

Wir l(i)eben Pfalz.

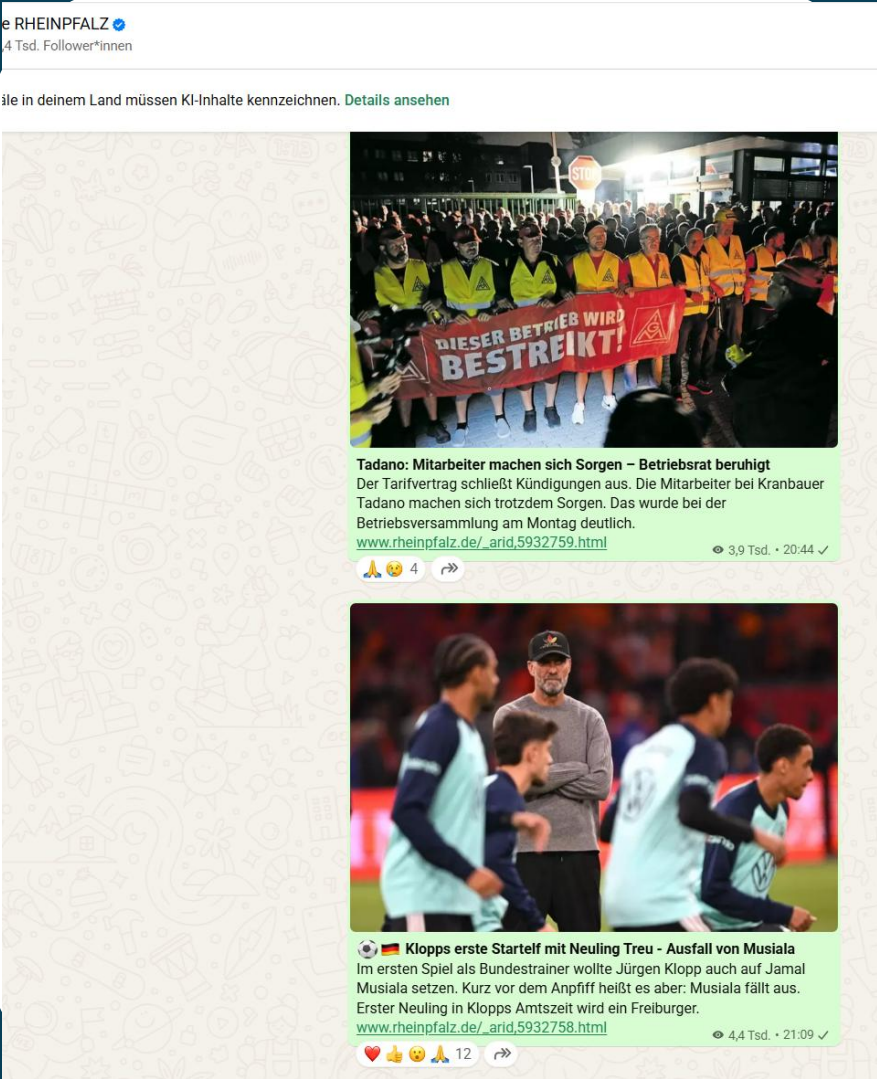
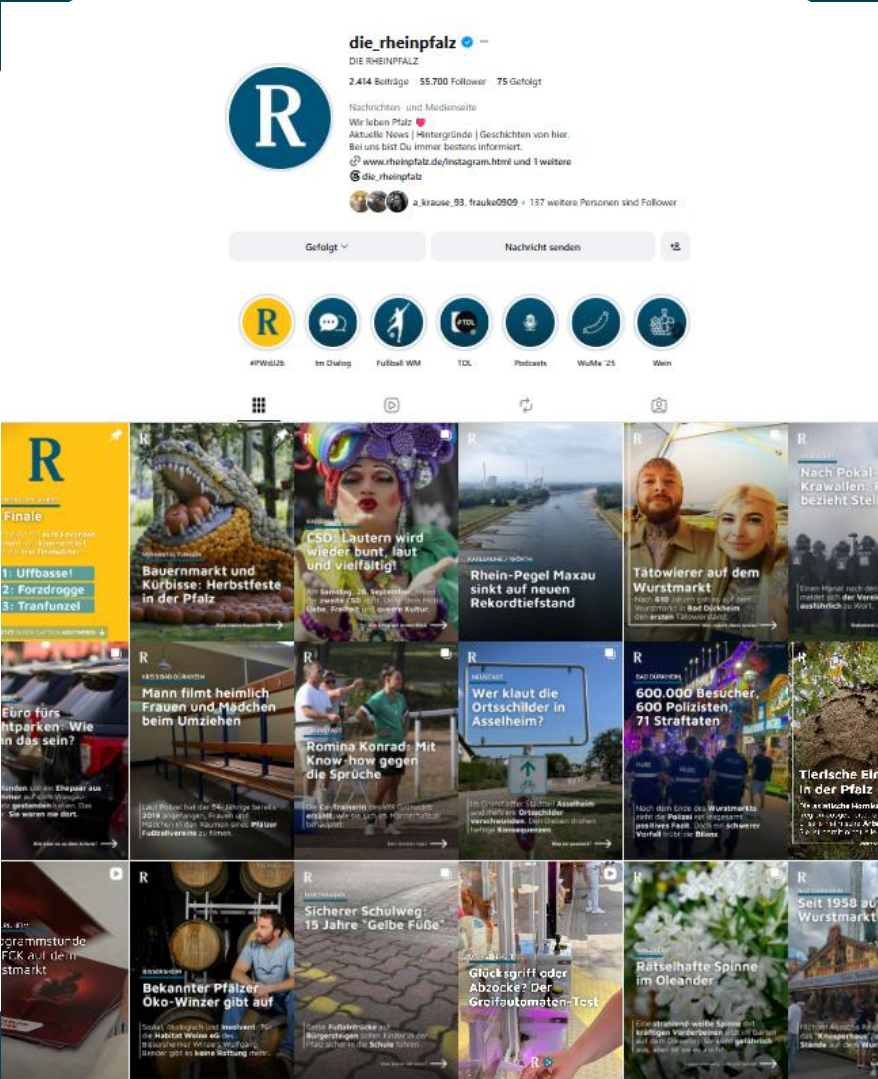
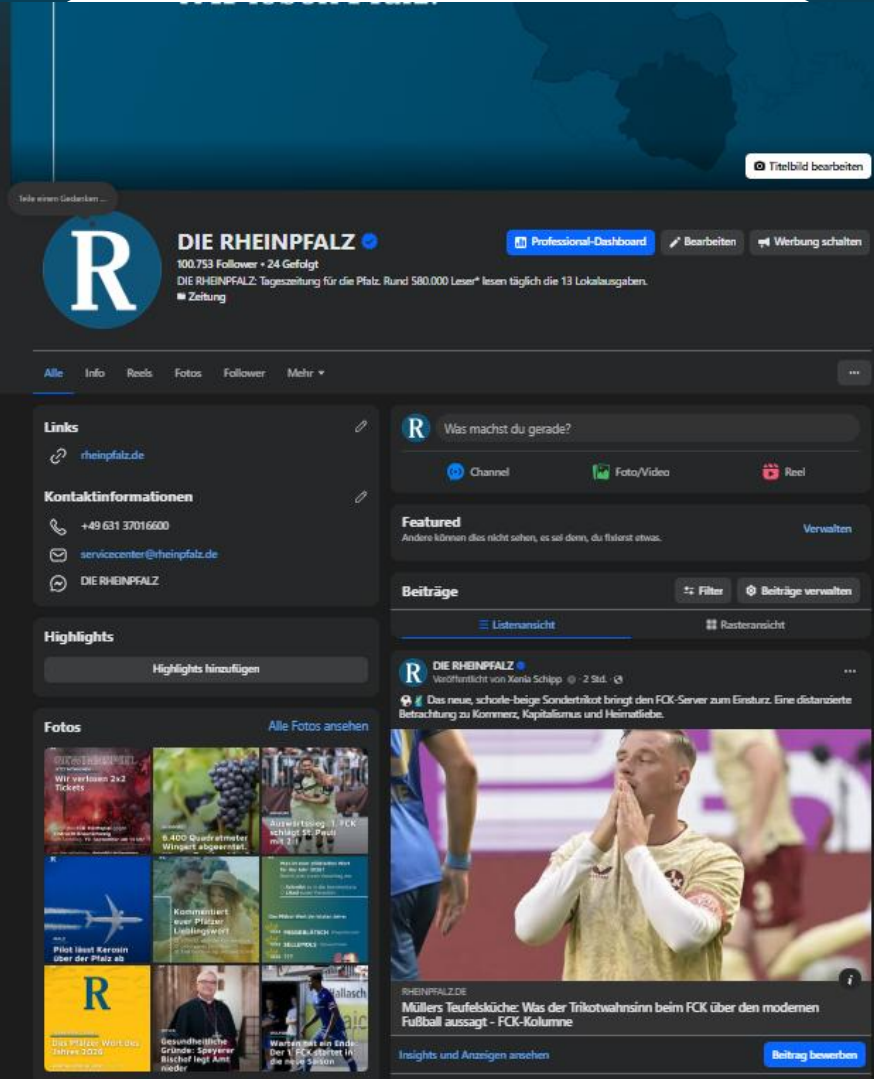
55.700Instagram

100.750Facebook

24.500WhatsApp

10 MIO. INSTAGRAM-AUFRUFE

Alle Hauptkanäle werden täglich mehrfach bespielt.



Kommunikation is key.

Social Media entsteht bei uns im Austausch.



Jeder Kanal hat einen Job.

Nicht überall dasselbe – sondern passend zur Plattform.



FACEBOOK

Verteilen & diskutieren

Links · lokale Seiten · FCK · Gruppen

INSTAGRAM

Erzählen & Marke stärken

Geschichten · Information · Pfalzgefühl

WHATSAPP

Direkt informieren

Nachrichten · Eilmeldungen



Grüß dich, RHEINPFALZ
Neu: „Wir l(i)eben Pfalz“ – Community stärker einbinden

Wir l(i)eben Pfalz 🍷 ❤️ – Die RHEINPFALZ

IN ENTWICKLUNG

TikTok

Azubi-Projekt · aktuell pausiert

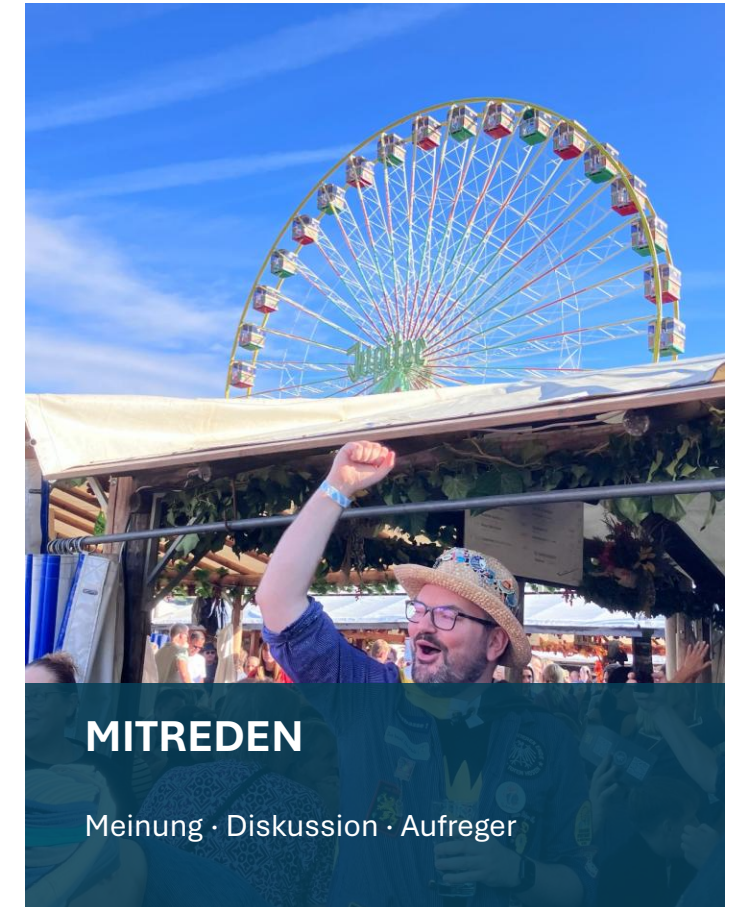
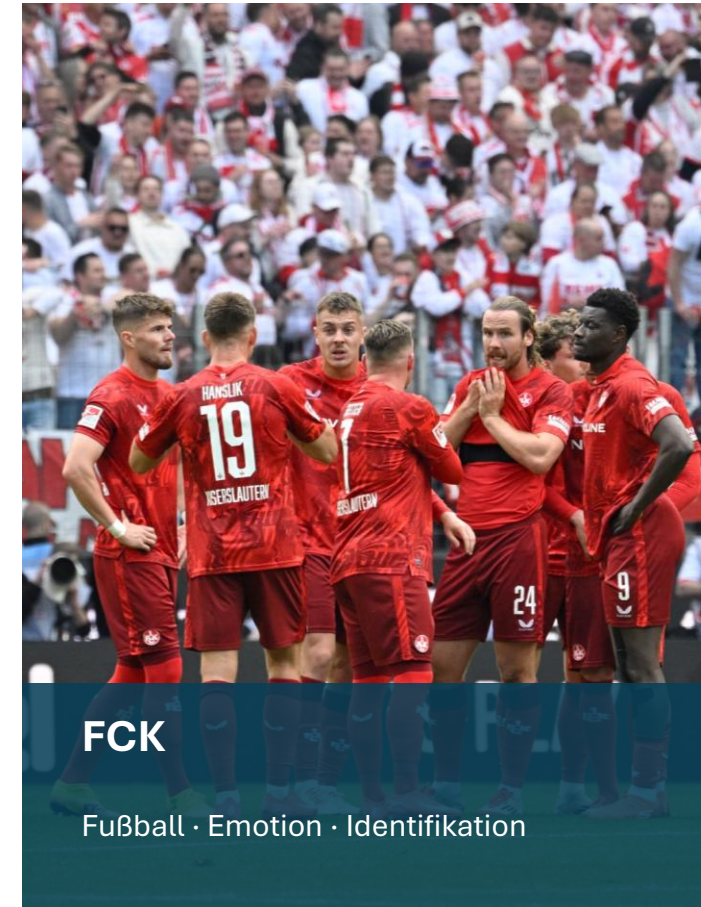
YouTube

Strategie geplant · aktuell Distribution

Pfalz ist unsere Zielgruppe.

25–60 Jahre · in der Pfalz zu Hause oder mit ihr verbunden

R



Die RHEINPFALZ soll zur Pfalz gehören wie Dubbeglas und Rieslingschorle.

Pfalz erzählen – aber social.



Eigene Formate, eigene Tonalität, echte Region.

Mundart-M

Was bedeu

“Owwa

Wach

Achtu

MUNDART

Mundart-Montag

Haanebambel Uffbasse Grumbeer

Nää Gell? Haanebambel

verworscht Alla hopp! Feschd

ch? Weck

Grumbeer Haanebambel

Woi Alla hopp! Lewwerworscht

R

RHEINPFALZ SUCHT

as Pfälzer Wort de

hres 2026

liches Pfälzer Wort verdient dies

r den Titel? Jetzt mitmachen auf

tagram oder Facebook.

MUNDART

Pfälzer Wort des Jahres

USEL

Was gehört zu einer

elungenen

erbstmesse?

MITREDEN

Straßenumfragen

IRCHHEIM

Harald Glöckler

zeigt seine Villa in

der Pfalz

PERSPEKTIVWECHSEL

Follow-me-arounds

Foto: Wolfgang Grabintzki/oho

Gerettet:

Happy End für

die “zu fette Gans”

ANNWEILER/WALSHAUSEN

MITTENDRIN

Reels & Reportagen

+ bekannte Pfälzer Persönlichkeiten als „Praktikanten“

Aus Aufmerksamkeit wird Bindung.

Reichweite ist der Anfang – nicht das Ziel.



10 MIO.

Instagram-Aufrufe

Reichweite schafft Aufmerksamkeit.
Aufmerksamkeit schafft Beziehung.

REICHWEITE

AUFMERKSAMKEIT

VERTRAUEN

MARKE

ABO

Was uns gerade umtreibt.

Vier Fragen, auf die es keine einfachen Antworten gibt.



01 ALGORITHMUS vs. JOURNALISMUS

Wie sehr lassen wir Plattformen entscheiden, welche Themen wir spielen?

02 KI vs. „HANDGEMACHT“

Wie viel KI verträgt Social Content?

03 REICHWEITE vs. ABO

Wie machen wir aus Millionen Views zahlende Leser?

04 SENDER vs. ANSPRECHPARTNER

Wie berichten wir nicht nur über die Pfalz, sondern werden Ansprechpartner für sie?

Wir l(i)eben Pfalz.