

Praktikumsbericht – Dreitägiges Praktikum bei der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH in Koblenz vom 19.-21.11.2025

Lara Kleinhaus

Im Rahmen meines dualen Studiums im Bereich Tourismusmanagement mit der Vertiefung Hotelmanagement im Sporthotel Grafenwaldes hatte ich die Möglichkeit, ein dreitägiges Praktikum bei der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH in Koblenz zu absolvieren. Für diese Chance möchte ich mich herzlich bei meinem Ausbildungsbetrieb sowie beim gesamten Team von der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH bedanken, das mich während dieser Tage sehr offen und freundlich aufgenommen hat.

Das Praktikum war in drei unterschiedliche Bereiche gegliedert, wodurch ich einen umfassenden Einblick in die touristische Vermarktung des Bundeslandes erhalten konnte. Jeder Tag war einem anderen Team gewidmet und bot mir neue, spannende Eindrücke.

Am ersten Tag durfte ich das Presseteam begleiten. Hier erhielt ich einen Einblick in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und lernte, wie Pressemitteilungen erstellt, Medienanfragen bearbeitet und touristische Themen für verschiedene Zielgruppen aufbereitet werden. Besonders interessant war es zu sehen, wie wichtig eine klare und zielgerichtete Kommunikation ist, um Rheinland-Pfalz als attraktive Reisedestination zu präsentieren. Zudem wurde mir bewusst, wie eng die Zusammenarbeit mit Journalisten und Medienvertretern ist.

Der zweite Tag führte mich in das Onlineteam. In diesem Bereich lag der Fokus vor allem auf der digitalen Präsentation des Bundeslandes. Ich bekam Einblicke in die Pflege der Website, in Social-Media-Aktivitäten sowie in die Planung und Umsetzung von Onlinekampagnen. Dabei wurde mir deutlich, wie wichtig eine aktuelle, ansprechende und nutzerfreundliche Onlinepräsenz für den Tourismus ist. Gerade im Vergleich zum Hotelalltag war es spannend zu sehen, wie stark digitale Medien heute die Reiseentscheidung der Gäste beeinflussen.

Am dritten und letzten Tag war ich im Marketingteam eingesetzt. Dort lernte ich verschiedene Marketingmaßnahmen kennen, die zur Positionierung und Vermarktung von Rheinland-Pfalz eingesetzt werden. Dazu gehörten unter anderem Kampagnenplanung, Zielgruppenansprache und die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern. Besonders spannend war für mich, die strategische

Herangehensweise an Marketingkonzepte kennenzulernen und zu verstehen, wie viele Schritte notwendig sind, bevor eine Kampagne veröffentlicht wird.

Das dreitägige Praktikum bei der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH hat mir einen wertvollen Einblick in die übergeordnete touristische Arbeit außerhalb des Hotelbetriebs ermöglicht. Ich konnte viele neue Erfahrungen sammeln und mein Verständnis dafür erweitern, wie Destinationen vermarktet werden und wie eng Marketing, Onlinekommunikation und Pressearbeit miteinander verknüpft sind. Diese Erfahrung hat mir nicht nur fachlich, sondern auch persönlich sehr viel gebracht und stellt eine sinnvolle Ergänzung zu meinem dualen Studium im Hotelbetrieb dar.