

Tourismus in Rheinland-Pfalz

Worms, 24. November 2025

Gold
**Rheinland-
Pfalz**





















WEIS
ANS-HOF





Unsere Highlights - Goldstücke



- Zehn Ferienregionen
- Vier profilgebende Themen:
 - 1. Natur & Aktiv**
 - Mittelgebirge – Flusstäler – Wald – Wein
 - 12 zertifizierte Fern- & 300 zertifizierte Rundwanderwege (> 6.000 km)
 - zwei der beliebtesten Radwege
 - 2. Kultur**
 - > 2.000 Jahre, Römer, mittelalterliche Städtchen, SchUM-Städte, Gutenberg, Luther, Hambacher Fest > 100 Burgen & Schlösser
 - 3. Wellness & Gesundheit**
 - UNESCO Great Spas of Europe, Felke, Kneipp,
 - 4. Wein & Kulinarik**
 - Sechs von 13 deutschen Weinbaugebieten (Ahr, Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz & Rheinhessen)
 - 6.550 Weinbaubetriebe

30 Highlights – 30 Goldstücke

Jetzt Bucketlist erstellen! **Sammle Goldstücke in Rheinland-Pfalz**

Welche Erlebnisse lassen dein Herz schon beim Gedanken daran höher schlagen? Was wolltest du schon immer einmal erleben? In Rheinland-Pfalz erwarten dich 30 besondere Orte und Sehenswürdigkeiten, an denen deine Wünsche wahr werden können! Entdecke hier, was die Regionen für dich bereit halten und stelle deine persönliche Bucketlist zusammen. Deine Goldstücke sind nur wenige Klicks entfernt!

[Zu den Goldstücken](#)



Weitere Infos: ichwilldahin.de

Die Highlights - Goldstücke



N°02 | Burg Eltz

Eine Burg wie im Märchen – mit allem, was dazugehört: Türmen, Erkern, Spitzdächern, dicken Mauern und einer Burgbrücke. So traumhaft schön, dass sie mittlerweile Star auf Instagram ist.

Mehr lesen



N°18 | Vulkaneifel

Die Vulkaneifel ist eine Region für alle, die bereit sind, über die Macht und Schönheit der Natur zu staunen und sich gerne von einem neuen kleinen Wunder nach der nächsten Kurve überraschen lassen.

Mehr lesen



N°24 | Nürburgring

Er ist eine Legende. Seine Erfolgsstorys ungezählt. Und er zieht heute noch Hunderttausende PS-Enthusiasten in seinen Bann. Wer einmal in der Grünen Hölle war, wird sie nicht mehr los.

Mehr lesen



N°08 | Benediktinerabtei Maria Laach

Ja, auch die mittelalterlichen Mönche hatten viel Sinn für Schönheit. Bei einem Besuch der malerischen Abteikirche Maria Laach kannst du das heute noch sehen. Ein himmlisches Vergnügen!

Mehr lesen



Die Highlights - Goldstücke



N°29 | Koblenz

Wenn zwei der bedeutendsten Flüsse Europas aufeinandertreffen, dann kann nur etwas Besonderes entstehen. Koblenz ist eine Top-Sehenswürdigkeit für Kulturgebeisterter, Stadtfreunde und Weingenießer.

Mehr lesen



N°05 | Kaltwassergeysir

Etwa alle zwei Stunden bricht sie aus und zischt bis zu 60 Meter in die Höhe – die Fontäne des höchsten Kaltwassergeysirs. Du musst dafür keine Islandreise machen – nur einen Abstecher nach Andernach.

Mehr lesen



N°25 | Marksburg

Willkommen in der einzigen unzerstörten Höhenburg am Mittelrhein! Die Festung hoch über dem Rhein öffnet dir das Tor ins Mittelalter. Der Aufstieg lohnt sich, allein schon wegen der tollen Aussicht!

Mehr lesen



N°01 | UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal

Es scheint, als flirten sie miteinander: das Wasser, die Weinreben und die Burgen im UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal. Lass dich verzaubern von purer Rheinromantik im Herzen Europas!

Mehr lesen



Die Highlights - Goldstücke



N°15 | Reichsburg Cochem

Sie ist unbestritten ein Publikumsmagnet. Ihre Kulisse ist perfekter Rahmen für das Mittelalterfest im August, ein Gastspiel der Burgfestspiele Mayen, ein Gourmetfest – oder deine Hochzeit.

Mehr lesen



N°09 | Moseltal

So steil wie hier wächst der Wein sonst nirgendwo. Ebenfalls rekordverdächtig: Die vielen Schleifen und Schlingen der Mosel. Das Moseltal ist eine Sensation und wartet darauf, dass du es entdeckst.

Mehr lesen



N°19 | Trier

Ein Spaziergang quer durch die Geschichte. Wo könntest du das besser machen als in der ältesten Stadt Deutschlands? Trier ist eine Stadt der Superlative. Mach dich auf einige Entdeckungen gefasst.

Mehr lesen



N°04 | Bernkastel-Kues

Das Top-Model ist schon etwas älter, ist ziemlich schmal und hübsch geschmückt. Das Spitzhäuschen ist der unumstrittene Publikumsliebling, aber hier findest du noch mehr Schönheiten.

Mehr lesen



Die Highlights - Goldstücke



N°16 | Mainz

Johannes Gutenberg war Visionär und Erfinder des Drucks mit beweglichen Lettern. Und er ist der berühmteste Sohn der Stadt Mainz. Jährlich wird zur Johannissnacht mit Hunderttausenden Gästen gefeiert.

Mehr lesen



N°22 | Wormser Dom

Worms ist immer für ein Spektakel gut, wie zum Beispiel mit den Nibelungen-Festspielen direkt am Kaiserdom! Lass dich überraschen, was eine der ältesten Städte Deutschlands noch alles zu bieten hat.

Mehr lesen



N°10 | Weinerlebnis Rheinhessen

Wo könnte es schöner sein? Im Rheinbogen liegt das Land der tausend Hügel. Mit seinen sonnenbeschienenen Weingärten ist es das größte Weinanbaugebiet in Deutschland. Und eines der besten.

Mehr lesen



N°20 | Spätburgunderparadies Ahr

Schon die alten Römer erkannten die günstigen Klimabedingungen dieser Landschaft und nutzten sie für den Weinanbau. Für Weinliebhaber ist das Anbaugebiet Ahr ein Juwel.

Mehr lesen



Die Highlights - Goldstücke



N°14 | Deutsche Weinstraße

Das Glück liegt auf der Straße – und auf dieser Strecke ganz besonders! Als eine der ältesten Ferienstraßen ist die Deutsche Weinstraße ein Goldschatz für alle Urlauber, Genießer und Entdecker!

Mehr lesen



N°27 | Reichsburg Trifels

Kaum eine Burg lässt die Welt des Mittelalters so aufleben. Die Reichsburg Trifels war unter den Staufern und Saliern eines der wichtigsten Zentren der Macht und die „Schatzkammer der Kaiser“.

Mehr lesen



N°30 | Pfälzerwald

Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen – das kann dir im größten zusammenhängenden Waldgebiet Deutschlands schnell passieren. Das Biosphärenreservat bietet viele Schätze, die entdeckt werden wollen.

Mehr lesen



N°13 | Hambacher Schloss

Das Hambacher Schloss zählt zu den wichtigsten Attraktionen. Besuche den Ort, wo alles begann: 1832 fand hier das Hambacher Fest statt, ein Protestzug für Demokratie und ein geeintes Deutschland.

Mehr lesen



Die Highlights - Goldstücke



N°23 | Nahe-Radweg

Durch Wälder und Schluchten, über sanfte Hügel, vorbei an bizarren Felsen und sonnenverwöhnten Weinbergen. Der Nahe-Radweg führt dich durch die wechselvollen Welten der Nahelandschaft.

Mehr lesen



N°28 | Felsenkirche Idar-Oberstein

Einen atemberaubenden Anblick verspricht dir die Felsenkirche, die sich tief in den Fels gebaut und hoch über Idar-Oberstein befindet. Liebe, Wut, Eifersucht, Tod und Reue haben sie dahin gebracht.

Mehr lesen



N°26 | Bad Kreuznach

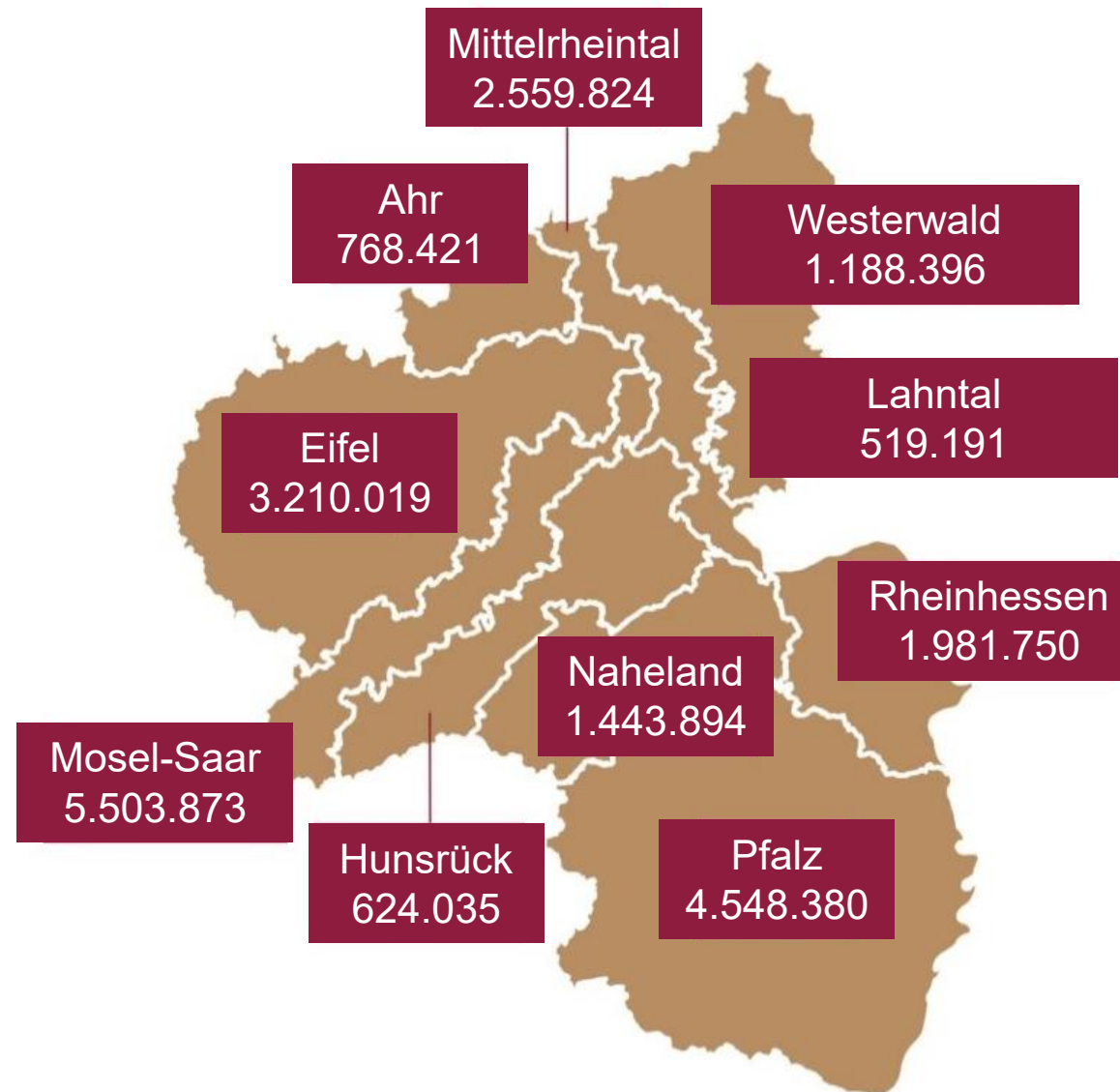
Entspannen. Durchatmen. Ruhe finden. Und dabei frische Meeresluft genießen. Wäre das nicht schön? Die Bad Kreuznacher Gradierwerke, Europas größtes Freiluftinhalatorium, machen es möglich.

Mehr lesen



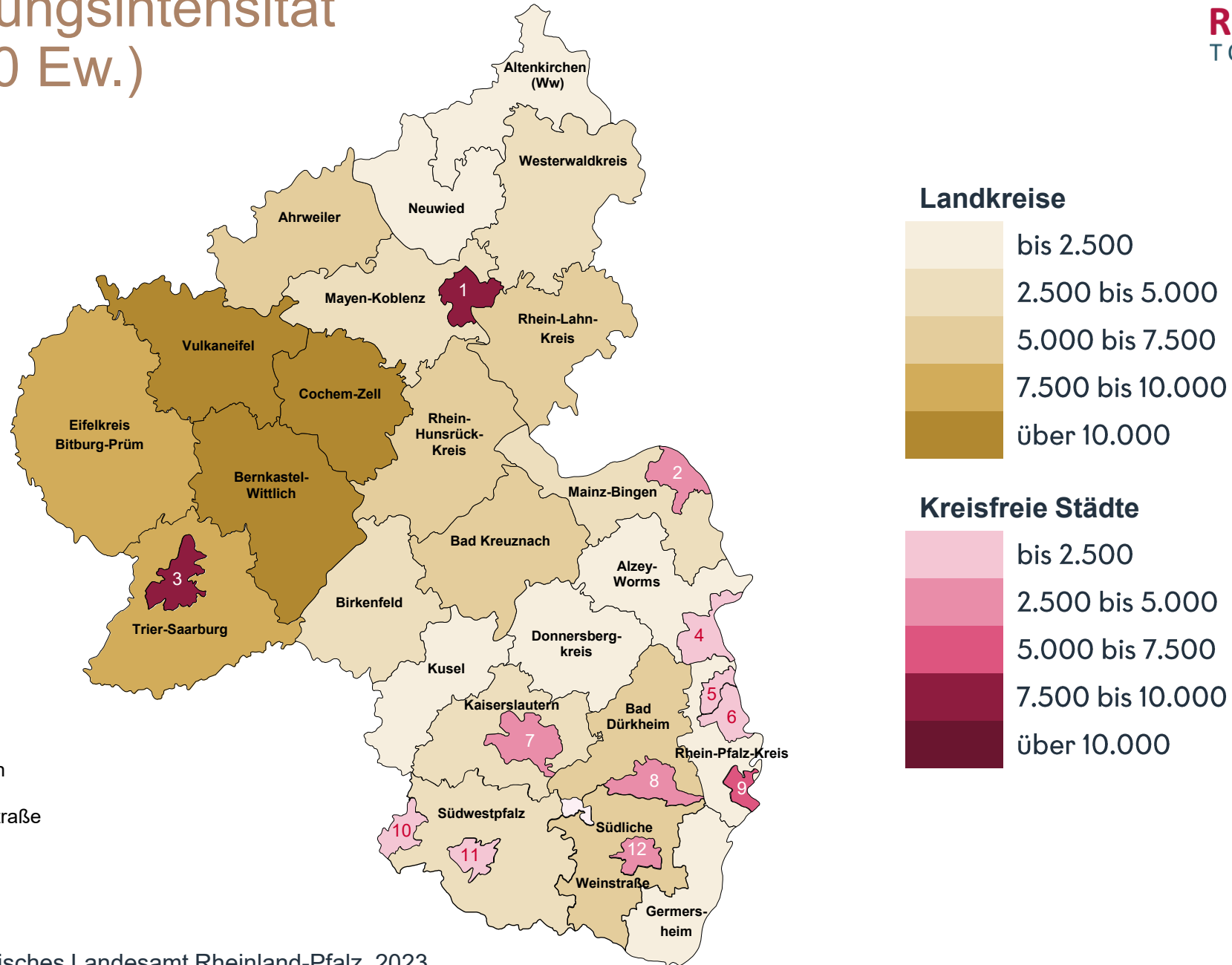
Wirtschaftsfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz

22,3 Mio. Übernachtungen in Rheinland-Pfalz (2024)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, Grafik dwif

Übernachtungsintensität (ÜN / 1.000 Ew.)

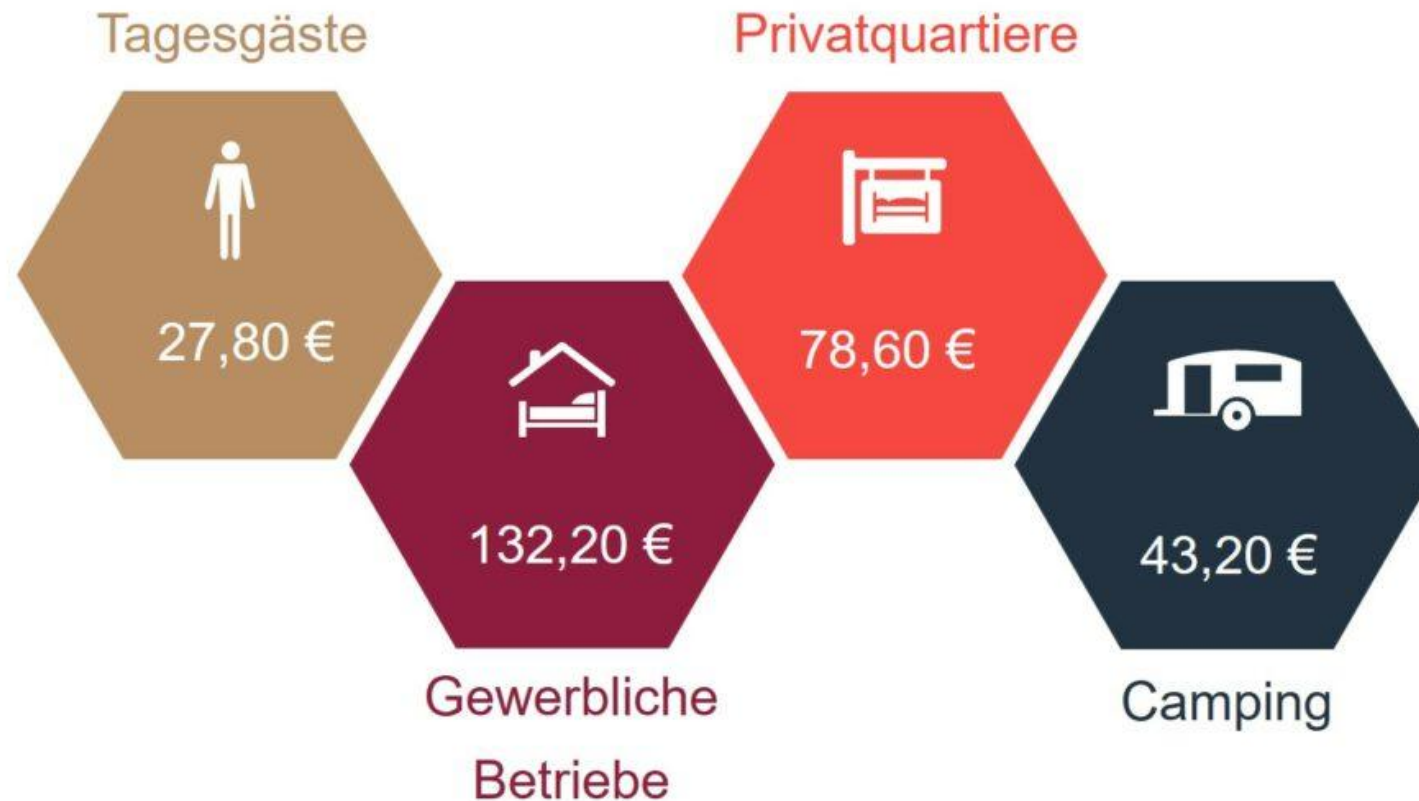


24 Landkreise
12 Kreisfreie Städte

- 1 Koblenz
- 2 Mainz
- 3 Trier
- 4 Worms
- 5 Frankenthal (Pfalz)
- 6 Ludwigshafen am Rhein
- 7 Kaiserslautern
- 8 Neustadt an der Weinstraße
- 9 Speyer
- 10 Zweibrücken
- 11 Pirmasens
- 12 Landau i.d. Pfalz

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2023

Ausgaben der Gäste in Rheinland-Pfalz 2023



Quelle: dwif 2024

Tourismus ist ein Plus⁺ für alle

Zahlen auf den Tisch:
22,5 Mio €
täglich

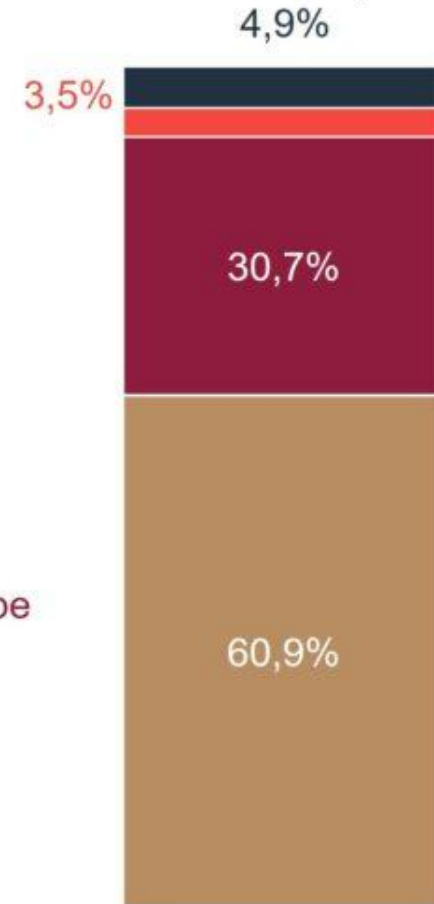
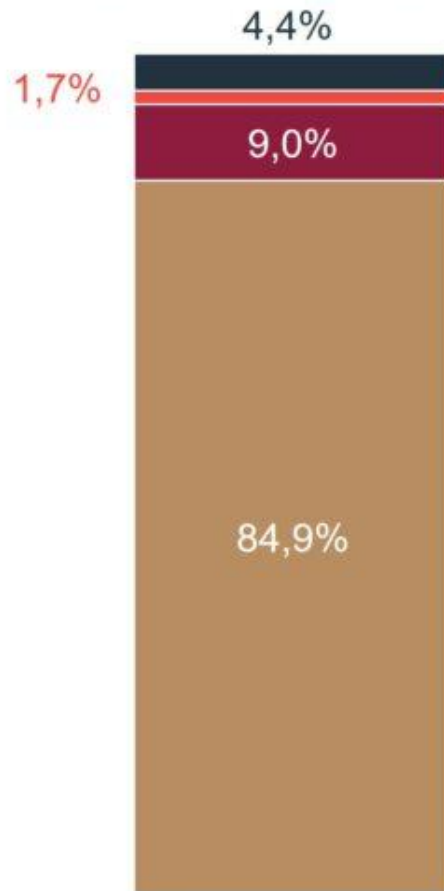
Gold
**Rheinland-
Pfalz**

Tourismus – Bedeutung der Marktsegmente

Touristische Nachfrage in Rheinland-Pfalz 2023

Aufenthaltstage: 212 Mio.

Umsätze: 8.212,9 Mio. €



Camping



Privatquartiere



Gewerbliche Betriebe

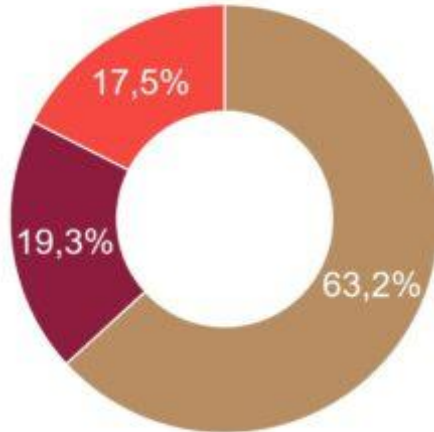


Tagesreisen

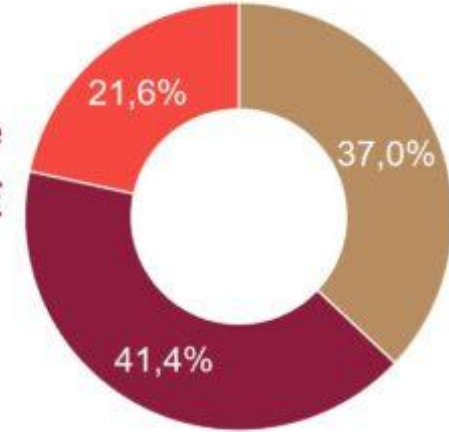
Quelle: dwif 2024

Umsatzverteilung nach Branchen

Vom Tourismus in Rheinland-Pfalz profitierende Branchen 2023

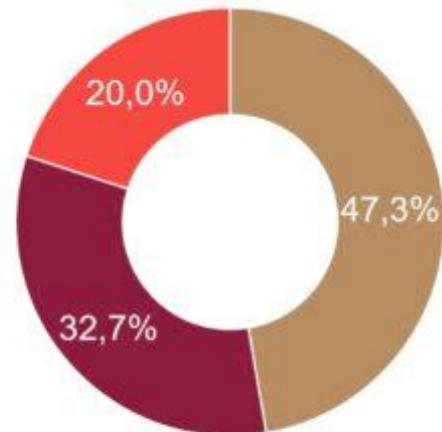


Übernachtungsgäste
3.208,9 Mio. €



Tagesgäste
5.004,0 Mio. €

GESAMT 8.212,9 Mio. €



Gastgewerbe 3.883,4 Mio. €



Einzelhandel 2.688,6 Mio. €



Dienstleistungen 1.640,9 Mio. €

Quelle: dwif 2024

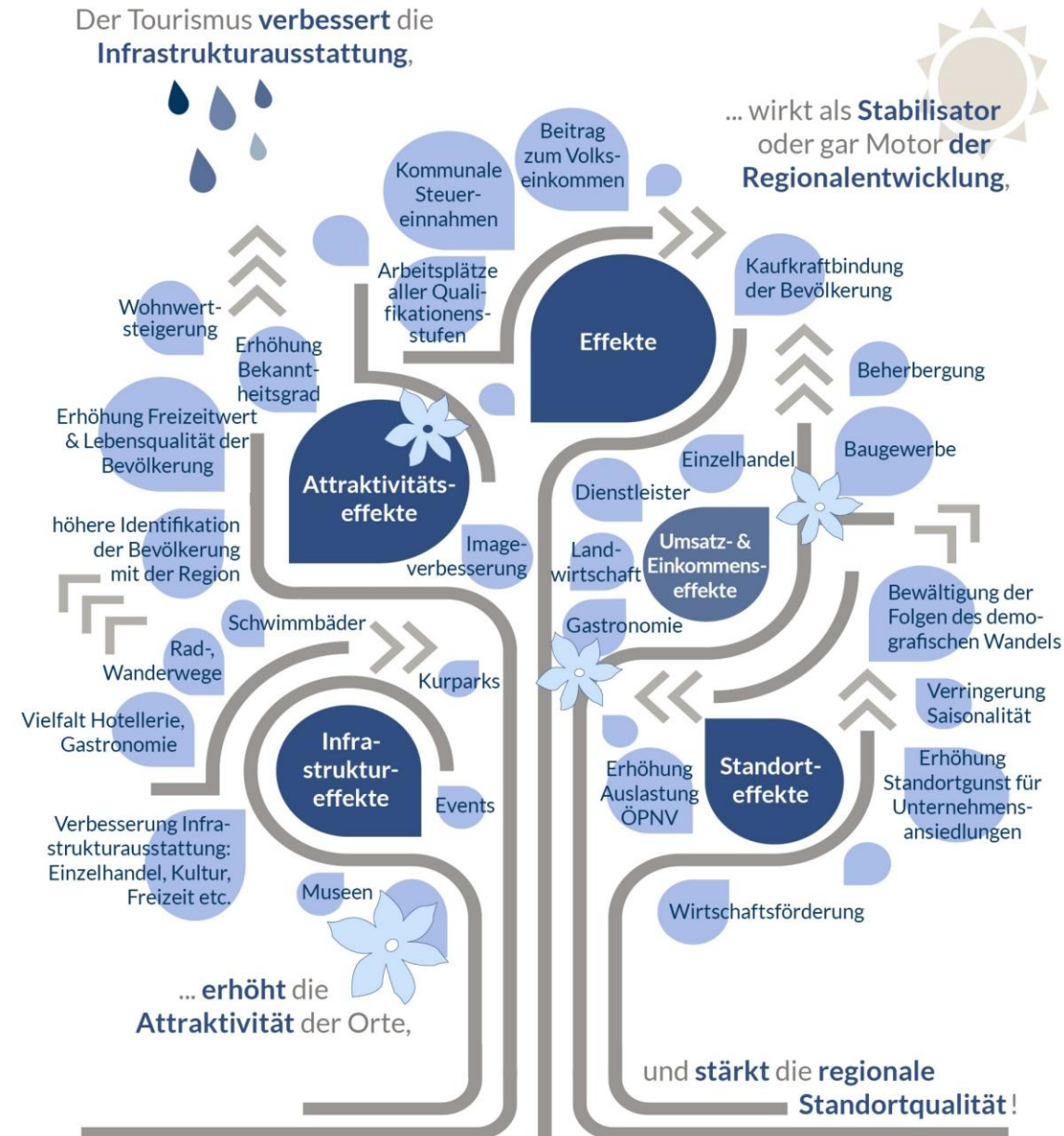
Förderung regionaler Wertschöpfungsketten



Quelle: dwif



Effekte des Tourismus



Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Im Oktober veröffentlicht: Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

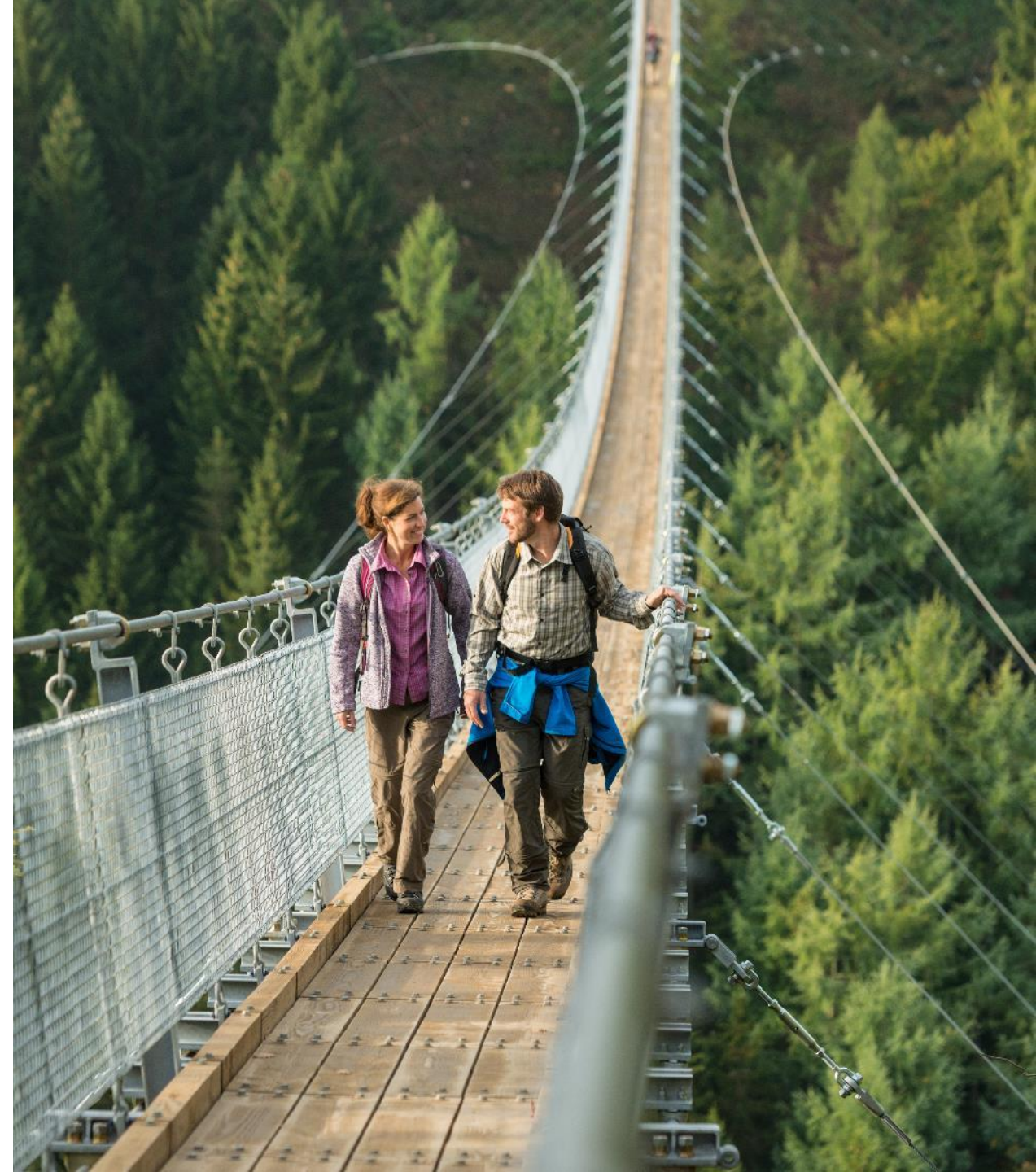
Rheinland-Pfalz
TOURISMUS GMBH



Unsere Vision für den Rheinland-Pfalz Tourismus

Unsere Vision für den Tourismus in Rheinland-Pfalz:

**Rheinland-Pfalz begeistert mit
Lebensfreude und authentischen
Erlebnissen für Gäste und die
eigene Bevölkerung und setzt
auf nachhaltigen Qualitätstourismus.**



Collective Impact für den Rheinland-Pfalz Tourismus

Collective Impact für den
Tourismus in Rheinland-Pfalz:

**Wir gestalten gemeinsam –
Tourismus ist ein
Plus für Rheinland-Pfalz!**



Leitziele der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

- **Steigern der Wertschöpfung**
- **Schärfen der Profilierung**
- **Verankern der Nachhaltigkeit**
- **Stärken der Kooperation**
- **Intensivieren des
Tourismusbewusstseins**



Handlungsfelder der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz



Digitalisierung

„Wir gestalten den Weg zum smarten Tourismus in Rheinland-Pfalz.“



Profilierung und Innovation

„Wir schaffen
innovative
Erlebnisqualität im
Gold-Standard.“



System Tourismus

„Wir bauen starke
Strukturen als
Fundament unseres
gemeinsamen
Erfolgs.“



Gastgewerbe

„Wir stellen das
Rückgrat des
touristischen
Erfolgs zukunfts-
sicher auf.“



Touristische Infrastruktur

„Wir steigern Profi-
lierung und Wert-
schöpfung durch
gezielte Investitio-
nen in touristische
Infrastruktur.“

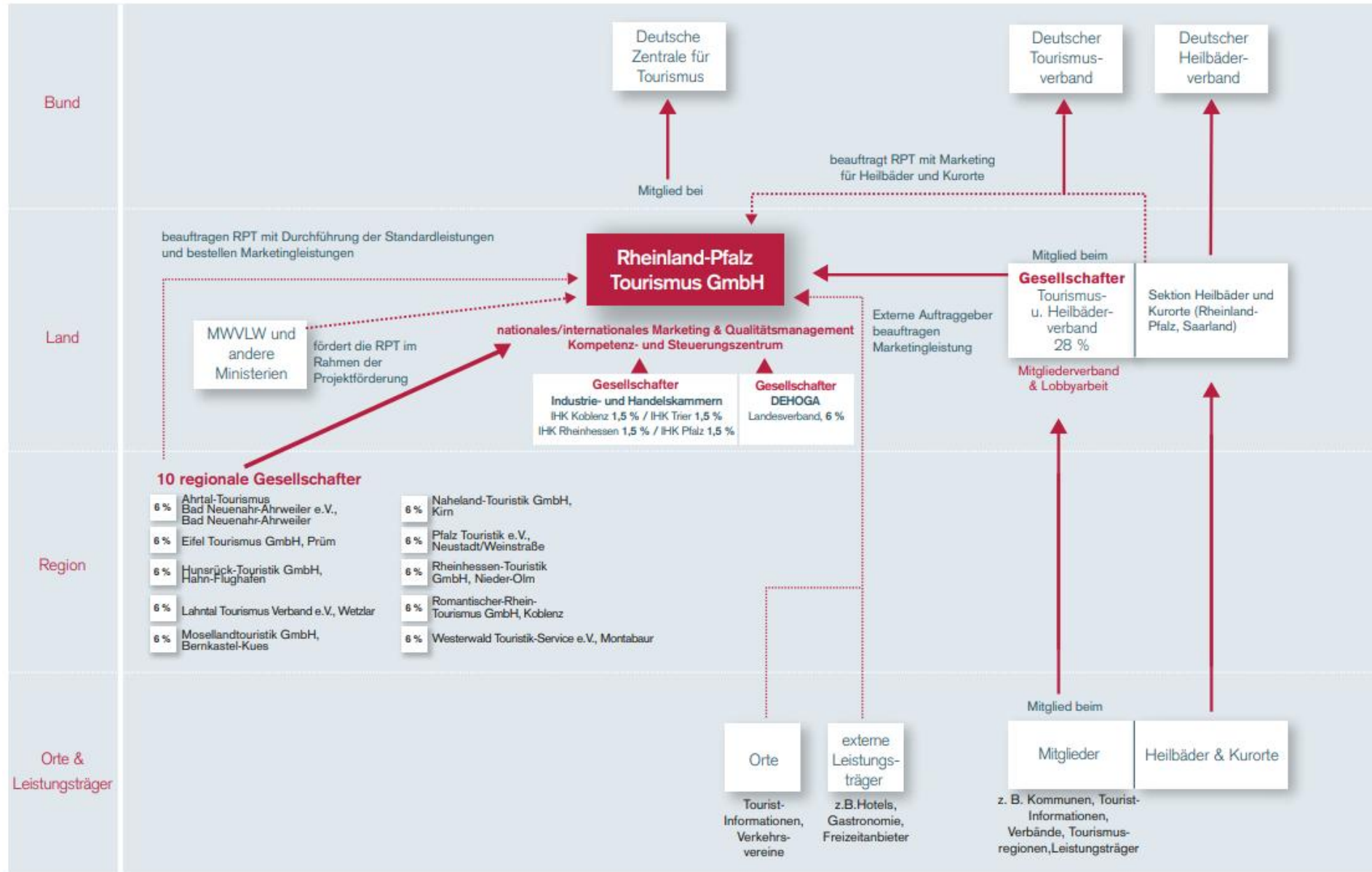


Nachhaltigkeit

„Wir stärken Nachhaltigkeit als zentrales Qualitätsmerkmal für die Sicherung der touristischen Angebote.“

Wer wir sind – Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Organisation des Tourismus in Rheinland-Pfalz



- Landestourismusorganisation für das Land Rheinland-Pfalz
- Die Tourismusstrategie bestimmt die touristische Zielsetzung im Land
- RPT GmbH als Partner der Tourismusstrategie übernimmt die Aufgabe zur touristischen Entwicklung im Land
- RPT GmbH ist Schnittstelle zwischen Tourismuspolitik und Tourismuswirtschaft
- RPT GmbH stellt u. a. mit dem *Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz*, den *strategischen Geschäftsfeldern* und Veranstaltungen wie dem *barcamp Tourismusnetzwerk* Plattformen für Ideenaustausch, Kommunikation und Innovation bereit

Strategischer Marketingplan

- ✦ Ziel 1: Stärken von Rheinland-Pfalz als Reisedestination
- ✦ Ziel 2: Gäste emotional an Rheinland-Pfalz binden
- ✦ Ziel 3: Steigerung der Wertschöpfung im Tourismus
- ✦ Ziel 4: Stärkung der RPT als Management-Organisation

– Ziel 1: Stärken von Rheinland-Pfalz als Reisedestination

Bei diesem strategischen Ziel geht es um die Markenstärke, das Image und die Gästezufriedenheit in Rheinland-Pfalz.

Dazugehörige Marketingziele:

- Brand Awareness Rheinland-Pfalz Gold
- Reichweite generieren (Reichweitenmaximierung)
- Zugriffe Website erhöhen
- Sichtbarkeit und Relevanz aller Webseiten erhöhen (In- und Ausland, Reisen für Alle, Tagungen)
- Erstkontakte erreichen (neue Gäste gewinnen)
- Besuchsabsicht nach Rheinland-Pfalz erhöhen
- Marktanteil erhöhen

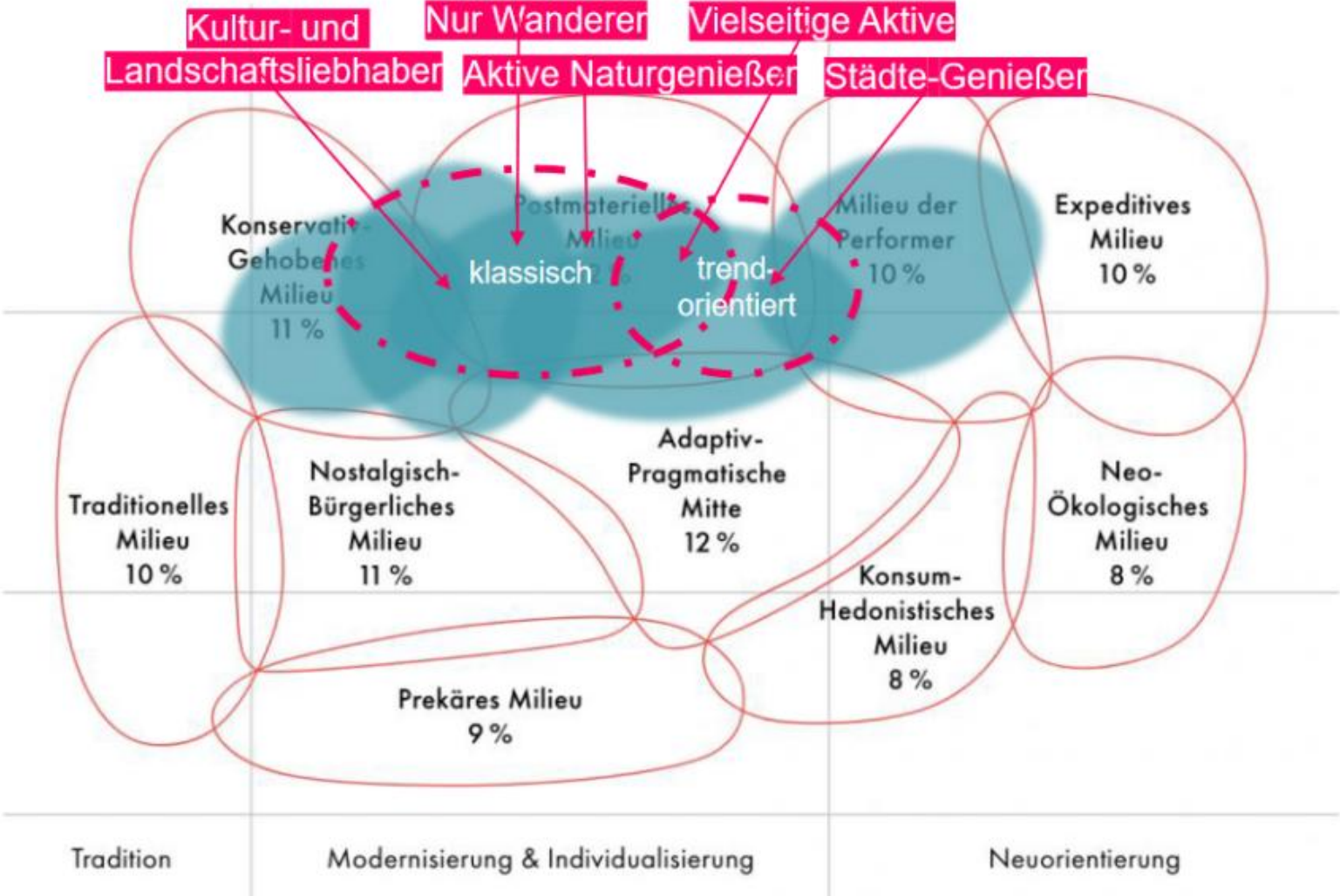
Strategischer Marketingplan

- Vom Themenmarketing über Zielgruppenmarketing zum Kampagnenmanagement
- Jahreskampagnen werden auf Basis der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz und des touristischen Markenversprechens „Deine Goldene Zeit“ entwickelt
- Konsequente Ausrichtung des Marketings auf definierte Zielgruppen und Quellmärkte
- Vorreiterfunktion im Bereich Digitalisierung – Digitaler Wissensschatz Rheinland-Pfalz



Wen möchten wir erreichen?

Zielgruppen



Nur Wanderer Persona: Schwab



Wanderer mit Bedürfnis Natur intensiv zu Fuß zu erleben und etwas für die Gesundheit zu tun.

Leitmotiv

(Hauptfokus bei der Inspiration im Marketing)

„Ursprüngliche Natur- und Kulturlandschaften auf zertifizierten Fernwanderwegen erleben“

Wichtige Ergänzungs-Themen:

- Regionale Kulinarik
- Weinerlebnisse
- Wellness in der Unterkunft
- Sehenswürdigkeiten am Wegesrand
- Regionale Produkte

Aktive Naturgenießer Persona: Blum



Aktive Naturgenießer mit Freude am gemeinsamen Entdecken schöner Landschaften und nachhaltigen Erlebnissen.

Leitmotiv

(Hauptfokus bei der Inspiration im Marketing)

„Auf abwechslungsreichen Rad- und Wanderwegen attraktive Landschaften, Land und Leute kennenlernen“

Wichtige Ergänzungs-Themen:

- Regionale Kulinarik
- Weinerlebnisse
- Regionaltypische Kultur
- Gastlichkeit und Lebensfreude
- Wellnessangebote

Vielseitig Aktive Persona: Wolf



Vielseitige, lebensfreudige Aktivurlauber mit hohem Design- und Komfort-Anspruch.

Leitmotiv

(Hauptfokus bei der Inspiration im Marketing)

„Abenteuer in den ursprünglichen Natur- und Kulturlandschaften erleben“

Wichtige Ergänzungs-Themen:

- Kultur und Design
- Regionale Kulinarik
- Weinerlebnisse
- Regionale Produkte

Städte-Genießer Persona: Urban



Städte-Genießer mit Sinn für besondere Erlebnisse und Avantgarde-Anspruch.

Leitmotiv

(Hauptfokus bei der Inspiration im Marketing)

„Kultur und Schönheit der Städte sowie moderne Weinkultur und Kulinarik an Originalschauplätzen genießen“

Wichtige Ergänzungs-Themen:

- Architektur und Design
- Shopping in inhabergeführten Geschäften
- Wellness-Anwendungen

Kultur- und Landschaftsliebhaber Persona: Probst/ Brauch



Entdeckungsfreudige Kultur- und Landschaftsliebhaber mit hohem Authentizitäts- und Qualitätsanspruch.

Leitmotiv

(Hauptfokus bei der Inspiration im Marketing)

„Wissenserweiterung durch Besuch historischer Stätten und Burgen sowie Naturschätze und Wein genießen“

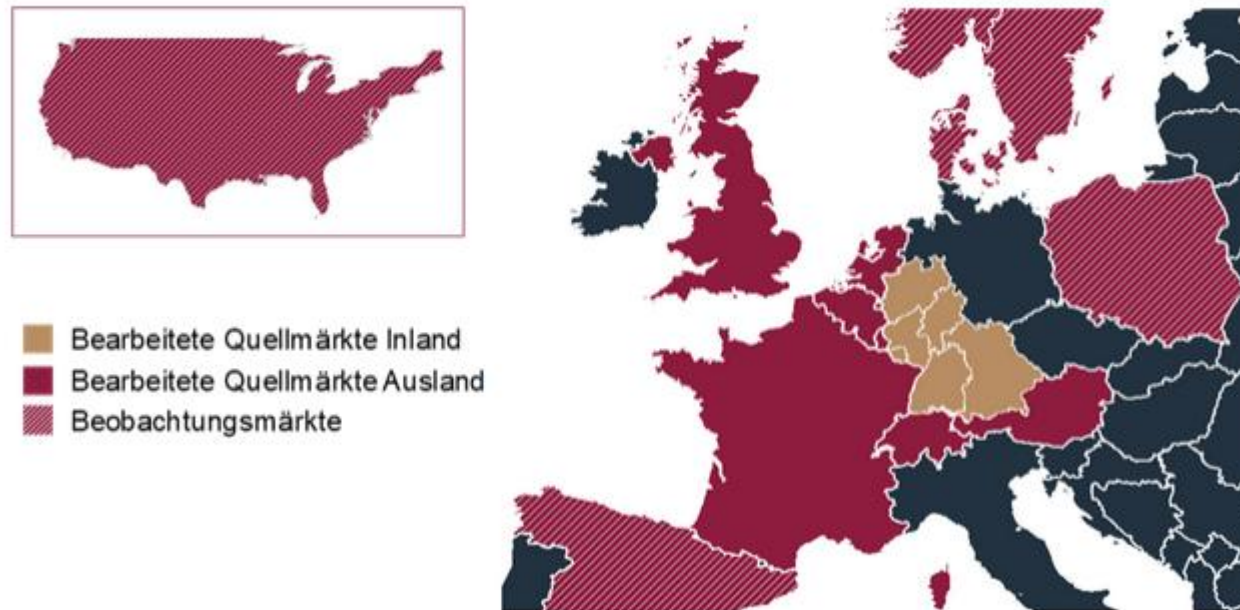
Wichtige Ergänzungs-Themen:

- Charmante Städte
- Regionale Kulinarik
- Ausflüge auf den Flüssen
- Wellnessangebote
- Ausflüge in Landschaft/Natur

– Inländische Quellmärkte

Der Fokus bei den inländischen Quellmärkten liegt auf Rheinland-Pfalz selbst, seinen Nachbarbundesländern Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg, Saarland sowie auf Bayern.

+ Ausländische Quellmärkte



Relevante Quellmärkte im In- und Ausland (Quelle: dwif 2023 nach RPT, Kartengrundlage GfK)

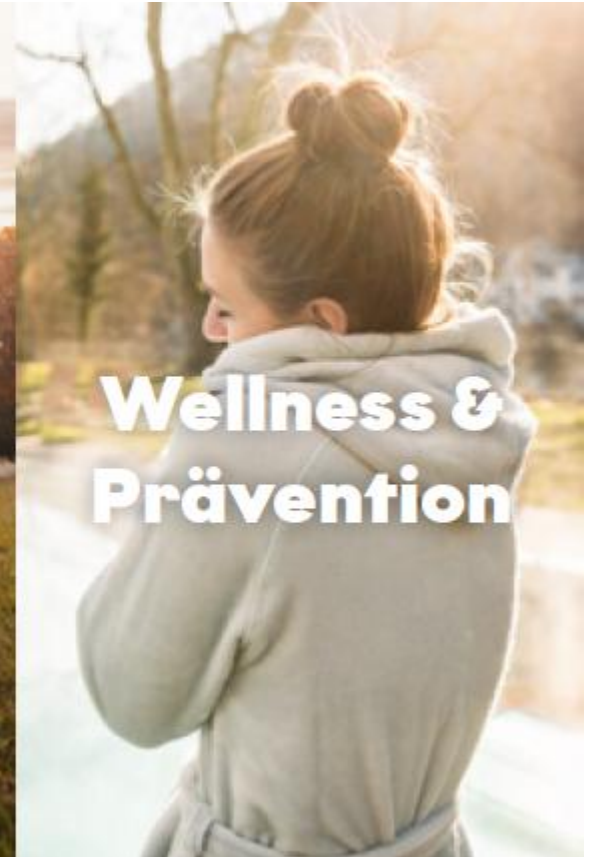
Strategische Geschäftsfelder Weintourismus

Strategische Geschäftsfelder

- Partnernetzwerke zu den profilgebenden Themen
- Ziele:
 - Angebotspalette stärken, neue Produktimpulse/-entwicklung
 - Wissensvermittlung (Marktforschung, TNWissen, digitaler Wissensschatz uvm)
 - Bündelung von Marketingmaßnahmen für mehr Aufmerksamkeit, mehr Interaktion, mehr Kundenbeziehungen



Vier Geschäftsfelder mit großem Potential



Wirtschaftliche Bedeutung von Weintourismus

Jährlich reisen etwa **50 Millionen Menschen** primär wegen des Weines in die deutschen Weinregionen und sorgen dort mit Ausgaben von **5,5 Milliarden Euro** für circa **75.000 Arbeitsplätze**



Rund 13 Prozent aller Touristen bereisen die Regionen gezielt wegen des Weines und besuchen während ihres Aufenthalts ein oder mehrere Weingüter.

Mit einem Anteil von 18 Prozent am Gesamtumsatz, tragen sie dabei überdurchschnittlich stark zur Wertschöpfung bei.





Die Vorteile unserer Geschäftsfeld-Netzwerke

- Partnernetzwerke zu den profilgebenden Themen
- Angebotspalette stärken, neue Produktimpulse/-entwicklung
- Wissensvermittlung (Marktforschung, TNWissen, digitaler Wissensschatz uvm)
- Durch Bündelung der Marketingmaßnahmen mehr Aufmerksamkeit, mehr Interaktion, mehr Kundenbeziehungen

Digitale Services

Relevante Inhalte für unsere Gäste

Relevante Inhalte
für unsere Gäste.
Immer
und überall.



Unser Ansatz

Content wird
einmal erfasst
und an
vielen Kontaktpunkten
ausgespielt.

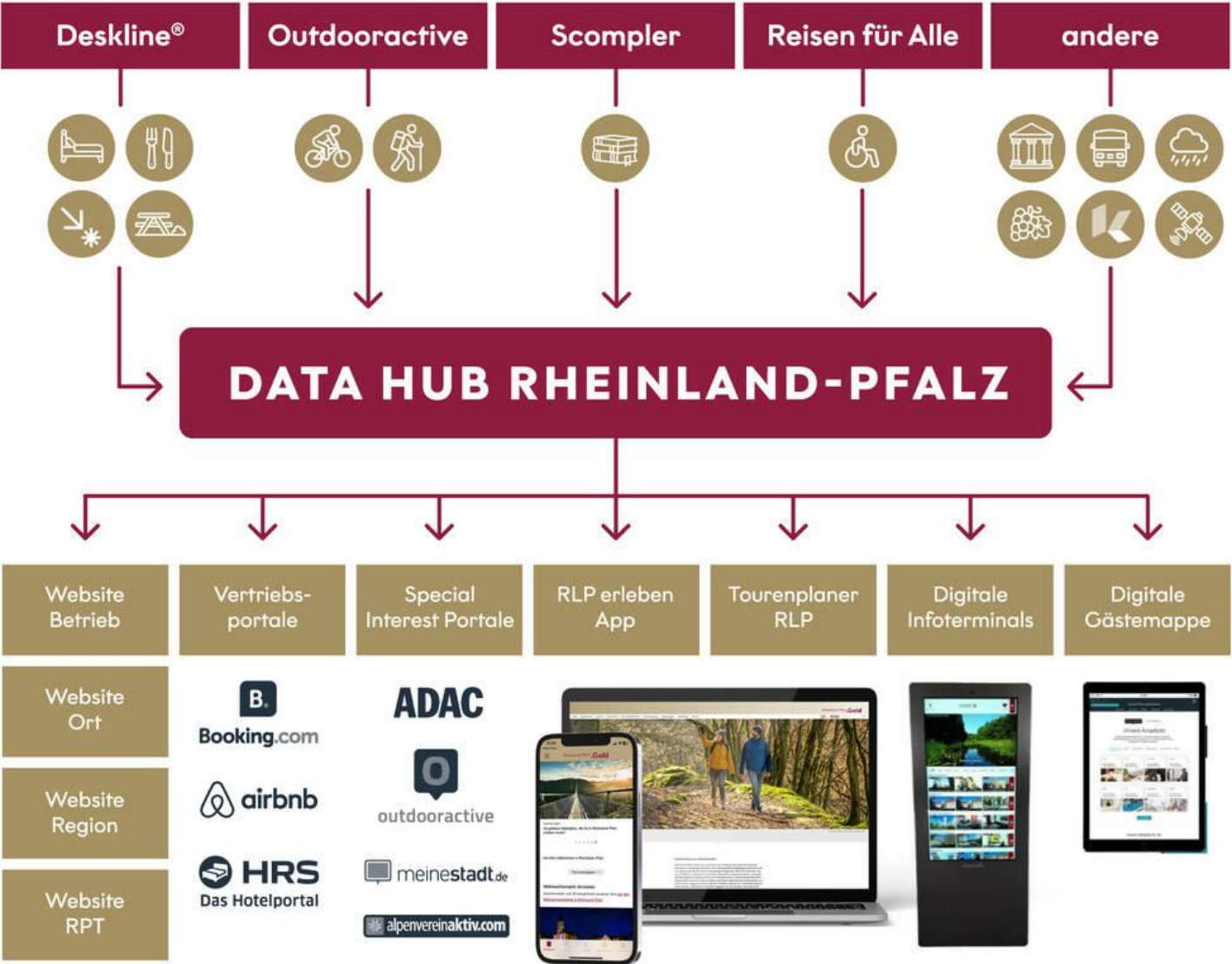


This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

tourismusdesign
Büro für Produkt- und Markenentwicklung
Planung | Service Design | Kommunikation 3.0



- ✓ 6.300 Unterkünfte
- ✓ 21.800 POIs
- ✓ 126.000 Veranstaltungen
- ✓ 636 Pauschalen
- ✓ 2.984 Erlebnisse
- ✓ 3.877 Touren
- ✓ 450 Geschichten
- ✓ 20.482 Haltestellen & Bahnhöfe
- ✓ 223 Touristische Unterrichtungstafeln
- ✓ 627 Barrierefreie Betriebe



Jahreskampagne



Instagram, Pinterest, Facebook
& YouTube Redaktion



Instagram, Pinterest,
Facebook & YouTube Ads



Zeitschriften
Print & Digital

Crossmedialer Kampagnenmix mit Fokus auf Multinutzen



Podcast



Spotify Ads



Google
Search Ads



Website

Ziele

REICHWEITE INSPIRATION EMOTION

Haben wir viele (neue) Menschen erreicht?

... dabei inspiriert?

... und gleichzeitig emotionalisiert?

KPIs zur Messung

Primär



Reichweite



Impressionen

Sekundär



Klicks



Engagement

Die Geschäftsfeldpartner*innen bieten den **Ort**,
um die Zeit zu vergessen.

So wird genau dort
ein unvergessliches Gefühl ...

... ein Stück vergoldet.



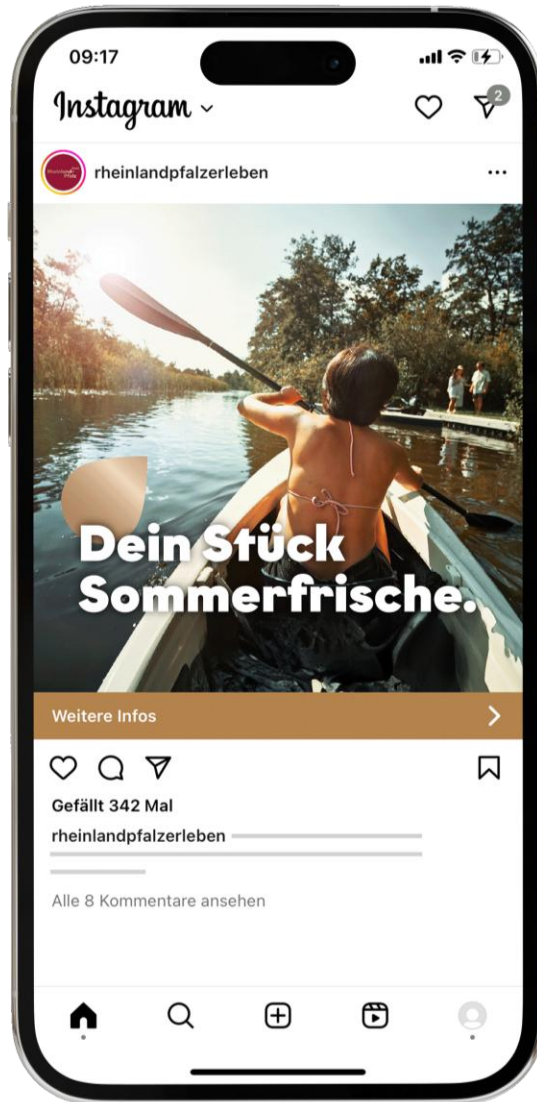






Kreativkonzeption

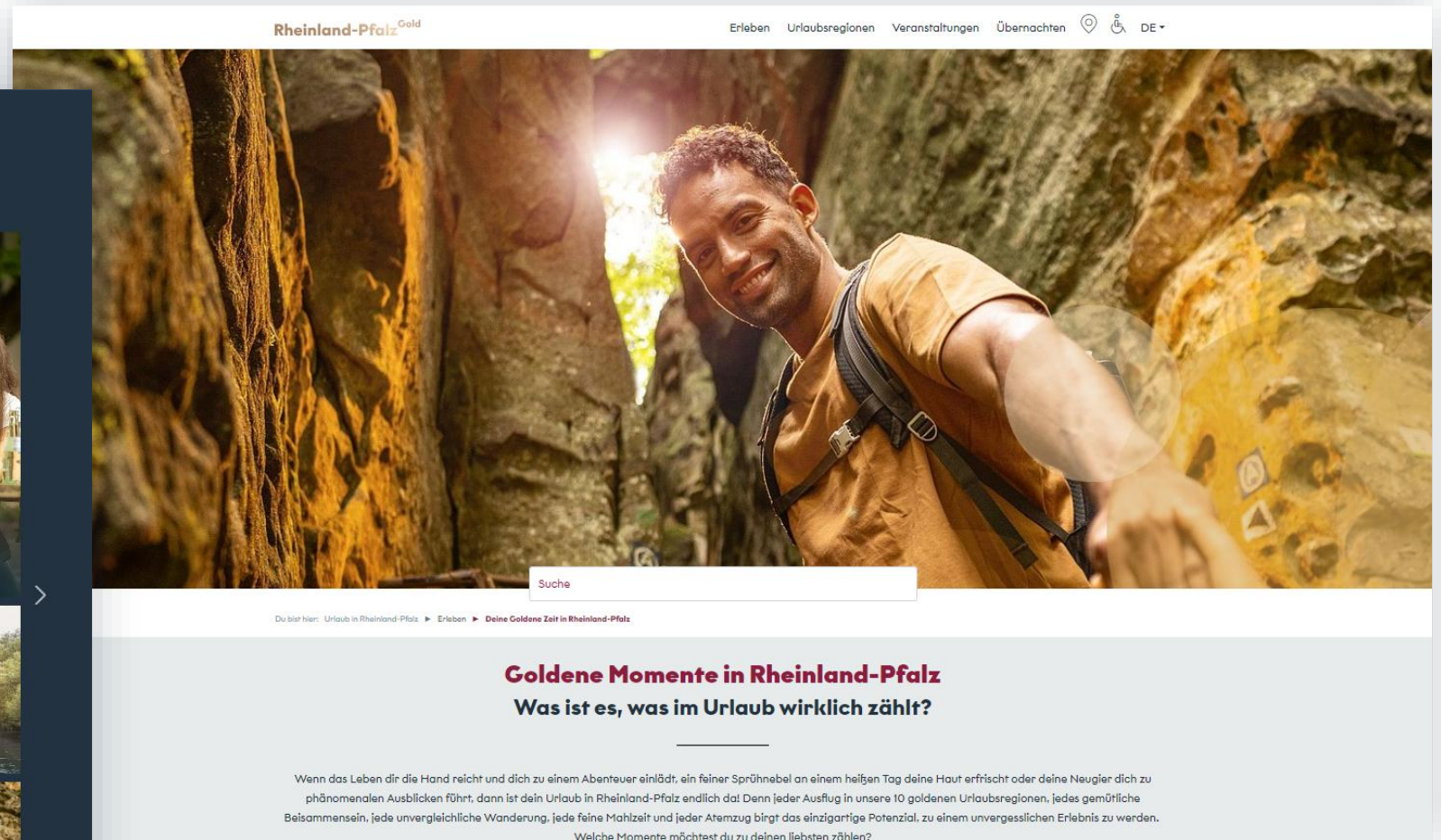
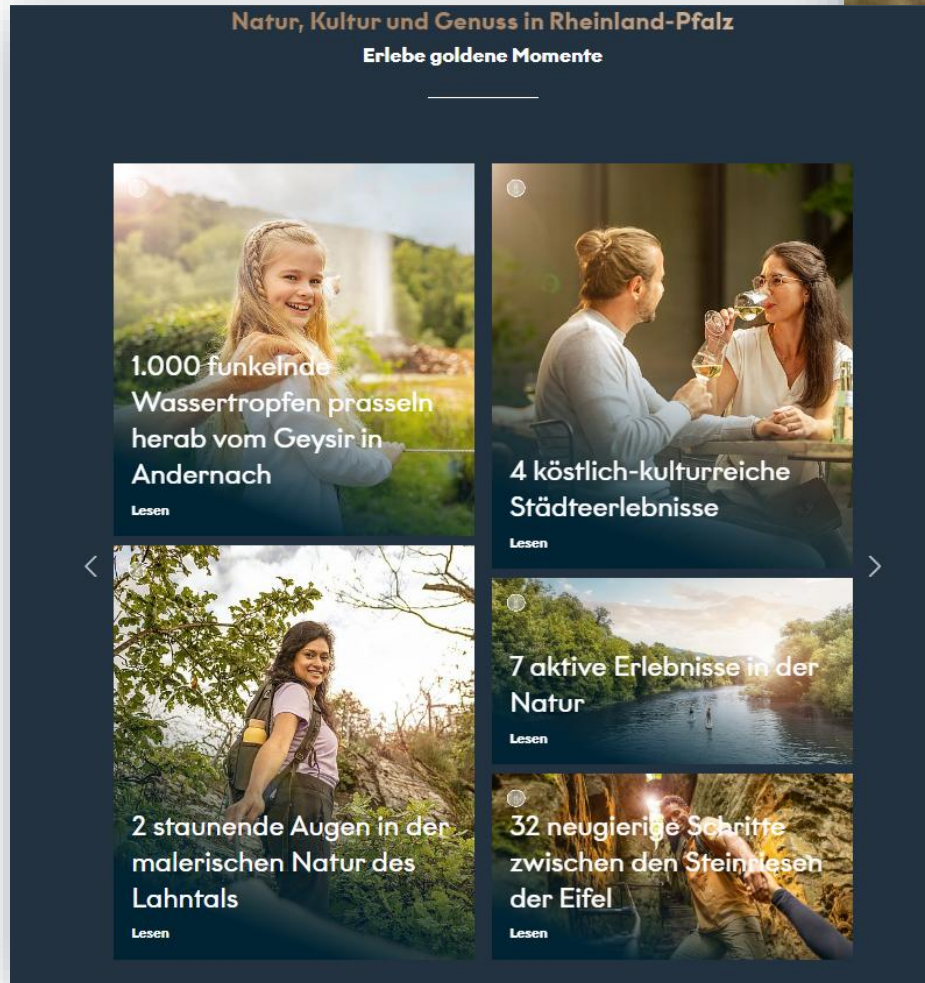
Rheinland-Pfalz
TOURISMUS GMBH



Rheinland-Pfalz
Gold

Kampagnenlandingpage

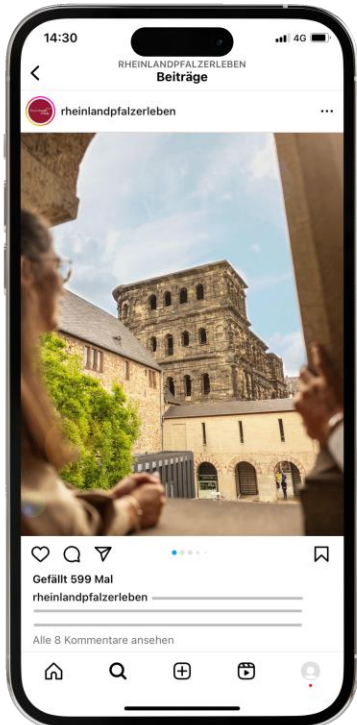
- Content Hub für Momentaufnahmen, Reportagen, Listicles



Social Media Redaktion

Abwechslungsreiche Gestaltung der Social Media Redaktion mit inspirativen, interaktiven und informativen Formaten

- Facebook & Instagram
- Pinterest
- YouTube Shorts





Kontakt:

Malte Schleidweiler

+49 261 91520-43

schleidweiler@rlp-tourismus.de

rlp-tourismus.de