

**An die**  
**Mitglieder der Enquete-Kommission 17/1 „Tourismus RLP“**

**Enquete-Kommission 17/1 „Tourismus RLP“**  
**hier: Auswertung**

Anliegend erhalten Sie die Auswertung der Landesregierung des Anhörverfahrens vom 23. November 2018 zum Thema „Naturerlebnisse und Nachhaltigkeit im Tourismus.“

Abteilung P  
Parlament

**Anlage**



Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau  
Postfach 3269 | 55022 Mainz

Vorsitzende der Enquete-Kommission 17/1  
"Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus  
in Rheinland-Pfalz"  
Frau Ellen Demuth, MdL  
Landtag Rheinland-Pfalz  
55116 Mainz

**STAATSEKRETÄRIN**  
**Daniela Schmitt**  
Stiftsstraße 9  
55116 Mainz  
Telefon 06131 16-2551  
Telefax 06131 16-4438  
poststelle@mwwlw.rlp.de  
www.mwwlw.rlp.de

7. Februar 2019

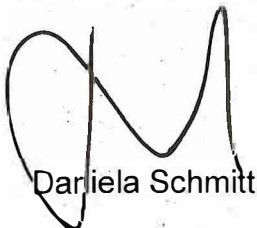
**18. Sitzung der Enquete-Kommission „Wirtschafts- und Standortfaktor  
Tourismus in Rheinland-Pfalz“ am 15. Februar 2019 in Mainz**

**TOP            Auswertung des Anhörverfahrens vom 23. November 2018 zum  
Thema „Naturerlebnisse und Nachhaltigkeit im Tourismus“**

Sehr geehrte Frau Vorsitzende,

zur Vorbereitung der Sitzung am 15. Februar 2019 übersende ich Ihnen die beigefügte  
Auswertung der Landesregierung.

Mit freundlichen Grüßen



Daniela Schmitt

**18. Sitzung der Enquete-Kommission „Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz“ am 15. Februar 2019**

**TOP Auswertung des Anhörverfahrens vom 23. November 2018  
zum Thema „Naturerlebnisse und Nachhaltigkeit im Tourismus“**

Hier: Stellungnahme der Landesregierung

Aus Sicht der Landesregierung lassen sich die Erkenntnisse aus der Anhörung zum Thema „Naturerlebnisse und Nachhaltigkeit im Tourismus“ im Rahmen der 18. Sitzung der Enquete-Kommission „Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz“ vom 23. November 2018 wie folgt zusammenfassen. Unterschieden werden die drei Bereiche Naturerlebnisse, Klimawandel und Nachhaltigkeit.

**Naturerlebnisse**

- Die Nachfrage der Gäste nach intakter Natur, Regionalität und authentischen Erlebnissen sowie Produkten steigt.  
Nach Auskunft der Experten wächst insbesondere die Gruppe der Kunden, die weite Anreisen zum Urlaubsort – auch aus Gründen eines nachhaltigen Lebensstils – vermeiden wollen. Dieser auch aufgrund prognostizierter klimatischer Veränderungen anhaltende Trend führt zu einer größeren Nachfrage nach innerdeutschen Reisen und dazu, dass Urlaub in Deutschland zunehmend als schick gilt. Rheinland-Pfalz hält für diese Zielgruppe zahlreiche Angebote bereit.
- Großschutzgebiete spielen hierbei eine wichtige Rolle. Es darf allerdings nicht verkannt werden, dass die primäre Zielsetzung in Großschutzgebieten nicht der Tourismus, sondern der Schutz und die Entwicklung der Natur- und Kulturlandschaft sind.  
Rheinland-Pfalz verfügt über eine Reihe von Großschutzgebieten wie den Nationalpark Hunsrück-Hochwald, die Naturparke und das Biosphärenreservat. Diese gilt es im Rahmen deren Schutzbestimmungen qualitativ touristisch zu entwickeln, zu profilieren und professionell touristisch zu vermarkten. Die Partnerinitiativen des Nationalparks und des Biosphärenreservats verbinden beispielsweise ein gästeorientiertes Naturerlebnis mit

hohem Qualitäts- und Nachhaltigkeitsanspruch und tragen zugleich dem Schutz der Natur Rechnung.

- Bei den Naturerlebnissen stehen in Rheinland-Pfalz Wandern und Radfahren an oberster Stelle. Weitere Outdooraktivitäten sind Mountainbiken, Reiten, Klettern und wasserbezogene Aktivitäten wie z.B. Kanufahren.

Naturbezogene Aktivitäten und Landschaftsgenuss sind in Verbindung mit Maßnahmen zur Steigerung der Wertschöpfung wichtige Eigenschaften des rheinland-pfälzischen Tourismus, die entsprechend der neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 in Zukunft weiter ausgebaut werden sollen.

Die Auskunftspersonen empfehlen, um Attraktionen herum touristische Angebote zu entwickeln bzw. verschiedene Attraktionen – natürliche, kulturelle – für die touristische Vermarktung zu verbinden. Für Rheinland-Pfalz wird als ein Alleinstellungsmerkmal die Möglichkeit gesehen, die Bereiche Natur und Genuss authentisch miteinander zu verbinden. Potenziale bietet u. a. die Verknüpfung von Angeboten wie Wandern und Kulinarik. Die naturbezogenen Aktivitäten und der Landschaftsgenuss sind für Gäste wichtige Argumente, sich für Rheinland-Pfalz als „Heimat auf Zeit“ zu entscheiden.

Diese Anregung ist bereits in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 verankert, die künftig die Entwicklung von Geschäftsfeldern vorsieht.

## **Klimawandel**

- Die Auswirkungen des Klimawandels in Rheinland-Pfalz werden u.a. durch das 2010 gegründete Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen systematisch untersucht. Bisherige Erkenntnisse zeigen, dass der Klimawandel in Rheinland-Pfalz unzweifelhaft angekommen ist und das Bundesland innerhalb Deutschlands zu den Regionen mit der stärksten Erwärmung der letzten Jahrzehnte zählt. Die mittlere Jahrestemperatur ist seit der Beginn der Aufzeichnungen Ende des 19. Jahrhunderts um 1,5°C gestiegen, speziell in den letzten Jahrzehnten ist der Anstieg stark ausgefallen.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Vgl. Themenheft Klimawandel, Oktober 2018 <http://www.klimawandel-rlp.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=40826&token=c1cf4357b15c1e73f47f867426d48b63ddfe2d11>  
Im Klimawandelinformationssystem Rheinland-Pfalz ([www.kwis-rlp.de](http://www.kwis-rlp.de)) können Informationen für die verschiedenen Naturräume in Rheinland-Pfalz abgerufen werden.

- Die Auswirkungen des Klimawandels in Rheinland-Pfalz können für spezifische touristische Destinationen heutzutage allerdings nicht mit dem Maß an Sicherheit prognostiziert werden, das den Anbietern touristischer Dienstleistungen ausreichend Planungssicherheit für ihr Investitionsverhalten geben würde.
- Nach bisherigen Erkenntnissen birgt der Klimawandel für den rheinland-pfälzischen Tourismus Risiken, deren Folgen nicht vollständig absehbar sind.  
Auf der Negativseite lässt sich auf jeden Fall die Zunahme von auch die Menschen belastenden, ausgedehnten Hitzewellen absehen, die die Freude an der Bewegung in der freien Landschaft deutlich einschränken werden. Gleichzeitig lassen sich zunehmende Dürreperioden (wie 2018) prognostizieren, die sichtbare Veränderungen in den Kultur- und Naturlandschaften (z.B. verdorrte Wiesen, ausgetrocknete Bäche und Flüsse, absterbende Waldpartien mit nachfolgenden, temporären Kahlflecken) nach sich ziehen werden. Die Attraktivität der Landschaften oder auch heilklimatischer Orte (z.B. im Oberrheingraben) kann dadurch beeinträchtigt werden. Hinzu kommen bereits heute punktuelle Extremwetterereignisse. Starkregen, Hochwasser, Niedrigwasser oder Dürrephasen können Gäste von einer Reise oder einem Ausflug nach oder in Rheinland-Pfalz abhalten. Auf der Positivseite ermöglichen klimatische Veränderungen beispielsweise im Weinbau neue Anbausorten und verbreitern damit u.a. das für Rheinland-Pfalz prägende weintouristische Angebot. Steigende Temperaturen können die Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten und damit die touristische Attraktivität heute noch kühlerer Regionen in Rheinland-Pfalz aber auch steigern.
- Nach Einschätzung der Auskunftspersonen ist davon auszugehen, dass mit Blick auf ein möglichst klimafreundliches Verhalten Gäste sich zunehmend für wohnortnahe Destinationen entscheiden. Von diesem Trend kann der rheinland-pfälzische Tourismus profitieren.
- Generell wird für die Zukunft von einem gemäßigten Klima in Rheinland-Pfalz und von einer Verlängerung der Saison im rheinland-pfälzischen Tourismus ausgegangen. Dies kann zu einer besseren Auslastung der Tourismuswirtschaft im Land beitragen, ohne dass von einer Überlastung (Stichwort: overtourism) auszugehen ist.
- Themen wie die Klimatisierung von Gebäuden, die Versicherung gegen Elementarschäden sowie umfassende Vorsorgekonzepte (z.B. vorbeugender Hochwasserschutz, Risikomanagementinstrumente in der Landwirtschaft und im Weinbau) werden auch im Tourismus eine stärkere Rolle spielen.

## Nachhaltigkeit

- Gemäß einschlägiger Prognosen wird sich das Reiseaufkommen tendenziell erhöhen. Davon können vor allem auch ländliche Räume wie in Rheinland-Pfalz profitieren. Gäste erwarten auch dort verstärkt, beispielsweise ausreichende Mobilitätsangebote im ÖPNV, eine hohe Qualität der touristischen Angebote sowie ein hohes Maß an Verantwortung der Akteure für den Schutz natürlicher Ressourcen und soziale Geschäftsmodelle. „Ländlich“ wird in den Augen der Gäste künftig immer stärker mit „nachhaltig“ verbunden werden.
- Nachhaltigkeit wird von Gästen zunehmend als wichtig empfunden. Die wenigsten Menschen haben ein Verständnis von Nachhaltigkeit im definitorischen Sinne, erwarten aber, dass die touristischen Angebote nachhaltig gestaltet sind.
- Aus der Marktforschung ist erkennbar, dass nachhaltige touristische Angebote und Leistungen bei keinen oder überschaubaren Mehrkosten in Anspruch genommen würden. Für die Nachhaltigkeit touristischer Produkte entlang der touristischen Servicekette sehen Gäste in erster Linie die Anbieter in der Verantwortung. Nachhaltigkeit muss für Gäste komfortabel sein.
- Neben einem gemeinsamen Grundverständnis von Nachhaltigkeit in der Tourismusbranche, müssen nachhaltige touristische Angebote von Gastgebern ehrlich zusammengestellt und überzeugend vermarktet werden. Wertschöpfungsketten müssen gerade auch in ländlichen Räumen entsprechend ausgebaut werden.  
Das stellt hohe Anforderungen an die Zusammenarbeit von Anbietern aus Hotellerie und Gastronomie, Herstellern regionaler Produkte und Dienstleistern. Hierbei geht es um Vernetzung, um Arbeitsteilung, um die Frage, welcher Service spezifisch auf touristische Nutzungen hin ausgerichtet werden soll, wo, etwa in der Frage der Mobilität, Verbindungen zu vorhandenen Dienstleistungen oder den Nutzungsinteressen der einheimischen Bevölkerung gesucht werden.  
Die wenigsten Gäste suchen gezielt nach nachhaltigen touristischen Angeboten, sondern erwarten vielmehr transparente Information oder kompetente Beratung.  
Nach Auskunft der Experten, die sich mit Erkenntnissen eines Vor-Ort-Besuchs der Enquete-Kommission in einem Hotelbetrieb deckt, ist die nachhaltige Ausrichtung eines Gastbetriebes auch ein wichtiges Argument für die Entscheidung potenzieller Auszubildender für oder gegen einen Betrieb als Arbeitgeber.
- Zertifizierungssysteme, Leitfäden oder Umsetzungshilfen können für Betriebe oder Destinationen dazu beitragen, Nachhaltigkeit nach innen strategisch zu verankern. Die Außenwirkung von Nachhaltigkeit muss sichtbar gemacht und inszeniert werden.

- Nachhaltigkeitssiegel sind bei Gästen wenig bekannt. Die Markenvielfalt für nachhaltigen Tourismus aber groß und unübersichtlich. Es fehlt an Orientierung für den Gast, welche Labels vertrauenswürdig sind.
- Nach Einschätzung der Auskunftspersonen kommt dem nachhaltigen Tourismus eine steigende wirtschaftliche Bedeutung zu.  
Nachhaltigkeit ist kein originäres Profilierungsthema im rheinland-pfälzischen Tourismusmarketing.  
Nachhaltigkeit im Tourismus ist als Ziel in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 verankert. Damit bekennt sich der rheinland-pfälzische Tourismus zur Nachhaltigkeit und ist sich bewusst, dass ein Tourismus, der sich seiner eigenen Ressourcen beraubt, mittel- bis langfristig nicht erfolgreich sein kann.