



Pressemitteilung, 25.01.2017

Moselland ist kulinarische Spitzenklasse

Touristikstudie: Region gehört zu den Top-Reisezielen – 3. Platz beim ersten „Destination Brand Award“

Spektakuläre Landschaftsbilder, Sehenswürdigkeiten aus 2.000 Jahren, Weine von Weltruf und kulinarische Kompetenz machen das Moselland zu einem beliebten Reiseziel mit jährlich über zwei Millionen Übernachtungsgästen. Jetzt belegte die Region Mosel in einer bundesweiten touristischen Studie einen Spitzenplatz beim Thema Kulinarik und erhielt auf der Urlaubsmesse CMT in Stuttgart beim ersten „Destination Brand Award“ die Bronzemedaille in der Kategorie „Kulinarische Reisen“. Als Sieger wurde die Destination München gekürt, Platz 2 ging an Bayern.

Grundlage für die Auszeichnung ist die repräsentative Umfrage „Destination Brand“ zur Markenstärke von Reisedestinationen, die von „inspektour“, einer Gesellschaft für Tourismus und Regionalentwicklung mit Sitz in Hamburg, erstellt wurde. Im Auftrag des Deutschen Weininstitutes untersucht diese Studie seit mehreren Jahren auch die Markenstärke der deutschen Weinanbaugebiete. Befragt wurden mehr als 17.000 Personen im Alter von 14 bis 74 Jahren über insgesamt 172 deutsche Reiseziele. In den Kategorien „Kulinarische Reise“, „Landurlaub/Urlaub auf dem Bauern- und Winzerhof“ sowie „Kulturreise“ wurden auf Basis der Befragung erstmals Preise für die erfolgreichsten Regionen verliehen.

Die Region Mosel schaffte es in der Kategorie "Kulinarische Reise" unter 172 deutschen Destinationen auf das Siegereppchen und belegt nach Meinung der Deutschen den dritten Platz. 52 Prozent aller Befragten bewerteten laut inspektour die Region Mosel als Top-Destination für Kulinarik.

„Wir freuen uns sehr über den 3. Platz“, sagt Sabine Winkhaus-Robert. „Das Thema „Wein und Kulinarik“ ist ein starkes Urlaubsmotiv für die Region Mosel und die Auszeichnung ist eine tolle Anerkennung für das Mosel Weinkulturland und seine weinkulinarischen Angebote“, so die Geschäftsführerin der Mosellandtouristik GmbH.

„Die Mosel behauptet mit diesem Ergebnis ihre Spitzenposition als das Top-Reiseziel unter den deutschen Weinanbaugebieten“, bewertet Ansgar Schmitz, Geschäftsführer der Gebietsweinwerbung Moselwein e.V. die Auszeichnung. In den Vorgängerstudien von Destination Brand belegte das Weinanbaugebiet Mosel in den vergangenen Jahren den Spitzenplatz unter allen deutschen Weinregionen in punkto Bekanntheit, Sympathie und Kulinarik. In der Themenkompetenz „Kulinarische Reise“ verbesserte sich die Mosel nun nochmals gegenüber der ersten Abfrage im Jahr 2013. Damals schaffte die Mosel Platz 6 unter 137 Reisedestinationen in ganz Deutschland und Platz 1 unter den deutschen Weinregionen. Die Auswertung der aktuellen Studie für die Platzierung unter den Weinregionen steht noch aus, aber auch hier dürfte die Mosel wieder ganz vorne mit dabei sein. „Die positive Entwicklung unserer Region bei Kulinarik und Wein hält weiter an und kommt auch beim Verbraucher an“, so Ansgar Schmitz.

Insgesamt liegen Ergebnisse und Erkenntnisse aus der aktuellen „Destination Brand“-Studie für 63 Reise-Themen vor. Die wichtigsten drei Themen aus Sicht der Deutschen für den Deutschlandtourismus für die kommenden Jahre sind demnach „spektakuläre Landschaft erleben“, „sich in der Natur aufhalten“ und „Städtereise“.

Kontakt:

Moselwein e.V., Ansgar Schmitz, as@weinland-mosel.de, Tel. 0651-710280
Mosellandtouristik GmbH, Christiane Heinen, Tel. 06531-9733-44,
heinen.c@mosellandtouristik.de.