

Programm

Titel der Veranstaltung

Vorderpfalz. Das Pfälzer Image im neuen Licht? Entwicklung der Markenvielfalt durch Pfälzische Mentalität, Wirtschaft, Naturschutz und Tourismus.

Termin

07.06. - 12.06.2026

Seminarumfang

40 Unterrichtsstunden à 45 Minuten

Leitung

Wolfgang Uhle

Zielgruppe

Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer

Lernziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieses Bildungsurlaubs tauchen tief in die touristisch orientierte Region der Vorderpfalz ein, insbesondere um das Mittelzentrum Bad Dürkheim herum. Hier lernen sie, wie kontinuierlicher Wandel nicht nur Erneuerung bedeutet, sondern auch zur Bewahrung der Pfälzer Mentalität, Landschaft, Natur und des Weinbaus beitragen kann. Im Vergleich zu Regionen wie der Ahr und Mosel funktionieren Generationenverträge in der Pfalz oft effektiver, obwohl auch hier eine zunehmende Konzentration und Industrialisierung zu beobachten ist.

Der Bildungsurlaub deckt ein breites Spektrum ab, von Recherche-Arbeit über Kulturarbeit, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bis hin zu Werbung und Eventmanagement. Besonders relevant ist die Vernetzung mit lokalen und regionalen Partnern, um die Stärken der Region zielgruppengerecht zu positionieren und etwaige Brüche im Wandel zu analysieren.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer untersuchen vor Ort, wie überzeugend sich die Region und lokale Akteure gegenüber verschiedenen Zielgruppen darstellen. Dabei wird reflektiert, inwiefern der Wandel in der Region kontinuierlich und nachhaltig gestaltet wird oder ob es zu Brüchen und Herausforderungen kommt, die eine Anpassung der Strategien erfordern.

Bei Vorträgen, Gesprächen, Diskussionen und Exkursionen vor Ort wird den Teilnehmenden die Möglichkeit eröffnet, sich ein eigenes Bild über die Vorderpfalz zu verschaffen, die eigenen Meinungen zu überprüfen und Anregungen zum Weiterdenken zu finden, um so zur Mitsprache und Mitverantwortung in unserem demokratischen Gemeinwesen beizutragen.

Programm

Sonntag

bis 18.00 Uhr

Anreisetag

Anreise und Check-In

Montag

morgens

Vorstellung des Dozenten, gemeinsames Kennenlernen der Teilnehmenden und Programmvorstellung.

vormittags

Die Weinstraße in der Vorderpfalz. Verständnis der historischen und kulturellen Bedeutung der Weinstraße im Bereich der Vorderpfalz sowie ihre Rolle und Bedeutung von Bad Dürkheim als Kreisstadt.

Vertiefung des Wissens durch die Betrachtung und Analyse historischer Objekte im örtlichen Stadtmuseum von Bad Dürkheim mit anschließender Auswertung der Ergebnisse.

mittags

Das Stadtmuseum – Funktion, Aufgaben und Ziele. Expertengespräch über die Vernetzung des Museums mit anderen kulturellen Angeboten. Bewusstsein für die Akzeptanz des Museums durch Touristen und die Bevölkerung vor Ort

nachmittags

Reflexion und Austausch zu den Themen des Tages.

Dienstag

morgens

Einführung in das Tagesthema mit Inhaltsanalyse zu lokaler, regionaler und überregionaler Werbestrategien anhand von Werbeprospekte. Verständnis von Unterschieden und Gemeinsamkeiten, Zielgruppen sowie ihre Anwendungsfelder im Marketing

mittags

Das Hambacher Schloss und seiner historischen Bedeutung als „Wiege der deutschen Demokratie“. Kritische Erörterung über die Betrachtung der Ereignisse als vorrangige Pfälzer Initiative. Analyse der erlernten Marketingstrategien für den Tourismus am Beispiel des Schlosses.

nachmittags

Die Vielfalt von Vermarktungskonzepten am Beispiel von Weingütern:

- Tradition und sozialer Anlaufpunkt
- Trendsetting und nationale Vermarktung
- Ökologische Weinbau-Tradition

Mittwoch

morgens

Reflexion und Auswertung der vorgestellten Vermarktungskonzepte im Vergleich.

vormittags

Bad Dürkheim. Positionierung der Stadt als Mittelzentrum, Kurort und Weinstadt. Spurensuche der örtlichen Struktur und deren Besonderheiten: *Wie präsentiert sich die Stadt als Kurort? Welche Maßnahmen werden ergriffen, um Bad Dürkheim als Weinstadt zu positionieren? Wie wird die Stadt als Mittelzentrum wahrgenommen und welche infrastrukturellen und kulturellen Angebote unterstützen dies?*

mittags

Die Kreisverwaltung stellt sich digital vor. Video-Präsentation als Überblick über die aktuellen und geplanten Maßnahmen der Stadtverwaltung zur Förderung der Stadtentwicklung und Positionierung mit Blick auf Mobilität, Tourismus, Nachhaltigkeit und Klimakonzept.

Programm

nachmittags

Die Renaturierung der Isenach – Ein Mix aus ökologischen und touristischen Zielen. Analyse der Renaturierungsmaßnahmen aus ökologischer und touristischer Sicht mit Bewertung der Akzeptanz durch den Tourismus.

abends

Freinsheim – Mittelalterliche Stadt im Wandel der touristischen Bedürfnisse. Vorstellung erfolgreicher Entwicklungsmaßnahmen im Spagat zwischen Tradition und aktuellen touristischen Anforderungen. Expertengespräch mit der Touristeninformation und lokaler Gastronomie.

Donnerstag

morgens

Reflexion und Zusammenfassung der regionalen Ziele, Zielgruppen sowie Maßnahmen und ihre Umsetzungen. Auswertung der bisherigen Erkenntnisse im Hinblick auf Glaubwürdigkeit und Stringenz der Vermarktung.

vormittags

Neue konzeptionelle Ausrichtung historischer Stätte am Beispiel Wachtenburg und Badehaisel. Verständnis für die Bedeutung dieser Stätte für die Identität der Region. Analyse der strategischen Herausforderungen und Kompromisse bei der Neuausrichtung sowie der erfolgreichen Strategien und Erfahrungen der Betreiber bei der Anpassung an gesellschaftliche Trends und kulturelle Ansprüche.

mittags

Schloss Wachenheim – Sektherstellung und Kundenstrategien. Einblick in den Sektherstellungsbetrieb mit Vorstellung der veränderten Strategien in der Kundenansprache und im Absatz. Auswertung der Nachfrageverhalten und die Anpassung der Strategien an den Markt. Diskussion über die überregionale Anziehungskraft als Event-Location und identitätsstiftende Komponente für Wachenheim in einer strukturschwachen Region.

nachmittags

Die zwiespältigen Folgen einer Umgehungsstraße für den Ort Forst. Gespräch mit Anwohner:innen und dem Einzelhandel über die kontroversen Aspekte dieser Infrastrukturmaßnahmen unter Betrachtung der Herausforderungen für die lokale Gemeinschaft.

Freitag

vormittags

Der Wandel von Besucherklientel und -nachfrage in Bad Dürkheim. Gespräch mit der Touristeninformation über die Veränderungen des Besucherklientels und -nachfrage sowie deren Anpassungsstrategien an den sich stetig wandelnden Trends. Analyse von Herausforderungen und Chancen in der Tourismusbranche

mittags

Resümee mit folgenden Fragestellungen: Gibt es die Marke oder viele Marken an der Weinstraße? Wo liegt die Schnittmenge? Was ist die „Pälzer“-Identität?

nachmittags

Abschlussgespräch mit Reflexion der Kursinhalte, Diskussion im Plenum; Fragerunde und Lektüreempfehlungen, Evaluation, Verabschiedung.

*Kurzfristige Programmänderungen aus organisatorischen, pädagogischen oder aktuellen Gründen vorbehalten!
Für Rückfragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.*

Stand: Juli 2024