

# Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Zukunftsorientiert. Partnerschaftlich. Nachhaltig.

Vorstellung im Rahmen des  
Tourismustags Rheinland-Pfalz  
in Bad Neuenahr-Ahrweiler

Stephan Grapentin, Peter C. Kowalsky  
PROJECT M | 4. Dez. 2025

PROJECT<sup>M</sup>

Gold  
Rheinland-  
Pfalz

## **Fragen oder Statements zu den Inhalten der Tourismusstrategie?**

**Über Mentimeter können Sie live Ihre Fragen an die Moderation stellen.**

**Bitte gehen Sie auf [www.menti.com](http://www.menti.com) und geben Sie den Code 8584 0496 ein oder nutzen Sie alternativ den QR-Code rechts.**



# Die Fortschreibung der Tourismusstrategie basiert auf einer breiten Beteiligung und intensiven Abstimmung in vielen Sitzungen.



# Umfassende Evaluation der Marktentwicklung, der Einflussfaktoren und der Umsetzung der Tourismusstrategie 2025.

								
<b>Wirtschaftsstandortmarke</b> Strategieprojekt 1 	<b>Starke Familienunternehmen</b> Strategieprojekt 2 	<b>Strategische Geschäftsfelder</b> Strategieprojekt 3 	<b>System Tourismus</b> Strategieprojekt 4 	<b>Impulsinvestitionen</b> Strategieprojekt 5 	<b>Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz</b> Strategieprojekt 6 	<b>Informationsoffensive</b> Strategieprojekt 7 	<b>Strategisches Landesmarketing</b> Strategieprojekt 8 	<b>Zu den übergeordneten Themen</b> Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Umsetzungsmanagement 

## Besondere Handlungsbedarfe

- digitale Transformation
- Mindset für Künstliche Intelligenz (KI)
- Arbeits- und Fachkräftemangel
- Unternehmensnachfolge
- Bürokratieabbau
- Implementierung Produkt- / Prozessinnovationen
- Klimafolgenmanagement und Resilienz
- Sicherung touristischer Infrastrukturen  
Bestandssicherung, -qualifizierung und Neukonzeptionierung

# **Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz**

01

# Struktur der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz



Weiterentwicklung der Struktur  
der Tourismusstrategie 2025



# Die Vision für den Rheinland-Pfalz Tourismus



**„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**

**„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**



# Positionierung und klare Orientierung für Gäste UND Betriebe über strategische Geschäftsfelder des Rheinland-Pfalz Tourismus.



im Aufbau



## **Check: Fragen oder Statements zur Tourismusstrategie?**

**Über Mentimeter können Sie live Ihre Fragen an die Moderation stellen.**

**Bitte gehen Sie auf [www.menti.com](http://www.menti.com) und geben Sie den Code 8584 0496 ein oder nutzen Sie alternativ den QR-Code rechts.**



# **Handlungsfelder der Tourismusstrategie**

02

# 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 Profilierung und Wert schöpfung durch gezielte Investitionen in touristische Infrastruktur.“



## Nachhaltigkeit

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

# **Neue Strukturierung von Aufgaben, Maßnahmen und priorisierten Impulsmaßnahmen in 6 Handlungsfeldern.**

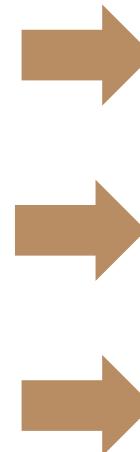
## **8 Strategieprojekte (bis 2025)**

Wirtschaftsstandortmarke

1. Starke Familienunternehmen
2. Strategische Geschäftsfelder
3. System Tourismus
4. Impulsinvestitionen
5. Gastgewerbe Rheinland-Pfalz
6. Informationsoffensive Tourismus 2025
7. Strategisches Landesmarketing

## **2 Übergreifende Themen**

Digitalisierung und Nachhaltigkeit



## **6 Handlungsfelder**

1. Digitalisierung
2. Profilierung & Innovation
3. System Tourismus
4. Gastgewerbe
5. Touristische Infrastruktur
6. Nachhaltigkeit

# **Impulsmaßnahmen sind aus dem Prozess ausgewählte Maßnahmen, die hohe Wirkungseffekte für die Zielerreichung und den Umsetzungsprozess haben.**



## **Definition von Impulsmaßnahmen**

1. Impulsmaßnahmen leisten einen erheblichen Beitrag für die Erreichung der Leitziele der Tourismusstrategie. Sie setzen unter aktuellen Gesichtspunkten für die zukünftige Ausrichtung und Zielerreichung ein sichtbares Zeichen.
2. Die durch die Impulsmaßnahmen ausgelösten Wirkungen und Impulse sollen über kurzfristige Effekte hinausgehen sowie langfristig eine große Impuls- / Mobilisierungswirkung auslösen.
3. Erfolg und Wirksamkeit der Impulsmaßnahmen müssen definierbar sein und gemessen bzw. die Impulswirkung bewertet werden können.
4. Impulsmaßnahmen sollen jährlich über das Monitoring & Controlling in der Umsetzung verifiziert und partizipativ bestimmt werden.

# Handlungsfeld Digitalisierung



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

# Handlungsfeld Digitalisierung

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



## Ziele des Handlungsfeldes

- **Ausbau zentraler Lösungen** zur Analyse, Steuerung und Vernetzung touristischer Daten für mehr Effizienz und Reichweite.
- **Digitalisierung** der touristischen **Infrastruktur** und des touristischen **Angebots** von RLP – Erhöhung der **Mitwirkungsquote** der Betriebe und Erlebnisanbieter durch digitale Prozesse, optimierte Datenverwaltung und **KI-gestützte Services**.
- **Förderung digitaler Fähigkeiten** und datengetriebener Entscheidungen für alle touristischen Akteure.

## Aufgaben im Handlungsfeld

- Digitale Kompetenzentwicklung & Mindset / E-Learning & Wissenspools
- Digitale Infrastruktur, -systeme & -vernetzung / Künstliche Intelligenz
- Datenmanagement & Datenqualität
- Digitale Services

# Handlungsfeld Digitalisierung

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



Impulsmaßnahmen	Bezug zur Tourismusstrategie 2025
<p><b>Etablierung eines digitalen Mindsets:</b> Entwicklung von Initiativen zur Etablierung und Akzeptanz eines digitalen Mindsets aller Partnerinnen und Partner im Tourismus</p>	fortschreibend
<p><b>Optimierung des Datenmanagements:</b> Einführung und Weiterentwicklung einer KI-gestützten Optimierung des Datenmanagements</p>	neu

# **Handlungsfeld Profilierung und Innovation**



**„Wir schaffen innovative Erlebnisqualität im Gold-Standard.“**



# Handlungsfeld Profilierung und Innovation

„Wir schaffen innovative Erlebnisqualität im Gold-Standard.“

## Ziele des Handlungsfeldes

- **Stärkung der Erlebbarkeit** der Wirtschaftsstandortmarke im Tourismus.
- **Entwicklung und Förderung strategischer Geschäftsfelder** zur Steigerung der Wertschöpfung und Stärkung der regionalen Wirtschaft.
- **Förderung von Innovationsgeist** zur Verbesserung der Nachhaltigkeit und Qualität im Tourismus.
- **Weiterentwicklung des strategischen Marketings** zur Marktdurchdringung in ausgewählten, nationalen und internationalen Quellmärkten, der optimalen Ansprache von Zielgruppen und zur Schärfung des Profils.
- **Ausbau strategischer Partnerschaften** (Wirtschaftsstandortmarke, Marketing, strategische Geschäftsfelder) sowie Beteiligungen zur Intensivierung des Bewusstseins für die Bedeutung des Tourismus nach Innen.

## Aufgaben im Handlungsfeld

- Strategisches Marketing / Markt- & Trendforschung
- Innovationsmanagement (Prozess, Produkt, Service)
- Strategische Geschäftsfelder
- Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold

# Handlungsfeld Profilierung und Innovation

„Wir schaffen innovative Erlebnisqualität im Gold-Standard.“



Impulsmaßnahmen	Bezug zur Tourismusstrategie 2025
<b>Implementierung einer KI-gestützten Marktbearbeitung:</b> Implementierung und systematischer Ausbau von KI-gestützten Instrumenten zur optimierten Marktbearbeitung	neu
<b>Aufbau von Innovationsprozessen:</b> Systematischer Aufbau und Implementierung von Innovationsprozessen (z.B. in den Bereichen Prozessoptimierung, Servicedesign und/oder AR/VR-gestützte Erlebnisse)	neu
<b>Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld:</b> Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld unter differenzierter Betrachtung der vier Segmente und Kopplung mit den freizeittouristischen Geschäftsfeldern Wein & Kulinarik, Natur & Aktiv, Kultur, Wellness & Prävention	neu

# Handlungsfeld System Tourismus



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

# Handlungsfeld System Tourismus

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



## Ziele des Handlungsfeldes

- **Klare Aufgaben- und Rollenverteilung zwischen Landes-, Regional- und Lokalebene** sowie unter Einbeziehung der Partner der Tourismusstrategie.
- **Agile Steuerungsmechanismen**, um als System auf Marktveränderungen flexibel reagieren zu können.
- Sicherstellung einer **nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Finanzierung des Tourismus**.
- **Optimierung der Organisations- und Kooperationsprozesse** durch den Einsatz digitaler Tools und die Förderung der Zusammenarbeit zwischen allen relevanten Akteurinnen und Akteuren.
- **Steigerung des Tourismusbewusstseins und der Tourismusakzeptanz** durch gezielte Informations-, Bildungs- und Partizipationsmaßnahmen.

## Aufgaben im Handlungsfeld

- Organisationsstrukturen & Kooperationsprozesse
- Tourismusfinanzierung / Förderinstrumente & -politik
- Tourismusbewusstsein & -akzeptanz / Binnenkommunikation
- Wirkungsmessung / Umsetzungsmanagement

# Handlungsfeld System Tourismus

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



Impulsmaßnahmen	Bezug zur Tourismusstrategie 2025
<b>Implementierung der Soll-Konzepte:</b> Durchführung von Vermittlungsveranstaltungen, Kommunikationsmaßnahmen sowie weiterer Tools zur verbindlichen Implementierung und dem Bekenntnis aller Akteurinnen und Akteure zur Umsetzung der ihnen zugeordneten Aufgaben	fortschreibend
<b>Prüfung der Tourismusfinanzierung:</b> Prüfung und ggf. Weiterentwicklung der Tourismusfinanzierung hin zu einem skalierbaren und strukturierten „System Tourismusfinanzierung“ inklusive Prüfung zur Umsetzbarkeit von Schlüsselzuweisungen für hochprädikatierte Kurorte	fortschreibend
<b>Fortführung der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“</b> im Schulterschluss der Tourismuspartnerinnen und Tourismuspartner zur Steigerung von Wahrnehmung, Akzeptanz und Bewusstsein des Tourismus in der Öffentlichkeit und Vermittlung der Mehrwerte einer Beteiligung an der Umsetzung der Tourismusstrategie in Politik und Gastgewerbe u.a. im Rahmen regionaler Beteiligungsformate sowie Evaluation der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“ mit Ableitung von Handlungsbedarfen	fortschreibend

# **Handlungsfeld Gastgewerbe**



**„Wir stellen das Rückgrat des touristischen  
Erfolgs zukunftssicher auf.“**

# Handlungsfeld Gastgewerbe

„Wir stellen das Rückgrat des touristischen Erfolgs zukunftssicher auf.“



## Ziele des Handlungsfeldes

- **Steigerung der Angebots- und Servicequalität von gastgewerblichen Betrieben** und derer Tourismuskompetenz.
- **Ganzjährige Wertschöpfungssteigerung** zur Sicherung des langfristigen Erfolgs und der Wettbewerbsfähigkeit aller gastgewerblicher Betriebe.
- **Stärkung der Branche insgesamt** und Förderung resilenter und wettbewerbsfähiger Betriebsstrukturen.
- **Sicherung und Gewinnung von Fach- und Arbeitskräften** für die Branche.

## Aufgaben im Handlungsfeld

- Sicherung & Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Gastgewerbes
- Sicherung & Steigerung der Angebots-, Service- & Erlebnisqualität
- Ausbau von Qualität & Qualitätsstandards
- Sicherung & Gewinnung von Arbeits- & Fachkräften
- Unterstützung & Sicherung der Unternehmensnachfolge
- Schaffung von Bürokratieabbau
- Unterstützung von Ansiedlungsprojekten mit Impulswirkung

# Handlungsfeld Gastgewerbe

„Wir stellen das Rückgrat des touristischen Erfolgs zukunftssicher auf.“



## Impulsmaßnahmen

Bezug zur  
Tourismusstrategie  
2025

### Prüfung der Praxischeck-Ergebnisse:

Prüfung und Umsetzung der Ergebnisse des Praxischecks „Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe“

neu

### Aufbau eines Monitoring-Systems:

Erfassung bestehender Betriebsstrukturen und Sichtbarmachung von fehlenden gastgewerblichen Angeboten im Land in direkter Nähe zu Infrastrukturprojekten mit Impulswirkung

fortschreibend

# Handlungsfeld Touristische Infrastruktur



**„Wir steigern Profilierung und Wertschöpfung durch gezielte Investitionen in touristische Infrastruktur.“**



# Handlungsfeld Touristische Infrastruktur

„Wir steigern Profilierung und Wertschöpfung durch gezielte Investitionen in touristische Infrastruktur.“

## Ziele des Handlungsfeldes

- **Direkte und indirekte Wertschöpfung aus dem Tourismus stärken** und Nutzen für möglichst viele Unternehmen schaffen.
- **Profil in den Themen der strategischen Geschäftsfelder** und den Highlights mit den Highlight-Themen der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold schärfen.
- **Innovation fördern** mit dem Ziel, imageprägende und zukunftsweisende Angebote mit Vorbildcharakter zu schaffen.

## Aufgaben im Handlungsfeld

- Impulsinvestitionen in Bestand und Neuentwicklung
- Ausbau der Erlebnisqualität und digitalen Erlebbarkeit der touristischen Infrastruktur
- Qualitätssicherung der Basiseinrichtungen der öffentlichen Tourismusinfrastruktur



# Handlungsfeld Touristische Infrastruktur

„Wir steigern Profilierung und Wertschöpfung durch gezielte Investitionen in touristische Infrastruktur.“

Impulsmaßnahmen	Bezug zur Tourismusstrategie 2025
<p><b>Anreiz für Impulsinvestitionen durch Förderung schaffen:</b> Fortführung der Förderung von Impulsinvestitionen in Bestands- und Neuentwicklungen und der prioritären Vorhaben aus den Potenzialanalysen der Regionen; zielgerichtete Weiterentwicklung der Förderung</p>	fortschreibend
<p><b>Anschub und Projektentwicklung auf kommunaler Ebene:</b> Projektentwicklungen mit Genehmigungsverfahren auf kommunaler Ebene müssen vorangetrieben werden; Sensibilisierung und Mobilisierung der Kommunalpolitik auch im Hinblick auf den Abbau bürokratischer und finanzieller Hürden; Identifizierung von Projektpotenzialen zum Ausbau (digitaler) Erlebnisqualität mit regionalem Charakter</p>	neu

# **Handlungsfeld Nachhaltigkeit**



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



# Handlungsfeld Nachhaltigkeit

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

## Ziele des Handlungsfeldes

- **Stärkung der ökologischen Nachhaltigkeit** durch den bewussten Schutz von Ressourcen.
- **Stärkung der Kooperation zwischen Politik, Verwaltung und Tourismuswirtschaft** durch gemeinsame Initiativen und Projekte im Bereich Nachhaltigkeit.
- **Konsequente Verankerung von Nachhaltigkeitsstandards** entlang der gesamten Customer Journey.
- **Stärkung der Resilienz des Systems Tourismus** und Definition eines einheitlichen Handlungsrahmens für alle Tourismusorganisationen und Unternehmen.
- **Frühzeitige und vorausschauende Implementierung von Maßnahmen zur Klimaanpassung und Resilienz** zur Sicherung der Wertschöpfung im Tourismus.

## Aufgaben im Handlungsfeld

- Klimaanpassung & Resilienz
- Krisenmanagement & -kommunikation
- Nachhaltiges Angebotsmanagement: Ausbau, Vermarktung, Monitoring und Auslastung



# Handlungsfeld Nachhaltigkeit

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

Impulsmaßnahmen	Bezug zur Tourismusstrategie 2025
<p><b>Erarbeitung einer Klimawandel-Anpassungsstrategie:</b> Erarbeitung einer Strategie für den Tourismus als Rahmen für regionale und lokale Aktivitäten und den Tourismus als Teil einer ganzheitlichen Strategie</p>	fortschreibend
<p><b>Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal etablieren:</b> Durchführung von Aktivitäten zur Stärkung des Verständnisses von Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal, systematische Integration klimafreundlicher Elemente in alle touristischen Angebote und Aktivitäten sowie als strategische Notwendigkeit einer erfolgreichen Tourismusentwicklung</p>	neu

# **Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie**

03

# Fortsetzung des Umsetzungsmanagements für die übergreifende Koordination und strukturierte Prozessführung.

## Aufgaben

- Übergreifende Steuerung und Koordination der Gesamtstrategie
- Unterstützung der Handlungsfeldkoordinatoren
- Vernetzen der Partner
- Kommunikation der Umsetzungsfortschritte gemeinsam mit den Handlungsfeldkoordinatoren / Maßnahmenleitenden



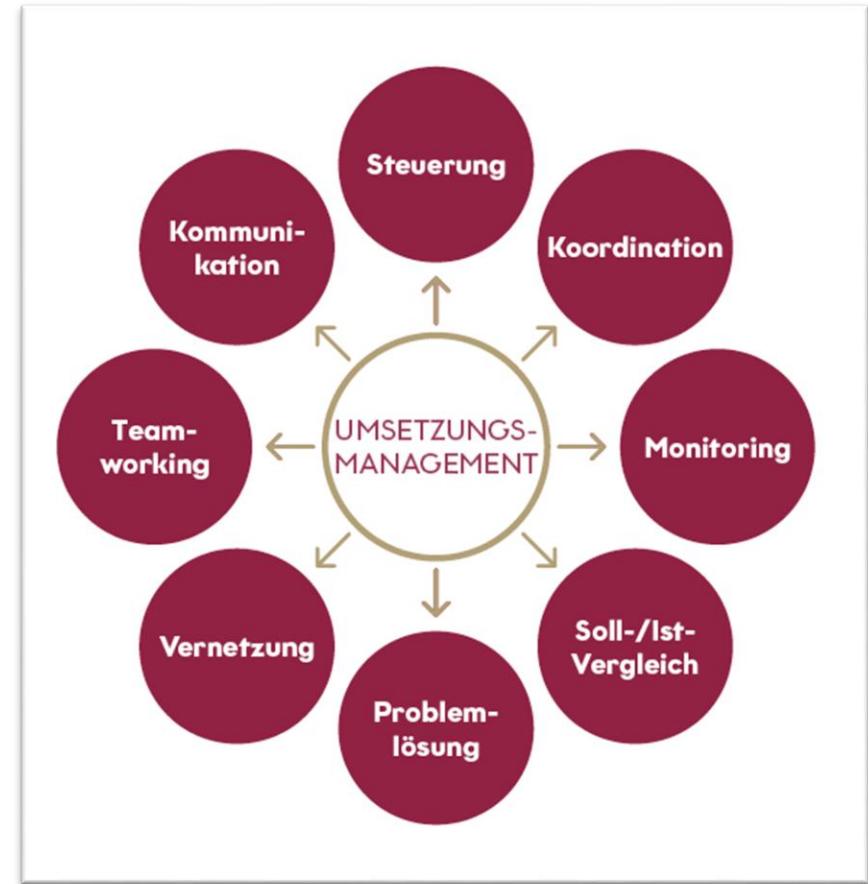
Nadja Thaller  
Rheinland-Pfalz Tourismus  
GmbH



Annette Klemm  
Rheinland-Pfalz Tourismus  
GmbH



Ute Meinhard  
Ministerium für Wirtschaft,  
Verkehr, Landwirtschaft und  
Weinbau



# Eingebundene Akteurinnen und Akteure in der Umsetzung

## Steuerungsgruppe Tourismusstrategie

## Arbeitskreis Tourismusstrategie

## Akteurinnen und Akteure aus dem System Tourismus

### Partner der Tourismusstrategie und im Umsetzungsmanagement

DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.

IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V.

Umsetzungsmanagement (bei der RPT)

### Mitglieder des Arbeitskreises Tourismusstrategie

Ahrtal-Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e.V. | AK THV-Städte | DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V. |

Eifel Tourismus GmbH | Gemeinde- und Städtebund Rheinland-Pfalz e.V. | Hunsrück-Touristik GmbH | Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz | Industrie- und Handelskammer Trier | Lahntal Tourismus Verband e.V. | Landkreistag Rheinland-Pfalz e.V. | Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz | Mosellandtouristik GmbH | Naheland-Touristik GmbH | Pfalz-Touristik e.V. | Rheinhessen-Touristik GmbH | Romantischer Rhein Tourismus GmbH | Städtetag Rheinland-Pfalz e.V. | Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH | Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. | Verband der Campingwirtschaft Rheinland-Pfalz und Saarland e.V. | Westerwald Touristik Service

### Akteurinnen und Akteure aus dem gesamten System Tourismus Rheinland-Pfalz

ADFC Rheinland-Pfalz e.V. | Betriebe (z.B. als Netzwerkpartner oder Strategische Partner in den Strategischen Geschäftsfeldern) | Die Jugendherbergen in Rheinland-Pfalz | Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz | Heilbäder und Kurorte | Hochschule Worms | Kreis- und Wirtschaftsförderungsgesellschaften | Kultursommer Rheinland-Pfalz der Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur | Landesbeauftragte für die Belange der Menschen mit Behinderungen | Landesbetrieb Mobilität Rheinland-Pfalz | Landesforsten Rheinland-Pfalz | Museumsverband Rheinland-Pfalz e.V. | Nationalpark Hunsrück-Hochwald | NatUrlaub auf Winzerhöfen/Bauernhöfen Rheinland-Pfalz e.V. | Naturparke in Rheinland-Pfalz | Nibelungenfestspiele gGmbH der Stadt Worms | Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz | und viele weitere

# Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz im



Tourismusnetzwerk  
RHEINLAND-PFALZ

## Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

- Strategischer Handlungsrahmen
- Vision
- Collective Impact
- 5 Leitziele
- Übersicht 6 Handlungsfelder
  - › Digitalisierung
  - › Profilierung und Innovation
  - › System Tourismus
  - › Gastgewerbe
  - › Touristische Infrastruktur
  - › Nachhaltigkeit
- Impulsmaßnahmen
- Umsetzungsmanagement
- Monitoring
- Tourismusstrategie bis Ende 2025



### Strategischer Handlungsrahmen

Eine Vision, fünf Ziele, sechs Handlungsfelder –  
das ist die Grundlage der fortgeschriebenen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz.

**Tourismus-  
Strategie**  
Rheinland-Pfalz

<https://rlp.tourismusnetzwerk.info/inhalte/tourismus-strategie/tourismusstrategie-rheinland-pfalz/>

Rheinland-Pfalz <sup>Gold</sup>

**Tourismusstrategie  
Rheinland-Pfalz**

Zukunftsorientiert. Partnerschaftlich. Nachhaltig.

# Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Zukunftsorientiert. Partnerschaftlich. Nachhaltig.

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit**

Stephan Grapentin, Peter C. Kowalsky  
PROJECT M | 4. Dez. 2025

PROJECT<sup>M</sup>

<sup>Gold</sup>  
**Rheinland-  
Pfalz**

## **Fragen oder Statements an die Partner ?**

**Bitte gehen Sie auf  
www.menti.com und geben  
Sie den Code 8584 0496 ein  
oder nutzen Sie alternativ  
den QR-Code rechts.**



# Diskussionsrunde mit den Partnern

„Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz: Zukunftsorientiert. Partnerschaftlich. Nachhaltig.“



**Gereon  
Haumann**  
Präsident  
DEHOGA  
Rheinland-Pfalz



**Daniela  
Schmitt**  
Ministerin für  
Wirtschaft,  
Verkehr,  
Landwirtschaft  
und Weinbau



**Arne Rössel**  
Sprecher  
IHK-  
Arbeitsgemein-  
schaft Rheinland-  
Pfalz



**Stephan  
Grapentin**  
Senior  
Consultant  
PROJECT M



**Gabriele  
Flach**  
Vorsitzende  
Tourismus- und  
Heilbäderverband  
Rheinland-Pfalz  
e. V.



**Stefan  
Zindler**  
Geschäftsführer  
Rheinland-Pfalz  
Tourismus GmbH



**Peter C.  
Kowalsky**  
Geschäftsführer  
PROJECT M

## **Fragen oder Statements an die Partner ?**

**Bitte gehen Sie auf  
www.menti.com und geben  
Sie den Code 8584 0496 ein  
oder nutzen Sie alternativ  
den QR-Code rechts.**

