

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Fredi Winter und Michael Hüttner (SPD)

und

Antwort

des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung

Tourismusbarometer 2012

Die **Kleine Anfrage 1188** vom 8. November 2012 hat folgenden Wortlaut:

Die Finanzgruppe des Sparkassenverbandes Rheinland-Pfalz hat kürzlich das Tourismusbarometer 2012 vorgestellt.

Wir fragen die Landesregierung:

1. Wie haben sich die Übernachtungszahlen im Jahr 2012 entwickelt?
2. Wie hat sich das touristische Angebot in Rheinland-Pfalz in den vergangenen Jahren in quantitativer und qualitativer Hinsicht entwickelt?
3. Welche Rolle spielen laut der Studie touristische Angebote, die nachhaltig bzw. auf ökologisch verantwortungsvolle Weise wirtschaften?
4. Wie wird der „sanfte Tourismus“ in der Tourismusstrategie 2015 des Landes abgebildet?

Das **Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 26. November 2012 wie folgt beantwortet:

Zu Frage 1:

Von Januar bis September 2012 besuchten gut 6,3 Millionen Übernachtungsgäste das Land. Das waren 2,3 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Die Zahl der Übernachtungen ging um zwei Prozent auf 17,1 Millionen zurück. Trotz der im Vergleich zum Jahr 2011 zu beobachtenden Rückgänge verzeichneten die Beherbergungsbetriebe höhere Gäste- und Übernachtungszahlen als vor dem Rekordjahr 2011 (Quelle: Vorläufige Berechnung Statistisches Landesamt, Pressemeldung vom 7. November 2012).

Zu Frage 2:

Die nachfolgenden Daten zur Bettenkapazität beziehen sich auf den Vergleichsmonat Juli. Privatquartiere sind nicht berücksichtigt.

Von 2010 bis 2012 stieg die Zahl der angebotenen Betten von 191 696 auf 193 285.

Die Zahl der Betriebe verringerte sich von 2010 bis 2012 um 150 von 3 552 auf 3 402.

Die Zahl der klassifizierten Betriebe wurde kontinuierlich gesteigert: insgesamt stieg die Zahl von 744 in 2010 auf aktuell 809.

Im Bereich der Hotelklassifizierung konnten die Zahlen von 662 in 2010 auf aktuell 721 gesteigert werden, im Bereich der G-Klassifizierung (Gasthäuser, Gasthöfe, Pensionen) stieg die Zahl von 82 in 2010 auf aktuell 88.

Im Bereich Servicequalität stiegen die Zahlen der zertifizierten Betriebe erfreulich an: Im Jahr 2010 waren 409 Betriebe SQ-zertifiziert, aktuell sind es bereits 611 Betriebe. Bezogen auf die Betriebe Stufe I ist Rheinland-Pfalz bundesweit an erster Stelle.

Bezogen auf das Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ist Rheinland-Pfalz mit 314 Qualitätsgastgebern führend (vor Bayern und Baden-Württemberg).

Bei den Bett & Bike-Betrieben liegt Rheinland-Pfalz auf Rang 5 (nach Bayern, Niedersachsen, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen).

b. w.

Zu Frage 3:

Nachhaltigkeit und Umweltschutz gewinnen in der Tourismusbranche zunehmend an Bedeutung.

Nachhaltigkeit meint dabei jedoch nicht nur die natürliche Umwelt, sondern bezieht soziale und ökonomische Aspekte gleichermaßen ein. Jeder fünfte Deutsche legt auch im Urlaub hohen Wert auf körperlich-seelisches Wohlbefinden sowie ökologisches Bewusstsein. Für viele Gäste auch in Rheinland-Pfalz ist ein intaktes, natürliches Angebot von zentraler Bedeutung. Sie sind durchaus bereit, für nachhaltig gestaltete Reiseformen und Produkte mehr Geld auszugeben. Für das Urlaubsland Rheinland-Pfalz bedeutet dies ein Potenzial von drei Millionen Personen, die nachhaltig gestalteten Reiseangeboten interessiert gegenüberstehen. Dies hat die Studie Sparkassen-Tourismusbarometer Rheinland-Pfalz ergeben.

Diese „bewusst“ Reisenden bevorzugten „grüne“ Reiseziele, reagierten stark auf Umweltsiegel und Zertifizierungen und würden für attraktive und überzeugende Angebote in diesem Segment mehr ausgeben, heißt es im Sparkassen-Tourismusbarometer weiter. Bis zu 29 Euro mehr pro Person und Urlaubstag (für An- und Abreise, Übernachtung und Verpflegung für den ganzen Tag) wäre ihnen ein nachhaltig gestaltetes Angebot wert. Um diese Potenziale auszuschöpfen, müssten Produkt und Marketing jedoch den besonderen Mehrwert hervorheben und den außergewöhnlichen Erlebnischarakter betonen.

Die aktuellen Rheinland-Pfalz-Produktlinien „WanderWunder“, „RadHelden“, „WeinReich“ und „IchZeit“ lassen sich gut mit der Angebotsentwicklung für die Zielgruppenansprache in nachhaltig orientierten Marktsegmenten verbinden. Dabei darf Nachhaltigkeit kein Synonym für Komforteinbußen werden. Vielmehr müssen bei der Vermarktung nachhaltig gestalteter Produkte der Mehrwert und das Erlebnis klar vermittelt werden. Das aktuelle Tourismusbarometer belegt eine wachsende Umweltorientierung der Gastgewerbebetriebe und Freizeiteinrichtungen in Rheinland-Pfalz: Zwei Drittel von ihnen investierten in den vergangenen drei Jahren vermehrt in energie- und umweltrelevante Bereiche, mit steigender Tendenz.

Zu Frage 4:

Mit der Fortschreibung der Tourismusstrategie im Jahr 2012 wird die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit festgelegt, sie umfasst die Umsetzung eines ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Tourismus.

Die Tourismusstrategie 2015 des Landes versteht sich als eine Richtungsstrategie mit Leitliniencharakter. Die Ziele der Tourismusstrategie lassen sich daher auf drei Ebenen beschreiben:

- Nachhaltigkeit als übergeordnetes Ziel und Verpflichtung der Tourismusbranche,
- Steigerung der Wertschöpfung als zentrales Ziel der Strategie sowie
- abgeleitete Profilierungs-, Qualitäts-, Struktur- und Konzentrationsziele.

Zwei Aspekte werden dabei besonders angestrebt: Die Förderung und Bewahrung der Regionalität und eine stärkere Berücksichtigung ökologischer Aspekte, vor allem die Verminderung des Ressourcen- und Flächenverbrauchs.

Eveline Lemke
Staatsministerin