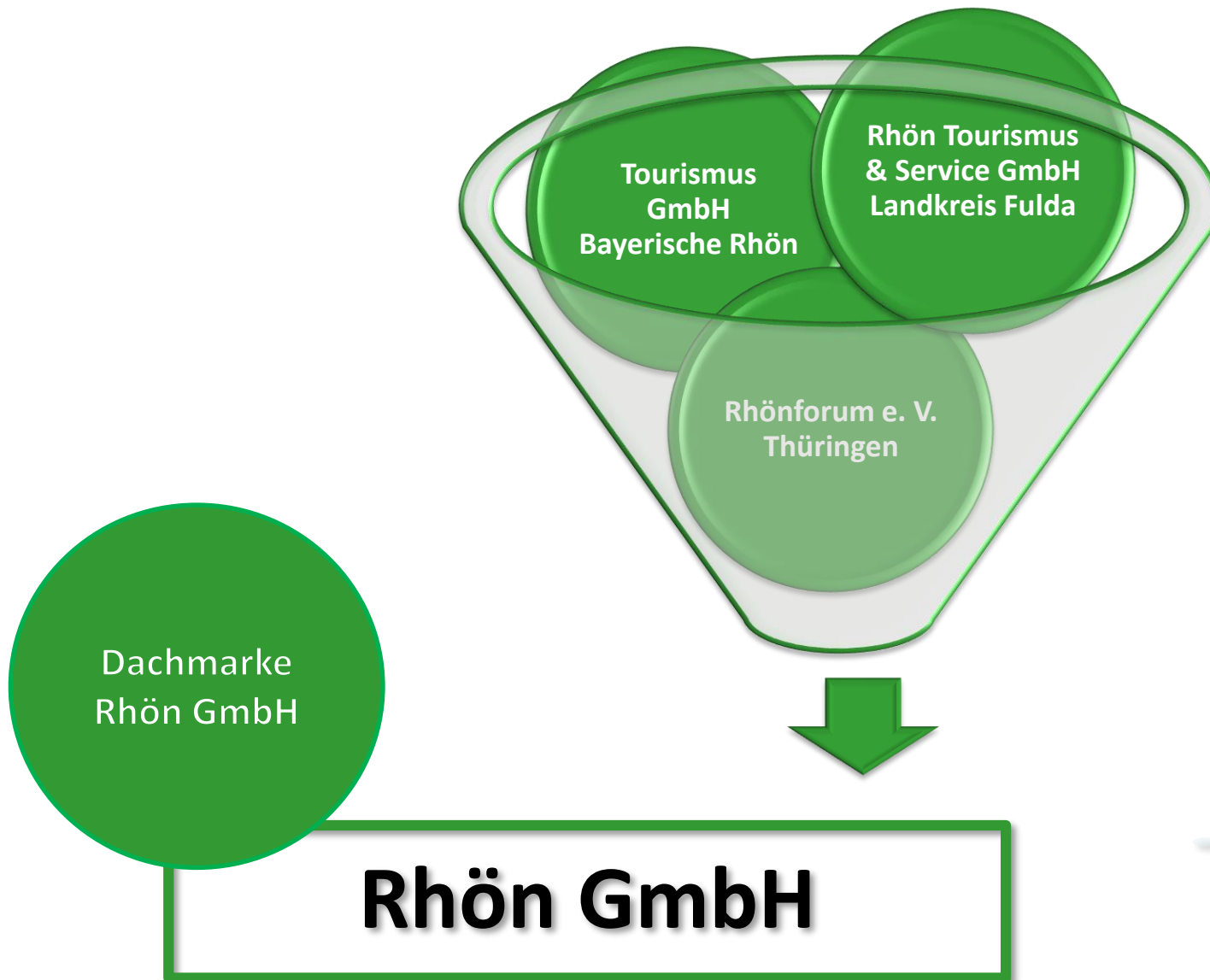


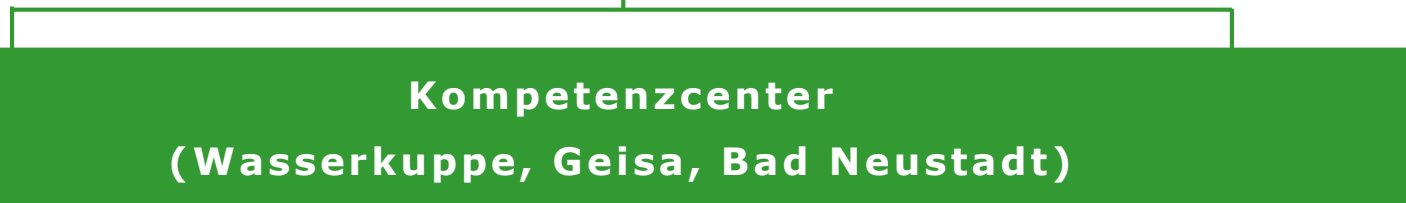
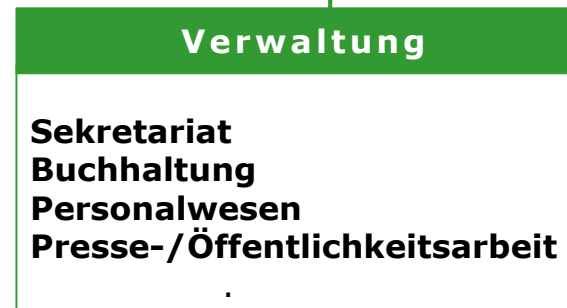
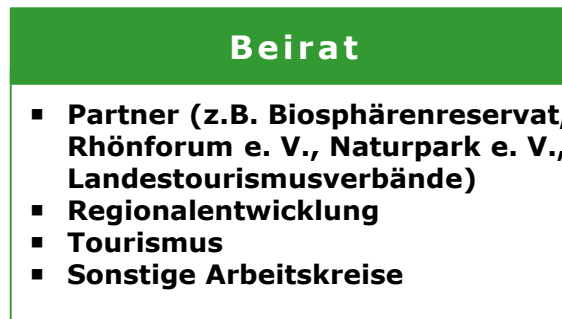
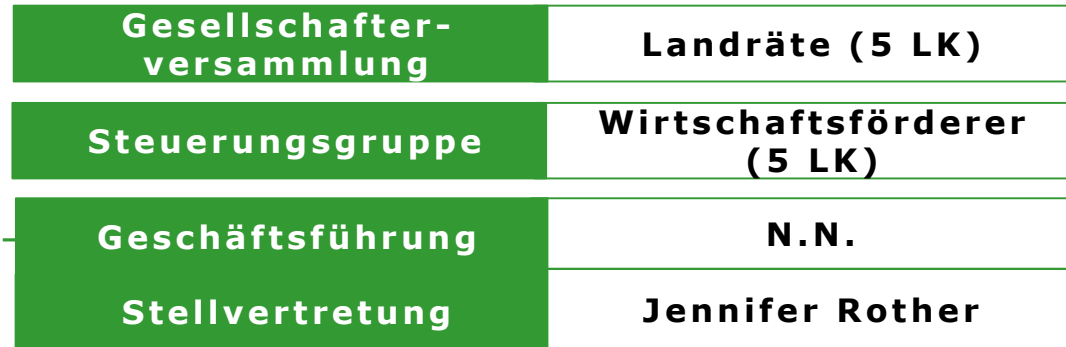
# Länderübergreifendes Destinationsmanagement in der Rhön



# Umstrukturierung



# Organigramm



# Geschäftsverteilungsplan

## Geschäftsführung

**Produkt/  
-entwicklung**

**Stephanie  
Meinecke**

**Kommuni-  
kation**

**Johannes  
Metz**

**Dachmarke**

**Stephanie  
Meinecke**

**Service und  
Vertrieb**

**Jeannette  
Bräutigam**

**Rhön  
GmbH**

Die *Rhön*  
Einfach erhehend

# 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

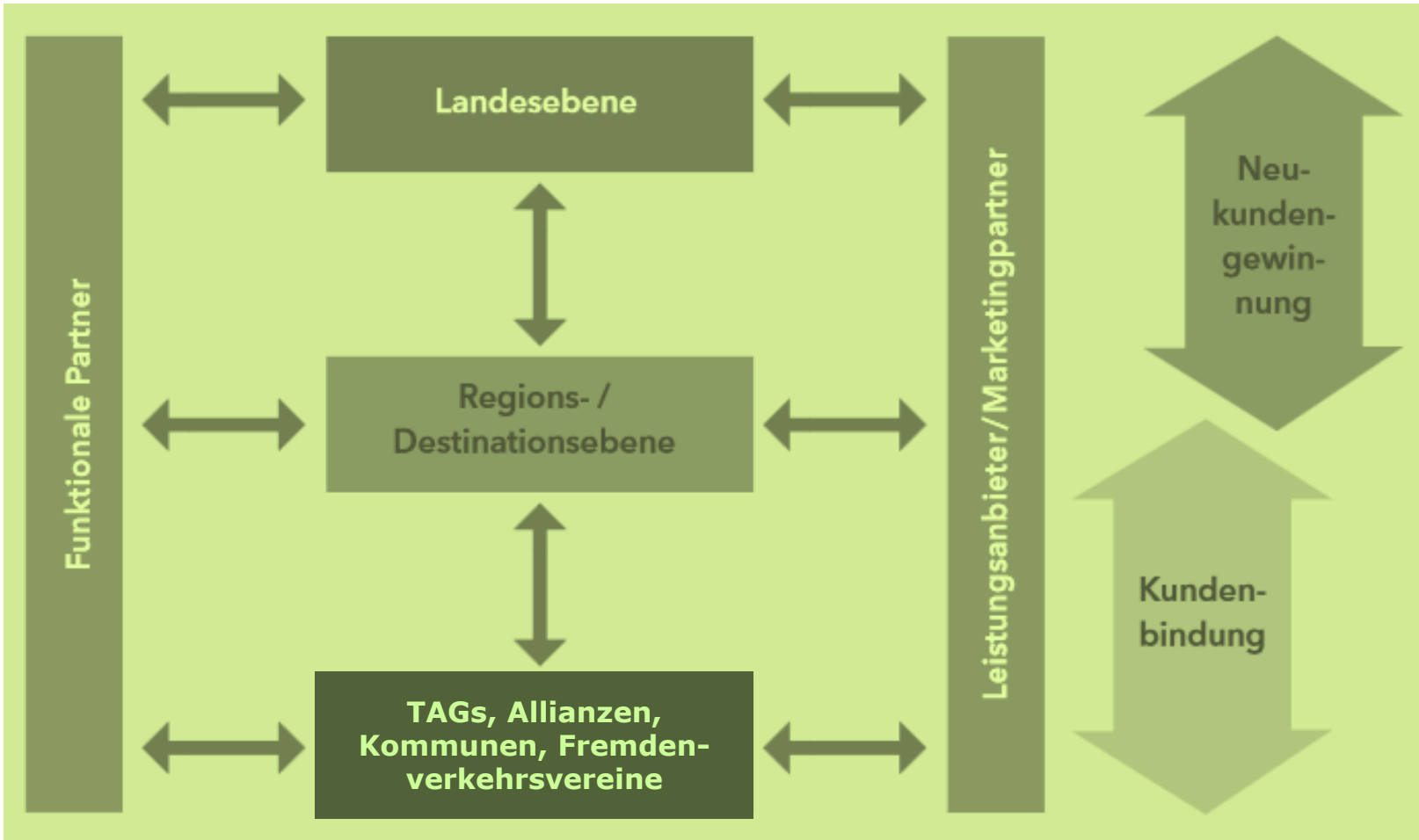
Aufbereitung der Ergebnisse und Erstellung Broschüre Band 2 „Umsetzungskonzept“

## Qualitätsinitiative Rhön

Erarbeitung eines Qualitätskonzepts (Ideenfindungsprozesse, Workshops zu Netzworkebildung, 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**