

# *Touristikertreffen März 2023*



- 1 Begrüßung – *Bertram Vogel/Anja Kiel*
- 2 Vorstellung und Aktuelles – *Johannes Metz*
- 3 Wir machen uns auf den Weg zum „Nachhaltigen Reiseziel“ – *Nadine Flügel*
- 4 Nachhaltige Touristische Mobilität – *Alexandra Danz-Fleck*
- 5 Wanderung

# Johannes Metz

- In der Rhön geboren und aufgewachsen
- Studium der Informationswissenschaften
- Zahlenaffin aber kein „Buchhalter“
- Kundenzentriertes Arbeiten
- „done is better than perfect“

# Erwartungen



# Status Quo

- (interne) Strukturen geschaffen
- Lose Enden aufgenommen
- Vision und Strategie entwickelt
- Verantwortung übernommen
- Routinen und Prozesse etabliert
- Gute Post-Corona Entwicklung



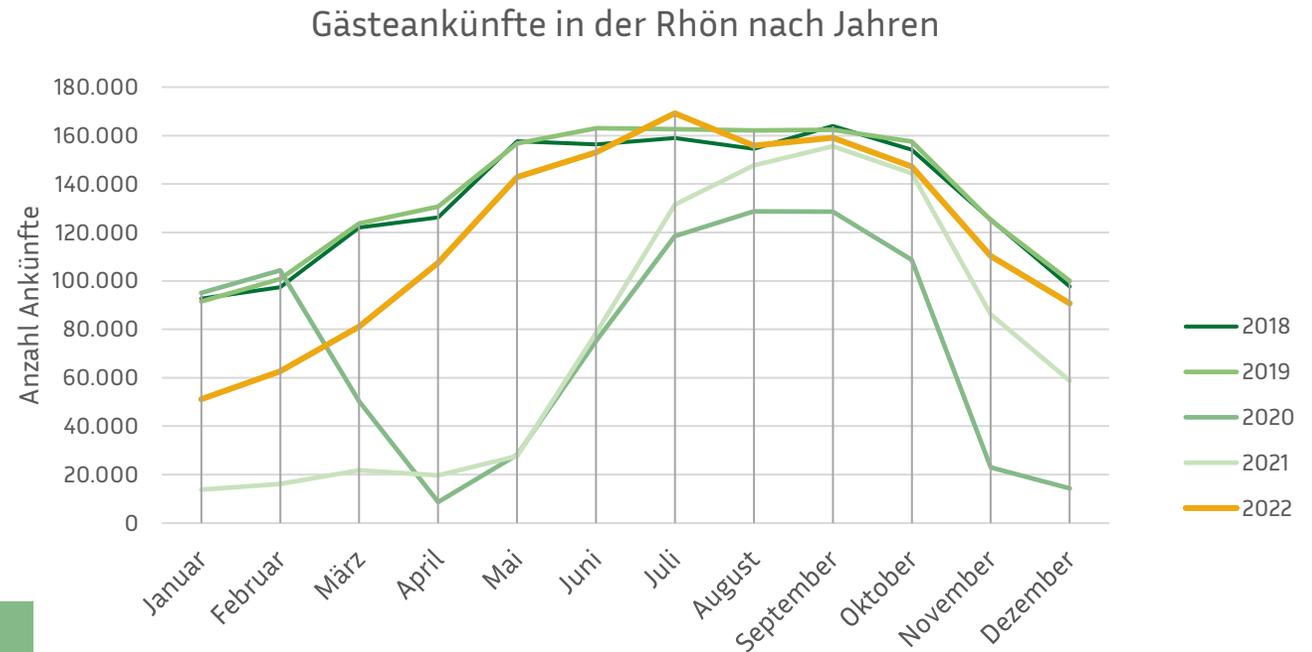
# Ankünfte

in Beherbergungsbetrieben mit 10 oder mehr Gästebetten sowie auf Campingplätzen mit 10 oder mehr Stellplätzen  
 Daten stammen von den Landesämtern für Statistik.

2022 kamen rund **1,43 Mio. Personen** in der Destination Rhön an. Dies entspricht einem Zuwachs von 59% zum Vorjahr. Vor der Corona-Pandemie wurden 2019 über 1,6 Mio. Ankünfte erfasst. Somit liegen die aktuellen Ankunftsdaten 12,5% hinter denen von 2019.

2022 waren die Monate von Juni bis Oktober von den meisten Ankünften geprägt. Mit einem kleinem Peak im Juli.

Die meisten Ankünfte erzielte 2022 die hessische Rhön (748.231). Die bayerische Rhön verzeichnete 578.493 Ankünfte, die thüringische Rhön 103.902.



	2018	2019	2020	2021	2022
Ankünfte Gesamt	1.606.886	1.636.069	883.441	901.644	1.430.644
Veränderung zum Vorjahr		1,82%	-46,08%	2,06%	58,67%

Vor allem auch dank Ihrer Arbeit!

# Tourismusakzeptanz

## Sonderauswertung für den hessischen Teil der Rhön

Die Tourismusakzeptanzstudie zeigt auf, wie die Bevölkerung die Auswirkungen des Tourismus bewerten.

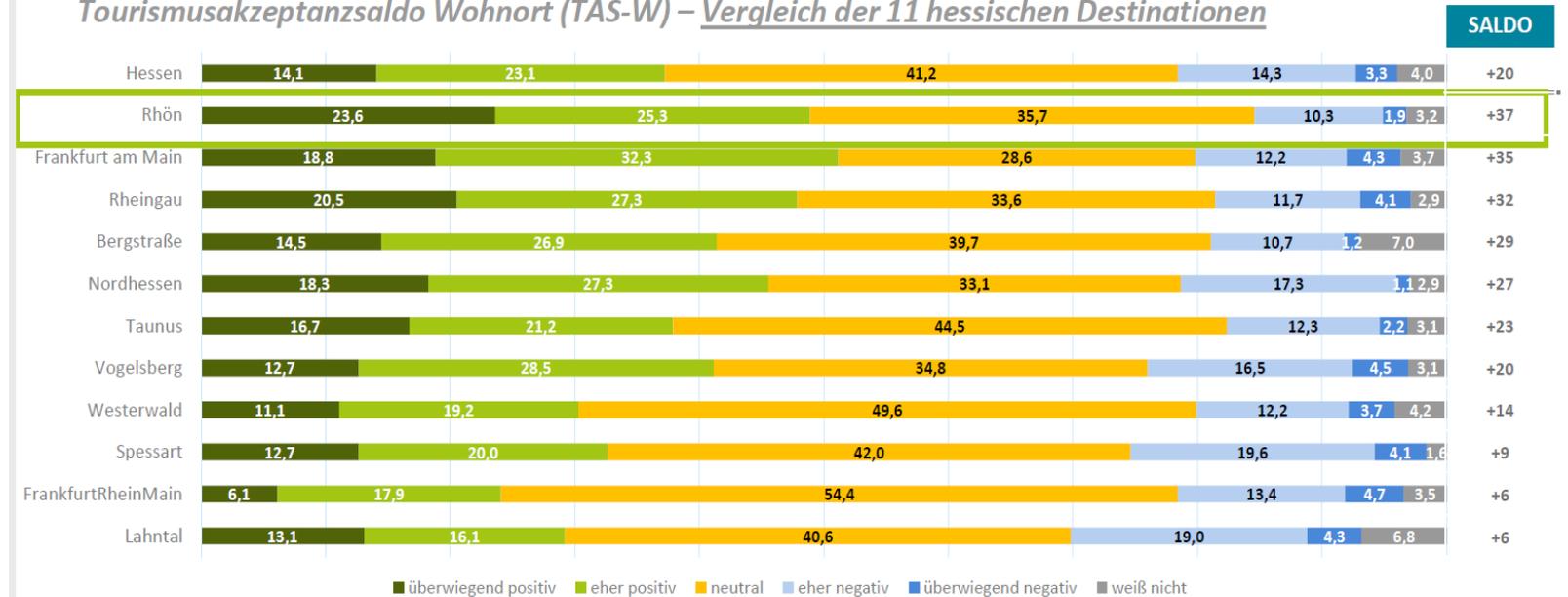
Die nebenstehende Grafik zeigt auf, wie viele Personen (in Prozent) die Auswirkungen auf den eigenen Wohnort positiv oder negativ sehen.

Insgesamt **48,9%** bewerten die Auswirkungen überwiegend bzw. eher **positiv**. **12,2%** sehen die Auswirkungen überwiegenden bzw. eher als **negativ** an. Im Vergleich zu 10 weiteren hessischen Destinationen führt die Rhön somit die Rangliste an.

Insgesamt nehmen Einheimische in der hessischen Rhön die Anzahl der Touristen überwiegend als „**die richtige Menge**“ wahr. 42% gaben an, dass es zu wenige Touristen im Wohnort gäbe.

### Univariate Detailergebnisse

#### Tourismusakzeptanzsaldo Wohnort (TAS-W) – Vergleich der 11 hessischen Destinationen



Quelle: TouristiCon (2022) Tourismusakzeptanzstudie Hessen 2022 - Erhebungswelle Januar-März 2022, n= mind. 250, Angaben in gültigen Prozenten (zutreffend).

# Leitbild Rhön GmbH



## Vision

Wir als Rhön GmbH streben an, DER Ansprechpartner und Impulsgeber für nachhaltigen Tourismus und regionale Wertschöpfung zu sein. Mit unserer Begeisterung für die Rhön wecken wir Erinnerungen und Sehnsüchte.

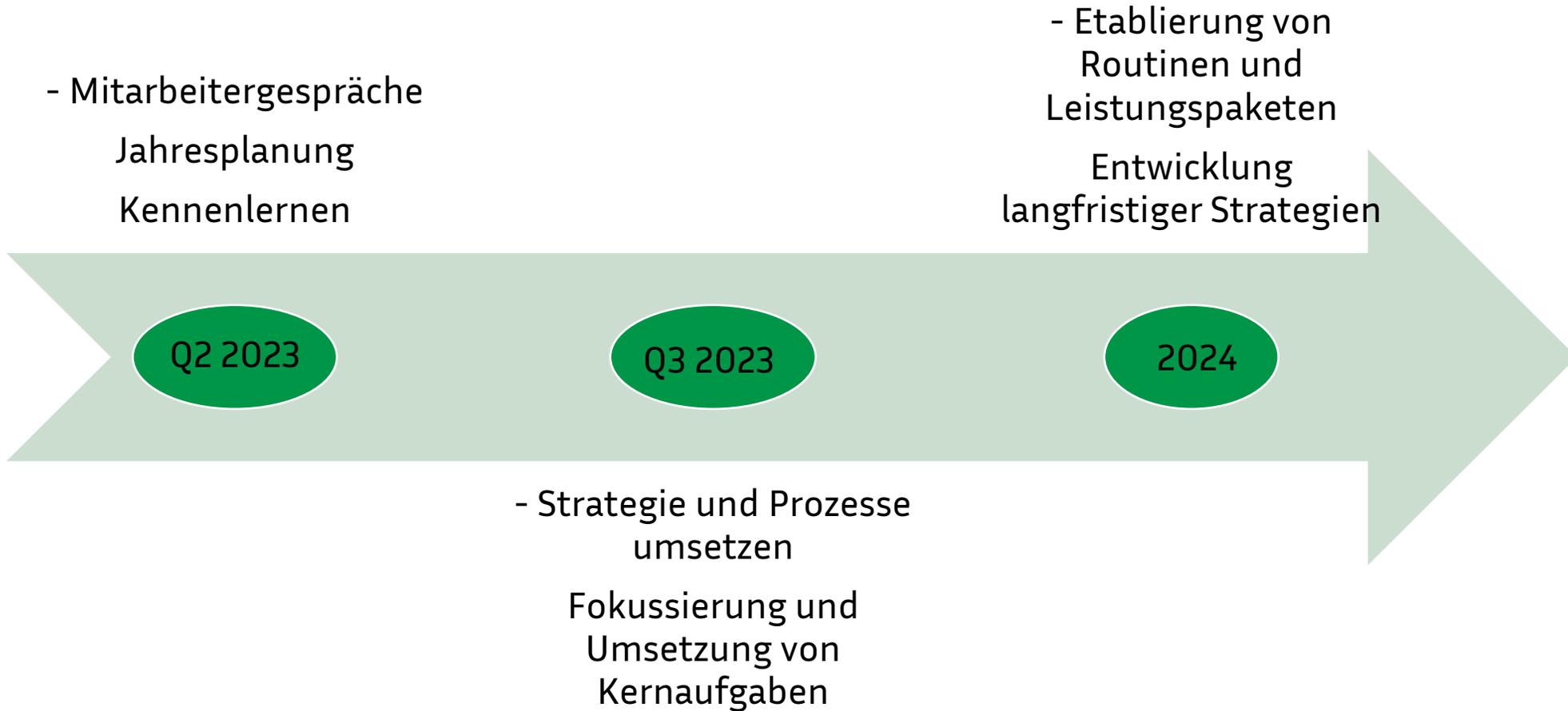
## Mission und Ziele

Die Rhön GmbH ist zuständig für die sichtbare Vermarktung und Entwicklung der gesamten Rhön. Wir vernetzen, beraten und unterstützen bei dem Erhalt von regionalen Wertschöpfungsketten.

## Werte

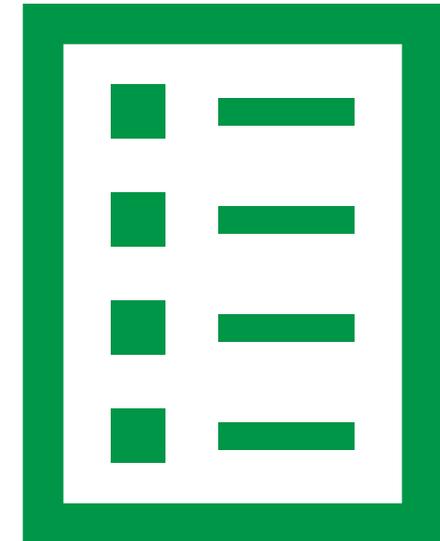
Aufgeschlossen | Aufmerksam | Wertschätzend | Fokussiert | Echt

# Wie geht es weiter



# Wie geht es weiter

- Kontinuität und Stabilität
- Sichtbarkeit und Außendarstellung
- Sicherung der Region Rhön als (touristisch) wertvollen Standort
- Stärkung/Entwicklung der Alleinstellungsmerkmale
- Strukturierte Bearbeitung noch offener Punkte



Basis: Marktforschung,  
Umfragen, Austausch,  
Zahlen, Daten, Fakten

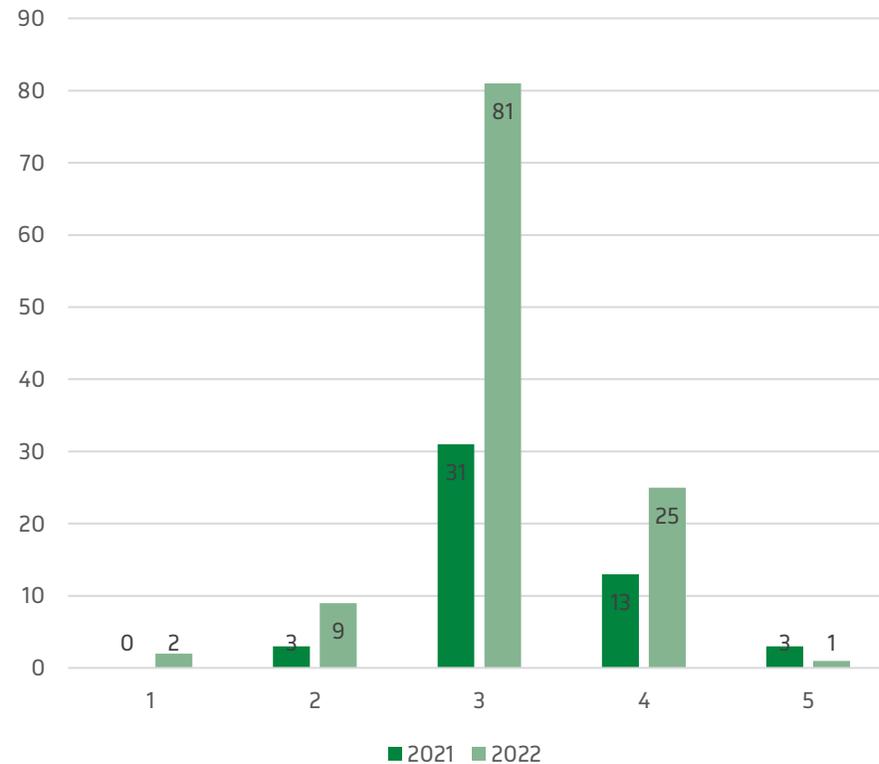
# Ergebnisse

## Allgemeiner Teil – Fragen 1 bis 10

### 10. Was ist Ihre Einschätzung zur Versandfrequenz des aktuellen Newsletters??

1 = sollte seltener verschickt werden | 2 = sollte etwas seltener verschickt werden | 3 = Frequenz gut | 4 = sollte etwas häufiger verschickt werden | 5 = sollte häufiger verschickt werden

Ø 3,12



# Ergebnisse

Allgemeiner Teil – Fragen 1 bis 10

8. Wie wichtig ist Ihnen die Unterstützung der regionalen Touristinformationen durch die Rhön GmbH (Flyer, Informationen, etc.)?

1 = unwichtig | 2 = weniger wichtig | 3 = neutral | 4 = wichtig | 5 = sehr wichtig

Ø 4,15



<https://www.rhoen.info/prospekte>  
<https://www.rhoen.info/prospektbestellung-b2b>

# Ergebnisse

*„Mehr auf die Touristiker zugehen und mit ihnen Probleme und neue Ideen besprechen“*

*„Auch junges Publikum ansprechen. Social Media hat sich in den letzten Monaten verbessert!“*

*Weiter so!“*

# Ergebnisse

*„Die Rhön GmbH leistet gute Arbeit, hat viele gut ausgearbeitete Projekte. Leider können wir im Bereich Gastronomie/Hotellerie uns aufgrund des immensen Personalmangels gar nicht mehr mit den meisten Projekten auseinandersetzen. Deshalb auch häufig keine Rückmeldung oder Beteiligung unsererseits. Uns fehlen überall so viele Mitarbeiter, dass man nur noch die wichtigsten Dinge erledigen kann. Ich sehe da auch in Zukunft keine große Verbesserung mehr, was sehr schade für die Rhön und die Gastronomie im Allgemeinen ist.“*

# Ergebnisse

*„Nahverkehr stärken.,Die Rhön nicht zum Tagesausflug Ziel weiter ausbauen. Motorrad Ausflüge begrenzen. „*

*„Zu 20. Messeauftritt: Das Thema "Anschließer" ist interessant, daher wäre es von Vorteil, frühzeitig zu erfahren, wann und wo die Rhön GmbH unterwegs ist.....*

# Ergebnisse

Rhön GmbH Messeplanung 2023			
Messe		Zeitraum	Ort
CMT Stuttgart	jährlich	15.01.-23.01.2022	Stuttgart
Grüne Woche Berlin	jährlich		Berlin
ITB Berlin	jährlich	07.-09.03.20223	Berlin
Landesgartenschau Fulda		27.04.-08.10.2023	Fulda
<del>Caravan Salon Düsseldorf 2023</del>	<del>jährlich</del>	<del>26.08.-02.09.2023</del>	<del>Düsseldorf</del>
Rhöner Wandertag	jährlich	02.09.2023	Meiningen
Schinken- und Destillationsmarkt	jährlich		Rasdorf
Tag der Regionen	jährlich		Oberbach
Brot- und Biermarkt			Poppenhausen
Reisen und Caravan	jährlich	Ende Okt.Anf.Nov	Erfurt

# Projekte

Übergeordnet

- **Nachhaltigkeit stärken**
  - Nachhaltigkeitszertifizierung Tourcert
  - Nachhaltigkeitswettbewerb DZT
- **Ausbau und Stärkung der analogen und insbes. digitalen Infrastruktur**
  - Marketingkanäle wie Website, Social Media, Newsletter usw.
  - Schaffung von Datenbanken und Tools zur Onlinebuchbarkeit usw.
- **Ausbau der Dachmarke über Erzeuger und Gastronomie hinaus**
- **Transparenz bei Ansprechpartnern und Netzwerk**

# Teilnahme beim Wettbewerb „Deutschlands Schönster Wanderweg“

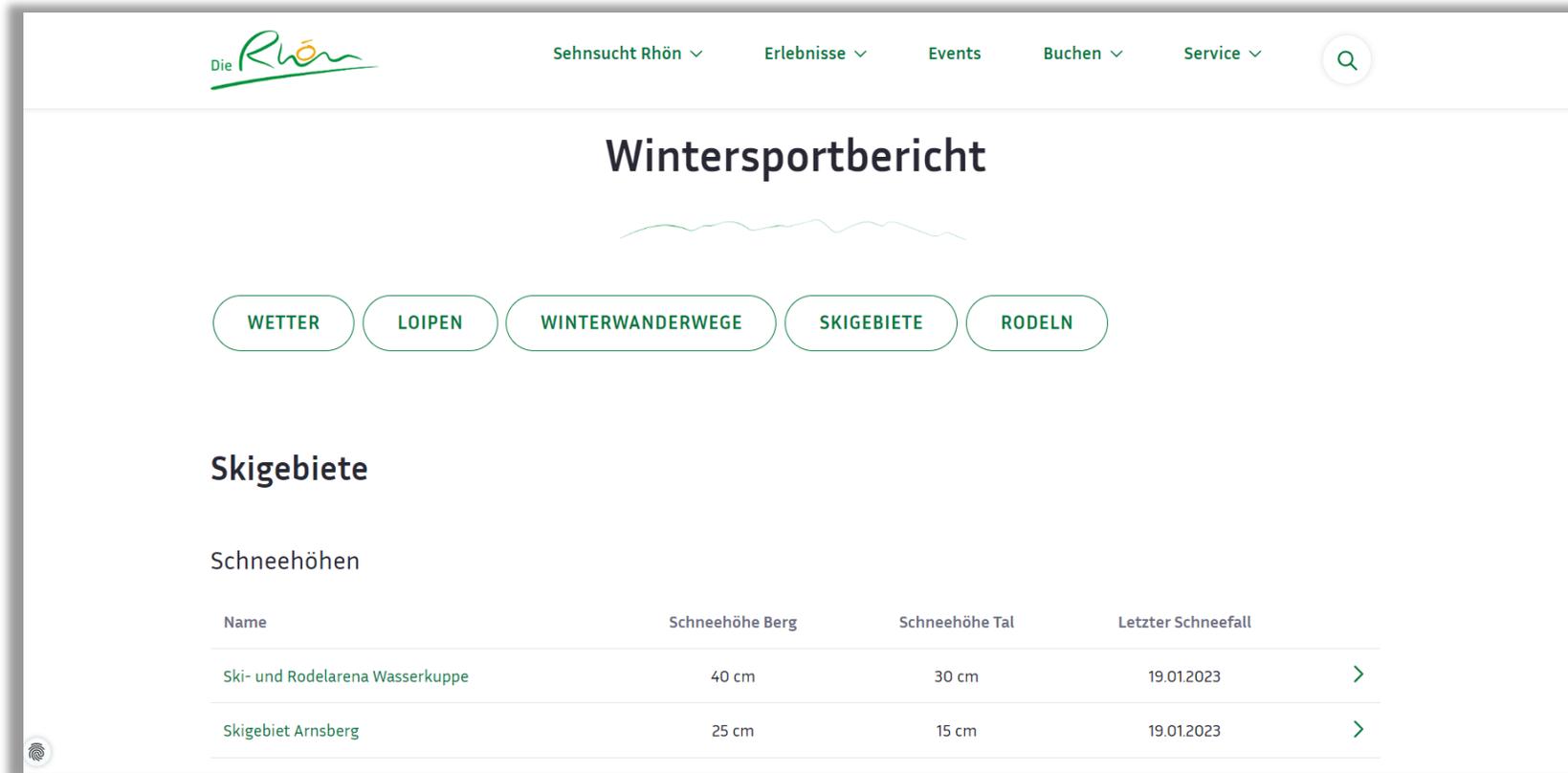
A photograph showing three hikers from behind as they walk along a dirt path in a lush, green rural landscape. The hiker in the foreground is a woman with a ponytail, wearing a light blue jacket and a red and blue backpack. Behind her are two men, one in a plaid shirt and another in a striped shirt, both also wearing backpacks. The path is flanked by tall grass and a rustic wooden fence. In the background, there are rolling hills and trees under a clear sky.

Die Extratour „Der Hilderser“  
erreichte den vierten Platz

# Auszeichnung zum Sternenpark des Jahres 2022

Die  
Auszeichnung  
erfolgte durch  
die Dark Sky  
Association

# Bündelung und Aufbereitung der neuen Webseite zum Wintersport



[www.rhoen.info/wintersportbericht](http://www.rhoen.info/wintersportbericht)

A close-up photograph of a hand holding a rustic wooden board. The board is topped with a layer of bright orange cheese, followed by a thick layer of thinly sliced, pinkish cured ham. The background is blurred, showing other people and more food, suggesting a social gathering or market.

Zuwachs im  
Netzwerk der  
Dachmarke Rhön  
um 50 neue  
Mitglieder

# Dachmarke Rhön e.V.

Die *Rhön*

# Go-Live des neuen Webauftritts der Rhön GmbH auf [www.rhoen.info](http://www.rhoen.info)



18.04.2023

- Fast 1 Millionen Seitenaufrufe
- Vielzahl an Radio, TV und Zeitungsmeldungen
- Start des neuen Gästeneuletter mit inzw. fast 500 Empfängern seit Jahresbeginn
- enorme Steigerung in den sozialen Medien

Entwicklung Abonnenten



# Erneuerung der I-Marke



Hervorragende Leistungen der Tourist-Infos an den Standorten im Bruder-Franz-Haus auf dem Kreuzberg, im Kompetenzzentrum Bad Neustadt und im Biosphärenzentrum Haus der schwarzen Berge in Oberbach

# Ausblick 2023

Auch in diesem Jahr sind wir wieder für Sie aktiv, getreu unseren Kernaufgaben:

REGIONALE WERTSCHÖPFUNG IN DER REGION UND  
FÜR DIE REGION SCHAFFEN

BERATUNG UND VERNETZUNG

DIE RHÖN SICHTBAR, SPÜRBAR UND ERLEBBAR MACHEN

<https://www.rhoen.info/w/jahresrueckblick-2022>

18.04.2023

- Teilnahme an der Wahl zu „Deutschland Schönster Wanderweg“ mit der Extratour Michelsberg
- Rhöner Wandertag in Meiningen
- Rhönschafgenießer-Wochen
- Sterneparkwochen
- Landesgartenschau Fulda
- 10 Jahre „Wir sind Rhöner Bier“
- Weiterentwicklung des „Grünen Bandes“
- Netzwerktreffen der Rhöner Akteure
- 15 Jahre Dachmarke Rhön e.V.
- Adventskalender „Wir sind Rhöner Bier“
- Zertifizierungsprozess zum Nachhaltigen Reiseziel

und vieles mehr



# Danke

**Rhön GmbH –  
Gesellschaft für Tourismus  
und Markenmanagement**

Rhönstraße 97  
97772 Wildflecken-Oberbach

Tel: +49 9749 930080-0  
Mail: kontakt@rhoen.info

[www.rhoen.info](http://www.rhoen.info)