

MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2010

Monika Reule hält Vortrag

Zur ordentlichen Mitgliederversammlung 2010 sind alle Mitglieder des Moselwein e. V. für Mittwoch, den 21. April 2009, 18.00 Uhr, eingeladen. Die Versammlung findet in Bernkastel-Kues in der Güterhalle Alter Bahnhof (Bahnhofstraße im Stadtteil Kues) statt. Im Mittelpunkt der Versammlung steht die Wahl des Kuratoriums. Neben den Regularien wie Geschäftsbericht und Haushaltsplan bietet die Versammlung auch einen besonderen Programmpunkt: Monika Reule, Geschäftsführerin des Deutschen Weininstitutes und Vorsitzende des Deutschen Weinfonds, wird über die Bedeutung des Gemeinschaftsmarketings für deutschen Wein sprechen und aufzeigen, welche Leistungen von der Weinwerbung für die Gemeinschaft der Erzeuger und Vermarkter erbracht werden.

Hier die genaue Tagesordnung der Mitgliederversammlung:

Begrüßung und Einführung.

Genehmigung der Tagesordnung.

Bericht über die Aktivitäten 2009/2010.

Entgegennahme der G+V-Rechnung 2009.

Beschluss des Haushaltsplanes 2010 – der Beschluss des Kuratoriums ist beigelegt (Anlage).

Bericht der Rechnungsprüfer.

Entlastung des Vorstandes und der Geschäftsführung.

Wahl eines Wahlleiters, Wahl der Auszählkommission.

Wahl des Kuratoriums – Vorschläge der Institutionen sind beigelegt (Anlage)

Lt. § 9 Abs. 1 Punkt „i“ werden vier Vertretern des Kuratoriums durch die Mitgliederversammlung vorgeschlagen. Davon sollten zwei von überörtlichen weinbaulichen Organisationen sein.

Wahl der Rechnungsprüfer

Lt. § 19 Abs. 1 werden die Rechnungsprüfer von der Mitgliederversammlung auf die Dauer von drei Jahren gewählt.

„Was leistet das Gemeinschaftsmarketing für deutschen Wein“ – Vortrag von Frau Monika Reule, Geschäftsführerin Deutsches Weinstitut, Mainz.

Verschiedenes.

Anträge von Mitgliedern auf Ergänzung oder Abänderung der Tagesordnung müssen wenigstens fünf Kalendertage vor dem Termin der Mitgliederversammlung beim Vorstand eingegangen sein.

Mosel WeinKulturZeit: Programm vorgestellt

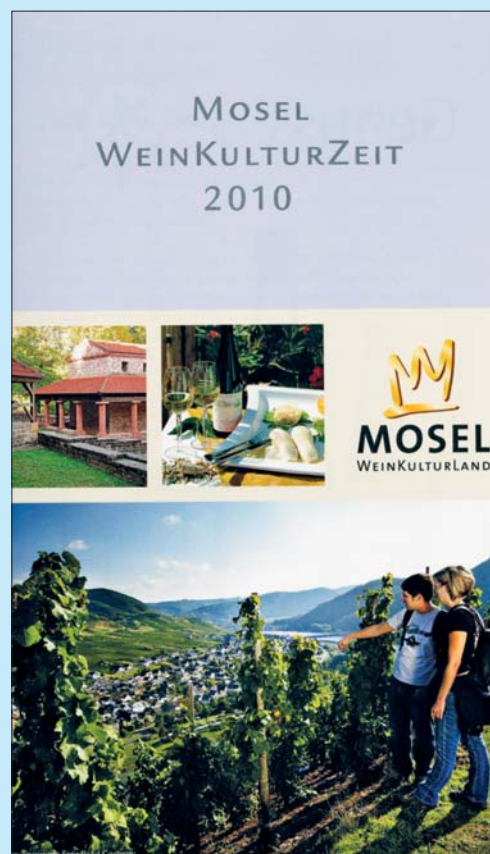
Klang- und Lichtinstallationen in Weinorten, Kabarett, Kunst und Literatur in Kellern und Kelterhäusern und das Erleben 2000-jähriger Weinkultur auf steilen Weinbergspfaden – das bietet die Veranstaltungsreihe „Mosel WeinKulturZeit – Wein, Kultur, Genuss“ vom 24. April bis 30. Mai. Bei 64 Veranstaltungen von Saarburg bis nach Koblenz dreht sich alles um die Verbindung von Wein und

Kultur. Vorsitzender Adolf Schmitt und Geschäftsführer Ansgar Schmitz stellen in einer Pressekonferenz in Lieser das Programm der Veranstaltungsreihe vor. Adolf Schmitt dankte den Kooperationspartnern Mosellandtouristik, Gerolsteiner Brunnen und den Sparkassen Trier sowie Mittelmosel – Mosel, Eifel, Hunsrück, die mit ihrer Unterstützung das Projekt möglich machen.

Zum Auftakt der Mosel WeinKulturZeit 2010 veranstalten Stadt und Touristinformation Zell in Zusammenarbeit mit den Zeller Jungwinzern und dem Moselwein e. V. am Vorabend, 23. April 2010, ab 18 Uhr, die erste „Zeller Nacht der Weinkultur mit Nacht der jungen Weine“ im historischen Rathaus von Zell. Während die Zeller Jungwinzer im Erdgeschoss in der „Nacht der jungen Weine“ ihre 2009er präsentieren, werden auf allen Ebenen des „gläsernen Rathauses“ Erlebnisse rund um Wein, Literatur, Kunst, Handwerk und Kulinarischem geboten. Die Gäste können ihren Geruchssinn an einer Sensorikbar testen oder erleben, wie Schieferschmuck entsteht oder eine Künstlerin Fassdauben in Kunstwerke verwandelt. Lesungen von Mosel-Literatur, Vorführungen im Küferhandwerk und im Zigarrenrollen sowie eine Weinetiketten-Ausstellung stehen ebenfalls auf dem Programm.

Offiziell wird die Mosel WeinKulturZeit im Rahmen des SWR 4-Wandertages im Fachwerkdorf Enkirch unter Mitwirkung des Vorsitzenden Adolf Schmitt und der Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen am Sonntag, dem 25. April 2010, eröffnet. Das Programm beginnt um 9 Uhr am Moselufer. Drei Weinwandererouten mit geführten Touren und ein Bühnenprogramm werden angeboten.

Mehr dazu lesen Sie an anderer Stelle dieser DWZ-Ausgabe.



Das komplette Programm der Mosel WeinKulturZeit gibt es im Internet unter www.mosel-weinkulturzeit.de und in gedruckter Version kostenlos beim Moselwein e. V., Gartenfeldstraße 12a, 54295 Trier, Telefon 0651/710280, Fax 0651/45443, E-Mail: info@weinland-mosel.de.

Neue Werbemittel

Das Team des Moselwein e. V. hat das Sortiment an Werbemitteln um weitere Artikel im Design der Dachmarke Mosel ergänzt. Allen Mitgliedern geht mit der Einladung zur Mitgliederversammlung die entsprechende Ergänzung zum vorliegenden Werbemittelkatalog zu. Ab sofort sind z. B. Weinuntersetzer sowie Tischsets mit Mosellauf im Dachmarkendesign erhältlich. Neu gestaltet sind zudem die Serviertablets, Menü- und Weinkarten sowie Rechnungsblocks. Ganz neu im Programm sind eine Fleecejacke mit Mosel-Logo sowie ein 3er-Weinpräsentkarton. Das T-Shirt „Riesling-Spezialist“ ist wieder erhältlich.

Alle Mitglieder des Moselwein e. V. kommen in den Genuss von vergünstigten Preisen. Nichtmitglieder zahlen bei den meisten Artikeln 20 Prozent mehr.

Jeder Werbemittelkatalog enthält ein Fax-Bestellformular. Dieses Formular kann auch im Internet unter www.weinland-mosel.de (Rubrik Mitgliederservice) heruntergeladen werden. Die Werbemittel können aber auch im Direktverkauf in der Geschäftsstelle in Trier bezogen werden. Bei der Weinprüfstelle der Landwirtschaftskammer in Wittlich (Haus der Landwirtschaft, Friedrichstraße) ist ein Teilsortiment erhältlich, ebenso bei verschiedenen Wiederverkäufern in der Region. Informationen zum Werbemittelangebot gibt gerne das Team des Moselwein e. V., Telefon 0651/710280, E-Mail: info@weinland-mosel.de.

Mosel-Riesling ist für Südkoreaner cool

Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen und Ökonomierat Adolf Schmitt, Vorsitzender des Moselwein e. V., warben in Südkorea für das Weinanbaugebiet und die Weine von Mosel, Saar und Ruwer. Die Weinwerbung Mosel organisierte die Absatzförderungsmaßnahmen in Zusammenarbeit mit der Koreanisch-Deutschen Handelskammer in Seoul. Adolf Schmitt zog eine sehr positive Bilanz der Werbemaßnahmen.

Zentrale Veranstaltung war eine Präsentation in der Residenz des Deutschen Botschafters in Seoul. Dort wurden Weinimporteuren, Händlern, Sommeliers und Medienvertretern die Produkte von Mosel, Saar und Ruwer nahe gebracht. Auf dem Reiseprogramm standen zudem vier weitere Präsentationen und Weinseminare für Multiplikatoren, unter anderem im RitzCarlton-Hotel in Seoul.

„Südkorea hat sich in wenigen Jahren zu einer der bedeutendsten Industrienationen der Welt entwickelt. Vom Bruttosozialprodukt her liegt es auf Platz 12 in der Welt – und das bei nur 48 Millionen Einwohnern. Hinsichtlich der Bevölkerungszahl ist



Der deutsche Botschafter Dr. Hans-Ulrich Seidt (links) rief das Jahr 2010 spontan zum „Riesling-Jahr in Südkorea“ aus. Mit im Bild Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen, Vorsitzender Adolf Schmitt und die Gattin des Botschafters (rechts).

es mit Spanien zu vergleichen, doch ist das Zukunftspotenzial Koreas deutlich größer, da die industrielle Leistungsfähigkeit bedeutend höher ist“, erklärt Adolf Schmitt, weshalb Südkorea ein interessanter Markt für die heimische Weinwirtschaft ist. Die Südkoreaner konsumieren zunehmend Wein. Wurden im Jahr 1990 pro Kopf nur 0,06 Liter Wein konsumiert, waren es im Jahr 2007 schon 1,02 Liter. Adolf Schmitt geht davon aus, dass in Folge eines Freihandelsabkommen zwischen EU und Südkorea der Weinkonsum in dem asiatischen Staat steigen wird.

Die Weinwerbung Mosel will die koreanischen Weinfreunde auf die charakteristischen Steillagen-Rieslinge von Mosel, Saar und Ruwer aufmerksam machen, die zur Küche der asiatischen Länder sehr gut passen. Neben lieblichen Weinen stellten die Moselaner auch trockene, halbtrockene und feinherbe Weine vor. Die Verbindung von Wein und Essen ist in Südkorea besonders wichtig, da es üblich ist, Wein im Restaurant nur zum Essen zu trinken. Vorsitzender Schmitt sieht die besondere Herausforderung darin, das Image vom süßen Moselwein zu ändern und den Koreanern zu vermitteln, dass von der Mosel auch hervorragende trockene und feinherbe Gewächse kommen, die sich bestens als Essensbegleiter eignen.

Die Resonanz auf die Werbeveranstaltungen war sehr gut. Der Deutsche Botschafter Dr. Hans-Ulrich Seidt in Seoul sei ein begeisterter Riesling-Freund, berichtete Adolf Schmitt. Der Botschafter habe in seinen Ansprachen Mosel-Riesling als „cool“ bezeichnet und spontan das Jahr 2010 zum „Riesling-Jahr“ ausgerufen. Der Botschafter wolle sich auch in Zukunft mit eigenen Veranstaltungen für deutsche Weine einsetzen, um dem in Südkorea herrschenden Rotwein-Boom entgegenzuwirken. Zudem habe Dr. Seith die Vertreter deutscher Firmen in Südkorea aufgerufen, verstärkt deutschen Riesling bei Firmenveranstaltungen und als Präsente einzusetzen.

Die Weinwerbung Mosel hat für die Absatzförderung in Südkorea ihre Informationsbroschüre über

das Anbaugebiet in Koreanisch übersetzen lassen. Interessierte Exportbetriebe erhalten die Broschüre in Koreanisch in der Geschäftsstelle der Weinwerbung kostenlos.

Auch in Japan, dem wichtigsten asiatischen Markt für Moselweine, plant der Moselwein e. V. in diesem Jahr Aktionen zur Absatzförderung. Eine Reihe von Seminaren und Veranstaltungen ist dort für Mai und Juni geplant. Neben der Informationsbroschüre lässt die Weinwerbung auch das Buch „Terroir an Mosel, Saar und Ruwer“ in Japanisch übersetzen, um Weinfachleuten und Händlern die Besonderheiten des Moselweines näher zu bringen. Die Werbemaßnahmen des Moselwein e. V. in Südkorea und Japan werden vom rheinland-pfälzischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau mit Zuschüssen aus einem Programm zur Absatzförderung in Drittlandsmärkten unterstützt. Drittlandsmärkte sind Exportmärkte außerhalb der Europäischen Union. Förderanträge zur Absatzförderung in Drittlandsmärkten können auch Betriebe der Weinwirtschaft stellen. Informationen und Antragsformulare gibt es im Internet auf den Seiten des Wirtschaftsministeriums unter www.mwvlw.rlp.de (Rubrik Weinbau).

Der Beste Schoppen 2010: Jetzt Weine anmelden

Der Wettbewerb „Der Beste Schoppen“ 2010 für das Weinanbaugebiet Mosel startet im

April. Gastronomie- und Hotelbetriebe an Mosel, Saar und Ruwer sowie in Eifel und Hunsrück erhalten die Ausschreibungsunterlagen. Teilnehmen können alle konzessionierten Gastronomiebetriebe, die Weine von Mosel, Saar und Ruwer im offenen Ausschank führen – auch aus ganz Deutschland und dem Ausland. Die Weine müssen bis 23. April 2010 angemeldet werden.

Träger des Wettbewerbes sind der Moselwein e. V., die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, die Industrie- und Handelskammer Trier, das DLR Mosel und der Hotel- und Gaststättenverband Rheinland. Der Wettbewerb dient der Stärkung der Zusammenarbeit von Gastronomie und Weinwirtschaft sowie der Qualitätssteigerung der Schoppenweine. Auch Winzer, die die Gastronomie beliefern können hier aktiv werden. Sie können Gastronomen und Hoteliers, die ihre Weine im offenen Ausschank führen, auf den Wettbewerb hinweisen und darauf hinwirken, dass von Gastronomie-seite die entsprechenden Weine zum Wettbewerb angemeldet werden. Denn auch die Lieferanten profitieren davon, wenn „ihre“ Gastronomen mit den entsprechenden Weinen im Wettbewerb Erfolg haben.

Der Wettbewerb, der zum zwölften Mal seit 1999 ausgerichtet wird, spielt auch in der Regionalinitiative Mosel eine Rolle. Gastronomiebetriebe, die sich als Qualitätsbetrieb der Dachmarke Mosel zertifizieren lassen wollen, müssen sich am Wettbewerb „Der Beste Schoppen“ beteiligen. Zu einem Qualitätsgastgeber der Mosel-Region gehört auch der Ausschank prämierter Schoppenweine von Mosel, Saar und Ruwer.

Neben den bisherigen sieben Kategorien (Elbling trocken, Rivaner trocken, Riesling trocken, halbtrocken und lieblich, Weiße Burgundersorten trocken und Rotwein trocken) wird in diesem Jahr eine achte Kategorie eingeführt – für Rosé, Weißherbst und Blanc de noir bis 18 Gramm Restzuckergehalt pro Liter. Damit wird der zunehmenden Beliebtheit von diesen Weinen Rechnung getragen. In mehreren Regionalproben entlang der Mosel sowie in einer Finalprobe werden die besten Schoppenweine jeder Kategorie ermittelt und zu Siegerweinen gekürt. Alle positiv bewerteten Weine erhalten zu



Zahlreiche Importeure, Weinhändler, Sommeliers und Medienvertreter probierten bei der Mosel-Präsentation in der Deutschen Botschaft in Südkorea Steillagen-Riesling.

dem das offiziell anerkannte Prüfsiegel „Ausgezeichnet – Der Beste Schoppen“, das als Auszeichnung der Landesweinprämierung auf Flasche und Weinkarte verwendet werden darf. Betriebe, die seit mindestens drei Jahren im Wettbewerb die kontinuierlich hohe Qualität ihrer Schoppenweine unter Beweis gestellt haben, erhalten zudem die Auszeichnung „Haus der Besten Schoppen“. Interessierte Winzer erhalten im Internet unter www.derbesteschoppen.de Informationen und Anmeldeformulare zur Weiterleitung an „ihre“ Gastronomie- und Hotelbetriebe.

Moderater Weingenuss hilft gegen Volkskrankheiten

Moderater Weingenuss hilft gegen Volkskrankheiten und bietet Chancen zur Vorbeugung gegen Herzinfarkt, Demenz und Krebs. Dies berichtete Prof. Dr. med. Bernd Krönig im Rahmen eines Vortragsabends, zu dem der Ruwer-Riesling e. V. und der Moselwein e. V. gemeinsam in das Hotel-Weingut Weis in Mertesdorf eingeladen hatten. Die große Zahl von gut 100 Besuchern zeigte, wie groß das Interesse an dem Thema ist.

Professor Krönig, Vorsitzender des „Forums Wein und Gesundheit e. V.“, erläuterte eindrucksvoll, weshalb sich dank der gesundheitlich positiven Inhaltsstoffe (z. B. Polyphenole) mit einem regelmäßigen moderaten Weingenuss manchem schweren Krankheitschicksal vorbeugen lässt. Dies ist deshalb so bedeutsam, da die Todesursachenstatistik in Deutschland unverändert von Herz-Kreislauferkrankungen (43 Prozent) und Krebserkrankungen (25 Prozent) angeführt wird.

Dem Herzinfarkt liegt in der Regel eine höhergradige Verkalkung der Herzkranzarterien zugrunde, bei deren Entstehung sogenannte „oxydative Prozesse“ eine Rolle spielen. Mit dem antioxidativen Potenzial im Wein lasse sich – in Ergänzung zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil – nicht nur dem Herzinfarkt vorbeugen, so Krönig. Bis zu

einem gewissen Grad könne auch dem Auftreten einiger Krebserkrankungen entgegen gewirkt werden. Erfreulicherweise sei die Wirkung der Polyphenole, entgegen früherer Annahmen, nicht auf die Inhaltsstoffe im Rotwein begrenzt: im Weißwein kommen vergleichbare Substanzen vor, sodass beim Weingenuss ganz nach der persönlichen Vorliebe entschieden werden kann.

Selbst das oft tragische Schicksal etlicher älterer Mitmenschen, nämlich das Auftreten einer Demenz, könne bei dem ein oder anderen vermieden werden, wie durch etliche Studien belegt sei. Interessant seien hierzu auch neue tierexperimentelle Untersuchungen, die zeigten, dass die „Verklumpungen“ bestimmter Eiweißsubstanzen im Gehirn (die sogenannten Amyloid-Plaques) durch Polyphenole deutlich verringert werden können. Wie der Referent betonte, ist jedoch der moderate Weingenuss, am besten zu einer mediterranen Mahlzeit, entscheidend für die gesundheitlich positiven Wirkungen: als moderat werden für die gesunde Frau etwa 250 Milliliter und für den gesunden Mann 350 Milliliter Wein täglich angegeben. Jeder Form des Alkoholmissbrauchs, der allerdings ganz überwiegend beim Konsum von „Hochprozentigem“ zu finden sei, erteilte Prof. Krönig eine entschiedene Absage.

Die Veranstaltung, die von Karl Kirch vom Moselwein e. V. moderiert wurde, war durch kurze Beiträge sowohl der Gebietsweinkönigin Katharina Okfen wie der Ruwer-Weinkönigin Anne Biewer in ansprechender Weise untermalt worden. Der Vorsitzende des Ruwer-Riesling e. V., Frank-Stefan Meyer, unterstrich, wie wichtig die sachgerechte Information der Konsumenten durch den fachlich informierten Winzer sei.

Mosel-Weinkönigin bei ITB

Unmittelbar nach ihrer Rückkehr von der Werbe-reise nach Südkorea bestieg Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen das nächste Flugzeug. Ziel war dieses Mal die Hauptstadt Berlin. Dort warb

Katharina Okfen auf der Internationalen Tourismusmesse ITB am Stand der Mosellandtouristik für das Weinanbaugebiet Mosel als touristisches Ziel. Seit vielen Jahren kooperieren Weinwerbung und Mosellandtouristik bei solchen Messeauftritten im In- und Ausland, um sowohl für die Weine, als auch für Reisen an Mosel, Saar und Ruwer zu werben. Die Ferienregion Mosel-Saar ist die stärkste touristische Region in Rheinland-Pfalz. Zum Erfolg des Tourismus tragen die Winzer erheblich bei: Die ein-

drucksvolle Weinkulturlandschaft ist ein wichtiger Grund für viele Gäste, ins Gebiet zu reisen. Zudem sind rund 1.500 Winzer auch gleichzeitig touristische Leistungsträger mit Hotels, Ferienwohnungen, Pensionen, Restaurants und Weinstuben. Der Tourismus ist eine wichtige Absatzschiene für die Weine der Region.

Die Bedeutung des Weintourismus zeigte sich auch beim Moselkongress in Winningen, wo mehrere Weinbaubetriebe, die gleichzeitig Gastgeber sind, als Qualitätsbetriebe der Dachmarke Mosel ausgezeichnet wurden. Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen überreichte den Betrieben ihre Zertifikate.

25 Weinhoheiten beim Seminar

Impulse und Tipps für ihr ehrenamtliches Engagement erhielten 25 junge Frauen aus dem Weinanbaugebiet in einem Seminar, das die Weinwerbung Mosel veranstaltete. In der Akademie Kueschulte die ehemalige Deutsche Weinkönigin Lydia Bollig-Strohm die amtierenden und angehenden Weinmajestäten in Rhetorik, Redevorbereitung sowie Ansprachen und vermittelte Fachwissen rund um das Thema Wein. Die Weinwerbung bietet dieses Seminar an, um den jungen Frauen zu helfen, Unsicherheiten bei Auftritten als Weinrepräsentantin zu überwinden. Lydia Bollig-Strohm, die diese Schulung bereits seit Jahren erfolgreich für den Moselwein e. V. durchführt, gab den Teilnehmerinnen Antworten auf Fragen wie „Was kann ich für meine Gemeinde/Region tun?“, „Welches Fachwissen brauche ich?“, „Wo erhalte ich die Informationen?“ oder „Wie beschreibe ich Wein?“.

Deutscher Winzermarkt in Dänemark

Die Nykobing Falster Festwoche und das Deutsche Weininstitut Dänemark (Tysk Vinkontor) laden Winzer zur Teilnahme am Deutschen Weinmarkt und Weinfest vom 5. bis 7. August 2010 auf Falster ein. In der alten Kaufmannsstadt Nykobing auf der großen Insel Falster wird seit 15 Jahren jährlich die Festwoche gefeiert. Es ist ein großes 10-tägiges Volksfest mit Musikshows und Kunsthandwerkgeschäften und in diesem Jahr zum ersten Mal mit einem deutschen Winzermarkt. Die Gebühr für den Stand der gesamten Laufzeit von drei Tagen beläuft sich auf 700,- Euro (laut dem dänischen Mehrwertsteuergesetz wird hier keine dänische Mehrwertsteuer ausgewiesen).

Anfragen und Anmeldungen nimmt nur direkt das Tysk Vinkontor zu Händen Karin Hvidtfeldt entgegen: E-Mail: karin@tyskvinkontor.dk, Telefon 0045/36492288 oder Handy 0045/24634745. Anmeldeschluss ist der 10. April 2010. Detaillierte Information zum Fest, zu den technischen Vorgaben für den Weinstand und zur dänischen Wein- und Sektsteuer sowie ein Anmeldeformular sind auch beim Moselwein e. V., Telefon 0651/710280, E-Mail: info@weinland-mosel.de erhältlich.



Probe zum besten Schoppen.

Foto: Knebel