

Gold  
**Rheinland-  
Pfalz**

# **Nachhaltigkeit im Rheinland-Pfalz Tourismus**

**Strategie für die Transformation zur nachhaltigen  
Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz**





# Inhalt

Vorwort	5
<b>1. Hintergrund und Aufgabenstellung</b>	<b>6</b>
<b>2. Bedeutung der Nachhaltigkeit für den Tourismus</b>	<b>8</b>
<b>3. Nachhaltiger Tourismus in der Umsetzung</b>	<b>13</b>
<b>4. Nachfrage nach nachhaltigen Reiseangeboten</b>	<b>17</b>
<b>5. Engagement zur Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in Deutschland</b>	<b>18</b>
<b>6. Aktuelle Themenschwerpunkte im Bereich des nachhaltigen Tourismus</b>	<b>21</b>
<b>7. Ausgangssituation für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Rheinland-Pfalz</b>	<b>22</b>
<b>8. Rahmenkonzept für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Rheinland-Pfalz</b>	<b>28</b>
<b>9. Empfohlene Maßnahmen und Aktivitäten zur Umsetzung des Rahmenkonzeptes</b>	<b>42</b>
Abkürzungen	46
Quellen	47
Impressum	50



## Vorwort

### Sehr geehrte Partnerinnen und Partner im Tourismus in Rheinland-Pfalz,

Der Tourismus ist ein wertvolles wirtschaftliches Standbein unseres Landes. Seine Bedeutung geht über die reine Wertschöpfung innerhalb der Branche hinaus. Tourismusbetriebe sind für die Lebensqualität in unseren Innenstädten, Ortskernen und Dörfern von großer Bedeutung. Sie prägen die Regionen, halten sie zukunftsfähig. Innovative Ideen, kreative Projekte und herzliche Gastgeber, die sich an den Wünschen und Bedürfnissen der Gäste orientieren, sind notwendig, um dieses Fundament weiterhin stark zu halten. Eine der größten Chancen liegt im nachhaltigen Tourismus. Ein entsprechendes Angebot ist derzeit stark nachgefragt.

Angesichts der großen Herausforderungen durch die Krisen der letzten Jahre wollen wir diese Entwicklungsmöglichkeit gemeinsam mit der Branche aktiv nutzen. In unserer Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 ist die Nachhaltigkeit eines der fünf Ziele. Das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau hat in diesem Rahmen gemeinsam mit den Partnerinnen und Partnern der Tourismusstrategie das vorliegende Konzept erarbeitet, um sich einer nachhaltigen, verantwortungsbewussten Tourismusentwicklung strategisch und strukturiert zu widmen.

Mit der vorliegenden Strategie stellen wir zukunftsorientierte Weichen. Die fünf entwickelten Leitlinien dienen als Leitplanken und geben die strategische Ausrichtung. Denn nur gemeinsam – mit den Tourismusdestinationen und den touristischen Leistungs-



trägerinnen und -trägern – können wir die Herausforderungen annehmen und uns gegenüber Krisen langfristig und flexibel aufstellen.

Wir wollen die verschiedenen Tourismusakteurinnen und -akteure in Rheinland-Pfalz sensibilisieren und motivieren, einen Beitrag zur nachhaltigen Tourismusentwicklung zu leisten. Viele haben sich bereits auf den Weg gemacht. Denn es geht darum, die wirtschaftliche Stabilität der Tourismusbetriebe und die Attraktivität der Tourismusdestinationen in Rheinland-Pfalz langfristig zu sichern.

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz erhält mit dem vorliegenden Konzept eine hervorragende Orientierung für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Nehmen wir die Herausforderung an und machen wir uns gemeinsam auf den Weg!

Ihre

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniela Schmitt'.

**Daniela Schmitt**

Ministerin für Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

# 1. Hintergrund und Aufgabenstellung

Kaum eine andere Branche in Rheinland-Pfalz war so sehr von der **Corona-Pandemie** betroffen wie die Tourismuswirtschaft, die mit Umsatzrückgängen von nie dagewesenem Ausmaß zu kämpfen hatte. Zwar erreichten die Übernachtungs- und Gästezahlen in Rheinland-Pfalz in 2022 wieder fast das Niveau von 2019, dennoch sehen sich eine Vielzahl von touristischen Unternehmen bis heute in ihrer Existenz bedroht, womit die außerordentlichen Folgen von COVID-19 noch länger zu spüren sein werden. Hinzu kommt, dass die **Flutkatastrophe im Ahrtal** und in Teilen der Eifel im Jahr 2021 als eine bereits sichtbare Folge des stetigen **Klimawandels** die Lage des Tourismus in Rheinland-Pfalz bzw. in den betroffenen Regionen verschärft hat. Hieran wird deutlich, wie verwundbar touristische Destinationen und Unternehmen gegenüber Krisensituationen sind, was umso mehr wiegt, als sich derartige Krisen in Zukunft häufen werden.

Darüber hinaus haben die Auswirkungen der Corona-Pandemie und des Klimawandels zu einer vermehrten Sensibilität der Reisenden gegenüber gesellschaftlichen und ökologischen Beeinträchtigungen geführt, die den Handlungsdruck auf die Politik und Wirtschaft und damit auch auf die Tourismusbranche nochmals erhöht. **Vor diesem Hintergrund hat sich Rheinland-Pfalz zum Ziel gesetzt, einen strategischen und operativen Veränderungsprozess in Richtung einer resilienten und nachhaltigen Tourismusentwicklung anzustoßen.**

In Ergänzung zu der bereits in der Umsetzung befindlichen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 wurde daher die Entwicklung eines **Konzeptes sowie von Leitlinien für eine nachhaltige Tourismusentwicklung**

in Auftrag gegeben. Das Konzept lehnt sich an die allgemeine Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Rheinland-Pfalz sowie den Stellungnahmen der Enquete-Kommission Tourismus an. Es dient als strategischer Rahmen für die Landesebene sowie bereits bestehende regionale und kommunale Konzepte für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Damit sollen die Weichen in Richtung einer präventiven und zukunftsorientierten Tourismusentwicklung gestellt werden, einhergehend mit dem Anspruch, die stetige Anpassungs- und Veränderungsbereitschaft tourismusrelevanter Akteurinnen und Akteure zu stärken.

**Ziel des vorliegenden Konzeptes** ist es, bestehende positive Ansätze und Entwicklungen sowie Handlungsbedarfe im Bereich des nachhaltigen Tourismus in Rheinland-Pfalz aufzuzeigen und zu eruieren, welche strategischen und operativen Impulse für die weitere Profilierung beim Thema Nachhaltigkeit gesetzt werden müssen.

Mittels Analyse von Studien, Konzepten und Maßnahmen anderer Destinationen und guten Beispielen sowie einer Status-quo Untersuchung des Tourismus zu Fragen der Nachhaltigkeit in Rheinland-Pfalz, wurden **Handlungsfelder** identifiziert, **Leitlinien** entwickelt sowie ein **schlüssiges Konzept** als künftiger Orientierungs- und Aktionsrahmen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz erarbeitet. Besonderes Augenmerk wurde hierbei auf die gesellschaftlichen Megatrends, das Thema Fachkräfte sowie die Schnittstellen zu den acht Strategieprojekten zur Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 gelegt.

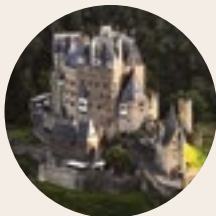
## Die 8 Strategieprojekte im Überblick



**Wirtschafts-  
standortmarke**



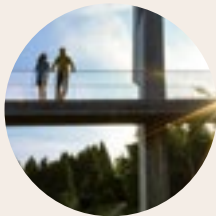
**Starke Familien-  
unternehmen**



**Strategische  
Geschäftsfelder**



**System  
Tourismus**



**Impuls-  
investitionen**



**Gastgewerbe in  
Rheinland-Pfalz**



**Informations-  
offensive**



**Strategisches  
Landesmarketing**

Quelle: Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025, Jahresbericht (2022)

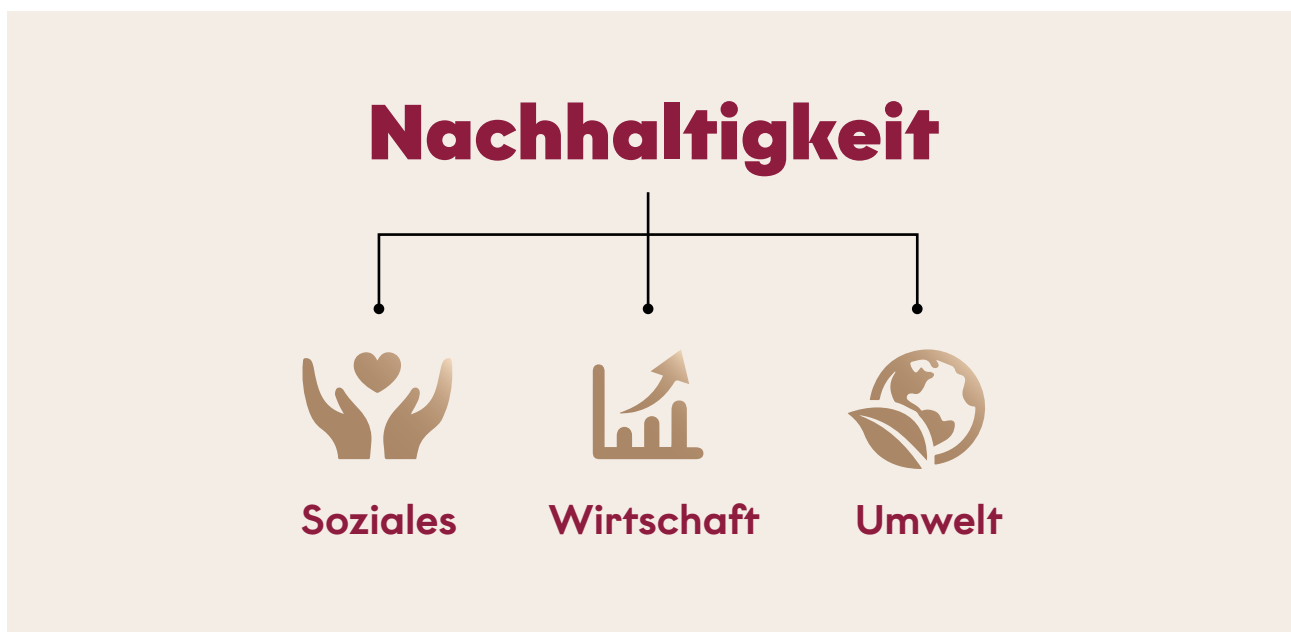
## 2. Bedeutung der Nachhaltigkeit für den Tourismus

Der Begriff Nachhaltigkeit ist kein Modewort, sondern existiert seit gut 300 Jahren und stammt aus der Forstwirtschaft. Nachhaltige Holzgewinnung sieht vor, dass dem Wald nur so viel Holz entnommen wird, wie im gleichen Zeitraum nachwächst. Dementsprechend steht nachhaltige Entwicklung für eine Lebensweise, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne die Gestaltungsmöglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden.

Das Konzept der Nachhaltigkeit umfasst die drei Säulen bzw. Dimensionen **Umwelt**, **Soziales** und **Wirtschaft**. Es erkennt die Wechselwirkungen zwischen diesen an und verfolgt das Ziel, eine gute Balance zwischen den Säulen herzustellen.

Unter **ökologischer** Nachhaltigkeit wird der Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen bzw. die Verhinderung des Raubbaus an der Natur verstanden. Es geht darum, Ressourcen wie Wasser, Luft, Boden und Artenvielfalt zu schützen bzw. zu erhalten. Die **soziale** oder auch sozio-kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit umfasst in erster Linie die Sicherung der Grundbedürfnisse aller Menschen und eine gerechtere Verteilung von Wohlstand. **Ökonomische** Nachhaltigkeit zielt darauf ab, dauerhaft eine stabile Wirtschaft zu gewährleisten, ohne dabei über die Verhältnisse zu leben. Das grundlegende Konzept der Nachhaltigkeit beinhaltet keine eindeutig definierten Kriterien und beschreibt keinen Idealzustand, sondern ist vielmehr als Prozess des Abwägens im Rahmen des gesellschaftlichen Diskurses zu verstehen.

### Drei Säulen der Nachhaltigkeit





Nachhaltige Entwicklung ist seit der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro Leitbild der internationalen Politik. Aktuell stellt die von den Vereinten Nationen im Jahr 2015 verabschiedete Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung die maßgebliche Richtlinie für die globale Umsetzung von Nachhaltigkeit dar. Sie umfasst insgesamt 17 Ziele, die so genannten **Sustainable Development Goals** (SDGs). Als einer der wichtigsten globalen Wirtschaftszweige wird der Tourismus in drei der 17 Nachhaltigkeitsziele ausdrücklich als wichtiger Sektor zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung benannt. Hierbei handelt es sich um die Ziele 8 – „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“, 12 – „Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster“ sowie 14 – „Leben unter Wasser“. Die SDGs verdeutlichen, welche Aspekte der Wandel hin zu einer nachhaltigen Entwicklung umfassen sollte und dient damit auch dem Tourismussektor als Orientierung auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Wirtschaftsweise.

## Nachhaltiger Tourismus

Angesichts des aufkommenden Massentourismus in den 1970er Jahren entstand der nachhaltige Tourismus in den 1980er und 1990er Jahren als Alternativkonzept. Unter nachhaltigem Tourismus versteht man

**„Tourismus, der den derzeitigen und zukünftigen ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen umfassend Rechnung trägt und dabei die Bedürfnisse der Gäste, der Industrie, der Umwelt wie der einheimischen Bevölkerung berücksichtigt.“**  
(UN-Welttourismusorganisation – UNWTO 2005)

Basis ist die Gewährleistung wirtschaftlicher Prosperität von Tourismusdestinationen und Unternehmen. Darüber hinaus geht es darum, positive Wirkungen auf Umwelt und Gesellschaft zu verstärken und negative weitestgehend zu reduzieren. Die Tabelle auf der nachfolgenden Seite gibt einen Überblick über daraus abgeleitete Forderungen und Handlungsziele.

### 17 Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030



Quelle: UNWTO & UNEP 2017

Demzufolge steht der nachhaltige Tourismus für die Suche nach einer tragfähigen Balance zwischen ökonomischer Stabilität und Wohlstand auf der einen und ökologischer Verträglichkeit sowie sozialer Verantwortung und kultureller Sensibilität auf der anderen Seite.



## Forderungen und Handlungsziele eines nachhaltigen Tourismus

### Forderungen

### Handlungsziele

#### Ressourcenschutz und Erhalt ökologischer Prozesse

- Verbrauch der Ressourcen im Rahmen ihrer Regenerationsfähigkeit
- Kontinuierliche Substitution von nicht erneuerbaren Energieträgern
- Emissionen reduzieren, sodass der natürliche Kreislauf gewahrt bleibt und Grenzwerte eingehalten werden
- Aktivitäten und Flächenverbrauch so gestalten, dass biologische Vielfalt erhalten bleibt oder wächst und Grenzwerte eingehalten werden

#### Respekt vor sozio- kulturellen Strukturen der Bevölkerung in den Zielgebieten

- Kapazitätsgrenzen beachten
- Wahrung und Stärkung lokaler Entscheidungsebenen und Einbeziehung von Interessen der Öffentlichkeit
- Kulturelles Erbe und Identität stärken
- Toleranz der Touristen im Einklang mit interkultureller Offenheit vor Ort

#### Gewährleistung stabiler wirtschaftlicher Aktivitäten

- Zufriedenheit der Bevölkerung mit der (Tourismus-)Entwicklung
- Schaffung regionaler Wirtschaftskreisläufe
- Schaffung von ganzjähriger Beschäftigung/Verringerung von Saisonalität
- Erhöhung des Lohnniveaus/Gleichstellung der Geschlechter
- Schaffung von Vielfalt der Beschäftigung

Quelle: Umweltbundesamt 2020

## Klimawandel und Verlust der Biodiversität

Der Klimawandel und seine Folgen müssen als eine der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts angesehen werden. Tourismus ist wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig auf klimatische Faktoren angewiesen. Damit ergibt sich eine besondere Vulnerabilität der Tourismusbranche gegenüber den fortschreitenden klimatischen Veränderungen.

In Deutschland ist die Jahresmitteltemperatur dem Deutschen Wetterdienst zufolge seit Beginn der Aufzeichnungen um 1,6 °C angestiegen und die Anzahl der Hitzetage hat sich deutlich erhöht. In Hinblick auf die Gesamtniederschläge ist ein signifikanter Anstieg zu erkennen, wobei die Niederschlagsmengen im Winter stark zugenommen haben und im Sommer leicht zurückgegangen sind. Darüber hinaus nehmen Extremwetterereignisse wie Hitzewellen und Starkregen zu. Die klimatischen Veränderungen gehen mit Nachfrageverlagerungen bzw. Preisschwankungen einher. Demzufolge ist die Tourismusbranche direkt und indirekt von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen, gleichzeitig, aufgrund der mobilitätsbedingten Treibhausgasemissionen, aber auch Mitverursacher der Erderwärmung.

Um den Folgen des Klimawandels zu begegnen, können grundsätzlich zwei Ansätze unterschieden werden: Während durch konsequenten Klimaschutz das Voranschreiten des Klimawandels abgemildert werden soll, helfen Anpassungsstrategien und -maßnahmen dabei, auf die bereits heute spürbaren klimatischen Veränderungen zu reagieren.

Jedoch ist der Tourismus nicht nur Mitverursacher des Klimawandels, sondern auch Risikofaktor für die Artenvielfalt. Biodiversität kann z. B. durch Infrastrukturausbau oder ungesteuerte touristische Aktivitäten in Mitleidenschaft gezogen werden. Dabei sind naturbelassene, attraktive Landschaften sowie die Vielfalt an Pflanzen und Tieren elementare Bestandteile des touristischen Produktes. In der Regel bilden sie sogar die zentrale Geschäftsgrundlage des Tourismus und sind Voraussetzung für einen langfristigen ökonomischen Erfolg. Aber es lassen sich auch positive Effekte hinsichtlich des Erhalts der biologischen Vielfalt beobachten. So trägt Tourismus z. B. durch Angebote in den Bereichen Naturerlebnis, Naturinterpretation und Umweltbildung dazu bei, die Natur zu schützen und behutsam in Wert zu setzen.



## Fach- und Arbeitskräftemangel

Der Fachkräftemangel ist in Deutschland mittlerweile ein allgegenwärtiges Problem in vielen Branchen, darunter auch im Tourismus. Vor allem das Gastgewerbe ist bereits seit langem von Fachkräftengpässen betroffen. Während der COVID-19-Pandemie hat sich die Situation durch Abwanderung in andere Wirtschaftsbereiche nochmals verschärft. Nach aktuellen Umfragen von DEHOGA und den IHKs beklagen nahezu 70 Prozent der Betriebe einen akuten Mangel an Mitarbeitenden.

Neben der demografischen Entwicklung mit einer rückläufigen Zahl an Erwerbstätigen sind vor allem ungünstige Rahmen- und Arbeitsbedingungen im Tourismus Ursachen des Fachkräftemangels. Unregelmäßige Arbeitszeiten, Überstunden, Saisonverträge, unterdurchschnittliches Lohnniveau sowie geringe Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten nähren das unvorteilhafte Image des touristischen Arbeitsmarktes.

## Overtourism und Tourismusakzeptanz

Einige touristische Destinationen verzeichnen, zumindest temporär oder lokal, ein derart großes Besucheraufkommen, dass Überbelastungserscheinungen von Umwelt und Bevölkerung zu Tage treten. Neben Städten und Küstengebieten gilt dies zunehmend auch für kleinere Destinationen und ländliche Räume, die über eine besonders attraktive Sehenswürdigkeit oder einzigartigen Naturraum für Outdoor-Sportarten verfügen. Besonders in der Zeit der COVID-19-Pandemie konnte das Phänomen Overtourism im Zuge der Verlagerung von Touristenströmen auf inländische Urlaubs- und Tagesausflugsziele mancherorts beobachtet werden. Die Folge können Unzufriedenheit und Vorbehalte seitens der einheimischen Bevölkerung gegenüber ansteigenden Besucherzahlen sowie ein Akzeptanzverlust für den Tourismus sein.



### 3. Nachhaltiger Tourismus in der Umsetzung

Die Umsetzung von Prinzipien der Nachhaltigkeit in der Tourismuspraxis erfordert ein prozessorientiertes Vorgehen, das zunächst darauf abzielt, (eigene) konkrete Handlungsschritte zu entwickeln, um im unternehmerischen Umfeld sowie auf der Destinations-ebene sukzessive nachhaltiger zu werden. Alle am Tourismus Beteiligten können dazu einen Beitrag leisten, doch im Wesentlichen lassen sich drei Akteursgruppen, damit verbundene Aktionsebenen und Instrumente zur Implementierung eines nachhaltigen Tourismus unterscheiden:

- **Politische Rahmensetzung:** Der Beitrag der Politik liegt in der Schaffung und Gestaltung der politischen Rahmenbedingungen (z. B. Raum-/Flächennutzungsplanung, Gebietsmanagement, Bildung etc.) sowie in der Übernahme von Gemeinschaftsaufgaben.
- **Selbstverpflichtungen der Tourismusunternehmen:** Unternehmen sind aufgefordert, gesellschaftliche Verantwortung im Kerngeschäft zu übernehmen und damit ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten, der über die gesetzlichen Vorgaben hinausgeht. Hier steht somit nicht nur der ökonomische Erfolg im Blickpunkt, sondern auch die Art und Weise, wie die Gewinne erwirtschaftet und verwendet werden.
- **Nachhaltige Reiseentscheidungen informierter Touristinnen und Touristen:** Reisende können durch ihre Kaufentscheidung, d. h. zugunsten oder gegen ein bestimmtes Produkt, die Nachfrage nach nachhaltigen Tourismusleistungen steigern. Somit beeinflussen sie mit ihrem Konsumverhalten das Angebot und können zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung beitragen.

Im Rahmen der operativen Umsetzung von Nachhaltigkeit müssen alle Nachhaltigkeitsdimensionen mit ihren jeweiligen handlungsleitenden Themenfeldern entlang der gesamten touristischen Leistungs- bzw. Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang spielt die Identifizierung von Kriterien und Indikatoren eine besondere Rolle, um Transparenz zu schaffen und um das Monitoring des Veränderungsprozesses sicherzustellen. Über die ergänzende Dimension Management wird die Implementierung von Nachhaltigkeit auf ein solides Fundament gestellt.

## Nachhaltiges Tourismusmanagement – Operativer Ansatz

Nachhaltigkeitsdimensionen	Themenfelder	Kriterien und Indikatoren
<p><b>Umwelt</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaschutz und Energiemanagement</li> <li>• Ressourcenschutz und Erhalt der biologischen Vielfalt</li> <li>• Abfallmanagement</li> <li>• Wasser- und Abwassermanagement</li> <li>• An-/Abreise und Mobilität vor Ort</li> </ul>	
<p><b>Wirtschaft</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebliche Rentabilität und Wettbewerbsfähigkeit</li> <li>• Regionale Wertschöpfung</li> <li>• Investition in Nachhaltigkeit</li> <li>• Qualifizierung</li> <li>• Servicequalität und Gästezufriedenheit</li> </ul>	
<p><b>Soziales</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeit und Beschäftigung</li> <li>• Historisches Erbe und regionale Kultur</li> <li>• Toleranz und interkulturelles Verständnis</li> <li>• Tourismus für Alle</li> <li>• Soziales Engagement</li> </ul>	
<p><b>Management</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsleitbild</li> <li>• Nachhaltigkeitsstrategie</li> <li>• Managementstruktur</li> <li>• Kommunikation und Sensibilisierung</li> <li>• Zertifizierung</li> <li>• Klimaanpassung und Resilienz</li> </ul>	

Kriterien- und Indikatoren-Set für  
sämtliche Themenfelder

Quelle: mascontour, eigene Zusammenstellung (2022)

## Politische Steuerungsinstrumente für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Es gibt eine Reihe von Ansätzen und Instrumenten, um die Implementierung von Nachhaltigkeitsaktivitäten in Destinationen und Unternehmen zu fördern. Hierzu gehören u. a. verschiedene politische Steuerungsinstrumente und Maßnahmen.

Während die so genannten „**harten**“ **politischen Instrumente** z. B. Gesetze, Verordnungen, Steuern und Abgaben umfassen und rechtlich bindend sind, handelt es sich bei den „**weichen**“ **Instrumenten** um z. B. Selbstverpflichtungen, Wettbewerbe und Weiterbildungsmaßnahmen, die keine rechtliche Verbindlichkeit besitzen und neben staatlichen Institutionen auch von Verbänden, Destinationsmanagementorganisationen, dem Privatsektor oder Nichtregierungsorganisationen eingesetzt werden können.

Inhaltlich lassen sich die politischen Steuerungsinstrumente zur Förderung der Nachhaltigkeit im Tourismus wie folgt strukturieren: **Lenkungs- und Kontrollinstrumente** (u. a. Gesetze, Verordnungen, Raumplanungsinstrumente und Umweltverträglichkeitsprüfungen), **ökonomische und fiskalische Instrumente** (Steuern, Gebühren, Subventionen, Investitionen etc.), **Messinstrumente** (z. B. Nachhaltigkeitsindikatoren & Monitoring oder Definitionen von Grenzen der Tourismusedwicklung), **freiwillige Instrumente/Selbstverpflichtungen** (Richtlinien, Mindeststandards, Verhaltenskodizes, Leitfäden, Auszeichnungen, Zertifizierungen etc.) sowie unterstützende Instrumente (u. a. öffentliche Infrastruktur, Aus- und Weiterbildung, Tourismusmarketing).

## Standards und Zertifizierungen für nachhaltigen Tourismus

Die Entwicklung und schlüssige Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus sind nur möglich, wenn es Standards mit Kriterien und Indikatoren gibt, anhand derer überprüft werden kann, welche Teilbereiche der Nachhaltigkeit berücksichtigt sind und in welche Richtung sie sich entwickeln. Zudem können sie dabei helfen, ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit im Tourismus zu schaffen und die Nachhaltigkeitsperformance einer Destination oder eines Unternehmens zu bewerten und auch vergleichbar zu machen.

In diesem Zusammenhang spielen die **Global Sustainable Tourism Criteria** (GSTC) eine zentrale Rolle, die eine Art globalen Mindeststandard für Nachhaltigkeit darstellen, den Unternehmen und Destinationen erreichen sollten. Wichtig sind ferner das von der Europäischen Kommission entwickelte **European Tourism Indicator System** (ETIS), welches sich neben der Bewertung auch der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsperformance widmet, sowie der vom Deutschen Tourismusverband e.V. publizierte **Praxisleitfaden für Nachhaltige Tourismusdestinationen**, um sich einen Überblick über aktuelle Standards für nachhaltigen Tourismus zu verschaffen.



**Zertifizierungssysteme und Gütesiegel** für nachhaltige Tourismusangebote gibt es in großer Zahl. Die meisten widmen sich der Nachhaltigkeit von Beherbergungsbetrieben, allerdings existieren entsprechende Programme auch für andere touristische Leistungen sowie für die gesamte Destination.

Verschiedene Studien belegen, dass die Anwendung von Zertifizierungssystemen und Gütesiegeln im Zuge der Implementierung von Nachhaltigkeit mit klaren Vorteilen für die betreffenden Unternehmen und Reiseregionen verbunden ist. So bieten sie fachliche Beratung und Begleitung bei der Einführung von nachhaltigen Verfahrensweisen und entsprechenden Managementprozessen, liefern einen Orientierungsrahmen bei der Auswahl von Zulieferern, Vertrags- und Kooperationspartnern, unterstützen bei der Positionierung als nachhaltiger Betrieb bzw. nachhaltige Region und erleichtern Konsumierenden die Suche nach entsprechenden touristischen Produkten.

Allerdings gibt es auch kritische Stimmen. Sie bemängeln in erster Linie die Unübersichtlichkeit und große Zahl von Zertifizierungssystemen und Gütesiegeln, weisen auf den hohen Aufwand bei der Anwendung hin und stellen fest, dass die meisten Systeme und Siegel einem großen Teil der Verbraucherinnen und Verbraucher unbekannt sind und bei der Kaufentscheidung nur eine untergeordnete Rolle spielen.

In der Regel können Unternehmen und Destinationen durch die Einhaltung vorgegebener Kriterien ihre Standards hinsichtlich Qualität, ökologischer und sozialer Performance verbessern. Oft geht die Einführung von Zertifizierungssystemen und Nachhaltigkeitssiegeln mit hohen finanziellen Einsparungen im Bereich Energie- und Wasserverbrauch einher, welche die Kosten des Implementierungsprozesses bei weitem übertreffen.



## 4. Nachfrage nach nachhaltigen Reiseangeboten

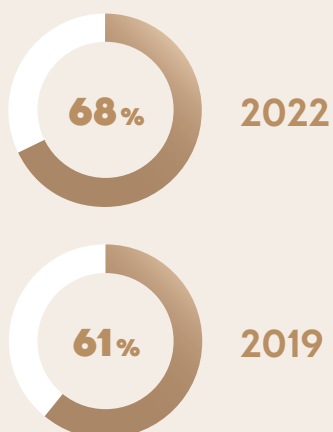
Verbraucherinnen und Verbraucher achten beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen zunehmend auf Aspekte der Nachhaltigkeit. Dies zeigt sich auch in Bezug auf die Bedeutung von Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. So belegen Marktforschungen, dass die Mehrheit der Reisenden auf Nachhaltigkeit achtet und den Urlaub nachhaltig gestalten möchte. Verstärkt

wurde das Interesse an bzw. die Beachtung von Umweltzeichen und Nachhaltigkeitssiegeln nicht zuletzt durch die Fridays for Future-Bewegung und die COVID-Pandemie. Insgesamt ist der Anteil derjenigen, die Angebote zur Kompensation von Treibhausgasemissionen im Zusammenhang mit Urlaubsreisen in den letzten Jahren genutzt hat, deutlich gestiegen.

### Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2022 und 2019

#### Einstellung Urlaubsreisende

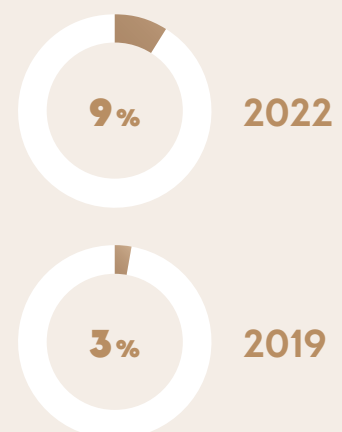
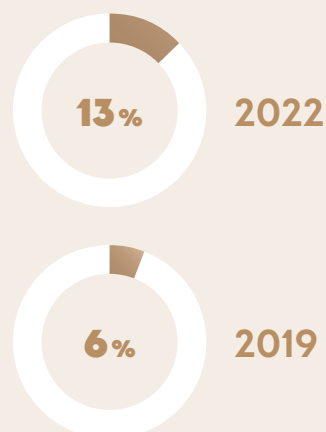
Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich, ressourcenschonend und/oder umweltfreundlich sein



#### Verhalten Urlaubsreisen (5+ Tage)

Orientierung an Nachhaltigkeitskennzeichnung der Unterkunft oder des Reiseveranstalters

CO<sub>2</sub>-Kompensation für An-/Abreise oder Aufenthalt getätigt



Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass nachhaltige Reiseangebote nach wie vor selten gebucht werden. Intention und Verhalten liegen weit auseinander und die Gründe hierfür sind vielfältig. So geben die Konsumierenden an, dass sie grundsätzlich dazu bereit wären, nachhaltiger zu reisen, wenn keine zusätzlichen Kosten damit verbunden wären, sich ihre Urlaubswünsche erfüllen ließen, mehr Informationen zur Verfügung gestellt würden, es für Nachhaltigkeit

im Tourismus ein allgemein anerkanntes, eindeutiges Gütesiegel gäbe, das Angebot größer und die Suche nach entsprechenden Leistungen nicht so mühsam bzw. eine adäquate Beratung, z. B. im Reisebüro, möglich wäre. Damit sind die Punkte benannt, an denen Destinationen und Unternehmen ansetzen können, um die Nachfrage nach nachhaltigen Reiseangeboten zu erhöhen.

## 5. Engagement zur Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in Deutschland

Destinationen, touristische Verbände und Unternehmen engagieren sich deutschlandweit zunehmend für einen nachhaltigen Tourismus. Demzufolge existiert mittlerweile eine Vielzahl an touristischen Nachhaltigkeitsaktivitäten und -initiativen, die Rheinland-Pfalz gute Impulse wie praktische Hilfestellungen für die Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus liefern können, einerseits für den Aufbau potenzieller Kooperationen (über die Landesgrenzen von Rheinland-Pfalz hinaus), andererseits für die Implementierung von Maßnahmen auf der Basis guter Beispiele aus anderen Destinationen.

### Rahmenwerke auf Bundesebene

Den aktuellen nationalen politischen Rahmen für den nachhaltigen Tourismus bildet die **Nationale Tourismusstrategie** des Bundeswirtschaftsministeriums,

die im Juni 2021 veröffentlicht wurde. Angesichts der wachsenden Herausforderungen der Branche wurden bereits Eckpunkte zur Weiterentwicklung des Papiers erarbeitet, die unter anderem die Transformation hin zu einem nachhaltigen und zukunftsfähigen Tourismus vorsehen.

Weitere strategische Rahmenwerke, die für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Deutschland von großer Bedeutung sind und die politischen Rahmenbedingungen der Branche mitbestimmen, sind die **Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie** (DNS), die **Deutsche Anpassungsstrategie an den Klimawandel** (DAS) sowie die **Nationale Strategie zur Biodiversität** einschließlich des Handlungsfeldes „Tourismus und naturnahe Erholung“. Im November 2016 hat die Bundesregierung außerdem den **Klimaschutzplan 2050** verabschiedet und darin ihre langfristigen Klimaschutzziele beschrieben.

## Rahmenwerke auf Landesebene

Auch auf Länderebene lassen sich zunehmend Bestrebungen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung erkennen. In 14 Bundesländern existieren Nachhaltigkeitsstrategien, die den Rahmen und die Ziele für eine nachhaltige Entwicklung in den jeweiligen Bundesländern vorgeben.

Landestourismusstrategien oder -konzepte liegen in allen Bundesländern vor. Das Thema Nachhaltigkeit ist in fast allen Dokumenten berücksichtigt, jedoch in unterschiedlicher Tiefe und Breite. Während mehr als die Hälfte der Bundesländer Nachhaltigkeitsthemen in ihren Landestourismuskonzepten eingebettet haben und ihre Reiseregionen bei der nachhaltigen Ausrichtung der Tourismusaktivitäten unterstützen, wird in sechs Bundesländern Nachhaltigkeit lediglich als Ziel bzw. Querschnittsthema für sämtliche Handlungsfelder genannt.

## Nachhaltigkeitsmanagement der Landestourismusorganisationen

Das Thema Nachhaltigkeit ist in den Landestourismusorganisationen der Bundesländer auf unterschiedliche Weise verankert, entweder strategisch, in Form von schriftlich fixierten Nachhaltigkeitsleitlinien, oder, um das Nachhaltigkeitsengagement auch operativ sicherzustellen, durch die Benennung einer für Nachhaltigkeit beauftragten Person.

Darüber hinaus haben bereits die Hälfte der Landestourismusorganisationen innerbetriebliche Maßnahmen umgesetzt, wie z. B. auch die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, die Maßnahmen im Bereich der Energie- und Ressourceneinsparung, Müllvermeidung oder nachhaltigen Mobilität realisiert hat.

Eine Nachhaltigkeitszertifizierung für Destinationen ist auf Landesebene bislang nur im Saarland durchgeführt worden. Allerdings haben sich bereits einige Reiseregionen und Orte zertifizieren lassen. Hierzu zählen u. a. die Destinationen Deutsche Weinstraße, Bad Herrenalb, Insel Juist, Hochschwarzwald, Nördlicher Schwarzwald, Ostseefjord Schlei, Sächsische Schweiz, Spessart-Mainland, Uckermark und Winterberg.

## Aktivitäten der Tourismusverbände

Tourismusverbände wie der **Deutsche Tourismusverband (DTV)** oder der **Deutsche Reiseverband (DRV)** setzen sich aktiv für nachhaltigen Tourismus ein. So veröffentlichte der DTV im Jahr 2012 ein *Positionspapier* zu Tourismus und nachhaltiger *Entwicklung* und formulierte darin konkrete Leitsätze zur Gestaltung eines nachhaltigen Tourismus in Deutschland. Der DTV ist außerdem federführend für die Umsetzung des Bundeswettbewerbs *Nachhaltige Tourismusregionen* verantwortlich, der das Nachhaltigkeitsengagement von Tourismusdestinationen auszeichnet. Eines der Nachhaltigkeitsprojekte des DRV ist der *Ecotrophea Award*, der Nachhaltigkeitsprojekte in der Tourismusbranche auszeichnet. Die Kampagne *#reisebewusst* wurde 2020 vom DRV ins Leben gerufen. Sie hat zum Ziel, durch die Bereitstellung von Tipps zum bewussten Reisen auf die sozialen und ökologischen Auswirkungen des Tourismus aufmerksam zu machen.

Der **Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)** hat eine Klimakampagne gestartet und den DEHOGA-Umweltcheck entwickelt, der den Mitgliedern aus dem Bereich Beherbergung und Gastronomie die Möglichkeit gibt, ihre Umweltleistung zu überprüfen.



Das **Forum Anders Reisen** und **Futouris** setzen sich umfassend für nachhaltigen Tourismus ein. Als Dachverband kleiner und mittelständischer Reiseveranstalter verpflichtet das Forum Anders Reisen seine Mitglieder zur Einhaltung eines eigenen, detaillierten Kriterienkataloges für einen langfristig ökologischen, wirtschaftlich tragfähigen sowie sozial gerechten Tourismus. Futouris realisiert als Nachhaltigkeitsinitiative der deutschen Tourismuswirtschaft gemeinsam mit seinen Mitgliedern innovative und anwendungsorientierte Projekte, die dazu beitragen sollen, die Branche nachhaltiger zu gestalten.

### Aktivitäten anderer Akteurinnen und Akteure

In Deutschland gibt es eine Vielzahl weiterer Akteurinnen und Akteure, darunter auch Nichtregierungsorganisationen, die eine nachhaltige Tourismusentwicklung unterstützen. Die meisten konzentrieren sich auf spezifische Themenfelder der Nachhaltigkeit, legen den Schwerpunkt also entweder auf die ökologische oder auf die soziokulturelle Dimension der Nachhaltigkeit.

Die Aktivitäten reichen von Kampagnen, Initiativen und Projekten über Informations- und Weiterbildungsangebote bis hin zur Etablierung von nachhaltigen Tourismusnetzwerken. Genannt seien an dieser Stelle das Bündnis **Nationale Naturlandschaften** der Groß-

schutzgebiete, die Umweltverbände **Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland** (BUND) sowie **Naturschutzbund Deutschland** (NABU), **KATE Umwelt und Entwicklung e.V.** oder der **Verbandearbeitskreis „Nachhaltiger Tourismus“** des Ö.T.E. (Europäischer Tourismus in Europa), ein Bündnis bundesweit agierender Verbände aus Natur- und Umweltschutz, Freizeit, Sport, Tourismus und alternativer Mobilität.

Ein noch junges auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes bundesweites Tourismusnetzwerk ist die **Exzellenzinitiative – Nachhaltige Reiseziele**, die es Destinationen ermöglicht, sich zu vernetzen, zu Themen bzw. Herausforderungen der Tourismusbranche auszutauschen sowie über die Durchführung gemeinsamer Projekte die Umsetzung von Nachhaltigkeitsaktivitäten zu fördern.



In allen Bundesländern gibt es zertifizierte und ausgezeichnete Betriebe, die Nachhaltigkeitsmaßnahmen eingeführt haben und sich für eine nachhaltige Tourismusentwicklung einsetzen. Einige von ihnen haben aufgrund ihrer außerordentlichen Nachhaltigkeitsbemühungen Vorbildcharakter und sind Leuchttürme in der Branche.

## 6. Aktuelle Themenschwerpunkte im Bereich des nachhaltigen Tourismus

Unter Berücksichtigung der Landestourismusstrategien bzw. -konzepte sowie deren touristische Nachhaltigkeitsaktivitäten bilden aktuell der **Biodiversitätsschutz**, **nachhaltige Mobilität** sowie **Klimaschutz und Ressourceneffizienz** die ökologischen Schwerpunktthemen im Bereich des nachhaltigen Tourismus.

Das Thema Biodiversitätsschutz spielt vor allem im Zusammenhang mit touristischen Aktivitäten in Schutzgebieten eine Rolle, die attraktive Reiseziele für den Tourismus darstellen und gleichzeitig Belastungen gegenüber besonders empfindlich sind. Die Entwicklung und Bereitstellung nachhaltiger naturtouristischer Angebote, Besucherlenkungsmaßnahmen, geführte Touren und Besucherzentren sind beispielhafte Maßnahmen, die zur Förderung von nachhaltigen naturtouristischen Aktivitäten in diesen Gebieten beitragen sollen. Im Bereich der nachhaltigen Mobilität spielen Konzepte eine vorrangige Rolle, die eine umweltfreundliche An- und Abreise ermöglichen und vor Ort Alternativen zum Auto bereithalten. In diesem Zusammenhang sind vernetzte und integrierte Mobilitätsketten sowie der Ausbau von Ladestationen für E-Fahrräder und E-Autos zu nennen. Maßnahmen zum Klimaschutz und Ressourceneffizienz beziehen sich zumeist auf innerbetriebliche Prozesse zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance und Kosteneinsparungen von Tourismusunternehmen.



Schwerpunkt im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit stellt u. a. das Thema **Barrierefreiheit** bzw. **Tourismus für Alle** dar.

Maßnahmen hierzu sind fester Bestandteil der Tourismusstrategien der meisten Bundesländer und auch auf Ebene vieler Reiseregionen zu finden. Im Vordergrund steht die Etablierung von barrierefreien Urlaubs- und Ausflugsangeboten, die nach dem bundesweit gültigen Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ geprüft und zertifiziert sind.

Die Förderung regionaler und saisonaler Produkte und die Stärkung **regionaler Wirtschaftskreisläufe** ist in vielen Destinationen ein weiteres wichtiges Aktionsfeld. Deutschlandweit gibt es zahlreiche Initiativen und Regionalmarken, die zur Erhöhung der Wertschöpfung und Verwendung von lokalen Produkten und damit zur Erhaltung bzw. Etablierung regionaler Lieferketten beitragen möchten. Nicht zuletzt im Kontext des Klimaschutzes gewinnt das Thema auch aufgrund der kürzeren Transportwege immer mehr an Bedeutung.

Schließlich ist die bereits erwähnte **Tourismusakzeptanz** zu nennen. Abgesehen von Großstädten ist sie vor allem an den Küsten sowie in einigen Orten Bayerns von Relevanz, die sich durch eine vergleichsweise hohe Tourismusintensität auszeichnen und in denen es zumindest temporär zu Überlastungserscheinungen und den damit einhergehenden negativen Folgen kommt.

**Klimawandelanpassungsmaßnahmen** spielen trotz der globalen wie nationalen branchenübergreifenden Bedeutung strategisch wie operativ bislang keine besondere Rolle in deutschen Tourismusregionen. Aktuell werden lediglich einzelne Pilotprojekte umgesetzt.

## 7. Ausgangssituation für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz

### Strategien und Leitlinien einer nachhaltigen Entwicklung

Auf Landesebene bilden verschiedene gesetzliche Rahmenwerke, Richtlinien, Strategien und Konzepte die Grundlagen und Leitplanken für die nachhaltige Entwicklung in Rheinland-Pfalz, die Umweltaspekte, Klimaschutz, Biodiversität, Mobilität und Tourismus einschließen.

Die 2001 verfasste **Nachhaltigkeitsstrategie Rheinland-Pfalz** wurde 2019 aktualisiert und 2021 durch einen Indikatorenbericht ergänzt. In ihr ist die Nachhaltigkeit als Ziel verankert, jedoch spielt der Tourismus keine herausragende Rolle, sondern wird lediglich in einem kurzen Abschnitt, mit Verweis auf die Tourismusstrategie von 2025, behandelt. Die Nachhaltigkeitsstrategie ist das zentrale Steuerungsinstrument zur Umsetzung der globalen Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 (SDGs) auf Landesebene.

Das **Klimaschutzgesetz Rheinland-Pfalz** ist das zentrale Instrument der rheinland-pfälzischen Klimaschutzpolitik, welches die nationalen Anforderungen des Bundes-Klimaschutzgesetzes auf Landesebene ergänzt. Es zielt darauf ab, bis 2030 Klimaneutralität bei gleichzeitiger Reduktion der Treibhausgasemissionen um 90 % im Vergleich zu 1990 zu erreichen (Klimaschutzgesetz Rheinland-Pfalz § 4).

Das **Landesklimaschutzkonzept Rheinland-Pfalz** von 2015 legt die Umsetzung der Klimaschutzziele fest, die in acht Handlungsfeldern und einem Maßnahmenkatalog konkretisiert sind und u. a. Gewerbe, Handel, Dienstleistungen sowie Verkehr zum Gegenstand haben. Das Landesklimaschutzkonzept ist damit Basis kommunaler Klimaschutzmaßnahmen.

Die **Biodiversitätsstrategie Rheinland-Pfalz** 2015 bildet die Grundlage für Maßnahmen zum Erhalt der biologischen Vielfalt und befasst sich ausdrücklich mit dem nachhaltigen Tourismus bzw. mit touristischen Angeboten in Schutzgebieten und Naturerlebnissen.

Der **MobilitätsKONSENS Rheinland-Pfalz** setzt auf einen partizipativen Wandel in der Mobilität bzw. auf die Einbeziehung der Akteurinnen und Akteure, um Mobilitätsanforderungen im ländlichen und städtischen Raum zu eruieren und innovative Ansätze zu diskutieren.

### Themenschwerpunkte und Herausforderungen für den Rheinland-Pfalz Tourismus

Alle Destinationen, so auch das Bundesland Rheinland-Pfalz, stehen vor wachsenden Herausforderungen, die aus veränderten Rahmen- und Umfeldfaktoren resultieren und Einfluss auf deren Wettbewerbsfähigkeit, touristische Organisationen sowie kooperierende Akteurinnen und Akteure und nicht zuletzt auch auf die Nachfrage haben.

### Klimatische Veränderungen

Seit 2010 beschäftigt sich das Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen mit den Auswirkungen des Klimawandels auf Landesebene und bietet Informationen und Beratung für Politik, Entscheidungstragende und die Öffentlichkeit. Laut diesem ist Rheinland-Pfalz vom Temperaturanstieg in besonderem Maße betroffen. Insbesondere in den ohnehin relativ warmen Regionen des Oberrheingrabens oder im Rhein- und Moseltal ist dies zu spüren. Mittlerweile ist die Zahl der Sommertage um 15 und die der Hitzetage um fünf im Vergleich zu Beginn der Aufzeichnungen gestiegen und auch die Zahl der Hitzewellen nahm deutlich zu. Frosttage hingegen gingen um 15, Schneedeckentage um 12 zurück. Der Jahresniederschlag ist insgesamt leicht gestiegen, allerdings regnet es im Sommer weniger und im Winter mehr als früher. Klimaprojektionen zeigen eine Fortsetzung beobachteter Trends. Das Kompetenzzentrum hat errechnet,

dass Rheinland-Pfalz, je nach Szenario (ohne/mit Klimaschutzmaßnahmen), mit einer Erwärmung von 1–1,5 °C bzw. 2,5–4,5 °C rechnen muss.

Der Klimawandel wirkt sich auf die natürlichen Ressourcen und die Gesellschaft und damit direkt und indirekt auf den Tourismus aus: Landschaft, Biodiversität und Gewässer verändern sich, Energie- und Mobilitätskosten steigen, das Image und auch die Nachfrage sind einem Wandel ausgesetzt. Ein umfassendes Klimaschutz- und Anpassungskonzept für den Tourismus in Rheinland-Pfalz fehlt bisher. Konkrete Maßnahmen im Bereich Klimaschutz und Klimaanpassung im Tourismus konzentrieren sich auf einzelne Projekte, wie beispielsweise „KlimaTour Eifel – Netzwerk Klimaschutz und Tourismus“ des Naturparks Nordeifel oder „Mosel Adaptiv“, ein Projekt zur Klimawandelanpassung in der Moselregion.

## Die Flutkatastrophe im Ahrtal

Die Flutkatastrophe im Ahrtal war eine der schwersten Naturkatastrophen in den letzten 50 Jahren in Europa und hat das Ahrtal massiv und darüber hinaus Teile der Regionen Eifel, Mosel-Saar und Rheintal verwüstet. Mit der Flut ist der Tourismus als eine wichtige Einnahmequelle nahezu komplett zusammengebrochen. Nicht nur viele Unterkünfte und Restaurants wurden zerstört, sondern auch ein Großteil der ergänzenden Infrastruktur, u. a. Straßen, Brücken und Bahngleise.

Infolge der Zerstörung sind die Übernachtungszahlen massiv eingebrochen, was über die betroffene Region hinaus ausstrahlte. Mehr als 80% der Hotels und Restaurants in der Region hat das Hochwasser beschädigt. Viele müssen komplett renoviert oder neugebaut werden. Zurzeit befindet sich der Tourismus in der Ahrtal-Region nach wie vor im Wiederaufbau; so stehen zwar 2023 rund ein Drittel der Bettenkapazitäten wieder zur Verfügung, aber es ist unklar, wann der Tourismus das „alte Niveau“ wieder erreichen wird. Beim Wiederaufbau des Tourismus setzt das Ahrtal auf die Entwicklung und Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus.

### Fach- und Arbeitskräftemangel

Der Arbeitskräftemangel, verstärkt durch die Corona-Pandemie, belastet touristische Akteurinnen und Akteure in Rheinland-Pfalz enorm: Daten des rheinland-pfälzischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (MWVLW) offenbaren, dass 2023 70 % der Gastbetriebe offene Stellen haben und nur 50 % der Arbeitskräfte nach den Corona-bedingten Schließungen in den Tourismussektor zurückgekehrt sind.

Branchenverbände, die Transformationsagentur Rheinland-Pfalz und Bildungsinstitutionen bieten den Unternehmen verstärkt Unterstützung bei der Gewinnung von Arbeits- und Fachkräften an. Die Landesregierung hat mit den verbesserten Regelungen des Entgelttarifvertrages für das Hotel- und Gaststättengewerbe Impulse für die Steigerung der Attraktivität der Arbeitsplätze im Gastgewerbe gesetzt. Weitere Chancen ergeben sich eventuell aus dem überarbeiteten Fachkräfteeinwanderungsgesetz, um die Zuwanderung ausländischer Fachkräfte zu erleichtern.

Auf der anderen Seite entwickeln Unternehmen auch eigene Strategien, um dem Fachkräftemangel im Tourismus etwas entgegenzusetzen. So ging z. B. im Oktober 2021 ein Arbeitgebernnetzwerk für Familienbetriebe „Working Family“ an den Start, welches im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 mit Hilfe der IHKs auf den Weg gebracht wurde. Es handelt sich um eine gemeinsame digitale und innovative Plattform zur Personalgewinnung im Gastgewerbe und bietet Stellenbörsen, informiert über Aktionen und stellt Personalmanagement-Infos zur Verfügung.

### Engagement zur Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in Rheinland-Pfalz

#### Strategien und Konzepte auf Landes- und Reiseregionsebene

In Rheinland-Pfalz ist das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus in den fachspezifischen Konzepten und Strategien bisher nur teilweise verankert; einzelne Regionen nehmen in ausgewählten Handlungsfeldern jedoch bereits eine Vorreiterrolle ein.

**Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025:** Mit der 2018 vorgestellten Tourismusstrategie werden die fünf Ziele Wertschöpfung, Profilierung, Tourismusbewusstsein, Kooperation und Nachhaltigkeit verfolgt, die über verschiedene Handlungsfelder, sog. „strategische Wege“ und acht Strategieprojekte konkretisiert bzw. erreicht werden sollen. Darin fügt sich u. a. das vorliegende gutachterliche Konzept für einen nachhaltigen Tourismus in Rheinland-Pfalz ein.

**Regionale Tourismuskonzepte und Tourismusstrategien:** Für alle zehn rheinland-pfälzischen Tourismusregionen liegen Tourismuskonzepte vor oder befinden sich aktuell in der Erarbeitung; alle sind eng mit der Landesstrategie verknüpft. Die Leitthemen sind Erlebnisse in der Natur, Wein, Genuss und Kultur. Zu den inhaltlichen Schwerpunkten zählen Infrastruktur- und Angebotsentwicklung, Marketing sowie Kooperation/Vernetzung. Qualität wird als wichtiges Querschnittsthemen benannt, in dessen Kontext insbesondere Zertifizierungen und Qualifizierung von Anbietenden von Relevanz sind.



Das Thema Nachhaltigkeit spielt in den vorliegenden Tourismuskonzepten bisher zwar kaum eine Rolle, aber einzelne Nachhaltigkeitsthemen wie z. B. Mobilität (E-Bike), Barrierefreiheit, Landschafts- und Naturschutz sowie Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit wie z. B. Tourismusbewusstsein werden berücksichtigt. Darüber hinaus gewinnt Nachhaltigkeit in den Reiseregionen zunehmend an Bedeutung und wird im Rahmen verschiedener Einzelaktivitäten umgesetzt. Hervorzuheben ist die Region des Ahrtals, in der im Kontext des Wiederaufbaus des Tourismus auf die konsequente Ausrichtung des Tourismus auf Nachhaltigkeit gesetzt wird. Die **Deutsche Weinstraße** hat sich als bislang einzige Reiseregion in Rheinland-Pfalz zum Thema Nachhaltigkeit zertifizieren lassen („Nachhaltiges Reiseziel“, TourCert).

Das auf Initiative von mehr als 270 Beherbergungsbetrieben entwickelte **Gästeticket des Verkehrsverbundes Rhein-Mosel (VRM)** ermöglicht eine kostenfreie Nutzung von Bussen und Zügen des ÖPNV/SPNV im gesamten VRM-Gebiet sowie Zugang zu ca. 120 Ausflugszielen. Das VRM-Gebiet erstreckt sich von Kaub/Oberwesel bis Unkel/Rolandseck im Norden und umfasst auch die Hunsrückbahn sowie Teile der Mosel- und Lahnstrecke.



### Engagement des Privatsektors und der Leistungsanbieterinnen und Leistungsanbieter

Die Leistungsanbieterinnen und Leistungsanbieter in Rheinland-Pfalz setzen bereits zahlreiche Nachhaltigkeitsmaßnahmen um, deren Tiefe deutlich variiert. Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH hat 2022 eine erste Übersicht zu den Aktivitäten erstellt, die laufend aktualisiert wird. Eine Befragung von Anbietenden im Jahr 2022 zeigte:

- Betriebsinternes Nachhaltigkeitsmanagement ist selten, etwa ein Viertel hat Nachhaltigkeitsbeauftragte.
- Ökologische Maßnahmen dominieren: Energieeinsparung (z. B. energiesparende Geräte, Dämmung) und Wassersparmaßnahmen sind weit verbreitet. Etwa 40 % der Unternehmen beziehen Öko-Strom aus erneuerbaren Quellen. Zudem sind der Schutz der Artenvielfalt und das Angebot vegetarischer/veganer Speisen verbreitet.
- Sozio-kulturelle Maßnahmen werden häufig umgesetzt: Natürliches und kulturelles Erbe wird gefördert, Gästen wird fundiertes Informationsmaterial geboten, Barrierefreiheit sowie Weiterbildung zu Nachhaltigkeit, Servicequalität und Gesundheit sind üblich.
- Darüber hinaus kommen vermehrt regionale Produkte zum Einsatz.
- Einige Betriebe verfügen über Nachhaltigkeitssiegel. Hierzu zählen in erster Linie *Viabono* und der *Viabono CO<sub>2</sub>-Fußabdruck*, in geringer Zahl aber auch *GreenSign*, der *DEHOGA-Umweltcheck*, *Eco-camping*, *Biohotels* und *TourCert*.

## Nachhaltigkeitsaktivitäten und -performance ausgewählter touristischer Akteurinnen und Akteure

Hinsichtlich der Nachhaltigkeitsperformance des Gastgewerbes im Vergleich zu der von Destinationsmanagementorganisationen/ Tourist-Informationen zeichnen sich sichtbare Unterschiede ab. So konnte dank einer Erhebung für das vorliegende Konzept ermittelt werden, dass das Gastgewerbe bei ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeitsaspekten relativ gut aufgestellt ist, aber bei Bekanntheit von bzw. Zertifizierungen mit Nachhaltigkeitssiegeln Nachholbedarf besteht. Dahingegen schneiden die Destinationsmanagementorganisationen/ Tourist-Informationen bei der Umsetzung sozialer Aspekte der Nachhaltigkeit vergleichsweise gut und in Sachen Bekanntheit von bzw. Zertifizierung mit Nachhaltigkeitssiegeln zumindest mittelmäßig ab. Insgesamt lässt sich konstatieren, dass die Nachhaltigkeitsperformance bei beiden Akteursgruppen ausbaufähig ist.

### Engagement der Nationalen Naturlandschaften

Nachhaltiger Tourismus ist ein fest verankerter Schutzzweck in allen neun Nationalen Naturlandschaften in Rheinland-Pfalz, der in allen Schutzgebieten gefördert und umgesetzt wird. Rheinland-Pfalz beherbergt das Biosphärenreservat Pfälzerwald-Nordvogesen, den Nationalpark Hunsrück-Hochwald und sieben Naturparke: Südeifel, Nordeifel, Rhein-Westerwald, Nassau, Saar-Hunsrück, Soonwald-Nahe und den Natur- sowie UNESCO Global Geopark Vulkaneifel.

Die Nationalen Naturlandschaften bieten vielfältige Naturaktivitäten wie Wandern, Radfahren und Kanufahren sowie verschiedene Naturerlebnisangebote.

Die Initiative Partner der Nationalen Naturlandschaften fördert Kooperationen zwischen diesen Gebieten und umweltverträglichen Betrieben, insbesondere im Hunsrück-Hochwald, der Eifel und im Pfälzerwald-Nordvogesen.

### Engagement regionaler Initiativen und Netzwerke

In Rheinland-Pfalz existieren einige regionale Initiativen und Netzwerke hinsichtlich der Etablierung und des Managements von Regionalmarken, die eine wichtige Rolle bei der Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus spielen. Hierzu zählen die **Regionalmarke Eifel GmbH**, die **Hunsrück-Nahe-Vermarktungs-GmbH** (Regionalmarke „SooNahe“), die **Regionalinitiative Faszination Mosel** oder die **Regionalinitiative Saar-Hunsrück** (Regionalmarke „Ebbes von Hei“).

Das **Cittaslow Netzwerk** ist ein internationales Netzwerk, das auf der Grundlage der Agenda 21 durch eine nachhaltige und behutsame Stadtentwicklung mehr Lebensqualität erzielen will. In Rheinland-Pfalz gehören Cittaslow Maikammer, Cittaslow Deidesheim und das Cittaslow-Netzwerk Pfalz dazu.

18 Kommunen in Rheinland-Pfalz wurden als **Fair-trade-Towns** ausgezeichnet, die fairen Handel auf lokaler Ebene fördern. Darüber hinaus arbeiten weitere Kommunen an der Anerkennung. Diese Städte haben ein Netzwerk gebildet, um Erfahrungen auszutauschen und den fairen Handel voranzutreiben.

## Stärken und Schwächen – Chancen und Risiken im nachhaltigen Tourismus in Rheinland-Pfalz

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz zeigt verschiedene Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken im Kontext der nachhaltigen Tourismusentwicklung:

Auf der **positiven Seite** stehen das gut etablierte Tourismusnetzwerk der Partnerinnen und Partner im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025, die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Landestourismusstrategie sowie zunehmende Bemühungen auf Ebene der Destinationsmanagementorganisationen, insbesondere im Ahrtal. Es gibt viele Beispiele für nachhaltig agierende Betriebe, teilweise mit Zertifizierungen, vor allem im Gastgewerbe. Die Nationalen Naturlandschaften setzen sich systematisch für nachhaltigen Tourismus ein und übernehmen als Kompetenzzentren Informationsarbeit in Sachen Nachhaltigkeit und bieten hochwertige regionale Angebote.

Die Bemühungen der Landestourismusorganisation das Nachhaltigkeitsthema zu verankern stehen jedoch erst am Anfang, und die Zahl der Leistungsträ-

gerinnen und -träger, die sich im Bereich Nachhaltigkeit engagieren, ist steigerungsfähig. Die bestehenden nachhaltigen Angebote sind oft nicht ausreichend sichtbar und die Vernetzung zwischen den Akteurinnen und Akteuren im Nachhaltigkeitsbereich kann optimiert werden. Die Schutzgebiete sind stärker in die touristische Entwicklung einzubinden und ihr Potenzial, nachhaltigen Tourismus auch in der Breite zu entwickeln, kann noch ausgebaut werden. Zudem sollte dem Thema Risikomanagement auf Destinations- und Betriebsebene ein stärkeres Gewicht verliehen werden.

Zu den **Chancen** zählen die politischen Rahmenwerke auf Bundes- und Landesebene, die nachhaltige Entwicklungen fördern und, wie im Falle der rheinland-pfälzischen Biodiversitätsstrategie, nachhaltigen Tourismus explizit als Handlungsfeld nennen. Der Megatrend Nachhaltigkeit sowie die steigende Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten eröffnen neue Möglichkeiten für touristische Angebote. Der Trend zu Urlaub in Deutschland und speziell in der Natur sowie die wachsende Bedeutung von Regionalität als Nachhaltigkeitsfaktor sind ebenfalls als Chance zu sehen. Zudem bieten verschiedene Förderprogramme Unternehmen Unterstützung, sich im Bereich Klimaschutz und Klimaanpassung besser aufzustellen.

Allerdings sind auch **Risiken** zu beachten. Klimaveränderungen in Form von Temperaturanstiegen, Extremwetterereignissen und veränderten Niederschlagsmustern können die Erlebnisqualität mindern und gesundheitliche Risiken mit sich bringen. Extremwetterlagen können zudem dazu führen, dass die Ausübung bestimmter touristischer Aktivitäten beeinträchtigt wird, während steigende Kosten für Energie und Treibstoff die Betriebskosten erhöhen und Investitionen in Nachhaltigkeit bremsen könnten. Zudem könnte die Verschärfung der Verfügbarkeit von Fachkräften ein weiteres Risiko darstellen.

## 8. Rahmenkonzept für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Rheinland-Pfalz

Ausgehend von den Ergebnissen der vorangegangenen Analyse folgt das Rahmenkonzept für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Rheinland-Pfalz dem Resilienzansatz, der nachfolgend anhand der strukturellen wie auch inhaltlichen Elemente beschrieben wird.

Die **Vision** fasst bildhaft den wünschenswerten Zustand des Tourismus in Rheinland-Pfalz bis 2030 zusammen, die **strategischen Ziele** legen fest, was in Zukunft mit der Umsetzung des Resilienzansatzes erreicht werden soll und die **Leitlinien und Handlungsfelder** konkretisieren den Kontext für den mit Maßnahmen unteretzten Aktionsplan (vgl. Abb.).

### Rahmenkonzept für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Rheinland-Pfalz

#### Elemente des Resilienzansatzes für den Tourismus in Rheinland-Pfalz



## Resilienz als strategischer Ausgangspunkt für ein zukunftsorientiertes Tourismusmanagement

Um dem Reisen einen langfristigen Wert und eine Zukunftsperspektive geben zu können, müssen wir uns von ideologischen Debatten und kosmetischen Korrekturen verabschieden. Stattdessen gilt es, die touristische Roadmap der Zukunft darauf auszurichten, den Tourismus in all seinen Facetten kritisch zu reflektieren, wo notwendig, neu auszurichten, und aktuelle und künftige Herausforderungen dafür zu nutzen, die Resilienz und Nachhaltigkeit von Destination und touristischen Unternehmen in Rheinland-Pfalz konsequent zu stärken.

Zufriedene Gäste und Mitarbeitende, hohe Aufenthalts- und Lebensqualität vor Ort sowie ökonomischer Erfolg auf Destinations- und Unternehmensebene werden gleichermaßen und auf Dauer nur erreichbar sein, wenn wir die Resilienz unserer touristischen Zielgebiete und Unternehmen in den Mittelpunkt der touristischen Entwicklung von Rheinland-Pfalz stellen.

Ein resilienter Tourismus bedeutet, **ganzheitlich zu denken** und

- **Wettbewerbsfähigkeit,**
- **Modernisierung,**
- **Nachhaltigkeit** und
- **Risikovorsorge**

als gleichwertige Elemente für ein zukunftsorientiertes Handeln auf Destinations- und Unternehmensebene zu begreifen.

Auf diesem Wege lässt sich sowohl die eigene als auch die gesellschaftliche Leistungsfähigkeit, Widerstandskraft und Stabilität im Sinne einer umfassenden Existenzsicherung sowie des Gemeinwohls in Rheinland-Pfalz langfristig sicherstellen.

Während der Resilienzansatz den roten Faden für die künftige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz bildet, steht das **Thema „Nachhaltigkeit“ als wesentliches Element von Resilienz** im Fokus des Rahmenkonzeptes.

Die Leitplanken für unser künftiges Handeln zur sukzessiven Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance des Tourismussektors bilden die **Sustainable Development Goals (SDGs)**, die für uns ebenso handlungsleitend sind wie die in der **Nachhaltigkeitsstrategie von Rheinland-Pfalz** definierten Nachhaltigkeitsindikatoren, zu deren Erfüllung wir auch im Tourismus beitragen möchten.

Um die tourismusrelevanten Akteurinnen und Akteure zu erreichen und für das Thema „Nachhaltigkeit“ zu begeistern, müssen wir sie dort abholen, wo sie sind, und auf anschauliche Weise erklären, **WAS** mit einer nachhaltigen Entwicklung gemeint ist und **WARUM** sie gerade für den Tourismus in Rheinland-Pfalz so wichtig ist. Nur so kann es gelingen, dass sich eine Mehrheit auch aktiv und langfristig für die Umsetzung von Nachhaltigkeit im eigenen Umfeld einsetzt. Es geht somit nicht allein um die Frage, **WIE** man Nachhaltigkeitspraktiken erfolgreich implementiert. Vielmehr muss überzeugend vermittelt werden, dass Nachhaltigkeit im Tourismus weder ein gut gemeintes Konzept noch ein flüchtiger Trend, sondern ein **Geschäftsmodell** ist, auf den sich der Tourismus einstellen muss und mit dem sich erfolgreich Wertschöpfung generieren lässt.

## Resilienz als strategischer Ausgangspunkt für ein zukunftsorientiertes Tourismusmanagement



Quelle: mascontour 2023

### Vision 2030 und strategische Ziele

Mit der Vision 2030 für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz möchten wir, die Partnerinnen und Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025, unser Bewusstsein zum Ausdruck bringen, dass kaum eine Branche so sehr auf intakte Natur-, Kultur- und Personalressourcen angewiesen ist wie der Tourismus. Werden diese in Mitleidenschaft gezogen oder gar zerstört, würden wir den Ast absägen, auf dem wir sitzen.



**Nachhaltigkeit ist für uns kein Alleinstellungsmerkmal, sondern eine notwendige Produkteigenschaft, die über kurz oder lang als selbstverständlich oder ggf. sogar als verbindlich vorausgesetzt werden wird.**



## Unsere Vision 2030

Wir räumen dem Thema „Nachhaltigkeit“ hohe Priorität ein und möchten diesbezüglich mit den fortgeschrittensten Bundesländern auf Augenhöhe agieren sowie eigene Akzente mit bundesweiter Strahlkraft für nachhaltige Lösungen im Tourismus setzen. Eine nachhaltige Tourismusentwicklung bedeutet für uns, touristischen Regionen und Unternehmen langfristige Perspektiven zu eröffnen, indem Tragfähigkeits- und Wachstumsgrenzen im Tourismus berücksichtigt werden und stärker auf Qualität statt auf Quantität gesetzt sowie eine tragfähige Balance zwischen ökonomischem Erfolg, ökologischer Verträglichkeit, sozialer Gerechtigkeit und kultureller Sensibilität sichergestellt wird.

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz soll künftig gleichermaßen klimafreundlich, ressourcenschonend und ökonomisch sinnvoll sein sowie adäquate Arbeitsbedingungen garantieren und zum Gemeinwohl beitragen. Unser künftiges Handeln zur Entwicklung des Tourismus orientiert sich daher an Resilienzerfordernissen sowie national und international anerkannten Prinzipien und Standards für einen nachhaltigen Tourismus und basiert auf einem professionellen Nachhaltigkeits- und Kommunikationsmanagement.



### Als kurzfristige Ziele (2023 – 2025) möchten wir

- die Zahl nachhaltig agierender Betriebe und buchbarer Angebote in Rheinland-Pfalz erhöhen, um damit der wachsenden Nachfrage gerecht zu werden.
- das Engagement von Rheinland-Pfalz hinsichtlich einer nachhaltigen Tourismusentwicklung nach innen und außen sichtbar machen.
- tourismusrelevante Akteurinnen und Akteure dafür sensibilisieren, dass sich Nachhaltigkeit erfolgreich und gewinnbringend umsetzen lässt.



### Als langfristige Ziele (2026 +) möchten wir

- mit Hilfe einer umfassenden Implementierung von Nachhaltigkeitsstandards entlang der gesamten (horizontalen\* und vertikalen\*\*) touristischen Wertschöpfungskette erreichen, dass
- der Tourismus in Rheinland-Pfalz substantiell zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt.
  - unsere Gäste in Zukunft nahezu ausschließlich nachhaltige Angebote in Anspruch nehmen.
  - sich Rheinland-Pfalz mit seinen Tourismusregionen glaubwürdig als nachhaltig bezeichnen kann.

\* Customer Journey \*\* Zulieferbetriebe

## Leitlinien

Gemeinsam mit den Partnerinnen und Partnern der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 wurden fünf Leitlinien entwickelt.

### Leitlinie 1:

#### Wirkungsvolle Management- und Kommunikationsmechanismen für nachhaltigen Tourismus etablieren!



*Wir sind uns der Tatsache bewusst,*

dass die erfolgreiche Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus ein konsistentes Destinations- und Kommunikationsmanagement auf allen Ebenen voraussetzt, um die touristischen Akteurinnen und Akteure dafür zu motivieren, mit dem Tourismus einen quantitativen und qualitativen Mehrwert zu schaffen, die eigene Existenz dauerhaft zu sichern und zum Gemeinwohl beizutragen.



*Unser Ziel ist es daher,*

die Managementstrukturen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung weiter zu professionalisieren sowie eine stimmige und überzeugende Kommunikation des Themas „Nachhaltigkeit“ gegenüber unterschiedlichen Akteursgruppen sicherzustellen, um u. a. deren Bereitschaft zum aktiven Handeln zu fördern. Des Weiteren streben wir die Etablierung von Mechanismen zur Risikoversorge sowie zum Krisenmanagement und ein internes Monitoringsystem zur Erfolgs- und Wirkungsanalyse an, welches in das vorhandene Monitoringsystem zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 eingebunden wird.

#### Handlungsfelder Leitlinie 1:

##### **Nachhaltigkeitsmanagement und -monitoring**

Professionalisierung der Managementstrukturen, Integration eines Monitoringsystems für nachhaltigen Tourismus in das bestehende Monitoringsystem

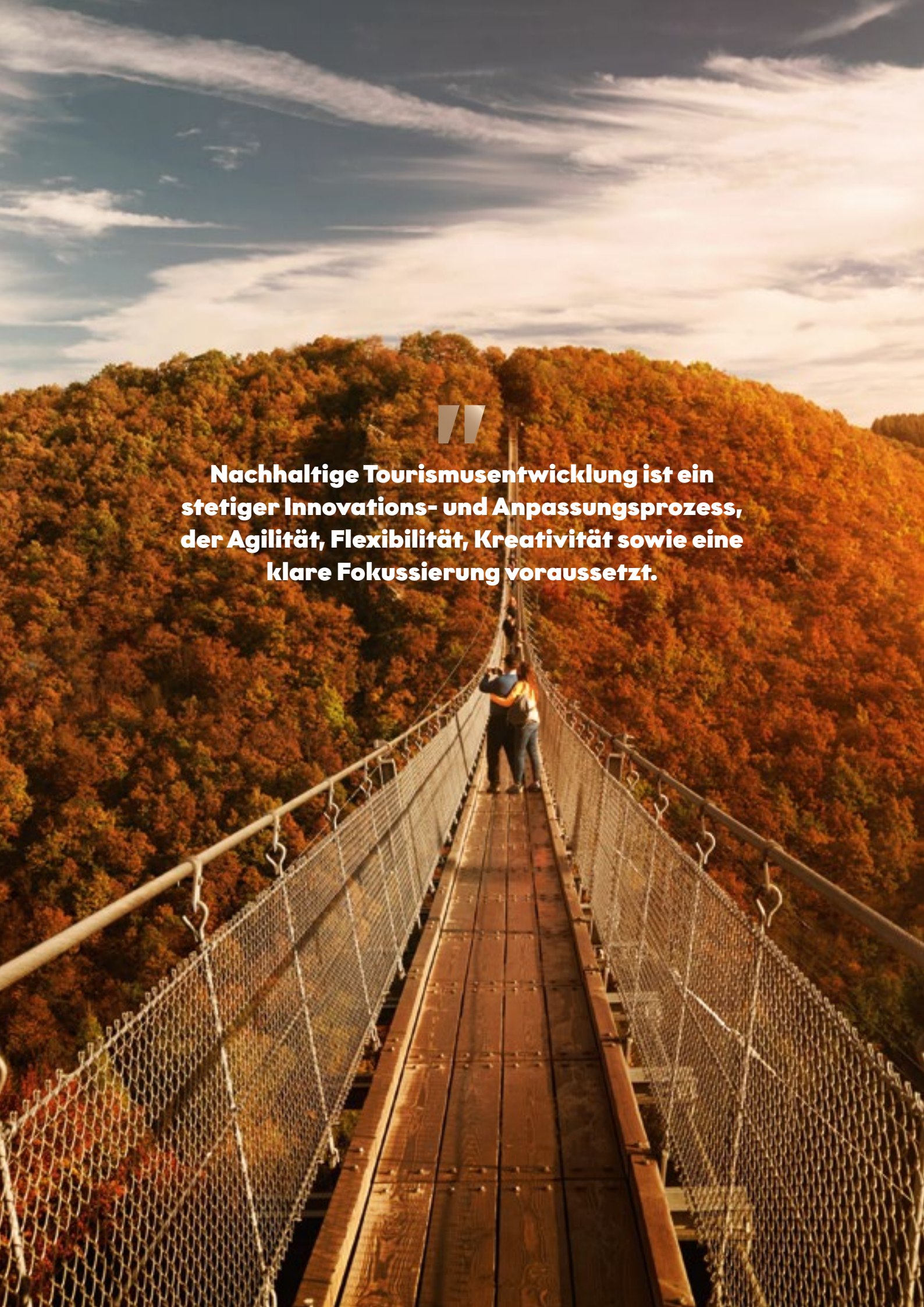
##### **Nachhaltigkeitskommunikation**

Schaffung einer konsistenten, motivierenden und zielgruppengerechten Kommunikation zu Tourismus und Nachhaltigkeit

##### **Risikoversorge und Krisenmanagement**

Einführung von Mechanismen zu kontinuierlichen Risikoversorge und zum Krisenmanagement im Tourismus



A long suspension bridge with a wooden deck and metal railings stretches across a deep valley. The valley is filled with a dense forest of trees in vibrant autumn colors, ranging from bright yellow to deep red. The sky above is a mix of blue and white, with wispy clouds. In the distance, a few people can be seen walking across the bridge. The overall scene is peaceful and scenic.

**”**  
**Nachhaltige Tourismusentwicklung ist ein  
stetiger Innovations- und Anpassungsprozess,  
der Agilität, Flexibilität, Kreativität sowie eine  
klare Fokussierung voraussetzt.**



**Eine nachhaltige Tourismusedwicklung gilt heutzutage als wesentlicher Schlüssel, um die positiven Effekte des Tourismus zu stärken und dessen negative ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen zu minimieren.**



## Leitlinie 2:

### Geeignete Instrumente für die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus bereitstellen!



*Wir sind uns der Tatsache bewusst,*

dass das Thema „Nachhaltigkeit“ in der Tourismusbranche trotz seiner generellen Bedeutung nach wie vor mit Akzeptanzproblemen zu kämpfen hat und sich dementsprechend die Erfolge bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsansätzen in der Breite – trotz sichtbarer Fortschritte – in Grenzen halten.



*Unser Ziel ist es daher,*

mittels Bereitstellung von praktischen Hilfsmitteln (z. B. Checklisten), Qualifizierungsprogrammen und Coachingangeboten sowie gezielter Förderung die Anwendung von Nachhaltigkeitsstandards sowie die Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen für Destinationen und Unternehmen aktiv zu erleichtern. Des Weiteren werden wir Maßnahmen ergreifen, um flankierend den notwendigen Austausch, Wissenstransfer sowie die Netzwerkarbeit touristischer Akteurinnen und Akteure zu fördern.

#### Handlungsfelder Leitlinie 2:

<b>Praktische Hilfsmittel</b>	Bereitstellung von praktischen Hilfsmitteln zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen
<b>Qualifizierung</b>	Unterstützung von Trainingsprogrammen und Coachingangeboten zum Thema „Nachhaltigkeit“
<b>Fördermittel</b>	Informationen zu Förderprogrammen für prioritäre Handlungsfelder der Nachhaltigkeit
<b>Vernetzung</b>	Förderung des Austausches, Wissenstransfers sowie der Netzwerkarbeit zu Fragen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung

### Leitlinie 3:

Angebotsentwicklung verstärkt an Nachhaltigkeits- und Qualitätsparametern ausrichten!



*Wir sind uns der Tatsache bewusst,*

dass die Themen „Nachhaltigkeit“ und „Qualität“ zwei Seiten der gleichen Medaille sind, die von den Gästen zunehmend als selbstverständliche Produkteigenschaften erwartet werden und denen daher im Sinne einer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit umfassend Rechnung getragen werden muss.



*Unser Ziel ist es daher,*

einen aktiven Beitrag zur Stärkung der lokalen Wertschöpfung durch den Tourismus zu leisten und speziell periphere, ländliche Regionen bei der Umsetzung eines nachhaltigen Qualitätstourismus zu fördern. Des Weiteren werden wir Destinationen und touristische Unternehmen dabei unterstützen, ihre Angebote an nachhaltigkeitsrelevante Megatrends (z. B. Sharing Economy, Neo-Ökologie, New Work, Konnektivität/ Digitalisierung) anzupassen sowie neue, innovative und nachhaltige Tourismusangebote zu entwickeln.

#### Handlungsfelder Leitlinie 3:

##### Megatrends

Unterstützung von Transformationsprozessen zur stärkeren Berücksichtigung nachhaltigkeitsrelevanter Megatrends

##### Lokale Wertschöpfung

Unterstützung von lokalen Waren- und Serviceanbietenden bei deren Integration in die touristische Dienstleistungskette

##### Angebotsentwicklung

Anpassung bestehender und Entwicklung neuer Angebote entlang der touristischen Wertschöpfungskette mit Fokus Nachhaltigkeit

##### Angebotsvermarktung

Stärkung der Außenwahrnehmung und zielgruppenorientierten Vermarktung von nachhaltigen, qualitätsorientierten Angeboten



**Gäste möchten etwas Authentisches und Besonderes erleben, wollen begeistert und positiv überrascht werden, erwarten ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und haben immer höhere Ansprüche an die Service-, Nachhaltigkeits- und Erlebnisqualität.**



**Tourismus ist ein „People´s Business“, aus diesem Grund spielen Menschen und ihre Beziehungen zueinander eine herausragende Rolle für eine nachhaltige Tourismusedwicklung.**



## Leitlinie 4:

### Attraktives Lebens-, Arbeits- und Erholungsumfeld langfristig ermöglichen!



*Wir sind uns der Tatsache bewusst,*

dass hohe Service- und Produktqualität durch das touristische Personal, die Erfüllung der (Nachhaltigkeits-) Wünsche unserer Gäste sowie eine Bevölkerung als zuvorkommende Gastgebernde nur erreichbar sind, wenn den Interessen aller Parteien gleichermaßen Rechnung getragen wird.



*Unser Ziel ist es daher,*

einen aktiven Beitrag zur Gewährleistung einer ausreichenden Zahl an Fachkräften sowie für adäquate Arbeitsbedingungen zu leisten und uns im Sinne unserer Bevölkerung und Gäste für wirtschaftlich gut aufgestellte Destinationen und den Erhalt der lokalen Lebensqualität einzusetzen. Des Weiteren werden wir Maßnahmen ergreifen, um die Erlebbarkeit und Erlebnisqualität unserer Zielgebiete weiter zu erhöhen und dabei gleichzeitig sicherstellen, dass diese weder durch touristische Aktivitäten übernutzt noch anderweitig zu Schaden kommen.

#### Handlungsfelder Leitlinie 4:

<b>Fach- und Arbeitskräfte</b>	Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden sowie Förderung und Diversität
<b>Arbeitsumfeld</b>	Sicherstellung von fairen Arbeitsbedingungen und Beschäftigungsqualität
<b>Lebensumfeld</b>	Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklung der Tourismusregionen und der lokalen Lebensqualität

## Leitlinie 5:

**Ausbau der sektorübergreifenden Zusammenarbeit auf Landesebene zur arbeitsteiligen Umsetzung querschnittsorientierter Erfordernisse zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus!**



*Wir sind uns der Tatsache bewusst,*

dass es des Zusammenspiels und der Kooperation verschiedener politischer und sonstiger Akteurinnen und Akteure auf Landesebene bedarf, um die strukturellen Weichen für sukzessive Veränderungen des Tourismussektors in Richtung Nachhaltigkeit zu stellen und damit zukunftsorientierten Ansprüchen an ein verantwortungsvolles Unternehmertum gerecht zu werden.



*Unser Ziel ist es daher,*

verstärkt den Dialog mit anderen Politikfeldern zu suchen und die Zusammenarbeit voranzubringen, um gemeinsam notwendige Maßnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus bei querschnittsorientierten Themen zu ergreifen. Dies betrifft insbesondere die für eine nachhaltige Ausrichtung des Tourismus besonders wichtigen Bereiche Umwelt- und Klimaschutz, Naturschutz, Mobilität sowie das Kulturerbe.

### Handlungsfelder Leitlinie 5:

#### **Tourismus und Umwelt- und Klimaschutz**

Sektorübergreifende Abstimmung und arbeitsteilige Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung des Klimaschutzes/der Ressourceneffizienz, der Anpassung an den Klimawandel sowie sonstiger umweltrelevanter Aspekte beim Tourismus

#### **Tourismus und Naturschutz**

Sektorübergreifende Abstimmung und arbeitsteilige Umsetzung von Maßnahmen zum Schutz, Erhalt und behutsamen touristischen Inwertsetzung der biologischen Vielfalt

#### **Tourismus und Mobilität**

Sektorübergreifende Abstimmung und arbeitsteilige Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung einer umweltfreundlichen An- und Abreise sowie nachhaltigen Mobilität in den Destinationen

#### **Tourismus und kulturelles Erbe**

Sektorübergreifende Abstimmung und arbeitsteilige Umsetzung von Maßnahmen zum Schutz, Erhalt und behutsamen touristischen Inwertsetzung von Kulturgütern





**Sowohl der Tourismussektor mit seiner Vielzahl an unterschiedlichen Servicebausteinen entlang der Customer Journey als auch das Thema „Nachhaltigkeit“ mit seinem ganzheitlichen Anspruch zeichnen sich durch eine hohe Komplexität sowie Querschnittsorientierung hinsichtlich der politischen und inhaltlichen Zuständigkeiten aus.**



## 9. Empfohlene Maßnahmen und Aktivitäten zur Umsetzung des Rahmenkonzeptes

Zur erfolgreichen Umsetzung des Rahmenkonzeptes für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Rheinland-Pfalz wurde ein **gutachterlicher Vorschlag für einen Aktionsplan** entwickelt. Dieser enthält sowohl übergeordnete Maßnahmen und ihre jeweilige Zielsetzung als auch die dazugehörigen Aktivitäten, die erforderlich sind, um die im Rahmenkonzept

beschriebenen Leitlinien und Handlungsfelder prozessorientiert zu implementieren. Die Maßnahmen stehen in Zusammenhang mit den Leitlinien und Handlungsfeldern des Rahmenkonzeptes und verfügen über Schnittstellen zu den acht Strategieprojekten der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025.

### **M 1      Einrichtung von dezentralen Steuerungs- und Kooperationsstrukturen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung**

**A 1.1**      Bereitstellung von Personalkapazitäten für das Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismus

**A 1.2**      Förderung des Austausches sowie der Zusammenarbeit beim Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismus auf allen räumlichen Ebenen

### **M 2      Schaffung und Bereitstellung von geeigneten strategischen Rahmenvorgaben und konzeptionellen Grundlagen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung**

**A 2.1**      Verknüpfung des vorliegenden Rahmenkonzeptes für nachhaltigen Tourismus mit anderen relevanten Planwerken und Strategien von Rheinland-Pfalz

**A 2.2**      Durchführung einer landesweiten Risikoanalyse für den Tourismussektor

**A 2.3**      Entwicklung einer landesweiten Klimaschutz- und Anpassungsstrategie für den Tourismussektor

---

**M 3      Sensibilisierung und Überzeugung der touristischen Akteurinnen und Akteure hinsichtlich der Bedeutung, Notwendigkeit sowie der Vorteile (Mehrwert) einer nachhaltigen Tourismusedwicklung**

---

**A 3.1**      Entwicklung eines Kommunikationsleitfadens zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus

---

**A 3.2**      Durchführung einer Aufklärungs- und Motivationskampagne für touristische Leistungsträgerinnen und -träger zum Thema Nachhaltigkeit

---

**A 3.3**      Durchführung einer Informationskampagne für Gäste zum Thema Nachhaltigkeit

---

**M 4      Prozessorientierte Implementierung von betrieblichen Nachhaltigkeitsanforderungen entlang der touristischen Wertschöpfungskette durch gegenseitigen Austausch und Lernen**

---

**A 4.1**      Entwicklung und Anwendung eines Online-Selbstchecks zur Ermittlung des Unterstützungsbedarfs für die Erfüllung und Implementierung von Nachhaltigkeitsanforderungen

---

**A 4.2**      Bereitstellung maßgeschneiderter, prozessorientierter Unterstützungsangebote für Einsteigende, Fortgeschrittene und Profis in Fragen der Nachhaltigkeit unter Nutzung eines breiten Mixes an bedarfsorientierten Instrumenten und Hilfsmitteln

---

**A 4.3**      Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen zur Förderung des gegenseitigen Austausches und Lernens für die Erfüllung und Implementierung von Nachhaltigkeitsanforderungen

---

**A 4.4**      Sicherstellung geeigneter rechtlicher Rahmenbedingungen und finanzieller Mittel zur Förderung von betrieblichen Maßnahmen für die Erfüllung und Implementierung von Nachhaltigkeitsanforderungen

---

---

**M 5 Verstärkte Ausrichtung und sukzessiver Ausbau des touristischen Angebotsportfolios auf Basis von nachhaltigkeitsrelevanten Megatrends, Prinzipien und Standards**

---

**A 5.1** Durchführung von Aktivitäten zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance bei bestehenden sowie Entwicklung von neuen nachhaltigen Tourismusangeboten unter Berücksichtigung nachhaltigkeitsrelevanter Megatrends

---

**A 5.2** Entwicklung einer landesweiten Vermarktungsstrategie für nachhaltigen Tourismus

---

**A 5.3** Schaffung bzw. Verbesserung der Rahmenbedingungen zur Integration von lokalen/regionalen, möglichst nachhaltigen Waren- und Dienstleistungsanbietenden in die touristische Dienstleistungskette sowie Aufbau bzw. Weiterentwicklung lokaler/regionaler Wertschöpfungskreisläufe

---

---

**M 6 Durchführung von Aktivitäten zur Förderung eines fairen Miteinanders, der Wahrung von Interessen sowie der sozialen Gerechtigkeit und kulturellen Verbundenheit für Menschen, die vom und mit dem Tourismus leben**

---

**A 6.1** Erarbeitung sektorspezifischer Lösungsansätze zur Gewinnung und Bindung von Fachkräften

---

**A 6.2** Ermittlung und Berücksichtigung der Interessen und Bedürfnisse von Einwohnenden und Gästen

---

**A 6.3** Entwicklung und Förderung eines eigenen Qualitätsverständnisses und systematischen Qualitätsmonitorings

---

**M 7      Sensibilisierung zur Abstimmung und Durchführung von sektorübergreifenden Aktivitäten in querschnittsorientierten Aufgabenfeldern als Beitrag zur Erfüllung der SDGs im Tourismus und Ausdruck einer ganzheitlichen Betrachtung des Themas Nachhaltigkeit**

- 
- A 7.1**      Sensibilisierung und Motivation von Tourismusakteurinnen und -akteuren zur Durchführung von Aktivitäten zur konsequenten Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks sowie zur Klimaanpassung des Tourismussektors
- 
- A 7.2**      Durchführung von Aktivitäten zur sukzessiven Erweiterung sowie zur Akzeptanzsteigerung nachhaltiger Mobilitätsangebote für den Tourismus
- 
- A 7.3**      Durchführung von Aktivitäten zur dauerhaften Sicherung und behutsamen, touristischen Inwertsetzung des Naturkapitals, zum Erhalt der Attraktivität von Natur und Landschaft sowie zum Schutz der biologischen Vielfalt als Basis für den Tourismus
- 
- A 7.4**      Durchführung von Aktivitäten zur dauerhaften Sicherung und behutsamen, touristischen Inwertsetzung des materiellen und immateriellen Kulturerbes sowie von (lokalen) Traditionen und Brauchtümern als Basis für den Tourismus
- 

Zusätzliche Informationen mit einer „Übersicht relevanter Nichtregierungsorganisationen (NROs) und ihre Aktivitäten im Bereich nachhaltiger Tourismus“ und einer „Übersicht über ausgewählte Förderprogramme“ sind auf folgenden Internetseiten zu finden:



[rlp.tourismusnetzwerk.info](http://rlp.tourismusnetzwerk.info)  
[mwvlw.rlp.de/themen/wirtschaftszweige/tourismus](http://mwvlw.rlp.de/themen/wirtschaftszweige/tourismus)



## Abkürzungen

<b>DEHOGA</b>	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
<b>DRV</b>	Deutscher Reiseverband
<b>DTV</b>	Deutscher Tourismusverband
<b>MWVLW</b>	Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz
<b>SDGs</b>	Sustainable Development Goals
<b>UNEP</b>	Umweltprogramm der Vereinten Nationen
<b>UNWTO</b>	World Tourism Organization
<b>VRM</b>	Verkehrsverbund Rhein-Mosel



## Quellen

**BMUV** – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (2022): Umweltbewusstsein in Deutschland 2020 – Eine repräsentative Bevölkerungsumfrage. Berlin.  
[www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs\\_2020\\_0.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs_2020_0.pdf) (24.07.22)

**DEHOGA** – Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (2022): Energiekampagne Gastgewerbe  
[energiekampagne-gastgewerbe.de](http://energiekampagne-gastgewerbe.de) (14.06.2022)

**DTV** – Deutscher Tourismusverband (2015): DTV-Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen“. Berlin.

**DTV** – Deutscher Tourismusverband (2022): Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen  
[www.deutschertourismusverband.de/impulse/nachhaltigkeit.html](http://www.deutschertourismusverband.de/impulse/nachhaltigkeit.html) (03.11.2022)

**DWD** – Deutscher Wetterdienst (2023): Klimaentwicklung in Deutschland  
[www.dwd.de/DE/klimaumwelt/klimawandel/klimawandel\\_node.html](http://www.dwd.de/DE/klimaumwelt/klimawandel/klimawandel_node.html) (01.02.2023)

**Dworak, T., Schmölder, A., Günther, W., Hoffmann, P., Bausch, T., Matauschek, C.** (2020): Handlungsleitfaden: Anpassung an den Klimawandel. Die Zukunft des Tourismus gestalten. Umweltbundesamt (Hrsg.). Broschüre. Dessau-Roßlau.

**FUR** – Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren. Monitoringbericht auf Basis der Daten der Reiseanalyse 2022. Kiel.

**GSTC** – Global Sustainable Tourism Council (2022). GSTC Council.  
[www.gstccouncil.org/about/about-us](http://www.gstccouncil.org/about/about-us) (Datum: 07.08.22)

**Landeszentrale für Umweltaufklärung** (2022): Rheinland-Pfalz Naturreich – Neun besondere Naturlandschaften im Herzen Europas. Mainz.  
[www.nationale-naturlandschaften-rlp.de/fileadmin/nationale\\_naturlandschaften/Magazin\\_Rheinland-Pfalz\\_naturreich\\_Online\\_Ausgabe\\_01\\_2022.pdf](http://www.nationale-naturlandschaften-rlp.de/fileadmin/nationale_naturlandschaften/Magazin_Rheinland-Pfalz_naturreich_Online_Ausgabe_01_2022.pdf) (Datum: 07.08.22)

**MULEWF** – Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten Rheinland- Pfalz (Hrsg.) (2015): Die Vielfalt der Natur bewahren – Biodiversitätsstrategie Rheinland-Pfalz. Mainz.

**MWVLW** – Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (Hrsg.) (2018): Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025. Mainz.

[rlp.tourismusnetzwerk.info/wp-content/uploads/2018/10/RHEIN-180476\\_Broschuere\\_Tourismusstrategie\\_WEB\\_Einzelseiten1.pdf](http://rlp.tourismusnetzwerk.info/wp-content/uploads/2018/10/RHEIN-180476_Broschuere_Tourismusstrategie_WEB_Einzelseiten1.pdf) (03.05.2022)

**MWVLW** – Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (Hrsg.) (2021): Nachhaltigkeitsstrategie Rheinland-Pfalz – Indikatorenbericht 2021. Mainz.

[www.rlp.de/themen/regierungsschwerpunkte/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsstrategie-rheinland-pfalz](http://www.rlp.de/themen/regierungsschwerpunkte/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsstrategie-rheinland-pfalz)

**MWVLW** – Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (Hrsg.) (2023): Jahresbericht 2022 – Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025.

[tourismusstrategie-rlp-2025.pageflow.io/multimedialer-jahresbericht-2022#start](http://tourismusstrategie-rlp-2025.pageflow.io/multimedialer-jahresbericht-2022#start) (03.02.2023)

**Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen** (2020): Klimawandel in Rheinland-Pfalz, Themenheft Klimawandel - Entwicklungen in der Zukunft. Trippstadt.

[www.klimawandel-rlp.de/fileadmin/website/klimakompetenzzentrum/downloads/Veroeffentlichungen/Themenhefte/Themenheft\\_Klimaprojektionen\\_barrierefrei.pdf](http://www.klimawandel-rlp.de/fileadmin/website/klimakompetenzzentrum/downloads/Veroeffentlichungen/Themenhefte/Themenheft_Klimaprojektionen_barrierefrei.pdf) (08.08.22)

**Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen** (2021): Klimawandel in Rheinland-Pfalz: Themenheft Klimawandel – Entwicklungen bis heute. Trippstadt.

[www.klimawandel-rlp.de/fileadmin/website/klimakompetenzzentrum/downloads/Veroeffentlichungen/Themenhefte/Themenheft\\_Klima\\_bis\\_heute\\_barrierefrei.pdf](http://www.klimawandel-rlp.de/fileadmin/website/klimakompetenzzentrum/downloads/Veroeffentlichungen/Themenhefte/Themenheft_Klima_bis_heute_barrierefrei.pdf) (08.08.22)

**Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen** (2023): Tourismus und Klimawandelfolgen

[www.kwis-rlp.de/klimawandelfolgen/tourismuswirtschaft](http://www.kwis-rlp.de/klimawandelfolgen/tourismuswirtschaft) (07.09.22)

**Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz** (Hrsg.) (2023): „Der Tourismus in Rheinland-Pfalz – Strukturen, längerfristige Trends und aktuelle Entwicklung“. Bad Ems.

**UBA** – Umweltbundesamt (2020): Nachhaltigkeit im Tourismus: Entwicklung, Ansätze und Begriffserklärung. Im Auftrag des Umweltbundesamtes, Themenpapier Texte 22/2019.

[www.umweltbundesamt.de/publikationen/nachhaltigkeit-im-tourismus-entwicklungen-ansaetze](http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/nachhaltigkeit-im-tourismus-entwicklungen-ansaetze) (14.06.22)

**UBA** – Umweltbundesamt (2020a): Fachkräftemangel im Kontext eines nachhaltigen Tourismus.

Umweltbundesamt (Hrsg.), Themenpapier. Dessau-Roßlau



**UBA** – Umweltbundesamt (2021): Folgen des Klimawandels für den Tourismus in den deutschen Alpen- und Mittelgebirgsregionen und Küstenregionen sowie auf den Badetourismus und fluss- begleitende Tourismusformen. Dessau-Roßlau.

**UNWTO & UNEP** – World Tourism Organization und United Nations Development Programme (2017): Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung – Eine Reise ins Jahr 2030. Highlights. Madrid

**UNWTO & UNEP** (2005): Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers. Madrid



## Impressum

Das vorliegende Gutachten wurde unter der Federführung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz gemeinsam mit den Partnerinnen und Partnern der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 erarbeitet sowie durch gutachterliche Empfehlungen ergänzt.

### Herausgeber

Im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Stiftsstraße 9, 55116 Mainz  
mwvlw.rlp.de

### Konzept und Redaktion

mascontour GmbH, Schwiebusser Str. 9, 10965 Berlin

Hochschule für nachhaltige Entwicklung (HNE) Eberswalde, ZENAT – Zentrum für nachhaltigen Tourismus der HNE Eberswalde, Schicklerstraße 5, 16225 Eberswalde

Der vorliegende Bericht wurde in einer Kooperation der mascontour GmbH mit dem Zentrum für nachhaltigen Tourismus (ZENAT) der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE) erarbeitet.



**Text:** Matthias Beyer, Anette Seidel, Heike Dickhut

**Bildnachweise:** Dominik Ketz/Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (Titel); Merian, Dominik Ketz/Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (S. 49); Dominik Ketz (S. 4, 10, 46, 51); MWVLW, Jan Hosan (S. 5); Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH (S. 25); MWVLW, robertharding/Shutterstock (S. 33); BalanceFormcreative/iStock (S. 11); Maxiphoto/iStock (S. 12); MWVLW, Jorg Greuel/Getty Images (S. 34); MWVLW, Boris Jordan Photography (S. 37); Intensive Senses/Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (S. 38); MWVLW, Jorg Greuel (S. 41); MWVLW, instamatics/GettyImages (S. 45)

**Bearbeitungsstand:** Januar 2024

Die Partnerinnen und Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025:



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR  
WIRTSCHAFT, VERKEHR,  
LANDWIRTSCHAFT  
UND WEINBAU



Rheinland-Pfalz  
TOURISMUS GMBH

Rheinland-Pfalz  
TOURISMUS- UND HEILBÄDERVERBAND E.V.



WESTWARD TO THE  
HOLDFELD  
SOUTHWARD TO THE  
HOLDFELD  
EASTWARD TO THE  
HOLDFELD  
NORTHWARD TO THE  
HOLDFELD

**Rheinland-<sup>Gold</sup>  
Pfalz**

[mwvlw.rlp.de](http://mwvlw.rlp.de)