

## Kleine Anfrage

des Abgeordneten Josef Dötsch (CDU)

und

## Antwort

des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung

### Wandertourismus

Die **Kleine Anfrage 826** vom 9. Mai 2012 hat folgenden Wortlaut:

Der Wandertourismus erfährt seit Jahren einen Aufschwung. Neben den Fernwanderwegen werden zunehmend auch Rundwanderwege von Wanderern genutzt. Gerade in diesem Segment haben sich die Kommunen grenzüberschreitend mit Unterstützung des Landes erfolgreich engagiert. Dabei wurde besonders auf die Qualität dieser Rundwanderwege und auf eine hochwertige Qualifizierung wie z. B. des „Deutschen Wandersiegels“ oder des Zertifikates „Qualitätsweg wanderbares Deutschland“ Wert gelegt. Diese bei den Wanderern und in Fachkreisen bekannten und geschätzten Zertifizierungen wirken hier zunehmend als eigenes Marketinginstrument. Im Printbereich der Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH werden diese durch Landesmittel geförderten Wege auch 2012 nur marginal beworben.

Ich frage die Landesregierung:

1. Welchen Stellenwert haben aus Sicht der Landesregierung die Kurztouren und Rundwanderwege wie z. B. die Traumpfade in Rheinland-Pfalz?
2. Warum wird auch in aktuellen Veröffentlichungen auf dieses wichtige Segment nur marginal hingewiesen?
3. Warum nutzt man nicht anerkannte Qualitätszertifizierungen zur Produktwerbung?
4. Warum wird seitens der Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH Wert auf eine Distanz zwischen Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH und der Kreisebene gelegt, wie im Schreiben der Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH an die REMET hervorgehoben?
5. Wie finanziert sich die Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH?

Das **Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 31. Mai 2012 wie folgt beantwortet:

Zu Frage 1:

Kurztouren und Rundwanderwege nehmen in Rheinland-Pfalz als Grundlage für ein touristisches und damit wirtschaftliches Potenzial einen hohen Stellenwert ein. Dies spiegelt sich unter anderem auch in den Vorgaben der Tourismusstrategie 2015 zum Thema „Wandern“ wider: Bis zum Jahr 2010 sollte ein großräumiges Netz aus zehn prädikatisierten Fernwanderwegen geschaffen werden; an diese Fernwanderwege sollten bis 2012 rund 100 Kurztouren und Zuwege anbinden, die die jeweilige Region erschließen. Diese Ziele wurden bereits erreicht. Insbesondere bei den Kurztouren wurden die Erwartungen übertroffen, sodass das Land auch in der Fläche gut durch Prädikatswanderwege erschlossen ist.

Zu Frage 2:

Im aktivierenden Landes-Marketing dienen die „Leuchttürme“ – sprich die Prädikatsfernwanderwege – zunächst als „Zugpferde“. Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) weist in ihren Veröffentlichungen (Pressearbeit, Internet, Medienkooperationen, Printmedien) jedoch ebenfalls auf Prädikatskurztouren wie zum Beispiel die Traumpfade hin. Dies erfolgt keineswegs „marginal“. Die RPT plant in Abstimmung mit den regionalen Tourismusorganisationen, den Kurztouren in Zukunft einen noch breiteren Raum im Marketing einzuräumen, da Standortwanderungen in der Angebotsentwicklung eine größere Gewichtung erhalten sol-

b. w.

len. Neben den Traumpfaden gibt es noch zahlreiche weitere Kurztouren(-konzepte) im Land. Weitere ca. 100 Prädikatswege sollen in den nächsten zwölf Monaten eröffnet werden, wovon ein Großteil Kurz- und Rundwanderwege sein werden. Dabei ist von Bedeutung, dass alle Kurztouren im regionalen Gesamtkonzept der jeweiligen Tourismusregion integriert sind (z. B. Valtouren im Naheland, Traumschleifen Saar-Hunsrück-Steig). Die Traumpfade sollten demnach in die regionalen Tourismusstrategien von Romantischem Rhein, Westerwald und Eifel integriert sein.

Zu Frage 3:

Der 2007 herausgegebene und derzeit in Überarbeitung befindliche Wanderwege-Leitfaden Rheinland-Pfalz ist die Qualitätsbasis zur Entwicklung von Prädikatswanderwegen im Land. Bei erfolgreicher Zertifizierung wird die Qualität des Weges entsprechend „besiegelt“. Zur Vermarktung werden die Markenlogos der Wege in den Vordergrund gestellt und im Text auf die Zertifizierung hingewiesen. Dies ist derzeit in vielen Bundesländern gängige Praxis, da Qualitätszertifikate zwar sehr wichtig sind, um eine an den Bedürfnissen der Wanderer ausgerichtete Wegeführung und Qualität zu erreichen, bei Wanderern aber nur wenig zur Reiseentscheidung beitragen.

Zu Frage 4:

Der rheinland-pfälzische Tourismus ist in einem dreistufigen System organisiert. In 2011 wurde dem Land im Tourismusbarometer eine gute Organisationsstruktur bescheinigt. Zwischen Landesebene (RPT) und Regionalebene (zehn touristische Regionen) gibt es eine enge Verzahnung und Arbeitsteilung, unter anderem durch eine abgestimmte Marketingplanung und durch Sitzungen von Arbeitskreisen, beispielsweise zum Thema Wandern. Die Regionen wiederum bündeln die Interessen der lokalen Ebene. Die Landkreise werden in diesem System als lokale Ebene verstanden, die ihr Außenmarketing über die regionale Ebene koordiniert. Vor diesem Hintergrund hat die RPT in ihrem Schreiben an die REMET empfohlen, dass die REMET einen engen Austausch mit den drei Regionalagenturen Romantischer Rhein, Eifel und Moselland pflegen und die Bewerbung der Traumpfade mit diesen eng abstimmen sollte.

Zu Frage 5:

Die Finanzierung der RPT erfolgt durch Landeszuschüsse, Standardleistungen der Regionen und Aktivitäten aus Geschäftstätigkeit. Die Landeszuschüsse machen rund 65 % des Umsatzvolumens der RPT aus.

Eveline Lemke  
Staatsministerin