernetzung der Regionalinitiative, Bereichssäulen, Partnern, Kooperationspartnern und den Akteuren in der gesamten Moselregion können Synergieeffekte genutzt und wirkungsvolle Impulse gesetzt werden. Netzwerkarbeit zielt darauf ab Ressourcen zu bündeln und Perspektiven zu erweitern.

Folgende Punkte können daher optional umgesetzt werden:

Regelmäßiger Austausch der Regionalinitiative Faszination Mosel mit den Akteuren in den Säulen:

- monatlicher Newsletter (neue Mitglieder vorstellen, Veranstaltungen und Projekte präsentieren, Sonstiges)
- Bereitstellung eines Jahresredaktionsplans der Regionalinitiative „Faszination Mosel“
- (Online-) Stammtische (Information, Veranstaltungen, Anregungen und Tipps für Kooperationen, etc.)

Regelmäßige Sitzungen und Treffen:

- Sitzungen: Steuerungsgruppe, Projektgruppe
- Workshops, Exkursionen, Meetings

Social Media Marketing:

- Gegenseitige Verlinkung in Social Media Beiträgen
- Nutzung von Giphys unter dem Suchbegriff „Faszination Mosel“
- Bewerbung gemeinsamer Projekte und Veranstaltungen

Umfragen oder Auszeichnungen:

- Evaluation
- Auszeichnung für besondere Leistungen (z.B.: #moselhelden)

Vernetzungshandbuch

11. Liste Ansprechpartner

| Ansprechpartner und Kontaktdaten | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|---|---------------|--------------------|-------------------------|------------------------|--|---------------|---------------------------------|
| Institut | Organisation | Funktion | Vorname | Name | Straße | Ort | Email | Telefon | Webseite |
| Dienstleistungszentrum ländlicher Raum (DLR) Mosel | Bereichssäule Natur u. Landschaft | Abteilungsleiter | Tobias | Altes | Görresstraße 10 | 54470 Berncastell-Kues | toobias.altes@dlr-rlp.de | 06531-956-121 | www.dlr-mosel-rlp.de |
| Handwerkskammer Koblenz | Partner | Beratung und Wirtschaftsförderung | Daniela | Becker-Keip | Rizzassastraße 24-26 | 56068 Koblenz | beckerkeip@hkw-koblenz.de | 0261-388248 | www.hkw-koblenz.de |
| Kreisverwaltung Cochem-Zell | Träger | Landräthin | Anke | Beiselen | Enderplatz 2 | 56812 Cochem | landrat@cochem-zell.de | 02671-61234 | www.cochem-zell.de |
| Weinbauverband Mosel | Bereichssäule Wein | Weinbaupräsident | Walter | Cusaerath | Gartenfeldstr. 12 a | 54295 Trier | wk.vasseral@cochem-zell.de | 0261-88851007 | www.wbv-zell.de |
| LAG Land zum Leben Merzig-Wadern e.V. | Partner | Geschäftsführerin | Janet | Deusch | Bahnhofstraße 27 | 65663 Merzig | l.deusch@merzig-wadern.de | 06661-90463 | www.land-zum-leben-mosel.de |
| LAG Moselfranken | Partner | Vorsitzender der LAG Moselfranken | Jürgen | Dvius | Irscher Straße 54 | 54438 Saarburg | juergen.dvius@saarburg-keil.de | 06581-81-0 | www.lag-moselfranken.de |
| Industrie- und Handelskammer Koblenz | Partner | Referent Tourismuswirtschaft | Christian | Dübner | Schloßstraße 2 | 56068 Koblenz | duebner@ihk-koblenz.de | 0261-106306 | www.ihk-koblenz.de |
| Industrie- und Handelskammer Trier | Partner | Ansprechpartner Geschäftsbereich Wein & Tourismus | Abrecht | Elias | Herzogenbuscher Str. 12 | 54292 Trier | abrecht@ihk.de | 0651-977291 | www.ihk-trier.de |
| Kreisverwaltung Berncastell-Wittlich | Träger | Landrat | Georg | Eibes | Kulturstraße 16 | 54516 Wittlich | georg.eibes@bernkastell-wittlich.de | 06571-142215 | www.bernkastell-wittlich.de |
| DEHOGA Rheinland-Pfalz | Partner | Kreisvorsitzende | Ute | Engel | Deuschlerrenstraße 23 | 54492 Zellinger-Rachig | dehogas@bodensteiner-gruppe.de | 0170-5524555 | www.dehogas-rlp.de |
| Dienstleistungszentrum ländlicher Raum (DLR) Mosel | Bereichssäule Natur u. Landschaft | Geschäftsführer LAG Moselfranken | Marina | Engelmann-Herren | Gartenstraße 18 | 54470 Berncastell-Kues | marina.engelmann-herren@dlr-rlp.de | 06531-956-158 | www.dlr-mosel-rlp.de |
| LAG Moselfranken | Partner | Geschäftsführer LAG Moselfranken | Matthias | Fall | Scheesberg 6 | 54438 Saarburg | schneefall@moselfranken.de | 06581-81166 | www.lag-moselfranken.de |
| Moselweingebirgisch e.V. | Bereichssäule Genuss | Schriftführer | Thomas | Gerhards | Alte Kirchstraße 20 | 56858 Neef | moselweingebirgisch@web.de | 06542-21073 | www.moselweingebirgisch.de |
| Moselweingebirgisch e.V. | Bereichssäule Genuss | Vorsitzender | Peter | Goebel | Koblerstraße 12 | 56814 Ernst | winzert@goebel-schweyer.com | 02671-7444 | www.moselweingebirgisch.de |
| LAG Mosel | Partner | Geschäftsführer LAG Mosel | Philipp | Göller | Kulturstraße 16 | 54516 Wittlich | philipp.goller@bernkastell-wittlich.de | 06571-142262 | www.lag-mosel.de |
| Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau | Bereichssäule Wein | Geschäftsführer | Dr. Max | Horstgen | Karl-Tiesche-Straße 3 | 56073 Koblenz | horstgen@bww-zell.de | 0261-98851007 | www.bww-zell.de |
| LAG Mosel | Partner | Vorsitzender der LAG Mosel | Christiane | Hirsch | Brückenstraße 26 | 54338 Schweich | hirsch.c@schweich.de | 06502-4070 | www.schweich.de |
| Mosellandsbauistik GmbH | Bereichssäule Urlaub | Geschäftsführer | Thomas | Kallf | Kordelweg 1 | 54470 Berncastell-Kues | thallf@mosellandsbauistik.de | 06531-972340 | www.wlsmosel.de |
| Stadterhebung Trier | Partner | Geschäftsführer TTM | Norbert | Kähler | Simonsstraße 55 | 54296 Trier | norbert.kahler@trier-rlp.de | 0651-9783633 | www.trier-rlp.de |
| Kreisverwaltung Trier-Saarburg | Träger | Landrat | Stefan | Mezdorf | Willy-Brandt-Platz 1 | 54290 Trier | landrat@trier-saarburg.de | 0651-715236 | www.trier-saarburg.de |
| Dienstleistungszentrum ländlicher Raum (DLR) Mosel | Bereichssäule Natur u. Landschaft | Dienststellenleiter | Markus | Noll | Görresstraße 10 | 54470 Berncastell-Kues | markus.noll@dlr-rlp.de | 06531-956100 | www.dlr-mosel-rlp.de |
| Stadterhebung Trier | Partner | Bürgermeister | Markus | Noll | Am Augustenheil 3 | 54290 Trier | markus.noll@trier.de | 0651-719-2026 | www.trier.de |
| Regionalinitiative "Faszination Mosel" | Partner | Geschäftsführerin | Simone | Röhr | Kulturstraße 16 | 54517 Wittlich | simone.roehr@bernkastell-wittlich.de | 06571-142302 | www.faszination-mosel.de |
| Dienstleistungszentrum ländlicher Raum (DLR) Mosel | Bereichssäule Wein | Abteilungsleiter | Achim | Rosch | Gartenstraße 16 | 54470 Berncastell-Kues | achim.rosch@dlr-rlp.de | 06531-956-405 | www.dlr-mosel-rlp.de |
| Kreisverwaltung Mayen-Koblenz | Träger | Landrat | Dr. Alexander | Safiq | Bahnhofstraße 9 | 56068 Koblenz | alexander.safiq@kornau.de | 0261-108200 | www.kornau-bernkastell.de |
| LAG Land zum Leben Merzig-Wadern e.V. | Partner | Vorsitzende der LAG Land zum Leben Merzig-Wadern e.V. | Daniela | Schlegel-Friedrich | Bahnhofstraße 44 | 65663 Merzig | landrat@merzig-wadern.de | 06661-80100 | www.merzig-wadern.de |
| Moselwein e. V. | Bereichssäule Wein | Geschäftsführer | Ansgar | Schmitz | Gartenfeldstraße 12a | 54296 Trier | sa@weinrat-mosel.de | 0651-1102812 | www.weinrat-mosel.de |
| Landwirtschaftskammer | Bereichssäule Wein | Leiterin Weinbauamt | Jutta | Schneider | Friedrichstraße 20 | 54516 Wittlich | jutta.schneider@wkt-rlp.de | 06571-9733946 | www.wkt-rlp.de |
| Handwerkskammer Trier | Partner | Geschäftsführer | Dr. Matthias | Schwalbach | Loosenstraße 16 | 54290 Trier | matthias.schwalbach@ihk-trier.de | 0651-207352 | www.ihk-trier.de |
| Rhein-Mosel-Eifel-Touristik | Träger | | Michael | Schwiippert | Bahnhofstraße 9 | 56068 Koblenz | richard.schwiippert@rnmel.de | 0261-108296 | www.rnmel.de |
| Tourismusverband des Landkreises Mayen-Koblenz | | | | | | | | | |
| Moselwein e. V. | Bereichssäule Wein | Vorsitzender | Henning | Seibert | Gartenfeldstraße 12a | 54296 Trier | seibert@moselwein.de | 0651-7102812 | www.weinrat-mosel.de |
| Kreisverwaltung Trier-Saarburg | Träger | Bürgermeister | Cornelia | Shupp | Willy-Brandt-Platz 1 | 54290 Trier | cornelia.shupp@trier-saarburg.de | 0651-715402 | www.trier-saarburg.de |
| Gemeinde Perl | Träger | Bürgermeister | Reif | Uhenbruch | Bensenstraße 1B | 65706 Perl | reif@riechuch@perl-mosel.de | 06667-660 | www.verwaltung.perl-saarland.de |

12. Vereinbarung zur organisatorischen Zusammenarbeit

- Träger, Verantwortliche der Bereichssäulen und Partner verpflichten sich, die Jahresprojekte der Regionalinitiative zu unterstützen und in ihren Netzwerken bekannt zu machen, z.B. durch das Verlinken der Accounts der Regionalinitiative „Faszination Mosel“ in Instagram (@faszination_mosel) und Facebook (@faszinationmosel) oder durch das Verbreiten von Informations- und Webematerialien im eigenen Wirkungsbereich.
- Träger, Verantwortliche der Bereichssäulen und Partner tragen ihre Zugehörigkeit im Netzwerk „Faszination Mosel“ positiv nach außen.

13. Anlagen

- Letter of Intent vom 3. November 2021
- CI-Book Regionalinitiative „Faszination Mosel“
- Basiskonzept Säule Genuss
- Basiskonzept Säule Kultur
- Hashtag-Konzept

QUELLEN

Literatur-Quellen:

- PROJECT M (2018): Chartbericht / Weiterentwicklung Dachmarke „WeinKulturLand Mosel“
- newmedialabs (2021): Corporate Design Book „Faszination Mosel“
- newmedialabs: Basiskonzepte Säule Genuss (2021) und Säule Kultur (2022)