



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

Protokoll Jahreshauptversammlung 2022

Ort: Asbachgasse
Termin: 28. April 2022
Zeit: 17.00 – 20.30 Uhr
Motto: Der Weg ist das Ziel

Tagesordnung:

1. Begrüßung durch den Vorstand
2. Jahresbericht der Vorsitzenden
3. Kassenbericht 2021
4. Bericht der Kassenprüfer
5. Entlastung des Geschäftsführenden Vorstandes
6. Neuwahlen Vorstand
7. Bericht des Geschäftsführers der Rüd AG
8. Vorstellung des strategischen Marketingplans (Cornelius Obier / Project M)
9. Sonstiges
10. Aussprache

Teilnehmer:

Siehe beigefügte Teilnehmerliste



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
<p>TOP 1 + 2 Begrüßung durch den Vorstand Jahresbericht der Vorsitzenden</p>	<p>Astrid Climenti eröffnet die Jahreshauptversammlung und begrüßt die anwesenden Mitglieder und Gäste.</p> <p>Sie bemerkt, dass 2021 ein hartes Jahr für den Tourismus in Rüdesheim gewesen ist und obwohl die Aktionen „der November ist schön“ und „Gude Advent“ nicht dafür gesorgt haben, dass viele Gäste nach Rüdesheim kamen, waren sie doch gut und wichtig für das Innenmarketing und deshalb ist bereits jetzt eine Neuauflage in 2022 geplant. Die teilnehmenden Betriebe haben für „Der November ist schön“ bereits Rückmeldungen gegeben und so ist das Programm bereits online auf https://www.ruedesheim.jetzt/. Mit Pickablue – der Gude! Plan wurde ein modernes digitales Infosystem geschaffen, das die Besucher komfortabel mit dem Smartphone durch die Stadt leitet. Im Hafepark wurden damit vorhandene Stehlen beschriftet, drei waren bereits letztes Jahr in Rüdesheim und Assmannshausen aufgestellt, eine kam noch an den Ortseingang von Presberg und an die Fähre in Rüdesheim und es sind noch vier weitere Stehle geplant. In 2022 werden wieder alle unsere Veranstaltungen stattfinden – so z.B. der Kindersonntag, die Magic Bike, es wird ein neues Oldtimertreffen geben und auch das traditionelle Weinfest im August. Der W.T.F. freut sich, alle diese wichtigen und schönen Events unterstützen zu können.</p> <p>Das Konstrukt W.T.F. / Rüd AG wurde auf den Prüfstand gestellt. Veraltete Strukturen wurden überarbeitet, aber es hat sich herausgestellt, dass das Konstrukt bewährt ist und erhalten bleiben muss.</p> <p>Ende März hat das Stadtparlament Rüdesheim für die nächsten 5 Jahre, den Zuwendungsbescheid an den W.T.F. beschlossen.</p> <p>Eine zukunftsweisende Marketingstrategie wurde erarbeitet.</p> <p>Unser Verein ist keine Einbahnstraße. Input und Austausch mit den Mitgliedern ist wichtig und wir müssen Schritt für Schritt gemeinsam in die Zukunft gehen.</p> <p>Am 5. Juni 2022 feiern wir 20 Jahre Weltkulturerbe und die Buga kommt näher.</p> <p>Die Destination Wiesbaden Rheingau wurde gegründet. Wir fühlen uns als touristischer Schwerpunkt hier gut aufgehoben.</p> <p>Der Tourismusbeitrag wurde eingeführt.</p> <p>Auch hier spielt Rüdesheim eine wichtige Rolle, Astrid Climenti ist 2. Vorsitzende im Rheingauer Tourismusbeirat.</p> <p>Wir rücken näher zusammen.</p> <p>Vernetzung und Kommunikation sind unsere Zukunft für Rüdesheim und Assmannshausen.</p>



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
<p>TOP 3 Vorstellung strategischer Marketingplan durch C. Obier von Project M</p>	<p>Die für TOP 8 geplante Vorstellung wird vorgezogen.</p> <p>Herr Obier bemerkt direkt am Anfang, dass alles, was jetzt kommt, nicht allein aus seiner Feder stammt, sondern gemeinsam mit vielen verschiedenen Akteuren erarbeitet wurde. Er möchte die Anwesenden mitnehmen auf eine Reise.</p> <p>Bei der Erarbeitung eines strategischen Marketingplans geht es darum, Produkt, Angebote, Infrastruktur, Qualität, Darstellung im Markt und die Zielgruppe zu definieren. Teil 1 beschäftigte sich mit den Fragen: Wo steht Rüdesheim? Was sind die Rahmenbedingungen? Es wurden Anbieter befragt und die Ergebnisse wurden in offenen digitalen Workshops gemeinsam erarbeitet. Es gab eine Arbeitsgruppe, mit denen insgesamt 7 Sitzungen abgehalten wurden. CO bedankt sich bei allen Beteiligten für die Mitwirkung.</p> <p>Er bemerkt, das Wachstum der Übernachtungen könnte durchaus besser sein und zeigt hierfür eine Statistik. Es gab von 2019 auf 2020 einen Zuwachs von 32% bei den Übernachtungen in Hessen, aber Rüdesheim gab es eher 0% Anstieg. Dafür hat Rüdesheim doppelt so viele interantionale Gäste als der Rest von Hessen.</p> <p>Dazu muss bemerkt werden, dass die Schiffsanlandungen in keiner Statistik auftauchen und auch für Tagesgäste gibt es keine vernünftige Statistik.</p> <p>Er fährt fort – was gibt es für Angebote in Rüdesheim? Und verweist hierfür auf die Homepage ruedesheim.de: Wein Genuss, Erlebnis, Sehenswertes, Veranstaltungen Viel und Vielfalt ist manchmal kein klares Ziel. Bis auf den Weingenuss könnten alle anderen Schwerpunkte auch für den bayerischen Wald oder den Timmendorfer Strand passen.</p> <p>Er lobt die Präsenz der Rüdesheimer Tourist AG in den sozialen Medien.</p> <p>Er bezeichnet als wesentliche Stärken des touristischen Produkts die außergewöhnliche Möglichkeiten der touristischen Entwicklung.</p> <p>Als Schwächen benennt er: Keine komfortable Anreise. Schwierige Orientierung vor Ort, wenn man sich nicht vorbereitet oder das Smartphone dabei hat.</p> <p>Das Qualitätsniveau in Rüdesheim ist unterschiedlich.</p> <p>Das Preisniveau allgemein zu niedrig.</p> <p>Es fehlt eine Vermarktungsstrategie.</p> <p>Es gibt keine klare Definition der Ziele.</p> <p>Das Image im deutschsprachigen Raum ist eher negativ. Viele Bewohner der Region denken, es ist ein sehr touristischer Ort ohne Qualität.</p> <p>Fragt man deutschlandweit nach Rüdesheim, kennen es nicht viele. Nur in Hessen kennt jeder Rüdesheim, aber deutschlandweit ist der Rheingau bekannter.</p> <p>CO erklärt, dass er keinen touristischen Ort kennt, in dem es keine klare Tourismusstrategie gibt.</p>



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
	<p>In Coronazeiten haben sich deutliche Veränderungen im Gästeverhalten und der Gästestruktur gezeigt, die „neuen“ Gäste sind qualitätsbewusster, es gibt mehr Gäste aus anderen internationalen Destinationen, mehr Interesse an Outdoor-Aktivitäten. Corona brachte auch einen massiven Push für Digitalisierung in allen Bereichen. Damit ist auch die Begleitung des Aufenthaltserlebnisses in digitaler Version gemeint und nicht nur Social Media wie Instagram oder Facebook.</p> <p>CO betont, dass es wichtig ist, JETZT Ideen zu entwickeln, um zu definieren : wo wollen wir hin in den nächsten 5-10 Jahren?</p> <p>Was ist das Besondere an Rüdesheim? Das Gemeinschaftserlebnis. In Rüdesheim sind alle Tische rund und ein Stuhl passt immer noch dran. Die sozialen Kontakte sind den Gästen wichtig, sie wollen eintauchen, fühlen, wie man hier lebt und trinkt und feiert. CO erklärt, dass man so etwas Resonanztourismus nennt: authentisches Erleben, Einwohner auf Zeit sein.</p> <p>Ein weiterer wichtiger Punkt sollte das Rheinerlebnis sein – in Verbindung mit dem Rheingau. Rüdesheim sollte die „Spinne im Netz“ sein, der Ausgangspunkt, von dem aus der Besucher alle Erlebnisse im Rheingau besucht.</p> <p>Als entscheidenden Punkt für das Marketing bezeichnet er: Gäste anlocken zum Übernachten, Essen, Trinken usw. und Ausflüge von hier starten.</p> <p>Er erklärt detailliert, wie man künftige Zielgruppen ermittelt anhand des Sinusmediummodells.</p> <p>Und wenn die Leitmillieus kommen, werden die anderen Millieus auch angezogen, nicht abgeschreckt.</p> <p>Ich muss meine Marke so aufbauen, dass sie optimal zur Zielgruppe passt.</p> <p>Dafür muss man die Leitgruppe kennen.</p> <p>Und dann das Markenprofil durchziehen.</p> <p>Eine Markenpersönlichkeit wird definiert durch: Markenessenz (Seele), Markenwerte (Charakter), Markenstil (Stil).</p> <p>Einmal definiert, macht man keine Irrtümer mehr, sondern geht konsequent in eine Richtung.</p> <p>Wofür steht Rüdesheim?</p> <p>Stil: Erlebnisreich, voller Leben, entspannt, selbstbewusst, wertig.</p> <p>Charakter: echt, weltoffen, herzliche, echt verbindend, lebensfroh.</p> <p>Seele: Lebensfreude</p> <p>Jede Marketingstrategie, egal ob für die ganze Stadt oder für den eigenen Betrieb, muss nach diesem Stil gehen, dann geht man in die richtige Richtung.</p> <p>Man muss Menschen zeigen, nicht nur Landschaft und Denkmäler.</p> <p>Das Potential ist da.</p>



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
	<p>Wenn wir 10 Jahre in diese Richtung arbeiten, können wir das Image konsequent ändern.</p> <p>Vision: Rüdesheim ist die führende Erlebnisdestination für qualitätsorientierte und aktive Gäste.</p> <p>Mission: gemeinsam auftreten. Konsequent sein. Nicht der Versuchung unterliegen, alles darstellen zu wollen – nur das beste gehört ins Schaufenster.</p> <p>Tourismus ist die zentrale Lebensader hier in Rüdesheim, nicht nur ein Wirtschaftszweig. Qualität und Echtheit sind wichtig.</p> <p>Die Akteure müssen mehr zusammen arbeiten.</p> <p>Es muss eine Maßnahmen- und Umsetzungsplanung erarbeitet werden für die nächsten 3 Jahre, eine Reihenfolge festgelegt und Prioritäten gesetzt werden, man kann nicht alles auf einmal ändern.</p> <p>Man muss nicht nur alles aufschreiben, sondern auch planen und bugetieren und handeln.</p> <p>Es muss regelmäßige Abstimmungen mit der Politik geben, ein Mechanismus muss entwickelt werden, mit dem sich regelmäßig über den Fortschritt ausgetauscht wird.</p> <p>Die Mittel der Stadt sind nicht zur Förderung der W.T.F. Mitglieder, sondern zur Unterhaltung der Tourist AG und zur Förderung des Tourismus für die ganze Stadt gedacht.</p> <p>Zusätzliche Aktionen oder Maßnahmen, die vom W.T.F. aus dessen Mitgliedsbeiträgen finanziert werden, sind weiterhin nur W.T.F. Mitgliedern vorbehalten.</p> <p>Herr Obier beendet seinen Vortrag und fordert zu Fragen auf.</p> <p>Prof. Dr. Eigler fragt: Wer erfüllt die vielen Aufgaben, die erfüllt werden müssen? Bisher hat die Stadt die Infrastruktur bezahlt. Woher kommen die Mittel, die Aufgaben umzusetzen? Ehrenamtliches Engagement reicht nicht. Alles kostet Geld, für so eine Destination wie Tirol z.B. werden Millionen in die Vermarktungsstrategien für den Tourismus investiert.</p> <p>CO: Egal ob man viel oder wenig Geld hat, wenn man alle Mittel zielgerichteter in die eine Richtung einsetzt, kann man hier noch viel erreichen. Bis jetzt gab es ein Nebeneinander, wo jeder nur für sich selbst geschafft hat. Das bedeutet auch, wenn Investitionsentscheidungen getroffen werden (egal ob städtisch oder privat) , sollte es immer in die Richtung des strategischen Marketingplans gehen.</p> <p>Das ist eine große Chance für Rüdesheim, gemeinsam einen Weg zu gehen.</p> <p>Die Chancen sind groß, Sie müssen es nur gemeinsam tun.</p> <p>Auf der Homepage des W.T.F. finden Sie alle Informationen und PDFs zum anschauen und herunterladen:</p> <p>https://www.wtf-ruedesheim.de/home/aktuelles/</p>



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
<p>TOP 4 Kassenbericht 2021 (Hubertus Bosch)</p>	<p>Der Kassenbericht ist dem Protokoll beigefügt. HB erläutert, dass die Einnahmen in 2021 zurückgegangen ist im Vergleich zu 2020. Im Gegensatz dazu waren die Ausgaben höher, da Gelder ausgegeben wurden für die Erarbeitung des strategischen Marketingplans und das neue digitale Infosystem Pickablue.</p>
<p>TOP 5 Bericht der Kassenprüfer Herr Braun (Rheingauer Volksbank) und Prof. Dr. Dieter Steinbauer</p>	<p>Die Prüfung wurde am 14.04.2022 in den Räumen der MLG durchgeführt. Stichprobenartig wurden Rechnungen und Quittungen geprüft. Übereinstimmung wurde festgestellt, Unklarheiten wurden sachgerecht erläutert und aus dem Weg geräumt. Die beiden Kassenprüfer empfehlen, dem geschäftsführenden Vorstand Entlastung zu erteilen.</p>
<p>TOP 6 Entlastung des Geschäftsführenden Vorstandes</p>	<p>Hubertus Bosch bittet Hans-Walter Lill, die Entlastung und Neuwahl des Vorstands zu leiten. Die Entlastung durch die anwesenden Mitglieder ist mehrheitlich, es gibt keine Gegenstimmung und 5 Enthaltungen (die des aktuellen Vorstands selbst).</p>
<p>TOP 7 Neuwahlen</p>	<p>Die Amtszeit des Vorstands ist vorüber. Torsten Schambach stellt sich nicht mehr zur Wahl für den 2. Vorsitzenden, wechselt jedoch in den erweiterten Vorstand. Susanne Schima stellt sich nicht erneut zur Wahl für den Vorstand. Naomi Burghardt und Lucas Wendel stellen sich zur Wahl für die 1. und 2. Dokumentation. Der geschäftsführende Vorstand wird einzeln durch das Substraktionsverfahren gewählt, d.h. es werden nur die Gegenstimmen und Enthaltungen abgefragt. Der geschäftsführende Vorstand wird in Einzelabstimmung gewählt, der erweiterte Vorstand kann komplett gewählt werden.</p> <p><u>Neuwahlen geschäftsführender Vorstand</u></p> <p>1. Vorsitzende Astrid Climenti – Einstimmig gewählt, keine Gegenstimmen, keine Enthaltungen – sie nimmt die Wahl an 2. Vorsitz Christian Bachelles-Konz – Mehrheitlich gewählt, keine Gegenstimmen, eine Enthaltung – er nimmt die Wahl an 1. Dokumentation Naomi Burghardt – Einstimmig gewählt, keine Gegenstimmen, keine Enthaltungen – sie nimmt die Wahl an 2. Dokumentation Lucas Wendel – Einstimmig gewählt, keine Gegenstimmen, keine</p>



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
	<p>Enthaltungen – er nimmt die Wahl an 1. Finanzvorstand Eric Rehwald – Mehrheitlich gewählt, keine Gegenstimmen, eine Enthaltung – er nimmt die Wahl an 2. Finanzvorstand Hubertus Bosch – Einstimmig gewählt, keine Gegenstimmen, keine Enthaltungen – er nimmt die Wahl an</p> <p><u>Neuwahlen erweiterter Vorstand</u> Alle vorherigen Mitglieder des erweiterten Vorstands und zusätzlich Torsten Schambach stellen sich erneut für ihre Ämter zur Verfügung. Das sind: Wolfgang Blum, Susanne Breuer, Theresa Breuer, Julia Malgouyres, Hajo Meuer, Peter Ohlig, Torsten Schambach, Martin Siegfried. Der erweiterte Vorstand wird einstimmig gewählt, keine Gegenstimmen, keine Enthaltungen – alle nehmen die Wahl an, bzw. haben es, sofern sie nicht anwesend sind, dem Wahlleiter bereits im Vorfeld bestätigt.</p>
<p>TOP 8 Bericht der Geschäftsführer der Rüd AG</p>	<p>Rainer Orben und Henri Rölz stellen sich vor – sie sind keine Geschäftsführer, aber beide Interimsvorstände. So lange die Entscheidung über die Zuwendungen nicht gefällt waren, überbrücken sie die Zeit als Zwischenlösung, nach dem Ausscheiden des vorigen Geschäftsführers wurde gemeinschaftlich beschlossen, dass dies eine bessere Lösung sei als ein Interimsgeschäftsführer. Für beide bedeutet das eine zusätzliche Belastung, zu zweit stemmt sich das besser. Als Ablaufdatum ihrer Tätigkeiten wurde bereits vorher der 31.8.2022 festgelegt. Ressortmässig haben beide die Aufgaben aufgeteilt – Henry Rölz kümmert sich in erster Linie um die Finanzen, Rainer Orben um die Mitarbeiter der Rüd AG und das Marketing. Von den Mitarbeitern wurden sie freudig und freundlich begrüßt, mit der Erwartungshaltung, dass mit etwas mehr Empathie und positivem Blick auf die Zukunft der AG gearbeitet wird. HR erklärt, dass die Grunddienstleistung nicht genau definiert ist und eine Trennungsrechnung daher schwierig ist. Zur Zeit ist geplant, eine Kostenrechnung aufzustellen, so dass in Zukunft auf Knopfdruck genau definiert werden kann, was von welchen Mitteln bezahlt wird. Alle in Rüdesheim müssen verstehen, dass Stadtentwicklung für alle Bürger notwendig ist. HR hofft, dass jetzt eine Welle Eintritte in den W.T.F. kommt, damit die Finanzierung gesichert ist und appelliert an alle, in den W.T.F. einzutreten. Einen neuen Vorstand zu finden ist schwierig, weil das Budget begrenzt ist. Rainer Orben: erstes Ziel ist jetzt, wieder in Marketing Maßnahmen einzusteigen. Das Gruppengeschäft und der Counter laufen, allerdings unterbesetzt. Rhein in Flammen ist großes Projekt mit vielen Vorbereitungen. Alles wird nicht einfacher und günstiger, es gibt hier eine Zusammenarbeit mit Bingen. Ein neuer Vorstand wird bereits aktiv gesucht in Zusammenarbeit mit dem Aufsichtsrat und dem W.T.F.</p>



W.T.F. WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSFÖRDERUNG
RÜDESHEIM UND ASSMANNSHAUSEN AM RHEIN e.V.

TOP	Beschreibung / Ergebnis
TOP 9 Sonstiges	Astrid Climenti bedankt sich bei Susanne Schima und Torsten Schambach für ihre Arbeit im Vorstand.
TOP 10 Aussprache	Keine Wortmeldungen

Rüdesheim am Rhein, 30.04.2022

Astrid Climenti
-Vorsitzende-

Susanne Schima
-Protokollführer-