
Die Rhön soll Marke werden

Oberbach/Fulda den 18.04.2018. Die Rhön ist ein schlafender Bär, der geweckt werden möchte. Davon ist Tourismusexperte Alexander Schuler überzeugt. „Wir müssen ihm jetzt Futter geben“, sagt der Geschäftsführer der BTE Tourismus- und Regionalberatung im Hotel Esperanto Kongress- und Kulturzentrum Fulda. Dort moderiert er die Auftaktveranstaltung zur Entwicklung einer Markenstrategie für die Dachmarke und den Tourismus in der Rhön, zu der die Rhön GmbH eingeladen hatte. Ziel dieser ist, einen Leitfaden für deren weitere touristische Entwicklung zu erarbeiten. „Wir Landkreise können es nicht“, betont der Bad Kissinger Landrat Thomas Bold (CDU) in seiner Eröffnungsrede. „Deshalb sind Sie alle gefragt, die Dienstleister, die Gastronomen, die Mitarbeiter der Tourist-Informationen, die Produzenten und Erzeuger, Hoteliers und Bürgermeister. Wir können nur gemeinsam etwas erreichen“, fügt Bold hinzu. Wichtig sei ihm außerdem, dass bestehende Barrieren abgebaut werden. „Es gibt nur eine Rhön. Den Gast interessieren die Landesgrenzen nicht“, so der Landrat. Thorn Plöger, Geschäftsführer der Rhön GmbH, vergleicht das Projekt zur Entwicklung einer Markenstrategie in der Rhön in seiner Begrüßung mit einer Schiffsreise: „Wir steuern das Schiff. Segeln Sie mit uns mit! Ich bin überzeugt, wir werden auch mal den Kurs verlieren. Aber, wir wissen, wo wir hinwollen.“ Und fügt hinzu: „Die Rhön soll das bekannteste Mittelgebirge in Deutschland werden.“

Etwa 150 Rhöner sind Plögers Einladung gefolgt und zur Auftaktveranstaltung nach Fulda gekommen. Doch wer einen Tag voller Impulsvorträge erwartet hatte, wird überrascht. Denn es heißt, selbst tätig zu werden. In acht Gruppen aufgeteilt, beschäftigen sich die Teilnehmer in mehreren Workshops mit verschiedenen Themen. Fragen wie: Worauf sind wir stolz in der Rhön? , Wie schmeckt die Rhön? , Wer ist der Lieblingsgast? oder Wie sieht der perfekte Tag in der Rhön aus? werden intensiv diskutiert und umfangreich beantwortet. Jedoch weniger wegen fehlenden Konsenses, sondern vielmehr, weil es unglaublich vielfältige Antworten, Produkte und Angebote in der Rhön gibt. Somit haben es Alexander Schuler, Co-Moderator Martin Schobert und seine Mitarbeiter von der Agentur Saint Elmo's Travel schwer, abschließend ein konkretes Alleinstellungsmerkmal der Rhön mit den Teilnehmern herauszuarbeiten. Allerdings zeigen sich die Touristikfachleute begeistert davon, wie stark die Rhöner mit ihrer Heimat verwurzelt sind.

„Ich fand es heute spannend“, fasst Regina Filler vom Rhönforum e.V. ihre Eindrücke von der Veranstaltung zusammen. „Mir hat besonders der länderübergreifende Austausch gefallen, dass man miteinander ins Gespräch gekommen ist und Tipps austauschen konnte“, fügt die Kaltennordheimerin hinzu. Auch der Bad Kissinger Wirtschaftsförderer Jürgen Metz zieht eine durchweg positive Bilanz. „Ich habe viele Gespräche geführt“, sagt er. Dass viele Bürgermeister dabei waren, sieht Metz als gutes Zeichen, als ein Bekenntnis zur Rhön. „Wir haben durch die Aufgabenstellung in den Workshops viele wichtige Informationen bekommen. Diese müssen wir nun reduzieren, um auf einen Nenner zu kommen“, resümiert Thorn Plöger. Drei weitere Veranstaltungen werden in den nächsten Monaten stattfinden, um eine Markenstrategie für die Dachmarke und den Tourismus in der Rhön zu entwickeln. Finanziert wird das Vorhaben mit Fördergeldern des Freistaates Thüringen. „Wichtig und zugleich Herausforderung ist im weiteren Prozess, dass die zahlreichen Alleinstellungsmerkmale nicht aufgegeben werden, sondern künftig unter der Dachmarke Rhön ein Zuhause finden“, betont der Chef der Rhön GmbH.

Fotos von Kathrin Kupka-Hahn/RhönGmbH:



057

Workshop: Moderator und Tourismusexperte Dr. Alexander Schuler im Gespräch mit seiner Gruppe.



156

Mitbringsel: Das verbinden die Teilnehmer mit ihrer Heimat, mit der Rhön.



045

Ideenfindung: Jeannette Bräutigam von der Verwaltungsgemeinschaft „Hohe Rhön“ Kaltensundheim und die Bad Brückenauer Bürgermeisterin Brigitte Meyerdieks.



068

Ideenreichtum: Die Pinnwand hängt voller Antworten zur Frage „Worauf sind wir stolz in der Rhön?“



086

Diskussion: Regler Austausch bei der Frage „Wie sieht der perfekte Tag in der Rhön aus?“



051

Netzwerk: Neben den Workshops blieb ausreichend Gelegenheit, um Kontakte zu pflegen. Hier sind Thorn Plöger und Brigitte Erb, Bürgermeisterin von Oberelsbach, im Gespräch

Rhön GmbH – Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement
Rhönstraße 97, 97772 Wildflecken-Oberbach, Telefon: (09749) 91 22 0

Kontakt: Kathrin Kupka-Hahn, Telefon: 09749 91 22 27, Email: Kathrin.Kupka-Hahn@rhoen.de

4082 Anschläge