

DAS LEITBILD DER DACHMARKE RHEINHESSEN

VORWORT

Rheinhessen ist voller Dynamik und Aktivität. Hier wird gelebt, geforscht, gelehrt und ausgebildet. Hier haben erfolgreiche Unternehmen ihren Sitz. Hier leben Kunst und Kultur vor dem Hintergrund einer großen Geschichte. Rheinhessen mit seiner zentralen Lage am Rhein bietet durch hervorragende Infrastruktur beste Entwicklungsmöglichkeiten für Familien und Betriebe, Städte und Gemeinden.

Rheinhessen ist das größte Weinanbaugebiet in Deutschland. Ein Weinland voller Erlebnisse. Weite Horizonte kennzeichnen das Land und schaffen Platz in den Köpfen. Die jungen Winzerinnen und Winzer geben der deutschen Weinszene enorme Impulse. So haben rheinhessische Weine längst ihren Platz bei den deutschen Spitzenweinen gefunden. Diese Innovationskraft ist gleichzeitig Motor für einen neuen, attraktiven Tourismus.

Diese vielen guten Eigenschaften wollen wir nutzen, um das Profil der Region zu schärfen.



Rheinhessen



1. UNSERE VISION

*Wir wollen Rheinhessen
zum Wein-Erlebnisland Nr. 1
in Deutschland machen.*

Dazu schaffen wir Synergien und bündeln unsere Aktivitäten. Die Stärken unserer Region sind ihre kreativen und leistungsstarken Betriebe und Initiativen. Die vielfältigen Möglichkeiten zur Vernetzung von Landwirtschaft, Weinbau und Tourismus, von Direktvermarktung und Gastronomie wollen wir nutzen, um Angebote und Aktivitäten rund um die Themen Wein, Kultur und Tourismus zu entwickeln.

Die Landschaft, die Kultur, die sportlichen Möglichkeiten und der Wein sind die Grundlage, um touristische Angebote, Projekte und Aktivitäten zu schaffen, die authentisch und voller Erlebnisse sind.



2. UNSERE MISSION

Wir wollen die Dachmarke mit der starken Botschaft „Rheinhessen Wein-Kultur-Erlebnis-Land“ aufladen.

Dazu schaffen wir in den Bereichen Wein, Tourismus und Kultur gemeinsame Aktivitäten aller Akteure. Wir machen Landschaft, Kultur und Wein in Rheinhessen erfahrbar. Unser Bemühen muss es sein, die Vielzahl vorhandener „Schätze“ für den Gast zum echten Erlebnis zu machen. Dabei setzen wir auf die Individualität und Innovationsstärke jedes einzelnen

Betriebs und die Geschichte bedeutender Städte. Im Mittelpunkt stehen Genuss, zufriedene Gäste und die Bewahrung unserer unverwechselbaren Wein-Kultur-Landschaft. Wir sind stolz auf das Zeichen unserer Herkunft und werden es konsequent zu einer Marke ausbauen.



3. WAS UNS AUSZEICHNET UND UNTERSCHIEDET: DIE POSITIONIERUNG DER MARKE RHEINHESSEN

„Rheinhessen profiliert sich durch das inspirierende Miteinander von Gegensätzen. Weite Hügellandschaften und geschichtsträchtige Städte. Hier ist eine Tradition der Innovation zu Hause. Aus dieser gelebten Spannung wächst eine Offenheit, die Menschen und Marke dynamisch hält.“

Diese Qualitäten wollen wir nutzen, um unsere Dachmarke mit den Bausteinen Innovation/ Dynamik, Kultur und Qualität gegenüber anderen Wein- und touristischen Regionen in Deutschland abzugrenzen. Die Dachmarke Rheinhessen ist also innovativ, reich an Kultur und qualitätsbewusst.



DIE POSITIONIERUNG DER MARKE RHEINHESSEN

INNOVATION/DYNAMIK

Die Menschen in Rheinhessen sind experimentierfreudig und offen. Diese Eigenschaften sind die Basis für Innovationen.

Die Menschen in Rheinhessen sind neugierig. Sie loten gerne aus, was über das Bekannte hinaus möglich ist. Ziel ist dabei immer, das Erreichte zu verbessern. Gute Infrastruktur, wachsende Wirtschaftsbetriebe und eine internationale Ausrichtung machen Rheinhessen zu einer besonders dynamischen Region. Wir betrachten Dynamik als Chance, Veränderungen anzunehmen, sogar vorwegzunehmen und in eine neue, eigene Richtung zu lenken.

KULTUR

Kultur ist die Seele der Marke und die Bühne für Erlebnisse.

Wir schätzen unsere 2.000 Jahre alte Geschichte. Sie spiegelt sich in unseren Städten, der Landschaft und den Menschen wider. Dieses Erbe zu bewahren, betrachten wir als unsere Pflicht. Unsere Energie richten wir darauf, Kultur kreativ und erlebbar täglich neu in Szene zu setzen. Dabei respektieren wir Erfahrungen und Werte und geben ihnen gleichzeitig eine zeitgemäße Orientierung.

QUALITÄT

Die Qualität ist der Anker unserer Marke.

Angebote, Produkte und Dienstleistungen, die mit dem Label der Dachmarke gekennzeichnet werden, weisen – gelebt und selbstbewusst – eine von uns festgelegte Qualität auf. Dafür qualifizieren, beraten und vernetzen wir Menschen in den Bereichen Touristik, Wein und Gastronomie. Durch Beratung, Weiterbildung und Zertifizierungsmaßnahmen verbessern wir die gute Qualität in allen Bereichen kontinuierlich weiter. Angebote, die darüber hinaus besonderen Qualitätskriterien entsprechen, tragen zur Kennzeichnung dieser Leistung das Qualitätszeichen.

4. DARAUS BEZIEHT UNSERE MARKE IHRE KRAFT



WEIN

Der Wein ist der wichtigste Botschafter unserer Marke.

Wein ist authentisch, weil er seine Herkunft schmecken lässt. Die Besonderheiten der Weinlagen im Zusammenspiel mit den einzelnen Böden und klimatischen Gegebenheiten finden sich in den Weinen wieder. Wein prägt die Landschaft, so weit das Auge reicht, er schreibt die Geschichte der Region, aber auch die vieler Familien in Rheinhessen.

Rheinhessen ist das größte deutsche Weinanbaugebiet. Die guten rheinhessischen Weine machen unsere Region weit über ihre Grenzen hinaus bekannt und erlebbar. Der Wein und die Aktivitäten der Winzer sind wichtige Faktoren für die wirtschaftliche Entwicklung der Region. Kein Winzerhof ist wie der andere. Gerade diese Vielfalt sorgt dafür, dass Rheinhessen das Wein-erlebnisland Nr. 1 in Deutschland ist.

TOURISMUS

Der Tourismus soll sich zu einer tragenden Säule der Wirtschaft entwickeln.

Sanfter Tourismus steigert die Wertschöpfung in Rheinhessen. Unser Ziel ist es, langfristig die Besucherzahlen und die Verweildauer in der Region zu erhöhen. Dazu tragen gezielte Kooperationen zwischen Winzern, Gastronomie und Kultur sowie zwischen Stadt- und Landtourismus bei.

Die Städte Mainz, Worms, Bingen, Alzey, Ingelheim und Oppenheim sind bedeutende touristische Portale

der Region. Die andere wichtige Basis unserer touristischen Entwicklung ist die wundervolle, vom Weinbau geprägte Landschaft. Tragende Elemente im Weinerlebniskonzept sind die Winzerhöfe mit Vinotheken, Straußwirtschaften, Weingastronomie, Übernachtungsangeboten für die Gäste und Weinfeste. Sie verbinden das Natur-, Kultur- und Landschaftserlebnis Rheinhessen mit niveaувollen, sinnlichen Erlebnissen rund um den Wein.

MENSCHEN

Die Menschen sind der Pulsschlag von Rheinhessen.

Menschen prägen das Gesicht Rheinhessens. Die Spannung zwischen den großen Städten europäischer Geschichte und ruhigen, ländlichen Einflüssen hat einen Menschenschlag hervorgebracht, der unterschiedlichsten Werten verbunden ist. Was sie eint,

ist eine offene, gastfreundliche und unkomplizierte Lebensart. Mit unseren Aktivitäten wollen wir das Bewusstsein der Bewohner für die gewachsenen Werte ihrer Region festigen und die Identifikation mit ihrer Region Rheinhessen erhöhen.

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltiges Wirtschaften und Bewirtschaften erhöht die Attraktivität unserer Region.

Das Thema Nachhaltigkeit zieht sich durch alle Erlebnisbereiche der Dachmarke Rheinhessen. Der bewusste Umgang mit den natürlichen Ressourcen ist die Basis für die Attraktivität unserer Region als Wein-erlebnisland. Der ökologische Weinbau hat seinen

Ursprung in Rheinhessen und findet hier mittlerweile seine größte Verbreitung innerhalb Deutschlands. Wir unterstützen die Aktivitäten der Betriebe in Richtung Nachhaltigkeit.