

Antike Badelandschaft wird zum Weinkeller

3.000 Besucher werden zu einer der beliebtesten Weinveranstaltungen in der Mosel-Region erwartet: Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz und Gebietsweinwerbung Moselwein e. V. laden in die Viehmarktthermen zum 18. Weinforum Mosel ein. Die antike Badelandschaft wird von Freitag bis Sonntag, 22. bis 24. Januar 2010, zum Weinkeller der Region, in dem Produkte von 110 Weinbaubetrieben von Mosel, Saar und Ruwer zur Probe stehen. Goldprämierte Weine der Landesweinprämierung sowie die Spitzengewächse von Staatsehrenpreisträgern stehen in den Viehmarktthermen im Fokus. Erstmals werden zudem im Rahmen eines grenzübergreifenden Mosel-Projektes Weine aus Luxemburg und Frankreich präsentiert. Erstmals wird das Weinforum in Trier nicht nur einen umfassenden Einblick in die Produktion der deutschen Mosel-Region geben. Rund 190 Weine der gesamten Mosel-Weinregion von Lothringen bis nach Koblenz stehen inmitten der antiken Mauern unter dem Viehmarkt zur Degustation. Schwerpunkt der Veranstaltung sind weiterhin prämierte Weine aus der Landesweinprämierung Rheinland-Pfalz. 110 Gewächse, von der Landwirtschaftskammer im Jahr 2009 mit Medaillen ausgezeichnet, wurden ausgewählt, um dem Gast die hohe Qualität der Erzeugnisse von Mosel, Saar und Ruwer zu vermitteln. Die Weine in diesem Forumsbereich sind nach Rebsorten und Geschmacksrichtungen sortiert: von Elbling über Rivaner und Burgundersorten bis hin zum Riesling, von trocken über feinherb und fruchtig bis zu edelsüß, von Winzersekt bis Auslese. Damit gibt das Weinforum Mosel auch Neulingen in Sachen Wein eine hervorragende Orientierung zu den Rebsorten und Weinstilen des Gebietes.

Ein weiterer, ebenfalls sehr attraktiver Bereich ist die bewährte Präsentation von Spitzenweingütern der Region. Die Weingüter mit der besten Gesamtleistung der Landesweinprämierung werden eingeladen, sich dem Publikum vorzustellen. Sieben Staatsehrenpreisträger und drei weitere Ehrenpreisträger sind mit insgesamt 58 Gewächsen beim Weinforum 2010 dabei. In diesem Bereich schenken die Winzer selbst ihre Weine aus und stehen den Besuchern als Ansprechpartner zur Verfügung. In der Sonderpräsentation „Staatsehrenpreisträger am Fluss“ werden zusätzlich trockene bis feinherbe Spezialitäten der Staatsehrenpreisträger des Jahres 2009 präsentiert, wie sie entlang des Mosellaufes gewachsen sind.

Die vor einigen Jahren beim Weinforum Mosel eingeführte Vorstellung von Gemeinschaftspräsentationen überschreitet erstmals Staatsgrenzen: Von der luxemburgischen und französischen Mosel werden jeweils zehn Weine vorgestellt. Diese Integration der Winzer aus den beiden Nachbarstaaten ist Ausdruck eines grenzübergreifenden Projektes, in dem Weinbauliche und staatliche Organisationen unter dem Titel „Terroir Moselle“ an einer gemeinsamen Präsentation der europäischen Mosel-Region arbeiten.

„Star“ des Weinforums ist die Rebsorte Riesling mit 141 Weinen in allen Varianten: Vom trockenen Steillagenriesling über feinherbe Weine bis hin zu den frucht- und edelsüßen Gewächsen. Die sensorische Reise durch die Weinwelt an Mosel, Saar und Ruwer bietet für jede Geschmacksrichtung etwas: mineralisch-trockene Weine, fruchtig-frische feinherbe Tropfen sowie frucht- und edelsüße Gewächse machen jeweils etwa ein Drittel der Präsentation aus. Die Weißweine stammen fast aus-



Die Deutsche Weinkönigin Sonja Christ (rechts) und die Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen (links) gratulieren der Siegerin, Winzerin Anne Boch vom Weingut Heribert Boch aus Trittenheim.
Foto: Moselwein e. V./Ansgar Schmitz

schließlich aus dem Jahrgang 2008, bei Sekt und Rotwein sind auch gereifte Jahrgänge zu finden. Fans trockener Weine finden viele interessante Produkte dieser Geschmacksrichtung, von Elbling und Rivaner über Weißburgunder über Riesling bis zu Rotweinen der Rebsorten Spätburgunder und Dornfelder. Die süße Seite des Gebietes ist vom dezent süßen, leichten Kabinett über eine große Auswahl an Spätlesen und Auslesen vertreten. Neun herausragende Winzersekte zeigen, dass die Mosel auch im Segment der Schaumweine Spitzenprodukte bietet.

Wie gut die heimischen Weine zur regionalen Küche passen, können die Gäste des Weinforums gleich in den Thermen testen. Das Team um Küchenchef Michael Krämer vom Hotel Zur Post in Kell am See serviert im Restaurationsbereich eine Auswahl kalter und warmer Gerichte. Ebenfalls zum Wein gehört das passende Mineralwasser. Regionalität steht auch hier mit Gerolsteiner Mineralwasser aus der Eifel im Vordergrund.

Landwirtschaftskammer und Moselwein e. V. rechnen wie in den Vorjahren mit rund 3.000 Besuchern beim Weinforum in Trier. Der Kartenvorverkauf (E-Mail: Karten@weinforum-trier.de oder Telefon 06571/9733-0) hat inzwischen eine große Bedeutung erlangt, denn die Karten gelten am Veranstaltungstag für Hin- und Rückfahrt als Bahnfahrkarte für alle Nahverkehrszüge der Strecke Koblenz-Trier-Koblenz sowie in allen Verkehrsmitteln (Bahn und Bus) des Verkehrsverbundes Region Trier (VRT). Besucher des Weinforums können also ihr Auto zu Hause lassen und die Weine in den Thermen unbeschwert genießen. Eine Eintrittskarte im Vorverkauf zu erwerben, empfiehlt sich auch deshalb, weil der Andrang teils so groß ist, dass an der Tageskasse keine Karten mehr verkauft werden.

Im Eintrittspreis (22,- Euro am Freitag und Sonntag, 25,- Euro am Samstag) sind die Verkostung aller Weine und Sekte, das exklusive Verkostungsglas „Mosel Classic“, ein Katalog zum Forum und der Eintritt in die Viehmarktthermen enthalten. Studenten erhalten zwei Euro Ermäßigung.

Für Firmen besteht die Möglichkeit, Kartenkontingente zu ermäßigten Konditionen zu bestellen. Die Öffnungszeiten: Freitag und Samstag von 14 bis 20 Uhr, Sonntag von 11 bis 18 Uhr. Weitere Informationen: www.weinforum-trier.de.



Die römischen Thermen am Viehmarkt in Trier bilden vom 22. bis 24. Januar 2010 wieder die eindrucksvolle Kulisse für das Weinforum Mosel.
Foto: Moselwein e. V./Ansgar Schmitz



Die erfolgreichen Winzer des Riesling Grand Prix mit den Weinmajestäten Sonja Christ und Katharina Ofken sowie Adolf Schmitt (rechts).
 Foto: Moselwein e. V./Ansgar Schmitz

Trockener Mosel-Riesling siegt

Ein trockener Steillagen-Riesling von der Mosel hat beim 6. Riesling Grand Prix in Trier den ersten Platz belegt. Das Publikum in der Arena Trier bewertete in der verdeckten Probe von 20 Weinen des Jahrgangs 2008 die Trittenheimer Apotheke Spätlese trocken des Weingutes Heribert Boch aus Trittenheim am höchsten. Auf Platz 2 folgte der Riesling Kalkstein trocken des Weingutes Braune- well aus Essenheim in Rheinhessen. Platz 3 ging an das Weingut Königshof in Boppard am Mittel- rhein für den 2008er Joseph's Riesling trocken.

Zwei weitere trockene Mosel-Rieslinge schafften es unter die Top Ten: Vorjahressieger Albert Kall- felz aus Zell-Merl (Mosel) erreichte mit seinem Merler Königsly Terrassen Großes Gewächs den fünften Platz. Das Weingut Steffen-Prüm aus Maring-Novian (Mosel) freute sich über Rang 7 für seine Grauschiefer Riesling Spätlese trocken. Die weiteren Platzierungen unter den ersten zehn gingen in die Pfalz, nach Baden, an die Nahe so- wie nach Österreich. Das Pfälzer Weingut Gaul aus Grünstadt belegte mit der Sausenheimer Honig- sack Spätlese trocken Platz 4. Der Slow Food Kling- elberger 1782 Spätlese trocken der Oberkircher Winzergenossenschaft (Baden) kam auf Rang 6. Der Riesling Setzberg Smaragd vom Mauriushof in Spitz (Wachau) erreichte Platz 8. Der 9. Rang ging an Nahe-Winzer Christian Bamberger aus Bad Sobernheim für seine Auslese trocken. Platz 10 gab es für den Riesling Steinhaus Kamptal Reserve DAC vom Weingut Steininger in Langen- lois/Kamptal.

In der Expertenwertung, die parallel zur Publi- kumswertung erfolgte, wurde auch der Trittenhei- mer Riesling von Heribert Boch Sieger. Zweiter war hier das Große Gewächs von Kallfelz, Dritter der Sausenheimer Honigsack von Gaul.

350 Gäste bewerteten in der Veranstaltung die 20 trockensten Rieslingweine des Jahrgangs 2008. Fünf Steillagen-Rieslinge der Mosel traten dabei gegen 15 Spitzengewächse aus 15 anderen deutschen und internationalen Weinbauregionen an. Die

Konkurrenz kam aus den Regionen Pfalz, Rhein- hessen, Rheingau, Nahe, Mittelrhein, Baden, Württemberg, Franken und Sachsen sowie aus Luxemburg und den österreichischen Regionen Wachau, Kamptal, Kremstal, Steiermark und Weinviertel. Die 20 Weine hatten sich im Wett- bewerb „Premium Select Wine Challenge“ der Zeitschrift „selection“ für den Riesling Grand Prix qualifiziert.

Werbemittel im Dachmarken-Design

Der Moselwein e. V. hat sein Werbemittelangebot für die Weingastronomie nun komplett auf das Design der Dachmarke Mosel umgestellt. So sind ab sofort auch Tischsets, Tischaufsteller, Wein- und Menükarten sowie Rechnungsblocks im neuen Design erhältlich. Das Werbemittelangebot für die Weingastronomie umfasst folgende Ar- tikel:

Tischset (Vorderseite mit Mosellauf, Rückseite für Verkostungsnotizen): Stück 0,20 EUR/0,16 EUR (Mitgliedspreis); Tischaufsteller (beidseitig be- schriftbar): Stück 0,30 EUR/0,24 EUR (Mitglieds- preis); Wein-/Menükarte (beidseitig bedruckbar): Stück 0,35 EUR/0,28 EUR (Mitgliedspreis); Wein- untersetzer: 100 Stück 3,50 EUR/2,80 EUR (Mit- gliedspreis); 1.000 Stück 31,25 EUR/25,00 EUR (Mitgliedspreis); Rechnungsblock: 10 Stück 3,75 EUR/3,00 EUR (Mitgliedspreis); Papiertrage- taschen (Tragkraft: 3 Flaschen): 25 Stück 5,75 EUR/4,60 EUR (Mitgliedspreis); 150 Stück 31,25 EUR/25,00 EUR (Mitgliedspreis); Kellnermesser: Stück 4,00 EUR/3,20 EUR (Mitgliedspreis); Sekt- flaschenverschluss: Stück 2,50 EUR/2,00 EUR (Mitgliedspreis); Serviertablett: Stück 12,00 EUR/9,60 EUR (Mitgliedspreis); Drop-Stop: Stück 1,50 EUR/1,20 EUR (Mitgliedspreis); Servietten: 300 Stück 12,00 EUR/9,60 EUR (Mitgliedspreis).

Weitere Werbemittel, wie T-Shirts, Bistroschür- zen, Poster, Fahnen usw. finden Interessierte im Werbemittelkatalog der Weinwerbung, der allen Mitgliedern zugesendet wurde, oder unter [www. weinland-mosel.de](http://www.weinland-mosel.de). Ab Januar ist eine Fleecejacke

(schwarz mit Logo-Stickerei) neu im Sortiment. Außerdem wird dann aufgrund großer Nach- frage das T-Shirt „Rieslingspezialist“ erhältlich sein.

Impulse für Weinhoheiten – Weinwerbung bietet Tagesseminar

Neue Impulse für ein zeitgemäßes Auftreten als Weinkönigin vermittelt ein Tagesseminar, das die Weinwerbung Moselwein e. V. am Samstag, dem 13. März 2010, von 9 bis ca. 17 Uhr, in der Akade- mie Kues in Bernkastel-Kues veranstaltet. Die Schulung, die von der ehemaligen Deutschen Weinkönigin Lydia Bollig-Strohm geleitet wird, richtet sich an alle angehenden und amtierenden Ortsweinköniginnen sowie an die Bewerberinnen um das Amt der Mosel-Weinkönigin. Der Work- shop soll den jungen Frauen helfen, Unsicherhei- ten bei Auftritten als Weinrepräsentantin zu über- winden und motiviert in ihr Amtsjahr zu starten. Lydia Bollig-Strohm, die diese Schulung bereits seit Jahren erfolgreich leitet, wird den jungen Fra- uen auch Antworten auf Fragen wie „Was kann ich für meine Gemeinde/Region tun?“, „Welches Fachwissen brauche ich?“, „Wo erhalte ich die In- formationen?“ oder „Wie beschreibe ich Wein?“ geben. Weitere Schwerpunkte sind die Bereiche Rhetorik, Redevorbereitung, Ansprache und selbstbewusstes Auftreten. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Kosten für die Schulung inklusive Unterlagen/Mittagessen und Getränke betragen pro Person 70,- Euro.

Weitere Informationen und Anmeldeunterlagen beim Moselwein e. V., Kerstin May, Gartenfeld- straße 12a, 54295 Trier, Telefon 0651/71028-17, Fax 0651/45443, E-Mail: km@weinland-mosel.de.

Zuschüsse zu Weiterbildung

Winzerinnen und Winzern, die sich in Sachen Marketing weiterbilden und ihren Betrieb weiter entwickeln wollen, wird im Rahmen der Bildungs-



Die neuen Werbemittel des Moselwein e. V. für den Bereich Gastronomie mit dem Logo „Mosel WeinkulturLand“. Foto: Moselwein e. V.



Schieferschmuck von der Mosel für die Deutsche Weinkönigin: Schmuckdesignerin Christine Müller aus Osann legt Sonja Christ das Schiefer-Collier um.
Foto: Moselwein e. V./Ansgar Schmitz

initiative Weinland Rheinland-Pfalz wieder ein umfangreiches Seminarprogramm geboten. Angeboten werden zahlreiche Seminare zu den Themen „Marketing“, „Unternehmens- und Organisationsentwicklung“ sowie „Persönlichkeits- und Personalentwicklung“. Als Anerkennung dafür, dass unsere Mitglieder ihre wertvolle Arbeitszeit für Fortbildung opfern, gewähren das Ministerium und die Gebietsweinwerbungen mit Unterstützung der Volksbanken und Raiffeisenbanken Rheinland-Pfalz eine großzügige Förderung. Mitgliedern des Moselwein e. V. werden so bis zu 40 Prozent der Gesamtkosten eines Seminars zurück erstattet. Die detaillierten Förderbedingungen sind der Internetseite der Bildungsinitiative Weinland Rheinland-Pfalz zu entnehmen: www.bildungsinitiative-rlp.de. Anstelle einer Broschüre wird das Seminarangebot der Bildungsinitiative durch Veröffentlichungen in der DWZ und anderen Medien sowie im Internet bekannt gegeben.

Schieferschmuck von der Mosel für die Deutsche Weinkönigin

Die Deutsche Weinkönigin Sonja Christ trägt neben ihrer Krone ein weiteres Schmuckstück, das ihre Verbundenheit zum Wein dokumentiert. Die Schmuckdesignerin Christine Müller aus dem Weinort Osann an der Mosel überreichte der Deutschen Weinkönigin einen aus Schiefer, Brillanten und Perlen gefertigten Halsschmuck. Christine Müller begann unmittelbar nach der Wahl von Sonja Christ mit der Fertigung des Unikates. Der Schieferstein stellt eine Weinampore dar, die von einer Rebenranke gekrönt wird, so die Designerin. Süßwasserperlen symbolisieren die Weinblüte, silberne und goldene Kugeln die Trauben, die Brillanten stehen für den Wein. Der Schmuck wird an einem mit Gold und Silber ummantelten Collier getragen. Die Goldschmiedearbeiten stammen von Ruth Steffny-Schröder aus Veldenz an der Mosel.

Seminar: Professionell auf Messen auftreten

Bevor die Saison der Messen und Präsentationen in aller Welt beginnt, bietet das Deutsche Weininstitut am Donnerstag, dem 25. Februar, 9 bis 17 Uhr, im Haus des Deutschen Weines in Mainz zum sechsten Mal ein Seminar zum Thema „Professionalität und Freundlichkeit auf Messen“ an. Die Teilnahme an Messen und Präsentationen im In- und Ausland ist für viele Weinvermarkter eine kostspielige und zeitaufwändige Maßnahme zur Kontaktabbauung und -pflege. Deshalb sollte man jeden Auftritt gut planen, um mit einem optimalen Ergebnis in den heimischen Betrieb zurück zu kehren. Dazu gehören nicht nur ein freundlicher Messestand und attraktive Produkte, sondern auch ein Messteam, das professionell und flexibel auf die jeweilige Situation eingehen kann.

Das Deutsche Weininstitut bietet deshalb zum sechsten Mal ein Seminar an, das von den Teilnehmern als wichtige Zusatzinformation zu bereits gemachten Erfahrungen eingestuft wurde. Unter dem Titel „Professionalität und Freundlichkeit auf Messen“ wird Max M. Gläseke von der erfahrenen Beratungs- und Weiterbildungsagentur HITS Trainings- & Marketingsysteme mit bis zu zwölf Teilnehmern verschiedene Situationen vorstellen und durchspielen. Ziel des Seminars ist es, die Teilnehmer weiter zu schulen, wie sie sich auf Messen und Präsentationen durch möglichst viele qualifizierte Gespräche gute Aussichten auf ein Zukunftsgeschäft erarbeiten.

Inhalte des Seminars sind: Kontaktaufnahme, Besucher und ihre Ziele, Messeaktivitäten, gewinnend kontaktieren, auf Messen verkaufen, Diversity-Management: interkulturelle Kompetenz am Messestand

Der Preis beträgt pro Teilnehmer 200,- Euro inklusive Mittagessen und Konferenzgetränken.

Die Seminarplätze werden nach Eingangsdatum der Anmeldung vergeben. Anmeldung bis spätestens 31. Januar 2010 per E-Mail senden an: Susanne.john@deutscheweine.de.

Anmeldefrist für „Mosel WeinKulturZeit“

Die Veranstaltungsreihe „Mosel WeinKulturZeit – Wein, Kultur und Genuss“ findet im Jahr 2010 vom 24. April bis 30. Mai statt. Wieder steht das Erleben der Mosel Weinkulturlandschaft im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihe, die weiterhin vom Moselwein e. V. und der Mosellandtouristik GmbH getragen wird. Der Moselwein e. V. als Projektleitung ruft alle Weinbau- und Tourismuskommunen, alle Winzer, weinbauliche Organisationen, Gastronomen sowie Kulturschaffenden auf, originelle und ansprechende Veranstaltungen und Angebote, die Ende April bis im Mai 2010 stattfinden, jetzt zu melden.

Anmeldeschluss ist der 15. Januar 2010. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Entscheidung über die Aufnahme von Veranstaltungen in das Programm behält sich die Projektleitung vor. Kriterien für Veranstaltungen sind: Verbindung von Weingenuss und Kulturprogramm; Aktiverlebnisse in der Weinkulturlandschaft.

Ziel des Projektes „Mosel WeinKulturZeit“ ist es, das Moselland noch stärker als Wein- und Tourismusregion mit einzigartiger, 2.000-jähriger Weinkulturlandschaft und besonderen Erlebnissen in dieser Landschaft rund um das zentrale Thema Wein zu profilieren. Wein- und Kulturveranstaltungen in den Weinbergen und an besonderen Orten – Burgen, Klöstern, römischen Kelteranlagen, historischen Weingütern und Kellern etc. – gehören ebenso dazu wie die Inszenierung der bestehenden, einzigartigen Angebote wie Themenrouten und Klettersteige sowie die Angebote der WeinErlebnisBegleiter. Die Verbindung mit kulinarischen Genüssen spielt natürlich weiterhin eine Rolle, so dass auch die regionale Gastronomie sich beteiligen kann. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die Verbindung von Wein, Kulinarischem und Kulturangeboten wie Literatur, Musik, bildende Kunst, Kabarett und Theater sowie das aktive Erleben der Weinkulturlandschaft an Mosel, Saar und Ruwer besonders hohen Zuspruch findet und neue Zielgruppen für den Moselwein erschließt.

Weitere Auskünfte und Anmeldeunterlagen beim Moselwein e. V., Christa Borne, cb@weinland-mosel.de und Kerstin May, km@weinland-mosel.de, Telefon 0651/71028-17, Fax 0651/45443, Internet: mosel-weinkulturzeit.de.

Korrektur: Falsche Spielszene beschrieben

In dem Bericht über die Wahl der Mosel-Weinkönigin 2009 in den Mitgliederseiten des Moselwein e. V. in der November-Ausgabe der DWZ wurde versehentlich eine Bühnenszene des Wahlabends falsch beschrieben. Kandidatin Anja Hofmann aus Klüsserath hatte es in der Spielszene des Improvisationstheaters „SponTat“ nicht mit asiatischen Fachbesuchern auf der Weinmesse ProWein zu tun. Vielmehr konnte Anja Hofmann in der Theaterszene mit ihrem umfassenden Fachwissen zum Moselwein die gespielten weininteressierten Besucherinnen aus Sachsen und Frankreich überzeugen. ■