

**Rheinland-Pfalz**

Gold

# Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Zukunftsorientiert. Partnerschaftlich. Nachhaltig.



# Impressum

## Im Auftrag von

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und  
Weinbau Rheinland-Pfalz  
Stiftsstraße 9  
55116 Mainz

Tel. 06131 16 0  
[tourismus@mwwlw.rlp.de](mailto:tourismus@mwwlw.rlp.de)

[www.mwwlw.rlp.de](http://www.mwwlw.rlp.de)



## Erstellt durch



PROJECT M GmbH  
Steinhöft 9  
20459 Hamburg

Tel. 040 4 19 23 96 0  
[hamburg@projectm.de](mailto:hamburg@projectm.de)

[www.projectm.de](http://www.projectm.de)

## Nachunternehmen



Saint Elmo's Boost GmbH  
Karolingerstraße 1  
5020, Salzburg, Österreich

Tel. +43 664 20 29 028  
[office@saint-elmos-boost.com](mailto:office@saint-elmos-boost.com)

[www.saint-elmos-boost.com/](http://www.saint-elmos-boost.com/)

**Projektteam:** Stephan Grapentin, Peter C. Kowalsky, Jenny Meyer (PROJECT M) und Olaf Nitz (Saint Elmo's Boost) in enger Kooperation mit dem Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

**Bildnachweise:** Dominik Ketz/Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

**Redaktionsschluss:** Juli 2025

**Hinweis:** Der Bericht ist im Layout der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold und entsprechend den Vorgaben barrierefrei gestaltet.

# Inhalt

|   |    |
|---|----|
| Grußwort .....  | 4  |
| Einführung .....  | 6  |
| Zusammenfassung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz.....                       | 7  |
| 1. Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 .....               | 13 |
| 1.1. Anlass und Prozess zur Fortschreibung .....                                  | 13 |
| 1.2. Knergebnisse der Evaluation zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 .....  | 14 |
| 2. Rahmenbedingungen für den Tourismus in Rheinland-Pfalz.....                    | 16 |
| 2.1. Ausgangssituation und Tourismusentwicklung.....                              | 16 |
| 2.2. Rahmenbedingungen und Anforderungen an einen zukunftsfähigen Tourismus ..... | 18 |
| 3. Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz.....  | 22 |
| 3.1. Vision Tourismus Rheinland-Pfalz.....  | 23 |
| 3.2. Collective Impact .....  | 24 |
| 3.3. Strategische Leitziele.....  | 25 |
| 3.4. Strategische Geschäftsfelder des Rheinland-Pfalz Tourismus .....             | 26 |
| 4. Handlungsfelder der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz .....                   | 32 |
| 4.1. Aufbau der Handlungsfelder .....   | 33 |
| 4.2. Handlungsfeld Digitalisierung .....  | 34 |
| 4.3. Handlungsfeld Profilierung und Innovation .....                              | 39 |
| 4.4. Handlungsfeld System Tourismus .....   | 43 |
| 4.5. Handlungsfeld Gastgewerbe .....  | 47 |
| 4.6. Handlungsfeld Touristische Infrastruktur .....                               | 51 |
| 4.7. Handlungsfeld Nachhaltigkeit .....   | 57 |
| 4.8. Impulsmaßnahmen der Tourismusstrategie .....                                 | 62 |
| 5. Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz .....                         | 65 |
| 5.1. Gemeinsame Umsetzung im Collective Impact.....                               | 66 |
| 5.2. Stärkung des Umsetzungsmanagements.....                                      | 69 |
| 5.3. Stärkung der aktiven Mitwirkung.....   | 69 |
| 5.4. Ausblick.....  | 70 |
| Abkürzungsverzeichnis .....   | 71 |
| Abbildungsverzeichnis .....   | 72 |

# Grußwort

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz ist uns ein wichtiges Anliegen – weil er die Schönheit unseres Landes zeigt, weil er Begegnung stiftet, weil er Menschen verbindet. Wer durch unsere Landschaften reist, wer unsere Städte besucht oder in einem unserer Dörfer verweilt, nimmt mehr mit als nur Eindrücke: Er erlebt, was Rheinland-Pfalz ausmacht - Offenheit, Gastfreundschaft, Kultur, Genuss und Natur. Wir sind überzeugt: Tourismus ist wichtig als Wirtschaftsfaktor, aber auch für Lebensqualität, Zukunftsperspektive und Teil unserer Identität. Und: Er ist Gemeinschaftsaufgabe. In unserer täglichen Arbeit erleben wir, mit welchem Engagement und Herzblut die Menschen vor Ort, in den Organisationen, Betrieben und Kommunen für den Tourismus wirken. Dieses gemeinsame Wirken ist die tragende Säule der Fortschreibung unserer Tourismusstrategie.

Die vorliegende Strategie ist nicht am Reißbrett entstanden. Sie ist das Ergebnis eines intensiven Austauschs, getragen von vielen Perspektiven und viel Expertise. Sie setzt klare Akzente und bleibt zugleich offen für Neues. Sie schafft Orientierung und lädt ein zur Mitgestaltung. Die Herausforderungen sind groß – Fachkräftesicherung, nachhaltige Entwicklung, Digitalisierung, Wettbewerbsfähigkeit. Aber wir sind sicher: Wenn wir weiter so konstruktiv zusammenarbeiten wie bisher, dann gestalten wir nicht nur einen starken Tourismus, sondern auch ein starkes Rheinland-Pfalz.

Unser herzlicher Dank gilt allen, die sich in diesen Prozess eingebracht haben – mit Ideen, mit Kritik, mit Erfahrung und mit Mut. Lassen Sie uns mutig, verantwortungsbewusst und mit klarem strategischem Fokus diesen gemeinsamen Weg weitergehen. Lassen Sie uns einen Tourismus gestalten, der nicht nur Märkte bedient, sondern Lebensräume gestaltet. Für ein Rheinland-Pfalz, das seine Potenziale entfaltet als attraktiver Tourismusstandort, lebenswerter Raum und starke Marke weit über die Grenzen hinaus.

## Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz



**Daniela Schmitt, Ministerin**  
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz



**Arne Rössel, Hauptgeschäftsführer**  
IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz



**Gereon Haumann, Präsident**  
DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.



**Stefan Zindler, Geschäftsführer**  
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH



**Gabriele Flach, Vorsitzende**  
Tourismus- und Heilbäderverband  
Rheinland-Pfalz e.V.



# Einführung

Der Tourismus steht heute mehr denn je im Spannungsfeld sich wandelnder Rahmenbedingungen: gesellschaftlicher Wertewandel, ökologische Anforderungen, Arbeits- und Fachkräftemangel, Betriebsnachfolgeproblematik, Digitalisierung oder veränderte Gästeerwartungen erfordern eine kontinuierliche Fortschreibung und Weiterentwicklung. Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz reagiert auf diese Dynamiken mit klaren inhaltlichen Schwerpunkten und strukturellen Anpassungen. Dort, wo Fortschreibung nicht reicht, erfolgt eine gezielte Weiterentwicklung. Gleichzeitig bleiben die erfolgreichen Grundpfeiler der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 bewusst erhalten.

Mit der Fortschreibung wird die strategische Grundlage für einen zukunftsfähigen, resilienten und wettbewerbsfähigen Tourismus konsequent weiterentwickelt. Aufbauend auf der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025, den Erfolgen ihrer Umsetzung sowie den Erkenntnissen aus der begleitenden Evaluation markiert diese Strategie keinen Neustart, sondern eine bewusste Weiterentwicklung eines erfolgreichen Weges. Sie schärft die strategische Ausrichtung, stärkt das System Tourismus mit seinen Aufgaben, Rollen und Wechselwirkungen und stellt die Weichen, damit der Tourismus auch künftig als starker Impulsgeber für Wertschöpfung, Standortattraktivität und Lebensqualität quer durch Regionen, Branchen und Lebensbereiche wirken kann.

Die Strategie versteht sich dabei nicht als starres Papier, sondern als lern- und steuerungsfähiger Prozess. Sie bildet den Rahmen für einen kontinuierlichen, agilen Entwicklungsweg, der auf Beteiligung, Dialog und gemeinsame Verantwortung setzt, über das Tourismusmanagement und die Tourismuswirtschaft hinaus und unter Einbeziehung von Kammern, Verbänden, Fachministerien, Kommunen, Wissenschaft und Gesellschaft. Der vorausgegangene Strategieprozess hat gezeigt, dass nachhaltige Transformation ein gemeinsames Zielbild, gegenseitiges Vertrauen, verbindliche Strukturen und klare Kommunikation braucht. Die Fortschreibung schafft dafür Orientierung, klärt Aufgaben, stärkt bestehende und ergänzt neue Prozesse, fördert Innovation und verankert über den „Collective Impact“ eine Kultur geteilter Verantwortung und strategischer Lernfähigkeit im System.

Die vorliegende Tourismusstrategie ist somit kein einmalig formuliertes Zukunftsbild, sondern ein dynamischer, fortlaufend anpassbarer Orientierungsrahmen für alle Akteurinnen und Akteure in Rheinland-Pfalz. Im Mittelpunkt stehen künftig spezifische, gemeinsam vereinbarte Ziele und Impulsmaßnahmen, die strategische Prioritäten setzen, Fortschritte messbar machen und eine belastbare Grundlage für Monitoring, Controlling und Steuerung bieten. So bleibt die Strategie anschlussfähig, kontinuierlich steuerbar und offen für neue Herausforderungen und Chancen. Die Tourismusstrategie wird damit zum lebendigen Steuerungsinstrument eines gemeinsamen Handelns für einen starken, innovativen und verantwortungsvoll gestalteten Tourismus in Rheinland-Pfalz.

Die Tourismusstrategie wird partnerschaftlich getragen von der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz (IHK), dem DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V. (DEHOGA), der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT), dem Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. (THV) sowie dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz (MWVLW). Sie übernehmen im Sinne des „Collective Impacts“ gemeinsam die Verantwortung für die Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz und die gezielte Einbindung der Akteurinnen und Akteure im Umsetzungsprozess.

# Zusammenfassung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

## Anlass

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz wird bewusst als Fortschreibung und nicht als neue Strategie weitergeführt. Ziel ist es, konsequent auf den Stärken, Strukturen und Erfahrungswerten der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 aufzubauen, um die erfolgreiche Entwicklung fortzusetzen und gleichzeitig flexibel auf neue Herausforderungen zu reagieren. Hintergrund sind sich dynamisch verändernde Rahmenbedingungen: Globale und gesellschaftliche Transformationsprozesse, etwa durch Klimawandel, Digitalisierung, demografischen Wandel oder verändertes Reiseverhalten, wirken direkt auf touristische Geschäftsmodelle, Strukturen und Handlungsfelder ein. Die Strategie richtet sich deshalb nicht nur auf die Bewältigung dieser Herausforderungen, sondern auf die gezielte Stärkung des Tourismus als relevanten Wirtschaftsfaktor, Impulsgeber für Lebensqualität und Motor für die Standortentwicklung in Rheinland-Pfalz.

## Strategieprozess und Evaluation

Die Fortschreibung basiert auf einer umfassenden Evaluation der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 sowie einem breiten Beteiligungsprozess unter Einbindung von Akteurinnen und Akteuren aller Ebenen des touristischen Systems. Die Analyse bestätigte die inhaltliche Ausrichtung und Wirkungskraft der bisherigen Strategie und identifizierte zentrale Erfolgsfaktoren wie klare Aufgabenverteilung, gezielte Investitionen, Digitalisierungsvorhaben, Strukturoptimierung und Kooperation über Branchengrenzen hinweg. Besonders hervorgehoben wurde die Bedeutung des koordinierenden Umsetzungsmanagements und des Collective Impact für eine verbindliche und wirkungsvolle Umsetzung. Die Mehrheit der Maßnahmen wurde erfolgreich angestoßen oder umgesetzt, einzelne Projekte durch externe Einflüsse verzögert.

Die neue Strategie wird als dynamisches und prozessorientiertes Steuerungsinstrument fortgeführt. Bewährte Elemente werden weiterentwickelt, Maßnahmen bei Bedarf angepasst sowie neue Maßnahmen formuliert und gezielt auf sich ändernde Herausforderungen ausgerichtet. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus langfristig zu sichern und gemeinsam mit allen Partnerinnen und Partnern eine nachhaltige Entwicklung zu gestalten.

## Rahmenbedingungen und Entwicklung des Tourismus in Rheinland-Pfalz

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor mit breiten positiven Wirkungen für Regionen, Städte und Gemeinden. Mit einem Bruttoumsatz von über 8 Milliarden Euro in 2023 und rund 118.000 gesicherten Erwerbspersonen trägt er maßgeblich zur Lebensqualität, Standortattraktivität und zu kommunalen Einnahmen bei.<sup>1</sup> Die touristische Nachfrage hat sich nach der COVID-19-Pandemie weitgehend erholt, bleibt jedoch hinter dem Bundesdurchschnitt zurück. Treiber sind vor allem der

---

<sup>1</sup> Der Wert entspricht einem Äquivalent von rund 118.000 Personen, die durch die touristische Nachfrage im Bundesland Rheinland-Pfalz ein durchschnittliches Volkseinkommen (= 32.607,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten (Stand 2023).

Städtetourismus, der promotable Geschäftsreisetourismus (MICE) sowie Gesundheitsangebote in Heilbädern und Kurorten.

Gleichzeitig ist der Tourismus mit zunehmend komplexen Herausforderungen konfrontiert. Dazu zählen der Klimawandel, die Notwendigkeit ganzjähriger Auslastung, digitale Transformation, Fachkräftemangel und Finanzierungsengpässe. Um diesen Herausforderungen strukturiert zu begegnen und neue Wachstumsimpulse zu setzen, ist ein strategischer Handlungsrahmen, wie ihn die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz vorgibt, unerlässlich. Daneben benötigt es ein anpassungsfähiges, vernetztes Tourismusmanagement, das Qualität, Nachhaltigkeit und Profilierung systematisch stärkt. Die Weiterentwicklung regionaler Stärken, die gezielte Nutzung von Synergien und der Collective Impact aller Akteurinnen und Akteure sind daher zentrale Hebel, um den Tourismus in Rheinland-Pfalz dauerhaft wettbewerbsfähig, resilient und zukunftsgerichtet aufzustellen.

### **Strategischer Rahmen für den Tourismus in Rheinland-Pfalz**

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz bietet den Orientierungsrahmen für eine koordinierte, nachhaltige und zukunftsgerichtete Tourismusentwicklung im Land. Im Zentrum stehen eine gemeinsame Vision und das Prinzip des Collective Impact, das auf verbindlicher Zusammenarbeit und geteilter Verantwortung aller Akteurinnen und Akteure im touristischen System beruht. Fünf strategische Leitziele geben eine klare Orientierung für Entscheidungen und Maßnahmen in allen Umsetzungsstufen von der Landesebene bis zu einzelnen Betrieben.

### **Unsere gemeinsame Vision für den Tourismus in Rheinland-Pfalz:**

**Rheinland-Pfalz begeistert mit Lebensfreude und authentischen Erlebnissen für Gäste und die eigene Bevölkerung und setzt auf nachhaltigen Qualitätstourismus.**

Diese Vision vereint ökonomische Zielsetzungen mit einer gesellschaftlichen Verantwortung des Tourismus. Sie hebt den Tourismus als Impulsgeber für Lebensqualität, Standortentwicklung und regionales Selbstbewusstsein hervor. Die Vision ist Grundlage für Kommunikation, strategisches Handeln und der Identifikation aller Akteurinnen und Akteure. Sie richtet sich an das Tourismusmanagement insgesamt und zugleich an Politik, Verwaltung, Unternehmen und Organisationen in allen Regionen von Rheinland-Pfalz.

Die Umsetzung der Tourismusstrategie fußt auf dem Prinzip des Collective Impact. Dieses fokussiert das systematische, abgestimmte und gemeinsame Handeln aller Akteurinnen und Akteure im touristischen System. Nur durch verbindliche Kooperation, geteilte Verantwortung und eine zielgerichtete Abstimmung über Ebenen und Bereiche hinweg kann die Tourismusstrategie dauerhaft wirksam werden.

### **Collective Impact für den Rheinland-Pfalz Tourismus:**

**Wir gestalten gemeinsam: Tourismus ist ein Plus für Rheinland-Pfalz!**

## **Fünf strategische Leitziele als Steuerungskompass**

Die Tourismusstrategie überträgt die Vision in fünf strategische Leitziele, die das gemeinsame Wirken aller Beteiligten leiten. Sie dienen zugleich als Grundlage für das Umsetzungsmanagement, zum Monitoring und der Erfolgsmessung:

- **Steigern der Wertschöpfung**

Förderung längerer Aufenthalte, höherer Ausgaben und qualitätsorientierter Angebote zur wirtschaftlichen Stärkung des Tourismus

- **Schärfen der Profilierung**

Aufbau relevanter profil- und markenprägender Angebote und Highlight-Angebote mit Bezug zur Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold

- **Verankern der Nachhaltigkeit**

Konsequente Ausrichtung auf ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung im Sinne einer zukunftsfähigen Entwicklung

- **Stärken der Kooperation**

Aufbau verlässlicher Strukturen, partnerschaftlicher Zusammenarbeit und eines innovationsfreudigen touristischen Systems

- **Intensivieren des Tourismusbewusstseins**

Stärkung der gesellschaftlichen Akzeptanz und Mitgestaltung durch Bevölkerung, Verwaltung, Politik und Wirtschaft

## **Strategische Geschäftsfelder für ein starkes Profil und hochwertige Angebote**

Die inhaltliche Marktbearbeitung und Weiterentwicklung der Profilierung über einen qualitativen Tourismus konzentriert sich auf vier etablierte Geschäftsfelder – Kultur, Natur und Aktiv, Wellness und Prävention sowie Wein und Kulinarik – und perspektivisch auf das Geschäftsfeld MICE/promotabler Geschäftsreisetourismus. Dieses bietet hohes Potenzial im Bereich des Tagungs- und Kongresstourismus für die Städte, aber auch im Zusammenhang mit der hochwertigen Tagungshotellerie und einer gestiegenen Nachfrage nach besonderen Locations und Incentives für ländliche Regionen. Insgesamt besteht das Ziel, über die Erweiterung der Geschäftsfelder die ganzjährige Auslastung und wirtschaftliche Resilienz im Tourismus und damit die direkte und indirekte Wertschöpfung zu steigern.

Die Festigung der strategischen Arbeit in Geschäftsfeldern stärkt nicht nur die Sichtbarkeit und Qualität der Angebote, sondern schafft auch eine fundierte Grundlage für Investitionen, Kooperationen und innovationsorientierte Tourismusentwicklung im Sinne der Vision. Die Tourismusstrategie bleibt damit handlungsleitender Kompass für einen Tourismus, der Wertschöpfung und Lebensqualität gleichermaßen fördert.

## **Handlungsfelder der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz**

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz basiert auf sechs eng miteinander verknüpften Handlungsfeldern, die das strategische Aufgabenprofil der Tourismusentwicklung im Land definieren. Sie leiten sich aus den übergeordneten Leitzielen der Tourismusstrategie ab und bündeln zentrale Aufgaben, in denen gemeinsames, koordiniertes Handeln notwendig ist, um die Vision des Tourismus in Rheinland-Pfalz zu verwirklichen.



Die Handlungsfelder verdeutlichen die Notwendigkeit abgestimmter Prozesse, verlässlicher Zusammenarbeit und systemischer Wirkungslogik im Sinne des Collective Impact. Dabei geht es nicht nur um die Umsetzung einzelner Maßnahmen, sondern um das Zusammenspiel aller Akteurinnen und Akteure in einem gemeinsamen strategischen Rahmen. Im Zentrum steht die Fortschreibung der erfolgreichen Strategieprojekte der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025. Diese werden strukturell in Handlungsfelder überführt, in denen Aufgaben und Maßnahmen klar zugewiesen und umsetzbar gemacht werden. Die Handlungsfelder sind kein statisches Raster, sondern ein dynamisches, lernfähiges System, das Anpassung und Weiterentwicklung zulässt, immer mit Fokus auf die Zielerreichung.

**Das Fundament der Handlungsfelder bildet die Nachhaltigkeit**, die fest in der Vision und als zentrales Qualitätsmerkmal für den langfristigen Erfolg touristischer Angebote verankert ist. Klimaanpassung, Resilienz, Krisenfestigkeit und nachhaltige Angebotsentwicklung werden systematisch vorangetrieben.

**Das Handlungsfeld Digitalisierung** bildet das strategische Dach. Es ermöglicht Effizienz, Qualität und Reichweite in allen Bereichen der Tourismusentwicklung. Der digitale Kompetenzaufbau, Datenmanagement und smarte Technologien sind die Hebel für eine zukunftsfähige, vernetzte Tourismusarbeit.

**Im Zentrum des Handlungsfeldes Profilierung und Innovation** steht eine hochwertige, markengerechte Angebotsentwicklung. Das Handlungsfeld schärft die Markenerlebbarkeit der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold und setzt auf kontinuierliche Innovationsimpulse entlang der Customer Journey.

**Das Handlungsfeld System Tourismus** adressiert die strukturellen und finanziellen Grundlagen für ein tragfähiges Tourismusmanagement. Kooperationsstrukturen, Finanzierungsmodelle, Steuerungsprozesse und eine gemeinsame Wirkungsmessung sichern die Leistungsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit des

touristischen Systems in Rheinland-Pfalz. Ein wesentlicher Hebel dafür ist die Intensivierung des Tourismusbewusstseins in verschiedenen Anspruchsgruppen.

**Das Handlungsfeld Gastgewerbe** bildet als Rückgrat der touristischen Wertschöpfung einen zentralen strategischen Schwerpunkt. Ziel ist es, die Betriebe in ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit nachhaltig zu stärken und gezielt zu fördern. Im Fokus stehen dabei der Erhalt und die Weiterentwicklung betrieblicher Strukturen, die Fach- und Arbeitskräfte sicherung sowie die Steigerung von Qualität und Service. Darüber hinaus werden Unternehmensnachfolgen und Neugründungen aktiv unterstützt, um die Zukunftsfähigkeit der Branche zu sichern. Ein besonderes Augenmerk liegt auf dem Abbau bürokratischer Hürden, um unternehmerisches Handeln zu erleichtern und Innovationen zu fördern.

**Das Handlungsfeld touristische Infrastruktur** ergänzt das strategische Angebotsportfolio durch gezielte Investitionen in neue und bestehende Infrastrukturen. Ziel in diesem Handlungsfeld ist es, profilgebende Erlebnisräume zu schaffen, öffentliche Räume aufzuwerten und Regionen durch Investitionen in Infrastruktur langfristig zu stärken, auch durch gezielte Impulsinvestitionen auf kommunaler Ebene.

Maßnahmen mit einer überdurchschnittlich hohen strategischen Wirkung im Handlungsfeld sind als **Impulsmaßnahmen** hervorgehoben. Sie setzen gezielt Akzente zur Initialisierung des Umsetzungsprozesses und markieren strategische Startpunkte. Impulsmaßnahmen dienen als Mobilisierungsinstrument für Akteurinnen und Akteure im gesamten Land. Ihre dynamische Fortschreibung schafft agile Handlungsspielräume und fördert die Anpassungsfähigkeit im Umsetzungsverlauf.

| Handlungsfeld               | Impulsmaßnahme  |
|-----------------------------|---|
| Digitalisierung             | <b>Etablierung eines digitalen Mindsets</b>                                   |
|                             | <b>Optimierung des Datenmanagements</b>                                       |
| Profilierung und Innovation | <b>Implementierung einer KI-gestützten Marktbearbeitung</b>                   |
|                             | <b>Aufbau von Innovationsprozessen</b>  |
|                             | <b>Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld</b> |
| System Tourismus            | <b>Implementierung der Soll-Konzepte</b>                                      |
|                             | <b>Prüfung der Tourismusfinanzierung</b>                                      |
|                             | <b>Fortführung der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“</b>             |
| Gastgewerbe                 | <b>Prüfung der Praxischeck-Ergebnisse</b>                                     |
|                             | <b>Aufbau eines Monitoring-Systems</b>  |
| Touristische Infrastruktur  | <b>Anreize für Impulsinvestitionen durch Förderung schaffen</b>               |
|                             | <b>Anschub und Projektentwicklung auf kommunaler Ebene</b>                    |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>Nachhaltigkeit</b> | <b>Erarbeitung einer Klimawandel-Anpassungsstrategie</b> |
|                       | <b>Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal etablieren</b>    |
|                       | <b>Entwicklung und Ausbau nachhaltiger Angebote</b>      |

## Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Die Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz basiert auf dem Prinzip des Collective Impact. Dieses stellt nicht eine hierarchische Steuerung, sondern das abgestimmte, verbindliche Zusammenwirken aller Akteurinnen und Akteure in den Mittelpunkt. Die fünf strategischen Partnerinstitutionen tragen gemeinsam mit einem dynamischen Netzwerk aus regionalen und kommunalen Organisationen, touristischen Betrieben und weiteren relevanten Akteursgruppen die Verantwortung für die Umsetzung.

Zentrale Struktur der Umsetzung ist das bei der RPT angesiedelte Umsetzungsmanagement. In enger Abstimmung mit dem MWVLW koordiniert das Umsetzungsmanagement Prozesse, vernetzt Partner, begleitet Maßnahmen und steuert das Monitoring der Zielerreichung. Die Steuerungsgruppe der Tourismusstrategie agiert als strategisches Reflexionsorgan, während der Arbeitskreis Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz operative Umsetzung, Austausch und strategische Weiterentwicklung verantwortet. Eine kontinuierliche Einbindung weiterer Partnerinnen und Partner, u. a. aus angrenzenden Branchen, ist integraler Bestandteil der Strategieumsetzung. Die Strategie setzt auf strukturierte Gremienarbeit, eine klare Rollenverteilung und zielgerichtete Kommunikationswege. Gleichzeitig bildet die stärkere Einbindung touristischer Betriebe ein zentrales Handlungsfeld. Sie sollen über praxisnahe Formate, strategische Beteiligung in Geschäftsfeldern und Veranstaltungen aktiv eingebunden werden.

Das Umsetzungsmanagement fungiert als organisatorisches Rückgrat, das über Vernetzung, Wissensaustausch und Controlling sicherstellt, dass die strategischen Leitziele auch unter veränderten Rahmenbedingungen erreicht werden. Die Strategie bleibt damit dynamisch, transparent, anschlussfähig und zukunftsgerichtet.

## Fazit und Ausblick

Die Fortschreibung der Tourismusstrategie markiert den Beginn eines neuen Umsetzungszyklus als dynamischer Zukunftsprozess für einen starken Tourismusstandort Rheinland-Pfalz. Die Strategie versteht sich nicht als statisches Konzept, sondern als lernfähiges Steuerungsinstrument mit klarem Anspruch auf Wirkung, Vernetzung und Weiterentwicklung.

Aufbauend auf den Erfolgen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz werden zukünftig Maßnahmen konsequent weitergeführt, gezielt geschärft und flexibel an neue Rahmenbedingungen angepasst. Die im partizipativen Prozess entwickelte Vision, das gemeinsame Leitzielsystem und der Anspruch an kooperative Zusammenarbeit bilden dabei die verbindliche Klammer für das strategische Handeln im Sinne eines echten Collective Impact.

Zur strategischen Weiterentwicklung ist spätestens nach fünf Jahren eine Evaluation vorgesehen, die Erfolge messbar macht, Potenziale sichtbar werden lässt und die Strategie als zukunftsgerichtetes Steuerungsinstrument nachhaltig verankert.

# 1. Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025

Seit Beginn der Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 haben sich Anforderungen, Erwartungen und Rahmenbedingungen spürbar verändert. Der Tourismus steht auch in Rheinland-Pfalz im Spannungsfeld tiefgreifender globaler, gesellschaftlicher und technologischer Transformationsprozesse. Megatrends wie Klimawandel, Digitalisierung, demografischer Wandel und veränderte Reise- und Konsummuster prägen die Branche ebenso wie geopolitische Krisen, verschärfter Wettbewerbsdruck oder die zunehmende Finanzierungsschwäche vieler Kommunen. Diese Entwicklungen wirken unmittelbar auf touristische Strukturen, Geschäftsmodelle und Handlungslogiken ein und machen eine strategische Weiterentwicklung zwingend erforderlich.

Daher ist es von zentraler Bedeutung, die strategische Ausrichtung des Tourismus regelmäßig zu reflektieren, gezielt nachzuschärfen und zukunftsgerichtet weiterzudenken. Dabei geht es nicht allein um das Reagieren auf Herausforderungen, sondern um die aktive Stärkung der positiven Wirkungspotenziale des Tourismus als relevanter Wirtschaftsfaktor, als Motor für Standortattraktivität und als Impulsgeber für Lebensqualität in Stadt und Land.

## 1.1. Anlass und Prozess zur Fortschreibung

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 hat klare Rahmenbedingungen für eine nachhaltige und zukunftsorientierte Entwicklung des Tourismus im Land geschaffen. Sie definierte zentrale Ziele und Strategieprojekte zur Stärkung und Weiterentwicklung des Wirtschaftsfaktors Tourismus. Seitdem wird die Tourismusstrategie im Sinne des „Collective Impact“-Ansatzes in enger Zusammenarbeit zahlreicher Partnerinnen und Partner aus dem System Tourismus sowie durch zentrale Koordination eines Umsetzungsmanagements umgesetzt.

Mit dem Erreichen des Zielhorizonts in 2025 endet die aktive Umsetzungsphase der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025. Aufbauend auf einer umfassenden Evaluation im Jahr 2024 zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 und einem gezielten Beteiligungsprozess zur Fortschreibung wird die Tourismusstrategie künftig als dynamisches Steuerungsinstrument mit Prozesscharakter fortgeführt, als Rahmen für einen dauerhaft angelegten Entwicklungs- und Umsetzungsprozess.

Bei der Ausarbeitung bestand das Ziel, die bestehende strategische Ausrichtung stringent weiterzuverfolgen, begonnene Maßnahmen zu überprüfen, bei Bedarf gezielt fortzuschreiben und agiler auf Marktveränderungen zu reagieren. Die vorliegende Tourismusstrategie wurde hierzu aufbauend auf der vorangegangenen Evaluation in einem breiten Dialogprozess in verschiedenen Workshops im Zeitraum September 2024 bis Juli 2025 erarbeitet. An den Beteiligungsformaten wirkten Partnerinnen und Partner aus allen Ebenen des Tourismus engagiert mit, darunter Vertreterinnen und Vertreter von touristischen Betrieben, Kommunen und Regionen, Interessen- und Branchenvertretungen aus touristischen und tourismusnahen Bereichen sowie die touristischen Landesinstitutionen in Rheinland-Pfalz. Damit kam der Collective Impact wirkungsvoll zur Anwendung. Auf diesem Fundament gilt es nun für die Umsetzung der Tourismusstrategie aufzubauen und alle mitzunehmen.

## **1.2. Knergebnisse der Evaluation zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2025**

Im Vorfeld der Fortschreibung der Tourismusstrategie wurde von April bis August 2024 unter breiter Beteiligung zahlreicher Akteurinnen und Akteure des rheinland-pfälzischen Tourismus eine umfassende Evaluation der Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Evaluation bilden die inhaltliche Grundlage für die Fortschreibung und Weiterentwicklung der Tourismusstrategie. Die wichtigsten Erkenntnisse und daraus abgeleitete Handlungsimpulse für die Fortschreibung werden im Folgenden kompakt zusammengefasst. Der vollständige Evaluationsbericht steht im Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz in einer Kurzfassung ( $\rightarrow$  [Link zur Kurzfassung](#)) zur Verfügung.

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 legte den Fokus auf bereichsübergreifende Zusammenarbeit innerhalb der Branche sowie auf gezielte Kooperationen mit tourismusnahen Bereichen. Als zentrale Erfolgsfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit des Landes wurden u. a. die Optimierung touristischer Strukturen, eine klare Aufgabenverteilung über alle Ebenen hinweg, die Bündelung von Ressourcen sowie die digitale Transformation identifiziert. Investitionen wurden gezielt auf wichtige Projekte mit Impulswirkung und zentrale Tourismusinfrastrukturen konzentriert.

Weitere Grundpfeiler waren die gezielte Unterstützung des Gastgewerbes, z. B. durch die Etablierung des Arbeitgebernetzwerks „Working Family“ sowie die erstmalige Entwicklung einer landesweiten Wirtschaftsstandortmarke. Die Einführung strategischer Geschäftsfelder trug dazu bei, neue Netzwerke aufzubauen, um den Wissensaustausch und neue Angebotshighlights zu fokussieren, Themenkompetenz zu bündeln, Produkte systematisch weiterzuentwickeln und Wertschöpfungspotenziale gezielt auszubauen. Darüber hinaus wurde der Fokus verstärkt auf Tourismusbewusstsein und -akzeptanz für den politischen Stellenwert des Tourismus gelegt – mit dem Ziel, das Bewusstsein für den Tourismus als Plus für Rheinland-Pfalz zu erhöhen.

Die Mehrheit der in der Tourismusstrategie definierten Strategieprojekte und derer einzelner Maßnahmen wurde angestoßen, viele wurden erfolgreich umgesetzt. Einige Maßnahmen konnten – infolge externer Rahmenbedingungen wie der COVID-19-Pandemie, begrenzter Ressourcen oder Naturkatastrophen (z. B. die Flut im Ahrtal) – bislang nur eingeschränkt oder noch nicht vollständig realisiert werden. Insgesamt hat die Tourismusstrategie aber entscheidende Impulse gesetzt, zentrale Strukturen etabliert und tragfähige Prozesse aufgebaut, die heute eine solide Grundlage für die weitere Entwicklung bilden.

Die Evaluation der Tourismusstrategie im Jahr 2024 zeigte deutlich: Die strategischen Zielsetzungen und inhaltlichen Prioritäten der Tourismusstrategie 2025 waren im Kern richtig gewählt und wurden – im Rahmen der bestehenden Möglichkeiten – wirkungsvoll umgesetzt. Insbesondere die koordinierende Funktion des Umsetzungsmanagements wurde als zentraler Erfolgsfaktor hervorgehoben. Es trug wesentlich dazu bei, Prozesse zur Umsetzung konstruktiv zu gestalten und den Wissensaustausch effizient zu steuern. Zielzusammenhänge wurden hergestellt und die verbindliche Beteiligung aller relevanten Partnerinnen und Partner sichergestellt.

Für die Fortschreibung gilt es nun, auf diesen Erfolgen aufzubauen und sie weiterzuentwickeln. Unter dem Prinzip des Collective Impact sollen bewährte Ansätze verstetigt, strategisch weitergedacht und konsequent an veränderte Rahmenbedingungen angepasst werden – mit dem Ziel, die Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz langfristig resilient, nachhaltig und zukunftsorientiert zu gestalten.



## 2. Rahmenbedingungen für den Tourismus in Rheinland-Pfalz

Für Rheinland-Pfalz wie für alle anderen Bundesländer gilt: Der Tourismus muss künftig noch stärker als lern- und anpassungsfähiges System aufgestellt sein, um auf komplexe, dynamische und teils unvorhersehbare Rahmenbedingungen wirksam reagieren zu können.

### 2.1. Ausgangssituation und Tourismusentwicklung

#### Wirtschaftsfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz

Der Tourismus ist in Rheinland-Pfalz ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und zugleich ein wirksames Instrument zur Gemeinde-, Stadt- und Regionalentwicklung. Er trägt wesentlich zur Lebensqualität, Erlebnisvielfalt und Standortattraktivität bei – sowohl als harter wie auch als weicher Standortfaktor. Als Impulsgeber, Imageträger und Querschnittsbranche entfaltet der Tourismus positive Wirkungen weit über den eigentlichen Sektor hinaus. Über die direkte und indirekte Wertschöpfung sichert er Einnahmen und Kostendeckungsbeiträge für kommunale Haushalte und verschiedenste Wirtschaftsbereiche im ganzen Land. Von Investitionen in die touristische Infrastruktur und Angebotsentwicklung profitieren damit nicht nur Gäste, sondern auch die Bevölkerung, Fach- und Arbeitskräfte sowie Unternehmen außerhalb des klassischen Tourismussektors. Neben Gastronomie, Beherbergung, Freizeit- und Kultureinrichtungen sind insbesondere auch Mobilitätsanbieter, Einzelhandel, Lebensmittelgeschäfte, Handwerksbetriebe und weitere Dienstleistungsbranchen Nutznießer von touristischen Umsätzen und deren Folgewirkungen.

Im Jahr 2023 betrug der touristisch induzierte Bruttoumsatz in Rheinland-Pfalz über 8 Milliarden Euro, das Steueraufkommen lag bei rund 760 Millionen Euro<sup>2</sup>. Der relative Beitrag des Tourismus am Volkseinkommen betrug 2,8 %, womit der Tourismus zu den bedeutendsten Wirtschaftsbranchen des Landes zählt. Rechnerisch wird durch den Tourismus ein mittleres Einkommen für rund 118.000 Menschen im Land erwirtschaftet<sup>3</sup>.

Im Vergleich zu 2019 stieg der Bruttoumsatz leicht um rund 1 %<sup>4</sup>. Der relative Beitrag zum Volkseinkommen ist jedoch leicht zurückgegangen. Inflationsbereinigt zeigen sich die Auswirkungen der pandemiebedingten Betriebsschließungen (2020–2022), der Flutkatastrophe im Ahrtal (2021) mit massiven Schäden an der touristischen Infrastruktur sowie der anhaltend angespannten globalen wirtschaftlichen Lage. Diese Faktoren hatten spürbare Auswirkungen auf die Wertschöpfung und Entwicklung des Tourismus in Rheinland-Pfalz. Entsprechend wären die Einnahmen und Wertschöpfungseffekte aus dem Tourismus deutlich höher, was zum einen die Relevanz des Tourismus als systemrelevanten Wirtschaftszweig unterstreicht und zum anderen die Notwendigkeit der Investition in einen resilienten Tourismus mit starken Organisations- und Kooperationsstrukturen aufzeigt.

<sup>2</sup> Wirtschaftsfaktor Tourismus Rheinland-Pfalz (dwif-Consulting GmbH, 2024)

<sup>3</sup> Wirtschaftsfaktor Tourismus Rheinland-Pfalz (dwif-Consulting GmbH, 2024)

<sup>4</sup> Wirtschaftsfaktor Tourismus Rheinland-Pfalz (dwif-Consulting GmbH, 2024)

## Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz

Die Tourismusentwicklung der vergangenen zehn Jahre in Rheinland-Pfalz zeigt – wie bundesweit – bis zum Beginn der COVID-19-Pandemie eine kontinuierlich positive Entwicklung. Die pandemiebedingten Betriebsschließungen in den Jahren 2020 bis 2022 führten jedoch zu massiven Einbrüchen bei den statistisch erfassten Ankünften und Übernachtungen. Im Anschluss setzte eine deutliche Erholungsdynamik ein. Im Jahr 2024 lagen die statistisch erfassten Ankünfte nur noch 4,9 % und die Übernachtungen 2,9 % unter dem Vorkrisenniveau von 2019. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer stieg auf 2,6 Tage.<sup>5</sup>

Trotz dieser positiven Entwicklung blieb Rheinland-Pfalz bei den Übernachtungszahlen leicht hinter dem bundesweiten Durchschnitt zurück. Ursachen sind unter anderem eine vergleichsweise geringe Zahl an verfügbaren Betten, ein strukturell bedingter Rückstand beim städtetouristischen Wachstum sowie der nachhaltige Wegfall touristischer Kapazitäten durch die Flutkatastrophe im Ahrtal im Jahr 2021. Der Wiederaufbau und die Neuschaffung touristischer Infrastrukturen dürfen in den betroffenen Regionen mittelfristig positive Impulse setzen.

Besonders dynamisch entwickelte sich – analog zum Bundestrend – das Camping-Segment. Auch der Städtetourismus zeigte trotz geringer Zahl an größeren Städten im Bundesländervergleich deutliche Wachstumseffekte. Letzterer verzeichnete in Rheinland-Pfalz eine nachhaltig gestiegene Nachfrage im Freizeit- und Kultur- sowie auch promotablen Geschäftsreisetourismus. Damit trägt der Städtetourismus maßgeblich zur touristischen Wertschöpfung im Tages- und Übernachtungstourismus bei. Vor allem, weil sich seine positiven Effekte nicht nur auf die Städte selbst beschränken, sondern auch wirtschaftlich in die angrenzenden Regionen hineinwirken. Der Städtetourismus in Groß- und vielen Mittelstädten gilt somit als wichtiger Wachstums- und Wirtschaftsfaktor im rheinland-pfälzischen Tourismus.

Mit Blick auf die Wertschöpfung hat vor allem der promotable Geschäftsreisetourismus (MICE) mit den Teilsegmenten Meetings, Incentives, Conventions und Exhibitions an Bedeutung gewonnen. Besonders die Bereiche Meetings und Incentives wurden in den vergangenen Jahren durch die strategische Arbeit der RPT und des Convention Bureau Rheinland-Pfalz gezielt gefördert. Diese Segmente zeichnen sich – unabhängig vom klassischen Freizeittourismus – durch hohe Wertschöpfungs- und Profilierungspotenziale auch für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort aus und leisten einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Stabilisierung touristischer Betriebe im Land.

### Promotabler Geschäftsreisetourismus/MICE

Der promotable Geschäftsreisetourismus umfasst geschäftlich motivierte und aktiv vermarktbares Aufenthalte in den vier MICE-Segmenten: Meetings, Incentives, Conventions, Events (dt. Tagungen, Incentives, Konferenzen/Kongresse und Messen).

Das Marktsegment zeichnet sich durch eine hohe Planbarkeit und gezielte Vermarktbarkeit aus. Im Gegensatz zum klassischen, individuellen Geschäftsreisetourismus bietet das MICE-Segment eine gezielte Steuerbarkeit.

Der promotable Geschäftsreisetourismus trägt zur ganzjährigen Auslastung, Wertschöpfungssteigerung und Vernetzung zwischen Wirtschafts- und Wissenschaftsbranchen bei.

<sup>5</sup> Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2014-2025)

Der Gesundheitstourismus entwickelt sich mit indikativen (ärztlich verordnet) sowie präventiven (vorbeugend ohne akute medizinische Notwendigkeit) Leistungen zunehmend zu einem weiteren tragenden Pfeiler des rheinland-pfälzischen Tourismus. Die statistisch erfassten Übernachtungszahlen in Vorsorge- und Rehakliniken stiegen 2024 im Vergleich zum Vorjahr überdurchschnittlich um 6,1 %<sup>6</sup>. Die Heilbäder und Kurorte des Landes fungieren dabei als Kompetenzzentren für Vorsorge und Rehabilitation und verfügen über ein markantes Angebotsprofil. Mit Inkrafttreten des Gesetzes zur Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung vom 11.07.2021 wurden ambulante Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten sowie stationäre Vorsorgeleistungen von Ermessens- zu Pflichtleistungen der gesetzlichen Krankenkassen. Das bietet Heilbädern und Kurorten mit ihrem medizinisch-therapeutischen Angebotsprofil neue Chancen. Zudem weisen Gäste mit gesundheitstouristischen Motiven im Schnitt höhere Ausgaben auf als andere Zielgruppen – das Segment ist somit auch wirtschaftlich besonders relevant. Gleichzeitig stehen viele Heilbäder und Kurorte vor der Herausforderung, ihre Infrastruktur zu modernisieren und die Angebotsqualität weiterzuentwickeln. Seit der gesetzlichen Änderung des Wunsch- und Wahlrechts für Reha-Aufenthalte im Jahr 2023 hat sich der Wettbewerb verschärft, was die Bedeutung der Profilierung sowie der Service- und Angebotsqualität unterstreicht.

## 2.2. Rahmenbedingungen und Anforderungen an einen zukunftsfähigen Tourismus

Die Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz steht in einem zunehmend komplexen und dynamischen Umfeld. Globale und regionale Herausforderungen, technologische Entwicklungen sowie gesellschaftliche Veränderungen erfordern ein strategisches, vernetztes und resilientes Handeln. Zu den zentralen Rahmenbedingungen und Anforderungen zählen:

**Profilierung, Markenstärkung und Sichtbarkeit:** Die gezielte inhaltliche Profilierung der Regionen und der Angebotssegmente sowie der weitere Ausbau der Markenpartner der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold stärken die Wahrnehmung und Wettbewerbsfähigkeit im In- und Ausland. Dabei kommt der glaubwürdigen Kommunikation von Qualität, Nachhaltigkeit und Erlebniswert zentrale Bedeutung zu.

**Digitale Transformation und Innovationsdruck:** Die digitale Transformation verändert Geschäftsmodelle, Informationsverhalten und Kundenerwartungen grundlegend. Sie eröffnet zugleich neue Potenziale für Effizienzsteigerung, Besuchendenansprache und -lenkung, Servicequalität und datenbasiertes Tourismusmanagement einschließlich des Einsatzes neuer Technologien wie Künstlicher Intelligenz (KI). Voraussetzung für die Nutzung dieser Potenziale sind der gezielte Kompetenzaufbau, moderne digitale Infrastrukturen sowie agile und innovative Organisationsformen im Tourismus.

**Ganzjähriges Wachstum und Auslastungssicherung:** Ein zukunftsfähiger Tourismus in Rheinland-Pfalz muss über die saisonalen Spitzen vor allem in den Ferienkorridoren hinausgedacht werden. Ziel ist es, durch ganzjährige Angebote in den strategischen Geschäftsfeldern des Rheinland-Pfalz Tourismus sowie über den Ausbau der MICE-Marktbearbeitung stabile Übernachtungszahlen zu erzielen, die Wirtschaftlichkeit von Betrieben zu sichern und Beschäftigung zu entfristen.

**Klimawandel und Resilienz:** In Rheinland-Pfalz sind bereits heute die Folgen des Klimawandels zu spüren, etwa durch Hitzewellen, Trockenphasen und Extremwetterereignisse mit Starkregen und in der Folge

---

<sup>6</sup> Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2014-2025)

Flutkatastrophen. Diese Entwicklungen gefährden touristische Infrastrukturen und führen zu saisonalen Verschiebungen im Reiseverhalten. Eine klimaresiliente Tourismusentwicklung erfordert Investitionen in nachhaltige Infrastrukturen, Anpassungsstrategien sowie eine Stärkung naturverträglicher Angebote.

**Nachhaltige Mobilitätskonzepte:** Attraktive und emissionsarme Mobilitätsangebote, insbesondere im ländlichen Raum, sind zentral für Erreichbarkeit, CO<sub>2</sub>-Reduktion und Aufenthaltsqualität. Erforderlich sind integrierte Verkehrslösungen, digitale Informationstools und investive Maßnahmen zur Verbesserung touristischer Erreichbarkeit mit Bahn, Bus, Rad oder zu Fuß.

**Arbeits- / Fachkräftemangel und Betriebsnachfolge:** Der branchenübergreifende Arbeits- und Fachkräftemangel trifft den Tourismus besonders hart, vor allem in ländlich geprägten Regionen. Hinzu kommt eine zunehmende Nachfolgelücke bei vielen, vor allem familiengeführten, Betrieben. Neben attraktiven Arbeitsbedingungen und gezielter Qualifizierung braucht es neue Ansätze zur Unternehmenssicherung, Personalgewinnung und zur Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität im Tourismus.

**Veränderte Aufgaben und neue Governance-Strukturen:** Tourismus ist zunehmend Querschnittsaufgabe mit Schnittstellen zu Regionalentwicklung, Stadt- und Landschaftsplanung, Kultur, Gesundheit, Mobilität und Wirtschaft. Dies erfordert neue Formen der Zusammenarbeit, interdisziplinäres Denken und eine stärkere institutionelle Verankerung des Tourismus in kommunalen und regionalen Planungsprozessen.

**Kooperation und sektorübergreifende Zusammenarbeit:** Erfolgreicher Tourismus entsteht durch Zusammenarbeit. Eine weiterhin starke Vernetzung touristischer Akteurinnen und Akteure, auch mit Akteurinnen und Akteuren aus Mobilität, Handel, Landwirtschaft, Gesundheit oder Kultur, erhöht den kollektiven Wirkungsgrad (Collective Impact) und schafft Synergien für Innovation und Qualität.

**Tourismusbewusstsein und gesellschaftliche Akzeptanz:** Die breite gesellschaftliche Akzeptanz ist Voraussetzung für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Ein gestärktes Tourismusbewusstsein in der Bevölkerung, Verwaltung und Politik erhöht die Identifikation mit touristischen Projekten, verbessert das Standortimage und schafft eine tragfähige Basis für Entwicklung und Investitionen.

**Finanzierungsengpässe im öffentlichen Tourismusmanagement:** Die Finanzierung der freiwilligen Aufgabe Tourismus aus den Haushalten der Kommunen stellt eine große Herausforderung dar. Vielerorts ermöglicht die Erhebung eines Tourismus- und/oder Gästebeitrags im Rahmen des Kommunalabgabengesetzes (KAG) die Möglichkeit, zusätzliche Mittel für den Tourismus zu generieren. Durch die zweckgebundene Verwendung können touristische Leistungen verbessert und das touristische Leistungsspektrum gesichert werden. Tragfähige Finanzierungsmodelle sowie eine klare Priorisierung touristisch relevanter Investitionen ermöglichen die dauerhafte Sicherstellung einer professionellen und zukunftsgerichteten Tourismusarbeit.

## **Empfehlung zur Tourismusfinanzierung seitens der Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz**

Die Sicherstellung einer nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Finanzierung des Tourismus auf kommunaler Ebene ist zentrales Ziel, um die vielfältigen Aufgaben und Maßnahmen der freiwilligen Aufgabe Tourismus nachkommen zu können. Grundsätzlich werden Finanzierungsmöglichkeiten bevorzugt, die vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen und finanziellen Bedeutung der Tourismusentwicklung im Rahmen einer freiwilligen Beteiligung entstehen. Können durch eine freiwillige Beteiligung nicht in hinreichendem Maße finanzielle Mittel eingeworben werden, stellt die Anwendung gesetzlicher Instrumente eine Option zur Verbesserung der Einnahmesituation für viele Kommunen dar.

Die Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz setzen dabei nach Ausschöpfung freiwilliger Finanzierungsbeteiligungen auf die Förderung des Tourismus über zweckgebundene Abgaben. Die Bettensteuer als zweckungebundene Abgabe wird abgelehnt. Zweckgebundene Abgaben wie Tourismus- und Gästebeiträge bieten eine faire und transparente Möglichkeit, die Infrastruktur und Angebote für Besuchende und Einheimische gleichermaßen zu verbessern. Tourismus- und Gästebeitrag sind dabei geeignete Instrumente, um die touristische Entwicklung nachhaltig zu unterstützen. Durch die Erweiterung des § 12 KAG in 2025 ist die zweckgebundene Verwendung der Einnahmen auch für Maßnahmen zur Tourismuswerbung und Leistungen des ÖPNV möglich. Insbesondere die Ausweitung auf Kosten für touristische Einrichtungen und Veranstaltungen auch außerhalb des Gemeindegebiets trägt zur Verbesserung der kommunalen Tourismusfinanzierung bei.



### 3. Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz bildet den strategischen Rahmen für einen dauerhaften Entwicklungs- und Umsetzungsprozess im Sinne einer zukunftsgerichteten, koordinierten und gemeinschaftlich verantworteten Tourismusentwicklung. Sie richtet sich an alle touristischen Akteurinnen und Akteure aller Ebenen im Land und dient als Orientierung in der Umsetzung touristischer Vorhaben.

Im Zentrum steht die **Vision** für den Tourismus Rheinland-Pfalz als übergeordnetes Zukunftsbild, auf das alle touristischen Akteurinnen und Akteure gemeinsam hinarbeiten. Getragen wird die Vision durch das Prinzip des **Collective Impact**, ein verbindliches, abgestimmtes und zielgerichtetes Wirken, welches die gemeinsame Verantwortung für die Umsetzung der Tourismusstrategie unterstreicht. Beides sind grundlegende Prämissen, die über einzelne Strategiezyklen oder Zielhorizonte hinaus Bestand haben.

Die Tourismusstrategie definiert **fünf Leitziele**, die das gemeinsame Wirken strukturieren und auf die Umsetzung der Vision einzahlen. Zur Zielerreichung ist sie in **sechs Handlungsfelder** gegliedert, denen konkrete **Maßnahmen** zugeordnet sind. Für eine Priorisierung in der Umsetzung der Maßnahmen sind **Impulsmaßnahmen** identifiziert. Hierbei handelt es sich um im Prozess ausgewählte Maßnahmen, die hohe Wirkungseffekte für die Zielerreichung und den Umsetzungsprozess im Sinne einer großen Impuls- und Mobilisierungswirkung haben.



**Abbildung 1:** Struktur der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz.  
Quelle: PROJECT M GmbH 2025

### **3.1. Vision Tourismus Rheinland-Pfalz**

Die Vision beschreibt das Zukunftsbild, auf das alle touristischen Akteurinnen und Akteure in Rheinland-Pfalz gemeinsam hinarbeiten. Sie dient als Kompass für Entscheidungen, als Inspiration für Veränderung und als Fundament für Strategie, Kommunikation und Umsetzung. Im Kontext der Landestourismusstrategie Rheinland-Pfalz ist die Vision Ausdruck einer gemeinsamen Haltung: Sie bringt auf den Punkt, wofür der Tourismus im Land aktuell und in Zukunft steht. Sie verbindet wirtschaftliche Zielsetzungen mit gesellschaftlicher Verantwortung und beschreibt, wie der Tourismus in Rheinland-Pfalz gelebt, gestaltet und weiterentwickelt werden soll. Die Vision gibt Orientierung für Politik, Verwaltung, Tourismusorganisationen und Unternehmen und schafft Identifikation über alle Regionen und Ebenen.

**Unsere Vision für den Tourismus in Rheinland-Pfalz:**

**Rheinland-Pfalz begeistert mit Lebensfreude und authentischen Erlebnissen für Gäste und die eigene Bevölkerung und setzt auf nachhaltigen Qualitätstourismus.**

**Abbildung 2:** Vision für den Tourismus in Rheinland-Pfalz.

Mit diesem Anspruch wird das Verständnis untermauert, dass der Tourismus in Rheinland-Pfalz mehr als ein Wirtschaftszweig ist. Tourismus ist Haltung, Botschafter und zugleich Impulsgeber und Motor für Lebensfreude, regionale Entwicklung und Standortqualität. Er verbindet authentische Erlebnisse mit gesellschaftlichem Mehrwert für Gäste und die eigene Bevölkerung. Nachhaltigkeit ist dabei gelebter Anspruch in sozialer, ökologischer und ökonomischer Dimension. Mit digitaler Stärke, Gastgeberkultur und strategischer Zusammenarbeit wird der Tourismus zur tragenden Säule der Landesentwicklung und zum sichtbaren Teil der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold.

**Zum gemeinsamen Verständnis der Vision wurden folgende Leitsätze formuliert:**

- Unser Tourismus ist mit seiner Offenheit und Herzlichkeit starker Botschafter und Aushängeschild für die rheinland-pfälzische Lebensfreude, Genuss- und Standortqualität.
- Er ist entscheidender Wirtschaftsfaktor und mit seinen prägenden Städten, Mittelgebirgs-, Wein- und Flussregionen starker Identitätsfaktor für das Land, die Regionen, die Menschen.
- Die ganzheitlich ökologische, soziale und ökonomische Ausrichtung im Tourismus ist zentrales Qualitätsmerkmal und sichert die Zukunftsfähigkeit der ganzen Branche.
- Durch wertige Angebote, innovative Services und die persönliche Gastgeberkultur der Betriebe ist er zugleich ein wichtiger Treiber der Regionalentwicklung und eine zentrale Säule für die Zukunftsfähigkeit von Kommunen und Unternehmen.
- Die digitale Kompetenz der Branche, gut strukturierte Daten, agile Strukturen und Prozesse sichern die effektive Zusammenarbeit sowie die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit aller touristischen Organisationen und Betriebe.
- Mit seinen vielfältigen Mehrwerten ist der Tourismus tragender Bestandteil der Wirtschaftsstandortmarke und fest im Bewusstsein von Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Bevölkerung verankert.

## 3.2. Collective Impact

Tourismusentwicklung mit nachhaltiger Wirkung ist kein Selbstläufer, sondern ein Gemeinschaftswerk. Sie gelingt nur, wenn Akteurinnen und Akteure aus Tourismus, Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Verbänden und weiteren gesellschaftlichen Bereichen abgestimmt zusammenarbeiten. Dies erzeugt Wirkung für den Tourismus, die Regionen und das ganze Land. Die Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz setzt deshalb weiterhin konsequent auf das bereits erfolgreich etablierte Prinzip des Collective Impact.

**Collective Impact für den Rheinland-Pfalz Tourismus:**

**Wir gestalten gemeinsam:  
Tourismus ist ein Plus für Rheinland-Pfalz!**

**Abbildung 3:** Collective Impact des Tourismus in Rheinland-Pfalz.

Collective Impact steht für ein koordiniertes Denken und Wirken jenseits regionaler oder institutioneller Einzelinteressen. Es bedeutet: Verantwortung teilen, Kompetenzen bündeln, Perspektiven verbinden, sich gegenseitig stärken. Diese gemeinsame Haltung schafft die Grundlage für eine transparente, verlässliche, nachhaltige und damit zukunftsorientierte Umsetzung der Tourismusstrategie. Der Collective-Impact-Ansatz stärkt die Umsetzungskraft der Vision und der strategischen Leitziele. Nur wenn diese Zusammenarbeit weiterhin lebendig, verbindlich und langfristig gelebt wird, entfaltet der Tourismus sein volles Potenzial und kann als Gewinn für Rheinland-Pfalz und seine Menschen dienen.

Dabei steht der Tourismus nicht isoliert, sondern wird als Motor für Regional-, Standort- und Lebensraumentwicklung verstanden – getragen von Verantwortung, Innovationskraft und dem klaren Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Das bereits etablierte Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie setzt im Schulterschluss mit den Partnerinnen und Partnern der Tourismusstrategie zur Führung des Collective Impact auf strukturierten Dialog, verbindliche Mitwirkung und die nachhaltige Aktivierung, um langfristige Wirkung und Strahlkraft nach innen und außen zu entfalten.

**Zum gemeinsamen Verständnis des Collective Impact wurden folgende Leitsätze formuliert:**

- Als Tourismusakteurinnen und -akteure in Rheinland-Pfalz – aus Politik, Verwaltung, Verbänden, Tourismusorganisationen, Betrieben und Partnerinstitutionen – leben wir den Gedanken des Collective Impact: Wir handeln aufeinander abgestimmt und zielorientiert, um gemeinsam mehr zu erreichen.
- Durch unser vernetztes Denken und koordiniertes Handeln gestalten und sorgen wir für einen auskömmlich finanzierten, zukunftsfähigen Tourismus, der echten Mehrwert für das Land als attraktiven Lebens-, Kultur-, Arbeits- und Wirtschaftsraum schafft.
- Im Sinne eines verantwortungsbewussten Tourismus gehen wir mit gutem Beispiel voran und engagieren uns für einen resilienten Tourismus. Dafür gewährleisten wir eine optimale Vernetzung und forcieren die aktive Gestaltung aller Ebenen und Akteure.
- Durch den eigenen Anspruch, nachhaltige und innovative Lösungen im Tourismus zu entwickeln, erzeugen wir große Strahlkraft nach innen und außen und eröffnen uns damit langfristige Perspektiven.
- Im Umsetzungsmanagement unserer Tourismusstrategie setzen wir auf den zielgerichteten Dialog, gemeinsamen Kompetenzausbau und die Aktivierung und Mitwirkung aller.

### **3.3. Strategische Leitziele**

**Fünf strategische Leitziele** bilden das gemeinsame Fundament für die Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz. Sie übertragen die Vision in konkrete Handlungsfelder und geben allen touristischen Akteurinnen und Akteuren im Land eine gemeinsame Richtung – sowohl für strategische Entscheidungen als auch für operative Maßnahmen und die koordinierte Zusammenarbeit auf Landes-, Regions- und Ortsebene.

Für das Umsetzungsmanagement, das Monitoring und die Erfolgskontrolle der Strategie werden die Leitziele im weiteren Umsetzungsprozess mit Zielgrößen nach dem SMART<sup>7</sup>-Prinzip, messbaren Kennzahlen (Key Performance Indicators/KPIs) sowie passenden qualitativen und quantitativen Indikatoren unterlegt. Dies gewährleistet eine systematische, zielorientierte Steuerung über alle Umsetzungsebenen hinweg. Zu Beginn des Umsetzungsprozesses erfolgt eine Überprüfung aller relevanter Indikatoren und KPIs. Grundlage hierfür bilden aktuelle Markt- und Trendanalysen, bestehende Monitoringstrukturen sowie Wirkungsmessungen des Umsetzungsmanagements. Bei Bedarf werden diese Kennzahlen konkretisiert, weiterentwickelt und anschließend in ein laufendes Monitoringsystem überführt. So wird sichergestellt, dass die Strategie nicht nur wirksam ist, sondern auch dauerhaft wirksam bleibt. Die folgenden fünf Leitziele der Tourismusstrategie werden als zentrale Zielsetzungen bestätigt und konkretisiert:

#### **Steigern der Wertschöpfung:**

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz soll nachhaltig zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen – durch längere Aufenthalte, höhere Ausgaben, qualitätsorientierte Angebote und wettbewerbsfähige Strukturen. Ziel ist eine stärkere ökonomische Wirkung vor Ort, die Arbeitsplätze sichert, Investitionen ermöglicht und das touristische Unternehmertum stärkt.

#### **Schärfen der Profilierung:**

Rheinland-Pfalz setzt auf unverwechselbare Reiseanlässe, eine klare Markenidentität und starke Inhalte, die sich an der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold orientieren. Die touristische Profilierung wird gezielt durch Themen, Produkte und Kommunikation gestärkt, die echte Relevanz für Zielgruppen haben und gleichzeitig das Land als authentisches, emotionales und vielfältiges Reiseziel mit hohem Wiedererkennungswert positionieren. Sie setzt bereits im Angebot auf Orts- und Betriebsebene an.

#### **Verankern der Nachhaltigkeit:**

Nachhaltigkeit ist ein durchgängiger Anspruch – ökologisch, sozial und ökonomisch. Der Tourismus in Rheinland-Pfalz übernimmt Verantwortung für Mensch, Natur und Kultur, setzt mehr auf Qualität statt Quantität und trägt aktiv zur Lebensraumentwicklung sowie zum Klima- und Ressourcenschutz bei.

---

<sup>7</sup> Das Akronym SMART steht für spezifisch, messbar, attraktiv/akzeptiert, realistisch und terminiert. Es dient einer klaren und umsetzungsorientierten Zielformulierung.

## Stärken der Kooperation:

Tourismus wird gemeinsam gestaltet durch verlässliche Strukturen, partnerschaftliche Zusammenarbeit, abgestimmte Prozesse und geteilte Verantwortung. Ziel ist ein leistungsfähiges, kooperatives und innovationsfreudiges Miteinander im System Tourismus, das von Vertrauen, Transparenz und Zielorientierung geprägt ist.

## Intensivieren des Tourismusbewusstseins:

Tourismus braucht Akzeptanz, Verständnis und aktive Mitgestaltung. Dieses Leitziel dient dazu, das Bewusstsein für den Wert des Tourismus in Gesellschaft, Politik, Verwaltung und Wirtschaft zu stärken, sodass dieser als Impulsgeber für Lebensqualität, regionale Identität und Zukunftsfähigkeit wahrgenommen wird und wirken kann.

## 3.4. Strategische Geschäftsfelder des Rheinland-Pfalz Tourismus

Die strategische Positionierung bildet das Fundament für eine zielgerichtete, profilierte und zukunftsfähige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz. Sie steht im Einklang mit der Vision, das Land als nachhaltiges Ganzjahresreiseziel zu etablieren, das Lebensqualität stiftet, Wertschöpfung generiert und durch vernetzte Zusammenarbeit aller Akteurinnen und Akteure im System Tourismus getragen wird.

Die strategische Positionierung definiert, auf welche thematischen Schwerpunkte und Angebote sich die Marktbearbeitung konzentriert und welche Angebotsentwicklung sowie Investitionen priorisiert werden. Im Rahmen der Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 wurde diese Ausrichtung durch die Einführung von strategischen Geschäftsfeldern unter der Koordination der RPT operationalisiert. Die Bewertung und Auswahl der Geschäftsfelder basieren auf einer Marktattraktivitäts-Geschäftsfeldstärken-Matrix. Seit der Einführung wurde die Arbeit in den Geschäftsfeldern durch die RPT auf Basis interner Anforderungen und externer Marktdynamiken und Einflüsse kontinuierlich angepasst sowie weiterentwickelt. Innerhalb der Geschäftsfelder wurden Profilierungsschwerpunkte gesetzt, etwa durch ein festgelegtes Kriterienset, eine gezielte Vermarktung und die Netzwerkbildung. Dieser strategische Ansatz wird fortgeführt.

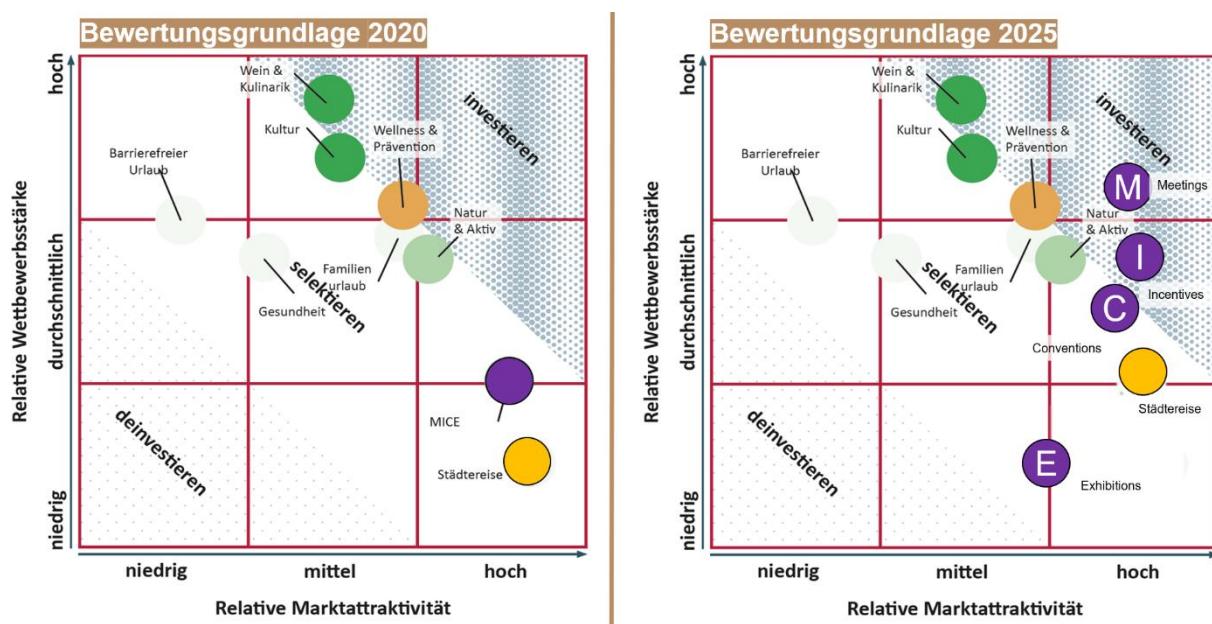
### Strategische Mitwirkung zum Ziel

Die strategische Positionierung und Arbeit im Geschäftsfeldmanagement erhöht die Effizienz in der Vermarktung, stärkt die Wirkung nach außen und schafft eine verlässliche Grundlage für Kooperationen innerhalb des Systems Tourismus Rheinland-Pfalz. Die Mitwirkung in den strategischen Geschäftsfeldern bietet damit allen Partnerinnen und Partnern der strategischen Geschäftsfelder auf regionaler, lokaler und betrieblicher Ebene erhebliche Mehrwerte:

- **Positionierungsvorteile:** Partnerinnen und Partner profitieren von der hohen Sichtbarkeit durch die Einbindung in die Marken- und Kommunikationsstrategie des Landes.

- **Qualitäts- und Profilstärkung:** Gemeinsame Arbeit an themenspezifischen Leitlinien, Qualitätskriterien und Produktprofilen stärkt die Angebotsentwicklung und schafft Wiedererkennbarkeit.
- **Vernetzung und Wissenstransfer:** Austausch in thematischen Arbeitsgruppen und Netzwerken fördert die Kooperation und den Wissenstransfer zwischen Regionen, Leistungsträgerinnen und -trägern sowie weiteren Partnerinnen und Partnern.
- **Marktbearbeitung und Sichtbarkeit:** Die Geschäftsfelder dienen als zentrales Instrument zur nationalen und internationalen Marktbearbeitung – mit Beteiligungsmöglichkeiten an Marketingmaßnahmen und Medienarbeit.
- **Strategische Orientierung:** Eine klare Ausrichtung entlang der strategischen Geschäftsfelder ermöglicht eine gezielte Investitions- und Förderpolitik im Einklang mit der Tourismusstrategie des Landes.

Die vier folgenden Geschäftsfelder sowie zukünftig MICE/promotabler Geschäftsreisetourismus bilden die strategische Grundlage der landesweiten Marktbearbeitung.



**Abbildung 4:** Einordnung der strategischen Geschäftsfelder mit Blick auf die Marktattraktivität (Marktnachfrage, Marktentwicklungs potenzial) sowie die spezifische Themenkompetenz Rheinland-Pfalz (Relation zu Marktstandards und Wettbewerb); Quelle links: Konzept strategische Geschäftsfeldentwicklung Rheinland-Pfalz (PROJECT M & Saint Elmo's Tourism, 2020); Quelle rechts: Differenzierte Nachbewertung strategische Geschäftsfeldentwicklung im Rahmen der Evaluation & Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz (PROJECT M, 2025)

## Kultur

Das Geschäftsfeld Kultur bündelt die Vielfalt an Geschichte, Baukunst, Welterbestätten, Festivals und kreativer Szene in Rheinland-Pfalz. Ob römisches Erbe, mittelalterliche Burgen oder moderne Musik- und Theaterformate, Kultur wird erlebbar, emotional und sinnstiftend inszeniert. Sie ist zugleich identitätsbildend, urbaner Impulsgeber und Schlüssel zur Ansprache kulturinteressierter Zielgruppen aus dem In- und Ausland.

Insbesondere der städtemotivierte Kulturtourismus hat in dem Geschäftsfeld und mit Blick auf die Marktpotenziale eine hohe Bedeutung. Die Städte in Rheinland-Pfalz tragen aufgrund der dortigen Angebotsdichte wesentlich zur Generierung von Übernachtungen bei. Hier bündeln sich kulturelle Angebote sowie kulinarische und weintouristische Erlebnisse. Zudem bieten sie den Großteil an Veranstaltungsräumen, Museen und Gastronomie auf hohem Niveau und sind zugleich Schnittstelle für neue Zielgruppen, die über emotionale Markenthemen angesprochen werden.

## Natur & Aktiv

Mit seinen prägenden Mittelgebirgslandschaften, Flusstälern, Nationalen Naturlandschaften und Premiumrad- und -wanderwegen bietet Rheinland-Pfalz erstklassige Erlebnisse für naturnahe Aktivurlauber. Das Geschäftsfeld fördert eine nachhaltige Erschließung der Natur über Wandern, Radfahren, Wasser- und Outdoor-Erlebnisse, stets im Einklang mit Umwelt- und Qualitätszielen. Es positioniert und profiliert das Reiseland und die Regionen als aktives Ganzjahresziel für naturaffine Gäste.

## Wellness & Prävention

Das Geschäftsfeld bündelt die Kompetenzen der Heilbäder, Kurorte, Gesundheitsanbieter und Hotels mit dem Schwerpunkt Wellness in Rheinland-Pfalz. Im Fokus stehen Angebote zur Regeneration, Gesundheitsvorsorge und mentalen Erholung von medizinisch fundierten Programmen, Wellnessangeboten, Waldbaden bis zu achtsamkeitsbasierten Rückzugsräumen. Es stärkt die Attraktivität als Gesundheitsreiseziel und verbessert mit wichtigen Infrastrukturen wie den Thermalbädern die Lebensqualität, erschließt wachstumsstarke Zielgruppen und trägt zu einer saisonunabhängigen Auslastung touristischer Infrastrukturen bei.

Speziell die Heilbäder und Kurorte in Rheinland-Pfalz haben daher eine wichtige Funktion im Geschäftsfeld "Wellness & Prävention". Sie stärken das Profil als Reiseziel für Gesundheits- und Erholungsurlaub und adressieren mit ihren hochwertigen Angeboten zur Regeneration, medizinischen Prävention und Achtsamkeit eine wachsende und zahlungskräftige Zielgruppe. Damit tragen sie nicht nur zur Erfüllung der Vision im Kontext der Qualitäts- und Standortentwicklung bei, sondern auch zur saisonunabhängigen Nachfrageentwicklung.

## Wein & Kulinarik

Rheinland-Pfalz ist das Weinland Nummer eins in Deutschland. Sechs von 13 Anbaugebieten liegen in Rheinland-Pfalz. In Kombination mit regionaler Kulinarik bildet das strategische Geschäftsfeld ein starkes Genussprofil, das für Authentizität, Handwerk und Lebensfreude steht. Es schafft einzigartige Erlebnisse entlang der gesamten Wertschöpfungskette, vom Weinberg, über den Winzerhof zur Weinwanderung, von der Manufaktur bis zum Sterne-Restaurant, und positioniert Rheinland-Pfalz als hochwertige Genusserlebnisdestination.

## MICE/promotabler Geschäftstourismus

### **Empfehlung zur Erarbeitung und Etablierung des Geschäftsfelds MICE/promotabler Geschäftstourismus:**

Besonders in den Städten in Rheinland-Pfalz stellt der promotable Geschäftstourismus einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar. Die gezielte Bearbeitung ausgewählter Segmente kann die Profilierung von Städten als Kongress- und Tagungsstandorte stärken und zur Erweiterung regionaler

Wertschöpfungsketten beitragen. Durch die starke Stadt-Umland-Verzahnung ergeben sich Wirkungseffekte auch in die Regionen, die sich eigenständig vor allem mit individuellen Angeboten in den Bereichen der Meetings und Incentives von besonderen Tagungs- und Eventlocations hervorheben können. Zugleich gewinnen nachgelagerte Effekte von geschäftlich motivierten Reisen wie Bleisure, also die freiwillige Verlängerung eines anlassbezogenen Aufenthalts, im MICE-Segment zunehmend an Bedeutung. Die aufgezeigte attraktive Stadt-Umland-Verzahnung und die Verknüpfung mit Angeboten in den strategischen Geschäftsfeldern eröffnen hier zusätzliche Chancen einer erfolgreichen Positionierung. Die strategische Marktbearbeitung im MICE-Sektor schafft zudem neue Synergien mit der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold, die den Tourismus und weitere Wirtschaftsbereiche strategisch miteinander verbindet.

Um aktuellen Marktentwicklungen Rechnung zu tragen und im Sinne der Leitziele zusätzliche Wertschöpfungspotenziale zu erschließen, wird empfohlen, die Einführung eines weiteren strategischen Geschäftsfelds „MICE/promotabler Geschäftsreisetourismus“ im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz zu prüfen.

Die Aufnahme als strategisches Geschäftsfeld soll dabei bestehende Strukturen wie das Convention Bureau Rheinland-Pfalz nicht ersetzen, sondern ergänzen und strategisch stärken, etwa durch übergreifende Zielsetzungen, abgestimmte Maßnahmenpakete und gemeinsame Kommunikation.

#### **Erläuterung zur Empfehlung:**

Die MICE-Segmente haben sich in den vergangenen Jahren dynamisch entwickelt und leisten einen relevanten Beitrag zur ganzjährigen touristischen Wertschöpfung. MICE-Reisen erzeugen nicht nur hohe direkte wirtschaftliche Effekte, sondern entfalten auch positive Impulse für umliegende ländliche Räume, etwa durch Übernachtungen, gastronomische Angebote, Einbindung regionaler Dienstleisterinnen und Dienstleitern oder von touristischen Rahmenprogrammen in der Region. MICE-Events und MICE-Angebote tragen zudem maßgeblich zur saisonübergreifenden Auslastung touristischer Infrastrukturen bei, da Veranstaltungen zumeist außerhalb der klassischen Ferienzeiten stattfinden. Damit unterstützt es zentrale Zielstellungen der Tourismusstrategie, wie die ganzjährige Nachfrage, eine nachhaltige Auslastung und wirtschaftliche Resilienz. Eine differenzierte Relevanzprüfung der Teilelemente ist Bestandteil der weiteren Ausgestaltung im Rahmen der Umsetzung der Tourismusstrategie.

#### **Bewertung: Meetings (Meetings, Seminare, kleinere Firmenveranstaltungen)**

Meetings und Seminare sind das volumenstärkste Segment im MICE-Bereich und machen laut Studien des German Convention Bureau e.V. (GCB) wie dem Meeting und Eventbarometer über 60 % aller Veranstaltungen aus. Die Nachfrage ist divers (kleine und mittelständische Unternehmen, Verbände, Institutionen). Vor allem kleinere Städte und ländlich geprägte Regionen mit individueller Tagungslandschaft können hier profitieren, auch wenn digitale und hybride Formate weiter eine hohe Bedeutung haben.<sup>8</sup>

Rheinland-Pfalz bietet eine Vielzahl hochwertiger Tagungshotels, Seminarhäuser (darunter u. a. Bildungseinrichtungen in Trägerschaft von Kammern, Kirchen, Landes- / Kreisverwaltungen), Eventlocations und kulturelle Einrichtungen mit Meeting-Infrastruktur. Neben attraktiven Angeboten in den Städten

---

<sup>8</sup> Meeting- & EventBarometer Deutschland 2024/2025 - Management Info | Mai 2025 (Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW) an der Hochschule harz (Hrsg.), 2025)

überzeugt auch das städtische Umland mit einer breiten Angebotsvielfalt in landschaftlich attraktiver Lage. Gerade die Verknüpfung des MICE-Segmentes „Meetings“ mit den weiteren vier strategischen Geschäftsfeldern eröffnet Potenzial im wachsenden Trendsegment „Bleisure“. Das Zusammenspiel z. B. aus Tagungen und Wein oder Tagungen an außergewöhnlichen Tagungslocations in der Natur schaffen hier starke Alleinstellungsmerkmale.

### **Bewertung: Incentives (Firmenevents, berufliche Erlebnisreisen, private Events wie Hochzeiten, Jubiläen etc.)**

Dieses Segment boomt insbesondere durch wachsendes Interesse an erlebnisbasierten Formaten und emotionalen Events. Dies gilt sowohl für den B2B-Bereich (Endkunden) als auch im B2C-Bereich (Geschäftskunden) im Sinne von privaten Events. Rheinland-Pfalz bietet hier durch seine besonderen Locations wie Weinregionen, historische Städte und Städtchen, Schlösser, Flusstäler und Naturparks sowie die Verzahnung mit hochwertigen und vielseitigen Erlebnisrahmenprogrammen in den anderen Geschäftsfeldern ein hochwertiges und differenzierungsstarkes Incentive-Angebot. Die rheinland-pfälzischen Tourismusregionen bieten ideale Voraussetzungen, um sich im Schulterschluss zwischen Tourismusmanagement, Tagungs- und Eventlocations sowie einer vielseitigen Anbieterlandschaft aus den Bereichen Erlebnis- und Eventtourismus, Gastronomie, Outdoor-Angebote, Weintourismus und Kultur stark im Wettbewerb zu profilieren.

### **Bewertung: Conventions (Kongresse, Fachtagungen, Tagungen mit Ausstellungsanteilen)**

Der Bereich der Tagungen und Kongresse ist fokussiert auf mittelgroße bis große Veranstaltungen mit hohem Potenzial zur direkten und indirekten Wertschöpfung in der Nebensaison. Rheinland-Pfalz als Forschungs- und Hochschulstandort kann hier Standortvorteile u.a. in Bereichen wie Medizin, Weinbau, Energie, Technik und Nachhaltigkeit erschließen und z. B. Wissenschaftskongresse und Branchentage vor allem in die größeren Städte akquirieren. Für Rheinland-Pfalz gilt es hier den nationalen und internationalen Wettbewerb durch Großstädte und internationale Tagungs- und Messeplätze (u. a. Düsseldorf, Frankfurt, Heidelberg, Luxemburg, Stuttgart oder neue Investitionen in kleineren Großstädten wie Saarbrücken) zu beobachten und nur in einen sehr bewussten Wettbewerb zu treten. Ausschlaggebend sind die größeren Tagungsinfrastrukturen, Hotelkontingente sowie Erreichbarkeitsfaktoren in Städten wie Mainz, Trier, Koblenz, Ludwigshafen und Kaiserslautern, die über Convention-Center, Kongresshallen oder große Veranstaltungshotels verfügen. Die Ausstrahlleffekte in die Region bieten aber eine Grundlage, das Stadt-Umland mitzudenken.

### **Bewertung: Exhibitions (Messen, Publikumsmessen, Fachmessen)**

Messen sind aufgrund der Marktentwicklung und Einflusseffekten wie der Corona-Pandemie das am stärksten herausgeförderte Teilsegment. Klassische Messeformate sind an große Flächen und überregionale Verkehrsanbindungen gebunden. Der Markt ist durch den Wettbewerb großer Messestandorte hart umkämpft. Rheinland-Pfalz hat im nationalen Vergleich nur begrenzte Standorte mit Messekompetenz. Dennoch gilt es zu berücksichtigen, dass Exhibitions eine Bedeutung für die regionale Wirtschaft und Verbände aufweisen. Die Ausrichtung von Eigenveranstaltungen im Sinne der Wirtschaftsförderung (z.B. Handwerk, Weinbau, Landwirtschaft) und des regionalen Standortmarketings bieten Synergien zwischen Tourismus und Wirtschaftsstandortentwicklung.



# 4. Handlungsfelder der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Mit der Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz wird ein bewusster Schritt zur strukturellen Weiterentwicklung des strategischen Rahmens vollzogen. Aufgaben, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten innerhalb der Umsetzung werden besser zugeordnet, sind aufeinander abgestimmt und strategisch anschlussfähig. Zentrale Inhalte der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz und der Digitalisierungsoffensive im Tourismus wurden mit Blick auf ihre Bedeutung für die Tourismusentwicklung im Land systematisch integriert. Damit wird die Tourismusstrategie als zentrales Steuerungsinstrument für eine koordinierte, zukunftsorientierte Tourismuspolitik gestärkt.

Neu ist die Gliederung in sechs Handlungsfelder, die das bisherige System der Strategischen Wege ablöst. Die Strategieprojekte, die bislang aus mehreren Einzelmaßnahmen bestanden, wurden in eine klare, systematische Struktur überführt. Dies schafft Transparenz, fördert Verantwortungsbewusstsein und ermöglicht eine dynamische Fortschreibung. Bestehende Maßnahmen wurden evaluiert, relevante Elemente übernommen und mit neuen Impulsen aus dem breit angelegten Beteiligungsprozess sinnvoll ergänzt. Die neue Struktur legt besonderen Fokus auf:

- **Systematische Wirkungsketten:** Die Handlungsfelder sind inhaltlich miteinander verzahnt und stärken damit Synergien in der Umsetzung.
- **Klarheit und Orientierung:** Durch die neue Gliederung werden Aufgaben- und Verantwortungsbereiche nachvollziehbar kommuniziert.
- **Strategische Steuerung:** Die Handlungsfelder bilden eine zentrale Grundlage für das operative Umsetzungsmanagement, die Erfolgskontrolle und das übergeordnete Monitoring.
- **Zukunftsähnlichkeit:** Die Handlungsfelder sind so angelegt, dass sie auf veränderte Marktbedingungen, gesellschaftliche Entwicklungen oder politische Rahmenbedingungen reagieren können.

## Sechs Handlungsfelder stehen im Fokus der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz



**Abbildung 5:** Handlungsfelder der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz und deren Zielstellung.  
Quelle: PROJECT M GmbH 2025

## 4.1. Aufbau der Handlungsfelder

Die systematische Gliederung in Handlungsfelder ist ein zentraler Baustein der Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz. Sie stärkt gezielt das Zusammenspiel von Vision, strategischen Leitzielern und konkreten Maßnahmen. Damit schafft sie die Grundlage für eine wirksame, koordinierte und strukturierte Umsetzung.

**Ziele innerhalb der Handlungsfelder:** In jedem Handlungsfeld werden spezifische Ziele formuliert, die unmittelbar auf die strategischen Leitziele der Tourismusstrategie einzahlen. Sie verdeutlichen, welchen Beitrag das Handlungsfeld zur Zielerreichung leistet und schaffen Orientierung für die inhaltliche Ausrichtung der Aufgaben und Maßnahmen.

**Aufgaben innerhalb der Handlungsfelder:** Jedes Handlungsfeld ist mit klar benannten Aufgaben hinterlegt. Diese beschreiben zentrale Themenbereiche und machen deutlich, welche inhaltlichen Schwerpunkte gemeinsam bearbeitet werden sollen. Die Aufgaben schaffen eine strukturierte Grundlage für die operative Umsetzung und erleichtern die dynamische Zuordnung bei der Fortschreibung, Anpassung bestehender und Aufstellung neuer Maßnahmen, die im Laufe der Strategieumsetzung entstehen. Sie fördern ein einheitliches Verständnis, machen Zuständigkeiten transparent und ermöglichen die gezielte Nutzung von Synergien.

**Maßnahmen innerhalb der Handlungsfelder:** Die operativen Maßnahmen konkretisieren die Aufgaben innerhalb der Handlungsfelder und sind kompakt formuliert. Sie werden im folgenden Prozess nach dem SMART<sup>9</sup>-Prinzip ausgerichtet und mit eindeutigen Verantwortlichkeiten versehen. Neben einer federführenden Zuständigkeit werden auch relevante Partnerinnen und -partner benannt, die an der Umsetzung beteiligt sind. Dies ermöglicht eine klare Steuerung, fördert die Verbindlichkeit und verbessert die Sichtbarkeit von Erfolgen. Maßnahmen können sowohl neue Anforderungen aus der Fortschreibung abbilden als auch bestehende oder bereits begonnene Aktivitäten strategisch weiterentwickeln. Auch kontinuierlich laufende Prozesse, die einen relevanten Beitrag zur Zielerreichung leisten, werden explizit als Maßnahmen berücksichtigt. Damit entsteht eine hohe Anschlussfähigkeit an den Umsetzungsalltag der Partnerinnen und Partner. Gleichzeitig bleibt Raum für Anpassungen, etwa bei sich verändernden Rahmenbedingungen oder Ressourcenlagen.

**Impulsmaßnahmen:** Besonders hervorzuheben sind die sogenannten Impulsmaßnahmen. Sie entfalten eine überdurchschnittlich hohe strategische Wirkung, erzeugen Strahlkraft und setzen sichtbare Zeichen für die zukünftige Ausrichtung der Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz. Impulsmaßnahmen zählen überproportional auf die strategischen Leitziele ein, stärken durch ihre Mobilisierungswirkung den Collective Impact, fördern die aktive Beteiligung im touristischen Netzwerk und setzen über kurzfristige Effekte hinaus nachhaltige Entwicklungsimpulse. Die Empfehlung der Impulsmaßnahmen in der Tourismusstrategie erfolgte gezielt im Beteiligungsprozess. Auch zukünftig werden diese besonders wichtigen Maßnahmen im Umsetzungsverlauf regelmäßig durch das Monitoring überprüft und bei Bedarf angepasst. Durch diese Dynamik bleibt die Tourismusstrategie nicht nur wirksam, sondern auch flexibel, anschlussfähig und zukunftsgerichtet. In den folgenden Kapiteln sind Impulsmaßnahmen im Text durch Fettdruck hervorgehoben und in den Tabellen farbig markiert.

---

<sup>9</sup> Das Akronym SMART steht für spezifisch, messbar, attraktiv/akzeptiert, realistisch und terminiert. Es dient einer klaren und umsetzungsorientierten Zielformulierung.

## 4.2. Handlungsfeld Digitalisierung

„Wir gestalten den Weg zum smarten Tourismus in Rheinland-Pfalz.“

### Beschreibung des Handlungsfeldes Digitalisierung

Digitalisierung, digitaler Kompetenzausbau und die Stärkung des digitalen Mindsets sind zentrale Hebel der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz. Sie wirken in alle Handlungsfelder hinein und sind die Basis für Zukunftsfähigkeit, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit. Ein smarter, digital aufgestellter Tourismus ermöglicht datengestützte Entscheidungen, effektives Management, verbesserte Service- und Erlebnisleistungen, eine optimale Besuchendenlenkung und damit eine nahtlose, qualitativ hochwertige Customer Journey von der Inspiration bis zur Wiederkehr. Die digitale Transformation ist somit nicht nur technologische Entwicklung, sondern ein strategischer Veränderungsprozess. Ohne digitale Kompetenz lassen sich Profilbildung, Nachhaltigkeit, Wertschöpfung und Fachkräftesicherung künftig nicht mehr wirkungsvoll gestalten. Digitalisierung ist damit integraler Bestandteil erfolgreicher Tourismusentwicklung quer über alle Ebenen hinweg.

Der digitale Kompetenzaufbau schafft im Zusammenspiel mit gemeinsamen Systemarchitekturen die Voraussetzung für effizientes Arbeiten im Gesamtsystem bzw. zwischen den verschiedenen Ebenen sowie individuell in Betrieben, Tourismusorganisationen und Verwaltungen. Dies ist angesichts begrenzter personeller und finanzieller Ressourcen ein entscheidender Wettbewerbsfaktor und Treiber für die Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz. Eine gute Grundlage zum Wissens- und Kompetenzaufbau im Bereich Digitalisierung sowie für sämtliche weitere den Tourismus in Rheinland-Pfalz betreffende Themen bietet die im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 erfolgreich aufgebaute landesweite E-Learning-Plattform (→ [Link zu TNWissen Rheinland-Pfalz](#)).

Strategischer Bezugsrahmen für das Handlungsfeld Digitalisierung ist die **Digitalisierungsoffensive Rheinland-Pfalz** (→ [Link zu den Inhalten](#)), die ausgehend aus der Tourismusstrategie 2025 entwickelt wurde. Sie verfolgt das Ziel, ein gemeinsames Verständnis für die Notwendigkeit der Digitalisierung zu etablieren, skalierbare Lösungen zu entwickeln und die Wertschöpfungspotenziale digitaler Technologien im Tourismus voll auszuschöpfen. Die Offensive wirkt systemübergreifend und adressiert von den Landesinstitutionen über die Regionen bis in die Kommunen alle Akteurinnen und Akteure im Tourismus.

In der Fortschreibung der Tourismusstrategie behält die Digitalisierungsoffensive ihre Funktion für die operative Steuerung der digitalen Weiterentwicklungen im Tourismus.

#### Ziele im Handlungsfeld Digitalisierung

- Ausbau zentraler Lösungen zur Analyse, Steuerung und Vernetzung touristischer Daten für mehr Effizienz und Reichweite.
- Digitalisierung der touristischen Infrastruktur und des touristischen Angebots von RLP – Erhöhung der Mitwirkungsquote der Betriebe und Erlebnisanbieter durch digitale Prozesse, optimierte Datenverwaltung und KI-gestützte Services.
- Förderung digitaler Fähigkeiten und datengetriebener Entscheidungen für alle touristischen Akteurinnen und Akteure.

## Aufgaben im Handlungsfeld Digitalisierung

- Digitale Kompetenzentwicklung & Mindset / E-Learning & Wissenspools
- Digitale Infrastruktur, -systeme & -vernetzung / Künstliche Intelligenz (KI)
- Datenmanagement & Datenqualität
- Digitale Services

## Koordination des Handlungsfeldes und Einbindung von Partnerinnen und Partnern

Die Federführung und übergreifende Projektkoordination zur Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen im Handlungsfeld Digitalisierung liegt bei der RPT. Als zentrale Landesorganisation ist sie die führende Managementeinheit für den digitalen Wandel im Tourismus in Rheinland-Pfalz, insbesondere mit Blick auf den Kompetenzausbau, die Entwicklung und Steuerung von Systemarchitekturen sowie die Umsetzung der Digitalisierungsoffensive.

Für nachhaltigen Erfolg ist die enge **Zusammenarbeit mit den touristischen Regionen** ein entscheidender Erfolgsfaktor. Als Schnittstelle zu den kommunalen Strukturen übernehmen die Regionen eine Schlüsselrolle bei der flächendeckenden Einführung und Einhaltung von digitalen Standards und Systemlösungen. Nur im Schulterschluss mit den Regionen kann die Digitalisierung im Tourismus landesweit wirksam umgesetzt werden. Darüber hinaus sind, je nach Maßnahme, **weitere strategisch bedeutsame Partnerinnen und Partner** einzubinden, insbesondere DEHOGA, IHK, MWVLW sowie die lokale Ebene. Gemeinsam gilt es, gemeinsam skalierbare, angeschlossfähige und wirtschaftlich tragfähige digitale Lösungen zu entwickeln, die im gesamten Land anwendbar sind.

## Empfohlene Impulsmaßnahmen im Handlungsfeld Digitalisierung

Die bereits im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 begonnene **Etablierung eines digitalen Bewusstseins (Mindset)** bildet das Fundament für sämtliche Digitalisierungsprozesse im Tourismus des Landes und soll fortgeführt werden. Ein digitales Mindset bezeichnet die offene und lernbereite Haltung gegenüber digitalen Technologien, Prozessen und Veränderungen. Es befähigt Einzelpersonen und Organisationen, die Potenziale digitaler Entwicklungen zu erkennen, kritisch zu bewerten und gezielt für Innovation, Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit zu nutzen. Im Fokus sollen dabei zunächst die internen Strukturen und Abläufe stehen, da hier, angesichts begrenzter personeller und finanzieller Ressourcen, die größten Potenziale für Effizienzgewinne und Entlastung liegen.

Ein gemeinsames, stark verankertes digitales Mindset bei allen Partnerinnen und Partnern verbessert die organisationsübergreifende Zusammenarbeit, erleichtert die spätere Umsetzung externer digitaler Anwendungen und fördert die aktive Beteiligung an der digitalen Transformation. Es schafft Verständnis für die Systemarchitektur, erhöht die Anschlussfähigkeit und sichert eine strategisch abgestimmte Einführung neuer digitaler Standards. Die Entwicklung eines solchen Mindsets ist damit der zentrale Hebel, um Digitalisierungsvorhaben wie Datenmanagement, KI-Einsatz oder Prozessautomatisierung erfolgreich umzusetzen. Es bildet zugleich die Grundlage für datengetriebene Entscheidungen, wirksames Digitalmanagement und die Integration digitaler Ansätze in alle Handlungsfelder der Tourismusstrategie.

Die **Optimierung des Datenmanagements** zielt darauf ab, sowohl die Erstellung als auch die Qualität touristisch relevanter Daten gezielt zu verbessern, damit diese als Grundlage für datengestützte Entscheidungen, digitale Anwendungen und strategische Steuerung optimal genutzt werden können. Die Maßnahme steht in enger Wechselwirkung mit der Digitalisierungsoffensive im Tourismus in Rheinland-Pfalz und stärkt deren systemische Wirksamkeit. Ziel der Maßnahme ist es, vorhandene Datenquellen systematisch zu erfassen, zu strukturieren, zu qualifizieren und nutzbar zu machen. Insbesondere die Vielzahl und Heterogenität bestehender Daten stellen aktuell eine Herausforderung dar, die durch gezielte Standardisierung und ein einheitliches Datenmanagement aufgelöst werden soll. Auf Grundlage eines leistungsfähigen, qualitativ hochwertigen Datenmanagements soll die digitale Sichtbarkeit erhöht und Künstliche Intelligenz wirksam eingesetzt werden. Damit steigt der Mehrwert der gemeinsamen Datenarchitektur für alle beteiligten Akteurinnen und Akteure.

| Aufgaben  | Maßnahmen im Handlungsfeld Digitalisierung  | Bezug zur<br>Tourismusstrategie<br>Rheinland-Pfalz 2025 |
|---|---|---|
| Digitale Kompetenzentwicklung<br>& Mindset / E-Learning &<br>Wissenspool      | <p><b>Etablierung eines digitalen Mindsets:</b> Entwicklung von Initiativen zur Etablierung und Akzeptanz eines digitalen Mindsets aller Partnerinnen und Partner im Tourismus</p> <p><i>Anknüpfung an Baustein 2 der Digitalisierungsoffensive</i></p>                       | fortschreibend  |
|   | <p><b>Weiterentwicklung der E-Learning-Plattform</b> als zentrale Qualifizierungs- und Austauschplattform inkl. KI-Elemente</p> <p><i>Anknüpfung an Baustein 2 der Digitalisierungsoffensive</i></p>  | fortschreibend  |
|   | <p><b>Bündelung von Best-Practices</b> mit digitalen Themen und Anwendungsfällen</p>  | neu   |
| Digitale Infrastruktur,<br>-systeme & -vernetzung /<br>Künstliche Intelligenz | <p><b>Aufgabenzuordnung Digitalisierung:</b> Vermittlung und Sicherstellung der verbindlichen Umsetzung der den DMO zugeordneten Aufgaben im Bereich Digitalisierung</p> <p><i>Anknüpfung an Baustein 2 und 3 der Digitalisierungsoffensive</i></p>                           | fortschreibend  |
|   | <p><b>Stärkung Regionen und lokaler Stützpunkte:</b> Strukturelle Stärkung, Entwicklung und Sicherung Stützpunkte gemäß Entwicklung zu wettbewerbsfähigen Regionen und lokalen Einheiten (WTO)</p> <p><i>Anknüpfung an Baustein 2 und 3 der Digitalisierungsoffensive</i></p> | fortschreibend  |

| Aufgaben                        | Maßnahmen im Handlungsfeld Digitalisierung  | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|---------------------------------|---|---|
| Datenmanagement & Datenqualität | <b>Sicherstellung Ressourcenausstattung für Digitalisierungsvorhaben:</b> Sicherstellung einer auskömmlichen Ressourcenausstattung zur Umsetzung von Digitalisierungsvorhaben | fortschreibend                                    |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 3 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |
|                                 | <b>Ausbau von KI-gestützten Lösungen in der B2B und B2C Kommunikation</b>   | fortschreibend                                    |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 4 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |
|                                 | <b>Optimierung interner Prozesse:</b> Einführung und Weiterentwicklung einer KI- und datenbasierten Optimierung interner Prozesse im gesamten System Tourismus                | neu   |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 3 und 4 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |
|                                 | <b>Optimierung des Datenmanagements:</b> Einführung und Weiterentwicklung einer KI-gestützten Optimierung des Datenmanagements  | neu   |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 1 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |
|                                 | <b>Weiterentwicklung des Data Hub</b> zur gezielten Verbreitung und Sichtbarmachung touristischer Inhalte   | fortschreibend                                    |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 1 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |
|                                 | <b>Ausbau der Bespielung von Plattformen und Kanälen (B2C):</b> Bespielung und Verknüpfung überregionaler und internationaler Plattformen                                     | fortschreibend                                    |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 1 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |
|                                 | <b>Automatisierung von Datenprozessen:</b> Automatisierung von Datenprozessen zur Erhöhung der Datenqualität und effizienten Nutzung für intelligente Analysen und Services   | neu   |
|                                 | <i>Anknüpfung an Baustein 2 der Digitalisierungsoffensive</i>   |   |

| Aufgaben          | Maßnahmen im Handlungsfeld Digitalisierung   | Bezug zur<br>Tourismusstrategie<br>Rheinland-Pfalz 2025 |
|-------------------|--|---|
| Digitale Services | <b>Datenbasierter Ausbau digitaler Anwendungen:</b> Datenbasierter Ausbau digitaler Anwendungen im Service- und Erlebnisdesign<br><br><i>Anknüpfung an Baustein 5 der Digitalisierungsoffensive</i>  | fortschreibend  |
|                   | <b>Optimierung von Websites:</b> Optimierung der Darstellung von Websites nach Anforderungen der Zielgruppen sowie geltenden rechtlichen Gegebenheiten<br><br><i>Anknüpfung an Baustein 5 der Digitalisierungsoffensive</i>  | fortschreibend  |
|                   | <b>Entwicklung Customer-Relationship-Management-Strategie:</b> Entwicklung einer Customer-Relationship-Management-Strategie zur DSGVO-konformen Nutzung von Kundendaten für personalisierte Gästeerlebnisse<br><br><i>Anknüpfung an Baustein 5 der Digitalisierungsoffensive</i>                       | neu   |
|                   | <b>Aufbau digitale Besuchendenlenkung:</b> Aufbau und Etablierung einer digital gestützten Besuchendenlenkung als Instrument zur Steuerung von Besuchendenströmen und unter besonderer Berücksichtigung klimafreundlicher Aspekte<br><br><i>Anknüpfung an Baustein 5 der Digitalisierungsoffensive</i> | neu   |

## 4.3. Handlungsfeld Profilierung und Innovation

„Wir schaffen innovative Erlebnisqualität im Gold-Standard.“

### Beschreibung des Handlungsfeldes Profilierung und Innovation

Profilierung und Innovation sind zentrale Treiber für Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung im Tourismus von Rheinland-Pfalz. In einem dynamischen Marktumfeld, das von sich wandelndem Nachfrageverhalten, steigenden Qualitätsansprüchen und technologischen Entwicklungen geprägt ist, gewinnen klare Positionierung, konsequenter Marktauftritt und zielgruppengerechte Angebotsentwicklung zunehmend an Bedeutung.

Ziel des Handlungsfeldes ist es, die Markenerlebbarkeit des Tourismus in Rheinland-Pfalz durch profilierende, authentische und innovative sowie markenprägende Erlebnisangebote zu stärken. Diese setzen die Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold wirkungsvoll in Szene und schaffen Verbindungen zu weiteren Wirtschaftsbereichen.

Innovation wird dabei als kontinuierlicher Prozess entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette verstanden. Digitale Technologien, neue Ansätze in Service, Prozess- und Produktdesign sowie kreative Vermarktungskonzepte sichern die Entwicklung hochwertiger, nachhaltiger und zukunftsorientierter Angebote. Die enge Verzahnung mit den Handlungsfeldern Gastgewerbe und Touristische Infrastruktur ist dabei zentral, denn Profilbildung kann nur im Zusammenspiel mit starker Angebots- und Aufenthaltsqualität gelingen.

Zentrales Instrument zur Schärfung der Profilierung und Steigerung der Bekanntheit ist das strategische Marketing, das künftig durch intensive Markt- und Trendforschung gestärkt wird. Diese bildet durch die Arbeit in den strategischen Geschäftsfeldern die Grundlage für eine zielgerichtete (Weiter-) Entwicklung von Angeboten, die Priorisierung von Zielgruppen in der aktiven Marktbearbeitung sowie für die Schärfung der touristischen Profilierung. Die Arbeit in den strategischen Geschäftsfeldern bietet dafür einen verbindlichen Rahmen, der die aktive Beteiligung von Regionen, Betrieben und weiteren Partnerinnen und Partnern ermöglicht.

### Ziele im Handlungsfeld Profilierung und Innovation

- Stärkung der Erlebbarkeit der Wirtschaftsstandortmarke im Tourismus.
- Entwicklung und Förderung strategischer Geschäftsfelder zur Steigerung der Wertschöpfung und Stärkung der regionalen Wirtschaft.
- Förderung von Innovationsgeist zur Verbesserung der Nachhaltigkeit und Qualität im Tourismus.
- Weiterentwicklung des strategischen Marketings zur Marktdurchdringung in ausgewählten, nationalen und internationalen Quellmärkten, der optimalen Ansprache von Zielgruppen und zur Schärfung des Profils.
- Ausbau strategischer Partnerschaften (Wirtschaftsstandortmarke, Marketing, strategische Geschäftsfelder) sowie Beteiligungen zur Intensivierung des Bewusstseins für die Bedeutung des Tourismus nach innen.

## Aufgaben im Handlungsfeld Profilierung und Innovation

- Strategisches Marketing / Markt- & Trendforschung
- Innovationsmanagement (Prozess, Produkt, Service)
- Strategische Geschäftsfelder
- Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold

## Koordination des Handlungsfeldes und Einbindung von Partnerinnen und Partnern

Die RPT übernimmt die Koordination des Handlungsfeldes Profilierung und Innovation. Aufgrund ihrer ausgewiesenen Expertise insbesondere im Marketing liegt bei ihr die operative Verantwortung für die Umsetzung der strategischen Marketingaktivitäten, die Führung der strategischen Geschäftsfelder sowie die operative Führung der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold im Tourismus. Darüber hinaus initiiert sie gezielt Innovationsimpulse zur Weiterentwicklung von Angeboten und Produkten. Die Umsetzung erfolgt im engen Schulterschluss mit Regionen, Betrieben und weiteren Partnerinnen und Partnern. Über die strategischen Geschäftsfelder sowie das Landesmarketing werden diese eingebunden. Eine bedarfsoorientierte Zusammenarbeit mit Akteurinnen und Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, MWVLW, DEHOGA, IHK sowie branchenübergreifenden Initiativen flankiert das Handlungsfeld.

## Empfohlene Impulsmaßnahmen im Handlungsfeld Profilierung und Innovation

Um das strategische Marketing und die Innovationskraft im Tourismus von Rheinland-Pfalz strukturell zu stärken, sind gezielte Impulse notwendig, die systematisch in bestehende Prozesse und Strukturen integriert werden können. Ein wesentliches Instrument stellt die **Implementierung KI-gestützter Systeme in der Marktbearbeitung** innerhalb der gesamten Systemarchitektur über alle Partnerinnen und Partner hinweg dar. Ziel ist es, durch den sinnvollen Einsatz von Künstlicher Intelligenz Effizienzgewinne in der Serviceleistung und Marktbearbeitung, in der Marketingproduktion und in der Ausspielung entlang der gesamten Customer Journey zu erzielen. Bestehende Leitfäden und Hinweise zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz im Tourismus in Rheinland-Pfalz dienen als Grundlage, auf denen systematisch aufgebaut wird.

Darüber hinaus ist der **Aufbau von systematisierten Innovationsprozessen** vorgesehen, um entsprechende Entwicklungen nicht mehr punktuell und anlassbezogen, sondern zielgerichtet und kontinuierlich entlang der touristischen Wertschöpfungskette zu gestalten. Insbesondere Servicedesign, Prozessoptimierungen und innovative Technologien sollen als feste Bestandteile in die Produktentwicklung und deren Vermarktung überführt werden, um zukunftsfähige und profilierende Angebote zu sichern.

Als dritte Impulsmaßnahme steht die systematische Entwicklung sowie **Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld** im Fokus. Entsprechend der bestehenden vier strategischen Geschäftsfelder soll MICE als weiteres strategisches Geschäftsfeld positioniert werden, um die touristische Wertschöpfung zu steigern. Die in Abschnitt 3.4 beschriebenen Wirkungszusammenhänge und Potenziale dieses Segments als bedeutender Wertschöpfungsfaktor, nicht nur in den Städten und in der Hauptsaison, sondern insbesondere auch im ländlichen Raum und als Ganzjahresangebot, sowie zur Sicherung der Tourismuswirtschaft (Wechselwirkung zum Handlungsfeld Gastgewerbe) unterstreichen die Notwendigkeit einer systematischen Bearbeitung. Die konkrete Ausgestaltung der Aufgaben- und Rollenverteilung mit den beteiligten Partnerinnen und Partnern erfolgt im Zuge der Umsetzung der Tourismusstrategie.

| Aufgaben  | Maßnahmen im Handlungsfeld Profilierung und Innovation   | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|---|--|---|
| Strategisches Marketing / Markt- und Trendforschung | <b>Implementierung einer KI-gestützten Marktbearbeitung:</b> Implementierung und systematischer Ausbau von KI-gestützten Instrumenten zur optimierten Marktbearbeitung   | neu   |
|   | <b>Erhebung Markt- und Trendthemen im Tourismus:</b> Regelmäßige Evaluation und Erhebung relevanter, aktueller Markt- und Trendthemen im Tourismus und deren systematische Verbreitung im System   | fortschreibend                                    |
|   | <b>Ausbau datengetriebener Marketingmaßnahmen:</b> Entwicklung konkreter Maßnahmen zur systematischen Integration und zum Ausbau datengetriebener Marketingmaßnahmen auf allen Ebenen  | fortschreibend                                    |
|   | <b>Ausbau Content:</b> Ausbau der Content-Produktion, und des digitalen Wissensschatzes  | fortschreibend                                    |
|   | <b>Ausweitung Beteiligungsangebote im Marketing:</b> Optimierung von Beteiligungsangeboten der RPT   | fortschreibend                                    |
|   | <b>Professionalisierung Marketing-Monitoring:</b> Professionalisierung des Marketing-Monitorings durch den gezielten Einsatz und die Erarbeitung von Standards in den Bereichen Automatisierung, Künstliche Intelligenz und Performancebewertung im Wettbewerbsvergleich   | fortschreibend                                    |
| Innovationsmanagement (Prozess, Produkt, Service)   | <b>Stärkung des Marketings für die Heilbäder und Kurorte</b>   | neu   |
|   | <b>Aufbau von Innovationsprozessen:</b> Systematischer Aufbau und Implementierung von Innovationsprozessen (z.B. in den Bereichen Prozessoptimierung, Servicedesign und/oder AR/VR-gestützte Erlebnisse)   | neu   |
| Strategische Geschäftsfelder                        | <b>Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld:</b> Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld unter differenzierter Betrachtung der vier Segmente und Kopplung mit den freizeittouristischen Geschäftsfeldern Wein & Kulinarik, Natur & Aktiv, Kultur, Wellness & Prävention | neu   |
|   | <b>Weiterentwicklung Partnernetzwerk der strategischen Geschäftsfelder:</b> Systematischer Ausbau und Weiterentwicklung des Partnernetzwerks über alle strategischen Geschäftsfelder   | fortschreibend                                    |

| Aufgaben                                       | Maßnahmen im Handlungsfeld Profilierung und Innovation  | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|--|---|---|
| Wirtschaftsstandortmarken Rheinland-Pfalz Gold | <b>Ausbau von Markenpartnerinnen und Markenpartnern:</b> Konsequenter Ausbau der Anzahl an Markenpartnerinnen und Markenpartnern der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold im Tourismus                                 | fortschreibend                                    |
|  | <b>Impulsgebung zur Verknüpfung der Säulen innerhalb der Wirtschaftsstandortmarke:</b> Erarbeitung eines Maßnahmenpakets zur stärkeren Verknüpfung der drei Säulen der Wirtschaftsstandortmarke durch den Markenführer          | fortschreibend                                    |
|  | <b>Highlight-Strategie:</b> Fortschreibung und Weiterentwicklung der Highlight-Strategie  | fortschreibend                                    |
|  | <b>Verknüpfung der Wirtschaftsstandortmarke mit anderen Marken:</b> Ausarbeitung eines Maßnahmenpakets zur stärkeren Verknüpfung der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold mit regionalen Tourismus- und Standortmarken | neu   |

## **4.4. Handlungsfeld System Tourismus**

**„Wir bauen starke Strukturen als Fundament unseres gemeinsamen touristischen Erfolgs.“**

### **Beschreibung des Handlungsfeldes System Tourismus**

Das Handlungsfeld System Tourismus adressiert die strukturellen, organisatorischen und finanziellen Grundlagen für eine wettbewerbs- und zukunftsähige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz. Ziel ist der Aufbau und die kontinuierliche Stärkung eines koordinierten und verbindlichen Wirkungsgefüges, in dem alle touristischen Akteurinnen und Akteure gemeinsam im Sinne des Collective Impact und entlang der Vision und Zielsystematik eng zusammenwirken.

Der Tourismus befindet sich im Wandel von einem klassischen Wirtschaftszweig hin zu einem zentralen Treiber als Impulsgeber und Gestalter von Lebensqualität. Diese Transformation erfordert tragfähige Strukturen, zukunftsorientierte Kooperationsprozesse, qualifizierte Fachkräfte und belastbare Finanzierungsmodelle auf allen Ebenen. Nur wenn das System Tourismus stabil aufgestellt ist, können Themen wie Wertschöpfung, Nachhaltigkeit, Kooperation, Profilierung und Tourismusbewusstsein erfolgreich weiterentwickelt werden. Die Befähigung und der gezielte Aufbau tragfähiger Strukturen auf allen Ebenen sind damit eine zentrale Grundvoraussetzung, um den dynamischen Markt- und Wettbewerbsbedingungen nachhaltig begegnen zu können. Auch die Stärkung des Tourismusbewusstseins bei den politischen Entscheidungstragenden ist hierfür eine essenzielle Anforderung und wesentliche Voraussetzung für ein erfolgreiches Tourismusmanagement.

Ein besonderes Augenmerk liegt zudem auf dem Aufbau strategischer Steuerungs- und Umsetzungskompetenzen sowie auf einer belastbaren Erfolgsmessung. So wird sichergestellt, dass die Maßnahmen der Tourismusstrategie messbar, wirkungsorientiert und zielgerichtet umgesetzt werden.

### **Ziele im Handlungsfeld System Tourismus**

- Klare Aufgaben- und Rollenverteilung zwischen Landes-, Regional- und Lokalebene sowie unter Einbeziehung der Partner der Tourismusstrategie.
- Agile Steuerungsmechanismen, um als System auf Marktveränderungen flexibel reagieren zu können.
- Sicherstellung einer nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Finanzierung des Tourismus.
- Optimierung der Organisations- und Kooperationsprozesse durch den Einsatz digitaler Tools und die Förderung der Zusammenarbeit zwischen allen relevanten Akteurinnen und Akteuren.
- Steigerung des Tourismusbewusstseins und der Tourismusakzeptanz durch gezielte Informations-, Bildungs- und Partizipationsmaßnahmen.

## Aufgaben im Handlungsfeld System Tourismus

- Organisationsstrukturen & Kooperationsprozesse
- Tourismusfinanzierung / Förderinstrumente & -politik
- Tourismusbewusstsein & -akzeptanz / Binnenkommunikation
- Wirkungsmessung / Umsetzungsmanagement

## Koordination des Handlungsfeldes und Einbindung von Partnerinnen und Partnern

Die Federführung im Handlungsfeld System Tourismus liegt beim MWVLW. Maßnahmenbezogen erfolgt eine Einbindung des THV als Vertreter der kommunalen Ebene. Darüber hinaus sind weitere Partnerinnen und Partner wie RPT, IHK oder DEHOGA beteiligt sowie bedarfsbezogen einzelne Tourismusbetriebe. Ziel ist die Einbringung von Expertise, Perspektiven und Anforderungen für die Weiterentwicklung von Strukturen, Fördermodellen oder Zusammenarbeitsprozessen.

## Empfohlene Impulsmaßnahmen im Handlungsfeld System Tourismus

Ein zentrales Element zur Stärkung der Strukturen als Fundament des gemeinsamen touristischen Erfolgs ist die **Implementierung der Soll-Konzepte**, die im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 entwickelt wurden. Durch gezielte Vermittlungsveranstaltungen und Kommunikationsmaßnahmen soll ein gemeinsames Rollen- und Aufgabenverständnis über alle Ebenen hinweg gesichert werden. Ziel ist ein breites Bekenntnis aller beteiligten Akteurinnen und Akteure zur aktiven Übernahme der ihnen zugewiesenen Aufgaben.

Darüber hinaus ist die **Prüfung der Tourismusfinanzierung** ein weiterer wichtiger Hebel für ein belastbares und langfristig erfolgreiches sowie wirtschaftlich tragfähiges System Tourismus. Ziel ist der Aufbau eines skalierbaren, differenzierten und tragfähigen Finanzierungssystems, das den unterschiedlichen Anforderungen und Rahmenbedingungen der Destinationstypen, Ebenen und Akteursgruppen gerecht wird. Hierzu soll die Prüfung und Optimierung verschiedener Finanzierungsmodelle erfolgen, wie etwa die Entwicklung kooperativer Leistungspartnerschaften oder die Prüfung zur Umsetzbarkeit von Schlüsselzuweisungen für hochprädi kisierte Heilbäder und Kurorte oder der veränderten Nutzungsmöglichkeiten des Kommunalabgabengesetzes. Die Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz setzen dabei nach Ausschöpfung freiwilliger Finanzierungsbeteiligungen auf die Förderung des Tourismus über zweckgebundene Abgaben. Die Bettенsteuer als zweckgebundene Abgabe wird abgelehnt. Zweckgebundene Abgaben wie Tourismus- und Gästebeiträge bieten eine faire und transparente Möglichkeit, die Infrastruktur und Angebote für Besuchende und Einheimische gleichermaßen zu verbessern.

Zur Steigerung von Wahrnehmung, Akzeptanz und Bewusstsein des Tourismus in der Öffentlichkeit und der Vermittlung der Mehrwerte einer Beteiligung an der Umsetzung der Tourismusstrategie soll die **Fortführung der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“** stattfinden. Aufbauend auf den bisherigen Erfolgen soll ein gezielter Ausbau erfolgen, um die Wirkungseffekte aus dem Tourismus heraus optimal zu vermitteln. Eine umfassende Evaluation bildet die Grundlage für die qualitative Weiterentwicklung der Kampagne mit Blick auf die Bedarfe der jeweiligen Anspruchsgruppen.

| Aufgaben   | Maßnahmen im Handlungsfeld System Tourismus  | Bezug zur<br>Tourismusstrategie<br>Rheinland-Pfalz<br>2025 |
|--|--|--|
| Organisationsstrukturen & Kooperationsprozesse       | <b>Implementierung der Soll-Konzepte:</b> Durchführung von Vermittlungsveranstaltungen, Kommunikationsmaßnahmen sowie weiterer Tools zur verbindlichen Implementierung und dem Bekenntnis aller Akteurinnen und Akteure zur Umsetzung der ihnen zugeordneten Aufgaben                | fortschreibend   |
|  | <b>Analyse, Stärkung und weiterer Ausbau von Systemarchitekturen</b>   | fortschreibend   |
|  | <b>Weiterentwicklung der Unterstützungsangebote für die lokale und regionale Ebene:</b> Stärkung der Organisationsstrukturen durch kontinuierliche Evaluation und bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Unterstützungsangebote und Etablierung eines Förderrahmens und Anreizsystems | fortschreibend   |
|  | <b>Weiterentwicklung systeminterner Kooperations- und Kommunikationsprozesse:</b> Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Kooperations- und Kommunikationsprozesse zwischen den Akteurinnen und Akteuren im System Tourismus                               | fortschreibend   |
|  | <b>Entwicklung eines strategischen Partnermanagements</b> für die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz   | neu  |
| Tourismusfinanzierung / Förderinstrumente & -politik | <b>Prüfung der Tourismusfinanzierung:</b><br>Prüfung und ggf. Weiterentwicklung der Tourismusfinanzierung hin zu einem skalierbaren und strukturierten „System Tourismusfinanzierung“ inklusive Prüfung zur Umsetzbarkeit von Schlüsselzuweisungen für hochprädierte Kurorte         | fortschreibend   |
|  | <b>Tourismus als Aufgabe der Verbandsgemeinden:</b><br>Prüfung der Hochzonierung der „Aufgabe Tourismus“   | fortschreibend   |
|  | <b>Digitale Gästekarte Rheinland-Pfalz:</b> Prüfung zur Einführung einer landesweiten Gästekarte   | fortschreibend   |
|  | <b>Steuerung von Tourismusbudgets:</b> Entwicklung und Einsatz digital gestützter Instrumente zur optimalen Steuerung  | neu  |
|  | <b>Beteiligungsmanagement im Tourismus auf der lokalen und regionalen Ebene:</b> Entwicklung eines Leitfadens  | neu  |

| Aufgaben  | Maßnahmen im Handlungsfeld System Tourismus  | Bezug zur<br>Tourismusstrategie<br>Rheinland-Pfalz 2025 |
|---|--|---|
| Tourismusbewusstsein & -akzeptanz /<br>Binnennkommunikation | <b>Fortführung der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“</b> im Schulterschluss der Tourismuspartnerinnen und Tourismuspartner zur Steigerung von Wahrnehmung, Akzeptanz und Bewusstsein des Tourismus in der Öffentlichkeit und Vermittlung der Mehrwerte einer Beteiligung an der Umsetzung der Tourismusstrategie in Politik und Gastgewerbe u.a. im Rahmen regionaler Beteiligungsformate sowie Evaluation der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“ mit Ableitung von Handlungsbedarfen | fortschreibend  |
|   | <b>Erweiterung regionaler Dialogformate</b> im Schulterschluss der Tourismuspartnerinnen und Tourismuspartner zur Einbindung weiterer Anspruchsgruppen sowie Vermittlung der Mehrwerte einer Beteiligung an der Umsetzung der Tourismusstrategie für die Politik, Gastgewerbe und Tourismusbetriebe  | fortschreibend  |
|   | <b>Monitoring-System des Tourismusbewusstseins und -akzeptanz:</b> Etablierung eines fortlaufenden Systems in unterschiedlichen Anspruchsgruppen und auf allen Ebenen sowie Integration in die Wirkungsmessung der Tourismusstrategie  | fortschreibend  |
|   | <b>Vermittlungsaktivitäten von DEHOGA und IHK:</b> Auf-/ Ausbau gemeinsamer Initiativen zur Stärkung der aktiven Vermittlungsrolle von DEHOGA und IHK bei der lokalen Ebene  | neu   |
| Wirkungsmessung /<br>Umsetzungsmanagement                   | <b>Prozesssteuerung im Umsetzungsmanagement:</b> Überprüfung und ggf. Optimierung der Abstimmungs- und Kooperationsprozesse im Umsetzungsmanagement und zwischen den Partnerinnen und Partnern der Tourismusstrategie  | fortschreibend  |
|   | <b>Datenbasierte Erfolgsmessung:</b> Einführung und Einsatz von smarten und messbaren Key Performance Indikatoren (KPIs)   | neu   |
|   | <b>Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie:</b> Verbindliche Zuweisung und Übernahme der dem Umsetzungsmanagement der RPT im Rahmen der Fortschreibung zugewiesenen Aufgaben und Rolle   | neu   |

## 4.5. Handlungsfeld Gastgewerbe

„Wir stellen das Rückgrat des touristischen Erfolgs zukunftssicher auf.“

### Beschreibung des Handlungsfeldes Gastgewerbe

Das Gastgewerbe bildet das Rückgrat des Tourismus in Rheinland-Pfalz. Es steht im Zentrum der touristischen Wertschöpfung, sichert Aufenthaltsqualität und Erlebniswert und ist Motor regionaler Entwicklung. Ohne ein starkes und zukunftsähnliches Gastgewerbe sind weder eine klare touristische Profilierung noch die notwendige Angebotsdichte oder Servicequalität möglich. Der wirtschaftliche Erfolg des Tourismus in Rheinland-Pfalz hängt also maßgeblich von der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der gastgewerblichen Betriebe ab. Auch die Rolle des Gastgewerbes als Treiber lokaler und regionaler Wertschöpfung sowie der Arbeitsplatz- und Standortentwicklung kann nur dann langfristig positiv auf die Kommunal- und Regionalentwicklung wirken, wenn entsprechende betriebliche Strukturen gesichert sind.

Das Handlungsfeld Gastgewerbe zielt darauf ab, bestehende Betriebe langfristig zu sichern, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und neue Angebote gezielt zu fördern. Im Mittelpunkt steht die nachhaltige Sicherung der einzelbetrieblichen Wettbewerbsfähigkeit durch die Kompetenzentwicklung der Betriebe und ein innovatives, digitales und ressourcenbewusstes Wachstum. Zugleich ist die gezielte Ansprache und Ansiedlung neuer gastgewerblicher Angebote, insbesondere in Regionen mit Angebotslücken oder besonderem Entwicklungspotenzial, ein zentraler Erfolgsfaktor. Sie stärkt nicht nur die Zukunftsähnlichkeit bestehender Strukturen, sondern sichert langfristig ein flächendeckend attraktives und wirtschaftlich tragfähiges Gastgewerbe.

Bürokratieabbau ist ein entscheidender Hebel, um gastgewerbliche Betriebe zu entlasten, Handlungsspielräume zu schaffen und Investitionen in Qualität und Innovation zu ermöglichen. Gastgewerbliche Unternehmen sind dabei nicht nur Adressaten, sondern zugleich aktive Partner in der Umsetzung der Tourismusstrategie: Ob digitale Transformation, Profilierung, Nachhaltigkeit oder Infrastruktur – die strategischen Ziele entfalten ihre Wirkung nur, wenn sie auf betrieblicher Ebene gelebt und umgesetzt werden.

Um das Gastgewerbe als tragende Säule des Tourismus nachhaltig zu stärken, ist ein abgestimmtes Zusammenwirken aller Beteiligten, von Betrieben über Kammern und Kommunen, den Regionen bis zum Land, unabdingbar. Nur im Schulterschluss kann es gelingen, das Gastgewerbe zukunftsorientiert aufzustellen und seine zentrale Rolle im touristischen Gesamtgefüge zu sichern.

#### Ziele im Handlungsfeld Gastgewerbe

- Steigerung der Angebots- und Servicequalität von gastgewerblichen Betrieben und ihrer Tourismuskompetenz.
- Ganzjährige Wertschöpfungssteigerung zur Sicherung des langfristigen Erfolgs und der Wettbewerbsfähigkeit gastgewerblicher Betriebe.
- Stärkung der Branche insgesamt und Förderung resilenter und wettbewerbsfähiger Betriebsstrukturen.
- Sicherung und Gewinnung von Fach- und Arbeitskräften für die Branche.

## Aufgaben im Handlungsfeld Gastgewerbe

- Sicherung & Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Gastgewerbes
- Sicherung & Steigerung der Angebots-, Service- & Erlebnisqualität
- Ausbau von Qualität & Qualitätsstandards
- Sicherung & Gewinnung von Arbeits- & Fachkräften
- Unterstützung & Sicherung der Unternehmensnachfolge
- Schaffung von Bürokratieabbau
- Unterstützung von Ansiedlungsprojekten mit Impulswirkung

## Koordination des Handlungsfeldes und Einbindung von Partnerinnen und Partnern

Die Koordination für die Umsetzung des Handlungsfeldes Gastgewerbe erfolgt durch das MWVLW, das bereits im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 mit strategisch relevanten Aufgaben in diesem Bereich betraut war. Damit kann auf bestehende Prozesse und Strukturen effizient aufgebaut werden. In enger Abstimmung mit dem DEHOGA und der IHK sowie der RPT erfolgt gemeinsam die Umsetzung konkreter Maßnahmen. Durch die aktive Einbindung gastgewerblicher Betriebe wird deren Expertise eingebracht.

## Empfohlene Impulsmaßnahmen im Handlungsfeld Gastgewerbe

Ein starker Hebel zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit gastgewerblicher Betriebe sind Maßnahmen zum Abbau bürokratischer Hürden. Insbesondere bei der Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe sollen diese durch gezielte **Praxischecks** identifiziert und abgebaut werden. So werden betriebliche Ressourcen entlastet und neue Spielräume für die Entwicklung von Qualität, Innovation und Wachstum geschaffen. Zugleich soll die Unternehmensnachfolge gefördert und sichergestellt werden, so dass Betriebe fortgeführt und touristische Angebotsstrukturen insbesondere in ländlichen Regionen erhalten und ausgebaut werden können.

Flankierend soll ein landesweites **Monitoring-System aufgebaut werden**, das die bestehenden Betriebsstrukturen im Gastgewerbe systematisch erfasst und analysiert. Dabei sollen unter anderem Angebotslücken in räumlicher Nähe zu touristischen Infrastrukturprojekten sichtbar gemacht und eine fundierte Datengrundlage für die gezielte Unterstützung bestehender Betriebe, für qualifizierte Investitionsentscheidungen sowie für ein strategisches Ansiedlungsmanagement geschaffen werden.

| Aufgaben   | Maßnahmen im Handlungsfeld Gastgewerbe   | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|--|--|---|
| Sicherung & Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Gastgewerbes   | <p><b>Förderung Wettbewerbsfähigkeit:</b> Prüfung und Optimierung der Förderkulisse zur gezielten Sicherung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit gastgewerblicher Betriebe</p> <p><b>Transparenz Förderung:</b> Schaffung von Transparenz und Information zu Fördermöglichkeiten für kleine und mittelständische Betriebe (KMU) im Tourismus</p>  | fortschreibend                                    |
| Sicherung & Steigerung der Angebots-, Service- & Erlebnisqualität / Ausbau von Qualität & Qualitätsstandards | <p><b>Digitale Wissensplattform:</b> Weiterentwicklung der Angebote der digitalen Coaching- und Wissensplattform</p> <p><b>Sensibilisierung für Qualität, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit:</b> Betriebe sollen für die Bedeutung von Qualitätsstandards im Sinne bestehender Klassifizierungen, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit sensibilisiert und dabei unterstützt werden, entsprechende Standards im Betrieb umzusetzen</p> | fortschreibend                                    |
|  | <p><b>Kompetenzentwicklung Qualität:</b> Qualifizierung und Kompetenzentwicklung der Leistungsträgerinnen und Leistungsträger</p> <p><b>Kompetenzentwicklung Digitalisierung:</b> Qualifizierung und Kompetenzentwicklung der Leistungsträgerinnen und Leistungsträger im Bereich Digitalisierung u.a. mittels Anwendungsbeispiele und Coachings</p>   | neu   |
| Sicherung & Gewinnung von Arbeits- & Fachkräften   | <p><b>Fortführung Working Family:</b> Erarbeitung eines Fahrplans zur langfristigen Fortführung des Arbeitgebernetzwerks „Working Family“</p> <p><b>Fachkräfte-Initiative:</b> Adaption, Bündelung und tourismusspezifische Ausgestaltung vorhandener Programme und -maßnahmen zur Sicherung und Gewinnung von Arbeits- und Fachkräften</p>  | fortschreibend                                    |
|  | <p><b>Ausländische Arbeits- und Fachkräfte:</b> Unterstützung der Betriebe bei der Gewinnung von ausländischen Arbeits- und Fachkräften und Beratung von Interessenten aus dem Ausland</p>   | neu   |
|  | <p><b>Ausbildungscoaching:</b> Gewinnung und Begleitung neuer Auszubildenden mittels Ausbildungscoaching</p>   | neu   |
|  | <p><b>Ausbau und Stärkung der dualen Ausbildung:</b> Prüfung bestehender Maßnahmen / Offensiven zum Ausbau und Stärkung der dualen Ausbildung im Gastgewerbe, Verstetigung und Unterstützung dieser</p>  | neu   |

| Aufgaben   | Maßnahmen im Handlungsfeld Gastgewerbe  | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|--|---|---|
| Unternehmensnachfolge                                    | <b>Unterstützung Unternehmensnachfolge:</b> Ausbau und zielgerichtete Weiterentwicklung von Beratungs- und Unterstützungsangeboten zur frühzeitigen Begleitung von Unternehmensnachfolgeprozessen   | neu   |
| Bürokratieabbau  | <b>Prüfung der Praxischeck-Ergebnisse:</b> Prüfung und Umsetzung der Ergebnisse des Praxischecks „Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe“   | neu   |
|  | <b>Identifikation und Vereinfachung von Verwaltungsprozessen:</b> Prüfung von Praxischecks und anderen Initiativen auf Bundesebene mit Relevanz für das Gastgewerbe zur Übertragung und Entlastung der Betriebe in Rheinland-Pfalz                    | neu   |
|  | <b>Förderung digitaler Lösungen zur Reduzierung des Verwaltungsaufwandes:</b> Prüfung einer zentralen digitalen Plattform für alle genehmigungsrelevanten Prozesse im Gastgewerbe   | neu   |
| Unterstützung von Ansiedlungsprojekten mit Impulswirkung | <b>Aufbau eines Monitoring-Systems:</b> Erfassung bestehender Betriebsstrukturen und Sichtbarmachung von fehlenden gastgewerblichen Angeboten im Land in direkter Nähe zu Infrastrukturprojekten mit Impulswirkung                                    | fortschreibend                                    |
|  | <b>Finanzielle Anreizprogramme:</b> Prüfung und Anpassung bestehender oder Schaffung neuer Förderprogramme zur Unterstützung von Neuansiedlungen im Tourismus mit Impulswirkung   | fortschreibend                                    |
|  | <b>Information und Transparenz:</b> Handreichung für optimale Ansiedlungspolitik von gastgewerblichen Projekten mit Impulswirkung auf allen Ebenen (lokal, regional, Land)  | neu   |
|  | <b>Planungs- und Genehmigungserleichterung:</b> Prüfung zur Beschleunigung von Genehmigungsverfahren für touristisch relevante Vorhaben; tourismusfreundliche Raumordnungsverfahren, Koordinationsstellen zur Unterstützung bei Genehmigungsprozessen | neu   |

## **4.6. Handlungsfeld Touristische Infrastruktur**

**„Wir steigern Profilierung und Wertschöpfung durch gezielte Investitionen in touristische Infrastruktur.“**

### **Beschreibung des Handlungsfeldes Touristische Infrastruktur**

Eine innovative, qualitativ hochwertige und markenprägende touristische Infrastruktur ist die Grundlage für eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz. Sie schafft profilgebende und hochwertige Erlebnisse entlang der strategischen Geschäftsfelder, stärkt die Aufenthaltsqualität und schafft attraktive Rahmenbedingungen für Gäste und die eigene Bevölkerung.

Touristische Infrastruktur wirkt damit weit über den Tourismus hinaus. Sie ist ein zentraler Treiber für Wertschöpfung, Standortentwicklung und Frequenzen in Ortszentren. Im Zusammenspiel mit der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold trägt sie maßgeblich zur Stärkung von Positionierung und Markenerlebbarkeit bei. Öffentliche Investitionen, insbesondere Impulsinvestitionen, sichern sowohl die Bestandserhaltung als auch die Entwicklung neuer Angebote. Damit leistet die touristische Infrastruktur einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität und Zukunftsfähigkeit vieler Städte und Gemeinden. Ohne Investitionen drohen Substanzverluste, sinkende Wettbewerbsfähigkeit sowie eine Schwächung der Standortqualität nicht nur im Tourismus.

Besonders relevant ist künftig die gezielte Ausrichtung auf Erlebnisqualität und digitale Erlebbarkeit im Zusammenspiel mit den strategischen Geschäftsfeldern und Innovationsprozessen des Landes. Grundlage dafür sind die dauerhafte Qualitätssicherung, Instandhaltung und strategisch abgestimmte Weiterentwicklung bestehender Infrastrukturen, um deren Wirkung langfristig zu sichern. Damit diese Potenziale wirksam erschlossen werden können, braucht es im Sinne des Collective Impact eine klare Rollenverteilung und verbindliche Zusammenarbeit aller beteiligten Akteurinnen und Akteure. Kommunen als Infrastruktureigentümer, öffentliche und private Projektträger, touristische Regionen in koordinierender Funktion und das Land als Impuls- und Fördermittelgeber.

### **Ziele im Handlungsfeld Touristische Infrastruktur**

- Direkte und indirekte Wertschöpfung aus dem Tourismus stärken und Nutzen für möglichst viele Unternehmen schaffen.
- Profil in den Themen der strategischen Geschäftsfelder und den Highlights mit den Highlight-Themen der Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz Gold schärfen.
- Innovation fördern mit dem Ziel, imageprägende und zukunftsweisende Angebote mit Vorbildcharakter zu schaffen.

## Aufgaben im Handlungsfeld Touristische Infrastruktur

- Impulsinvestitionen in Bestand und Neuentwicklung
- Ausbau der Erlebnisqualität und digitalen Erlebbarkeit der touristischen Infrastruktur
- Qualitätssicherung der Basiseinrichtungen der öffentlichen Tourismusinfrastruktur

## Koordination des Handlungsfeldes und Einbindung von Partnerinnen und Partnern

Die strategische Steuerung und Koordination des Handlungsfeldes liegt beim MWVLW. Im Rahmen seiner Zuständigkeit für Förderpolitik, Strukturentwicklung und Tourismus ist es für Ausrichtung und Priorisierung von Investitionsförderungen verantwortlich.

Maßgeblich für den Anschub, die Projektentwicklung, Genehmigungsverfahren auf örtlicher Ebene, die Planung und Durchführung von Investitionen in die öffentliche Tourismusinfrastruktur sind die Kommunen. Über entsprechende Umsetzungsverantwortung der lokalen Ebene für einzelne Maßnahmen im Handlungsfeld sollen die Kommunen als Maßnahmenträger eingebunden, sensibilisiert und in ihrer Mitverantwortung für dynamische Umsetzungserfolge gestärkt werden. Dies könnte zum Beispiel über die kommunalen Spitzenverbände erfolgen. In die operative Umsetzung werden maßnahmenspezifisch weitere Partnerinnen und Partner eingebunden.

## Empfohlene Impulsmaßnahmen im Handlungsfeld Touristische Infrastruktur

Zentrales Instrument für eine qualitativ hochwertige, markenprägende und nachhaltige Entwicklung der touristischen Infrastruktur bildet die in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 begonnene Fortführung zur **Schaffung von Anreizen für Impulsinvestitionen durch Förderung**. Die Förderprogramme für Bestands- und Neuentwicklungen sollen zielgerichtet weiterentwickelt werden. Angesichts wachsender Anforderungen an Klimaanpassung, Nachhaltigkeit und multifunktionale Nutzung sind bestehende Infrastrukturen mit strategischem Potenzial gezielt weiterzuentwickeln.

Zentrale Stellschraube für die Umsetzung strategiekonformer Tourismusinfrastrukturen ist die Verantwortlichkeit der Kommunen für Planung und Umsetzung öffentlicher Tourismusinfrastrukturen. Investitionen in die touristische Infrastruktur scheitern häufig an fehlenden Ressourcen für die Projektentwicklung, niedriger politischer Priorisierung auf kommunaler Ebene und langwierigen Planungs- und Genehmigungsverfahren. Die Impulsmaßnahme **Anschub und Projektentwicklung auf kommunaler Ebene** zielt daher darauf ab, kommunale Prozesse zur Entwicklung touristischer Infrastrukturprojekte im Sinne der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz strategisch zu unterstützen und zu beschleunigen. Durch gezielte Sensibilisierung und Aktivierung kommunalpolitischer Entscheidungsträgerinnen und -träger sowie den Abbau bürokratischer und finanzieller Hürden sollen Planung, Genehmigung und Umsetzung von Projekten mit strategischer Relevanz professionell begleitet werden. Dies stärkt nicht nur die kommunale Umsetzungsdynamik, sondern fördert den Collective Impact innerhalb des touristischen Systems.

Perspektivisch bedarf es dazu der Entwicklung geeigneter Unterstützungsformate (z.B. Beratung, Förderanreize, Schulungen) sowie der Klärung der Federführung im Umsetzungsprozess.

| Aufgaben  | Maßnahmen im Handlungsfeld Touristische Infrastruktur   | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|---|---|---|
| Impulsinvestitionen in Bestand und Neuentwicklung | <b>Anreize für Impulsinvestitionen durch Förderung schaffen:</b> Fortführung der Förderung von Impulsinvestitionen in Bestands- und Neuentwicklungen und der prioritären Vorhaben aus den Potenzialanalysen der Regionen; zielgerichtete Weiterentwicklung der Förderung  | fortschreibend                                    |
|   | <b>Anschub und Projektentwicklung auf kommunaler Ebene:</b> Projektentwicklungen mit Genehmigungsverfahren auf kommunaler Ebene müssen vorangetrieben werden; Sensibilisierung und Mobilisierung der Kommunalpolitik auch im Hinblick auf den Abbau bürokratischer und finanzieller Hürden; Identifizierung von Projektpotenzialen zum Ausbau (digitaler) Erlebnisqualität mit regionalem Charakter | neu   |
|   | <b>Fortlaufende Optimierung der Förderung:</b> Prüfung und ggf. zielgerichtete Anpassung der Förderprogramme für eine dauerhaft attraktive öffentliche Tourismusinfrastruktur; Kommunikation zu den Kriterien, Bedingungen und Abläufe der Förderung touristischer Infrastruktur  | fortschreibend                                    |
|   | <b>Förderung Potenzialmaßnahmen:</b> Sicherstellung der Bereitstellung von Fördermitteln für die Umsetzung von Maßnahmen aus den Potenzialerhebungen  | fortschreibend                                    |
|   | <b>Förderaufrufe für mehr Innovationsgeist und Transparenz:</b> Prüfen, ob und für welche Arten von Vorhaben das Instrument „Förderaufruf im Wettbewerbsverfahren“ noch stärker genutzt werden kann; dabei Berücksichtigung von innovativen Konzepten für eine nachhaltige, dauerhafte Finanzierung und Stärkung regionaler, kooperativer Ansätze   | fortschreibend                                    |
|   | <b>Fördermittelbedarf:</b> Vorhandene Förderinstrumente ausschöpfen, ggf. Fördermittellotsenfunktion, Mittelausstattung der selbst gestaltbaren Fördertöpfe absichern   | fortschreibend                                    |
|   | <b>Vereinfachung und Digitalisierung der Förderverfahren:</b> Richtlinien und Abläufe auf Vereinfachungen und Abbau von bürokratischen Hürden prüfen; Antrags- und Bewilligungsverfahren im digitalen Kundenportal implementieren   | neu   |

| Aufgaben   | Maßnahmen im Handlungsfeld Touristische Infrastruktur  | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|--|--|---|
| Ausbau der Erlebnisqualität und digitalen Erlebbarkeit der touristischen Infrastruktur | <p><b>Unterstützung und Begleitung der Projektträger bei der Planung und Umsetzung von Vorhaben:</b> Beratung, Förderlotsenfunktion und Förderung von zielkonformen Vorhaben, Aufsetzen von geeigneten Förderprogrammen, Instrument des Förderaufrufs im Wettbewerbsverfahren nutzen mit Fokussierung auf wichtige Schwerpunkte und zur Förderung von Innovationsgeist</p> | neu   |
|  | <p><b>Highlightstrategie und strategische Geschäftsfelder:</b> Ableitung von Hilfestellungen und Kriteriensests für Projektträger und Kommunen für die Qualitätssicherung und Entwicklung von Highlightangeboten sowie den Ausbau der Erlebnisqualität und der digitalen Erlebbarkeit von Angeboten</p>  | neu   |
| Qualitätssicherung der Basiseinrichtungen der touristischen Infrastruktur              | <p><b>Dauerhafte Qualitätssicherung, Instandhaltung und Pflege</b> insbesondere der touristisch bedeutsamen Wander- und Radwegeinfrastruktur</p>   | neu   |
|  | <p><b>Budget-Pools dauerhafte Qualitätssicherung:</b> Aufbau regionaler Budget-Pools zur Qualitätssicherung und dauerhaften Bestandserhaltung regional bedeutsamer Rad- und Wanderwege auf Basis einheitlicher Qualitätskriterien und Standards</p>  | neu   |
|  | <p><b>Abgrenzung und Etablierung der Begriffe:</b> Öffentliche Tourismusinfrastruktur, Basiseinrichtungen der öffentlichen Tourismusinfrastruktur</p>  | fortschreibend                                    |
|  | <p><b>Thermalbäder:</b> Bewertung der Thermalbäder in den staatlich anerkannten Heilbädern des Landes im Hinblick auf Bedeutung, Zukunftsperspektiven und dringende Handlungsbedarfe</p>   | neu   |

## **Übergreifende Rahmenbedingungen mitgestalten als Voraussetzung für touristische Wirksamkeit**

Die Erreichung der strategischen Ziele der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz setzt über das direkte touristische System hinausgehende Rahmenbedingungen voraus. Es handelt sich um zentrale Querschnittsaufgaben mit starken Wechselwirkungen insbesondere zur kommunalen Entwicklung, Stadt-, Verkehrs- und Regionalplanung sowie zur digitalen Infrastruktur. Diese Themenbereiche erfordern eine koordinierte Zusammenarbeit und eine verbindliche interministerielle Abstimmung. Nur wenn diese übergeordneten Voraussetzungen mitgestaltet und verlässlich abgesichert sind, kann der Tourismus sein volles Potenzial zur Wertschöpfung, Profilbildung und Standortentwicklung entfalten.

### **Erreichbarkeit, Verkehr, Mobilität, Regionalentwicklung, Landschaft- und Stadtplanung, Baukultur**

Eine einfache Anreise, barrierefreie Mobilitätsketten und die Förderung klimafreundlicher Binnenmobilität sind grundlegende Voraussetzungen für die nachhaltige Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz. Sie tragen wesentlich zu einer ausgeglichenen Verteilung von Besuchendenströmen und Wertschöpfung im Land bei. Dafür braucht es Investitionen in Mobilitätsinfrastruktur, intermodale Verkehrsknotenpunkte und integrierte Konzepte aus Stadt-, Verkehrs- und Regionalplanung, die touristische und kommunale Entwicklungsziele miteinander verzahnen. Das MWVLW übernimmt dabei koordinierende und mitwirkende Aufgaben. Besonders wichtig ist, dass die Interessen und Belange der lokalen Ebene berücksichtigt und sie in relevante Entscheidungen einbezogen sind. Damit der Tourismus seine Mitwirkungsmöglichkeiten bei der Attraktivierung der Ortszentren und damit der Belebung von Innenstädten und der Generierung von Wertschöpfung voll ausschöpfen kann, bedarf es auch hierbei der Einbindung touristischer Interessen.

Voraussetzungen für die Wirksamkeit des Tourismus in den Bereichen Erreichbarkeit, Verkehr, Mobilität, Regionalentwicklung, Landschaft- und Stadtplanung, Baukultur sind:

- Mitwirkung und touristische Interessenvertretung bei der Förderung von Zukunftsprojekten sowie gemeinsame Umsetzung von Modellprojekten
- Mitwirkung bei Optimierung und Sicherung der (klimafreundlichen) Erreichbarkeit touristischer Highlights, u. a. durch Unterstützung von Investitionen in nachhaltige und effiziente Verkehrsanbindungen
- Einordnung der strategischen Bedeutung der Fahrgastschifffahrt und ihrem Beitrag zu den Zielen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz
- Etablierung (verbindlicher) interministerieller Abstimmungs- und Zusammenarbeitsstrukturen im Bereich Mobilität und Innenstadtentwicklung
- Einbringung touristischer Interessen und Mitwirkung bei der Entwicklung eines integrierten, klimafreundlichen Mobilitätskonzepts sowie beim Ausbau eines bedarfsgerechten ÖPNV-Netzes und-Angebotes in Rheinland-Pfalz
- Vermittlung von Best Practices im Bereich Binnenmobilität inklusive Mitwirkung an entsprechenden Umsetzungsleitfäden

- Touristische Interessenvertretung beim Ausbau zentraler Mobilitäts-Hubs zur intelligenten Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel sowie der Sicherung und Optimierung der Anbindung an (inter-) nationale Verkehrs-Hubs
- Einbindung bzw. Verzahnung von touristischen Servicepunkten und digitalen Informationssystemen mit digitalen Mobilitätsplattformen und Echtzeit-Informationssystemen
- Aufenthaltsqualitäts- und Erlebnisimpulse für Orts- und Stadtzentren: Aktivierung und nachhaltige Belebung von Innenstädten, Ortskernen und Quartierszentren durch gezielte touristische Besucherlenkung, Angebotsentwicklung und Bewerbung auf Basis regionaler Besonderheiten und abgestimmt mit lokalen Entwicklungszielen
- Tourismus als Partner von Baukultur und Aufenthaltsqualität: Stärkung und formelle Einbindung des Tourismus als aktiven Mitgestalter in der Landschafts-, Stadt- und Ortsentwicklung mit Fokus auf attraktive, nutzungsfreundliche und identitätsstiftende Räume im Sinne der Baukultur und nachhaltigen Infrastrukturentwicklung

### **Digitales Rückgrat: Verbesserung der Internetverfügbarkeit in touristisch relevanten Räumen**

Ein leistungsfähiger Internetzugang ist heute eine grundlegende Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit touristischer Angebote. Digitale Services, Onlinebuchbarkeit, Echtzeit-Informationen, smarte Mobilitätslösungen und innovative Erlebnisse setzen eine stabile Konnektivität voraus. Insbesondere in ländlichen und naturnahen Regionen in Rheinland-Pfalz besteht Nachholbedarf beim Breitband- und Mobilfunkausbau. Der Tourismus kann in diesem Kontext als aktiver Bedarfsträger auftreten, indem er konkrete Nutzungsszenarien aufzeigt und den Dialog mit Ausbauverantwortlichen wie Kommunen, Netzbetreibern oder Landesinitiativen sucht. So lassen sich touristische Bedarfe gezielt in Ausbauplanungen einfließen.

Voraussetzung für die Wirksamkeit des Tourismus zur Verbesserung der Internetverfügbarkeit in touristisch relevanten Räumen ist:

- Sicherstellung einer flächendeckenden, leistungsfähigen und stabilen digitalen Internetverfügbarkeit als zentrale Voraussetzung für ein zukunftsfähiges Tourismusangebot in Rheinland-Pfalz

## 4.7. Handlungsfeld Nachhaltigkeit

**„Wir stärken Nachhaltigkeit als zentrales Qualitätsmerkmal für die Sicherung der touristischen Angebote.“**

### Beschreibung des Handlungsfeldes Nachhaltigkeit

Das Handlungsfeld Nachhaltigkeit bildet das Fundament für die nachhaltige Sicherung und Weiterentwicklung des touristischen Erlebnisangebots in Rheinland-Pfalz. Nachhaltigkeit ist fest in der Vision und allem touristischen Handeln verankert und als Qualitätsmerkmal die Grundlage zur Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs im Tourismus. Das Nachhaltigkeitsverständnis basiert auf einem ganzheitlichen Ansatz im Dreiklang von Ökologie, Ökonomie und Sozialem. Der Schwerpunkt des Handlungsfeldes liegt auf der ökologischen Dimension und der Stärkung der klimaresilienten Entwicklung im Tourismus. Die ökonomischen und sozialen Aspekte sind in anderen Handlungsfeldern, wie Gastgewerbe oder System Tourismus, verankert.

Auf übergeordneter Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz dient die Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz (→[Link zur Strategie](#)) als zentraler Bezugsrahmen für sämtliche Aktivitäten im Handlungsfeld Nachhaltigkeit. Sie wurde bereits im Zuge der Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 erarbeitet und stellt die Entwicklung eines resilienten Tourismus in den Mittelpunkt. Ein resilenter Tourismus bedeutet im Kontext der Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz, ganzheitlich zu handeln und Wettbewerbsfähigkeit, Modernisierung, Nachhaltigkeit und Risikovorsorge gleichrangig in die Weiterentwicklung von Destinationen und Betrieben zu integrieren. Diese Strategie ist als strategischer Bezugsrahmen sämtlicher touristischer Aktivitäten und Maßnahmen im Handlungsfeld Nachhaltigkeit zu verstehen. Im Handlungsfeld Nachhaltigkeit sind Maßnahmen zur Umsetzung dieser Strategie definiert.

Ein besonderes Augenmerk des Handlungsfeldes liegt auf der Anpassung touristischer Infrastrukturen, Angebote und Produkte an die Folgen des Klimawandels sowie auf der Stärkung von Resilienz und Krisenfähigkeit. Gleichzeitig sollen nachhaltige Angebote entlang der gesamten Customer Journey gestärkt und weiterentwickelt werden – mit Fokus auf Mobilität, Unterkünfte, Erlebnisse und Kommunikation.

#### Ziele im Handlungsfeld Nachhaltigkeit

- Stärkung der ökologischen Nachhaltigkeit durch den bewussten Schutz von Ressourcen.
- Stärkung der Kooperation zwischen Politik, Verwaltung und Tourismuswirtschaft durch gemeinsame Initiativen und Projekte im Bereich Nachhaltigkeit.
- Konsequente Verankerung von Nachhaltigkeitsstandards entlang der gesamten Customer Journey.
- Stärkung der Resilienz des Systems Tourismus und Definition eines einheitlichen Handlungsrahmens für alle Tourismusorganisationen und Unternehmen.
- Frühzeitige und vorausschauende Implementierung von Maßnahmen zur Klimaanpassung und Resilienz zur Sicherung der Wertschöpfung im Tourismus.

## Aufgaben im Handlungsfeld Nachhaltigkeit

- Klimaanpassung & Resilienz
- Krisenmanagement & -kommunikation
- Nachhaltiges Angebotsmanagement: Ausbau, Vermarktung, Monitoring und Auslastung

## Koordination des Handlungsfeldes Nachhaltigkeit / Einbindung von Partnerinnen und Partnern

Die RPT übernimmt die strategische Steuerung und Koordination des Handlungsfeldes. Die Einbindung von MWVLW, Regionen, Betrieben, THV, DEHOGA und IHK erfolgt maßnahmenspezifisch und kompetenzorientiert. Insbesondere die Regionen sollen verbindlich in die Umsetzung eingebunden werden, um vorhandene Strukturen und Erfahrungen gezielt zu nutzen und weiterzuentwickeln.

Ziel ist es zudem, vorhandene Erfahrungen aus Regionen und Betrieben systematisch zu nutzen, weiterzuentwickeln und in die Umsetzung zu überführen. Die enge Verzahnung mit anderen Handlungsfeldern wie Touristische Infrastruktur, Gastgewerbe oder Digitalisierung sichert Synergien und stärkt die ökologische, soziale und wirtschaftliche Resilienz des Tourismus im Land.

## Empfohlene Impulsmaßnahmen im Handlungsfeld Nachhaltigkeit

Im Zentrum soll die **Entwicklung einer Klimawandel-Anpassungsstrategie** für den Tourismus in Rheinland-Pfalz stehen. Sie soll als Orientierungsrahmen für regionale und lokale Aktivitäten dienen und die Auswirkungen des Klimawandels sowie deren Folgen auf touristische Infrastrukturen, den Naturraum und Erlebnisangebote systematisch erfassen und strategisch adressieren. Dabei sollen insbesondere jene Regionen fokussiert betrachtet werden, die bereits heute stark von Klimawandelauswirkungen wie Extremwetterereignissen betroffen sind.

Gleichzeitig soll das Verständnis von **Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal** systematisch bei allen touristischen Akteurinnen und Akteuren etabliert werden. Ziel ist die konsequente Integration klimafreundlicher und ressourcenschonender Elemente in die Angebotsgestaltung, Kommunikation und Vermarktung. Ein weiterer Schwerpunkt für den Umsetzungsstart soll auf der zielgerichteten **Entwicklung und dem Ausbau nachhaltiger Angebote** entlang der Customer Journey liegen, insbesondere in den Bereichen Mobilität und Unterkünfte. Diese Angebotsbausteine sind zentrale Hebel, um touristische Erlebnisse resilient und zukunftsfähig auszurichten.

| Aufgaben                   | Maßnahmen im Handlungsfeld Nachhaltigkeit  | Bezug zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 |
|----------------------------|--|---|
| Klimaanpassung & Resilienz | <p><b>Erarbeitung einer Klimawandel-Anpassungsstrategie:</b> Erarbeitung einer Strategie für den Tourismus als Rahmen für regionale und lokale Aktivitäten und den Tourismus als Teil einer ganzheitlichen Strategie</p> <p><i>Anknüpfung an Maßnahme A 2.3 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz.</i></p> <p><b>Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal etablieren:</b> Durchführung von Aktivitäten zur Stärkung des Verständnisses von Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal, systematische Integration klimafreundlicher Elemente in alle touristischen Angebote und Aktivitäten sowie als strategische Notwendigkeit einer erfolgreichen Tourismusentwicklung</p> <p><i>Anknüpfung an Maßnahmen A 5.1 und A 6.3 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismus-entwicklung in Rheinland-Pfalz.</i></p> | fortschreibend neu                                |
|                            | <p><b>Förderung der Bewusstseinsbildung und Akzeptanz für Klimaanpassungsmaßnahmen:</b> Durchführung von Maßnahmen</p> <p><i>Anknüpfung an Maßnahme M 3 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz.</i></p>  | fortschreibend                                    |
|                            | <p><b>Netzwerk für Austausch und Zusammenarbeit:</b> Etablierung und Führung eines Netzwerks zu Nachhaltigkeits- und Klimaanpassungsmaßnahmen</p> <p><i>Anknüpfung an Maßnahmen A 1.2 und A 4.3 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismus-entwicklung in Rheinland-Pfalz.</i></p>   | neu   |
|                            | <p><b>Ressourceneffiziente Geschäftsmodelle:</b> Entwicklung und Vermittlung von Leitlinien und Standards im Tourismus</p> <p><i>Anknüpfung an Maßnahme A 7.1 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz.</i></p>  | neu   |

| Aufgaben   | Maßnahmen im Handlungsfeld Nachhaltigkeit   | Bezug zur<br>Tourismusstrategie<br>Rheinland-Pfalz 2025 |
|--|---|---|
| Krisenmanagement & Kommunikation   | <b>Ausarbeitung einer Handlungs- und Kommunikationsstrategie</b> für Krisenfälle im Tourismussektor (Kommunikationskette) und Erarbeitung und Einführung automatisierter Kommunikationsprozesse und -standards für eine schnelle und effiziente Kommunikation im Krisenfall   | neu   |
|  | <b>Ausbau von Schulungs- und Weiterbildungsprogrammen</b> zur Stärkung der Krisenkommunikationsfähigkeit  | neu   |
|  | <b>Implementierung eines kontinuierlichen Risikomanagementsystems</b> zur Risikovorsorge, -bewertung und -überwachung<br><i>Anknüpfung an Maßnahme A 2.2 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz.</i>  | neu   |
| Nachhaltiges Angebots-<br>management: Ausbau,<br>Vermarktung, Monitoring und<br>Auslastungssteuerung | <b>Entwicklung und Ausbau nachhaltiger Angebote</b> entlang der Customer Journey insbesondere im Bereich Mobilität und Unterkünfte  | fortschreibend  |
|  | <b>Entwicklung und Implementierung von Strategien zur Auslastungssteuerung</b> touristischer Infrastrukturen mit Blick auf Verträglichkeit und Reduktion der Umweltbelastung<br><i>Anknüpfung an Maßnahme A 7.3 in der Strategie für die Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz.</i> | neu   |

## **Übergreifende Rahmenbedingungen mitgestalten als Voraussetzung für touristische Wirksamkeit**

Die Erreichung der in der Tourismusstrategie formulierten Ziele hängt maßgeblich von Rahmenbedingungen ab, die außerhalb des unmittelbaren touristischen Wirkungskreises liegen. Dabei handelt es sich um zentrale Querschnittsaufgaben mit starken Wechselwirkungen, insbesondere zur kommunalen Entwicklung und Bereichen wie Stadt-, Verkehrs- und Regionalentwicklung. Sie erfordern ein koordiniertes Zusammenspiel und eine starke interministerielle Zusammenarbeit. Nur wenn diese übergreifenden Rahmenbedingungen gesichert sind, kann der Tourismus sein volles Potenzial zur Steigerung der Wertschöpfung, zur Schärfung der Profilierung und zur Stärkung der Standortqualität entfalten.

### **Mitwirkung bei der Transformation zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz**

Der Tourismus trägt Mitverantwortung für eine nachhaltige Regionalentwicklung, agiert dabei jedoch nicht isoliert. Er wirkt im Zusammenspiel mit Bereichen wie Regionalentwicklung, Landwirtschaft, Wirtschaftsförderung und Naturschutz. Dies gilt etwa bei der Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe oder nachhaltiger Lieferketten, in denen touristische Akteurinnen und Akteure unterstützend wirken können. Als Impulsgeber stärkt der Tourismus regionale Wertschöpfung und Resilienz, benötigt dafür jedoch geeignete Rahmenbedingungen, etwa beim Erhalt natürlicher Lebensräume oder dem Ausbau nachhaltiger Infrastrukturen. Hier kann der Tourismussektor unterstützend und gestaltend tätig werden.

Voraussetzungen für die Wirksamkeit des Tourismus im Bereich Nachhaltigkeit sind:

- Identifikation und Ausweisung von Schnittstellen zwischen Nachhaltigkeit und anderen tourismusnahen Bereichen wie Infrastruktur- und Regionalentwicklung, um deren systematische Einbeziehung in Maßnahmen zu gewährleisten sowie aktive touristische Interessenvertretung darin.
- Etablierung (verbindlicher) interministerieller Abstimmungs- und Zusammenarbeitsstrukturen im Bereich Nachhaltigkeit
- Unterstützung und Stärkung von Investitionen in umweltfreundliche Technologien und Infrastrukturen
- Stärkung von Netzwerken zur Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen touristischen Akteurinnen und Akteuren und der lokalen Wirtschaft
- Erarbeitung eines Leitfadens zum systematischen Ausbau und zur Stärkung regionaler Produkte und Dienstleistungen im Tourismus
- Initiierung und Koordination von Partnerschaften und Kooperationen zum Ausbau nachhaltiger Lieferketten und regionaler Wirtschaftskreisläufe einschließlich Erfassung regionaler Erzeugerbetriebe und deren systematischer Vernetzung mit touristischen Akteurinnen und Akteuren
- Unterstützung und Befähigung von Partnerinnen und Partnern bei der Erhöhung der Sichtbarkeit regionaler Produkte und Durchführung von Maßnahmen
- Stärkung der ökologischen Nachhaltigkeit durch den bewussten Schutz von Ressourcen, der sukzessiven Förderung von Kreislaufwirtschaft und den Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe mit CO2-armen Lieferketten

## 4.8. Impulsmaßnahmen der Tourismusstrategie

Die folgende Übersicht stellt die empfohlenen Impulsmaßnahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz im Gesamtüberblick dar. Impulsmaßnahmen sind strategisch ausgewählte, besonders wirksame Maßnahmen mit hoher Strahlkraft für den Umsetzungsstart. Sie leisten auf Basis der aktuellen Bewertung einen überproportionalen Beitrag zur Erreichung der Leitziele und entfalten eine starke Mobilisierungswirkung im touristischen System.

Impulsmaßnahmen sind dynamisch angelegt. Sobald einzelne Maßnahmen erfolgreich umgesetzt oder abgeschlossen sind, werden sie durch neue, strategisch relevante Maßnahmen ersetzt. Dadurch entsteht ein agiler, anpassungsfähiger Umsetzungsplan, der die Tourismusstrategie kontinuierlich weiterentwickelt und anschlussfähig hält. Die Impulsmaßnahmen werden jährlich im Umsetzungsprozess evaluiert, bei Bedarf angepasst oder neue Impulsmaßnahmen definiert.

| Handlungsfeld               | Impulsmaßnahme   | Bezug 2025     |
|-----------------------------|--|----------------|
| Digitalisierung             | <b>Etablierung eines digitalen Mindsets:</b> Entwicklung von Initiativen zur Etablierung und Akzeptanz eines digitalen Mindsets aller Partnerinnen und Partner im Tourismus  | fortschreibend |
|                             | <b>Optimierung des Datenmanagements:</b> Einführung und Weiterentwicklung einer KI-gestützten Optimierung des Datenmanagements   | neu            |
| Profilierung und Innovation | <b>Implementierung einer KI-gestützten Marktbearbeitung:</b> Implementierung und systematischer Ausbau von KI-gestützten Instrumenten zur optimierten Marktbearbeitung   | neu            |
|                             | <b>Aufbau von Innovationsprozessen:</b> Systematischer Aufbau und Implementierung von Innovationsprozessen (z.B. in den Bereichen Prozessoptimierung, Servicedesign und/oder AR/VR-gestützte Erlebnisse)   | neu            |
|                             | <b>Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld:</b> Erarbeitung und Integration von „MICE“ als strategisches Geschäftsfeld unter differenzierter Betrachtung der vier Segmente und Kopplung mit den freizeittouristischen Geschäftsfeldern Wein & Kulinarik, Natur & Aktiv, Kultur, Wellness & Prävention | neu            |

| Handlungsfeld              | Impulsmaßnahme   | Bezug 2025     |
|----------------------------|--|----------------|
| System Tourismus           | <b>Implementierung der Soll-Konzepte:</b> Durchführung von Vermittlungsveranstaltungen, Kommunikationsmaßnahmen sowie weiterer Tools zur verbindlichen Implementierung und dem Bekenntnis aller Akteurinnen und Akteure zur Umsetzung der ihnen zugeordneten Aufgaben  | fortschreibend |
|                            | <b>Prüfung der Tourismusfinanzierung:</b> Prüfung und ggf. Weiterentwicklung der Tourismusfinanzierung hin zu einem skalierbaren und strukturierten „System Tourismusfinanzierung“ inklusive Prüfung zur Umsetzbarkeit von Schlüsselzuweisungen für hochprädierte Kurorte  | fortschreibend |
|                            | <b>Fortführung der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“</b> im Schulterschluss der Tourismuspartnerinnen und Tourismuspartner zur Steigerung von Wahrnehmung, Akzeptanz und Bewusstsein des Tourismus in der Öffentlichkeit und Vermittlung der Mehrwerte einer Beteiligung an der Umsetzung der Tourismusstrategie in Politik und Gastgewerbe u.a. im Rahmen regionaler Beteiligungsformate sowie Evaluation der Kampagne „Tourismus ist ein Plus für alle“ mit Ableitung von Handlungsbedarfen | fortschreibend |
| Gastgewerbe                | <b>Prüfung der Praxischeck-Ergebnisse:</b> Prüfung und Umsetzung der Ergebnisse des Praxischecks „Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe“  | neu            |
|                            | <b>Aufbau eines Monitoring-Systems:</b> Erfassung bestehender Betriebsstrukturen und Sichtbarmachung von fehlenden gastgewerblichen Angeboten im Land in direkter Nähe zu Infrastrukturprojekten mit Impulswirkung   | fortschreibend |
| Touristische Infrastruktur | <b>Anreize für Impulsinvestitionen durch Förderung schaffen:</b> Fortführung der Förderung von Impulsinvestitionen in Bestands- und Neuentwicklungen und der prioritären Vorhaben aus den Potenzialanalysen der Regionen; zielgerichtete Weiterentwicklung der Förderung   | fortschreibend |
|                            | <b>Anschub und Projektentwicklung auf kommunaler Ebene:</b> Projektentwicklungen mit Genehmigungsverfahren auf kommunaler Ebene müssen vorangetrieben werden; Sensibilisierung und Mobilisierung der Kommunalpolitik auch im Hinblick auf den Abbau bürokratischer und finanzieller Hürden; Identifizierung von Projektpotenzialen zum Ausbau (digitaler) Erlebnisqualität mit regionalem Charakter  | neu            |
| Nachhaltigkeit             | <b>Erarbeitung einer Klimawandel-Anpassungsstrategie:</b> Erarbeitung einer Strategie für den Tourismus als Rahmen für regionale und lokale Aktivitäten und den Tourismus als Teil einer ganzheitlichen Strategie  | fortschreibend |
|                            | <b>Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal etablieren:</b> Durchführung von Aktivitäten zur Stärkung des Verständnisses von Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal, systematische Integration klimafreundlicher Elemente in alle touristischen Angebote und Aktivitäten sowie als strategische Notwendigkeit einer erfolgreichen Tourismusentwicklung   | neu            |
|                            | <b>Entwicklung und Ausbau nachhaltiger Angebote entlang der Customer Journey insbesondere im Bereich Mobilität und Unterkünfte</b>   | fortschreibend |

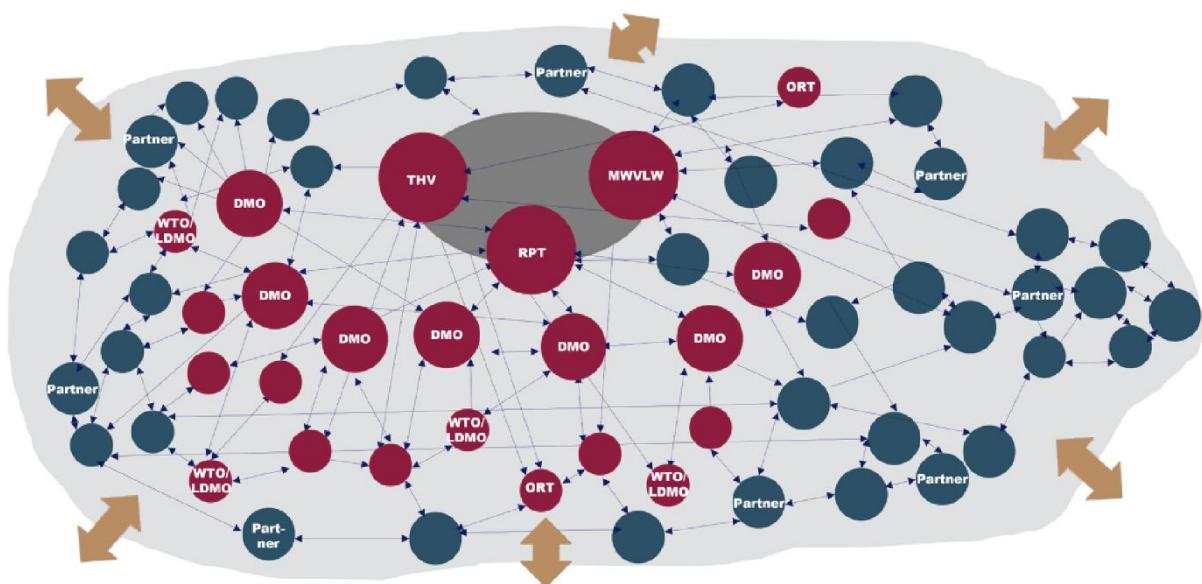


# 5. Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Die erfolgreiche Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz lebt vom gemeinsamen Gestaltungswillen und der koordinierten Zusammenarbeit aller Partnerinnen und Partner im touristischen System. Ihr abgestimmtes Handeln entlang der gemeinsamen Vision, der strategischen Leitziele und nach dem Prinzip des Collective Impact bildet das Fundament für eine zukunftsfähige Tourismus-, Regional- und Standortentwicklung im Land. Die Grundlage für diese strukturierte Zusammenarbeit wurde mit der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 gelegt. Der dort begonnene Dialogprozess, die angestoßenen Initiativen und etablierten Kooperationsstrukturen wurden im Zuge der Fortschreibung konsequent fortgeführt. Sie bilden das Fundament, auf dem nun systematisch aufgebaut werden soll.

Die Akteurinnen und Akteure aus dem System Tourismus werden entsprechend ihrer Rollen, Verantwortlichkeiten und Wirkungstiefen systematisch in den Umsetzungsprozess eingebunden. Damit tragen sie alle gemeinsam die Verantwortung für die Umsetzung der Tourismusstrategie. Gleichzeitig profitieren alle von gemeinsam erzielten Fortschritten und Erfolgen und agieren in einem System Tourismus, das Synergien fördert, Ressourcen effizient nutzt und die Wirkungskraft der Strategie nachhaltig erhöht.

Ausgehend aus den entwickelten Soll-Konzepten (→ [Link zu den Sollkonzepten](#)) gilt es, das dynamische touristische Netzwerk durch klare Zuständigkeiten, verbindliche Kooperation und eine systematische Verzahnung der Aufgaben weiter zu strukturieren und zu steuern. Dabei bilden verlässliche Partnerschaften die Grundlage der Zusammenarbeit.



**Abbildung 6:** Netzwerkstrukturen im System Tourismus Rheinland-Pfalz. Quelle: BTE Tourismus- und Regionalberatung, dwif-Consulting GmbH (2024): Weiterentwicklung und Umsetzung der Gutachterlichen Studie zur Optimierung des System Tourismus in Rheinland-Pfalz (PROJECT M, 2020).

## **5.1. Gemeinsame Umsetzung im Collective Impact**

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz wird gemeinsam von fünf Partnern getragen: MWVLW, DEHOGA, IHK, RPT und THV. Im Zentrum der Umsetzung stehen aber nicht nur die Partner, sondern ein dynamisches, mehrstufig organisiertes Netzwerk aus Institutionen, Organisationen und Betrieben. Diese werden entsprechend ihrer Rollen, Zuständigkeiten und Wirkungstiefe systematisch in die Umsetzung eingebunden . Dabei folgt die Zusammenarbeit keiner starren Verwaltungslogik, sondern entfaltet sich in einem gemeinsamen Wirkraum: Alle Beteiligten übernehmen Verantwortung, gestalten aktiv mit, erzielen gemeinsame Fortschritte und profitieren voneinander. Mit Blick auf die Zukunft sollte geprüft werden, inwieweit der Kreis der strategischen Partner erweitert werden kann, etwa durch eine stärkere institutionelle Einbindung der regionalen Tourismusorganisationen als aktive Mitgestaltende des touristischen Erfolgs in Rheinland-Pfalz. Eine solche Ausweitung kann die Verbindlichkeit und Wirksamkeit der Umsetzung deutlich erhöhen. Dafür ist jedoch auch ein klares gemeinsames Bekenntnis und die Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung im Rahmen der Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz erforderlich.

Die federführende Projektkoordination für die Handlungsfelder erfolgt durch das MWVLW und die RPT (s. Beschreibung der Handlungsfelder in Kapitel 4). Sie behalten den Überblick über Entwicklungen im jeweiligen Handlungsfeld und steuern die strategische Ausrichtung sowie Priorisierung der vorgesehenen Maßnahmen. Sie sind jedoch nicht alleine für die operative Durchführung aller Maßnahmen verantwortlich. Zur Umsetzung einzelner Maßnahmen oder der Koordination von Handlungsfeldern können, abweichend von der federführenden Projektkoordination der Handlungsfelder, Umsetzungsverantwortliche für einzelne Maßnahmen benannt werden.

Zur Sicherstellung einer übergreifenden, strukturierten und kooperativen Steuerung und Koordination der Umsetzung wird das im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 etablierte und bei der RPT angesiedelte Umsetzungsmanagement fortgeführt.

### **Steuerungsgruppe Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz**

Die Steuerungsgruppe bildet die koordinierende Klammer der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz, getragen durch die fünf strategischen Partnerinstitutionen. Gemeinsam mit dem Umsetzungsmanagement bilden die fünf Partner das zentrale tourismuspolitische, strategische Reflexionsorgan der Strategie und begleiten den Umsetzungsprozess fortlaufend.

#### **Steuerungsgruppe Tourismusstrategie (Partner der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz)**

**DEHOGA Rheinland-Pfalz e. V.**

**IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz**

**Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz**

**Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH**

**Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e. V.**

***Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie***

## **Arbeitskreis Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz**

Der Arbeitskreis Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz ist ein zentrales Gremium für die strategische Mitgestaltung, Koordination und Verankerung der Tourismusstrategie im Land. Er vereint die Handlungsfeldkoordinatorinnen und -koordinatoren, Maßnahmenverantwortliche sowie Vertreterinnen und Vertreter der touristischen Regionen, der lokalen Ebene und relevanter Branchen- und Interessenverbände.

Im Sinne des Collective Impact versteht sich der Arbeitskreis als aktiver Denk- und Handlungsräum, in dem Wissen, Perspektiven und Erfahrungen zusammengeführt werden. Ziel ist es, Synergien im System Tourismus wirksam zu nutzen, Umsetzungsfortschritte gemeinsam zu reflektieren und strategisch weiterzuentwickeln.

Zentrale Aufgaben des Arbeitskreises sind:

- die Beratung zu einzelnen Maßnahmen innerhalb der Handlungsfelder,
- die Einbringung der Perspektiven und Interessen der vertretenen Organisationen und Ebenen,
- sowie der regelmäßige, strukturierte Austausch zu Fortschritten, Herausforderungen und Wirkungen im Umsetzungsprozess.

Der Arbeitskreis trägt somit maßgeblich dazu bei, die Tourismusstrategie als lernenden Prozess zu gestalten und die strategischen Ziele durch gemeinsames Handeln, verbindliche Zusammenarbeit und geteilte Verantwortung zu erreichen.

Dem Arbeitskreis Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz gehören aktuell folgende Mitglieder an:

| <b>Arbeitskreis Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz</b>                                      |   |
|---|---|
| <b>Ahrtal-Tourismus e. V.</b>   | <b>Pfalz-Touristik e. V.</b>  |
| <b>Arbeitsgemeinschaft Tourismus der Industrie- und Handelskammer (IHK) Rheinland-Pfalz</b> | <b>Rheinhessen-Touristik GmbH</b>                                       |
| <b>DEHOGA Rheinland-Pfalz e. V.</b>   | <b>Romantischer Rhein Tourismus GmbH</b>                                |
| <b>Eifel Tourismus GmbH</b>   | <b>Sektion Heilbäder und Kurorte des THV</b>                            |
| <b>Gemeinde- und Städtebund Rheinland-Pfalz e. V.</b>                                       | <b>Städtetag Rheinland-Pfalz e. V.</b>                                  |
| <b>Hunsrück-Touristik GmbH</b>  | <b>Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH</b>                                   |
| <b>Lahntal Tourismus Verband e. V.</b>  | <b>THV Fachausschuss Arbeitskreis Städte</b>                            |
| <b>Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz</b>      | <b>Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e. V.</b>            |
| <b>Mosellandtouristik GmbH</b>  | <b>Verband der Campingwirtschaft Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.</b> |
| <b>Naheland-Touristik GmbH</b>  | <b>Westerwald Touristik Service</b>                                     |

## Mitnahme und Mitwirkung als zentrale Erfolgsfaktoren

Für den gemeinsamen Erfolg ist entscheidend, dass alle Beteiligten, insbesondere die Partner der Tourismusstrategie, die Umsetzung der Tourismusstrategie als gemeinsame Aufgabe verstehen, aktiv mittragen, in ihre Strukturen integrieren und über eigene Kommunikationskanäle sichtbar machen. Über ihre Netzwerke bringen sie weitere relevante Akteurinnen und Akteure in den Prozess ein und tragen Impulse in das touristische System. So werden Anschlussfähigkeit gesichert, die Motivation zur Mitwirkung gestärkt und die strategische Wirkung auf eine breite Basis gestellt.

Die Evaluation der Tourismusstrategie 2025 hat darüber hinaus gezeigt, dass weiterer Bedarf an übergreifender Zusammenarbeit sowohl innerhalb des bestehenden Partnerkreises als auch darüber hinaus besteht. Eine strukturierte Vernetzung, insbesondere zwischen Landesebene, Regionen und kommunalen Akteurinnen und Akteuren sowie die Einbindung der Betriebe und weiterer wichtiger strategischer Partnerinnen und Partner, ist ein zentraler Hebel für mehr Wirksamkeit und Verbindlichkeit in der Umsetzung. Collective Impact meint eben nicht nur die Zusammenarbeit innerhalb des Tourismus, sondern darüber hinaus auch die ressortübergreifende Vernetzung und die Einbindung verwandter Branchen. Fortlaufendes Ziel aus der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 ist es, Kooperationen mit angrenzenden Bereichen und Branchen, etwa mit Schutzgebieten, Wirtschaftsförderungen, touristischen Betrieben oder Marketingpartnern, im Sinne der strategischen Leitziele weiterzuentwickeln und sie projektbezogen in die Umsetzung zu integrieren.

Je nach Zuständigkeiten, Kompetenzen und Wirkungsmöglichkeiten wird empfohlen, weitere Tourismusakteurinnen und -akteure in unterschiedlicher Intensität und Konstellation in die operative Umsetzung der Maßnahmen einzubinden. Hierzu zählen unter anderem folgende Partnerinnen und Partner aus dem System Tourismus in Rheinland-Pfalz:

- ADFC Rheinland-Pfalz e.V.
- Betriebe (z.B. als Netzwerkpartner oder Strategische Partner in den Strategischen Geschäftsfeldern)
- Die Jugendherbergen in Rheinland-Pfalz
- Gebietsweinwerbungen
- Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz
- Hochschule Worms
- Kreis- und Wirtschaftsförderungsgesellschaften
- Kultursommer Rheinland-Pfalz der Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur
- Landesforsten Rheinland-Pfalz
- Museumsverband Rheinland-Pfalz e. V.
- Nationalpark Hunsrück-Hochwald
- NatUrlaub auf Winzerhöfen/ Bauernhöfen Rheinland-Pfalz e.V.
- Naturparke in Rheinland-Pfalz
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz
- TourismusAkademie Rheinland-Pfalz
- Tourismusorganisationen der lokalen Ebene
- Verkehrsverbünde
- Vertretungen der Landkreise in Rheinland-Pfalz
- Vertretungen der Städte in Rheinland-Pfalz
- Zudem: Welterbemanagement, LEADER-Partner, Regionalinitiativen, Wirtschaftsförderungsgesellschaften der Landkreise, Convention Bureau RLP
- u. v. m.

## **5.2. Stärkung des Umsetzungsmanagements bei der RPT**

Für die wirksame und koordinierte Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz sowie ein objektives Monitoring und Controlling braucht es eine übergreifende Instanz, die den Gesamtüberblick über Maßnahmen und Wirkungszusammenhänge behält, diese strategisch steuert und bei Bedarf gezielt weiterentwickelt. Die im Rahmen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 etablierten Strukturen des Umsetzungsmanagements bei der RPT haben sich hier als tragfähiges Fundament bewährt. Sie bilden auch künftig den organisatorischen Rahmen für die Vernetzung, Koordination und Kommunikation der Tourismusstrategie nach innen und außen. Um eine kontinuierliche Umsetzung, Weiterentwicklung und Kommunikation der Strategie sicher zu stellen, müssen die Steuerungsmöglichkeiten weiterentwickelt, bedarfsgerecht angepasst und im Sinne eines wirkungsvollen Netzwerk- und Monitoringorgans gezielt gestärkt werden. Die Gesamtverantwortung für die kontinuierliche Fortschreibung und Steuerung der Tourismusstrategie verbleibt beim MWVLW.

## **5.3. Stärkung der aktiven Mitwirkung**

Ziel in der Umsetzung ist es, den Umsetzungsprozess als dynamischen, offenen und lernfähigen Dialogprozess zu gestalten, der alle Ebenen des touristischen Systems – von der Landesebene über die Regionen bis hin zu den Betrieben – systematisch einbindet. Ein zentraler Erfolgsfaktor für die nachhaltige Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz ist damit die breite Mitwirkung, Akzeptanz und Identifikation aller relevanten Akteurinnen und Akteure im touristischen System. Nur wenn die verschiedenen Partnerinnen und Partner ihre Rollen aktiv annehmen, Verantwortung übernehmen und ihren Beitrag zur Zielerreichung leisten, kann die Strategie wirksam umgesetzt werden.

Daher liegt ein besonderer Fokus des operativen Umsetzungsmanagements auf einer zielgerichteten, kontinuierlichen und transparenten Kommunikation über Fortschritte, Erfolge und anstehende Maßnahmen. Dies erfolgt über etablierte Kanäle wie das Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz, LinkedIn und weitere zielgruppengerechte Kommunikationswege.

Zur Stärkung von Verbindlichkeit, Wirkung und Effizienz der Zusammenarbeit werden bestehende Koordinations- und Abstimmungsgremien bedarfsgerecht weiterentwickelt. Dabei stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- die strukturierte und differenzierte Einbindung relevanter Partnerinnen und Partner entlang ihrer Wirkungstiefe und Zuständigkeit,
- die Etablierung einer angemessenen Taktung und Dramaturgie von Abstimmungs-, Arbeits- und Steuerungsrunden,
- die Weiterentwicklung und Professionalisierung bestehender Gremienformate (z. B. Arbeitskreis, Steuerungsgruppe) mit Blick auf Effektivität, Reichweite und Zielorientierung,
- der gezielte Ausbau des Austauschs innerhalb und zwischen den Handlungsfeldern, um Synergien zu stärken und Doppelstrukturen zu vermeiden und mit Hilfe der Impulsmaßnahmen stets neue Impulse ins System zu geben

Nur wenn das Umsetzungsmanagement als zugängliches, verbindliches und wirkungsorientiertes System gestaltet wird, kann der Collective Impact in seiner vollen Stärke entfaltet und die strategischen Leitziele dauerhaft verwirklicht werden.

### **Stärkung der Einbindung der touristischen Betriebe**

Ein besonderer Stellenwert kommt dabei der stärkeren Einbindung der touristischen Betriebe zu. Als unmittelbare Umsetzende strategischer Ziele leisten sie nicht nur einen entscheidenden Beitrag zur operativen Wirkung, sondern bringen gleichzeitig wichtige Perspektiven, Bedarfe und Innovationsimpulse ein. Ihre aktive Beteiligung muss daher über passgenaue Formate in den Maßnahmen, wie durch Mitwirkung an Initiativen wie der Working Family, über das strategische Partnermanagement in den Geschäftsfeldern, gestärkt werden. Zudem sind landesweite Formate wie der Tourismustag Rheinland-Pfalz, der Marktforschungstag der RPT, das Barcamp Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz oder auch regionale Veranstaltungen noch stärker auf die Einbindung der Perspektiven und Interessen der Betriebe durch integrierte oder begleitende betriebsspezifische Workshop- und Austauschformate auszurichten.

## **5.4. Ausblick**

Diese Fortschreibung markiert einen aktiven Zukunftsprozess, der von Engagement und Vertrauen für einen erfolgreichen Tourismusstandort Rheinland-Pfalz getragen wird. Die Fortschreibung ist dabei nicht als statisches Konzept, sondern als lernfähiges, dynamisches Steuerungsinstrument angelegt. Mit der Veröffentlichung beginnt ein neuer Umsetzungszyklus für den Tourismus im Land.

Aufbauend auf den Erfahrungen, Erfolgen und bewährten Strukturen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 werden bestehende Maßnahmen konsequent fortgeführt, gezielt weiterentwickelt und dynamisch an sich wandelnde Marktbedingungen und gesellschaftliche Anforderungen angepasst. Im Zentrum steht die konsequente Verfolgung der gemeinsam entwickelten strategischen Leitziele sowie die dauerhafte Sicherung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Rheinland-Pfalz.

Die im partizipativen Prozess entwickelte Vision sowie das gemeinsame Leitzielssystem und der Anspruch an kooperative Zusammenarbeit bilden die verbindliche Klammer für das strategische Handeln. Sie ermöglichen Orientierung jenseits kurzfristiger Zielhorizonte und schaffen die Grundlage für eine vernetzte, wirkungsorientierte und zukunftsfähige Tourismusentwicklung im Sinne eines echten Collective Impact.

Ihre prozessuale Struktur erlaubt es, flexibel auf neue Chancen, Herausforderungen und externe Entwicklungen zu reagieren und Anpassungen gezielt vorzunehmen. Durch kontinuierlichen Austausch, verbindliche Abstimmungsprozesse und eine gemeinsame Erfolgsmessung wird sichergestellt, dass alle Akteurinnen und Akteure koordiniert und in eine Richtung arbeiten. Zur strategischen Weiterentwicklung und zur Bewertung der erzielten Fortschritte wird, ergänzend zum laufenden Monitoring, spätestens nach fünf Jahren eine gezielte Evaluation empfohlen. Diese dient der Reflexion erreichter Meilensteine und der Identifikation zukünftiger Entwicklungsschritte. So wird die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz auch in Zukunft als lebendiges Steuerungsinstrument Orientierung geben, Dynamik ermöglichen und das gemeinsame Zielbild dauerhaft mit Leben füllen.

# Abkürzungsverzeichnis

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>DEHOGA</b>   | Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.   |
| <b>GCB</b>      | German Convention Bureau e. V.  |
| <b>IHK</b>      | IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz   |
| <b>KAG</b>      | Kommunalabgabengesetz Rheinland-Pfalz   |
| <b>KI</b>       | Künstliche Intelligenz  |
| <b>KMU</b>      | Kleine und mittlere Unternehmen   |
| <b>KPI</b>      | Key Performance Indicator (Mess-Kennzahlen)   |
| <b>MICE</b>     | Meetings, Incentives, Conventions und Exhibitions (promotabler Geschäftsreisetourismus) |
| <b>MWVLW</b>    | Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz         |
| <b>Regionen</b> | Touristische Regionen Rheinland-Pfalz   |
| <b>RLP</b>      | Rheinland-Pfalz   |
| <b>RPT</b>      | Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH  |
| <b>THV</b>      | Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e. V.                                   |
| <b>WTO</b>      | Wettbewerbsfähige Tourismusorganisationen   |

# Abbildungsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| <b>Abbildung 1:</b> Struktur der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz.....                                | 22 |
| <b>Abbildung 2:</b> Vision für den Tourismus in Rheinland-Pfalz .....                                   | 23 |
| <b>Abbildung 3:</b> Collective Impact des Tourismus in Rheinland-Pfalz. ....                            | 24 |
| <b>Abbildung 4:</b> Einordnung der strategischen Geschäftsfelder Rheinland-Pfalz.....                   | 27 |
| <b>Abbildung 5:</b> Handlungsfelder der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz und deren Zielstellung. .... | 32 |
| <b>Abbildung 6:</b> Netzwerkstrukturen im System Tourismus Rheinland-Pfalz. ....                        | 65 |