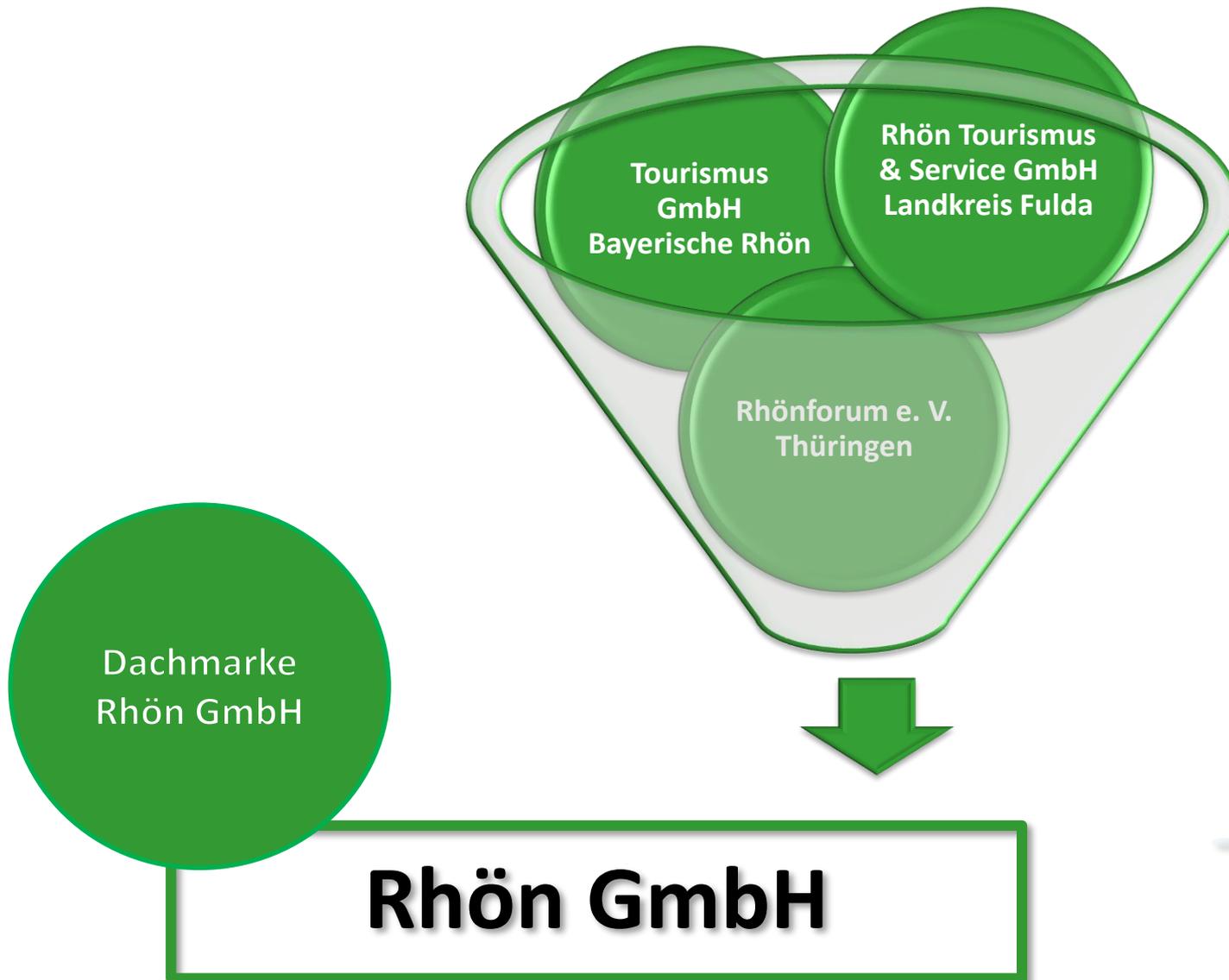


Länderübergreifendes Destinationsmanagement in der Rhön



Umstrukturierung



Organigramm



Geschäftsverteilungsplan

Geschäftsführung

**Produkt/
-entwicklung**

**Stephanie
Meinecke**

**Kommuni-
kation**

**Johannes
Metz**

Dachmarke

**Stephanie
Meinecke**

**Service und
Vertrieb**

**Jeannette
Bräutigam**

Abteilung Produkt-/entwicklung

- Umsetzung Produktstrategie (Themen oder Zielgruppen → Personas)
- Entwicklung Leitprodukte für Themen:

Wandern – Reisen für alle - Naturerlebnis inkl. Sternepark - Rad (Tour + MTB) - Regionale Produkte/Kulinarik - Nachhaltiger Tourismus inkl. Mobilität – Kultur – Camping – Winter - Etc.

- Zertifizierung Leistungsträger „Reisen für alle“ für alle 5 Landkreise
- Entwicklung ergänzender Angebote und Produkte / Merchandising
- Abstimmung/Zuspitzung der Produkte auf jeweilige Quellmärkte und Zielgruppen
- Koordination/Moderation von Produktentwicklungsprozessen (lokal, regional)
- Qualitätsentwicklung und -prüfung (Definition von Maßstäben und Kriterien für Leitprodukte und Kommunikation)
- Sensibilisierung und Qualifizierung Leistungsträger
- Entwicklung Rhön Card
- Koordination Arbeitsgruppen Produkt

Abteilung Kommunikation

- Umsetzung Marketing/Kommunikationsstrategie
- Entwicklung/Umsetzung Mediaplan
- Aufbau/Pflege Kooperationen (Vertrieb, Social Media, Tec. etc.)
- Inhalt für Kooperationen (Naturpark/Biosphärenreservat, BY, HE, TH,...)
- Sensibilisierung/Qualifizierung Leistungsträger
- Veranstaltungen/Messen
- Aufbau/Pflege Datenbanken (Medienhäuser, Gastgeber,...)
- Public Relations/Print (Pressemitteilungen, -clippings, -reisen, Textentwicklung)
- Digitalisierung
 - Homepage/Internet (Design/Pflege Außenauftritt, Suchmaschinenoptimierung,...)
 - Social Media (Inhaltspflege (Facebook, Instagram,...) Sensibilisierung LT, TI, ...)
 - Datenmanagement (Rhön App, Newsletter Gast, Auswertung Marktforschung)
- Interne Kommunikation (Newsletter intern, Intranet, Veranstaltungen)

Abteilung Dachmarke

Markenführung / Markenmanagement

- Entwicklung, Umsetzung Markenstrategie für Tourismus- und regionale Produkte
- Einbindung weiterer Marken (Wir sind Rhöner Bier, etc.)
- Differenzierung der Marken (Abstufungen Markenwerte, Rechte, Kriterien)
- Koordination der Zusammenarbeit mit Verein Dachmarke Rhön e.V.
- Marktforschung (Messung Bekanntheit, Auswertung Statistik)



Qualitätsmanagement Premiummarken

- Qualitätsentwicklung / Kriterien Qualitätssiegel Rhön u. Bio-Siegel Rhön
- Qualitätsprüfung / Kontrollen Qualitätssiegel Rhön u. Bio-Siegel Rhön
- Partnergewinnung und -betreuung; Vernetzung



Projektmanagement Premiummarken

- Entwicklung und Betreuung Vermarktungsprojekte Partnerbetriebe Dachmarke
- Interne Abstimmung / Koordination Vermarktungsprojekte mit anderen Abteilungen (Produkte, Kommunikation, Service & Vertrieb)
- Ideen/Ausstattung TI's mit regionalen Produkten

Abteilung Service & Vertrieb

Vertriebsmanagement

- Umsetzung Vertriebsstrategie
- Entwicklung, Pflege Vertriebssystem
- Entwicklung, Verkauf von Pauschalen, Produkten und Zimmern
- Katalogversand, Onlineshop, Flyertour
- Controlling (Auswertung, Aufbereitung)
- Sensibilisierung und Qualifizierung Leistungsträger

Qualitätsmanagement

- Beratung Leistungsträger (Klassi-/ Zertifizierungen, Labels etc.)
- Durchführungen Zertifizierungen (DTV FeWo, Wanderbares Deutschland, ServiceQ)

Abteilung Service & Vertrieb

Betrieb Touristinformationen

Bruder-Franz-Haus

Bad Neustadt

Oberbach

Wasserkuppe

- Koordination Gästebetreuung (persönlich, telefonisch, Email, Post)
- Einsatzplanung Personal
- Koordination Vertrieb (regionale) Produkte, Merchandising, Zimmer etc.
- Koordination Ausstattung (TI d. Rhön)
- Koordination Arbeitsgruppe TI

Förderung Bundesländerübergreifendes Destinationsmanagement

Entwicklung einer Destinations- und Markenstrategie

Auftaktveranstaltung

3 Strategieworkshops

Aufbereitung der Ergebnisse und Erstellung Broschüre Band 1 „Strategie“

Erstellung eines Prozess-Videos

Präsentation der Ergebnisse (Veranstaltung)

Aufbereitung Marktforschungsdaten sowie Best Practice Beispielen

Erstellung Imagefilm

Entwicklung einer touristischen Marketingkonzeption

3 Leitprodukte-Workshops

3 Maßnahmen-Workshops

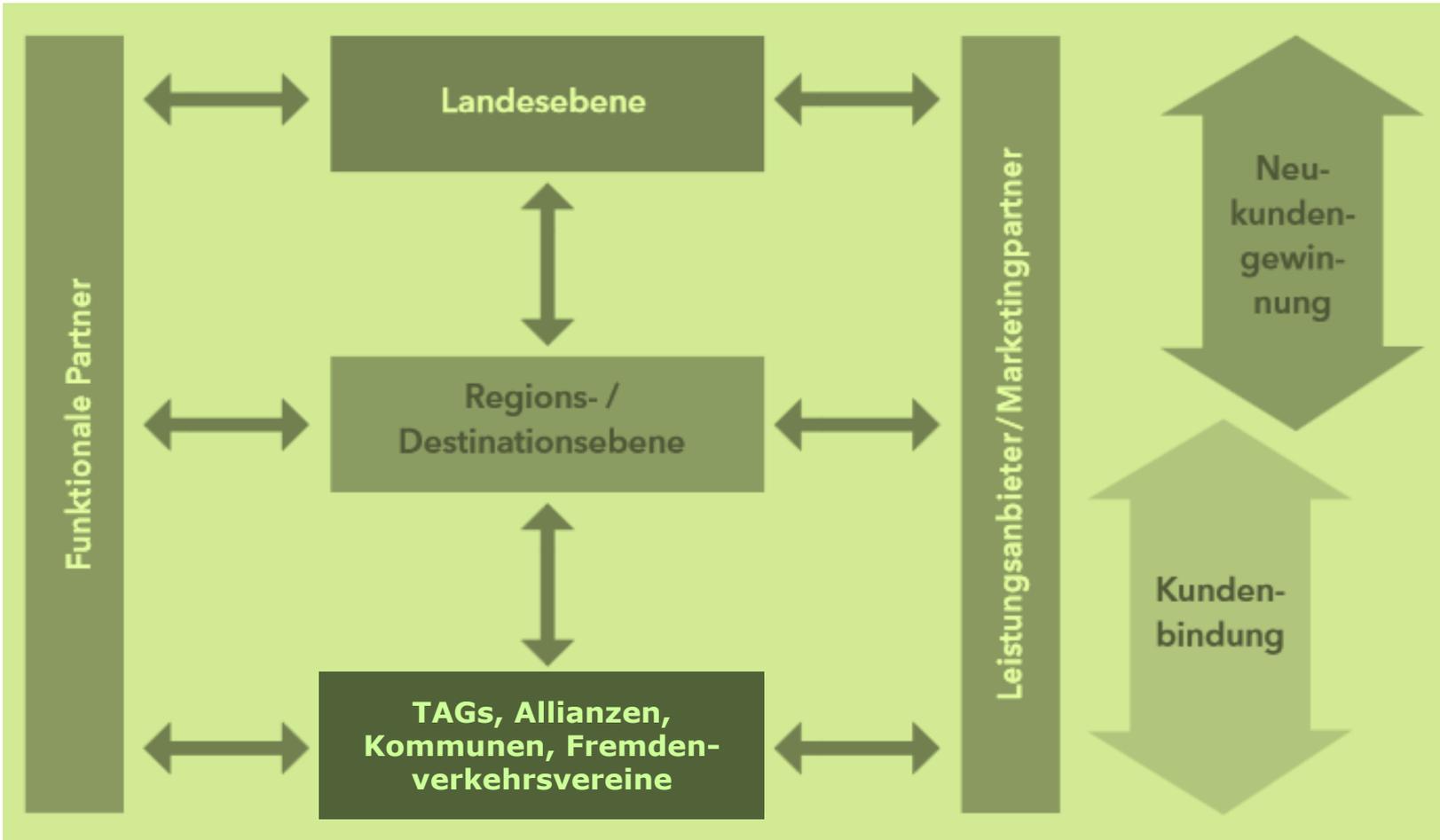
Aufbereitung der Ergebnisse und Erstellung Broschüre Band 2 „Umsetzungskonzept“

Qualitätsinitiative Rhön

Erarbeitung eines Qualitätskonzepts (Ideenfindungsprozesse, Workshops zu Netzwerkbildung, Produktentwicklung, Qualitätsverbesserung, etc.)

Erstellung Broschüre „Qualitätsleitfaden Rhön“

3-Ebenen-Modell



**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**



**Rhön
GmbH**

Die *Rhön*
Einfach erhebend

Rhön GmbH
Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement
Rhönstraße 97
97772 Wildflecken – Oberbach