

Zielgruppe

## Nur Wanderer

- ★ **WERTE:** bodenständig, weltoffen, kritisch, naturverbunden, tolerant
- 🎯 **ZIELE:** sich Gutes gönnen, für Umweltschutz einsetzen, auf gesunde Ernährung und Fitness achten
- 🛒 **KONSUMVERHALTEN:** Marken vergleichen, auf Qualität und Ästhetik achten, bewusst ernähren, regionale und saisonale Produkte kaufen
- 📺 **MEDIEN:** Fernsehen/Radio: öffentlich-rechtliche und dritte Programme, regionale Tageszeitungen, TV-, Fach- und Unterhaltungszeitschriften, Internet zur Recherche und Kommunikation
- 🧳 **URLAUBSMOTIVE:** Wandern, Wintersport, Regionen kennenlernen, schöne Landschaften erleben

## Angebot für Frau Schwab in Rheinland-Pfalz

- Erlebnisreiche Natur in Mittelgebirgs- und Flusslandschaften
- Anspruchsvolle, zertifizierte Prädikatswanderwege
- Hochwertige, zuverlässige Markierung und Wegweisung
- Organisierte Pauschalen „Wandern ohne Gepäck“
- Wanderfreundliche Unterkünfte mit Gepäcktransfer und Shuttleservices
- Passende Wanderkarten, Webseiten, Tourenplaner und App

## Kernbotschaft und Highlightthemen\* für Nur Wanderer



Ursprüngliche Natur und Wein- und Kulturlandschaften auf zertifizierten Wanderwegen erleben

### 2.000 Jahre Hochkultur. Rheinland-Pfalz.

Das Beste aus 2.000 Jahren Hochkultur heute so erleben wie sonst nirgendwo.

Bitte beachten: Dies ist kein Werbe-Claim und nicht zur Außenkommunikation gedacht. Es geht um die Bilder, die im Kopf entstehen sollen.



Regionaltypische Spezialitäten bei wanderfreundlichen Gastgebern genießen



Zeugen prägender Kulturgeschichte entlang der Wanderwege entdecken



Ursprüngliche Natur, entstanden durch mächtige Naturgewalten



Genuss und Kulinarik



Prägende Kultur und Geschichte

## Marketingziele

- 👊 Stärkung von Rheinland-Pfalz als Wanderdestination
- ❤️ Schaffung einer emotionalen Bindung an das Reiseland Rheinland-Pfalz
- 🔄 Wiederkehrbereitschaft erhöhen
- 👊 Marktanteil von Rheinland-Pfalz bei der Zielgruppe erhöhen

## Bildsprache / Motivauswahl

Wegweiser und Markierungen · Rastplätze mit schöner Aussicht, Picknick · attraktive Landschaft, anspruchsvolle Wege und Naturpfade · regionaltypische Gasthöfe · Sehenswürdigkeiten am Wegesrand · Naturdetails · Wetterphänomene · Barrierefreiheit: barrierefreie Infrastruktur, Wanderwege für blinde und gehörlose Menschen, bei Modelauswahl ggf. Menschen mit Handicap berücksichtigen, Gepäcktransfer und Shuttleservices



## Zielgruppe

### Reifere Kultur- und Naturliebhaber



Walther Probst & Edelgard Brauch

- ★ **WERTE:** bodenständig, (wert-)konservativ, anspruchsvoll, naturverbunden, traditionell
- 🎯 **ZIELE:** Ruhestand gemeinsam genießen, lange gesund bleiben, Wohlstand wahren und sich trotzdem etwas gönnen
- 🛒 **KONSUMVERHALTEN:** markenbewusst, Marken, die bekannt und vertrauenswürdig sind, Qualität geht vor Preis, regionale, gesunde Produkte
- 📺 **MEDIEN:** Fernsehen/Radio: öffentlich-rechtliche und dritte Programme, regionale Tageszeitungen, Illustrierte und Frauenzeitschriften
- 🧳 **URLAUBSMOTIVE:** Wissen erweitern, (neue) Orte gemeinsam kennenlernen, Besuch von Sehenswürdigkeiten, Kulturveranstaltungen und regionalen Festen, Erholung in der Natur

### Angebot für Herrn Probst und Frau Brauch in Rheinland-Pfalz

- Kleinräumiger Wechsel aus Fluss- und Mittelgebirgslandschaften
- Kulturlandschaft mit jahrtausendealter Geschichte
- Gesellige Feste und regionaltypische Kulinarik
- Gastfreundlichkeit
- Unterkünfte im 3-4 Sternebereich
- Zuverlässige und gut organisierte Pauschalen
- Komfort
- Gutes Preis-Leistungsverhältnis

## Kernbotschaft und Highlightthemen\* für Reifere Kultur- und Naturliebhaber



Weinwissen und genussvolles Weinerlebnis beim Winzer erfahren

Regionale Spezialitäten und Weine



### 2.000 Jahre Hochkultur. Rheinland-Pfalz.

Das Beste aus 2.000 Jahren Hochkultur heute so erleben wie sonst nirgendwo.

Bitte beachten: Dies ist kein Werbe-Claim und nicht zur Außenkommunikation gedacht. Es geht um die Bilder, die im Kopf entstehen sollen.

Naturschätze bei moderater Bewegung entdecken



Wissenserweiterung durch den Besuch historischer Stätten und Burgen. Auch in Gruppen und mit Freunden!



Geselligkeit und Gastfreundschaft erleben



Ursprüngliche Natur, entstanden durch mächtige Naturgewalten



Wein & Weinkultur



Genuss und Kulinarik



Lebensfreude



Prägende Kultur und Geschichte

## Marketingziele

- 🎯 Stärkung von Rheinland-Pfalz als Destination für Kultur- und Naturgenuss
- ❤️ Schaffung einer emotionalen Bindung an das Reiseland Rheinland-Pfalz
- 🔄 Wiederkehrbereitschaft erhöhen
- 🎯 Marktanteil von Rheinland-Pfalz bei der Zielgruppe erhöhen

## Bildsprache / Motivauswahl

Kulturelle Sehenswürdigkeiten · Veranstaltungen wie Weinfeste oder klassische Konzerte · Naturlandschaft · Geselligkeit · regionaltypische Einkehr · gemütliche Aktivitäten · Barrierefreiheit: barrierefreie Infrastruktur, Models mit Hilfsmittel, wie z. B. Rollator, Hörgerät



# Factsheet Kommunikation

## Zielgruppe Aktive Naturgenießer



Bernd und Ulrike Blum

- ★ **WERTE:** naturverbunden, realistisch, kritisch, weltoffen, bescheiden, neugierig
- 🎯 **ZIELE:** durch soziales oder ehrenamtliches Engagement etwas Sinnvolles tun, lebenslang dazu lernen, sich für ein intaktes soziales Umfeld einsetzen
- 🛒 **KONSUMVERHALTEN:** auf ökologische Produkte, anerkannte Gütesiegel und vertrauenswürdige Marken achten, Bioprodukte oder regionale Produkte kaufen, beim Preis-Leistungs-Verhältnis geht Qualität vor Preis
- 📺 **MEDIEN:** Fernsehen/Radio: öffentlich-rechtliche und regionale Programme, regionale Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Fernseh-, Gesundheits- und Sportzeitschriften, Nachrichtenmagazine, Internet für Onlinezeitung und Recherchen, Messengerdienste
- 🧳 **URLAUBSMOTIVE:** in der Natur aufhalten, aktiv Wandern oder Radfahren, erholen und entspannen, Sehenswürdigkeiten besuchen

## Angebot für Herrn und Frau Blum in Rheinland-Pfalz

- Zertifizierte Rundwanderwege oder Etappentouren mit Transferservice
- Radrouten, Radtransportservice
- Attraktive Ortsbilder mit kulturellen Highlights
- Pauschalarrangements mit Standortquartier
- Wellnessangebote im Betrieb oder Ort
- Tourenplaner & App
- Naturnahe Landschaften
- Anspruchsvolles Relief
- Gemütliche Landhotels, Familienbetriebe und Wohnmobilstellplätze
- Regionaltypische Kulinarik

## Kernbotschaft und Highlightthemen\* für **Aktive Naturgenießer**

Ursprüngliche Natur auf attraktiven Rad- und Wanderwegen erleben



Gesellige, gastfreundliche Menschen kennen lernen

Sechs unterschiedliche Weinlandschaften entdecken und Wein direkt beim Winzer probieren



### 2.000 Jahre Hochkultur. Rheinland-Pfalz.

Das Beste aus 2.000 Jahren Hochkultur heute so erleben wie sonst nirgendwo.

Bitte beachten: Dies ist kein Werbe-Claim und nicht zur Außenkommunikation gedacht. Es geht um die Bilder, die im Kopf entstehen sollen.



Regionale Produkte in gemütlicher Atmosphäre genießen



Zeugen prägender Kulturgeschichte auf Ausflügen in ursprüngliche Natur entdecken



Ursprüngliche Natur, entstanden durch mächtige Naturgewalten



Wein & Weinkultur



Genuss und Kulinarik



Lebensfreude



Prägende Kultur und Geschichte

## Marketingziele

- 👉 Stärkung von Rheinland-Pfalz als Aktiv- und Naturreisedestination
- ❤️ Schaffung einer emotionalen Bindung an das Reiseland Rheinland-Pfalz
- 🔄 Wiederkehrbereitschaft erhöhen
- 👉 Marktanteil von Rheinland-Pfalz bei der Zielgruppe erhöhen

## Bildsprache / Motivauswahl

Wandern mit Tagesrucksack · Tourenrad mit Helmen · 2-6 Personen · kulturelle Sehenswürdigkeiten und Stadtführungen · Naturlandschaften · passende Sportkleidung · Rastplätze · regionaltypische Einkehr tagsüber und abends · Landhotels · Wohnmobile · Barrierefreiheit: barrierefreie Infrastruktur, Barrierefreie Wander- und Radwege, bei Modelauswahl ggf. Menschen mit Handicap berücksichtigen, Gepäcktransfer und Shuttleservices



Mehr zu den Zielgruppen (Checklisten, Infografiken, Steckbriefe, Erklärvideos): [rlp.tourismusnetzwerk.info/zielgruppen/](http://rlp.tourismusnetzwerk.info/zielgruppen/)

\*Die Kernbotschaft und Highlightthemen sind in der Content Strategie Rheinland-Pfalz definiert. Je Zielgruppe wurde in diesem Factsheet eine Priorisierung der Highlightthemen vorgenommen. Mehr zur Content Strategie finden Sie hier: [rlp.tourismusnetzwerk.info/contentstrategie](http://rlp.tourismusnetzwerk.info/contentstrategie)

**Rheinland-Pfalz**  
TOURISMUS GMBH

Stand: Juli 2019

# Factsheet Kommunikation

Zielgruppe

## Kleinstadt-Genießer



Matthias und  
Christiane Urban

- ★ **WERTE:** neugierig, ehrgeizig, karriereorientiert, welttoffen
- 🎯 **ZIELE:** neue Erfahrungen sammeln, gehobenen Lebensstil verfolgen, Gesundheit und Fitness bewahren
- 🛒 **KONSUMVERHALTEN:** Markenaffin: Marken, die Lifestyle und Luxus repräsentieren, Vorreiter im Kauf von Markenprodukten, gesunde und trendige Kulinarikprodukte, Qualität geht vor Preis
- 📺 **MEDIEN:** Internet/Social Media, Messengerdienste, Kino, Filme, Video on demand, Regionale Tageszeitungen als Online-Ausgabe, Lifestyle-Magazine, Fernsehen: öffentlich-rechtliche Programme
- 🧳 **URLAUBSMOTIVE:** Kulinarikgenuss, Kulturveranstaltungen und Sehenswürdigkeiten besuchen, Neues kennenlernen, sich erholen, sich etwas gönnen

### Angebot für Herrn und Frau Urban in Rheinland-Pfalz

- Anspruchsvolle Kulinarik (z.B. Sterneküche)
- Anspruchsvolle Kulturhighlights
- Genussvolle Weinkulturlandschaft
- Traditionell-moderne Kleinstädte
- Moderne und trendige Unterkünfte im 4-5 Sternebereich

## Kernbotschaft und Highlightthemen\* für Kleinstadt-Genießer

Hochkarätige  
Veranstaltungen,  
historische Städte  
und Kulturstätten  
besuchen



Edle und anspruchsvolle  
Weine in  
Weinkulturlandschaften  
als Kulisse genießen






### 2.000 Jahre Hochkultur. Rheinland-Pfalz.

Das Beste aus 2.000 Jahren Hochkultur  
heute so erleben wie sonst nirgendwo.

Bitte beachten: Dies ist kein Werbe-Claim und nicht zur Außenkommunikation gedacht. Es geht um die Bilder, die im Kopf entstehen sollen.

Exquisite Kulinarik und  
Sterneküche in historischem  
und besonderem Ambiente  
genießen



-  Wein & Weinkultur
-  Genuss und Kulinarik
-  Prägende Kultur und Geschichte

### Marketingziele

- 🏆 Stärkung von Rheinland-Pfalz als Kultur- und Genussdestination
- ♥ Schaffung einer emotionalen Bindung an das Reiseland Rheinland-Pfalz
- 🔄 Wiederkehrbereitschaft erhöhen
- 🎯 Marktanteil von Rheinland-Pfalz bei der Zielgruppe erhöhen

### Bildsprache / Motivauswahl

Kulturelle Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen · Kulinarik, Sterneküche · Wellness · moderne, trendige Hotels · Weinkulturlandschaft · Barrierefreiheit: z. B. barrierefreie Infrastruktur, bei Modelauswahl ggf. Menschen mit Handicap berücksichtigen



Mehr zu den Zielgruppen (Checklisten, Infografiken, Steckbriefe, Erklärvideos): [rlp.tourismusnetzwerk.info/zielgruppen/](http://rlp.tourismusnetzwerk.info/zielgruppen/)

\*Die Kernbotschaft und Highlightthemen sind in der Content Strategie Rheinland-Pfalz definiert. Je Zielgruppe wurde in diesem Factsheet eine Priorisierung der Highlightthemen vorgenommen. Mehr zur Content Strategie finden Sie hier: [rlp.tourismusnetzwerk.info/contentstrategie](http://rlp.tourismusnetzwerk.info/contentstrategie)

Rheinland-Pfalz  
TOURISMUS GMBH

Stand: Juli 2019



**Bille und Henning Wolf**

## Zielgruppe

### Vielseitig Aktive

- ★ **WERTE:** realistisch, weltoffen, abenteuerlustig, naturverbunden, anspruchsvoll
- 🎯 **ZIELE:** gemeinsame Abenteuer erleben, aufregende Erfahrungen machen, eigene Interessen und das Wohl ihrer Kinder verfolgen, Spaß haben, Individualität ausleben
- 🛒 **KONSUMVERHALTEN:** Marken einkaufen, die Qualität versprechen, auf gesunde Ernährung achten, regionale Produkte bevorzugen
- 📺 **MEDIEN:** Internet & Social Media, Messengerdienste, Kino und Filme, Regionale Tageszeitungen als Online-Ausgabe, Fachmagazine, Fernsehen: Dritte Programm, Dokus, Nachrichten und Pay-TV
- 🧳 **URLAUBSMOTIVE:** Action, Spaß und Spannung in der Natur erleben, Zeit mit der Familie verbringen, Neues kennenlernen

### Angebot für Familie Wolf in Rheinland-Pfalz

- Erlebnisreiche Rundwanderwege, (Bahntrassen-)Radwege
- Spannende Klettermöglichkeiten, Trekkingcamps, Mountain-bike-Parks
- Natürliche Badeseen, Paddelstrecken, Draisinentouren
- Jugendherbergen, Ferienwohnungen, Campingplätze, Ferienparks, Winzer- und Bauernhöfe
- Familiengerechte Freizeit- und Kulturangebote
- Attraktive Wein- und Waldlandschaften
- Gesunde Speisen und regionale Getränke
- Tourenplaner & App, GPS-Tracks

## Kernbotschaft und Highlightthemen\* für **Vielseitig Aktive**



Abenteuer in den ursprünglichen Natur- und Kulturlandschaften erleben

### 2.000 Jahre Hochkultur. Rheinland-Pfalz.

Das Beste aus 2.000 Jahren Hochkultur heute so erleben wie sonst nirgendwo.

Bitte beachten: Dies ist kein Werbe-Claim und nicht zur Außenkommunikation gedacht. Es geht um die Bilder, die im Kopf entstehen sollen.



Spielerisch in historische Geschichten und Geschichte eintauchen



Regionalität kindgerecht erleben und genießen



Ursprüngliche Natur, entstanden durch mächtige Naturgewalten



Genuss und Kulinarik



Prägende Kultur und Geschichte

## Marketingziele

- 👉 Stärkung von Rheinland-Pfalz als Familien-Aktiv-Destination
- ❤️ Schaffung einer emotionalen Bindung an das Reiseland Rheinland-Pfalz
- 🔄 Wiederkehrbereitschaft erhöhen
- 👉 Marktanteil von Rheinland-Pfalz bei der Zielgruppe erhöhen

## Bildsprache / Motivauswahl

Aktivitäten in der Natur (Radfahren, Wandern, Kletterpark, Badesee etc.) · Familie/Kinder in attraktiver Landschaft · Indoor-Aktivitäten · (Museum, Burg, Schwimmbad etc.) · Ausgelassene Kommunikation während Mahlzeiten, Picknick · familienfreundliche Unterkunft (z.B. Bauernhof, Winzerhof, Campingplatz, Ferienpark) · Barrierefreiheit: Wander/Radwege die kinderwagengeeignet sind, Bildsprache mit Kinderwagen, bei Modelauswahl ggf. Menschen mit Handicap berücksichtigen

