

DACHMARKE RHÖN

Die Marken der Rhön in den
Landkreisen Bad Kissingen, Fulda, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen, Wartburgkreis

AKTUELLE PRESSEMITTEILUNG
08.09.2015



Die neue „Rhöner Genuss-tour“ der Dachmarke Rhön ist erschienen: 135 Partnerbetriebe aus der bayerischen, hessischen und thüringischen Rhön stellen darin sich selbst sowie ihre Angebote, Dienstleistungen und Produkte vor.

Foto: Freies Journalistenbüro der Rhön



Neue „Rhöner Genuss-Tour“ der Dachmarke Rhön erschienen

Steigerung um 50 Prozent: 135 Partnerbetriebe aus der Rhön präsentieren sich

BAD BRÜCKENAU / RHÖN. In zweiter Auflage ist jetzt die „Rhöner Genuss-Tour“ der Dachmarke Rhön erschienen. Die Broschüre mit fast 300 Seiten wurde heute im Dorint-Hotel in Bad Brückenau, einem Partnerbetrieb der Dachmarke Rhön, offiziell vorgestellt. „Unsere neue ‚Rhöner Genuss-Tour‘ ist weit mehr als ein bloßer Gastronomieführer. In ihr präsentieren sich auch Metzger, Bäcker, Imker und viele andere Produzenten sowie Vertreter anderer Branchen der Dachmarke Rhön. Sie ist daher so vielfältig wie die Rhön selbst“, sagte die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön, Barbara Landgraf.

Die erste Länder übergreifende „Rhöner Genusstour“ war 2012 erschienen. In der neuen Broschüre präsentieren sich 135 Partnerbetriebe der Dachmarke Rhön – das sind 44 Betriebe mehr als noch vor drei Jahren, was einer Steigerung von 50 Prozent gleichkommt. Mit dabei sind neben der Gastronomie und Hotellerie viele Direktvermarkter und Dienstleister wie Einrichtungen aus dem Bereich Umweltbildung oder die Holzbildhauer der Dachmarke Rhön. „Eine wertvolle Ergänzung sind beispielsweise die Produkte unserer Winzer aus dem Fränkischen Saaletal. Auch die Kleinbrenner der Dachmarke Rhön sind diesmal sehr stark vertreten und werben für ihre edlen Brände“, hob Landgraf hervor.

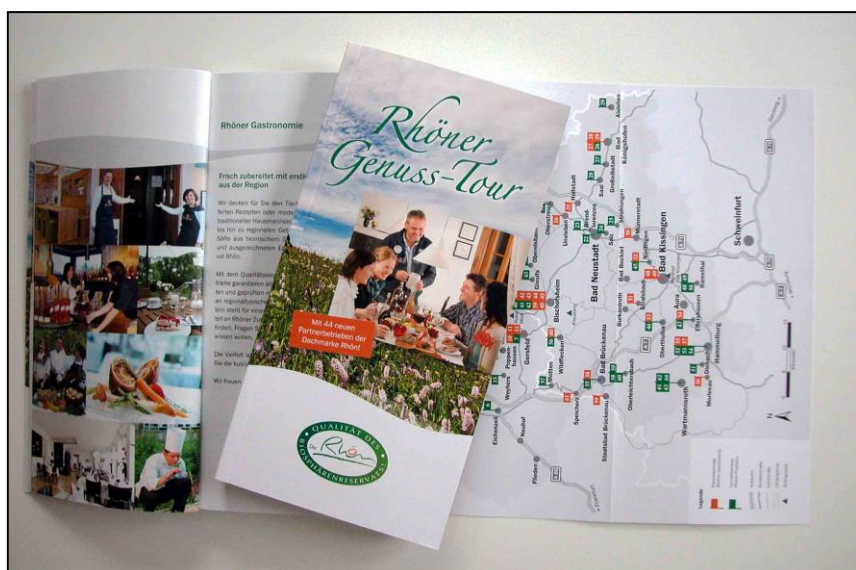
Regionalität werde heute seitens der Verbraucher sehr hoch geschätzt, weil die Erzeuger der Produkte bekannt sind, sagte der Vorsitzende des Länder übergreifenden Vereins Dachmarke Rhön e.V. und Landrat des Landkreises Bad Kissingen, Thomas Bold. Seinen Dank richtete er vor allem an die Partnerbetriebe, die den Erfolg der Dachmarke Rhön mit ihren Ideen und ihrem Engagement garantieren.

Die neue „Rhöner Genuss-Tour“ entstand auch in ihrer zweiten Auflage mit erheblicher finanzieller Unterstützung der fünf Sparkassen der Region – Sparkasse Bad Kissingen, Sparkasse Bad Neustadt a. d. Saale, Sparkasse Fulda, Rhön-Rennsteig-Sparkasse und

Wartburg-Sparkasse. Co-Sponsoren waren „Frankens Saalestück“ als Teil der Gesamtdestination Rhön und das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön. „Die Menschen besinnen sich immer mehr auf regionale Produkte und regionale Akteure, und dazu gehören die Sparkassen“, meinte der Vorstandsvorsitzende der Sparkasse Bad Kissingen, Roland Friedrich. Die Sparkassen und die Dachmarke Rhön hätten ein gemeinsames verbindendes Ziel, nämlich die Konzentration auf die Region. „Unser Geschäftsgebiet befindet sich innerhalb des jeweiligen Landkreises, aber nicht weltweit“, unterstrich Friedrich.

Die Betriebsprofile der Gastronomiebetriebe in der neuen „Rhöner Genuss-Tour“ wurden mit Pictogrammen versehen, die für den möglichen Einkauf regionaler Produkte, Übernachtungsmöglichkeiten, Barrierefreiheit für Rollstuhlfahrer und den Besuch von Busgruppen stehen. Somit kann der Gast auf einen Blick erkennen, welcher Umfang an Dienstleistungen vor Ort geboten wird. Die Partnerbetriebe rücken die regionale Küche beziehungsweise ihr regionales Angebot noch mehr in den Vordergrund und gehen auch stärker auf Spezialitäten des jeweiligen Hauses ein. Die einzelnen Betriebsprofile wurden darüber hinaus um Freizeitangebote in der direkten Nähe erweitert, so dass der Gast die Einkehr oder den Einkauf gleich mit Ausflügen oder Wanderungen kombinieren kann. Unter anderem finden sich Hinweise auf Wanderwege, Fahrradwege, Museen, Theater und andere Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele.

Um die Gäste der Rhön auf die Produkte der Dachmarke Rhön im regionalen Lebensmitteleinzelhandel hinzuweisen, wurde in der neuen „Rhöner Genuss-Tour“ auch eine Doppelseite über die Produkte unter der



Marke „Rhönwiese“ integriert. Außerdem findet sich ein Hinweis auf die Regionalregale der Dachmarke Rhön im regionalen Handel. Um eine bessere Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurde die Schnellansicht der Partnerbetriebe nun alphabetisch nach Orten geordnet. Die Übersichtskarte hat sich bereits in der ersten Ausgabe bewährt und ist daher in der neuen Broschüre wieder im praktischen Klappumschlag untergebracht.

Die Broschüre wird in der ganzen Region Rhön verteilt, darunter in den Hauptgeschäftsstellen und in vielen Filialen der Sparkassen, in den Tourist-Informationen, Landratsämtern und den Info-Zentren der Naturparke und des Biosphärenreservats Rhön sowie bei allen beteiligten Partnerbetrieben. Außerdem kann sie über die Geschäftsstelle der Dachmarke Rhön, Oberwaldbehringer Straße 4, 97656 Oberelsbach, Telefon (0 97 74) 91 02 50, per E-Mail unter info@dachmarke-rhoen.de und über die Internetseite der Dachmarke Rhön bestellt werden.

Parallel zur Präsentation der neuen Broschüre „Rhöner Genussstour“ wurde mit dem heutigen Tag auch die komplett überarbeitete Internetseite unter www.marktplatzrhoen.de und www.dachmarke-rhoen.de in Betrieb genommen. Herzstück der neuen Internetseite sind die Profile aller Partnerbetriebe, die sich in der Broschüre „Rhöner Genuss-Tour“ vorstellen. In Verbindung mit der ebenfalls neuen interaktiven Karte kann sich jeder User daher seine eigene Rhöner Genuss-Tour auch online zusammenstellen. Wer sich außerdem für die Arbeit der Dachmarke Rhön „hinter den Kulissen“ interessiert, für den gibt es Informationen zur Organisationsstruktur, zu den Kriterien der einzelnen Branchen, zur Zertifizierung und Kontrolle sowie die aktuellen Pressemitteilungen. Das neue Internetportal geht auch auf die Netzwerkpartner der Dachmarke Rhön ein wie den Bundesverband für Regionalentwicklung, den Rhön-Tourismus und das Biosphärenreservat Rhön.

Im Anschluss an die offizielle Präsentation der neuen „Rhöner Genussstour“ gab es noch Rhöner Appetithäppchen aus regionalen Bio-Zutaten, die der Küchenchef im Dorint-Hotel Bad Brückenau, Thomas König, mit seinem Team vorbereitet hatte. Obwohl das Dorint-Hotel Bad Brückenau zum Dorint-Hotelkonzern mit rund 40 Häusern in ganz Deutschland gehört,

verarbeitet die Küche viele regionale Lebensmittel, darunter auch von zahlreichen Partnerbetrieben der Dachmarke Rhön. Die regional ausgerichtete Speisekarte komme bei den Gästen sehr gut an, betonte König.



Überzeugten sich in der Küche des Dorint-Hotels Bad Brückenau vom Rhöner Genuss: der Vorstandsvorsitzende der Sparkasse Bad Kissingen Roland Friedrich (2.v.l.), die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön Barbara Landgraf (Mitte) und der Vorsitzende des Dachmarke Rhön e.V. und Landrat des Landkreises Bad Kissingen, Thomas Bold (2.v.r.). Mit dabei waren Hoteldirektor Oliver Fiege (l.) und Küchenchef Thomas König.



Die Sparkassen aller fünf Rhönlandkreise haben auch diesmal einen beträchtlichen Teil der Herstellungskosten der „Rhöner Genusstour“ gesponsert. Von jeder Sparkasse waren zur Präsentation der Broschüre Vertreter ins Dorint-Hotel Bad Brückenau gekommen.