

# Starke Weinwerbung ist unverzichtbar

## Mitgliederversammlung: Neues Kuratorium

Die Mitgliederversammlung des Moselwein e. V. hat ein neues Kuratorium gewählt. Diesem beratenden Gremium der Weinwerbung, das für drei Jahre gewählt wurde, gehören 19 Vertreter von Weinwirtschaft, Tourismus, Kammern und Kommunen aus dem gesamten Weinanbaugebiet an. Der Weinbauverband wird durch Walter Klüsserath aus Pölich, Bernhard Weich aus Rioll, Karl-Theo Haart aus Piesport, Daniel Theisen aus Nehren, Hildegard Moritz aus Pommern und Thomas Richter aus Winingen vertreten. Werner Kirchhoff (Bernkastel-Kues) und Kurt Kranz (Brauneberg) sind die Vertreter der Genossenschaft. Für die Weinkellereien und Weinkommissionäre sind Thomas Zimmermann, Zeltingen-Rachtig, und Egbert Philippi, Mehring, im Kuratorium. Die Industrie- und Handelskammer ist durch Albrecht Ehses repräsentiert, die Landwirtschaftskammer durch Dr. Stephan Reuter. Als neue Vertreterin der Versteigerungsringe wurde Heike Klüsserath aus Tritenheim gewählt. Die Mosellandtouristik ist durch Landrat Manfred Schnur, Kreis Cochem-Zell, vertreten. Für die Kommunalen Gebietskörperschaften sitzt künftig Dr. Alexander Saftig, Landrat des Kreises Mayen-Koblenz, in dem Gremium. Sandra Berweiler aus Leiwien, Bettina Salzmann aus Zell, Armin Appel aus Saarburg und Achim Schneiders aus Kröv wurden aus der Versammlung nominiert und ebenfalls einstimmig ins Kuratorium gewählt. Ökonomierat Adolf Schmitt, Vorsitzender des Moselwein e. V., betonte die Bedeutung der Weinwerbung auch für den Tourismus in der Region.

Viele der überregionalen Weinwerbemaßnahmen wie Anzeigen, Pressearbeit, Broschüren und Messeauftritte würden auch Urlauber an Mosel, Saar und Ruwer locken. Etwa 200.000,- Euro jährlich wende der Verein für die Förderung des Wein-tourismus auf.

Schmitt berichtete von steigenden Mitgliederzahlen. Dem Verein, der die Funktion der Gebietsweinwerbung ausfüllt, gehören knapp 1.100 Mitglieder an, davon 850 Weingüter und 99 Ortsgemeinden an Mosel, Saar und Ruwer. Die Mitgliederzuwächse wertet Vorsitzender Schmitt als Zeichen der Solidarität mit der Gemeinschaftswerbung. Die überwältigende Mehrheit der Winzer stehe hinter der Arbeit der Weinwerbung und den gesetzlichen Weinwerbeabgaben, die zwischenzeitlich sowohl durch das Urteil des Verwaltungsgerichtes Koblenz als auch durch zwei Rechtsgutachten als verfassungskonform bestätigt wurden.

„Ohne Gemeinschaftswerbung würde der deutsche Wein sein Gesicht und seine Stimme verlieren“, sagte Monika Reule, Geschäftsführerin des Deutschen Weininstitutes, die in ihrem Vortrag die Bedeutung der Weinwerbung herausstellte. Ein starkes, neutrales Gemeinschaftsmarketing sei unverzichtbar, denn die vielfältigen Solidaritätsgaben, die allen Winzern zugute kämen, könne der einzelne Betrieb nicht leisten.

Im Geschäftsjahr 2009 erwirtschaftete der Verein einen Überschuss von rund 196.000,- Euro, berichtete Christian Laros von der Geschäftsstelle, der den Mitgliedern die Vereinsfinanzen im vergangenen sowie im laufenden Jahr vorstellte. Ein-

nahmen von knapp 1,17 Millionen Euro standen Ausgaben von rund 980.000,- Euro entgegen. Auf Antrag des Rechnungsprüfers Günter Herres aus Klüsserath, der eine einwandfreie Buchführung feststellte, erteilte die Versammlung dem Vorstand und der Geschäftsführung einstimmig Entlastung.

Für das Jahr 2010 legten Vorstand und Geschäftsführung des Moselwein e. V. einen Haushaltsplan vor, der einstimmig angenommen wurde. Der Etat sieht Einnahmen in Höhe von rund 1,17 Millionen Euro und Ausgaben von 1,26 Millionen Euro vor. Die Differenz wird durch den Überschuss von rund 90.000 Euro aus dem Jahr 2008, der aus der Rücklage entnommen wird, ausgeglichen. Rund 60 Prozent der Einnahmen erhält der Verein aus den Pflichtabgaben der Winzer, 40 Prozent erwirtschaftet die Organisation selbst. Jeder Euro aus Abgaben und Mitgliedsbeiträgen werde damit für Werbemaßnahmen zugunsten des Anbaugebietes und seiner Weine investiert, so Geschäftsführer Ansgar Schmitz in seinem Geschäftsbericht. Das Eventmarketing nimmt den größten Teil des Budgets ein. Bei rund 200 Veranstaltungen, Messen und Präsentationen im Jahr – von Trier bis Tokio, von Berlin bis Brüssel – ist der Moselwein e. V. beteiligt. Wichtige Projekte in der Region sind die Veranstaltungsreihe Mosel WeinKulturZeit, der Gastronomiewettbewerb „Der Beste Schoppen“, das Weinforum und die Wahl der Weinkönigin. Weitere Bereiche der Weinwerbung sind Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigenwerbung für die Mosel und ihre Weine im In- und Ausland sowie Verkaufsförderung und Werbemittelservice für die Winzer. Die Nachfrage nach den Werbemitteln im Design der Dachmarke Mosel, von Tischdecken bis zu Bekleidung, sei groß, berichtete Christian Laros. Vorsitzender Schmitt wertete das als Beweis für die gute Akzeptanz der Weinwerbung durch die Winzer.

Extrem hoher Nachfrage erfreuen sich auch die Informationsbroschüren, die der Moselwein e. V. herausgibt. Die Imagebroschüre „Das Weinanbaugebiet Mosel“ wurde aktuell in einer neuen Auflage von 50.000 Stück produziert, so Ansgar Schmitz. Die Nachfrage ist aufgrund von Pressearbeit und Werbemaßnahmen (Imagewerbung in großen Zeitungen in Deutschland und Belgien) sehr hoch. So gingen im Frühjahr nach Anzeigenwerbung täglich bis zu mehreren Hundert Anfragen nach Informationsmaterial über das Weinanbaugebiet in der Geschäftsstelle der Weinwerbung ein. Zudem setzt der Moselwein e. V. die Broschüren auch bei vielen Veranstaltungen im In- und Ausland ein. Der Weinreiseführer Mosel erscheint in diesem Jahr in einer überarbeiteten Neuauflage.

## Weinbroschüre in asiatischen Sprachen erhältlich

Die Informationsbroschüre „Das Weinanbaugebiet Mosel“ ist nun auch in den Sprachen Japanisch und Koreanisch vorrätig. Ebenso wie die Bro-



Der Informations- und Werbemittelstand der Weinwerbung findet bei allen Veranstaltungen großes Interesse der Mitglieder und Besucher.  
Foto: Moselwein e. V./Ansgar Schmitz

schüre in Deutsch, Englisch und Niederländisch kann das Heft in den asiatischen Sprachen von Mitgliedsbetrieben kostenlos angefordert werden. Bei Werbemaßnahmen in Korea und Japan wurden die neuen Werbemittel bereits eingesetzt.

## Tausende Weinwanderer unterwegs

Der Auftakt der Mosel WeinKulturZeit war ein voller Erfolg: Tausende von Wanderer entdeckten bereits am ersten Wochenende der Veranstaltungsreihe die 2.000-jährige Weinkulturlandschaft bei Veranstaltungen unter dem Motto „Wandern wo der Wein wächst“. Allein beim SWR 4-Wandertag in Enkirch, bei dem Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen und Adolf Schmitt als Vorsitzender des Moselwein e. V. den offiziellen Startschuss zur Mosel WeinKulturZeit gaben, wanderten rund 2000 Menschen zwischen den Reben in den Steillagen.

Winzer, Weinerlebnisbegleiter und Gästeführer boten im gesamten Weinanbaugebiet eine Reihe von Touren an: in Luxemburg, an Saar und Südlicher Wein-Mosel, an der Mittel- und Terrassenmosel. „Auf den Spuren der Ur-Mosel“ ging es durch die Brauneberger Steillagen, in Bernkastel führte eine „Themenwanderung durch den teuersten Weinberg Deutschlands“, in Trier ging es auf den Spuren von Kaiser Konstantin und anderen Römern vom Dom zu Weinbergen und Petrisberg, in Neumagen stand ein „Kulinarischer Rundgang“ entlang archäologischer Funde durch den ältesten Weinort Deutschlands auf dem Programm. Die heilende Wirkung der „Tränen der Reben“, die schon Plinius Secundus und Hildegard von Bingen bei der Behandlung von Hautkrankheiten nutzten, lernten Wanderer auf einer Führung durch „Piesporter Goldtröpfchen“ und römische Kelteranlage in Piesport kennen. Käse, Wein und Römer waren Thema einer Tour von Mannebach im Saargau zum römischen Tempelbezirk Tawern. Und auch am steilsten Weinberg Europas, dem Bremmer Calmont, standen Römer und Steillagenweinbau bei



*Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen gibt auf der SWR 4-Bühne in Enkirch den Startschuss zur Mosel WeinKulturZeit; Adolf Schmitt freut sich, Moderator Hermann Jäger geht in Deckung.*

*Foto: Ansgar Schmitz*

einer weinkulinarischen Führung vom römischen Höhenheiligtum über den Klettersteig im Mittelpunkt.

Auch die weiteren Veranstaltungen der Mosel WeinKulturZeit zogen viele Tausende Besucher in die Weinorte und Weinberge. Bei den Gewinner Kunsttagen stellten Künstler in Weingütern und Kellern Skulpturen, Gemälde und Kunstinstallationen aus. Der „Gewinner Uhlen“ wurde im Rahmen der Kunsttage anlässlich des 100-jährigen Bestehens des VDP eine Woche lang jeden Abend von Künstler Ingo Bracke kunstvoll illuminiert. In Saarburg, Enkirch, Traben-Trarbach und Hatzenport genossen viele Gäste die Verbindung von Literatur und Steillagen-Riesling, in Klotten, Kinheim und Longuich wurde Kabarett zum Wein serviert. Musikalische Events in Weingütern, so in Klüsse-

rath, Lieser und Wehlen, und sogar auf dem Römerweinschiff Stella Noviomagi gehörten ebenfalls zum Programm, wie weinhistorische Touren oder Kräuterwanderungen durch Steillagen.

Die Mosel WeinKulturZeit 2011 findet voraussichtlich vom 23. April bis 29. Mai statt. Interessierte Betriebe können weinkulturelle Veranstaltungen schon frühzeitig anmelden. Kontakt: Moselwein e. V., Kerstin May, E-Mail: km@weinland-mosel.de.

## Premiere war voller Erfolg

Die erste „Zeller Nacht der Weinkultur“ – gemeinsam veranstaltet von Stadt Zell, Zeller Jungwinzern, der Zellerland Tourismus GmbH und der Weinwerbung Mosel – fand große Resonanz. Fast 300 begeisterte Besucher erlebten im Rathaus der Moselstadt zum Auftakt der Veranstaltungsreihe Mosel WeinKulturZeit eine bislang einmalige Präsentation. Stadtbürgermeister Hans Schwarz und Ökonomierat Adolf Schmitt, Vorsitzender des Moselwein e. V., begrüßten zahlreiche Ehrengäste. Adolf Schmitt dankte dem Gerolsteiner Brunnen und den Sparkassen Trier und Mittelmosel für die Unterstützung der Mosel WeinKulturZeit. Kreisbeigeordneter Hans-Jürgen Sehn würdigte die Arbeit der Winzer für den Erhalt der Weinkulturlandschaft, während Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen die Veranstaltungsreihe Mosel WeinKulturZeit eröffnete und zu mehr als 60 weiteren Weinkulturerlebnissen an Mosel, Saar und Ruwer einlud. 17 Zeller Jungwinzer stellten in der „Nacht der jungen Weine“ den 2009er Jahrgang mit über 100 Weinen vor. Auf allen Ebenen des gläsernen Rathauses gab es zudem Weinkultur und kulinarische Genüsse in vielfältigen Facetten zu erleben: Malerin Heidi Bogner aus Traben-Trarbach präsentierte ihre Kunstwerke auf Fassdauben, Designerin Christine Müller aus Osann begeisterte mit ihrem Schieferschmuck, Wein und Literatur der Mosel- und Hunsrückregion verbanden sich in mehreren Lesungen regionaler Autoren und Mundartdichter. Interessant war auch die



*An Info-Punkten im Weinberg informiert die ehemalige Mosel-Weinkönigin Janine Reichert (Foto) und die amtierende Majestät Katharina Okfen die rund 2.000 Wanderer beim SWR 4-Wandertag in Enkirch über den Steillagenweinbau.*

*Foto: Ansgar Schmitz*



*Freuen sich auf Wein- und Kulturgenuss (von links): Adolf Schmitt, Mosel-Weinkönigin Katharina Okfen, Stadtweinkönigin Zell, Mosel-Weinprinzessinnen Ramona Sturm und Michaela Zimmermann sowie Stadtbürgermeister Hans Schwarz.*

*Foto: Ansgar Schmitz*



Käthe Mertes aus Wittlich erläutert Günter Wölfges, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Mittelmosel, und dessen Ehefrau (links) sowie der Landtagsabgeordneten Rita Wagner die Zigarrenherstellung, die auch einst in Zell betrieben wurde.  
Foto: Ansgar Schmitz

Ausstellung kunstvoll gestalteter Weinetiketten aus der Zeit von etwa 1840 bis heute. Die Harmonie von Mosel-Steillagen-Riesling mit Eifeler Ziegenkäsen demonstrierte der Vulkanhof aus Gillenfeld, die Verbindung von Moselwein und Schokoladenspezialitäten ließ sich bei Konditormeister Norbert Stülß aus Zell genießen. Zum Programm gehörten auch eine Sensorik-Bar und die Präsentation alter Handwerkskunst wie das Zigarrendrehen, Korbbinden und Fassherstellung sowie von kulinarischen Produkten der Mosel-Region wie Wildspezialitäten, Senf und Traubenkernöl. Die Resonanz der Gäste war ausnahmslos positiv: Sie lobten das vielfältige Angebot und den Erlebnischarakter.

Nach der erfolgreichen Premiere soll es auch im nächsten Jahr eine Zeller Nacht der Weinkultur mit Nacht der jungen Weine geben.

## Mosel-Shirts nun auch für Kinder erhältlich

Das Werbemittelangebot des Moselwein e. V. ist um T-Shirts in Kindergrößen erweitert worden.



Künstlerin Heidi Bogner zeigt einem Besucher ihre Flaschenbilder auf Fassdauben.  
Foto: Ansgar Schmitz

Neben den beliebten Fleece-Jacken, „Riesling Spezialist“-T-Shirts, Polo-Shirts und Damen-Shirts hat das Team der Weinwerbung nun aufgrund entsprechender Nachfrage auch Kinder-T-Shirts von „Fruit of The Loom“ im Sortiment. Folgende Größen sind verfügbar: 90, 104, 116, 128, 140, 152. Der Verkaufspreis für Mitglieder beträgt sechs Euro, für Nichtmitglieder 7,50 Euro.

Das komplette Werbemittelangebot findet sich im Werbemittelkatalog, der allen Mitgliedern zugesendet wurde, oder auf der Internetseite [www.weinland-mosel.de](http://www.weinland-mosel.de). Dort gibt es auch Bestellformulare. Weitere Informationen bei Jens Krebs oder Kerstin May, Telefon 0651/71028-0.

## Der Beste Schoppen: Probentermine im Juni

Die Regionalproben im Qualitätswettbewerb „Der Beste Schoppen“ finden im Juni in Trier, Klotten und Graach statt. Dazu werden die Gastronomen, die ihre Schoppenweine eingereicht haben, eingeladen. Das Reglement des Wettbewerbs wurde so geändert, dass nur Weine aus Gastronomiebetrieben, die mit mindestens einem Vertreter an den Regionalproben teilnehmen, auch Siegerwein werden können. Die Gastronomen dürfen zudem ihre Lieferanten aus der Weinwirtschaft zu den Probeterminen mitbringen.

Probiert wird in verdeckter Probe. Die Proben sollen auch dazu dienen, das Qualitätsbewusstsein in der Gastronomie und der Winzerschaft weiter zu stärken und die Zusammenarbeit der Branchen zu intensivieren. Qualitativ gute offene Weine in der

Gastronomie sind ein wichtiger Faktor für ein gutes Image der Weinregion, denn vor allem Touristen kommen in der Gastronomie meist erstmals mit den regionalen Weinen in Kontakt. Ein positiver erster Eindruck ist daher sehr wichtig für das Interesse der Gäste am Wein.

Die Regionalproben finden wie folgt statt: 8. und 9. Juni 2010, Trier, Tagungszentrum der IHK; 14. bis 17. Juni 2010, Klotten, Gemeindehaus; 21. bis 24. Juni 2010, Graach, Matheiser Hof. Beginn ist jeweils um 14 Uhr. Weitere Informationen zum Wettbewerb unter [www.derbesteschoppen.de](http://www.derbesteschoppen.de).

## Ausstellung historischer Weinkarten

Eine Ausstellung historischer Weinkarten ist noch bis zum 11. Juni 2010 in der Hauptstelle der Sparkasse Mittelmosel in Bernkastel-Kues (Cusanusstraße) zu sehen. Gezeigt werden Gastronomie-Weinkarten aus dem 19. und frühen 20. Jahrhundert aus der Sammlung von Manfred Rauscher, Wuppertal. Zudem wird die Broschüre „Moselwein zur Blütezeit“ präsentiert, die von der Europäischen Akademie für Wein und Kultur e. V., Trier, herausgegeben wurde. Diese Broschüre befasst sich mit der Blütezeit des Weinbaus an Mosel, Saar und Ruwer in der Zeit um 1900. In der Broschüre, die bei der Weinwerbung Moselwein e. V. und dem Weinbauamt Wittlich der Landwirtschaftskammer erhältlich ist, sind auch einige Weinkarten aus der Sammlung Rauscher abgedruckt. Diese gastronomischen Weinkarten aus Frankfurt, Berlin, München und London belegen, dass um 1900 Steillagen-Rieslinge von Mosel, Saar und Ruwer teurer waren als die berühmtesten Bordeaux und Burgunder. Ein Teil der kunstvoll gestalteten Original-Weinkarten aus der Sammlung Rauscher sind nun in Bernkastel-Kues zu sehen.

Die Ausstellung in der Sparkasse findet in Zusammenarbeit mit dem Bernkasteler Ring e. V., dem Moselwein e. V. und der Europäischen Akademie für Wein und Kultur e. V. statt. Interessierte können die Ausstellung zu den Öffnungszeiten der Sparkasse besichtigen ■



Zu Moselwein genießen diese Besucherinnen die Pralinen- und Schokoladenspezialitäten der Confiserie Norbert Stülß aus Zell.  
Foto: Ansgar Schmitz