

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

PFALZ TOURISTIK E.V.  
BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG  
ZUR MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2023  
SAALBAU, NEUSTADT



Tobias Kauf, 30.11.2023

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

## Inhaltsverzeichnis

1.	Die MitarbeiterInnen der Pfalz Touristik.....	3
2.	Beherbergungsstatistik .....	5
3.	Strategieprojekte aus der „Tourismusstrategie Pfalz 2025+“ .....	6
	A) Stärkung der Pfalz Touristik .....	7
	B) Strukturwandel auf der lokalen Ebene im Rahmen der Tourismusstrategie Pfalz & der „Soll-Konzepte“ des Landes Rheinland-Pfalz .....	7
	C) Themen-Zielgruppen-Verschneidung.....	8
4.	Relaunch „Zum Wohl die Pfalz“ und Markenadaption für Mitglieder .....	9
5.	Content Produktion.....	10
6.	Online Kanäle.....	11
	a) Social Media .....	11
	b) www.pfalz.de.....	13
	c) Outdooractive/Tourenplaner Rheinland-Pfalz.....	13
	d) Regiondo.....	15
	e) Endkunden Newsletter „Die Pfalz – Freizeit und Genussstipps“ .....	16
	f) „Zum Wohl die Pfalz – App“ .....	16
7.	Printprodukte 2023 .....	17
8.	Presse & Öffentlichkeitsarbeit .....	20
9.	Messen und Präsentationen .....	24
10.	Förderprogramm RESTART III .....	26
11.	Förderprogramm Digitalisierungsoffensive .....	31
12.	Projekt UFFBASSE! Für Rücksicht und Naturschutz.....	33
13.	Förderprojekt Potenzialanalyse zur Förderung touristischer Infrastruktur .....	34
14.	Förderprojekt Radreiseregion Pfalz.....	35
15.	Wandermenü Pfalz.....	37
16.	Pfalzcard.....	40
17.	Projekt Neukonzeption PWV Traditionswege .....	42
18.	Projekt Willkommensportale Pfälzerwald.....	42

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

## 1. DIE MITARBEITERINNEN DER PFALZ TOURISTIK



**LENA-SOFIE SCHUSTER**

**Marke & Kommunikation**

Marketing, Presse, Grafik & Gestaltung

[schuster@pfalz.de](mailto:schuster@pfalz.de)

01515 190 8110



**LIESA STELLER**

**Pfalzcard GmbH**

Projekt- und Partnermanagement

[steller@pfalz.de](mailto:steller@pfalz.de)

06321 3916 920



**JULIA BERGOLD**

**Digitalmanagement**

Social Media, Datenbanken, Open Data, Digital-Beratung

[bergold@pfalz.de](mailto:bergold@pfalz.de)

06321 3916 921



**KATHLEEN JESTER**

**Finanzen und Organisation**

Buchhaltung, Personal, Vereinswesen, Büroorganisation

[jester@pfalz.de](mailto:jester@pfalz.de)

06321 3916 922

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**



**MICHAEL WERNER**

**Projektmanager Wandern**

Prädikatsfernwege, Wandermenü Pfalz, Wegemanagement

[werner@pfalz.de](mailto:werner@pfalz.de)

06321 3916 923



**ANDREAS KÜHLWEIN**

**Digitale Infrastruktur**

Deskline, Regiondo, Partner-Framework, Buchhaltung Pfalzcard GmbH

[kuehlwein@pfalz.de](mailto:kuehlwein@pfalz.de)

06321 3916 925



**JULIAN VÖLK**

**Projektmanager Rad**

Radregion Pfalz, Social Media, Content-Produktion, Projekte

[voelk@pfalz.de](mailto:voelk@pfalz.de)

06321 3916 927



**TOBIAS KAUF**

**Geschäftsführer**

Strategisches Marketing, Projektentwicklung, Kooperationen,  
Geschäftsführung Pfalzcard GmbH

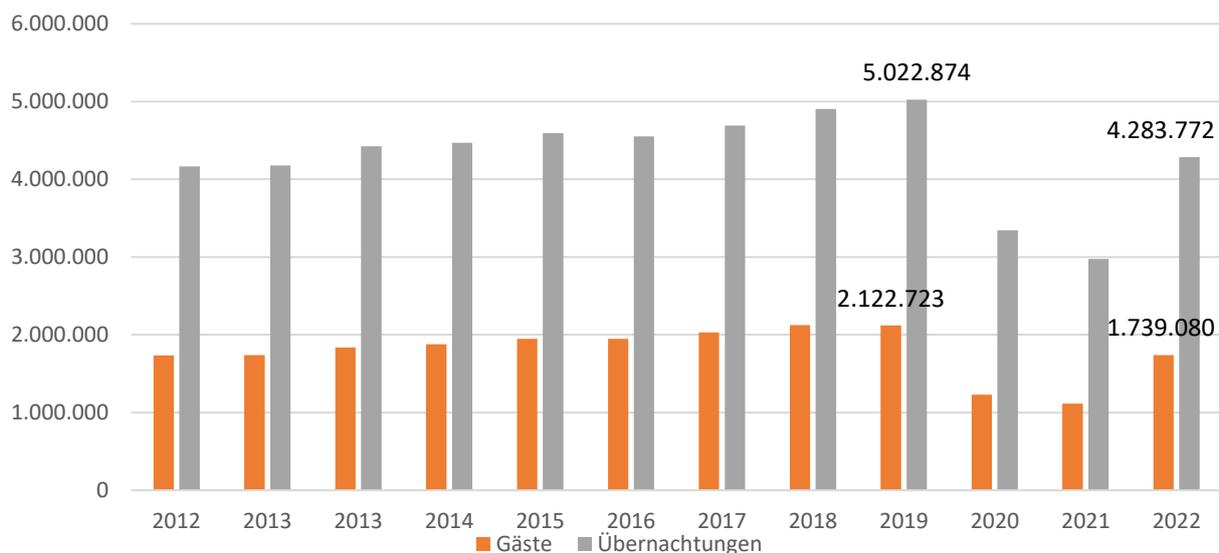
[kauf@pfalz.de](mailto:kauf@pfalz.de)

06321 3916 926

## 2. BEHERBERGUNGSSTATISTIK

Die Ankünfte und Übernachtungszahlen in der Pfalz sind nach der Corona-Pandemie weiter im Aufwärtstrend. Während die 2022er Zahlen noch ein gutes Stück unter dem Benchmark-Jahr 2019 lagen (Gäste – 19%, Ankünfte – 14%), wird es 2023 zu einer weiteren Annäherung an die 2019er-Marke kommen. Es ist mit Unterschieden im niedrigen einstelligen Prozentbereich zu rechnen. Beim genaueren Blick auf die Ortsebene ist zu erkennen, dass sich der Freizeittourismus komplett erholt hat und die starken Tourismusorte sogar höhere Zahlen als vor der Pandemie erreichen. Der Geschäftstourismus erholt sich den Auskünften zufolge etwas langsamer, befindet sich aber ebenfalls wieder im Aufwind. Ob es negative Auswirkungen durch die Inflation und die Kostensteigerungen gibt, lässt sich aus der Statistik nicht ablesen.

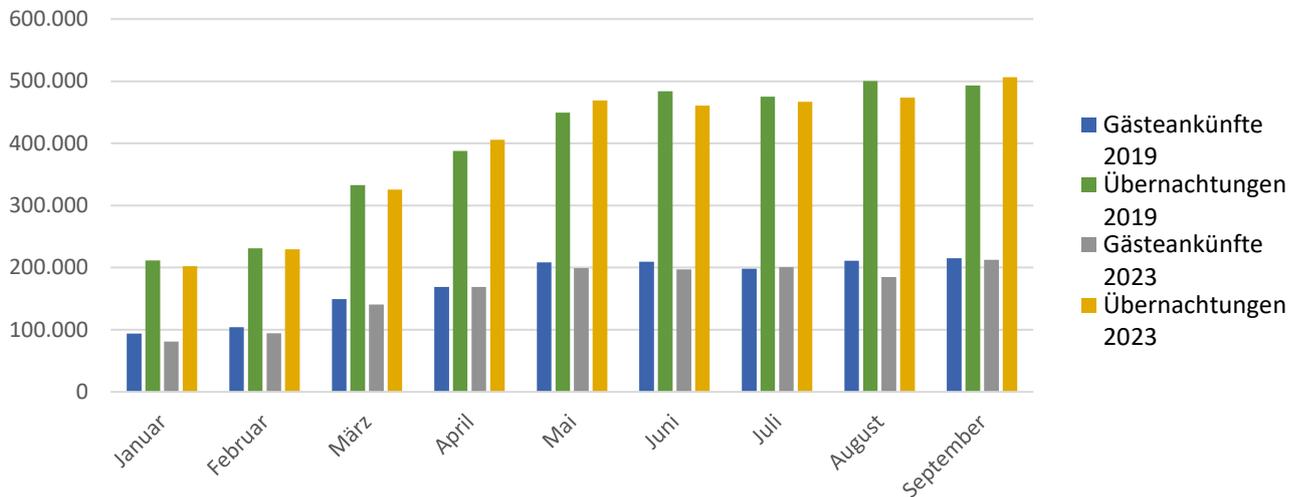
### Touristische Entwicklung der Pfalz 2012 - 2022



Quelle: Statistisches Landesamt Bad Ems, Statistische Berichte, Gäste und Übernachtungen im Tourismus, G IV - j/22 - Kennziffer: G4013 2022 00, 2023

# Zum Wohl DIE PFALZ

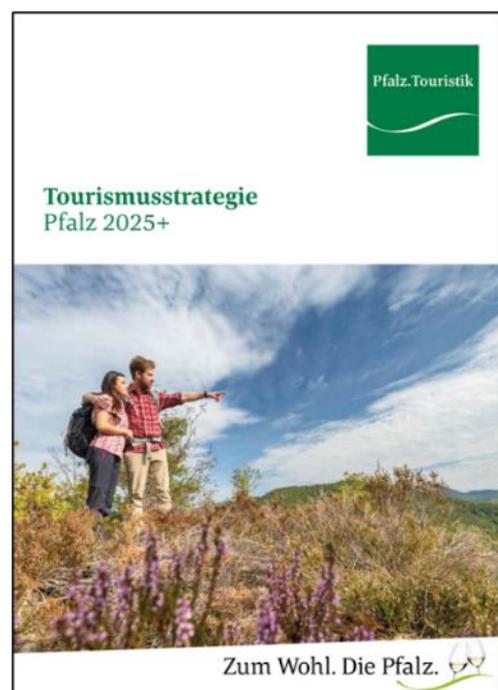
## Gäste & Übernachtungen in der Pfalz nach Monaten Vergleich Januar – September 2019 und 2023 (bereinigte 2019er Zahlen)



Quelle: Statistisches Landesamt Bad Ems, Datenquelle: Fremdenverkehrsstatistik, Datenbank: 45511GM032, Abrufdatum: 23.11.2023

### 3. STRATEGIEPROJEKTE AUS DER „TOURISMUSSTRATEGIE PFALZ 2025+“

Die Tourismusstrategie Pfalz 2025+ wurde in den Jahren 2020 und 2021 mit breiter Partizipation der Mitglieder, vieler ExpertInnen und unter Beachtung umfangreicher Marktforschungsergebnisse erstellt. Mit Beratung durch die Büros DWIF, Inspektour sowie mit wissenschaftlicher Begleitung der FH Westküste (Prof. Bernd Eisenstein) wurde ein umfassendes Konzept für die künftige touristische Ausrichtung der Pfalz als Tourismusstandort erarbeitet. In den 6 Handlungsfeldern „Marke, Marketing & Produktentwicklung“, „Touristische Strukturen & Aufgabenteilung“, „Innenkommunikation & Tourismusbewusstsein“, „Infrastruktur & Mobilität“, „Nachhaltigkeit und Qualität“, und „Digitale Transformation“ wurden 33 Schlüsselprojekte für die Zielerreichung definiert. 6 Schlüsselmaßnahmen konnten bereits abgeschlossen werden, darunter auch das neue Unternehmenskonzept für eine wettbewerbsfähige DMO Pfalz Touristik. Die neue Tourismusstrategie Pfalz 2025+



# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

ist eng an die aktuelle Tourismusstrategie des Landes Rheinland-Pfalz geknüpft und konnte im Bereich „Strukturen und Aufgabenteilung“ sogar maßgeblich auf die weitere Ausarbeitung auf Landesebene einwirken. Die Tourismusstrategie Pfalz 2025+ und das Unternehmenskonzept wurden im Dezember 2022 auf dem 1. Tourismustag Pfalz ausführlich vorgestellt. Der vollständige Abschlussbericht [kann hier heruntergeladen werden](#).

## **A) STÄRKUNG DER PFALZ TOURISTIK**

Die Grundlage für eine erfolgreiche Tourismusedwicklung der Pfalz ist die Stärkung der Pfalz Touristik, damit sie die Ansprüche ihrer Mitglieder und das Aufgabenbündel im sogenannten Destinationsmanagement erfüllen kann. Im Laufe des Jahres 2023 wurden auf Basis des Unternehmenskonzeptes Kalkulationen für künftige Mitgliedsbeiträge durchgeführt. Alle Beitragszahler wurden im August mit einem entsprechenden Schreiben informiert. Parallel wurden Gespräche mit wichtigen Partnern zur stärkeren Finanzierung geführt, so etwa mit dem Bezirksverband Pfalz und dem Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz. Beide Partner haben signalisiert, sich künftig stärker zu engagieren. Seitens des Landes soll es ab 2024 eine jährliche Förderung von bis zu 50.000 € für Projekte geben. Im Oktober wurde ein zweites Schreiben an die Beitragszahler mit dem finalen Vorschlag für eine künftige Beitragsordnung versendet.

Im Jahr 2023 nahmen Herr Landrat Ihlenfeld und Herr Kauf über 45 Termine als Einzelgespräch oder in Gremienrunden zur Präsentation der neuen Strategie und zur Sensibilisierung für die erforderliche Stärkung der Pfalz Touristik wahr, sodass alle Mitglieder ausreichend informiert werden konnten. Herr Kauf steht auch weiterhin gerne zur Präsentation und Information der Strategie in Einzelgesprächen oder Gremien zur Verfügung.

## **B) STRUKTURWANDEL AUF DER LOKALEN EBENE IM RAHMEN DER TOURISMUSSTRATEGIE PFALZ & DER „SOLL-KONZEPTE“ DES LANDES RHEINLAND-PFALZ**

Der Strukturwandel im Tourismus betrifft nicht nur die Pfalz Touristik, sondern alle Ebenen und alle Organisationen im Land. In 2023 wurde die sogenannte „Soll-Konzeption“ seitens des MWVLW erstellt. Sie ist die Grundlage für ein klares Systemverständnis und eine synergetische Aufgabenteilung zwischen den Ebenen. Darüber hinaus liefert sie erste Grundlagen zur Bewertung und Eingrenzung für „wettbewerbsfähige touristische Einheiten“ auf regionaler und lokaler Ebene. Das MWVLW möchte künftig die Vergabe von Fördermitteln eng an die Kennzahlen der Wettbewerbsfähigkeit koppeln.

Herr Kauf konnte im Rahmen mehrerer Workshops auf die Inhalte der Konzeption einwirken. Er nimmt außerdem einen Sitz im Fachbeirat zur Soll-Konzeption wahr. Eine Veröffentlichung der Konzeption ist für das Frühjahr 2024 vorgesehen. Parallel möchte das Land künftig als Gesellschafter in die

# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH einsteigen – ein entsprechendes Konzept soll im Jahr 2024 erarbeitet werden.

Den Mitgliedern wurden im Rahmen der Präsentationen zur Tourismusstrategie auch schon Auszüge aus der vorgenannten „Soll-Konzeption“ vorgestellt (Aufgabenteilung, Kennzahlen wettbewerbsfähige Strukturen). Die Auszüge sind bis zur Veröffentlichung noch vorbehaltlicher Natur. Ein wesentlicher Ansatz für die zukunftsfähige Aufstellung der gesamten Tourismusregion Pfalz ist die Neu- bzw. Umstrukturierung der lokalen Ebene. Im Sinne der Tourismusstrategie Pfalz ist die Region hier erneut Vorreiter, denn derzeit befinden sich 2 sogenannte TSC-Prozesse (Tourist-Service-Center) in der Erstellung:

Im Pfälzer Bergland wollen sich Verbandsgemeinden zu einer interkommunalen Kooperation zusammenschließen, die künftig die lokalen Aufgaben für das gesamte Kreisgebiet (+) erledigt. Der Prozess ist kurz vor Fertigstellung und wird vor allem davon getragen, dass alle Beteiligten die klaren Vorteile einer starken und gemeinschaftlich aufgestellten Organisation auf lokaler Ebene erkannt haben. Dieses Ansinnen ist auch im Landkreis Südwestpfalz vorgesehen. In Anbahnung oder noch in Prüfung weiterer TSC-Prozesse sind unserer Kenntnis nach derzeit: der Donnersbergkreis, der Landkreis Germersheim und das Leiningerland. Darüber hinaus beabsichtigt man im Landkreis Bad Dürkheim die Zwischenorganisation „Deutsche Weinstraße – Mittelhaardt e.V.“ komplett in die Pfalz Touristik zu integrieren. Pfalz Touristik begleitet die Prozesse in teils sehr engem Austausch. Herr Kauf steht für alle Rückfragen und eine intensive Begleitung gerne zur Verfügung.

## **C) THEMEN-ZIELGRUPPEN-VERSCHNEIDUNG**

Im Rahmen des Strategieprozesses hat sich die Pfalz Touristik gemeinsam mit den Partnern darauf verständigt, ein zielgruppenorientiertes Themenmarketing in der Pfalz zu verankern. Das bedeutet, dass innerhalb der regionsweit chancenreichsten Themen (Wandern, Radfahren, Natur, Kulinarik, Wein) ein Fokus auf bestimmte Zielgruppen gelegt wird. Sowohl in der Vermarktung, als auch in der Produktentwicklung. Die Fokussierung auf bestimmte Themen und Zielgruppen befördert die Herausarbeitung eines klaren Profils für die Region und erhöht die Chancen der Sichtbarkeit für bestimmte Personengruppen, die als besonders wertschöpfungsstark erkannt wurden. Die Einzigartigkeit der Pfalz als Urlaubsregion muss dabei über die Verknüpfung der Themen untereinander und die Ermittlung einer gemeinschaftlich verstandenen „Pfälzer Spezifik“ herausgearbeitet werden. Die naturräumlichen Besonderheiten und die Vielfalt des kulturellen Angebotes sind innerhalb der Themen sichtbar zu machen.

# Zum Wohl DIE PFALZ



Zum Zeitpunkt der Erstellung der Strategie wurden die Zielgruppen und Personas der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH überarbeitet. Daher wurde die Themen-Zielgruppen Verschneidung für die Pfalz in einem nachgelagerten Prozess in Zusammenarbeit mit dem Werbeausschuss Pfalz in 2023 durchgeführt. Die Ergebnisse und die Operationalisierung der Themen-Zielgruppen-Verschneidung werden im Rahmen des Tourismustages 2023 am 14.12. in Maikammer vorgestellt.

## 4. RELAUNCH „ZUM WOHL DIE PFALZ“ UND MARKENADAPTION FÜR MITGLIEDER

Im 2. Halbjahr 2022 startete Pfalzwein unter Einbezug der Pfalz Touristik die Überarbeitung der Marke „Zum Wohl die Pfalz“, mit dem Ziel, die Marke zeitgemäß und selbstbewusst weiterzuentwickeln. Im Ergebnis steht nun ein deutlich modernisierter Auftritt zur Verfügung, der in der Lage ist jüngere Zielgruppen anzusprechen. „Die Pfalz“ ist als Region deutlich in den Vordergrund gerückt, auf die Weingläser wird fortan verzichtet. Der Relaunch wurde im März 2023 veröffentlicht. Alle Maßnahmen der Pfalz Touristik wurden sukzessive auf das neue „Look & Feel“ umgestellt. Im ersten Halbjahr 2024 wird die Adaption der neuen Marke für die Mitglieder der Pfalz Touristik im Rahmen eines partizipativen Prozesses umgesetzt. Vorbilder für den Prozess sind die großen Marken wie Südtirol oder Allgäu, wobei es bei der Adaption zunächst nur um die grafischen Aspekte der Adaption für die Mitglieder geht. Die Adaption soll als Zwischenschritt zu einer branchenübergreifenden Standortmarke Pfalz verstanden werden, mit dem Ziel die Region nach Außen und nach Innen stärker unter einer Marke sichtbar zu machen.

# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

## 5. CONTENT PRODUKTION

Für die Sichtbarkeit und die Wahrnehmung der Region ist der sogenannte Content (dt. Inhalt) von entscheidender Bedeutung. Unter Content versteht man alle Inhalte, die (vor allem) für die digitale Präsentation benötigt werden, also Bild, Bewegtbild, Text, Ton, Daten etc. Pfalz Touristik hat sich in den letzten Jahren zu einem führenden und innovativen Content-Hersteller für den gesamten Tourismus in der Pfalz entwickelt. So werden Jahr für Jahr professionelle Fotoshootings für die Hauptthemen aber auch zu einzelnen Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen durchgeführt und den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Eine Spezialdisziplin ist das sogenannte „Storytelling“. Dabei handelt es sich um die Erstellung von sog. inspirativen Content, der in Form von „Geschichten“ oder „Reportagen“ die Highlights und die Reiseanlässe der Region zusammenfasst, um die Markenkern und Besonderheiten der Pfalz greifbar zu machen. In 2022 und 2023 wurden 10 Stories produziert, zu denen jeweils Bild, Film + Sprechertext und Text erstellt wurden.

Die Alte Welt	Eine Wohnmobiltour nach da, wo die Welt noch in Ordnung ist
Pfälzer Höhenweg	Wandern ohne Gepäck auf dem Pfälzer Höhenweg
Leininger Klosterweg	Entschleunigung abseits ausgetretener Pfade
Vom Feld auf den Teller	Urlaub mitten im Gemüsegarten
Wandern bei Bad Dürkheim	Wandererlebnis zwischen Wald und Wein
Nachhaltige Deutsche Weinstraße	#nadierlich (und) einzigartig
Reise in den Sandstein	Das Fundament der Pfälzer Lebensart
Familienabenteuer Pirmasens	in Fertigstellung
Pfalzcard	in Fertigstellung
Pfälzer Städte LD und NW	in Fertigstellung

Die Endprodukte sind dabei so angelegt, dass sie sowohl in umfangreicher Form in Magazinen, aber auch als sogenannter „Snack-Content“ auf Social Media und Youtube usw. eingesetzt werden können. Das Ziel der Maßnahmen ist es, mit einer gebündelten Produktion viele verschiedene Medien herzustellen. Mit Hilfe der Mittel aus der ReStart III Förderung konnten die Stories in 2023 im großen Stil an ein großes Publikum verbreitet werden (siehe Punkt 10. RESTART III).

Darüber hinaus sind alle Inhalte nach der Open-Data Lizenz „Creative Commons“ erstellt, die einfaches und rechtssicheres Weiternutzen der Inhalte ermöglicht. Die Mitglieder haben damit die Möglichkeit die Inhalte kostenfrei und unkompliziert für die eigenen Maßnahmen zu nutzen. **Bitte machen Sie davon Gebrauch und melden Sie sich bei Fragen zum Thema gerne bei uns!**

# Zum Wohl DIE PFALZ

## 6. ONLINE KANÄLE

Pfalz Touristik hat inzwischen den größten Teil seiner Aktivitäten ins Digitale verlegt. Die Hauptkanäle [www.pfalz.de](http://www.pfalz.de) und die Social Media Auftritte @zumwohldiepfalz auf Instagram und Facebook sind dabei weiterhin die Zugpferde. Die Mutterseite [www.pfalz.de](http://www.pfalz.de) hat inzwischen 6 touristische Framework Partner unter den Mitgliedern. Jüngstes Mitglied der „Frameworks“ ist der touristische Auftritt der Stadt Speyer, der gerade im Aufbau ist. Das sog. Partner-Framework ist ein Ableger der originären pfalz.de. Mitglieder haben die Möglichkeit eine speziell für den Tourismus entwickelte Web-Architektur und -Technologie zum reduzierten Preis zu erhalten. Moderne Standards wie die Deskline-Schnittstelle und Outdooractive-API sind selbstverständlich inbegriffen. Darüber hinaus profitieren Framework-Partner von gemeinschaftlicher Weiterentwicklung der Technik und zentralem Support durch Pfalz Touristik. Auch rechtliche Fragen können im Rahmen der Frameworks gebündelt bearbeitet und geklärt werden.

### A) SOCIAL MEDIA

Die beiden Social Media-Kanäle auf Instagram und Facebook, die in Zusammenarbeit mit Pfalzwein und Pfalzmarketing bespielt werden, sind nach wie vor die erfolgreichsten im Tourismus in Rheinland-Pfalz und stetig wachsend.

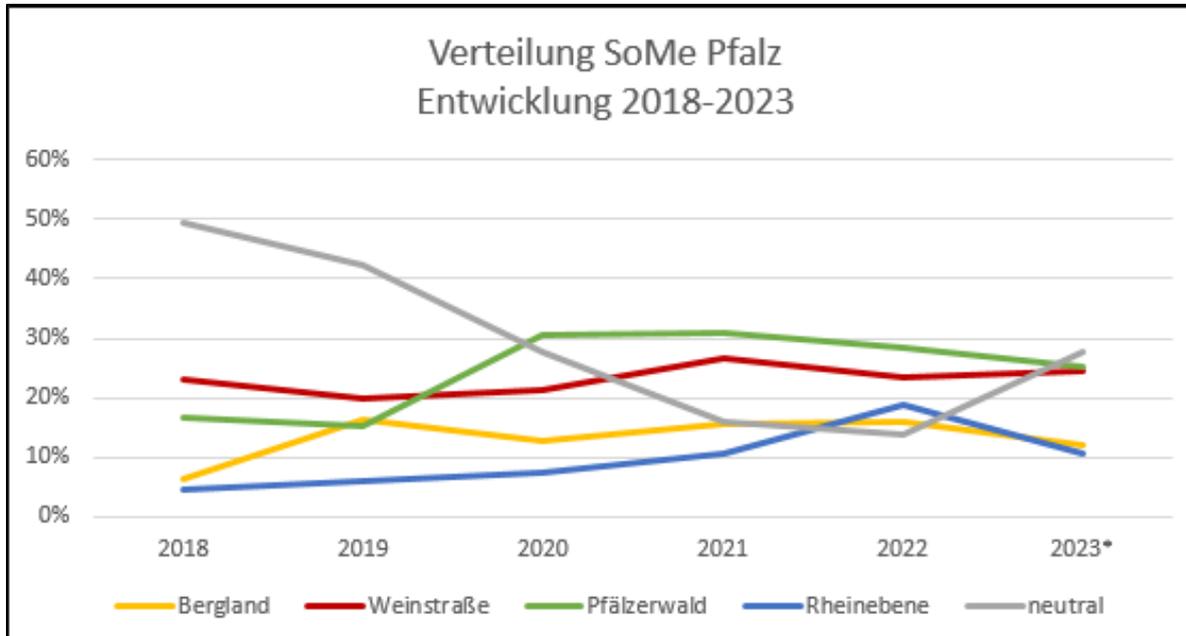
#### Hauptkanäle Zum Wohl. Die Pfalz.

- Reichweite Facebook im Oktober: 167.613 erreichte Personen
- Reichweite Instagram im August: 30.531 erreichte Personen
- Beitrag mit höchster Reichweite auf Facebook im Oktober: WellVinEss (27.749 erreichte Personen)
- Beitrag mit höchster Reichweite auf Instagram im Oktober: Wanderung rund um die Keschde (27.719 erreichte Personen)



# Zum Wohl DIE PFALZ

Insgesamt hat Pfalz Touristik 133 Beiträge, Reels und Videos veröffentlicht. Dabei gelingt es stets, die Region in Ihrer Gesamtheit zu berücksichtigen, wie die Grafik mit der Zuordnung zu den Ferienregionen zeigt.

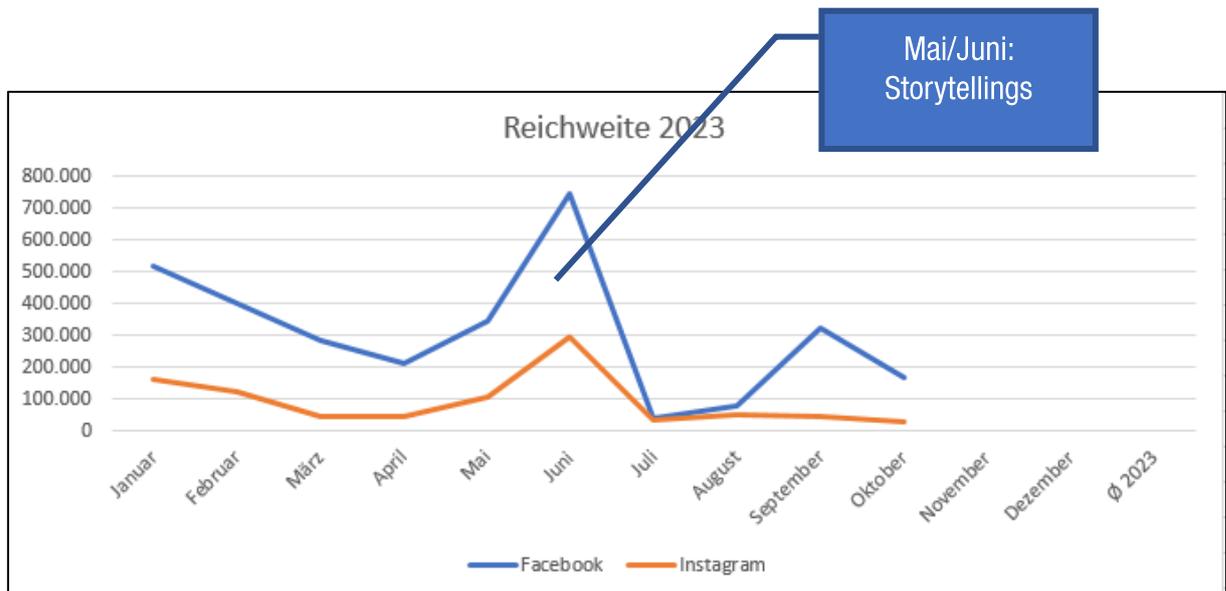


Neutral = Beiträge, die die gesamte Pfalz betreffen (Pfalzcard, Regiondo, etc.)

Januar-Oktober

Alle Zahlen exklusive der Beiträge von Pfalzwein & Pfalz.Marketing

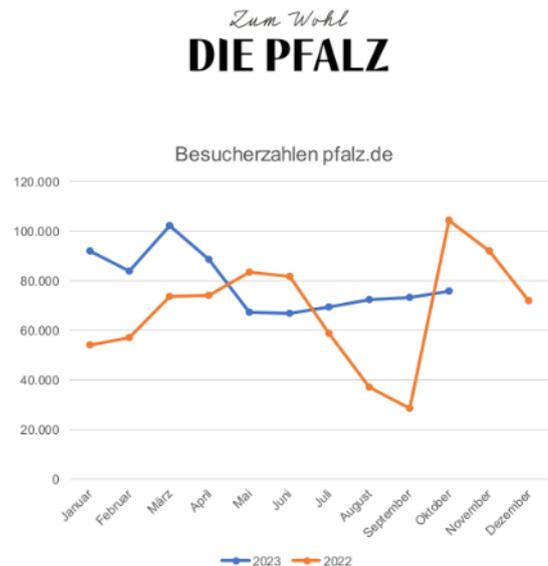
Die größten Reichweiten konnten im Zuge der bezahlten „Storytelling-Kampagne“ erreicht werden, bei der die in 2022 produzierten Inhalte mit Hilfe von Budget aus der ReStart III Förderung verbreitet werden konnten.



# Zum Wohl DIE PFALZ

## B) WWW.PFALZ.DE

Die Hauptseite [www.pfalz.de](http://www.pfalz.de) hat über das gesamte Jahr hinweg sehr hohe Zugriffszahlen. In 2023 zeigt sich ein sehr stabiles Bild mit durchschnittlich knapp 80.000 Besuchern pro Monat.



Im Frühjahr 2023 brachte die über ReStart III Budget finanzierte Anzeigenkampagne nochmal zusätzliche Frequenz. Der Einbruch in Q3 2022 ist der Umstellung der Cookie-Richtlinien geschuldet.

Auf der Seite [www.pfalz.de](http://www.pfalz.de) findet stets ein Spagat zwischen „Übersicht zu den Highlights/ Reiseanlässen“ und „Gesamtabdeckung der Region“ statt. Die Seite wird dadurch immer stärker aufgebläht, was die Nutzbarkeit und Übersichtlichkeit der Seite zunehmend einschränkt. Eine grundlegende Überarbeitung der Seite ist dringend erforderlich. Auf Grund der dünnen Personaldecke gibt es bei Pfalz Touristik zurzeit aber noch keinen Hauptverantwortlichen, der eine strategische Herangehensweise umsetzen kann. Für 2024 möchte sich Pfalz Touristik zusammen mit Pfalzwein nach erfolgter strategischer Beratung an die Neuauflage der Plattform machen. Ziel ist es 2024 die Ausschreibung der Website vorzubereiten, um 2025 mit der Neuerstellung zu starten. Mit einer Neuauflage der Plattform inklusive Frameworks ist aber erst 2026 zu rechnen.

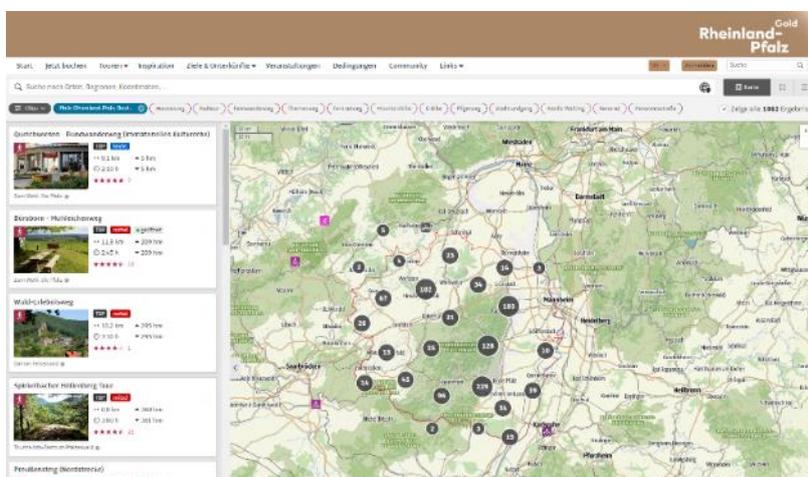
## C) OUTDOORACTIVE/TOURENPLANER RHEINLAND-PFALZ

Der Tourenplaner Rheinland-Pfalz mit dazugehöriger App ist nach wie vor das zentrale Informationsmedium für Outdoor-Aktivitäten. Insgesamt sind in der Pfalz über 1.000 Touren, 4.800 POIs sowie 750 Veranstaltungen enthalten. Soweit vorhanden, werden auch Informationen zur

# Zum Wohl DIE PFALZ

Barrierefreiheit aus der „Reisen für Alle“-Datenbank angezeigt. Die Touren in der Benutzergruppe „Zum Wohl die Pfalz“ erzielten insgesamt 28 Mio. Einblendungen und knapp 2 Mio. Seitenaufrufe bei 170.000 Downloads. Die organische Reichweite über das gesamte Content-Netzwerk von Outdooractive erzeugte damit im Jahr 2023 einen fiktiven Anzeigenwert von rund 1,4 Mio. €.

Der Tourenplaner wird in der Pfalz zentral über das Büro der Pfalz Touristik organisiert. Im Rahmen des „Arbeitskreis Tourenplaner“ wird der vertikale Workflow zwischen der Ortsebene und der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH hergestellt. Die Pfalz Touristik erstellt beispielsweise Leitfäden, um die Content-Qualität stets zu erhöhen und damit die Sichtbarkeit der Inhalte sicherzustellen. Darüber hinaus werden Fehler und technische Anfragen zentral mit Outdooractive und der RPT abgestimmt bearbeitet.



Die Firma Outdooractive treibt zurzeit eine Umstellung der Benutzergruppenstruktur voran, wonach jeder Ort höhere Kosten für die Nutzung von Outdooractive zu tragen hätte. Wir befinden uns diesbezüglich mit Outdooractive und der RPT im Austausch unter der Prämisse die Sichtbarkeit der Marke und das zentrale Management weiter betreiben zu können, bei möglichst geringen Preissteigerungen.

Perspektivisch möchten wir gemeinsam mit dem Arbeitskreis Tourenplaner einen stärker strategisch geleiteten Weg und weiterführende Qualitätsmerkmale für die Inhalte diskutieren.

# Zum Wohl DIE PFALZ

## 01 REGIONDO

Seit Frühjahr 2021 ist die Pfalz Touristik Partner der Erlebnisplattform Regiondo. Innerhalb eines Rahmenvertrages wurden bislang 7 Verkaufskanäle an touristische Websites in den Orten angedockt, über die Erlebnisse online verkauft werden können. Die online-Buchung von Erlebnissen, also Freizeitangebote jeglicher Couleur, folgt in der Evolution der online-Buchbarkeit von Unterkünften, steckt allerdings noch in den Anfängen. Derzeit laufen die Buchungen über die Verkaufskanäle wie [www.pfalz.de/pfalz-erlebnisse](http://www.pfalz.de/pfalz-erlebnisse) noch eher schleppend. Viele Anbieter von Erlebnissen berichten aber von stark zunehmenden online-Buchungszahlen, bspw. über die eigene Website.



Sie befinden sich hier: Startseite > Pfalz buchen > Pfalz Erlebnisse

### Pfalz.Erlebnisse

Die Pfalz hat viel zu bieten. Und diese Erlebnisse können Sie hier buchen. Ob geführte Wanderungen durch die Weinberge, Führungen durch die malerischen Weindörfer oder Burgen und Schlösser, Weinproben oder Besonderheiten, welche die Pfalz so einzigartig machen. Mit diesen Aktivitäten machen Sie aus Ihrem Pfalz-Urlaub ein unvergessliches Erlebnis!

Kategorien: Kategorien auswählen

Ort: Wählen Sie Ihren Ort...

Datum: Datum auswählen

Mehr Filter

**Genießertour ins Rosa**  
Eine besondere Ausfahrt mit dem Pflanzwagen, gefolgt von Mathias Frankmann vom Weingut Otto Stachel, mit leckeren Verkostungen und dem passenden Wein.  
★★★★★ 4.8  
2 Stunden

**Saucen sind die halbe Miete!**  
Die Sauce ist die Königin der Küche. In diesem Kurs erfahren Sie alles über Grundsaucen und wie man diese perfekt zubereitet. Tauchen Sie ein in die Welt von Anbraten, Gemüse, Kräutern und Gewürzen...  
★★★★★ 4.9  
4.5 Stunden • Weiskirchen am Berg

**Vive la France**  
Essen wie Gott in Frankreich – die französische Küche hat Grandioses zu bieten. Dabei warten nicht nur die Klassiker der Haute Cuisine darauf, entdeckt zu werden.  
★★★★★ 4.3  
4.5 Stunden

Pfalz Touristik wird die online-Buchbarkeit von Erlebnissen weiter vorantreiben und versuchen weitere Partner zu gewinnen. Darüber hinaus wird geprüft, ob ein Systemwechsel zu „Feratel Experiences“ erfolgversprechend ist. Die „Feratel Experiences“ sind an Deskline angedockt und im Lizenzmodell günstiger, haben aber keine Anbindung an reichweitenstarke Verkaufskanäle wie „GetYourGuide“ und „Jochen Schweitzer“. Regiondo kann diese Kanäle anbinden. Aus diesem Grund fiel die Entscheidung zunächst zu Gunsten von Regiondo aus.

# Zum Wohl DIE PFALZ

## E) ENDKUNDEN NEWSLETTER „DIE PFALZ – FREIZEIT UND GENUSSTIPPS“

Der Newsletter „Die Pfalz – Freizeit und Genussstipps“ ist der Endkunden-Newsletter, den Pfalz Touristik gemeinsam mit Pfalzwein und Pfalzmarketing jeweils zur Monatsmitte versendet. Die Zahl der LeserInnen ist seit einigen Jahren auf stabil hohem Niveau bei rund 21.000 Empfängern. Die Öffnungsrate liegt bei durchschnittlich 38 % - ein überdurchschnittlicher Wert für Marketing-Newsletter. Inhaltlich gliedert sich der Newsletter in der Regel wie folgt auf: Artikel Wein, Artikel Tourismus, Artikel Tourentipp (Wandern oder Rad), Rezept, Veranstaltungen oder Shop-Artikel.

### Die Pfalz – Freizeit und Genussstipps

B2C-Newsletter Oktober:

- Öffnungsrate: **38,32 %** (September: 37,17 %)
- **21.207** Empfänger

Top3-Themen:

1. **Die Pfälzer WellVinEss-Hotels verbinden Weingenuß und Wellness – 10,91 %**
2. Keschde in der Pfalz – 7,89 %
3. Wandererlebnis zwischen Wald und Wein – 5,67 %

### Zum Wohl DIE PFALZ

Öffnungsrate Newsletter



Anzahl Newsletter-Empfänger



## F) „ZUM WOHL DIE PFALZ – APP“

Die App „Zum Wohl die Pfalz“ wurde im März 2022 von Pfalzwein eingeführt und ist die digitale Nachfolgerin des gedruckten Weinfestkalenders „Die Pfalz feiert“, der nicht mehr aufgelegt wird. Die App verzeichnet kontinuierliche Wachstumsraten und liegt bei inzwischen 45.000 Downloads. Die Datenbasis der App ist Deskline. Die Stützpunkte bei den Tourismusbüros sind in den Workflow und die Weiterentwicklung der App und der Handhabung eingebunden.

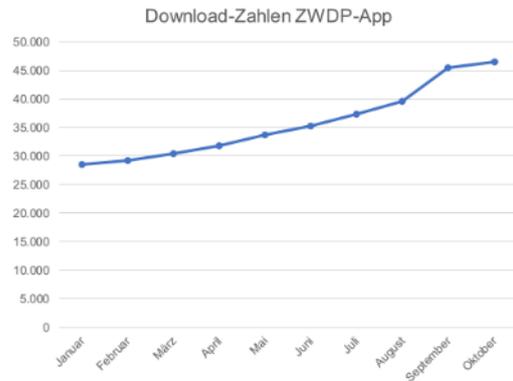
Mit einer verstärkten Bewerbung der App sollen die Nutzungszahlen weiterhin erhöht werden. Zum Start der App wurden bereits Gastronomiebetriebe in der ganzen Pfalz integriert. Es ist vorgesehen die App künftig als festen Bestandteil im touristischen Marketing der Pfalz strategisch zu positionieren und mit weiteren Inhalten zu erweitern, sowie Schnittstellen zum DataHub RLP und dem Fahrplan des VRN herzustellen.

# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

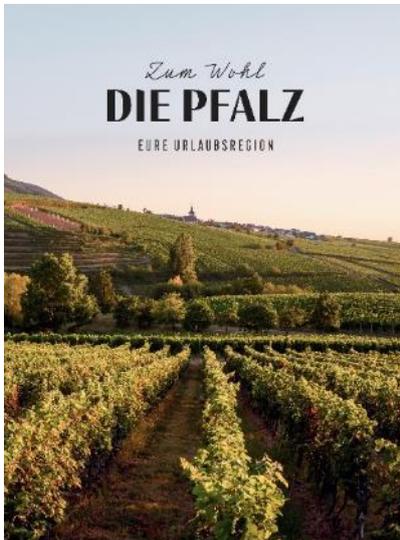
[www.pfalz.de/pfalzapp](http://www.pfalz.de/pfalzapp)

- Launch der neuen „Zum Wohl. Die Pfalz.“-App am 15. März 2022
- Relaunch der App im neuen Design im Juli 2023
- **Über 45.000 App-Downloads!!!**
- Konstruktive Kritik von Nutzern wird in nächsten Versionen der App berücksichtigt bzw. ist bereits in der Umsetzung
- Ständige Weiterentwicklung der App

## *Zum Wohl* **DIE PFALZ**



## 7. PRINTPRODUKTE 2023



### Imagebroschüre „Die Pfalz – Eure Urlaubsregion“

ET: Mai 2023

Auflage: 60.000

24-seitige Imagebroschüre im Sonderformat (kleiner A4)

Vertrieb: Über Versand, Messen und Verteilung durch TIs.  
Vertriebsmaßnahmen national in Planung

# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**



## **Flyer „Unterkünfte und Gastronomie“**

ET Januar 2023/Mai 2023

Auflage 10.000

Mini-Flyer im Handyformat mit QR-Code Verlinkung zu den Deskline-Unterkünften und Deskline-Gastronomieeinträgen auf [pfalz.de](http://pfalz.de)



## **Wanderkarte Pfalz**

ET Januar 2023

Auflage: 90.000

Übersichtskarte über die gesamte Pfalz im DIN-lang Format mit allen Wegen des Wandermenü Pfalz

Neuaufgabe im neuen CD für Januar 2024 in Produktion

Zum Wohl. Die Pfalz, 



## **Wandermenü Magazin (2. Auflage)**

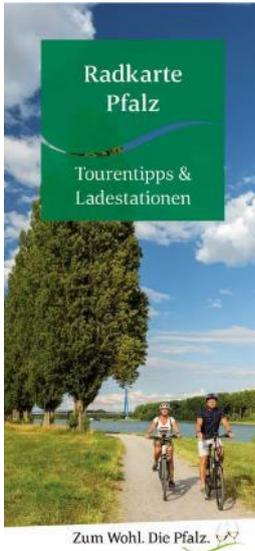
ET Juni 2023

Auflage 50.000

12-seitiges Magazin mit inspirierenden Inhalten rund um die Highlights im Wandermenü Pfalz (Verbreitung der Storytelling-Produktionen)

Vertrieb: primär als Beilage in Special-Interest-Magazinen deutschlandweit

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**



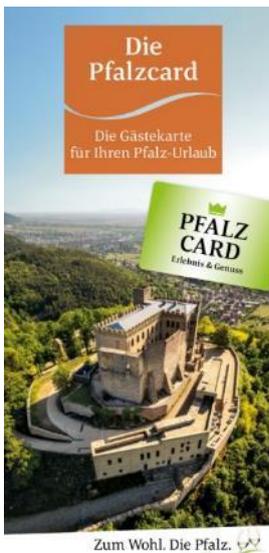
**Radkarte Pfalz**

ET Januar 2022

Auflage 100.000

Übersichtskarte über die gesamte Pfalz im DIN-lang Format mit allen HBR-Radrouten der Pfalz sowie Verleih- und Ladestationen

Neuaufgabe im neuen CD für Januar 2024 in Produktion



**Pfalzcard-Flyer**

ET Januar 2023

Auflage: 15.000

4- seitiger Übersichtsflyer zur Bewerbung der Pfalzcard



**Pfalzcard-Broschüre 2023/2024**

ET März 2023

Auflage 25.000

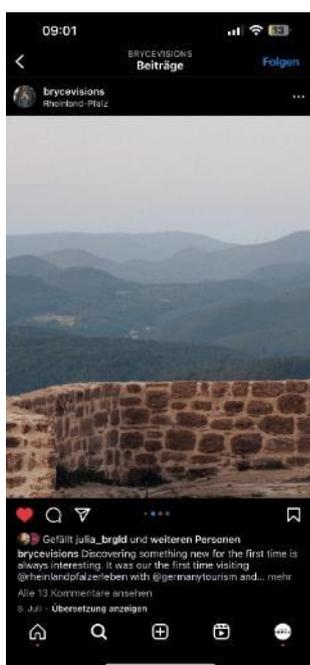
60-seitige Broschüre mit allen Freizeitpartnern der Pfalzcard und deren kostenlosen Leistungen

Ausgabe: primär über die teilnehmenden Übernachtungsbetriebe an den Gast

# Zum Wohl DIE PFALZ

## 8. PRESSE & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Im Jahr 2023 wurden erneut einige Einzelpresse- und Influencer-Reisen in Zusammenarbeit mit den Mitgliedern, der RPT und der DZT durchgeführt, die ein respektables Presseecho verursachten. Eine mehrtägige Pressereise zum Thema Trekking mündete in einem größeren Artikel in der „Outdoor“. Bei der Influencer-Reise mit der RPT & DZT zum Thema „embrace german nature“ mit einem Influencer aus der Schweiz wurde unter anderem auf der Burg Berwartstein übernachtet.



# Zum Wohl DIE PFALZ

## Pressedienste RPT

Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH gibt monatlich einen Presse-Newsletter an über 1.000 Journalisten, Blogger und Influencer heraus. Pfalz Touristik ist in die Erstellung des Redaktionsplans eingebunden und liefert entsprechende Inhalte. Aus dem Newsletter resultieren dann weitere redaktionelle Beiträge in klassischen und modernen Medien.



Gärten der Vielfalt und japanische Kirschblüten ☆

03.05.2023 Gartenschau in Kaiserslautern mit Blütenpracht und Veranstaltungen

[mehr lesen](#)



Die „Weisen von Speyer“ erzählen aus der Geschichte ☆

29.03.2023 Spaziergang durch den Judenhof mit Synagoge und Mikwe

[mehr lesen](#)



Rosa Rausch und knusprige Kastanie ☆

22.03.2023 Die Pfälzer Feste um Mandel, Wein, Heide und Keschde

[mehr lesen](#)



Burgen, Felsenriffe und Baumriesen in der Pfalz ☆

07.06.2023 Rundwanderwege im Dahner Felsenland zur Burgruine Neudahn

[mehr lesen](#)



Megaspaß für Mountainbiker ☆

24.05.2023 Großes Tourenangebot und ein Bikepark im Pfälzerwald

[mehr lesen](#)



Schlucht mit Englischem Garten ☆

17.05.2023 Im Karlstal im Pfälzerwald kann man ein besonderes Naturschutzgebiet entdecken

[mehr lesen](#)



# Zum Wohl DIE PFALZ



Hochseilparcours bis in die Baumwipfel



26.07.2023 Kletterspaß im Bienwald im pfälzischen Abenteuerpark Fun Forest

[mehr lesen](#)



Karibikfeeling am Rheinstrand in Speyer



05.07.2023 Chill-Out-Lounge und Cocktails an der Beach-Bar in der Pfalz

[mehr lesen](#)



Fußpflege in der Natur



21.06.2023 Mit blanken Sohlen über den Barfußpfad in Ludwigswinkel in der Pfalz

[mehr lesen](#)



Die coolen Kelten



18.10.2023 Auf dem Pfälzer Donnersberg wird am Halloween-Abend Samhain gefeiert

[mehr lesen](#)



Den Wölfen näher kommen



11.10.2023 Ein Lehrpfad in Dahn in der Pfalz erzählt mehr vom seltenen Vierbeiner

[mehr lesen](#)



Sonnenuhr der Superlative



20.09.2023 Mit dem E-Bike unterwegs auf dem Nordpfälzer Höhenradweg

[mehr lesen](#)



Picknick auf Bestellung



06.09.2023 Wandern an der Südlichen Weinstraße mit kulinarischem Genuss in der Natur

[mehr lesen](#)



Sagenumwobener Berg



30.08.2023 Rund um den Drachenfels bei Bad Dürkheim gibt es viele schöne Fotospots

[mehr lesen](#)



Blühende Fantasie



16.08.2023 Culmanns Traumgarten und der Kunstpfad Malkammer-Kirrweiler in der Pfalz

[mehr lesen](#)



# Zum Wohl DIE PFALZ



Winzerhöfe im Kerzenschein ☆

16.11.2023 Birkweiler in der Pfalz lädt im Advent zum genussreichen Weinwinter ein

[mehr lesen](#)



Historisches Burgdorf in der Pfalz ☆

08.11.2023 Neuleiningen  
Weihnachtsmarkt im Mittelalterflair

[mehr lesen](#)



Wellness im Weinkeller ☆

02.11.2023 Die Südpfalz Therme in Bad Bergzabern glänzt mit ihren Themen-Saunen

[mehr lesen](#)



## Eigene Pressemeldungen 2023:

- Januar 2023: Großer Andrang bei der Pfalz auf Urlaubsmesse CMT
- Januar 2023: Deutschlands schönste Wanderwege liegen in der Pfalz
- März 2023: „Zum Wohl die Pfalz“ mit neuem Markenauftritt für die Weinwerbung und den Tourismus
- März 2023: Wie digital ist der Tourismus in der Pfalz? Pfalz Touristik untersucht Tourismusbüros und Betriebe in der Pfalz
- April 2023: UFFBASSE! Ein Wimmelbild für Rücksicht und Naturschutz
- Mai 2023: Pfalz Touristik präsentiert die Urlaubsregion auf der BUGA in Mannheim
- Juni 2023: Zum Wohl die Pfalz – eure Urlaubsregion - Pfalz Touristik wirbt mit Imagebroschüre im neuen Design für die Urlaubsregion Pfalz
- Juli 2023: Rückblick Digitalwoche Pfalz
- November 2023: Meilenstein für die Besucherlenkung

# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

## 9. MESSEN UND PRÄSENTATIONEN

### CMT STUTT GART

Im Januar 2023 hat die CMT erstmals seit der Pandemie wieder stattgefunden. Pfalz Touristik war gemeinsam mit den Anschließern aus dem Werbeausschuss für die Pfalz in Halle 6, sowie beim Sonderwochenende in Halle 9 vertreten. Das Besucheraufkommen und das Interesse an der Pfalz waren über alle Messetage hinweg enorm hoch und die Qualität der Gespräche sehr gut. Die hohe Frequenz – auch unter der Woche – war sicherlich auch dem neuen Standplatz direkt am Hauptgang und Eingang zur Halle 6 geschuldet. Für 2023 hatten sich die Pfalz Touristik und der Werbeausschuss auf einen kleineren Stand ohne Weinausschank verständigt, da es noch unsicher war, wie stark die Messe während der auslaufenden Pandemie-Phase besucht und wie hoch das Sicherheitsgefühl auf der Messe sein würde. Es wurde daher auf die Planung der ausgefallenen CMT 2022 aufgegriffen, um im Falle des Misserfolgs oder der erneuten Absage der Messe mit reduzierten Verlusten leben zu müssen.

Für 2024 wird die Fläche wieder leicht vergrößert und ein kleiner Weinausschank durch Pfalzwein integriert. Gleichzeitig bleibt der herausragende Standplatz erhalten. Selbstverständlich wird der Stand auch im neuen „Zum Wohl die Pfalz“ – Design gestaltet.



# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

## RHEINLAND-PFALZ TAG BAD EMS

Gemeinsam mit dem Werbeausschuss Pfalz hat Pfalz Touristik den Rheinland-Pfalz Tag in Bad Ems besucht. Bei gutem Wetter war über 3 Tage eine gute Frequenz und ein hohes Interesse an der Pfalz vorhanden. Das Standpersonal berichtete von guten Gesprächen, viele Broschüren konnten an potenzielle Gäste ausgegeben werden.

## BUGA MANNHEIM

Gemeinsam mit dem Werbeausschuss Pfalz hat die Pfalz Touristik eine 4-tägige Präsentation auf der Bundesgartenschau in Mannheim wahrnehmen können. Über Pfingsten konnten wir den Pavillon der Metropolregion Rhein-Neckar bespielen und Gäste für einen Urlaub in der Pfalz begeistern. Die Präsentation zielte vor allem auf potenzielle Urlaubsgäste ab, die die Pfalz möglicherweise noch nicht besucht haben. Bereichert wurde die Präsentation durch ein professionell moderiertes Bühnenprogramm mit verschiedenen „Botschaftern“ der Pfalz, wie zum Beispiel Naturführern, den Kultur- und Weinbotschaftern, den Pfalz Lamas, dem Reptilium, den Pfälzer Weinhoheiten und weiteren Partnern.



*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

## 10. FÖRDERPROGRAMM RESTART III

Das Förderprogramm ReStart III war das letzte und größte Förderpaket „zur Abmilderung der Corona-Folgen“, das den rheinland-pfälzischen Regionalagenturen und den Städten >70.000 Einwohnern zur Verfügung gestellt wurde. Insgesamt konnten zwischen Juli 2022 und Juni 2023 Fördermittel in Höhe von 175.000 € für die unten aufgeführten Maßnahmen verausgabt werden. Die Obergrenze von 200.000 € wurde nicht ganz erreicht, da das geplante Projekt „Übersetzung Pfalz.de EN, FR, NL“ aus Kapazitätsgründen nicht verwirklicht werden konnte. Folgende Projekte wurden umgesetzt:

- POI- und Veranstaltungsfotos nach Open Data Standard (Lizenz CC-BY)
- viertägiges Fotoshooting zum Radfahren in der Pfalz
- Druck der neuen Imagebroschüre „Eure Urlaubsregion“
- Online-Anzeigenkampagne zur Saisonverlängerung „Winter in der Pfalz“ 22/23
- Advertorials zur Verbreitung inspirativer Inhalte (Storytelling) in Special Interest Magazinen
- eigene Social Media Kampagne zur Verbreitung der Storytelling-Inhalte
- Beteiligung an der Social Media Jahreskampagne der RLP Tourismus GmbH

### POI- und Veranstaltungs-Shooting in CC-BY Lizenz

- Fotografien der 150 wichtigsten Points of Interest (POIs) und der 100 wichtigsten Veranstaltungen in der Pfalz
- Ziel: Open Data konforme Datensätze herstellen, zuvor wurden bereits Übersetzungen in EN, FR und NL angefertigt
- umgesetzt von der Heimatlichter GmbH aus Freinsheim
- insgesamt 34.000,-€
- alle Bilder wurden/ werden den Mitgliedern zur Verfügung gestellt und sollen unter anderem in Deskline eingesetzt werden.



# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**



## Rad-Shooting in CC-BY-SA Lizenz

- Fotografien für bedeutsame Radrouten und Szenerien in der gesamten Pfalz
- aufgeteilt auf vier Tage:
  1. Glantal, Lautertal, Nordpfälzer Bergland
  2. Neustadt, Mittelhaardt, Speyer
  3. Südliche Weinstraße, Landau, Queichwiesen (LK Germersheim)
  4. Südwestpfalz/ Dahner Felsenland
- umgesetzt von und mit Dominik Ketz
- insgesamt 21.000,-€



# Zum Wohl DIE PFALZ

## Online-Anzeigenkampagne zum „Winter in der Pfalz“

- Anzeigenkampagne zur Saisonverlängerung in den Wintermonaten November 2022 bis Februar 2023 für die Zielgruppen der Aktiven Naturgenießer (Blum), der Vielseitig Aktiven (Wolf) & der Städte-Genießer (Urban)
- Mix aus Facebook- und Instagram-Kampagne sowie Google-Display-Kampagne
- umgesetzt von Mahlow Media
- insgesamt 26.000,- €
- Reichweite: 12 Millionen Nutzer:innen
- Link-Klicks: 57.000

The image displays three screenshots of social media advertisements for 'Zum Wohl. Die Pfalz'. The top-left screenshot is an Instagram post featuring a sunset landscape with the text 'Winterwandern in der Pfalz'. The top-right screenshot is a Facebook ad with three carousel images: a wellness pool at night ('Wellness-Winter in der Pfalz'), a restaurant interior ('Wintergenuss in der Pfalz'), and a cultural scene. The bottom screenshot is another Instagram post showing two people on bicycles in a forest ('Aktiv durch den Winter in der Pfalz'). All ads include the 'Rheinland-Pfalz .Gold' logo and a 'Mehr dazu' button with a URL.

**Zum Wohl. Die Pfalz.**  
Anzeige (Demo) · 🌐

Erlebe die magische ❄️ Winterzeit ❄️ in der Pfalz! Trau dich, die pfälzische Genussmomente und kulturelle Highlights erleben! Buche jetzt deinen Winterurlaub in der Pfalz!

Mehr dazu 📄 <https://pfalz.de/winter?blu=car>

**Instagram**

zumwohldiepfalz  
Anzeige

**Zum Wohl. Die Pfalz.**  
Anzeige (Demo) · 🌐

Erlebe die magische ❄️ Winterzeit ❄️ in der Pfalz! Echt pfälzische Genussmomente, Wellness für Körper und Seele und eine unvergessliche Wohlfühlatmosphäre 🍷 erwarten dich. Buche jetzt deinen Winterurlaub in der Pfalz!

Mehr dazu 📄 <https://pfalz.de/winter?urb=car>

**Wellness-Winter in der Pfalz**

**Wintergenuss in der Pfalz**

**Kultur**

Winter in der Pfalz Mehr dazu Genuss Mehr dazu Kultur

220 8 Kommentare 19 Mal geteilt

**Zum Wohl. Die Pfalz.**  
Anzeige (Demo) · 🌐

Aktiv durch den Winter in der Pfalz

Rheinland-Pfalz .Gold Zum Wohl. Die Pfalz.

Mehr dazu >

zumwohldiepfalz Erlebe die magische ❄️ Winterzeit ❄️ in der Pfalz! Traumhafte Wanderungen und Rad...  
more

# Zum Wohl DIE PFALZ

## Print-Advertorials zur Verbreitung der „Storytellings“

- sechs Advertorials in Special Interest Magazinen
- insgesamt: 43.000,- €
- Beispiel 1: Story „Nachhaltige Weinstraße“ im ADAC Reisemagazin Spezial „Grüner Reisen“



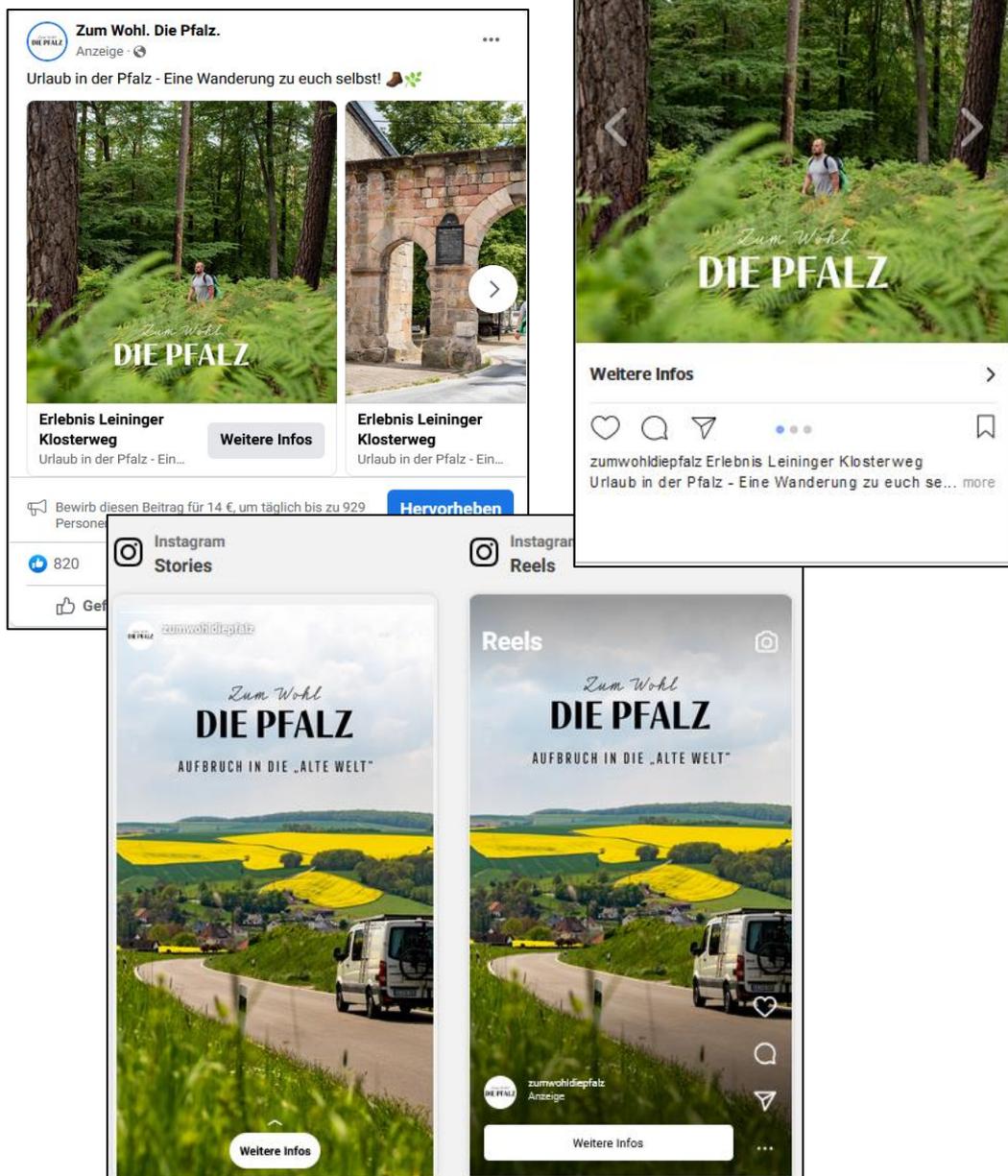
- Beispiel 2: Story „Aufbruch in die Alte Welt“ im Camping & Reise Magazin



# Zum Wohl DIE PFALZ

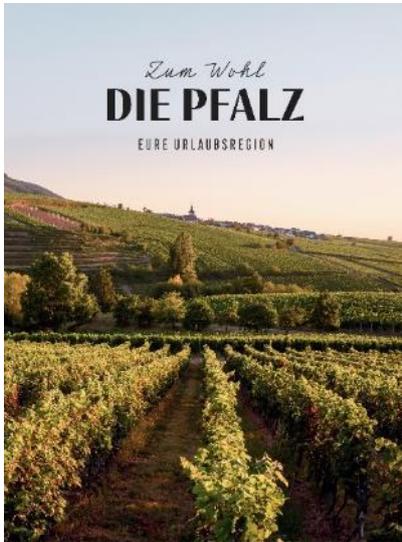
## Social Ads Kampagne zur Verbreitung der „Storytellings“

- Werbeanzeigen für alle sieben in 2022 produzierten Storytelling-Videos (Carousel Ads, Story Ads, Beitragsverlängerung)
- insgesamt: 10.300,- €
- Reichweite: 1,1 Millionen Nutzer:innen
- Link-Klicks: 35.000



# Zum Wohl DIE PFALZ

## Neue Imagebroschüre „Eure Urlaubsregion“



- Erstellung und Druck einer neuen Imagebroschüre für die Urlaubsregion Pfalz
- inspirierende Zielgruppenansprache für Infomailings, Messen und Co; weiterführende Infos per Print2Web-Verlängerung
- Druck aus Fördermitteln ReStart III finanziert
- Auflage: 60.000
- umgesetzt von den Medienagenten, Bad Dürkheim
- insgesamt: 32.000,-€

## 11. FÖRDERPROGRAMM DIGITALISIERUNGSOFFENSIVE

Das Förderprogramm „Digitalisierungsoffensive“ wurde genau wie die ReStart-Förderungen aus dem Corona Sondervermögen des Landes finanziert und kam allen Regionalagenturen im Land zu Gute. Über das Programm sollten unter anderem „DigitalmanagerInnen“ in den Regionen installiert werden, um die landesweite Initiative und Maßnahmen von der RPT über die Regionen zu den Orten zu bringen und einen funktionierenden Workflow aufzubauen. In diesem Zuge konnten wir Julia Bergold einstellen, deren Vertrag zunächst auch über die Förderung hinaus verlängert werden konnte.

Von der maximalen Fördersumme von 200.000 € konnten nur 153.000 € verausgabt werden. Im Gegensatz zu ReStart III war die Projektdurchführung gemeinsam mit den Partnern im vorgegebenen Zeitraum von 18 Monaten deutlich komplexer und die Fördervoraussetzungen schränkten viele Vorhaben letztlich ein. So wurde uns zunächst in Aussicht gestellt, auch Lizenzkosten für die Anschaffung von größeren Softwareprodukten übernehmen zu können. Im laufenden Projekt wurde das widerrufen. Somit konnte das Projekt „Panorama Webcams“ gar nicht erst angebahnt werden. Ebenso wurde die Einführung eines digitalen Urlaubsbegleiters auf Basis von Deskline – der sog. „PIA“ – dadurch erschwert. Allerdings waren für die Umsetzung der PIA auch nicht genügend Stützpunkte bereit, die nach dem Maßnahmenzeitraum anfallenden Lizenzkosten von 500 € pro Jahr zu tragen, was wir mit sehr großem Bedauern hinnehmen mussten.

Dennoch konnten nachfolgend gelistete Projekte gewinnbringend für die Gesamtregion, die Mitglieder und ihre Leistungsanbietenden umgesetzt werden. Darüber hinaus konnte Frau Bergold sehr starke Akzente im Bereich „Digitale Beratung“ für die Mitglieder setzen. Die Projekte und insbesondere die Leistungen von Frau Bergold wurden von allen Mitgliedern als ausgesprochen wertvoll und weiterführend für die eigene Arbeit wahrgenommen. Die Stelle Digitalmanagement ist als sehr gutes Beispiel für die zukünftige Pfalz Touristik zu sehen, die deutlich stärker als Leader, Berater und Begleiter seiner Mitglieder wirken kann, wenn sie personell dazu in die Lage versetzt wird.

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

## DIGITALISIERUNGSCHECK – TOURIST-INFORMATIONEN

- geprüft wurden 64 Tourist-Informationen in Orten, Städten und Landkreisen
- Check der Website (Content, DSGVO & Sicherheit), Social Media Auftritte, Google Business Einträge, weitere digitale Services (Online-Buchungsplattformen für Unterkünfte & Erlebnisse)
- sehr gute Auffindbarkeit bei Google, übersichtliche Darstellung von Information & Inspiration
- ausbaufähig: Anteil online buchbarer Angebote → Entwicklungspotential in der Pfalz
- Social Media sehr wichtig im touristischen Marketing  
→ hoher Ressourceneinsatz, daher Bündelung oft sinnvoller als Kleinstkanäle
- erste Unterstützung mittels Handlungsleitfäden von CENTOURIS
- weitere hilfreiche Tipps in der Digitalwoche Pfalz

## DIGITALISIERUNGSCHECK – BEHERBERGUNGSBETRIEBE

- geprüft wurden 2.300 Unterkunftsbetriebe in der gesamten Pfalz
- Check der Website (Content, DSGVO & Sicherheit), Google Business Einträge
- gute Auffindbarkeit bei Google, gute Aufbereitung der wichtigen Informationen auf den Webseiten
- Potenzial: direkte Online-Buchbarkeit von Übernachtungen
- erste Unterstützung mittels Handlungsleitfäden von CENTOURIS
- weitere hilfreiche Tipps in der Digitalwoche Pfalz

## DIGITALWOCHE PFALZ

- durchgeführt von Realizing Progress
- Schulungen aufbauend auf den Ergebnissen des DigitalisierungscHECKs
- Zielgruppe: Mitarbeitende der Tourist-Informationen & Beherbergungsbetriebe
- acht Webinare:
  - Website für Einsteiger

# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

- Website für Fortgeschrittene
- Social Media Einstieg
- Social Media Advanced
- WhatsApp Marketing
- Google My Business
- Künstliche Intelligenz, ChatGPT
- Contenterstellung – die besten Tools

## 12. PROJEKT UFFBASSE! FÜR RÜCKSICHT UND NATURSCHUTZ

Die Kampagne „UFFBASSE! Für Rücksicht und Naturschutz“ wurde im 2. Halbjahr 2022 und im 1. HJ 2023 in enger Zusammenarbeit mit Landesforsten Rheinland-Pfalz weiterentwickelt. Ziel war es, die Inhalte der Kampagne, die im ersten Halbjahr 2022 vor allem über Social Media verbreitet und durch Maßnahmen der TouristikerInnen in der Pfalz integriert wurden, auch draußen in der Natur in Form von Tafeln sichtbar zu machen. Aus dem Gedanken „nicht noch eine Tafel mit zu viel Text“ herstellen zu wollen, entstand die Idee, die Botschaften der Kampagne in einem Wimmelbild abzubilden, das darüber hinaus auch viele Wiedererkennungsmerkmale der Pfalz enthält. Im Fokus des Wimmelbildes stehen die Botschaften für Rücksicht und Naturschutz in den unterschiedlichen Naturräumen, die stellvertretend für die Region sind. Die Maßnahme ist primär eine Sensibilisierungsmaßnahme im Besuchermanagement und erhebt nicht den Anspruch einer flächendeckenden Marketingaktion.

Die ersten Wimmelbilder wurden im April 2023 in Bad Dürkheim und am Haus der Nachhaltigkeit in Johanniskreuz errichtet und eingeweiht. Nachfolgend hat Pfalz Touristik, leider erfolglos, Möglichkeiten zur Errichtung weiterer Standort über Fördermittel eruiert. Die zwischen den Tourismusstellen und den Forstämtern abzustimmende Abfrage für die pfalzweite Errichtung konnte kürzlich mit positiver Resonanz abgeschlossen werden. Im Frühjahr 2024 sollen nach Möglichkeit über 100 Standorte für die Wimmelbilder verwirklicht sein.



# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

Im Rahmen eines partizipativen Prozesses mit den Mitgliedern und den Wirtschaftsförderungsgesellschaften wurden Schwerpunkte identifiziert, um eine vom MWVLW definierte Anzahl von Projekten zur Optimierung vorhandener Angebote mit besonderer Bedeutung für Profilierung und Wertschöpfung herauszustellen. Unterstützt durch das Beratungsbüro KOBRA aus Landau wurde im Rahmen von 4 Workshops eine umfassende Bestandsaufnahme und SWOT-Analyse für die touristische Infrastruktur der Pfalz erarbeitet. Gemeinsam mit den Partnern wurden im Anschluss Projekte eruiert oder vorgebracht, die die oben beschriebenen Impulsfunktionen erfüllen können. Die Projekte wurden in einer Punktematrix bewertet und mit den Vorgaben des Landes abgeglichen.

Folgende Projekte wurden dem MWVLW als Impulsinvestition empfohlen.

- Besucher-, Informations- und Erlebniszentrum Pfalz
- ADFC Radreiseregion Pfalz
- Aktiv-Erlebniszentrum Pfalz
- Pfälzer Römer- und Keltenstraße
- Kalmit-Klima-Campus
- Campingzentrum Pfalz
- Gemüse-Erlebnisparadies Pfalz

Folgende weitere gewinnbringende Projektoptionen wurden in den Workshops ermittelt und ebenfalls an das MWVLW empfohlen:

- Pilotprojekt digitale Besucherlenkung
- Regiomaten im Pfälzer Bergland
- Gemüse Erlebnis Paradies Pfalzmarkt
- Landschaftsgarten Karlstalschlucht
- Erweiterung Burg Nanstein
- Shuttlesystem für Fahrräder und Mountainbikes

Das MWVLW erhoffte sich von der Potenzialanalyse die Vorlage von bereits fortgeschritten skizzierten und nahezu förderungsreifen Projekten, die dann in Kürze in die Kalkulationen eingeplant werden müssen. In der Pfalz war das nur bei der Radreiseregion der Fall. Letztlich spielt das durchgeführte „Ranking“ keine Rolle für eine Bewertung zur Förderwürdigkeit. Pfalz Touristik ist offen, um an der Projektreifung der genannten (oder auch anderer) Förderprojekte mitzuarbeiten und erwartet gerne die Vorstöße aus den Mitgliedskommunen. Auch werden wir unsererseits nach Möglichkeiten Ausschau halten, die Projekte zur Realisierung im Gespräch zu halten bzw. proaktiv voranzutreiben.

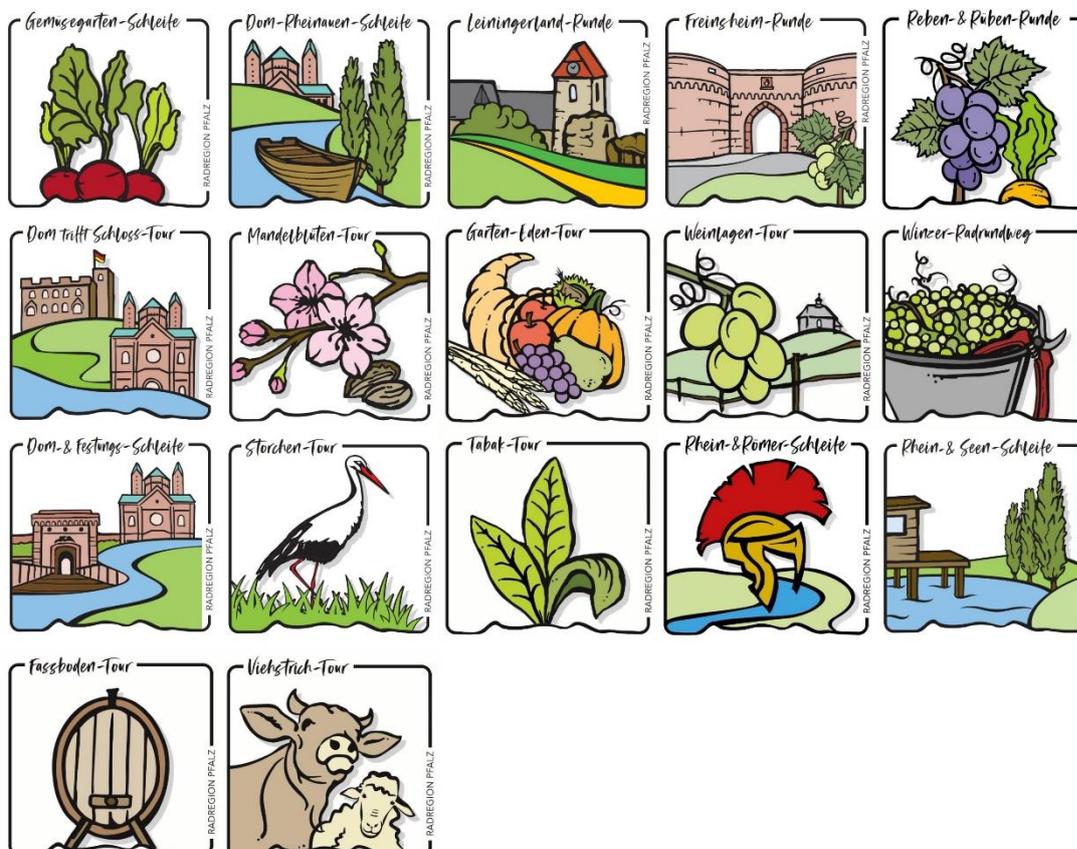
## **14. FÖRDERPROJEKT RADREISEREGION PFALZ**

Im Projekt Radreiseregion Pfalz erhielt die Pfalz Touristik unmittelbar nach der letzten Mitgliederversammlung im Dezember 2022 den Förderbescheid vom MWVLW Rheinland-Pfalz. Gefördert wird die HBR-Beschilderung von neun neuen Rundrouten sowie ca. 40 HBR-Informationstafeln für alle insgesamt 19 Rundrouten in der Pilotregion „Vom Rhein zum Wein“. Der

# Zum Wohl DIE PFALZ

Auftrag für die Planung der Wegebeschilderung und Infotafeln wurde nach erfolgreicher Ausschreibung im Januar 2023 an die Sweco GmbH vergeben. Im Februar erfolgte daraufhin bereits die qualifizierte Erstbefahrung der Strecken durch das Planungsbüro. Die Erstbefahrungsergebnisse wurden am 27.03.2023 in Haßloch vor den Baulastträgern (Kommunen und Landesbetrieb Mobilität) präsentiert und die Erstbefahrungsdokumentationen mit Bitte um Bearbeitung und Stellungnahme an alle Baulastträger im April versendet. Dieser Abstimmungsprozess wurde unter anderem durch die teils starke Auslastung der Mitarbeitenden in den Kommunen sowie inhaltliche Diskrepanzen bei der Abstimmung/ Bearbeitung der Erstbefahrungsdokumentationen mit dem LBM zeitlich verzögert und läuft aktuell noch immer. Da absehbar wurde, dass die ursprüngliche Förderfrist 31.12.2023 unter diesen Umständen nicht gehalten werden kann, bemühte sich die Pfalz Touristik ab Mitte des Jahres mit Nachdruck um eine Fristverlängerung, die vom Fördergeber MWLW freundlicherweise ermöglicht wurde. Die neue Förderfrist ist nun der 31.12.2025.

Aktueller Projektstand ist neben der zuvor genannten Abstimmung zur HBR Phase 1 (Abstimmung der Erstbefahrungsergebnisse und notwendige Folgemaßnahmen) der folgende: Neue Logos im einheitlichen Look wurden von Das Team aus Neustadt für die Routen in der Pilotregion entwickelt und werden nach Umsetzung der Beschilderung an den Wegweisern entlang der Routen zu sehen sein.



# *Zum Wohl* **DIE PFALZ**

Zudem werden aktuell Layout und Inhalt der Infotafeln zu den Rundrouten in Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Radreiseregion finalisiert. Nach Abschluss der HBR Phase 1 wird die Standortplanung der Wegweisung/ Routenplaketten sowie der Infotafeln folgen, darauf folgt die Produktion und Montage ebendieser.

Stand jetzt, sollen die Rundtouren in der Pilotregion „Vom Rhein zum Wein“ in 2025 angebotswirksam werden und gemeinsam mit den Radservices in der Region für die Prüfung durch den ADFC vorbereitet werden. Parallel wird weiter an der Projektausdehnung auf die gesamte Pfalz gearbeitet.

## 15. WANDERMENÜ PFALZ

Die Vermarktung der zertifizierten Wanderwege unter der Marke „Wandermenü Pfalz“ nimmt bei Pfalz Touristik auch nach über 12 Jahren einen zentralen Schwerpunkt ein. Gemeinsam mit der „Trägergemeinschaft Prädikatswege“ konnten auch in 2023 zahlreiche reichweitenstarke Maßnahmen zur Bewerbung der Pfalz als Top-Wanderregion umgesetzt werden. Die ausführliche Darstellung aller Maßnahmen wurde im Rahmen der Trägergemeinschaft am 01.12. von Herrn Michael Werner durchgeführt. Nachfolgend einige Auszüge aus Marketingmaßnahmen und Veröffentlichungen.

### Wandermenü Magazin (vgl. Printprodukte)



#### Beilage trekking Magazin

Juni-Ausgabe (9.000)

- **Beilage ADAC Reisemagazin**

Juni-Ausgabe mit Wanderspecial (8.500)

- **Beilage Wandermagazin**

Herbstausgabe Sept. (10.000)

- **Beilage Outdoor-Magazin**

Herbstausgabe Sept. (5.500)

- Rest Auslage CMT/Buga/RLP-Tag,  
Beilage Pfalzbox Wandermenü, Infopost  
Pfalz Touristik

# Zum Wohl DIE PFALZ

Redaktionelle Beiträge durch Journalistenkontakt

**wunderlust**  
MEHR WANDERN - MEHR WISSEN - MEHR SPASS

**Naturgenuss für Groß und Klein**  
Die schönsten Touren der Pfalz

**Wandern und Entdecken**  
Rheinland-Pfalz | Bayerischer Wald | Bayern | Nationalpark Eifel | Nordhain-Westfalen  
Hildensee - Mackenburger Wäldchen | Hain-Neulandpark - Friesland | Pfalz | Rheinland-Pfalz

**TEST DAYPACKS**  
16 TOP MODELLE  
bis heute und dann

**Genießen**

**Köstliche Aussichten**

Wie in der Pfalz wandert, ein erwartet ein reich gedecktes Tisch. Seltene markierte Pfadkreuzwege mit zusammen fast 1.300 Kilometern Streckenlänge eröffnen sich dem Outdoor-Fan. Doch die kulinarischen Pfälzer Traditionen lassen sich dabei köstlich erwarten.

76 | wanderlust | 04/23

**Wandern in der Pfalz**

Die Pfalz ist ein wunderschönes Reiseziel für Wanderer. Die Landschaft ist abwechslungsreich und bietet viele Möglichkeiten für eine abwechslungsreiche Wanderung. Die Pfalz ist ein wunderschönes Reiseziel für Wanderer. Die Landschaft ist abwechslungsreich und bietet viele Möglichkeiten für eine abwechslungsreiche Wanderung.

77 | wanderlust | 04/23

**TREKKING**  
WANDERN & OUTDOOR

**15 TRAUMHAFTER WANDERSOMMER**  
BESTE AUSSICHTEN!

**TECKLENBURGER LAND**  
WANDERLUST IN WESTFALEN

**ERLEBNIS CAMP**  
AM SCHÖNEN  
ACHENSEE

**FASZINATION FERNWANDERWEGE**  
Im Westen viel Schönes

Im Westen Deutschlands liegen herrliche Westpfälzer Weinstraßen und Spessart-Grün. Entlang malerischer Landschaften, über viele drei- und vierstündige Wandererlebnisse. Von Pfalz bis Berg, von gemächlichen bis anregenden Wegen durch das Programm. Natürlich auch besondere lokale Wege, die durch die Landschaft lebendig zum Nachbarn. Für die geselligen Westwandererinnen im Westen stellen wir ein Lesematerial hier vor.

80 | TREKKING | 04/23

**ROMANTISCHES RHEINLAND-PFALZ**

Die Pfalz ist ein wunderschönes Reiseziel für Wanderer. Die Landschaft ist abwechslungsreich und bietet viele Möglichkeiten für eine abwechslungsreiche Wanderung. Die Pfalz ist ein wunderschönes Reiseziel für Wanderer. Die Landschaft ist abwechslungsreich und bietet viele Möglichkeiten für eine abwechslungsreiche Wanderung.

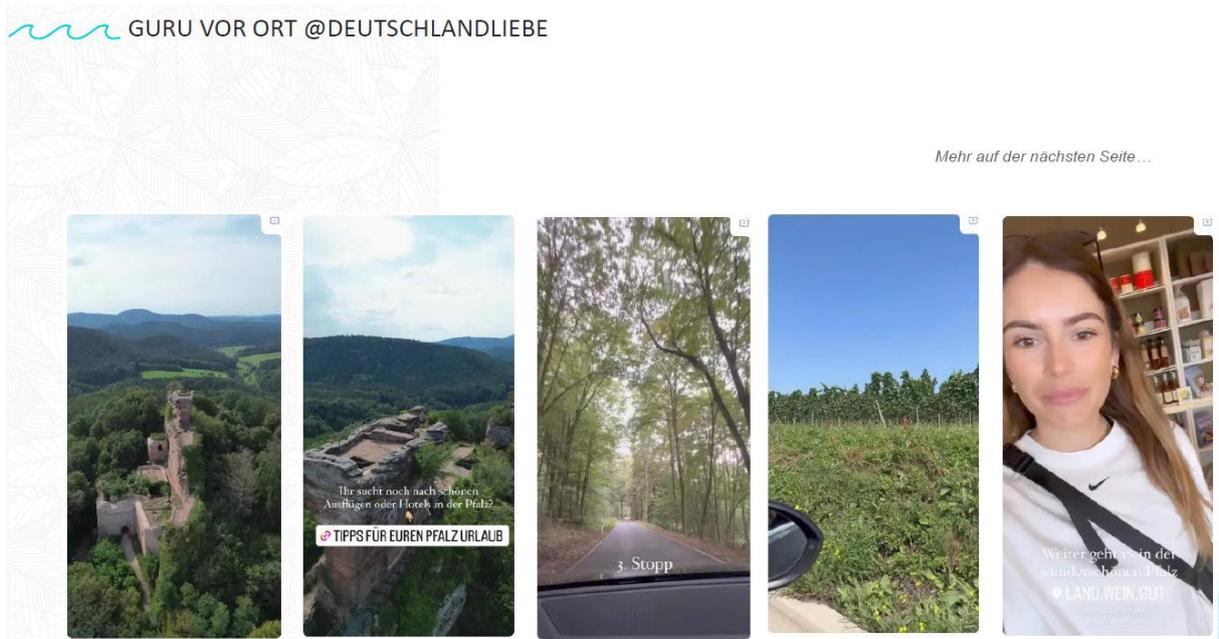
81 | TREKKING | 04/23

# Zum Wohl DIE PFALZ

Urlaubsguru Influencer Reise mit Familie Wolf(f) 16. – 18.08.23

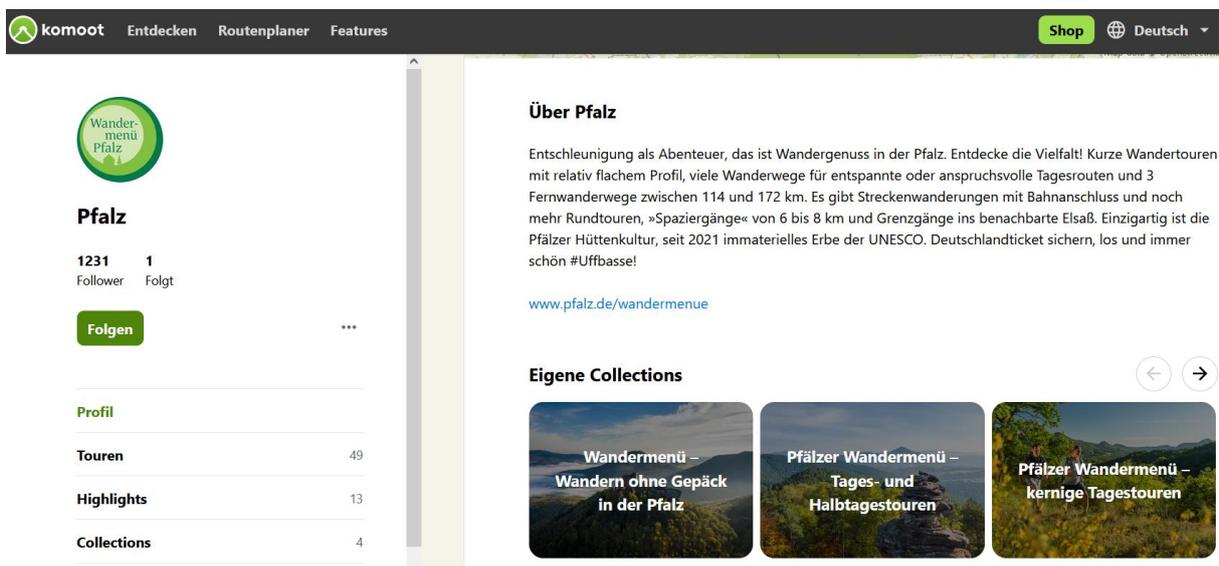
Motto „Entschleunigung als Abenteuer“ (WM-Magazin) mit freundlicher Unterstützung der Pfalzcard

Reichweite: 78.700



## Komoot

Wir haben dieses Jahr schon über 11.000 organische Klicks (kostenlos) und fast 300.000 Ad-Impressions erreicht. Ab Anfang Dezember läuft die neue Collection „Wandern ohne Gepäck“ mit garantierten 2.000 Klicks, um im Weihnachtsgeschäft mit auf die Fernwege aufmerksam zu machen.



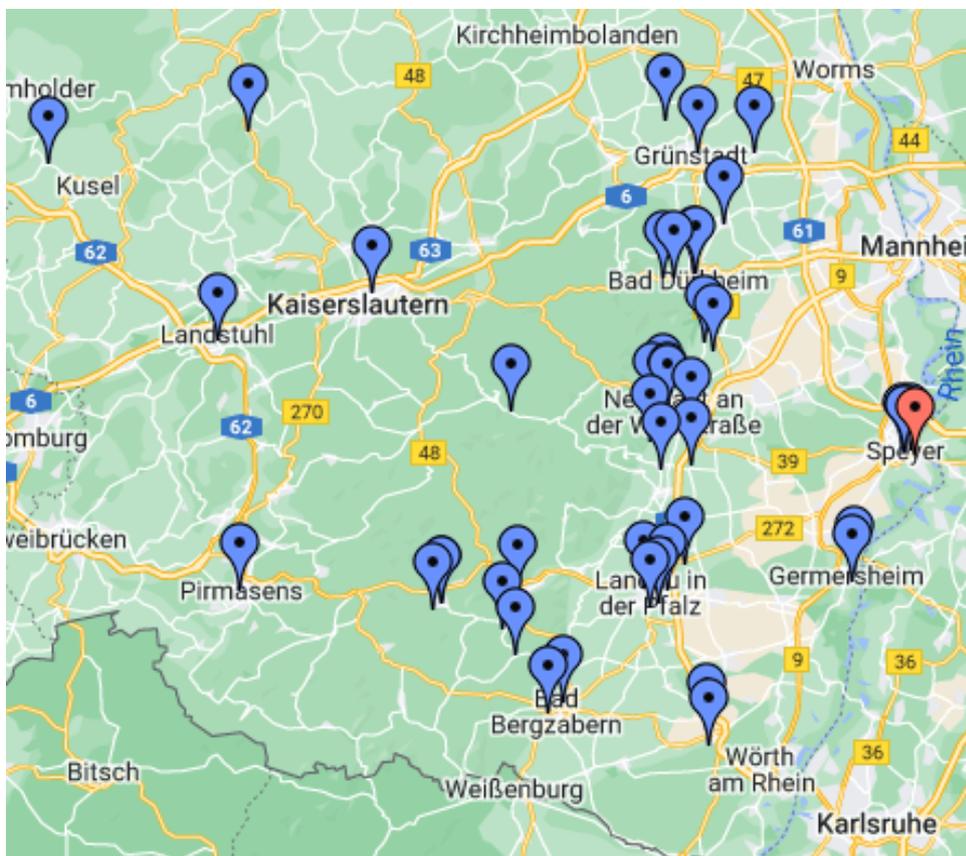
# Zum Wohl DIE PFALZ

## 16. PFALZCARD

Die Pfalzcard – die Gästekarte der Region konnte auch im Jahr 2023 wieder sehr viele Gäste begeistern. Die Bekanntheit der Karte steigt sukzessive und immer mehr Gäste fragen aktiv nach der Karte. Leider ist es auch weiterhin nicht leicht, Unterkunftsbetriebe für die Teilnahme an der Gästekarte zu überzeugen, obwohl die Karte einen ungleich hohen Gegenwert (umgerechnet 1.000 € Ersparnis am Tag) zum Umlagepreis von 3 € und ein unschlagbares Leistungsspektrum bietet, wie beispielsweise die kostenfreie ÖPNV Nutzung im gesamten VRN-Gebiet. **Die Pfalzcard ist ein perfektes Produkt zur Ansprache von Familien.** Die Jugendherbergen und die vielen teilnehmenden Ferienwohnungen setzen die Pfalzcard gezielt zur Ansprache von Familien ein – mit Erfolg. Mit den Statistiken der Gästeströme kann nachweislich gezeigt werden, dass Gäste dazu bereit sind, bis zu 2 Stunden Fahrtzeit in Kauf zu nehmen, um eine Einrichtung kostenlos zu besuchen. Vor allem die Gäste der Jugendherbergen sind besonders mobil. **Mit der Pfalzcard verteilen wir die Gästeströme aktiv über die gesamte Pfalz.**

In 2023 konnte die Anzahl der Freizeitanbieter leicht gesteigert werden (133). Bei der Zahl der Unterkunftsbetriebe war eine höhere Fluktuation (u. a. wegen Aufgabe der Vermietung) vorhanden, die aber größtenteils aufgefangen werden konnte. Sie liegt ebenfalls bei 133.

### Besucherströme von der JH Speyer zu den Freizeit Anbietern



# Zum Wohl DIE PFALZ

## Besucherströme zum Dynamikum Pirmasens von den Unterkunftsbetrieben



Seit April 2023 gibt es die Karte auch digital für Wallet-Apps, sodass man grundsätzlich keine Papierkarte mehr benötigt. Bis zum Saisonstart 2024 soll auch eine Pfalzcard-App (als PWA) eingeführt werden, die als digitaler Urlaubsbegleiter die Pfalzcard-Gäste während Ihres Aufenthaltes begleitet.



Wir möchten alle Mitglieder herzlich dazu ermuntern und auffordern die Karte weiterhin bei den Gastgebern ins Gespräch zu bringen. Gerne erwarten wir dazu auch Ihre Einladung zu Vermieter-Treffen und ähnlichen Möglichkeiten, um die Card zu präsentieren. Darüber hinaus möchten wir Sie dazu ermuntern uns anzusprechen, um Möglichkeiten der Verknüpfung mit lokalen Gästekarten zu prüfen.

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

## 17. PROJEKT NEUKONZEPTION PWV TRADITIONSWEGE

Die erste Projektphase der Neukonzeption der PWV Wanderwege im Biosphärenreservat Pfälzerwald wurde Anfang des Jahres abgeschlossen. In einem umfangreichen Prozess wurden rund 40% der Markierungen auf eine Gesamtlänge von rund 1.900 km verbleibende Wegemarkierung reduziert. Für die Umsetzung des Konzeptes ist der Bezirksverband Pfalz bereit, einen Folgeantrag zu stellen, der einen Wert von rund 2 Mio. € haben soll. Das MWVLW ist grundsätzlich für eine weitere Förderung unter Einhaltung von gewissen Voraussetzungen offen: Umsetzung der Wege nach Wanderwegeleitfaden Rheinland-Pfalz, Zertifizierung des Pfälzerwaldes zur Qualitätsregion Wanderbares Deutschland und Vorlage eines sichergestellten und durchfinanzierten Konzeptes für das Qualitätsmanagement im Rahmen der Zweckbindungsfrist.

Der Bezirksverband, Pfalz Touristik, der PWV und das Biosphärenreservat haben am 29.11. in Form einer Kommunalkonferenz ein mögliches Konzept zur Erfüllung der Fördervoraussetzungen vorgelegt und um entsprechende Abstimmung in den Kommunen gebeten. Aufgrund der reichhaltigen Erfahrungen im Qualitäts- und Zertifizierungsmanagement mit den drei Prädikatsfernwegen, ist es sinnvoll eine zentrale Stelle „Qualitätsmanagement PWV Traditionswege“ bei der Pfalz Touristik anzusiedeln. Die Stelle würde das Qualitätsmanagement und die Zertifizierung in Zusammenarbeit mit den Kommunen und dem PWV koordinieren. Dazu sind jedoch zusätzliche Personal- und Sachmittel erforderlich. Im April 2024 sollen die Rückmeldungen aus den Kommunen vorliegen und zu einer weiteren Kommunalkonferenz eingeladen werden.

## 18. PROJEKT WILLKOMMENSORTALE PFÄLZERWALD

Anfang des Jahres 2022 hat Landesforsten Rheinland-Pfalz im südlichen Teil des Bundeslandes eine Projektgruppe Waldparkplätze ins Leben gerufen, die für die vorhandenen Waldparkplätze, insbesondere im Biosphärenreservat Pfälzerwald, ein neues Erscheinungsbild entwickeln sollte. Pfalz Touristik ist führender Bestandteil der Arbeitsgruppe.

Zielsetzungen waren insbesondere

- den Zustand und die Ausstattung der Waldparkplätze im Sinne einer zeitgemäßen „Willkommenskultur Wald“ zu verbessern und so moderne Portale zu schaffen, die einen Wiedererkennungswert haben sowie
- Beiträge zu leisten, um vom individualisierten Verkehr wegzukommen hin zur Nutzung von attraktiven ÖPNV-Angeboten, um die Verkehrsbelastung im Wald zu mindern.

Die Arbeitsgruppe hat in mehreren Terminen, die teilweise mit Ortsbegehungen verschiedener Parkplätze einhergingen, einen Eindruck vom Status quo verschiedener Parkplätze mit unterschiedlichen Größen und Ausstattung gewonnen und auf dieser Grundlage einen Anforderungskatalog erstellt. Mit diesem Anforderungskatalog wurde ein Auftrag für ein Gestaltungskonzept vergeben. Der Entwurf des Gestaltungskonzeptes wurde Anfang November einer größeren Runde aus Forst, Touristiker:innen, Biosphärenreservat und Naturschutz vorgestellt.

*Zum Wohl*  
**DIE PFALZ**

Bis Ende des Jahres sollen letzte Änderungen in das Konzeptpapier einfließen. Pfalz Touristik prüft in den kommenden Wochen, ob die Umsetzung und Erstbestückung einer relevanten Anzahl von Parkplätzen im Rahmen des Förderprogrammes 3 „Touristische Infrastruktur“ förderfähig ist. In diesem Falle könnte Pfalz Touristik als Antragsteller im Rahmen einer Kooperation mit den betroffenen Gebietskörperschaften und Landesforsten auftreten. Das Projekt würde sich vor allem in Verbindung mit der Neukonzeption der PWV-Wege als synergetisch und wegweisend für eine Inwertsetzung der Region darstellen und eine hohe Signalwirkung erzielen.