

Presse- und Informationsdienst des Landratsamtes Main-Tauber-Kreis

Presse-Information Nr. 416-2013

Dienstag, 19. November 2013

„Weinland Taubertal“ verstärkt sein Marketing

Arbeitskreis legt Schwerpunktthemen fest

Der Wein des Jahrganges 2013 ist gelesen. Die Fässer und Tanks sind gefüllt, und es wird eine gute Qualität erwartet. Höchste Zeit, sich um die Gewinnung von Gästen zu kümmern. Daher tagte jetzt der Arbeitskreis Weinland Taubertal und legte die Schwerpunkte für die nächsten Monate fest. Hierbei soll insbesondere das Marketing verstärkt werden.

An der Herbstsitzung des Arbeitskreises „Weinland Taubertal“ unter der Leitung von Dezernent Jochen Müssig vom Landratsamt Main-Tauber-Kreis nahmen Vertreter aus der Weinwirtschaft sowie von Städten und Gemeinden teil. Zurückblickend auf die Frühjahrs- und Sommersaison erklärte Müssig, dass die Aktivthemen wie Fahrradfahren und Wandern gut angenommen wurden. Immer stärker kristallisiert sich heraus, dass am Abend nach einer Wander- oder Radeltour gerne der heimische Wein genossen wird, so dass sich die Themen ideal ergänzen. Dennoch wird das Jahr 2013, auch wegen der lang anhaltenden Schlechtwetterperiode im Frühjahr und Frühsommer, voraussichtlich mit einem Rückgang der Besucherzahlen schließen. Dennoch wird optimistisch in die Zukunft gesehen. Daher wurden die beratenen Punkte durchweg einstimmig beschlossen.

Auch in diesem Jahr wurden vielfältige Aktivitäten im Marketings und in der Produktpflege vorgebracht, erklärte Müssig in seinem Bericht zum Vollzug des Haushalts. Wert wird hierbei auf die Internetseite www.weinland-taubertal.de und auf die Betreuung der Weingästeführer gelegt. Im Konsens wurde der Marketingplan 2014 beschlossen. Er sieht einen regionalen und bundesweiten Webeansatz vor. Häufig wird hierbei auch die Vernetzung zum Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ oder zum Tourismusverband Franken genutzt. Insgesamt sieht der Marketingplan einen Ansatz von rund 8000 Euro vor.

Schnell abgehandelt war auch der Haushaltsplan 2014, der neben den Marketingaktivitäten die Informationsveranstaltungen für die „Weingästeführer Taubertal“ und die Neuauflage der Broschüre „Weinverführe“ beinhalten wird. Die Weingästeführer besuchen gegenwärtig verschiedene Lehr- und Informationsveranstaltungen, um dann nach einer Prüfung für wieder drei Jahre lang als qualifizierte Weingästeführer aktiv sein zu können.

Am Projekt „Weinstraße Taubertal“ wird weiter gearbeitet. Sie soll möglich das gesamte Taubertal einbinden. Die Federführung liegt beim Main-Tauber-Kreis und dem Tourismusverband „Liebliches Taubertal“.

Gesprochen wurde auch über den „Weincup Taubertal“, der nach wie vor auf der Agenda des Weinlandes Taubertal steht. Leider konnte dieser Wettbewerb im Jahr 2013 mangels Beteiligung nicht stattfinden. Es war deshalb Konsens, dass über die Richtlinien und die Abwicklung des Wettbewerbes zunächst noch einmal im Kreise der Weinbaubetriebe gesprochen wird. Sobald hier eine Einigung besteht, sind der Main-Tauber-Kreis und der Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ sowie dem Arbeitskreis Weinland Taubertal angehörenden Städte und Gemeinden gerne bereit, dieses Projekt mitzutragen und voranzubringen. „Mit dem Weincup Taubertal besteht eine tolle Chance, die anerkannten Produkte der Taubertäler Weinwirtschaft überregional zu präsentieren“, sagt Jochen Müssig.

Ein Mitwirken in der Initiative „Wein.Schöner.Land“ des Tourismusverbandes Franken ist für badische und württembergische Weinbaubetriebe aus dem Taubertal leider nicht möglich. Dies erklärte der Verband auf eine Anfrage des Arbeitskreises Weinland Taubertal. Deshalb appellierte der Arbeitskreis an alle Weinbaubetriebe im Taubertal, sich dem Arbeitskreis anzuschließen und gemeinsam über die Weinbaugrenzen hinweg zu agieren. Nur in der Gemeinsamkeit bestehe die Möglichkeit, sich gegenüber Konkurrenten durchzusetzen. Für diesen Ansatz setzte sich auch Albert Thürauf vom Weingut Glocke in Rothenburg ein. Er sagte, dass die Marke Taubertal gut entwickelt sei und die Stärke des Taubertals in der Zusammenarbeit über die Weinbaugrenzen hinweg liege.

Abschließend wurden die Weinbaubetriebe über Möglichkeiten der Werbung und Präsentation am Informationsstand des Tourismusverbandes „Liebliches Taubertal“ informiert. Es besteht beispielsweise die Möglichkeit, bei den Reismessen „CMT“ in Stuttgart, „F.re.e“ in München, „Reisen“ in Hamburg oder „Tourist und Caravaning“ in Leipzig dabei zu sein. Geboten werden eine gute Werbepattform und ein jeweils interessiertes Publikum. Vereinbart wurde auch, dass sich der Arbeitskreis Weinland wieder auf der

Badischen Weinmesse in Offenburg präsentieren wird. Dort werden auch Taubertäler Weingästeführer eingesetzt.

Informationen und Unterlagen, insbesondere die Broschüre „Weinland Taubertal“ und die Broschüre „Weinverführer“ mit den Arrangements der Weingästeführer gibt es beim Arbeitskreis Weinland Taubertal, c/o Landratsamt Main-Tauber-Kreis, Gartenstraße 1, 97941 Tauberbischofsheim, Telefon 09341/82-5802, Fax 09341/82-5700, E-Mail touristik@liebliches-taubertal.de, Internet: www.liebliches-taubertal.de. tlt

Medienkontakt: Landratsamt Main-Tauber-Kreis, Büro des Landrats, Gartenstraße 1, 97941 Tauberbischofsheim, Telefon 09341/82-5612, Telefax 09341/82-5690, pressestelle@main-tauber-kreis.de