

MITEINANDER

RHEINHESSEN-KONFERENZ 2025



Rheinhausen

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 Frieze, 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 Szweide, Anja Obermann, Stefanie Wild, Shari Huwer

Schluss-Appell: **Walter Strutz**

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

BEGRÜßUNG



Erwin Malkmus
Vorsitzender des
Strukturrats Rheinhessen



Nino Haase
Oberbürgermeister
der Stadt Mainz



Hans-Jörg Frieze
Präsident der
HWK Rheinhessen



Dr. Marcus Walden
Präsident der
IHK für Rheinhessen



Markus Appelmann
Moderator

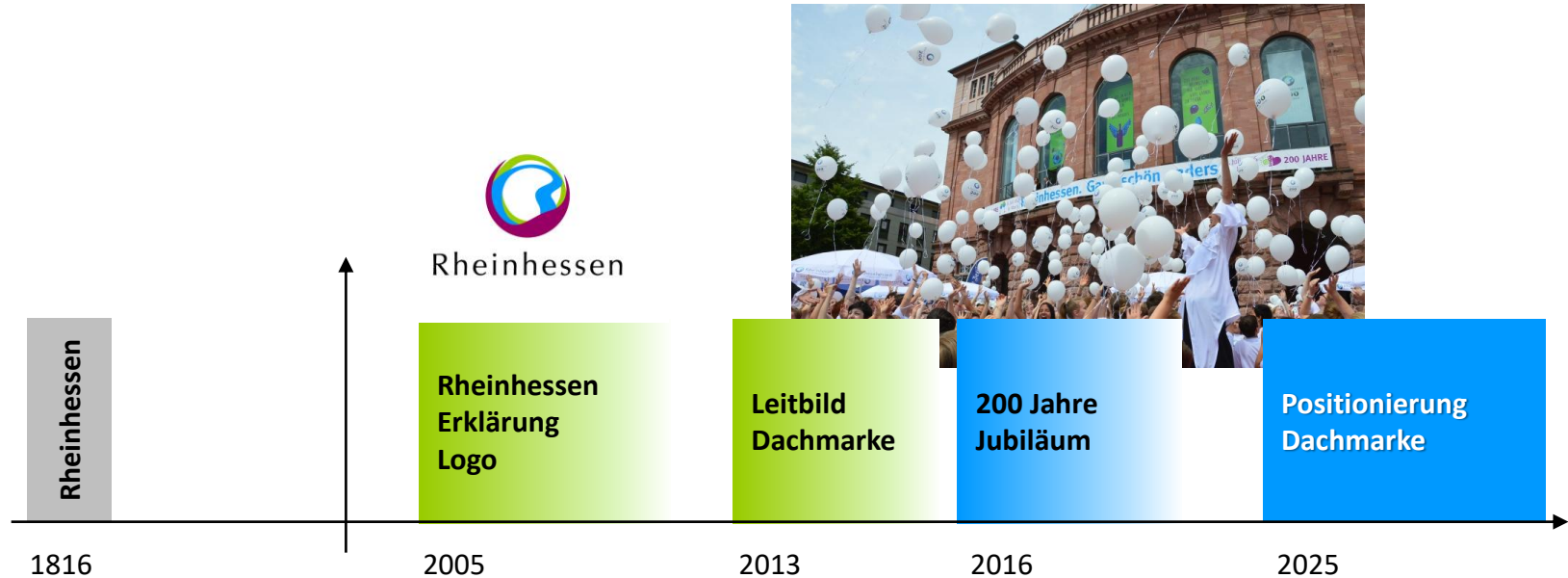
DACHMARKEN-STRATEGIE



Agenda

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

ENTWICKLUNG DER MARKE RHEINHESSEN



DER WERT EINER "LOVE-BRAND"

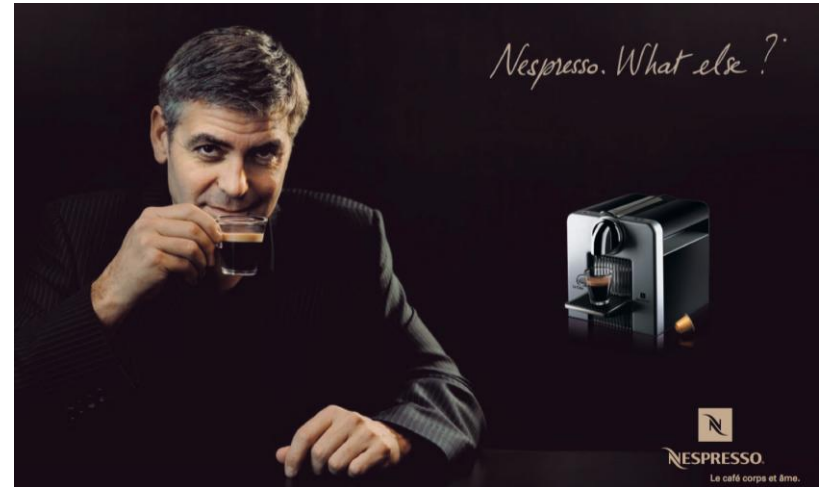
Am Beispiel Kaffee



Einkaufspreis
7 Euro pro Kilo



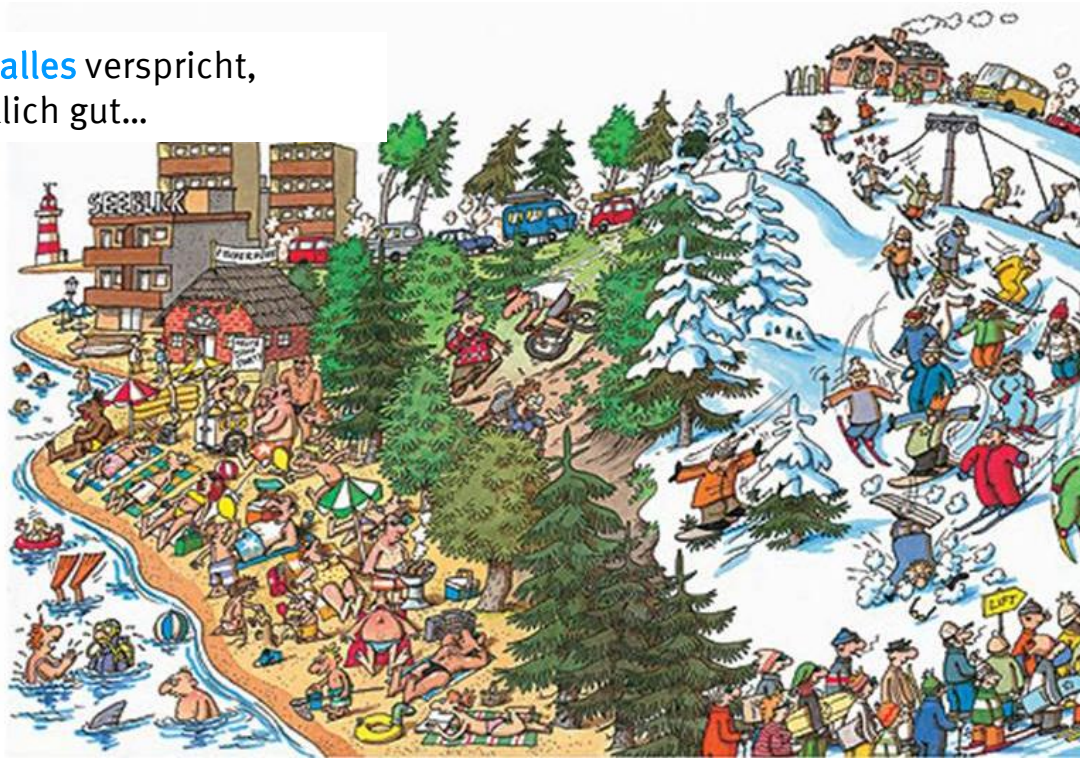
Verkaufspreis
19 Euro pro Kilo



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



1. MARKENKERN-WERTE



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 Rheinessen
(Dr. Florian Steidl & Julia Schneider)
für Idee und Videoproduktion



Rheinessen

4. MARKEN-PRINZIPIEN

Das Miteinander-Prinzip

Das Entdecker-Prinzip

Das Lebendigkeits-Prinzip

Das Qualitäts- und
Nachhaltigkeits-Prinzip

Marken-Prinzipien sind unsere „Leitplanken“, die uns bei der Produktentwicklung helfen, dem richtigen Weg zu folgen.

LEUCHTTURM
PROJEKTE

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
Plattform darstellen & via
Newsletter verschicken.

Partner-Videos
Für jeden Markenpartner



JETZT BRAUCHEN WIR SIE!

Welches Projekt sollen wir zügig starten?



Neue Talente
1. Welcome Box
Fachkräfte-Onboarding



Schulen
2. Rheinessen-Explorer
Lernen, wo wir leben



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

WELCOME-BOX FÜR NEUE TALENTE

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 neue Fachkräfte
Es gibt 3 Standard-Boxen-Größen, aber auch flexibel kombinierbar
Organisation über Dienstleister in Rheinessen

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 Rheinessen** 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 Rheinessen-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



1. Welcome Box
für neue Talente



2. Rheinessen-Explorer
Lernmaterial für Schulen




3. Miteinander-Award
für unsere Besten

MENTIMETER-UMFRAGE ANS PUBLIKUM

Besuchen Sie menti.com | und benutzen Sie den Code: 6679 1354

Jeder hat eine Stimme für ein Projekt


Weches dieser 3 Projekte sollen wir zügig beginnen?



1. Welcome Box
für neue Talente

0


Welcome-Talente-Box



2. Rheinhessen-Explorer
Lernmaterial für Schulen

0

Schulkoffer Explorer



3. Miteinander-Award
für unsere Besten

0

Miteinander-Award

Rheinhessen

Besuchen Sie 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
bold
creative
fast
focus
inspiration

Besuchen Sie menti.com | und benutzen Sie den Code: 6679 1354


Hier geht es um Projektskizzen (Roadmapping & 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

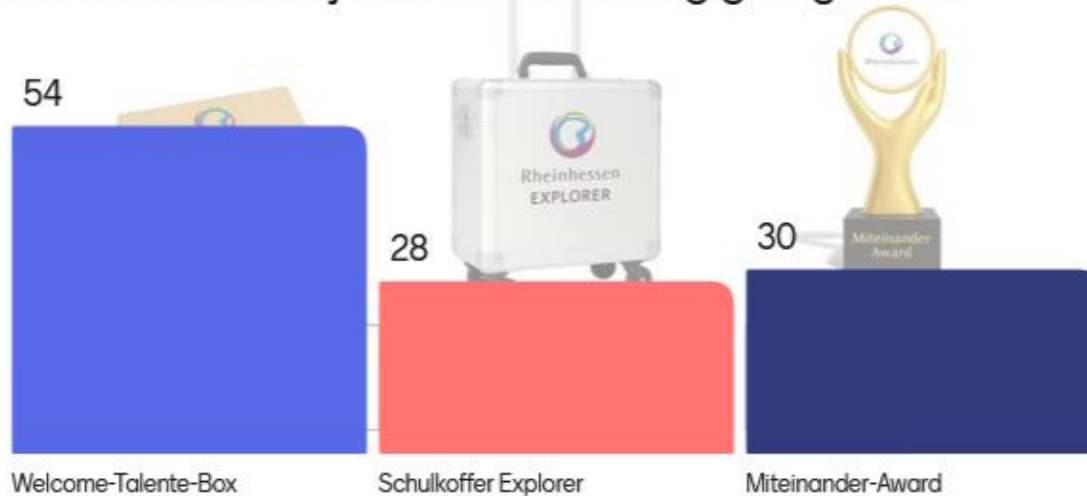
Turn on voting to let participants vote for their favorites



DANKE FÜR IHRE ABSTIMMUNG!

Jeder hat eine Stimme für ein Projekt.

Weches 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?

Schauen ist eine tolle Idee

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

Weinerlebniszentrum Bahnanbindung
ÖPNV-Verbund-Rheinhessen

Rheinhessen-Pop-Up-Store

"Demokratieregion" IDEE in den
vordergrund stellen, projekte uni
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 Rheinhausen
Wirtschaft im Wandel



Rheinhausen
Pixie Buch
für Kleinkinder



Rheinhausen



PRESSE-ARBEIT

Pressespiegel Dachmarke

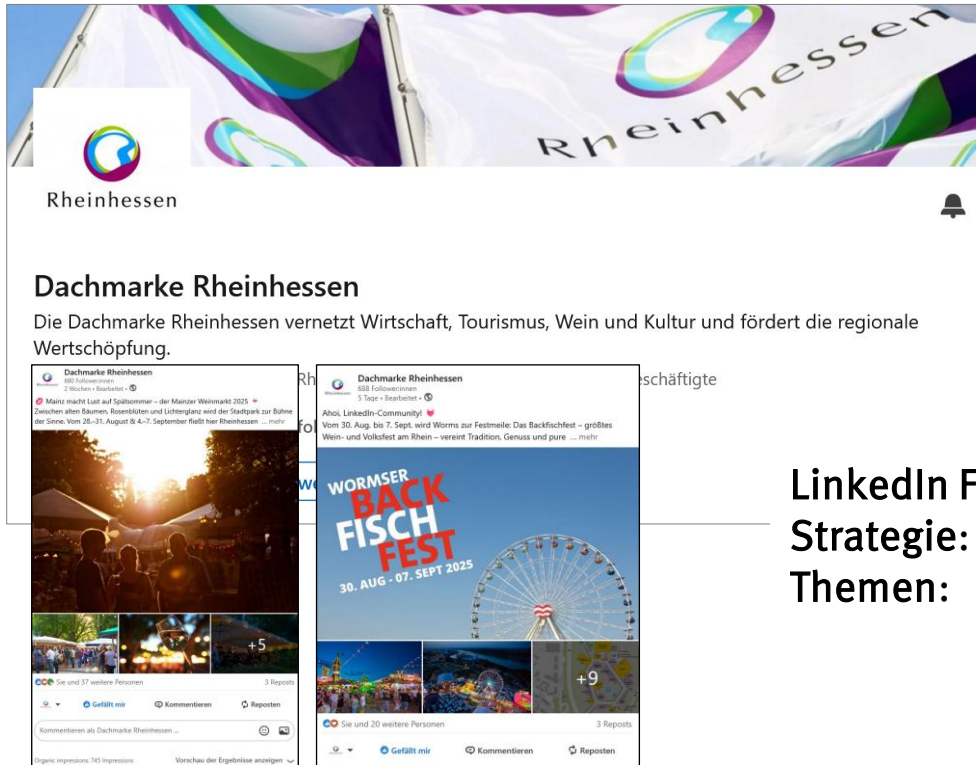
- AZ Januar
- VivArt März
- AZ Mai
- VivArt Juni
- IHK Report August

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

Zahlreiche LinkedIn Posts
↓



LINKEDIN FIRMENSEITE



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