

Grußwort

Staatssekretärin Daniela Schmitt, MWVLW

anlässlich der

10. Rheinhessenkonferenz

in Oppenheim

am 14. November 2019, 13:10 Uhr

Meine Damen und Herren,

ich heiÙe Sie sehr herzlich auf der 10. Rheinhessenkonferenz der Dachmarkeninitiative Rheinhessen hier in Oppenheim willkommen. Ich freue mich sehr, dass die Partner Rheinhessenwein e. V., Rheinhessen-Touristik GmbH, Rheinhessenmarketing und das DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsr¼ck sich vor nunmehr zehn Jahren zusammengetan haben, um für die Region Rheinhessen wichtige Player und Multiplikatoren zu vereinen.

„Global denken, regional handeln“, diesen innovativen Leitspruch haben Sie hier vor Ort mit Leben erfüllt. Um eine gemeinsame Sache weiter voran zu bringen, ist es wichtig, dass sich verschiedene Partner und Wirtschaftszweige der Region zusammentun. Denn nur so sind Synergien im internationalen Wettbewerb zu erzielen.

Hier in Rheinhessen sind Sie mit dieser Strategie sehr erfolgreich. Das große Interesse an der heutigen Veranstaltung ist ein Beleg hierfür.

Das Thema "**Weinerlebnisregion Rheinhessen – Stärken, Potentiale und Herausforderungen**" der heutigen Konferenz ist sehr gut geeignet, sich zwei für mein Haus herausragenden Themengebieten zu widmen: Wein und Tourismus.

Wein und Tourismus sind heute fast nicht mehr getrennt zu behandeln, zu eng ist der eine Wirtschaftszweig mit dem anderen verzahnt. Ohne die gepflegten Weinkulturlandschaften an der Rheinfront, im rheinhessischen Hügelland oder im Wonnegau wäre der Aufschwung im rheinhessischen Tourismus undenkbar gewesen.

Andererseits bietet der Weintourismus auch ein großes Potenzial für Flaschenweinbetriebe und Genossenschaften im Hinblick auf die Gewinnung neuer Konsumenten und zur Steigerung des Direktverkaufs.

Die heimischen Weinbaubetriebe können durch Tourismusaktivitäten ein zusätzliches Einkommen generieren und ein weiteres ökonomisches Standbein realisieren.

Gerade vor dem Hintergrund, der sich am Weinmarkt stark verändernden Vertriebs- und Absatzstruktur der Weinbaubetriebe, steht die Weinbranche vor einem Strukturwandel. Die Weinbauunternehmen stehen vor der Herausforderung, geeignete Absatzstrategien festzulegen, um ihre Produkte gewinnbringend zu verkaufen.

Weintourismus ist ein interessantes Marktsegment für Rheinland-Pfalz und für Rheinhessen, das den hiesigen Winzern Diversifizierungsmöglichkeiten und Chancen bietet, um damit ihre Wertschöpfung vor allem im Weinbau aber auch im Tourismus zu steigern.

Weinbaubetriebe können durch Tourismusaktivitäten ein zusätzliches Einkommen generieren und ein zweites betriebliches Standbein realisieren. Vor allem bei kleineren Weingütern ist Weintourismus als Instrument der Direktvermarktung ein wichtiger Bestandteil ihres Unternehmens. Aus diesem Grunde habe ich mein Grußwort unter die Überschrift „Wein & Tourismus – Chancen für Rheinland-Pfalz“ gestellt.

Meine Damen und Herren,

der Tourismus hat für Rheinland-Pfalz relativ gesehen eine höhere Bedeutung als für viele andere Bundesländer.

Mit rund 200 Millionen Aufenthaltstagen und einem Bruttoumsatz von über 7 Milliarden Euro zählt der Tourismus zu den bedeutenden Branchen in Rheinland-Pfalz. Der Umsatz aus Tages- und Übernachtungstourismus kommt direkt dem Gastgewerbe, dem Einzelhandel, den Freizeit- und Kultureinrichtungen, den Winzern, den Verkehrsbetrieben und vielen anderen Bereichen zu Gute.

Deshalb begrüße ich auch außerordentlich den interdisziplinären, regionalen Ansatz, den Sie mit der Implementierung der Dachmarke Rheinhessen gewählt haben. Wir müssen, wenn wir als Land bzw. Region erfolgreich sein wollen, immer alle wichtigen Akteure unter einem Dach vereinigen.

Alles in allem sichert der Tourismus rund 150.000 Arbeitsplätze, die nicht exportierbar sind.

Als Stärken des rheinland-pfälzischen Tourismus sind u. a. die ihn tragenden starken Familienunternehmen, die Lebensart und das Lebensgefühl der Menschen hier bei uns, die individuelle Gastgeberkultur, das herausragende Angebot in Weinkultur und Kulinarik, unsere einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften sowie das qualitätsvolle Angebot an Wander- und Radwegen zu nennen.

Hierauf baut die Tourismusstrategie 2025 des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau auf. Grundpfeiler sind hierbei die gezielte Unterstützung des Gastgewerbes sowie die erstmalige Entwicklung einer Marke Rheinland-Pfalz, so wie Sie es mit der Entwicklung der Dachmarke Rheinhessen erfolgreich vorgemacht haben.

Die Weiterentwicklung des Tourismus bietet eine große wirtschaftliche Chance für unser Bundesland, denn der Tourismus entfaltet positive Wirkungen in vielen Branchen und Lebensbereichen. Er hat eine Querschnittsfunktion, was Sie bei der Etablierung der Dachmarke Rheinhessen frühzeitig für meine Heimat erkannt und umgesetzt haben.

Hauptnutznießler des Tourismus ist das Gastgewerbe (mit 3,07 Mrd. Euro Bruttoumsatz). Darüber hinaus profitieren aber noch eine Menge anderer Bereiche wie der Einzelhandel (2,66 Mrd. Euro Bruttoumsatz), Dienstleister, Hersteller regionaler Produkte oder auch Handwerksbetriebe direkt und indirekt am Tourismus (zusammen 1,45 Mrd. Euro Bruttoumsatz).

Meine Damen und Herren,

es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Er stützt daher die regionalen Wertschöpfungsketten.

Ziel der Tourismusstrategie 2025 ist es die Wertschöpfung durch den Tourismus in Rheinland-Pfalz weiter zu steigern. Insbesondere soll dies durch eine Steigerung beim Übernachtungstourismus geschehen, denn hier wird die größte Wertschöpfung pro Gast erzielt.

Gerade in Rheinhessen ist im Rückblick der letzten Jahre hier bereits ein sehr guter Trend erkennbar. Die Destination Rheinhessen ist eine der dynamischsten Weintourismusregionen in Deutschland und konnte in den letzten Jahren bereits beachtliche Fortschritte in der Tourismusedwicklung verzeichnen.

So fand zwischen 2005 und 2015 ein Wachstum bei den Übernachtungen von 25 % statt.

In Rheinland-Pfalz betrug dieses Wachstum lediglich 9 %.

Die 235 Beherbergungsbetriebe mit einer Bettenzahl von mehr als zehn Betten hatten im Jahr 2016 eine hohe Bettenauslastung von 34 %, was einer Steigerung von 7,3 % gegenüber 2006 entspricht. Auf ganz Rheinland-Pfalz bezogen war leider mit einem Minus von 10,6 % im selben Zeitraum ein gegenläufiger Trend zu konstatieren.

Wo wir in Rheinhessen nach Nachholbedarf haben, ist die Zahl der Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste. Mit im Durchschnitt 1,6 Nächten besteht hier noch Luft nach oben. In ganz Rheinland-Pfalz beträgt die Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste immerhin 2,7 Nächte.

Die Bedeutung des Weinbaus für den Tourismus in Rheinhessen wird auch daran deutlich, dass der September der umsatzstärkste Monat ist.

83 % der befragten Besucher halten Rheinhessen für eine Weinreise geeignet.

Meine Damen und Herren,

für die Themeneignung Wein gibt es deutschlandweit laut *inspektour* ein Interessenpotenzial von 23 Millionen Personen. Hier hat Rheinhessen schon heute eine ganze Menge zu bieten. So werden auch durch die Verleihung der Auszeichnung mit dem Qualitätszeichen Rheinhessen AUSGEZEICHNET besonders das Profil der Dachmarke Rheinhessen stärkende Vinotheken und Weinfeste als Leuchttürme für Rheinhessen nach vorne gestellt werden.

Aber auch die individuellen Übernachtungsmöglichkeiten in den Winzerhöfen, die Kulinarik der heimischen Weingastronomie oder auch die alten Trulli und Weingewölbe sind Highlights mit denen Touristen aus Deutschland und den Nachbarländern angesprochen werden.

Besonders erwähnt sei hier auch die Bedeutung unserer Kultur- und Weinbotschafter.

Aber auch bei den Themen Wandern u. a. mit seinen Themenwanderwegen, Kultur mit den Kaiserdomen in Mainz und Worms oder auch den Nibelungenfestspielen in Worms oder dem Kulturufer Bingen sowie Radfahren mit den touristischen Themenrouten hat Rheinhessen ein Riesenpotenzial und kann den Gästen aus nah und fern eine Menge zu bieten.

Meine Damen und Herren,

was wir noch brauchen, sind eine Erhöhung der Wertschöpfung durch die Gewinnung wertschöpfungsstärkerer Gäste sowie ein ganzjähriges Wachstum bei Gäste- und Übernachtungszahlen.

Weiterhin streben wir eine zielgerichtete Profilierung des touristischen Angebots sowie eine Markenbildung Rheinland-Pfalz an.

Auch wollen wir das Bewusstsein aller Akteure für die Bedeutung des Tourismus sowohl nach innen als auch nach außen steigern.

Darüber muss die Kooperation des Tourismus mit verbundenen Branchen und Bereichen weiter ausgebaut werden.

Vor dem Hintergrund dieser Ziele ist das Programm der heutigen 10.

Rheinhessenkonferenz sehr interessant. Denn es thematisiert mehrere wichtige Aspekte.

So gehen Prof. Dr. Gergely Szolnoki und Maximilian Tafel von der Hochschule Geisenheim der wirtschaftlichen Bedeutung und Charakterisierung von Touristen in Rheinhessen nach. Je mehr ich über meinen Gast weiß, desto besser kann ich individuelle Angebote für ihn stricken.

Herr Klauser und Frau Leffers geben einen Einblick in die „digitale Bewirtschaftung“ Rheinhessens.

Gerade der Themenbereich Digitalisierung im Tourismus, wie digitale Produkte und digitale Vermarktung, stellt nach wie vor eine große Herausforderung für uns dar.

So wird die für unser Haus auch so wichtige Querschnittsaufgabe Digitalisierung vom heutigen Programm ihrer Tagung prominent aufgegriffen.

Meine Damen und Herren,

ich wünsche Ihnen einen spannenden Nachmittag, gute Debatten und noch bessere Ergebnisse bei Ihrem heutigen Aufenthalt in der Aula des DLR in Oppenheim.