



Drucksachen-Nr. **X/393**

Bad Schwalbach, den 20.07.2017

Aktenzeichen:

Ersteller: Herr Bachmann

## Kreisentwicklung u. Wirtschaftsförderung

Beratungsfolge	Sitzungstermin	TOP	Öffentlich
Kreisausschuss	14.08.2017		nein
Ausschuss für Energie, Umwelt und Kreisentwicklung	05.09.2017		
Kreistag	12.09.2017		

### Titel

**Weiterentwicklung der Dachmarke Kulturland Rheingau - Vorstellung des Endberichtes der Phase I**

### I. Beschlussvorschlag:

Der Endbericht der Phase I des LEADER-Projektes „Weiterentwicklung Dachmarke Kulturland Rheingau“ wird zur Kenntnis genommen.

### II: Sachverhalt:

Mit elektronischer Nachricht vom 18. Juli 2017 hat die Geschäftsstelle des Zweckverbands Rheingau den Endbericht der Phase I des LEADER-Projektes „Weiterentwicklung Dachmarke Kulturland Rheingau“ sowie nachfolgenden Sachverhalt zu o.s. Beschlussvorschlag zur Kenntnisnahme in den Gremien des Landkreises und der Rheingauer Kommunen versandt:

Der Zweckverband Rheingau hat mit seinen beiden Kooperationspartnern Rheingauer Weinwerbung/Weinbauverband und Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH die erste Phase der Weiterentwicklung der Dachmarke Kulturland Rheingau abgeschlossen.

Ziel war die Erarbeitung einer starken Marke mit einer klaren Idee, hinter der der gesamte Rheingau und alle Rheingauerinnen und Rheingauer stehen.

Dies sollte im Rahmen eines LEADER-Projektes unter Beteiligung verschiedener Partner aus dem gesamten Rheingau gemeinschaftlich erarbeitet werden, um der Region ein einheitliches identitätsstiftendes Bild zu geben. Die Dachmarke soll dazu beitragen, die gute Lebensqualität der Region dauerhaft zu fördern, zu sichern und auszubauen.

Ziel der zahlreichen Arbeitsgruppen war es, die Alleinstellungsmerkmale der Region herauszuarbeiten sowie den Blick in die zukünftige Entwicklung und Vermarktung der Region in den einzelnen Bereichen zu richten. Vor allen Dingen aber wurde der Prozess von den Akteuren und Leistungsträgern selbst mitgestaltet und erreichte somit eine hohe Akzeptanz.

Es wurde eine wichtige Standortbestimmung der Dachmarke vorgenommen und die Region für eine Dachmarke sensibilisiert. Über 150 Bürgerinnen und Bürger sowie Leistungsträger der Region haben begeistert die Möglichkeit wahrgenommen, sich an dem Prozess beteiligen zu können und die Dachmarke aktiv zu gestalten. Im Zuge dessen identifizieren sich immer mehr Menschen im Rheingau mit der Dachmarke. Mit den erarbeiteten Markenwerten hat die Dachmarke an Persönlichkeit gewonnen. Eine Persönlichkeit, die gemeinsam von der Region getragen wird.

Aufbauend auf dem Status quo der Dachmarke Kulturland Rheingau wurde ein Gesamtkonzept für die Weiterentwicklung der Marke erstellt, welches die Grundlagen einer regionalen Dachmarke und die konkreten Erfordernisse und Rahmenbedingungen in der Region Rheingau beschreibt und Wege zur praktischen Umsetzung des Konzepts aufzeigt.

Mit Abschluss dieser ersten Prozessphase der Weiterentwicklung wurde die Wort-Bild-Marke nun auch mit den noch fehlenden Inhalten gefüllt. Der 40-seitige Endbericht umfasst neben einer Markenvision und definierten Markenkernleistungen auch die erarbeiteten Markenkernwerte, die den Rheingau und seine Menschen beschreiben. Doch der Endbericht ist nicht das Ende, sondern im Gegenteil: Es ist erst der Anfang! Jetzt muss die Marke erlebbar gemacht werden. Weitere Projekte sind bereits in Arbeit. Die weitere Förderung eines Schnittstellenkoordinators für die Dachmarke Rheingau wurde bereits bewilligt. Der Zweckverband Rheingau wird die Kommunen und den Kreis weiterhin informieren.

### **III. Auswirkungen auf die demografische Entwicklung:**

Keine Auswirkungen auf die demografische Entwicklung.

### **IV. Personelle Auswirkungen:**

Keine personellen Auswirkungen

### **V. Finanzierungsübersicht**

Keine finanziellen Auswirkungen

(Kilian)  
Landrat

**Anlagen**

Endbericht der Phase I des LEADER-Projektes „Weiterentwicklung Dachmarke Kulturland Rheingau“