

# MITEINANDER

RHEINHESSEN-KONFERENZ 2025



# DANKE AN PARTNER & SPONSOREN

Danke an unsere **Hauptsponsoren**, die Volksbanken Darmstadt Mainz und Alzey-Worms

Danke an unsere **Wirtschaftspartner**: IHK, HWK, DLR, Rheinhessen Sparkasse und die Wirtschaftsjunioren

Danke an unsere **Rheinhessen-Partner**:  
Rheinhessen-Marketing, Freundeskreis Rheinhessen, Rheinhessenwein, Rheinhessen-Touristik, Regionales Kulturmanagement Rheinhessen

Danke an unsere **Wein- & Kulinarik-Partner**: Catering Walz, N'Eis, Rheinhessenwein und die Weingüter Dr. Hinkel und Zehe-Clauß.

Während der Veranstaltung werden Foto- und Videoaufnahmen gemacht. Mit Ihrer Teilnahme erklären Sie sich mit der Verwendung des Bildmaterials einverstanden.

Im Interesse einer besseren Lesbarkeit verwenden wir das generische Maskulinum. Die Texte beziehen sich immer auf Angehörige aller Geschlechter.



WEINGUT DR. HINKEL



# RHEINHESSEN-KONFERENZ 2025

*18:00 Uhr: Begrüßung durch Erwin Malkmus, Nino Haase, Hans-Jörg Friese, Dr. Marcus Walden*

*18:15 Uhr: Dachmarken-Strategie und Mitmach-Projekte, Stephan Köhl*

*18:45 Uhr: Best Practice aus Rheinhessen*

**Cornelia Kirn und Peter Walz, Metzgerei, Mainz**

**Jonas Deichelmann, Aiddevs, StartUp, Worms**

**Tim Gemünden, Bauunternehmung Karl Gemünden, Ingelheim**

**HWK Wlan**

Netzwerk: HWK Gaeste

Passwort: Handwerk!

*19:30 Uhr: Impulse für Rheinhessen:*

**Karina Szwede, Anja Obermann, Stefanie Wild, Shari Huwer**

**Schluss-Appell: Walter Strutz**

*ab 20 Uhr: Wein, Buffet, Netzwerken, musikalische Untermalung: Günter Jertz*

# BEGRÜBUNG



**Erwin Malkmus**  
Vorsitzender des  
Strukturrats Rheinhessen



**Nino Haase**  
Oberbürgermeister  
der Stadt Mainz



**Hans-Jörg Friese**  
Präsident der  
HWK Rheinhessen



**Dr. Marcus Walden**  
Präsident der  
IHK für Rheinhessen



**Markus Appelmann**  
Moderator

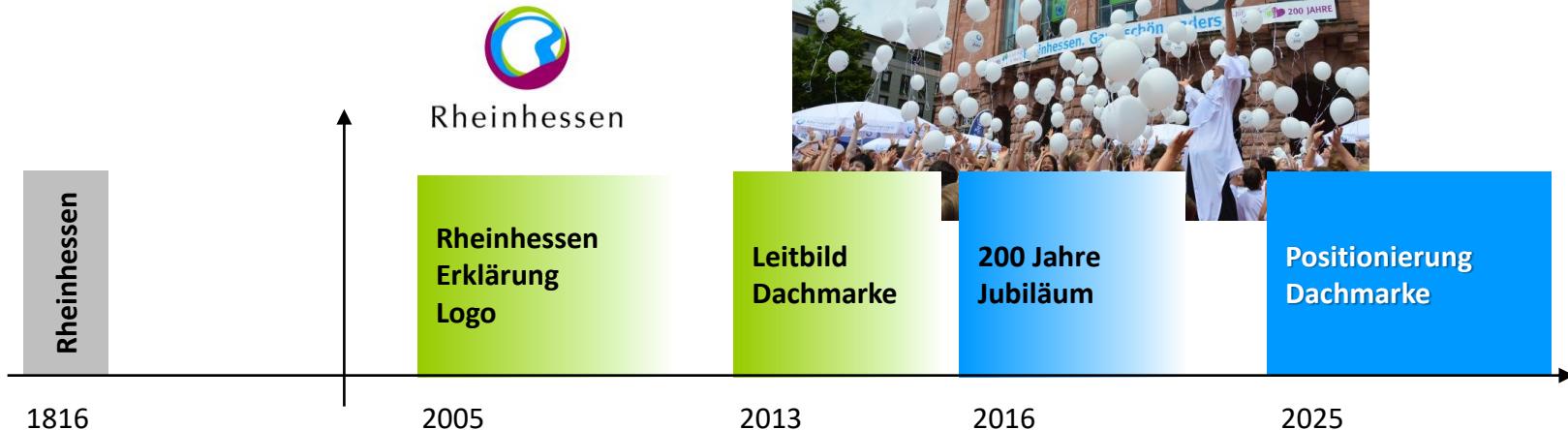
# DACHMARKEN-STRATEGIE



## Agenda

- Dachmarken-Strategie
- Mitmach-Projekte
- Interaktion
- Ausblick

# ENTWICKLUNG DER MARKE RHEINHESSEN



# DER WERT EINER "LOVE-BRAND"

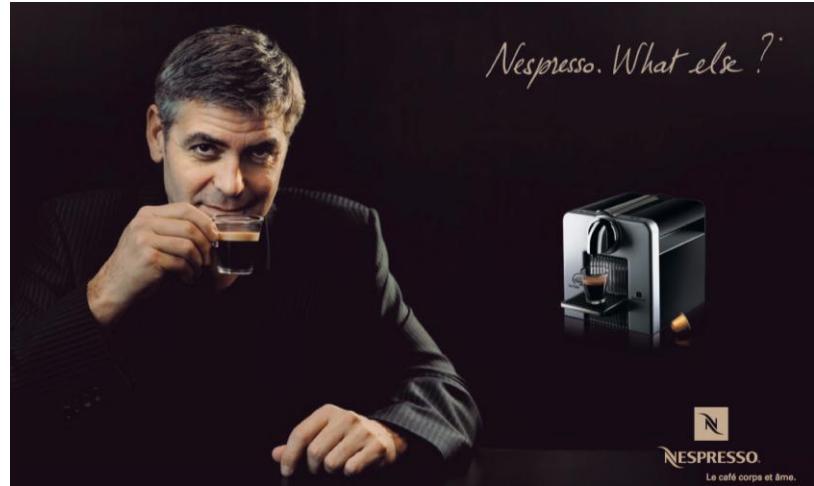
Am Beispiel Kaffee



Einkaufspreis  
7 Euro pro Kilo



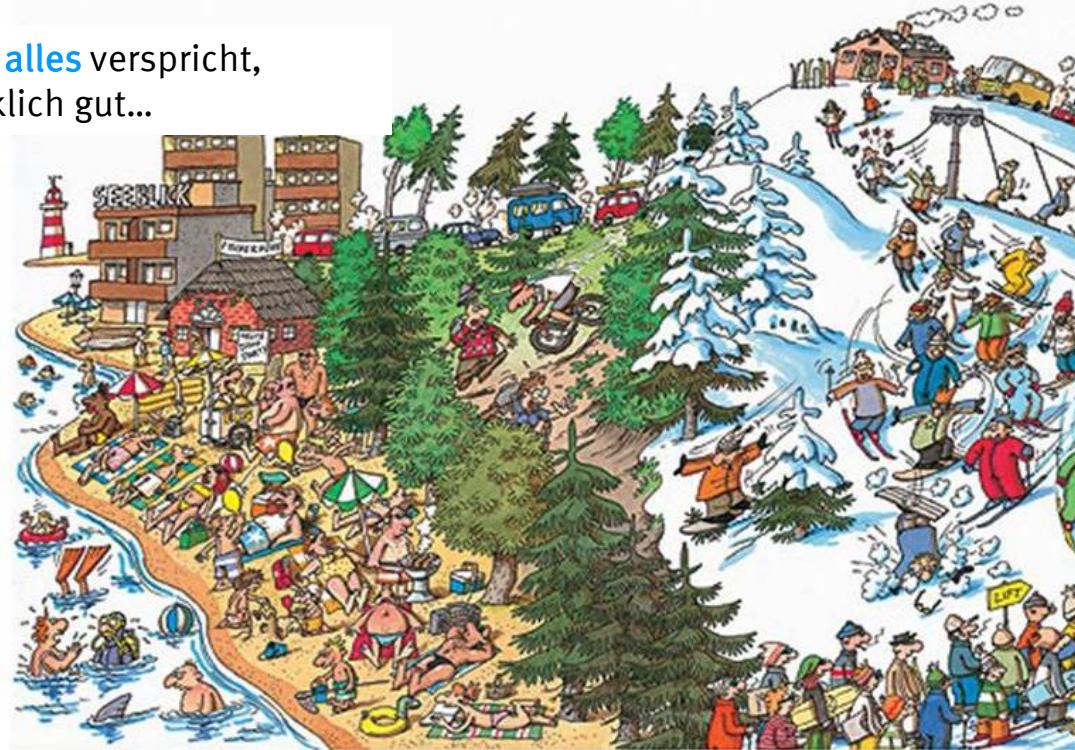
Verkaufspreis  
19 Euro pro Kilo



Verkaufspreis **90 Euro pro Kilo !**

# VIELFALT IST KEINE GUTE POSITIONIERUNG...

Wer **allen** Zielgruppen **alles** verspricht,  
kann meist **nichts** wirklich gut...



# MARKEN SIND...



Chemisch gesehen ist beides Kohlenstoff.  
Erst durch Verdichtung entsteht der wertvolle Diamant!



...verdichtete Spitzenleistungen!

# POSITIONIERUNG MIT DER WIRTSCHAFT



Gemeinsam mit Vertreter:innen vieler Wirtschaftsbranchen und Institutionen – z.B. der IHK, HWK, Boehringer, Renolit, Mainz 05, VRM, Molitor, Architektur, Bestattung, Zimmerei u.v.m. – haben wir das in kurzer Zeit erfolgreich geschafft!

Tolle Gruppe und echte Leidenschaft für Rheinhessen!

**Positionierung wurde differenziert und optimiert.**

**Dachmarke soll sich konzentrieren auf**

- Lebensqualitäts-Faktoren und
- Fachkräfte für alle Branchen

# MODULE DER DACHMARKEN-DEFINITION

1.  
**Marken-Kern**

2.  
**Positionierung**

3.  
**Ein-Wort-Wert**

4. **Marken-Prinzipien**

**Marken-  
Nutzen**

**Marken-  
Versprechen**

**Marken-  
Regeln**

**Leuchtturm-  
Projekte**



# DACHMARKEN-DEFINITION RHEINHESSEN

## MARKENKERN

- verbindend
- tatkräftig
- weltoffen
- lebendig

## POSITIONIERUNG

Rheinhessen ist  
die lebendigste  
Wirtschafts- & Wein-  
Region Deutschlands

## EIN-WORT-WERT

**MITEINANDER**



Rheinhessen

# 1. MARKENKERN-WERTE

**DER MARKENKERN**

**VERBINDEND**  
Für Gemeinschaft und echte Nähe... im Sinne von sympathisch, nahbar, vertrauensvoll, gemeinschaftlich, gemeinwohlorientiert, gelassen, persönlich, gastfreudlich und emotional.

**TATKRÄFTIG**  
Für Substanz und Verlässlichkeit... im Sinne von ursprünglich, bodenständig, ehrlich, verwurzelt, geerdet, zuverlässig, anpackend, hemdsärmelig, qualitätsbewusst, glaubwürdig, traditionsbewusst und wirtschaftsstark.

**Rheinhessen**

**WELTOFFEN**  
Für Geist und Zukunft ... im Sinne von international, neugierig, aufgeschlossen, mutig, weitblickend, kontrastreich, selbstbewusst und tolerant.

**LEBENDIG**  
Für Lebensfreude und Bewegung... im Sinne von lebensfroh, erlebnisreich, festlich, gesellig, spontan, zugänglich, engagiert, bewegend, energiegeladen, überraschend, bunt, mitreißend und herzlich.

**Image descriptions:**  
The collage includes images of a smiling couple in a supermarket, a smiling man in a hard hat and vest, a smiling man with a beard, a vineyard, a group of people holding baskets of fruit, and a group of people at an outdoor festival.

# 2. POSITIONIERUNG (≈ VISION)



Rheinhessen ist die  
**lebendigste Wirtschafts- und Wein-Region Deutschlands.**

**Lebendigkeit** passt zu Rheinhessen, zu den Menschen, zur Natur und unterscheidet uns von anderen Regionen.

**Wirtschafts- und Wein-Region:** Unsere Wirtschaft ist stark, dynamisch und innovativ. Die Kombination aus Wirtschaft, Wein, Kultur, Natur und Menschen bringt uns an die Spitze.

**Deutschland:** Auch wenn unser Bezugsraum für diese Positionierung Deutschland ist, bleiben wir weltoffen.

Bitte beachten: Diese Positionierung ist  
kein Slogan und steht nicht auf Werbeplakaten!

# 3. EIN-WORT-WERT "MITEINANDER"



Das „**MITEINANDER**“ drückt die Essenz der Marke aus. Es ist spürbar im Alltag, in der Wirtschaft und der Gastfreundschaft.

**Wirtschaftlich:** Unternehmen und Verwaltungen arbeiten miteinander, unkompliziert und lösungsorientiert.

**Menschlich:** Hier kennt man sich, hilft sich und bringt sich ein. Einheimische, Rückkehrer oder Neubürger fühlen sich gleichermaßen willkommen.

**Kulturell:** Stadt trifft Land, Genuss trifft Tatkraft, Tradition trifft Offenheit – Rheinhessen lebt von Gegensätzen, die sich ergänzen.



Was sagen  
unsere Azubis  
zu Rheinhessen?

# AZUBIS VIDEO "MITEINANDER"

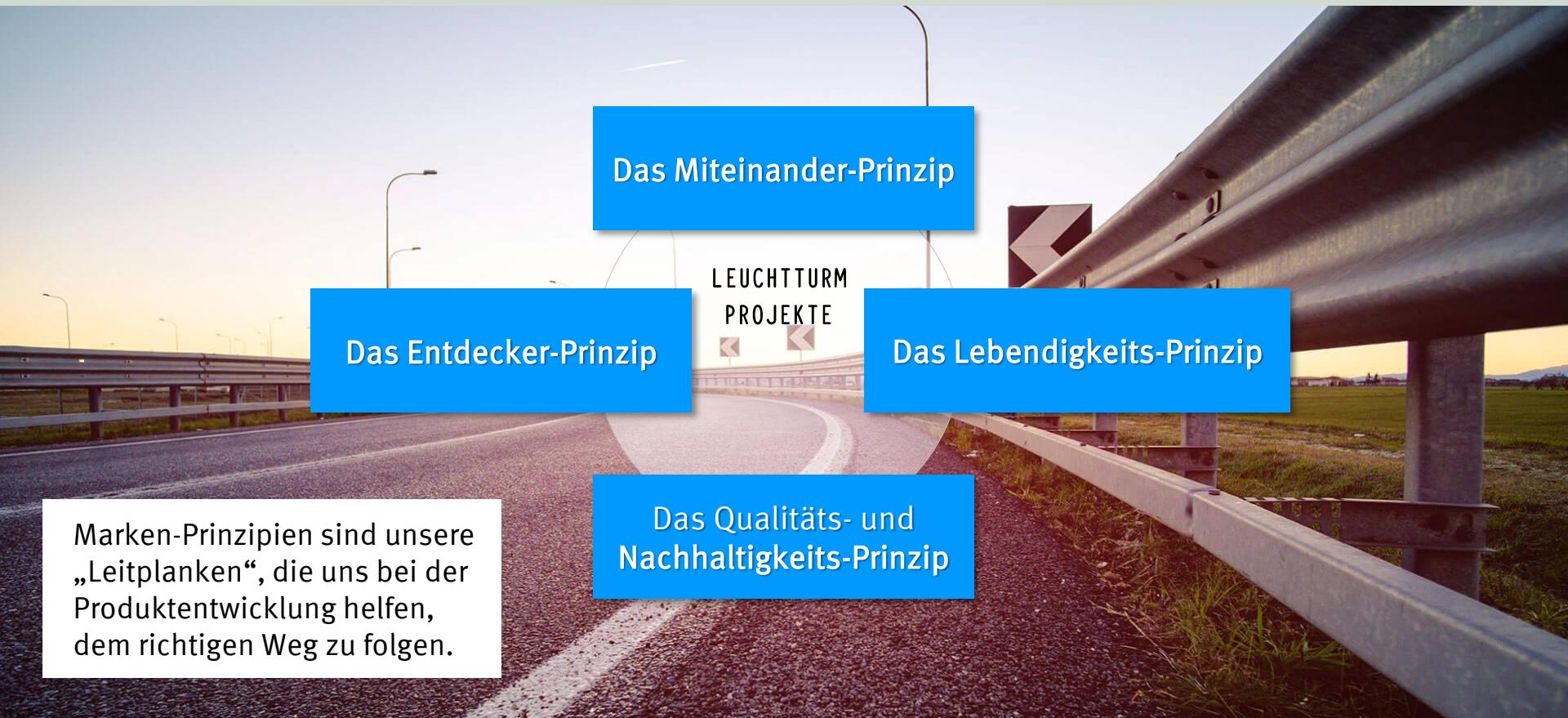


DANKE AN DIE AZUBIS VON



Danke an die IHK für Rheinhessen  
(Dr. Florian Steidl & Julia Schneider)  
für Idee und Videoproduktion

# 4. MARKEN-PRINZIPIEN



# PROJEKTE NACH INNEN



Rheinhessen

# UNSERE START-PROJEKTE

Rheinhessen-Konferenz  
1 x pro Jahr



Dachmarken-Stammtische  
Best-Practice-Beispiele

2-3 Marken-Stammtische  
p.a. für Dachmarkenpartner

Dachmarken-Partnermodell  
Rheinhessen Institutionen  
Struktur optimieren

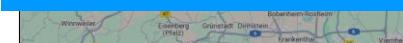
Rheinhessen  
B2B-Netzwerk

Relevante Infos aus allen  
Bereichen: Wirtschaft,  
Wein, Tourismus und  
Kultur zentral auf der  
[www.rheinhessen.de](http://www.rheinhessen.de)  
Plattform darstellen & via  
Newsletter verschicken.

Partner-Videos  
Für jeden Markenpartner



von Hidden Champions zu  
„Made-in-Rheinhessen“



# JETZT BRAUCHEN WIR SIE!

Welches Projekt sollen wir zügig starten?



Neue Talente  
**1. Welcome Box**  
Fachkräfte-Onboarding

Schulen  
**2. Rheinhessen-Explorer**  
Lernen, wo wir leben

Unsere Besten  
**3. Miteinander-Award**  
vgl. Ausgez. Ausb.betrieb

# WELCOME-BOX FÜR NEUE TALENTEN

Hier sehen Sie beispielhafte Pakete, die wir miteinander optimieren.



## Basis-Box

2 Auto-Aufkleber  
2 Pins, 2 Stifte  
2 Schlüsselanhänger  
2 Weingläser

**ca. 20 Euro**

## Familie

6 Schoppengläser  
Tablett, Lunchbox  
2 Weingläser  
2 Tassen  
Malset, Puzzle  
Aufkleber, Pins

**ca. 60 Euro**

## Premium

Flagge  
Einkaufstasche  
Tablett  
2 Weingläser  
2 Tassen  
Kulinarik: Pinot-  
Cracker, Senf,  
Pesto, Kernöl  
Aufkleber, Pins

**ca. 90 Euro**

Firmen bestellen Talente-Boxen für ihre neuen Fachkräfte  
Es gibt 3 Standard-Boxen-Größen, aber auch flexibel kombinierbar  
Organisation über Dienstleister in Rheinhessen

# RHEINHESSEN EXPLORER FÜR SCHULEN



**Rheinhessen Explorer** ist ein spielerischer Entdecker-Koffer für Schulklassen verschiedener Altersstufen

**Lernmaterial** über Rheinhessen in verschiedenen Fächern:  
Sachkunde, Geschichte, Sozialkunde, Bildende Kunst

**Material:** Powerpoint-Präsis, Filmchen, Info-Karten mit Web-Links, Kartenmaterial, Wirtschaft, Kultur, Prospekte aller Branchen

Präsentationen durch Kultur-Botschafter oder Mitarbeiter

Kostenschätzung: z.B. 10.-15.000 Euro (7 Koffer, 5 Jahre, Förderung)

**Ziele:** Stolz und Wissen über Rheinhessen fördern

# MITEINANDER AWARD



Der **Miteinander Award Rheinhessen** zeichnet Kooperationen aus, die die Region voranbringen, vgl. „Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb“ der HWK. Der Preis würdigt das „Wir“ statt das „Ich“.

Klare Kriterien, hochkarätige Jury, festliche Verleihung auf der nächsten Rheinhessen-Konferenz 2026 in z.B. folgenden 3 Kategorien:

**Wirtschaft & Innovation** – gemeinsame Produkte & Businessmodelle

**Gesellschaft & Bildung** – soziales Engagement, Bildung, kulturelle Vielfalt

**Nachhaltigkeit & Zukunft** – Lösungen für Umwelt, Klima, Regionalentwicklung

Leistungen für Gewinner: Pokal, Urkunde, Siegel und Marketingpakete

# BITTE STIMMEN SIE JETZT AB!

Bitte den Mentimeter QR-Code mit dem Handy scannen.  
Jeder hat eine Stimme, für ein Projekt.  
Ihr präferiertes Projekt starten wir zügig.



Code: 6679 1354  
[menti.com/almzx8nkdqpz](https://menti.com/almzx8nkdqpz)



**1. Welcome Box**  
für neue Talente



**2. Rheinhessen-Explorer**  
Lernmaterial für Schulen



**3. Miteinander-Award**  
für unsere Besten

# MENTIMETER-UMFRAGE ANS PUBLIKUM

Besuchen Sie [menti.com](https://menti.com) | und benutzen Sie den Code 6679 1354

Jeder hat eine Stimme für ein Projekt

### Weches dieser 3 Projekte sollen wir zügig beginnen?



0	1. Welcome Box für neue Talente
0	2. Rheinhessen-Explorer Lemmatrial für Schulen
0	3. Miteinander-Award für unsere Besten

Welcome-Talente-Box      Schulkoffer Explorer      Miteinander-Award

Besuchen Sie [menti.com](https://menti.com) | und benutzen Sie den Code 6679 1354

Bitte kurze Begriffe & Schlagworte

### Wo liegt aktuell die größte Herausforderung für Ihren Betrieb & Branche?



transpiration  
leader  
creative  
fast  
focus  
inspiration

Besuchen Sie [menti.com](https://menti.com) | und benutzen Sie den Code 6679 1354

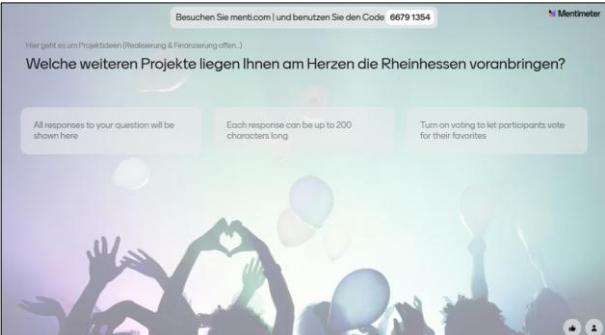
Her geht es um Projektideen (Redesignung & Finanzierung offen...)

### Welche weiteren Projekte liegen Ihnen am Herzen die Rheinhessen voranbringen?

All responses to your question will be shown here

Each response can be up to 200 characters long

Turn on voting to let participants vote for their favorites



# DANKE FÜR IHRE ABSTIMMUNG!

Jeder hat eine Stimme für ein Projekt

Welches dieser 3 Projekte sollen wir zügig beginnen?



Unser nächstes Projekt ist damit klar...

# UNSERE GRÖßTEN HERAUSFORDERUNGEN...



# DANKE FÜR 112 PROJEKTVORSCHLÄGE!

Welche weiteren Projekte liegen Ihnen am Herzen, die Rheinhessen voranbringen?

SCHULEN IST EINE TOLLE IDEE)

Projekte im Verbund mit  
Nachbarregionen RheinMain/  
RheinMainNeckar: z.B.  
Verkehrsinfrastruktur

Weinerlebniszentrums Bahnansbindung  
ÖPNV-Verbund-Rheinhessen

Rheinhessen-Pop-Up-Store

"Demokratieregion" IDEE in den  
Vordergrund stellen, Projekte und  
anregen

Vielfalt und Offenheit international  
sichtbar machen

Projekt "Anschubförderung  
rheinhessen-typische Gastronomie" zur  
verbesserung der  
infrastrukturvoraussetzung tourismus

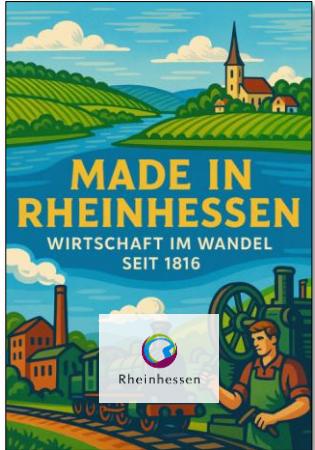
An jedem Wochenende in einem  
anderen "Weinberg"/Ort

Projekt "rheinhessen verstehen" Briefing  
für neue Fachkräfte in Unternehmen zu  
Region, neue Lebenswelt verstehen.  
Kultur- und Weinbotschafter einsetzen

Rheinhessische Start-Up Initiative

# WEITERE IDEEN...

KI Konzept-Bilder



Buchprojekt/Blog  
**Made in Rheinhessen**  
Wirtschaft im Wandel



Rheinhessen  
**Pixie Buch**  
für Kleinkinder



# PRESSE-ARBEIT

# Pressespiegel Dachmarke

- AZ Januar
  - VivArt März
  - AZ Mai
  - VivArt Juni
  - IHK Report August

Und in den E-Papers und  
Websites der Verlage...

## Zahlreiche LinkedIn Posts

↓

# LINKEDIN FIRMENSEITE



## Dachmarke Rheinhessen

Die Dachmarke Rheinhessen vernetzt Wirtschaft, Tourismus, Wein und Kultur und fördert die regionale Wertschöpfung.

A thumbnail of a LinkedIn post from Dachmarke Rheinhessen. It features a photo of a festival at night with a ferris wheel in the background. The caption reads: "Mainz macht Lust auf Spätsommer – der Mainzer Weinfest 2025. Zwischen alten Bäumen, Rossebuden und Lüftelplatz wird der Stadtteil zur Bühne der Sinne. Von 28.-31. August &amp; 4.-7. September fließt hier Rheinhessen ... mehr".

A thumbnail of a LinkedIn post from Dachmarke Rheinhessen. It features a photo of a festival at night with a ferris wheel in the background. The caption reads: "WORMSER BACKFISCHFEST 30. AUG. - 07. SEPT. 2025. Vom 30. Aug. bis 7. Sept. wird Worms zur Festmeile: Das Backfischfest – größtes Wein- und Volksfest am Rhein – vereint Tradition, Genuss und pure ... mehr".

## Follower-Entwicklung:

Mär: 22 Follower  
Apr: 82 Follower  
Mai: 177 Follower  
Jun: 368 Follower  
Jul: 532 Follower  
Aug: >700 Follower

## LinkedIn Firmenseite

**Strategie:** B2B Kommunikation & Reichweite  
**Themen:** Wirtschaft, Kultur, Wein, Touristik

# LEISTUNGEN FÜR DACHMARKEN-PARTNER

**Information:** Rheinhessen Netzwerk, Newsletter & LinkedIn-Posts

**Netzwerk:** Teilnahme an Events in verschiedenen Formaten

**Marketing:** Website, SocMedia-Kanäle, Pressearbeit



**Partner-Plus:** Firmen-Video im Wert von über 4.000 Euro plus Marketing

# WAS KÖNNEN SIE TUN?



- Werden Sie Dachmarkenpartner (ca. 500 Euro pro Jahr)
- Bitte prüfen Sie, wo Sie in Ihrem Betrieb das echte „Rheinhessen-Miteinander“ mit Leben füllen können...
- Kommen Sie zu Dachmarken-Events.
- Bringen Sie Ideen und Vorschläge ein.
- Verwenden Sie das Rheinhessen Logo.
- Werden Sie Rheinhessen-Botschafter...

# AUSBLICK: RHEINHESSEN KONFERENZ 2026



Sie sind herzlich eingeladen zur Rheinhessen-Konferenz  
am **Mi. 4. November 2026**

## Motto: Miteinander

- Bilanz Dachmarken-Arbeit nach (dann) fast 2 Jahren
- Reaktionen aus der Wirtschaft
- Projekte und Aktionen
- Ort: Worms, Alzey, Ingelheim, Bingen, Monsheim, Nieder-Olm oder...

**Haben Sie noch einen anderen Vorschlag?**



Rheinhessen

# MITEINANDER

## GEHT'S EINFACH BESSER!



# IMPULSE FÜR RHEINHESSEN



**Karina Szwede**  
Hauptgeschäftsführerin  
IHK für Rheinhessen



**Anja Obermann**  
Hauptgeschäftsführerin  
HWK Rheinhessen



**Stefanie Wild**  
MeinweinzuHause  
Weingut Becker



**Shari Huwer**  
Thats Nuts  
Nüsse von hier

# STEFANIE WILD, MEIN WEINZUHAUSE



# SHARI HUWER, NÜSSE VON HIER



# SCHLUSSAPPELL: WALTER STRUTZ



**Walter Strutz**  
Stellv. Vorsitzender  
Rheinhessen-Marketing