

16. Sitzung der Enquete-Kommission Tourismus am 23.11.2018

TOP 1 Anhörverfahren „Naturerlebnisse und Nachhaltigkeit im Tourismus“

Hier: Stellungnahme der Landesregierung

A Naturerlebnisse

Rheinland-Pfalz verfügt über eine herausragende Natur- und Kulturlandschaft mit einzigartigen landschaftlichen Potenzialen für die touristische Nutzung. Vielfältige Natur- und Kulturattraktionen wie Wald (42 % Anteil an der Landesfläche), idyllische Flusslandschaften, Mittelgebirgsregionen, historische Städte und Dörfer, romantische Burgen sowie bekannte Weinlagen machen den besonderen Reiz von Rheinland-Pfalz, seinen Regionen und Orten aus.

Natur erleben ist für Gäste, die nach Rheinland-Pfalz kommen, ein starkes Reisemotiv. Der DestinationMonitor Deutschland ermittelte 2016, dass sich 64 % der Urlaubsreisenden in Rheinland-Pfalz in der Natur aufhalten (Deutschland: 55 %), 44 % Wandern während ihres Aufenthaltes (Deutschland: 28 %). Bezogen auf Urlaubsarten liegt Rheinland-Pfalz mit „Urlaub auf dem Land“ an 3. Stelle unter den Bundesländern mit einem Marktanteil von 9 %. Im Bereich „Sport- und Aktivurlaub“ liegt das Land ebenfalls an dritter Stelle mit einem Marktanteil von 10 %. Bei „Wandern und Genießen typischer Speisen und Getränke“ wurde der zweithöchste Anteilswert aller Bundesländer, für „Aufenthalt in der Natur“ wurde Rang 5 im Bundesvergleich und bei den Marktanteilen gemessen.

Die neue Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 trägt diesen Ergebnissen Rechnung und sieht unter anderem die Entwicklung eines Geschäftsfeldes Naturgenuss vor. „Naturgenuss“ umfasst Natur- und Landschaft als erlebbaren Raum für Tourismus und Freizeitqualität, Outdoor-Aktivitäten wie Wandern, Radfahren, E-Biken, Wassersport, Reiten, Klettern in Kombination mit Genuss-erlebnissen. Die Angebote von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, kulturellen Einrichtungen, Wege- und wegbegleitenden Infrastrukturen für Wandern, Radfahren etc. sowie die touristischen Dienstleistungen müssen künftig noch stärker miteinander und unter Berücksichtigung der Anforderungen der Natur- und Kulturlandschaftsräume vernetzt werden, um Gästen und den rheinland-pfälzischen Bürgern auch weiterhin einzigartige Natur- und Landschaftserlebnisse bieten und gleichzeitig zur Wertschöpfung

beitragen zu können. Die hohe Bedeutung der Natur- und Kulturlandschaft ist damit anerkannt.

1 Naturtourismus

Die Landschaftstypisierung sowie die Darstellung der Erholungs- und Erlebnisräume (siehe dazu Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz S. 110 f) zeigen die Vielfalt der unterschiedlichen Landschaften, ihre Eigenarten und Schönheiten in Rheinland-Pfalz auf. Die Einzigartigkeit ist das Ergebnis jahrhunderterlangen menschlichen Einwirkens. Zudem sind landesweit bedeutsame historische Kulturlandschaften (siehe dazu Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz S. 116) bestimmt. Sie bilden mit ihren historischen Elementen und Strukturen in ihrem Wesensgehalt wichtige Voraussetzungen für die Erholung und sind wichtige Anknüpfungspunkte für den Tourismus sowie die landschafts- und ruheorientierte Erholung.

Die Landschaftsräume sind in ein Netz von Schutzgebieten eingebunden. Dazu gehören insbesondere Großschutzgebiete wie Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke. Ihre originäre Zweckbestimmung ist der Schutz und die Pflege der Natur- und Kulturlandschaft unter Einschluss ihrer Biotop- und Artenvielfalt. Im Rahmen einer nachhaltigen Regionalentwicklung schließt dies auch die (stille) Erholung, den naturverträglichen Tourismus und die dauerhaft naturverträgliche Landnutzung ein. Die konkreten Schutzziele für die einzelnen Gebietskategorien sind in den jeweiligen Normen festgelegt.

Schutz und Nutzung müssen in Einklang gebracht werden: Naturnahe und erlebnisreiche Gebiete sind für Touristen und Erholungssuchende einerseits attraktive Ziele, unterliegen deshalb aber auch einem wachsenden Nutzungsdruck. Sie schaffen Arbeitsplätze und regionale Wertschöpfung; dies kann allerdings zu Lasten einer intakten Natur gehen. Der Naturschutz benötigt deshalb die Akzeptanz und das Verständnis der Erholung suchenden Menschen. Der Tourismus benötigt eine intakte Natur als wichtiges Kapital. Beides bedingt sich gegenseitig.¹

Großschutzgebiete wie der Nationalpark Hunsrück-Hochwald² und das grenzüberschreitende Biosphärenreservat Pfälzerwald-Vosges du Nord sowie die rheinland-pfälzischen Naturparke,

¹ Der Leitfaden „Nachhaltiger Tourismus in Naturparks“ beschreibt ausführlich und konkret die Erfordernisse, Chancen und Handlungsoptionen für einen nachhaltigen, naturverträglichen Tourismus (https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/tourismus_leitfaden.pdf).

² Die Enquete-Kommission Tourismus Rheinland-Pfalz hat in ihrer Sitzung am 19.10.2018 den Nationalpark Hunsrück-Hochwald besucht und konnte sich vor Ort über die Ziele der Entwicklung des Nationalparks und der Nationalparkregion sowie die vielfältigen naturtouristischen Angebote umfassend informieren.

die über 30 % der Landesfläche ausmachen, sind wichtige Elemente im Naturtourismus. Sie ermöglichen das Erleben ungestörter Natur und deren besonderer Schönheit, Eigenart und Vielfalt und erfüllen somit Urlaubs- und Freizeitwünsche. Wie im „Leitfaden Faszination Natur erlebbar machen“ von EUROPARC Deutschland e. V. und dem Verband Deutscher Naturparke e. V., 2015 (http://www.europarc-deutschland.de/wp-content/uploads/2015/10/Wegweiser-f%C3%BCr-die-Konzeption-und-Umsetzung-von-Naturerlebnisangeboten_barrierefrei.pdf) beschrieben wird, nimmt das intensive Erleben der Natur im Alltag und auf Reisen einen sehr hohen Stellenwert ein: Die Mehrheit der Deutschen (81 %) fühlt sich mit der Natur und Landschaft ihrer Region eng verbunden und versucht, sich so oft wie möglich in der Natur aufzuhalten (76 %). Fast ebenso viele Menschen interessieren sich auch im Urlaub für spektakuläre Landschaften (72 %) und Aufenthalte in der Natur (71 %).

Bei der touristischen Entwicklung in Schutzgebieten wurde in Rheinland-Pfalz schon viel erreicht. Neben der dafür notwendigen Erschließung und touristischen Infrastruktur besteht in Rheinland-Pfalz auch ein Grundangebot naturtouristischer Dienstleistungen, die von ehrenamtlich, neben- und freiberuflich aktiven Einzelanbietern, aber auch durch etablierte Unternehmen der Outdoor-Branche erbracht werden. Als „Gästeführer“ in Natur und Landschaft engagieren sich beispielsweise die zertifizierten Natur- und Landschaftsführer (ZNL) oder auch die seit 2009 im Zuständigkeitsbereich von Landesforsten ausgebildeten Zertifizierten Waldpädagogen mit ihrem Angebot in den meisten Regionen des Landes. Anzuführen ist auch das Juniorranger-Programm oder die Qualifizierung spezieller Gästeführer durch Weiterbildungen zum „Biosphären-Guide“ oder zum zertifizierten Nationalparkführer. Über teilnahmeoffene Naturerlebnisangebote informiert z. B. der online-Veranstaltungskalender www.treffpunktwald.de. Ein wichtiges Instrument der touristischen Entwicklung bilden auch die Partnerbetriebsinitiativen, bei denen regionale Erzeuger und touristische Dienstleister durch die Schutzgebietsverwaltungen nach Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert und beworben werden.

Zur Entwicklung, Abstimmung und Realisierung naturtouristischer Vorhaben stehen insbesondere die staatliche Forstverwaltung (Landesforsten Rheinland-Pfalz) sowie die kommunalen und privaten Waldbesitzenden als aufgeschlossene und interessierte Projektpartner zur Verfügung, wie z. B. das prämierte „Biosphären-Trekking“ (www.trekking-pfalz.de) oder die Ausweisung von Prädikatswanderwegen und MTB-Strecken zeigen.

2 Naturbezogener Aktivtourismus

Rheinland-Pfalz verfügt in seinen reizvollen Landschaften über zahlreiche attraktive und hochwertige Angebote für Aktivtourismus. Der Wettbewerb ist in diesem Segment ausgeprägt, nahezu jede Destination in Deutschland bietet Wandern im Portfolio. Um erfolgreich zu sein, bedarf es neben qualitativ hochwertigen Angeboten eines professionellen Marketings.

2.1 Radfahren

Im Radtourismus hat sich Rheinland-Pfalz in den vergangenen Jahren mit konsequentem Einsatz in einem hart umkämpften Markt gut behauptet und zielorientiert weiterentwickelt. Ein Beleg hierfür: Unter den beliebtesten Radfernwegen in Deutschland befinden sich nach Angaben des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e. V (ADFC) mit dem Rhein-Radweg und dem Mosel-Radweg gleich zwei rheinland-pfälzische Radwege unter den Top 10 (ADFC Radreiseanalyse 2018). In den letzten 10 Jahren ist gelungen, in allen Tourismusregionen des Landes Entwicklungen voranzubringen wie z. B.:

- 7 Radfernwege (Ahr-, Kyll-, Lahn-, Mosel-, Nahe-, Rhein- und Saar-Radweg),
- die Rheinland-Pfalz Radroute,
- über 100 touristisch bedeutende Themenrouten und
- weitere meist lokale und kürzere Routen und Netze, die das touristische Grundnetz aus Radfernwegen und Themenrouten verdichten.

Rheinland-Pfalz verfügt insgesamt über ein radgeeignetes Radwegenetz von rund 12.000 km. Davon sind 8.000 km nach den „Hinweisen zur wegweisenden und touristischen Beschilderung für den Radverkehr in Rheinland-Pfalz – HBR ausgeschildert (touristische Themen-Radrouten und weitere Verbindungen, Anbindungen an Sehenswürdigkeiten o. ä).

488 Bett+Bike Betriebe in Rheinland-Pfalz haben sich speziell auf die Bedürfnisse der Radfahrer eingestellt. Die Landesregierung hat zahlreiche Radwege gefördert. Mit den Hinweisen zur wegweisenden und touristischen Beschilderung für den Radverkehr in Rheinland-Pfalz (HBR) ist die Grundlage für einheitliche Beschilderungen gesetzt worden. Unter www.radwanderland sind Radrouten, Radwegenetz und Radroutenplaner verfügbar.

Neben der Vielzahl abwechslungsreicher Radwege und Radtouren haben Mountainbike-Parks und Trails einen wichtigen Anteil an der radtouristischen Nachfrage in Rheinland-Pfalz. Hinzu kommt der rasant wachsende eBike-Markt, der aktuell Angebot und Nachfrage in den Segmenten Trekkingbike und Mountainbike bestimmt. Die Fahrradbranche ist im Umbruch. Dies wird auch Auswirkungen auf die touristische Nachfrage und die Anforderungen an das

touristische Angebot haben. Um diesem Trend, dass immer mehr Radfahrer mit Elektrounterstützung unterwegs sind, Rechnung zu tragen haben die Organisatoren der am Nürburgring etablierten Radsportveranstaltung „Rad am Ring“ 2018 erstmals gemeinsam mit der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH die neue Veranstaltung „eBike am Ring“ eingeführt. Der eBike-Gemeinschaft soll damit eine attraktive Plattform für das Thema geboten werden.

Potenziale nach der ADFC Radreiseanalyse 2018

76 % der Deutschen fahren Rad, 51 % davon nutzen das Fahrrad für Ausflüge und Reisen. Besonders der Bereich der Tagesausflüge hat 2017 weiter zugenommen. Mehr als jeder Zweite radelt – auch mehrfach - ins Grüne, so dass von rund 167 Millionen Tagesausflügen in der Freizeit auszugehen ist. Auch in den Ferien schwingen sich die Deutschen gerne aufs Rad, bei 99 Millionen Ausflügen im Urlaub nutzen sie das Fahrrad. Insgesamt werden die Radreisen kürzer und spontaner, neben dem Naturerlebnis geht es vielen Reisenden darum, neue Regionen kennenzulernen. 2017 gab es erstmalig einen Rückgang der Radreisenden gegenüber dem Vorjahr. Grund hierfür waren vermutlich Niederschlag und Extremwetter im Sommer. Trotzdem ist der Trend zum Fahrradfahren in der Freizeit ungebrochen. Aufgrund des Wetters gab es eine Verlagerung von Radreisen zu Kurzreise- und Tagestourismus.

Zwei Drittel der Tagesausflügler starten direkt mit dem Fahrrad von ihrem Wohnort. Die Übrigen gelangen mit dem Auto, der Bahn oder dem ÖPNV zu ihren Startpunkten. Hierbei bleiben sie meist in ihrer Region und legen selten mehr als 60 Kilometer zurück. Mit dem Anstieg von Tages- und Kurzzeittourismus werden auch Mietfahrradangebote immer wichtiger. 40 % der Tagesausflügler interessieren sich für Mieträder, davon 50 % für Elektrofahräder.

Im Durchschnitt sind Kurzreisende jünger und unter ihnen befinden sich mehr Frauen. Sie fahren häufiger Sternetauren und mit 55 Kilometern am Tag durchschnittlich 10 Kilometer weniger als Streckenradler. Kurzreisende nutzen häufiger einen Pkw zur Anreise und haben ein höheres Interesse an Mieträdern. Der Anteil der Mountainbikes ist doppelt so hoch. Kurzreisen werden häufiger mit dem Partner unternommen.

87 % der Radreisenden von 2017 wollten 2018 wieder mit dem Rad losfahren. Gleichzeitig planten von denen, die im letzten Jahr keinen Radurlaub gemacht haben, 77 % für 2018 eine Radreise.

2.2 Wandern

Ein Ziel der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 war es, Rheinland-Pfalz und seine Regionen als „Wanderland“ zu positionieren. Hierzu sollte unter anderem bis zum Jahr 2012 ein großräumiges Netz aus 10 prädikatisierten Fernwanderwegen geschaffen werden. Daran sollten rund 100 Kurztouren und Zuwege anbinden, die die jeweiligen Tourismusregionen erschließen. Diese Zielvorgaben sind längst mehr als erreicht: Inzwischen wurden nach den hohen Qualitätsstandards (siehe den Wanderwegeleitfaden Rheinland-Pfalz zum Download unter <http://rlp.tourismusnetzwerk.info/inhalte/leitfaeden/wandern/wanderwegeleitfaden/>) 12 Prädikatsfernwanderwege als „Aushängeschilder“ und Initialzündung für den weiteren Ausbau der Wanderregionen und weit über 200 prädikatisierte Kurztouren ausgewiesen. Informationen zu den Wegen sind unter <http://www.gastlandschaften.de/urlaubsthemen/wandern> abrufbar.

Wie erfolgreich die Wege sind zeigt unter anderem die Tatsache, dass in den vergangenen Jahren die rheinland-pfälzischen Prädikatswanderwege eine dominierende Rolle im Wettbewerb „Deutschlands schönste Wanderwege“ des Wandermagazins einnahmen. Mit Ausnahme des Jahres 2014 stand seit dem Jahr 2007 bis heute immer mindestens ein rheinland-pfälzischer Wanderweg auf dem Siegerpodest - der Saar-Hunsrück-Steig sogar zweimal auf dem ersten Platz.

Das Wanderthema hat sich über die Jahre bei den regionalen und lokalen Akteuren verankert, so dass auch ohne Förderung des Landes prädikatisierte Wanderwege ausgewiesen wurden und werden. Gleichzeitig wächst in den Kommunen das Bewusstsein dafür, dass auf Dauer ein touristisch interessantes, qualitativ hochwertiges Wanderangebot nur bereitgestellt werden kann, wenn die Wege gut gepflegt und vermarktet werden und das bestehende Wegenetz gestrafft wird.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund wurde in den letzten Jahren die Förderung von Prädikatswanderwegen aus Mitteln der touristischen Infrastrukturförderung des Wirtschaftsministeriums auf wichtige Lückenschlüsse im Wanderwegenetz im Rahmen regionaler Konzepte, die die Regionen in eigener Regie und überwiegend in Zusammenarbeit mit den regionalen Wanderverbänden erstellt haben, konzentriert.

Finanzielle Förderung von Wanderwegen

Das Land Rheinland-Pfalz unterstützte die Ausweisung der Fernwanderwege bis 2015 mit einem einheitlichen Fördersatz von 70 % der förderfähigen Ausgaben. Die Kurztouren wurden ebenfalls teilweise mit Förderung des Landes umgesetzt. Seit 2016 gilt für alle touristischen

Infrastrukturförderungen ein höherer Fördersatz zwischen 75 und 85 % der förderfähigen Ausgaben.

Die Finanzierung von Wanderwegen erfolgt aus unterschiedlichen Quellen. Ein vollständiger Überblick über alle Mittel, die in die Wanderwegeinfrastruktur geflossen sind, kann deshalb nicht gegeben werden. An dieser Stelle werden beispielhaft die im Rahmen der touristischen Infrastrukturförderung des rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministeriums gewährten Zuschüsse sowie das entsprechende Investitionsvolumen für Prädikatswanderwege ausgewertet.

Im Zeitraum von 01.01.2007 bis heute wurden Prädikatswanderwege mit Gesamtausgaben in Höhe von 7,62 Mio. € geplant, ausgeschrieben und teilweise mit begleitender Infrastruktur (z. B. Ruheplätzen) umgesetzt. Aus Mitteln der touristischen Infrastrukturförderung hat das Wirtschaftsministerium diese Gesamtausgaben mit Zuschüssen von insgesamt 5,28 Mio. € gefördert. Die Zuschüsse wurden im Zeitraum von 2007-2013 aus EU- und Landesfinanzausgleichs (FAG)-Mitteln bereitgestellt, ab dem Jahr 2014 wurden lediglich FAG-Mittel gewährt. EU-Mittel werden in der laufenden EFRE-Förderperiode 2014-2020 nur für barrierefreie Wanderwegeinfrastruktur eingesetzt.

Wandertourismus

Die Fachagentur BTE hat in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wanderverband (DWV) eine Studie zum digitalen Verhalten der Wanderer „Wandertourismus in Deutschland 2018“ veröffentlicht. Dort wird (auch unter Bezug auf verschiedene Grundlagenstudien) herausgestellt, dass in allen Altersgruppen gewandert wird. Mit dem Alter ändert sich die Wanderintensität, Ältere wandern z. B. mit 42 % deutlich häufiger regelmäßig als jüngere. Rund 70 % der Deutschen wandern: 11 % regelmäßig, 23 % gelegentlich, 35 % eher selten (Quelle: Projekt M, 2014).

Rund 80 % der Wanderungen im Urlaub werden als Tageswanderungen mit durchschnittlich 9,5 km Länge durchgeführt - damit haben Halbtagestouren eine hohe Bedeutung. 87 % der Tageswanderer bevorzugen Rundwege, Mehrtageswanderungen mit einer durchschnittlichen täglichen Etappenlänge von 18,7 km sind nur für einen kleineren Markt interessant.

Rund 50 % der Wanderer bevorzugen das Mittelgebirge als Wanderlandschaft, rund ein Drittel präferiert leichte Wanderungen im Flachen.

Die Inspiration für eine Wanderung kommt vorwiegend von Freunden und Bekannten (58 %), gefolgt von Internet (42 %) und persönlicher Erfahrung (39 %). Für diejenigen, die das Internet

als wichtige Inspirationsquelle sehen, sind die jeweiligen Internetseite der Region/des Wanderwegs wichtig (69 %).

Während der Informationsphase vor der Wanderung steht das Internet an erster Stelle der Informationsbeschaffung (Internetseite der Wanderregion / des Wanderwegs mit 82 %, digitale Karten mit 54 %).

Während der Wanderung nutzen 36 % der Wanderer mobiles Internet, rund 77 % nutzen Wegweiser, rund 50 % Markierungszeichen, 46 % Wanderkarten. Von 35 % werden digitale Medien zur Orientierung hinzugezogen.

Wirtschaftliche Bedeutung:

Übernachtende Wanderer geben 57 € pro Tag in den Zielgebieten aus, Tagesgast-Wanderer 15,50 € pro Tag. Für die Traumpfade im Rhein-Mosel-Eifel-Land wurden 3,1 Mio. € regionalwirtschaftliche Effekte errechnet (BTE, 2012). Hinzu kommen Ausgaben für Ausrüstung und Verkehrsleistungen außerhalb der Zielgebiete. Potenziale für weitere Wertschöpfung bestehen: So würden Wanderer gerne häufiger einkehren als es das Angebot an den Wanderwegen erlaubt.

Eine Gesamtbetrachtung der ökonomischen Effekte des Wandertourismus ergab im Jahr 2010, dass deutschlandweit jährlich zwischen 11 und 11,5 Mrd. € im Kontext der Aktivität Wandern ausgegeben werden (BMWl, 2010). Der Anteil der Wanderer an der Bevölkerung ist gestiegen von 56 % im Jahr 2010 (BMWl) auf 70 % im Jahr 2014 (Project M, 2014).

2.3 „Wandern“ und „Radfahren“ in der neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025

Die neue Tourismusstrategie sieht im Geschäftsfeld „Naturgenuss“ unter anderem vor, Natur- und Landschaft als Raum für Tourismus und Freizeitqualität mit Outdooraktivitäten wie Wandern und Radfahren erlebbar zu machen und mit Genusserlebnissen zu kombinieren.

Denn auf die Dauer gilt für die Wanderwege- und Radwegeinfrastruktur in Rheinland-Pfalz: Erfolgreich ist nur, wer sich an den Bedürfnissen der Gäste orientiert. Die Herausforderung liegt darin, die einzigartige Wegeinfrastruktur in Rheinland-Pfalz noch mehr in Wert zu setzen. Das heißt: Die Qualität der Wander- und Radinfrastruktur zu sichern und die Gäste zu überzeugen, in den Wander-/Radregionen zu verweilen. Dazu müssen alle touristischen Leistungsträger mit ins Boot geholt werden, unternehmerische Konzepte entlang der Wege unterstützt und die Serviceleistungen, die weg begleitende Infrastruktur für Wanderer und

Radfahrer und die Betreuungsqualität sowie Angebote auch für die Neben- und Wintersaison, ausgebaut werden. Es müssen neue Ausflugs- und Erlebnispakete geschnürt werden.

Eine große Rolle dabei spielen Regionalität und regionale Identität. Von besonderer Bedeutung ist dabei das Gastgewerbe. Gastfreundschaft und das Angebot regionaler Spezialitäten tragen zum Wohlbefinden der Besucher bei und animieren zum Wiederkommen.

Der Deutsche Wanderverband setzt mit dem „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ bundesweite Qualitätsstandards. Gemeinsam mit kompetenten Partnern in den Regionen werden besonders wanderfreundliche Unterkünfte und Gastronomiebetriebe in Deutschland ausgezeichnet. In Rheinland-Pfalz gibt es inzwischen rund 400 ausgezeichnete wanderfreundliche Betriebe. Darauf aufbauend gilt es, die Wanderwege über eine aus der Regionalität gespeisten Erlebnisqualität zu profilieren.

Als Beispiel für eine an der Tourismusstrategie und der Wertschöpfung orientierten Weiterentwicklung und Profilierung des vorhandenen Radwegenetzes kann das jetzt startende INTERREG-Projekt „RANDO-M“ in der Region Eifel-Ardennen genannt werden. Als Partner im Projekt hat sich die Eifel-Tourismus GmbH das Ziel gesetzt, auf Basis eines Konzeptes radfreundliche Betriebe gezielt zu vernetzen, in Tages- und Mehrtagestouren zu kombinieren, mit Mobilitätsangeboten zu verzahnen und Netzwerke von touristischen Leistungsträgern aufzubauen.

2.4 Wassersport

Rheinland-Pfalz bietet vor allem an den Flüssen (Rhein, Mosel, Nahe, Glan, Saar Lahn und Sieg), Maaren und Seen viele attraktive Wassersport-Möglichkeiten für Ruderer, Kanuten, Kajakfahrer, Segler und Surfer.

Eintägige Wassererlebnistouren mit Rucksackbooten (Packrafting) umfassen Bootsfahrt und Trekking-Passagen. Die Rucksackboote werden samt Paddel und Sicherheitsausrüstung im Rucksack verstaut und sind innerhalb von Minuten bereit für den Einsatz auf dem Wasser.

2.5 Pferdetourismus

Der Pferdetourismus ist in Rheinland-Pfalz ein Nischensegment und spielt eine untergeordnete Rolle bei den Outdoor-Aktivitäten. Dennoch ist das Wanderreiten insbesondere in den Mittelgebirgsregionen Eifel, Westerwald, Hunsrück und der Westpfalz ein touristisches Produkt, auf das sich einzelne Betriebe spezialisiert haben. Das Geschäft mit

(Wander-) Reitern stellt zudem einen Nebenerwerbszweig, ganz besonders in der Nebensaison, in ansonsten eher landwirtschaftlichen Betrieben dar.

2.6 Therapeutisches Landschaftserleben im Gesundland Vulkaneifel

Erstmals in einen wissenschaftlichen Kontext gebracht wurde das Thema Therapeutische Landschaften im Jahr 1992 durch den amerikanischen Sozialbiologen Wilbert Gessler. In seinem Aufsatz „Therapeutic landscapes. Theory and a case study of Epidauros“ beschreibt er den wohltuenden Effekt einer naturräumlichen Umgebung auf die körperliche und seelische Verfassung. Zwei wichtige Faktoren müssen laut Gessler dafür gegeben sein:

- Landschaften mit malerischer Kulisse
- Landschaften, die durch eine reichhaltige Ausstattung an Gesundheitseinrichtungen gekennzeichnet sind

Es geht bei den Wirkungsweisen einer Therapeutischen Landschaft bei Weitem nicht nur um Therapie, sondern auch um Prävention und allgemeines Wohlbefinden - beides Faktoren, die wichtig sind, um gesund zu bleiben. Nicht erst das Reagieren auf eine Krankheit, sondern schon vorher etwas für die Gesundheit zu tun ist wichtig.

Das GesundLand Vulkaneifel ist eine solche Therapeutische Landschaft. Natürliche Gegebenheiten wie sanft geschwungene Hügel, grüne Wiesen, Wälder, Heilquellen und Maare werden ergänzt durch ein umfassendes gesundheitliches Angebot von infrastrukturellen Einrichtungen, wie dem Landschaftstherapeutischen Park, dem Achtsamkeits-Pfad Kleine Kyll, oder dem Kurpark Daun, über therapeutische Anwendungen bis hin zur spezialisierten Kliniken.³

Die Entwicklung und der Aufbau des „GesundLand Vulkaneifel“ sowie die Umsetzung von Maßnahmen zur Produktentwicklung als auch von Marketing- und Qualifizierungsmaßnahmen und in die touristische Infrastruktur wurde aus EU- und Landesmitteln mit einer Gesamtzusammenfassung in Höhe von knapp 2,6 Mio. Euro gefördert.

3 Exkurs: Digitale Erlebnisinstrumente

In der Auseinandersetzung der Enquete-Kommission mit dem Thema der Digitalisierung im Tourismus wurden bereits virtuelle Welten erörtert, die es Gästen und Einheimischen erlauben

³ Hingewiesen werden soll auch auf die Sitzung der Enquete-Kommission Tourismus in Rheinland-Pfalz am 10.08.2018, in der auch der Gesundheitstourismus Thema war. Landschaftsbezogene Ansätze wie z. B. das Waldbaden wurden hier bereits erörtert.

sollen, Natur- und Kulturlandschaften mit digitalen Techniken neu zu entdecken. Das Projekt ArMob war und ist ein wesentliches Beispiel dafür in Rheinland-Pfalz.

In diesem Zusammenhang ist auch das Projekt KuLaDiG anzuführen, das sowohl dem Natur- und Kulturlandschaftserleben als auch der Digitalisierung Rechnung trägt.

Kulturlandschaftsentwicklung mit KuLaDiG

Rheinland-Pfalz ist reich an kulturellen Schätzen und abwechslungsreichen Landschaften, die es zu erhalten, weiter zu entwickeln und erlebbar zu machen gilt.

Im Rahmen des Forschungs- und Modellprojekts „Digitales Kulturlandschaftsinformationssystem“ des Ministeriums des Innern und für Sport sollen Spuren der Geschichte (z. B. eine alte Stadtmauer, ein Schloss, eine stillgelegte Fabrik, eine Allee) über moderne Ausgabemedien "zum Sprechen gebracht" werden, in dem der Blick auf das kulturelle Erbe gerichtet und damit der prägende Einfluss des Menschen auf seine Umwelt verdeutlicht wird. Kulturlandschaften sind nach diesem Verständnis mehr als nur bauliche und landschaftliche Gegebenheiten, die von Menschen beeinflusst wurden. Kulturlandschaften ergeben sich aus dem langfristigen Zusammenwirken von Landschaft, Kulturdenkmälern, Traditionen, Bräuchen und historischen Ereignissen. Dabei geht der Ansatz in KuLaDiG bewusst auch über das hinaus, was wissenschaftlich oder fachplanerisch festzustellen ist: Geschichten, Sagen, historische Ereignisse, Dialekte und sogar Kochrezepte können Regionen prägen und Einzigartigkeit schaffen.

KuLaDiG ist ein digitales Informationssystem über die Historische Kulturlandschaft und das landschaftliche Kulturelle Erbe. Es wird derzeit von der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd und der Universität Koblenz-Landau u.a. in der Ortsgemeinde Dörrebach getestet. KuLaDiG ist bereits seit Jahren in Nordrhein-Westfalen und in Hessen auch in Kooperation mit der Universität Koblenz-Landau im Einsatz, die in diesem Bereich deutschlandweit zu den führenden Institutionen zählt.

Mit der Fortführung der bisherigen Testphase soll das Projekt vertieft erprobt werden. Hierzu wird einerseits ein Redaktionssystem aufgebaut und durch die Universität Koblenz betreut. Gleichzeitig sollen kommunale Modellprojekte initiiert werden, die neben dem Sammeln von Daten in KuLaDiG vor allem Kommunen die Chance eröffnen, sich mit dem Thema Heimat und identitätsstiftende Merkmale intensiv zu befassen. Die Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd wird das Projekt weiterhin fachlich begleiten.

B Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit im Tourismus bedeutet, den ökologischen Fußabdruck auf eine Art und Weise zu minimieren, die soziale und ökonomische Aspekte integriert. Mit nachhaltigem Tourismus wird häufig auch „Sanfter Tourismus“ in Verbindung gebracht. Im Kern sollen durch nachhaltigen Tourismus so wenig wie möglich Ressourcen verbraucht und Treibhausgase emittiert werden.

Vor dem Hintergrund der Ressourcenintensivität im Tourismus stellt dies für die Branche eine Herausforderung dar. Neben Energie und Wasser werden Flächen z. B. für die Erweiterung und den Neubau von Hotels und Restaurants sowie touristische und Freizeitinfrastrukturen in Anspruch genommen. Auch erhöhen sich Abfallaufkommen und durch Mobilität verursachte Emissionen. Gäste, Investoren und die Öffentlichkeit erwarten von touristischen Akteuren aber zugleich eine zunehmende Sensibilität für sozial verantwortungsvolles und ressourcenschonendes Handeln.

Nach den Ergebnissen des Forschungsvorhabens „Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus“ im Rahmen der ReiseAnalyse des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), gefördert durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit aus dem Jahr 2014, ist für 31 % der Bevölkerung die ökologische Verträglichkeit von Urlaubsreisen wichtig. 28 % der Bevölkerung interessieren sich sowohl für ökologische als auch für sozial verträgliche Urlaubsreisen. Zwischen dem Wunsch, nachhaltig zu verreisen und der tatsächlichen Umsetzung gibt es laut der Studie aber eine deutliche Diskrepanz. 55 % derjenigen, die gerne nachhaltig reisen würden, sehen in den zusätzlichen Kosten einen Hinderungsgrund. Fast genauso häufig stehen eigene Urlaubswünsche einer nachhaltigen Urlaubsgestaltung im Wege. Als weitere Hürden werden die Bereiche Information und Kommunikation genannt. Das Forschungsvorhaben kommt zu dem Schluss, dass Nachhaltigkeit in den Köpfen der Gäste zwar angekommen ist. Sie ist aber den individuellen Erwartungen der Reisenden an ihren Urlaub häufig untergeordnet. Um das Reisen nachhaltiger gestalten zu können, muss der Aufwand für die Reisenden in einem attraktiven Verhältnis zum Nutzen stehen. Der Information und Kommunikation bis hin zur besseren Kennzeichnung nachhaltiger touristischer Angebote kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Dies setzt voraus, dass attraktive Angebote vorhanden sind oder geschaffen werden.

Aus Nachhaltigkeitssicht braucht es für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus keine Extra-Events, wohl aber eine Ausrichtung auf Qualität, gemeinsame Ziele und ein funktionierendes Netzwerk. Akzeptanz in der Region gibt dafür den Antrieb. Was den Einheimischen gut bekommt, zieht auch Touristen an. Sie suchen das Typische und finden einen zukunftsfähigen Alltag, zu dem der Tourismus gehört. Wo sich etwas zum Guten entwickelt, gerade in

ländlichen Regionen, ist an Landflucht nicht mehr zu denken. Das „Gute Leben“ ist für viele zu einer zentralen Botschaft einer enkelgerechten Entwicklung geworden.

Der Nachhaltigkeitsforscher Stefan Gössling, Professor an den Universitäten Kalmar und Lund (Schweden) beschreibt die Nachhaltigkeit im Tourismus als einen „gefühlten Trend“. Er sieht eine kleine Zielgruppe, die auf nachhaltiges Reisen achtet und auch bereit ist, dafür mehr zu zahlen. Die Mehrheit der Reisenden findet Nachhaltigkeit zwar prinzipiell gut, sehe die Aufgabe, etwas in Richtung mehr Nachhaltigkeit zu ändern, aber bei den Unternehmen.⁴

In Rheinland-Pfalz ist die nachhaltige Entwicklung im Tourismus nicht zuletzt seit Einführung der Tourismusstrategie 2015 Selbstverpflichtung für alle touristischen Akteure. In der neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 ist die nachhaltige Entwicklung als Ziel verankert. Einzelne Akteure profilieren sich bewusst durch nachhaltige Reiseangebote und die Zertifizierung durch Nachhaltigkeitslabels. Immer mehr Tourismusakteure sehen sich in der Pflicht, nachhaltiger zu wirtschaften, ihr gesellschaftliches und ökologisches Engagement einzubringen und diese Aktivitäten nach außen zu kommunizieren. Auf Landesebene tragen dazu insbesondere die Aktivitäten zur Unterstützung barrierefreier touristischer Angebote⁵ sowie der Auf- und Ausbau der Servicequalität Deutschland bei.

1 Programmatik Nachhaltiger Tourismus

Die **Weltorganisation des Tourismus (UNWTO)** verfolgt das Ziel der Entwicklung eines verantwortlichen, nachhaltigen und universell zugänglichen Tourismus, um zu ökonomischer Entwicklung, internationaler Verständigung, Frieden, Wohlstand und der Einhaltung der Menschenrechte beizutragen. Die UNWTO setzt sich hierzu insbesondere für die Einhaltung des Globalen Kodex für Ethik im Tourismus ein. Dieser hat zum Ziel, die positiven sozioökonomischen Auswirkungen des Tourismus zu maximieren und gleichzeitig mögliche negative Auswirkungen auf ein Minimum zu reduzieren.

In der 2015 verabschiedeten **Agenda 2030** haben die Vereinten Nationen globale Zielmarken (Sustainable Development Goals, sogenannte SGDs) gesetzt, die auch den Tourismus betreffen. Dazu gehören insbesondere

⁴ Vgl. www.sueddeutsche.de/reisen/nachhaltigkeit-fuers-gute-gefuehl-1.3409416.

⁵ Ein wesentlicher Förderschwerpunkt im Tourismus in Rheinland-Pfalz ist die Inwertsetzung und Schaffung barrierefreier touristischer Angebote im Rahmen der EFRE-Förderpolitik 2014-2010. Gemäß Einsetzungsbeschluss wird die Enquete-Kommission Tourismus Rheinland-Pfalz sich mit dem Querschnittsthema Barrierefreiheit im Tourismus zu einem späteren Zeitpunkt auseinandersetzen. Ausführliche Informationen zu diesem Thema werden zur entsprechenden Sitzung der Enquete-Kommission Tourismus Rheinland-Pfalz vorgelegt.

- SDG 8 - Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern,
- SDG 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen,
- SDG 13 - Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen,
- SDG 14 - Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen,
- SDG 15 - Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.⁶

Auf Bundesebene formuliert die **nationale Nachhaltigkeitsstrategie** den deutschen Beitrag zum Erreichen der SDGs. Zur Umsetzung von SDG 8 sollen Forschungs- und Modellprojekte für nachhaltigen Tourismus Akzente bei der Förderung eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus im In- und Ausland setzen. Beispiele sind die Integration von Umwelt- und Klimaschutz sowie der Biodiversität in Unternehmensentscheidungen, die Steigerung der Energie- und Ressourceneffizienz im deutschen Gastgewerbe oder der Schutz der Agro-Biodiversität in ländlichen Räumen und die integrierte nachhaltige Entwicklung von Küstenregionen.⁷

Die Agenda 2030 findet ihre Fortsetzung in der **Nachhaltigkeitsstrategie Rheinland-Pfalz aus 2015 sowie dem Indikatorenbericht aus 2017**. Die seinerzeit noch gültige Tourismusstrategie 2015 trägt dem Ziel eines nachhaltigen Tourismus Rechnung, indem sie neben der Förderung von Regionalität und Barrierefreiheit insbesondere die Verminderung des Ressourcen- und Flächenverbrauchs verstärkt in den Fokus nimmt. Weitere Ansatzpunkte sind die Steigerung der Energieeffizienz in Hotels und Gaststätten sowie die Anpassung der gastronomischen Angebote an veränderte Gästeansprüche (regional, vegetarisch, vegan) was ebenfalls zu einer schonenden Nutzung natürlicher Ressourcen beiträgt. Die Stärkung des Umweltbewusstseins und die Schonung natürlicher Ressourcen spielen ebenfalls bei der Entwicklung touristischer Infrastruktur eine wichtige Rolle, etwa mit Blick auf eine nachhaltige Mobilität in Verbindung mit dem Rheinland-Pfalz-Takt 2015.⁸

⁶ Vgl. <http://www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf>.

⁷ Vgl. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/publikationen/deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-neuaufgabe-2016-730826>.

⁸ Vgl. https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/mwkel/Abteilung_2/8206/02_Nachhaltigkeitsstrategie_Rheinland-Pfalz/Nachhaltigkeitsstrategie_2015.pdf,
https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/mwkel/Abteilung_2/8206/02_Nachhaltigkeitsstrategie_Rheinland-Pfalz/2017_Indikatorenbericht_Rheinland-Pfalz.pdf.

Mit der am 31.10.2018 veröffentlichten neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 wird die Nachhaltigkeit zu einem Ziel für alle Tourismusakteure.

Auf der touristischen Ebene beschreiben ferner zwei grundlegende Papiere Standards zur Nachhaltigkeit im Tourismus. Das **Positionspapier des Deutschen Tourismusverbands e.V. (DTV) „Tourismus und nachhaltige Entwicklung in Deutschland“** fordert seit 2013 den Schutz von Natur und Umwelt als Basis für einen zukunftsfähigen Tourismus. Ergänzt wird dies durch den 2016 veröffentlichten **Praxis Leitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen“**, den der DTV gemeinsam mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und dem Bundesamt für Naturschutz sowie der BTE Tourismus- und Regionalberatung entwickelt hat. Er erklärt, was Tourismusverantwortliche zur nachhaltigen Ausrichtung ihrer Destinationen tun können. Dazu gehören insbesondere die Zusammenarbeit zwischen Tourismusorganisationen und Naturschutzakteuren, die Intensivierung der Nutzung des ÖPNV und umweltfreundlicher Transportmittel, die touristische Einbindung und Bewerbung regionaler Produkte sowie die stärkere Berücksichtigung der Erwartungen der lokalen Bevölkerung an den Tourismus.⁹

Der **Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen 2016/17“** lieferte zudem wichtige Impulse für eine konkrete nachhaltige Entwicklung der deutschen Tourismuslandschaft. Die Auslobung des Bundeswettbewerbs erfolgte durch den DTV, unterstützt vom Bundesamt für Naturschutz und mit finanzieller Förderung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.

2 Nachhaltigkeit in gastgewerblichen Unternehmen

Die Nachfrage nach nachhaltigen / umweltbewussten Gastgebern steigt, da aufgrund der immer kürzeren Reisen die Beherbergung von häufig fast täglich wechselnden Gästen eine zunehmende Belastung für die Umwelt entsteht.

Dies bestätigt auch der DEHOGA Bundesverband und empfiehlt in seinen Handlungsempfehlungen „Nachhaltiges Wirtschaften in Hotellerie und Gastronomie“ (www.dehoga-umweltcheck.de) Maßnahmen für eine umweltorientierte Betriebsführung. Der unverbindliche Umweltcheck soll die Lücke zwischen dem Einstieg in das betriebliche Umweltengagement

⁹ Vgl. https://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Positionspapier_Nachhaltigkeit_2013.pdf,
https://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/leitfaden_nachhaltigkeit_160308.pdf,
<https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/nachhaltiger-tourismus#textpart-1>.

und sehr anspruchsvollen, teilweise kostenintensiven Umweltauszeichnungen oder Umweltmanagementsystemen (z. B. EMAS, ISO 14001) schließen.

Für eine nachhaltige Entwicklung sollten Neubauten einen Niedrigenergiestandard aufweisen, möglichst eigenproduzierten Strom verbrauchen, mindestens aber Strom aus erneuerbaren Energien von regionalen Anbietern beziehen. Einrichtungen zum Wassersparen sollten Verbrauch und Kosten senken. Grünflächen sollten insektenfreundlich gestaltet sein und der biologischen Vielfalt einen hohen Stellenwert einräumen. Im gastronomischen Bereich sollten die angebotenen Speisen aus lokalem und regionalem (biologischen) Landbau kommen. Auch sollte Produkten aus lokaler Produktion Vorrang eingeräumt werden. Nicht lokal hergestellte Produkte wie Kaffee sollten möglichst aus ökologischem Landbau kommen und fair gehandelt sein. Vegetarische Gerichte sollten angeboten werden. Das Frühstücksbuffet sollte möglichst ohne Plastik und Portionspackungen auskommen. Durch klugen Einkauf sollten Verpackungen reduziert und Lebensmittelverschwendung vermieden werden.

3 Nachhaltige touristische Mobilität

In einer nachhaltigen Destination erfolgen An- und Abreise idealerweise klimafreundlich vor allem mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Im Urlaubsgebiet sollen die Verkehre auf ein Minimum reduziert werden. Die Gäste sollen sich, soweit möglich, überwiegend zu Fuß oder mit dem Fahrrad bzw. E-Bike fortbewegen.

In Rheinland-Pfalz reisen die meisten Touristen mit dem eigenen Pkw an und legen auch Wert auf Mobilität mit dem eigenen Pkw vor Ort. Der schrittweise deutliche Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs im ländlichen Raum in Rheinland-Pfalz, der im Rahmen der ÖPNV-Konzepte Nord und Rheinhessen-Nahe seit Ende 2015 erfolgt und voraussichtlich 2025 abgeschlossen ist, kann hier Abhilfe schaffen. Touristen werden somit in immer mehr Regionen in Rheinland-Pfalz die Möglichkeit haben, ohne Pkw anzureisen und/oder vor Ort ohne Pkw mobil zu sein. Neben der Möglichkeit der Nutzung des ÖPNV, können Shuttle-Services (etwa zwischen Bahnhof und Unterkunft), Car-Sharing Angebote, ein Netz von E-Fahrzeugen mit Stromtankstellen z.B. an Hotels sowie Leihfahrräder aller Art Alternativen darstellen. Insbesondere bei Verleihsystemen ist Wert auf eine unkomplizierte Buchung via Internet oder Smartphone zu legen. Verkehrsmittel zu Tourismuszwecken sollten insbesondere in den Innenstädten schadstoffarme bzw. schadstofffreie Antriebstechnik nutzen.

In Rheinland-Pfalz ist das bestehende großräumige Radwegenetz neben den lokalen Ergänzungen wichtiger Bestandteil klimaschonender und schadstofffreier Mobilität im Alltags- und Freizeitverkehr. Zugleich liegt damit eine wichtige Grundlage für nachhaltige touristische Mobilität vor. Durch die verstärkte Nutzung von E-Bikes und Pedelecs wurden und werden die

Einsatzmöglichkeiten über das Fahrrad hinaus deutlich erweitert. E-Bikes und Pedelecs erschließen auch bisher aufgrund der Topografie für Fahrradfahrer weniger attraktive Gebiete. Gerade die an die Flusstäler anschließenden Mittelgebirge bieten damit weiteres Entwicklungspotenzial. Darüber hinaus werden neue Zielgruppen erreichbar, wenn auch weniger trainierte Nutzer können angesprochen werden.

Durch den Ausbau der Versorgung von Fahrgastschiffen mit Landstrom (insbesondere mit Blick auf den boomenden Markt der Flusskreuzfahrten) könnte ein wichtiger Beitrag zur Verbesserung der Nachhaltigkeit beim Wassertourismus geleistet werden.

Von besonderer Bedeutung für die Herstellung nachhaltiger touristischer Mobilität ist die Berücksichtigung der Belange der Bevölkerung bei der Angebotsgestaltung der Dienstleistungen, nicht zuletzt um einen dauerhaft wirtschaftlich tragfähigen Betrieb herzustellen.

4 Kooperation, Netzwerke, lokale und regionale Wertschöpfungsketten

Nachhaltigkeit und nachhaltiger Tourismus brauchen Kooperationen und aktive Netzwerke, um Akzeptanz, Qualität und schließlich auch Wertschöpfung erreichen zu können.

Ein wichtiger Ansatzpunkt ist die Versorgung mit lokalen und regionalen Lebensmitteln. Hier sind Dialog und Vernetzung mit lokalen und regionalen Produzenten gefragt, um eine Versorgung der Gastronomie sicherzustellen. Die Produktionsbetriebe können aber auch gleichzeitig zu Anlaufstellen für Besucher werden, Besichtigungen und Einkäufe anbieten.

Darüber hinaus ist eine enge Verständigung mit lokalen Vereinen und Initiativen für alle Beteiligten entlang der touristischen Servicekette hilfreich. Dies geht über Naturschutz- und Umweltorganisationen hinaus, die Wanderungen oder Führungen anbieten und Leistungen im Klima- und Naturschutz anschaulich machen.

Nachhaltiger Tourismus im Einklang mit Natur und Landschaft, der darüber hinaus auf Ressourceneffizienz und Klimaschutz setzt und die Belange der Bürgerinnen und Bürger einbezieht, trägt langfristig und dauerhaft zu einer lokalen und regionalen Wertschöpfung bei.¹⁰

5 Markenzeichen für nachhaltigen Tourismus

¹⁰ Weitergehend dazu soll auf die Sitzung der Enquete-Kommission Tourismus Rheinland-Pfalz am 07.09.2018 verwiesen werden, in der eine Anhörung von Experten zum Thema „Lokale und regionale Wertschöpfungsketten“ durchgeführt wurde.

Unter dem Begriff „Markenzeichen“ können verschiedene Dinge verstanden werden. Ein Image ist als Ergebnis eines Prozesses zu verstehen, der sich aus vielen (regionalen, destinationsorientierten) Bausteinen zusammensetzt. Label oder Siegel als Ergebnis von Zertifizierung gibt es in hoher Zahl. Sie setzen unterschiedliche Standards und Qualitäten voraus.

In einer Studie des Bundesverbandes „Die Verbraucher Initiative“ und des Zentrums für Nachhaltigen Tourismus an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde bekunden 40 % der deutschen Urlaubsreisenden, auf nachhaltigen Tourismus Wert zu legen. Ein dem entsprechendes Konsumverhalten ist allerdings nicht zu beobachten. Im Gastgewerbe tragen laut der o.g. Studie schätzungsweise 5 % der Betriebe eines der zahlreichen Nachhaltigkeitssiegel. In allen anderen touristischen Sektoren wie der Reisevermittlung oder Destinationen ist der Anteil äußerst niedrig.¹¹ Eine weitere Studie der o.g. Einrichtungen ermittelt, dass die meisten Tourismus-Labels zwar glaubwürdig, aber kaum bekannt sind.¹²

Ein neuer Trend ist die Zertifizierung nachhaltiger Destinationen. Die Zahl zertifizierter Einheiten ist mit ca. 4.500 hoch, wobei hier ein Großteil auf die segmentspezifischen Siegel „Wanderbares Deutschland“ und „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ entfällt. Das Saarland erhielt kürzlich die TourCert-Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“.¹³ Reiseveranstalter und Unterkünfte mit dem Siegel „TourCert“ sind sozial und ökologisch nachhaltig. Urlaubsanbieter, die sich für nachhaltigen Tourismus engagieren, gibt es auch auf den Webseiten von „forum anders reisen e. V.“ und „fairunterwegs.org“.

Einige touristische Betriebe haben Nachhaltigkeit zum Markenzeichen gemacht. Als erste Hotel-Angebotsgruppe haben sich die BIO HOTELS einer Nachhaltigkeits-Zertifizierung unterzogen. Damit ist die ständige Verbesserung der CO₂-Bilanz das erklärte gemeinsame Ziel. Die fast 100 BIO HOTELS (davon zwei in Rheinland-Pfalz) sind ein Zusammenschluss ökologischer Hotels in sechs europäischen Ländern, mit dem eine wachsende Klientel beworben wird. Bei der Unterkunftssuche kann man sich auch an den Labeln „Viabono“ und „Europäisches Umweltzeichen“ orientieren. Sie zeigen, dass eine Unterkunft Nachhaltigkeitsstandards gerecht wird. Das Logo des Vereins „ECOCAMPING“ weist besonders ressourcenschonend betriebene Campingplätze aus.

¹¹ Vgl. http://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Ergebnisbericht_Nachhaltiger-Tourismus.pdf.

¹² Vgl. http://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Ergebnisbericht_Nachhaltiger-Tourismus.pdf.

¹³ Vgl. <https://www.tourcert.org/saarland-zertifizierung/>.

Ein weiteres Beispiel für Destinationssiegel ist Baden-Württemberg. Vgl. <https://www.tourismus-bw.de/Natur/Gruener-Sueden2/Nachhaltigkeits-Check-fuer-Tourismusdestinationen>.

Die Bewegung „slow food“ steht für ein Qualitätsversprechen für mehr Genuss. Viele einheimische Erzeuger haben sich davon inspirieren lassen und setzen auf regionale Spezialitäten und Wirtschaftskreisläufe.

Ein Siegel sollte die Regionen/Destinationen in den Vordergrund stellen. Die touristischen Betriebe, die bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen (etwa den Deutschen Nachhaltigkeitskodex, Ökoprotit, etc.) und die sich in das Destinations-Netzwerk einbringen, sollten zudem abgeleitete Siegel führen dürfen, damit sie sich im Wettbewerb von denjenigen unterscheiden können, die bestimmte Mindeststandards in ihrer Region nicht erfüllen.

Dass es aktuell auch gegenläufige Tendenzen gibt, zeigt das Phänomen der „Instagramability“. Laut einer britischen Studie aus 2017 suchen 40 % der 18- bis 33-Jährigen ihre Reiseziele nach auf Instagram geposteten Fotos aus. Der Werbeeinfluss durch soziale Medien ist häufig Teil des touristischen Social Media Marketing. Gelegentlich werden bisher unbekannte Orte wegen der auf Instagrampräsenz in der Folge von Reisenden überrannt, wodurch diese Orte auch beeinträchtigt werden können.¹⁴

6 Best practice

6.1 Schleswig-Holstein

Mit „Mobilität, Marke und Magen“ bezeichnet Schleswig-Holstein seine drei wichtigsten Trends im nachhaltigen Tourismus. Nachhaltige Transportmöglichkeiten wie E-Mobilität, Regionen als nachhaltige Marken etablieren und gutes, regionales Essen forciert das Tourismus-Cluster ebenso wie die gemeinsame Arbeit zu den Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Die Schlei-Ostsee-Region wurde als erstes „nachhaltiges Reiseziel“ des Landes zertifiziert.¹⁵

6.2 Baden-Württemberg

Für Gäste in Baden-Württemberg spielt neben Natur, Kultur, Kulinarik und Wellness auch die Nachhaltigkeit eine zunehmend wichtige Rolle. Dazu gehören umweltfreundliche Anreisemöglichkeiten, barrierefreie Zugänge zu touristischen Attraktionen sowie regionale, landestypische Lebensmittel. Für die Tourismusregionen wurde ein Nachhaltigkeits-Check erstellt.¹⁶

¹⁴ Vgl. <https://www.tagesspiegel.de/politik/soziale-medien-wie-durch-instagram-aus-geheimtipps-globale-hotspots-werden/23199060.html>.

¹⁵ Vgl. www.tourismuscluster-sh.de.

¹⁶ Vgl. <https://www.tourismus-bw.de/Natur/Gruener-Sueden2/Nachhaltigkeits-Check-fuer-Tourismusdestinationen>.

6.3 Kärnten

Seit 2017 wirbt Kärnten erfolgreich mit Nachhaltigkeit im Tourismus. Als erste Region der Welt trägt das österreichische Bundesland das Label „Slow Food Travel“ der Slow Food Organisation. Es wird regional gekocht, Touristen können beim Ernten und Kochen selbst Hand anlegen. Zudem hat die Region die Radwege und das Angebot an E-Bikes massiv ausgebaut.¹⁷

6.4 Portugal

In einem emotionalen Kurzfilm präsentiert das Fernwanderwege-Netz Rota Vicentina sein Konzept des nachhaltigen Tourismus, das die Natürlichkeit und Authentizität dieser Gegend Portugals in den Vordergrund stellt. Es geht um die Kombination von Umweltschutz, Förderung örtlicher Unternehmen und Einbindung der Menschen, die vor Ort verwurzelt sind.¹⁸

6.5 Rheinland-Pfalz

Nachfolgende Angebote aus Rheinland-Pfalz verfügen über Siegel im Bereich der Nachhaltigkeit oder sind Beispiele für nachhaltige Ansätze. Die Auflistung ist nicht abschließend.

- Stiftsgut Keysermühle: Als Naturhotel und Slow-Food Restaurant liegt dem Projekt der Bürgerstiftung Pfalz das Wohl des einzelnen Menschen und der Gemeinschaft, der Gäste wie der Mitarbeitenden gleichermaßen am Herzen wie ein umsichtiger Umgang mit den ökologischen und ökonomischen Ressourcen.
- BioWeingut & Landhotel Gänz: Das BioWeingut & Landhotel Gänz in Hackenheim gehört zu den zertifizierten Biohotels.
- Hotel Bellevue: Mit zahlreichen Nachhaltigkeitsmaßnahmen zur Reduzierung und Vermeidung von umweltbelastenden Emissionen leistet das Hotel Bellevue in Boppard einen freiwilligen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.
- Gutshof Ziegelhütte: Der Gutshof Ziegelhütte OHG Hotel und Restaurant in Edenkoben ist als „Klimaschutzunternehmen der Bundesregierung“ ausgezeichnet.
- Waldhotel Felsbachhof: Das Waldhotel Felsbachhof in Ulmet ist zertifiziert bei Viabono und dem Convivium Pfalz der Slow-Food-Bewegung angeschlossen.

¹⁷ Vgl. <https://www.nachhaltigkeitsrat.de/aktuelles/nachhaltiger-tourismus-mobilitaet-marke-und-magen/>.

¹⁸ Vgl. <https://www.algarve-entdecker.com/2018/08/algarve-video-wirbt-fuer-nachhaltigen-tourismus/>.

- Biohotel Menschels: Im Biohotel Menschels Vitalresort in Meddersheim / Bad Sobernheim findet ökologisches, regionales und zertifiziertes Wirtschaften sowie Kochen in Bio-Qualität, verfeinert mit Kräutern aus dem hauseigenen Garten statt.
- Deutsch-französische Biosphären-Bauernmärkte: Die deutsch-französischen Biosphären-Bauernmärkte in Rheinland-Pfalz versammeln regionale Anbieter, bieten umweltschonend produzierte Qualitätsprodukte an und sind mit ihren Programmschwerpunkten (z. B. Schäferfest) wichtige und nachhaltige touristische Ereignisse, die gut mit dem ÖPNV zu erreichen sind.
- Programme Wikinger-Reisen: Beispielhaft für Nachhaltigkeit sind die Wikinger-Reisen Programme „Rheinsteig - Wandern auf hohem Niveau (Koblenz bis Rüdesheim)“ und „Die Eifel - Land der Maare & Vulkane“.
- Zelten in der Eifel: Auf abgeschiedenen Naturlagerplätzen dürfen Gäste ihr Zelt mitten in der Natur für eine Nacht aufbauen. Jeder Naturlagerplatz ist mit einer Komposttoilette ausgestattet und bietet auf einer Zeltplattform Platz für bis zu zwei Zelte. Die Standorte sind nur zu Fuß über Wanderwege erreichbar.
- Mit Sack und Pack: Mit Sack und Pack ist seit 1999 ein Reise-Veranstalter in Rheinland-Pfalz mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit.

7 Ausgewählte Förderinstrumente

Neben der allgemeinen Tourismusförderung trägt die ELER-Förderung¹⁹, insbesondere auch mit dem LEADER-Ansatz zur Herstellung nachhaltiger touristischer Angebote in ländlichen Räumen bei. So wurden in der Vergangenheit gerade auch in naturräumlich herausragenden Regionen verschiedene touristische Entwicklungen über- oder einzelbetriebliche Investitionen (Urlaub auf Bauern- und Winzerhöfen etc.) gefördert.

Aber auch flächenbezogene Maßnahmen zur Sicherung von Naturräumen oder der Sicherung der Streuobstbestände und des Steillagenweinbaus dienen einer nachhaltigen Kulturlandschaftsentwicklung und damit gleichzeitig dem Tourismus.

Regionale nachhaltige Baukultur hat bereits mit vielen guten Beispielen in Rheinland-Pfalz aufzeigen können, welcher Mehrwert auch für die Region und den Tourismus gewonnen werden kann. Bei der Nachhaltigkeit im Bereich des Planens und Bauens sind viele Kriterien zu beachten, angefangen von der Herstellung, über die Verarbeitung und der Frage der Materialität, bis hin zu den Lebenszykluskosten. Wettbewerbe und das Aufzeigen von best practice Beispielen können hier zur Verdeutlichung wichtige Instrumente darstellen.

¹⁹ Förderperiode 2014-2020: Entwicklungsprogramm EULLE.

C Klimawandel und Tourismus

Veränderungen des Klimas ziehen Folgeeffekte nach sich, die auch Einfluss auf den Tourismus haben und frühzeitig in die touristische Ausrichtung des Landes, seiner Regionen und Orte sowie die touristische Angebotsplanung einbezogen werden müssen.

1 Bereits aufgetretene und erwartete Klimaänderungen

Innerhalb der letzten 130 Jahre ist die Jahresmitteltemperatur in Rheinland-Pfalz um rund 1,5°C auf 9,6°C angestiegen. Der Anstieg der Jahresmitteltemperatur liegt gemäß Untersuchungen des Umweltbundesamtes in Rheinland-Pfalz über dem Bundesdurchschnitt.

Die Niederschlagsmenge hat seit Ende des 19. Jahrhunderts in Rheinland-Pfalz ganzjährig um rund zehn Prozent zugenommen. Insbesondere der Frühling und der Winter sind nahezu in ganz Rheinland-Pfalz deutlich feuchter geworden. Der Schwerpunkt liegt, bedingt durch die Zunahme der Westwindwetterlagen in den letzten Jahrzehnten, in den Mittelgebirgslagen Eifel, Hunsrück und Pfälzerwald. Auch winterliche Starkniederschläge haben an Intensität und Häufigkeit zugenommen. Die Sommermonate zeigen hingegen in Rheinland-Pfalz eine leicht fallende Tendenz der Niederschlagsmenge. Aktuelle Forschungsergebnisse deuten auf intensivere Starkregenereignisse bei höheren Temperaturen hin, wie sie in diesem Jahr oder 2016 beobachtet werden konnten.

Die mittlere Anzahl der Sommertage und auch der heißen Tage ist stark ansteigend. Gerade in den großen Flusstälern und hier vor allem in den Ballungsgebieten wurde die stärkste Zunahme beobachtet. Der Anstieg in den Höhenlagen ist dagegen moderater. Die Anzahl der Sommertage, an denen mindestens 25 C erreicht werden, ist in Rheinland-Pfalz seit 1951 um rund 20 Tage pro Jahr angestiegen. Im landesweiten Mittel gibt es etwa 40 Sommertage pro Jahr, jedoch existieren große regionale Unterschiede. Im Oberrheingraben sind es bereits heute circa 60 Sommertage.

Der Anteil der Frost- und Eistage ist landesweit rückläufig, allerdings mit großen Unterschieden von Jahr zu Jahr. Regional ist die Abnahme an Frosttagen im Pfälzerwald, im Hunsrück, in der Eifel und im Westerwald am größten.

Bei der Pflanzenphänologie lässt sich in Rheinland-Pfalz eine deutliche Verfrühung beobachten. Während Frühjahr und Sommer in Rheinland-Pfalz früher beginnen, aber kaum länger andauern als in der Vergangenheit, hat sich der Herbst zeitlich etwas ausgedehnt. Der Winter ist kürzer geworden.

2 Klimafolgen

Die Klimaänderungen entfalten Klimafolgen in verschiedenen Bereichen, die mittel- und unmittelbar auch Effekte auf den Tourismus haben.²⁰

Landwirtschaft und Weinbau werden durch die verlängerte Vegetationsperiode geprägt. Der Trend im von Weißweinen und Riesling geprägten Weinbau in Rheinland-Pfalz geht zum Anbau von Rotweinen und wärmeliebenden Rebsorten.

Auch Wald und Forstwirtschaft erfahren Veränderungen im Zuge des Klimawandels. Mit veränderter Wuchsdynamik und der Konkurrenzfähigkeit der Arten untereinander, ändern sich auch die Wuchszonen der Baumarten sichtbar. Durch Extremwetterlagen kann die Zugänglichkeit der Wälder empfindlich eingeschränkt werden.

Gerade die lange Trockenphase im Sommer 2018 zeigt die Anfälligkeit der Flüsse in Niedrigwasserperioden. Im Gegensatz dazu stehen Schifffahrtsbeschränkungen durch Hochwasser.

3 Auswirkungen von Klimafolgen im Tourismus

Mit den Folgeeffekten klimatischer Veränderungen auch im Tourismus hat sich im Jahr 2013 das Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen bei der Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft in der Studie „Klimawandel und Wirtschaft in Rheinland-Pfalz“ befasst. Die Ergebnisse sind im Folgenden zusammenfassend dargestellt.

²⁰ Erkenntnisse zu bereits beobachteten und erwarteten Klimafolgen in Rheinland-Pfalz liegen aus folgenden Quellen vor:

- Klimaschutzbericht des Landes Rheinland-Pfalz, Zusammenfassende Berichterstattung 2017
- Projekt KlimLandRP - Klima- und Landschaftswandel in Rheinland-Pfalz
- Projekt ForeStClim, Transnational Forestry Management Strategies in Response to Regional Climate Change Impacts
- Projekt KLIWA - Klimaveränderung und Konsequenzen für die Wasserwirtschaft
- Klimawandelbericht Rheinland-Pfalz 2013
- Klimabericht Rheinland-Pfalz 2007
- Enquete-Kommission Klimawandel des rheinland-pfälzischen Landtages
- Bericht der Enquete-Kommission 15/1 „Klimawandel“, Landtag Rheinland-Pfalz Drucksache 15/3600
- Die Folgen des Klimawandels für Rheinland-Pfalz. Aus der Arbeit der Enquete-Kommission „Klimawandel“ des Landtags. Heft 44, Schriftenreihe des Landtags Rheinland-Pfalz
- Klimawandelinformationssystem Rheinland-Pfalz (kwis-rlp)
- Klimawandelfolgen Speyer - integriertes Konzept und innovative Strategie zur Anpassung
- KlimawandelLernen RLP – Baugesetzbuch
- Klimawandel in der Praxis (KLIMPRAX – Stadtklima)
- KlimaFolgenDialog – Kommunale Kompetenznetzwerke zur Anpassung der Wirtschaft an den Klimawandel
- KlimaWandelAnpassungsCOACH RLP

Das Klima beeinflusst seit jeher Touristenströme und somit die Wirtschaftlichkeit der Branche. Durch die zunehmende Wettervolatilität und die damit verbundene Schwierigkeit der frühzeitigen Prognose buchen Kunden später, sodass die Branche mit weniger Planungssicherheit auskommen muss. Wird die Sicherheit eines Urlaubsziels von Reisenden als unzureichend wahrgenommen (z. B. durch Insektenschadereignisse) kann es gar gemieden werden. Auch bei starker Unsicherheit bzgl. der Wetterlage oder vergangenen negativen Erfahrungen kann es zu einer Entscheidung gegen einen Urlaubsort kommen. So kann die Zerstörung von Infrastrukturen durch Extremwetter die Erreichbarkeit von Angeboten (z. B. Zugänglichkeit von Wäldern, Sperrung von Wanderwegen) sowie die Mobilität der Reisenden einschränken.

Für den Tourismus kann der Klimawandel negative wie positive Effekte haben. Für Rheinland-Pfalz lassen sich folgende Aspekte beobachten:

- Durch die zunehmend milden Winter und einem deutlichen Rückgang der Schneedeckentage verliert der Wintersporttourismus an Bedeutung.
- Die Wander- und Radfahrsaison beginnt immer früher, die Sommersaison verlängert sich generell.
- Die für die Branche im Land wichtigen Wanderaktivitäten können in starken Hitzeperioden eingeschränkt werden. Die zunehmende Häufigkeit, Intensität und Länge von Hitzewellen kann sich in den besonders belasteten Gebieten des Oberrheingrabens negativ auf die Sommeraktivitäten auswirken.
- Eine zunehmende Belastung von Badegewässern durch Blaualgen ist möglich.

Im Brancheninterview der seinerzeitigen Studie zeigte sich, dass die klimatischen Verhältnisse als eher positiv empfunden wurden. Die klimatischen Veränderungen spielten dabei keine große Rolle für den Tourismus in Rheinland-Pfalz. Die warmen Sommertage mit 35-40°C erschienen der Branche förderlich. Steigende Flugpreise sind weniger ein Risiko für die Branche, da die Hauptquellmärkte in Pkw-Erreichbarkeit liegen.

Die Studie bemängelte seinerzeit, dass sich die Branche nicht ausreichend mit den Folgen des Klimawandels auseinandersetzt. Dies liegt vor allem an der fehlenden Prognosesicherheit. Studien befassen sich vor allem mit globalen Tendenzen oder einzelnen Ländern. Für die Branche fehlen Informationen zu den Folgen des Klimawandels für Rheinland-Pfalz sowie für die Quellmärkte.