

Kleine Anfrage

des Abgeordneten Alexander Licht (CDU)

und

Antwort

des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung

Entwicklung einer Tourismusstrategie für Rheinland-Pfalz

Die **Kleine Anfrage 3194** vom 19. März 2015 hat folgenden Wortlaut:

Der neue Geschäftsführer der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH hat nach Presseberichten eine Tourismusstrategie mit den Regionen angekündigt.

Ich frage die Landesregierung:

1. Wieweit bedarf die bestehende, mit den Regionen und der Tourismuswirtschaft erarbeitete Tourismusstrategie für Rheinland-Pfalz einer Überarbeitung?
2. Wie beurteilt die Landesregierung die bisherige Zusammenarbeit von Land, Urlaubsregionen und Gemeinden in Rheinland-Pfalz bei der Entwicklung des Fremdenverkehrs?
3. Welche zusätzlichen oder neuen Akzente und Schwerpunkte des touristischen Angebots in Rheinland-Pfalz sollten nach Auffassung der Landesregierung in den kommenden Jahren ausgebaut werden?
4. Wo sieht die Landesregierung künftige Wachstumschancen des Tourismus in Rheinland-Pfalz, wie zum Beispiel bei bestimmten Zielgruppen, der Steigerung der Verweildauer, bestimmten Urlaubsaktivitäten u. ä.?

Das **Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 8. April 2015 wie folgt beantwortet:

Zu Frage 1:

Die im Jahr 2008 verabschiedete und im Jahr 2012 umfassend fortgeschriebene Tourismusstrategie des Landes muss regelmäßig auf geänderte Rahmenbedingungen und Markterfordernisse angepasst werden. Daher ist eine Überprüfung und Fortschreibung der „Tourismusstrategie 2015“ unter Einbeziehung aller touristischen Akteure für das Jahr 2016 geplant.

Zu Frage 2:

Das Land, die Regionen und die Kommunen arbeiten bei der Entwicklung des Tourismus in Rheinland-Pfalz sehr gut zusammen. So hat auch die Überarbeitung der „Tourismusstrategie 2015“ im Jahr 2012 in enger Abstimmung mit den touristischen Akteuren des Landes stattgefunden. Die Tourismusstrategie ist damit eine ganz selbstverständliche Basis für die Abstimmung der touristischen Arbeit auf allen Ebenen.

Die im Jahr 2000 gegründete Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) ist die zentrale touristische Marketingorganisation des Landes sowie Kompetenz-, Wissens- und Steuerungszentrum für alle touristischen Akteure.

Die zehn touristischen Regionen des Landes sind Gesellschafter der RPT, die ihre Tätigkeiten ganz eng und regelmäßig mit den Regionen und der Landesregierung abstimmt.

Darüber hinaus begleitet der Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e. V. (THV) als Mitgliederverband der touristischen Kommunen die Städte und Gemeinden bei der Umsetzung ausgewählter Schwerpunkte der „Tourismusstrategie 2015“.

b. w.

Die Städte und Gemeinden des Landes übernehmen in hohem Maße Verantwortung für die Verbesserung und Erhaltung der öffentlichen touristischen Infrastruktur. Aufgaben der überregionalen Vermarktung werden in der Regel von den touristischen Regionen gemeinsam mit der RPT getragen und von den Städten, Gemeinden und Landkreisen finanziert.

Zu Frage 3 und 4:

Im Rahmen der geplanten Überarbeitung der Tourismusstrategie 2015 werden die thematischen und organisatorischen Schwerpunkte insbesondere auch im Hinblick auf die Bedürfnisse der Urlauberinnen und Urlauber und Trends überprüft und mit den touristischen Akteuren des Landes in einem ausführlichen Diskussionsprozess neu erarbeitet. Wichtige Basis dafür werden neben einer Evaluierung der Strategie auch die Ergebnisse einer im Jahr 2014 vorgenommenen Zielgruppenanalyse sein.

Die Landesregierung geht davon aus, dass auch in kommenden Jahren die thematischen Schwerpunkte Wandern, Rad, Wein und Gesundheit eine große Rolle insbesondere im Inlandsmarketing spielen werden und die Bedeutung der kulturellen und landschaftlichen Besonderheiten der Tourismusregionen weiter zunehmen wird.

In diesem Zusammenhang wird auch die Erweiterung der Potenziale für den Naturtourismus in Rheinland-Pfalz durch den neuen Nationalpark im Hunsrück eine wichtige Rolle spielen.

Angesichts des starken Wettbewerbsdrucks im Inlandstourismus ist die gute Positionierung auf Auslandsmärkten wichtig. Hier kommt der Erhaltung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit in den kommenden Jahren eine hohe Bedeutung zu.

Für die Konkurrenzfähigkeit des rheinland-pfälzischen Tourismus ist für alle Themen und Zielgruppen die Qualität der Angebote sowohl bei der Infrastruktur als auch im Servicebereich entscheidend. Mit der jetzt begonnenen gezielten Weiterentwicklung von Angeboten für Menschen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, wird ein wesentlicher Beitrag zur Verbesserung der Qualität von Angebot und Service geleistet, von dem alle Gäste profitieren.

Eveline Lemke
Staatsministerin