

Neuer Internetauftritt der Mosel

Der Moselwein e. V. hat seinen Internetauftritt für das Weinanbaugebiet Mosel erneuert. Die Seite www.weinland-mosel.de ist ab sofort in neuem Design und auf aktuellstem technischen Stand verfügbar. Mosel-Weinkönigin Lena Endesfelder und der Vorstand des Moselwein e. V. schalteten die neuen Internetseiten im Rahmen der Herbstpressekonferenz an der Ruwer frei.

Nach Broschüren, Anzeigenmotiven, ProWein-Messestand und Merchandisingartikeln ist nun mit dem neuen Internetauftritt ein weiterer wichtiger Schritt in der Umstellung auf das neue Design vollzogen. Die neue Werbelinie für die Mosel, die sowohl bei Winzern, als auch bei Weinfachleuten und Verbrauchern überregional sehr großen Anklang gefunden hat, wurde von den Gremien und der Geschäftsführung des Moselwein e. V. gemeinsam mit der Werbeagentur „Die Medienagenten“ (Bad Dürkheim) entwickelt. Dirk Paulus, Geschäftsführer der „Medienagenten“, erläuterte in der Pressekonferenz die Funktionen des neuen Internetauftritts der Moselweinwerbung.

Großformatige Fotos von Weinlandschaft und Winzern begrüßen den Nutzer beim Aufrufen der neuen Internetseite. Über eine Menüfunktion sind alle Unterseiten sofort anzusteuern. Das Format der Seite passt sich automatisch dem Gerät an, mit dem sie aufgerufen wird, ob stationär vom Desktopcomputer oder mobil via Tablet und Smartphone.

Der Nutzer kann sich sowohl vertikal als auch horizontal in der Seite bewegen und Informationen über das Weinanbaugebiet, die Historie, die Geo-

logie der Weinbergsböden oder die wichtigsten Rebsorten und Weinstile erhalten. Den Teilregionen Terrassenmosel, Mittelmosel, Obermosel, Saar und Ruwer sind jeweils einzelne Kapitel gewidmet. Kurze Filme sind in die einzelnen Themenbereiche eingebettet.

Die aktuellen Nachrichten sowie Weinveranstaltungen im gesamten Anbaugebiet werden im neuen Internetauftritt prominenter dargestellt als bisher. Auch den Themen „Urlaub an der Mosel“ und „regionale Küche“ sind einzelne Bereiche gewidmet. Weinempfehlungen gibt die Seite mit den Bestenlisten der jährlichen Auswahlproben des Moselwein e. V.

Für die Mosel-Weinkönigin gibt es künftig eine eigene Internetseite, zu der verlinkt wird, ebenso wie zu den Seiten von Kooperationsprojekten, an denen der Moselwein e. V. beteiligt ist, wie beispielsweise dem Weinforum Mosel oder dem Gastronomie-Weinwettbewerb „Der Beste Schoppen“.

Für das kommende Jahr sind weitere Ausbauschritte der Internetseite geplant, wie Geschäftsführer Ansgar Schmitz ankündigte: So werden sich mit einer Suchfunktion Adressen und Informationen zu allen Mitgliedsweingütern des Vereins und ihren Angeboten, von Weinprobe bis zum Übernachtungsangebot, finden. Die entsprechende Datenbank wird derzeit aufgebaut.

Ein Onlineshop für Merchandisingartikel sowie Fremdsprachenversionen des Internetauftritts in Englisch, Niederländisch und Französisch sowie in Chinesisch, Japanisch und Koreanisch sind eben-

falls in Planung. Und die Winzer und anderen Vereinsmitglieder sollen künftig die Darstellung ihrer Betriebe sowie Veranstaltungshinweise online einstellen und aktualisieren können.

Betriebe und Winzervereinigungen können bis dahin besondere Termine wie z. B. Jahrgangspräsentationen oder Weinevents per E-Mail an den Moselwein e. V. melden: info@weinland-mosel.de, Stichwort Veranstaltungen. Die Termine werden dann in der Rubrik Veranstaltungen eingepflegt.

Großes Medieninteresse an Spitzenjahrgang

Der hervorragende 2015er Jahrgang hat für großes Medieninteresse gesorgt. Zahlreiche Journalisten informierten sich bei zwei Presseereisen und der Herbstpressekonferenz des Moselwein e. V. über die Traubenlese.

Die Pressearbeit ist das ganze Jahr über einer der Schwerpunkte in der Arbeit der Gebietsweinwerbung Mosel. Besonders groß ist das Medieninteresse aber immer im Herbst, zur Weinlese. Der Moselwein e. V. organisierte Mitte Oktober seine traditionelle Herbstpresseereise zur Ernte. In diesem Jahr stand die Informationsreise unter dem Motto „Faszination Terrassenmosel“. Terrassenlagen von Hatzenport bis Winingen waren das Ziel der Exkursion, zu der Journalisten aus Berlin, Leipzig, Wiesbaden und aus anderen deutschen Regionen anreisten. Im Mittelpunkt standen junge Winzer wie auch Seiteneinsteiger, die sich dem Steillagen- und Terrassenweinbau verschrieben haben. **Weiteres Thema war, wie brachliegende Steillagen gepflegt und damit die Kulturlandschaft attraktiv bleibt. Anhand des Lavendel-Projekts der „Lehmer Reizegenen“ in der Lehmer Würzlay lernten die Journalisten eine beispielhafte Form der alternativen Nutzung von Terrassenweingärten kennen.** Thema war auch der Moselsteig mit den Traumpfadern durch Weinlagen und Winzerorte, die die Gäste bei einer Wanderung von der Rabenlay bei Löff nach Hatzenport erlebten.

Die Erntebilanz des Weinjahrganges 2015 stellten Vorstand und Geschäftsführung der Weinwerbung Mitte November in der Herbstpressekonferenz in Kasel an der Ruwer in Verbindung mit einer Presseereise ins Ruwertal vor. Neben den wichtigsten regionalen Medien folgten auch Journalisten von Berlin über Düsseldorf, Frankfurt und Heilbronn bis München der Einladung an die Ruwer. Bei Besuchen in traditionsreichen Weingütern sowie der Weinmanufaktur Kasel, als kleinster Winzergenossenschaft Europas, gewannen die Medienvertreter einen Einblick in den Steillagenweinbau an der Ruwer. Beim Besuch des Ruwer-Weinmarktes in Waldrach konnten sie zudem die Weine von fast allen Erzeugern des Ruwertales verkosten.

Ausführliche Berichte zum Weinjahrgang 2015 an Mosel, Saar und Ruwer und zur Herbstpressefahrt an die Terrassenmosel finden Sie an anderen Stellen dieser Ausgabe.

Zudem gab es im Herbst viele weitere Pressebesuche und Anfragen in- und ausländischer Medien, die in erster Linie über die Traubenlese berichteten. Insgesamt resultiert die Pressearbeit



Start der neuen Internetseite: Mosel-Weinkönigin Lena Endesfelder und Vorsitzender Rolf Haxel geben die Seiten online. In der Mitte Dirk Paulus von den „Medienagenten“, die die neue Webpräsenz für die Mosel erstellt haben.
Foto: Tobias von der Lahr