

Nr.	Strategiefeld	Maßnahmen der „Tourismusstrategie 2015“	Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel
I	Konzentration auf chancenreichste Themen und Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> • Verknüpfung chancenreicher Themen • Aufbereitung des gesamten Angebots • Zielgruppenorientiertes Erlebnismarketing • Ausbau des wesentlichen Kommunikationsinstruments: Internet • Regelmäßige Marktforschung und Evaluation zur Steuerung eines gezielten Mitteleinsatzes • Weiterentwicklung und Optimierung des Wander- und Radwegenetzes durch Schließen von Lücken, Vernetzung, Rückbau von Wegen und komplette Markierung/Wegweisung nach landesweit einheitlichen Kriterien • Aufbau von Partnerpools mit Leistungsträgern und Orten für das gemeinsame Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> + Verlauf der Reisebuchung vereinfachen + Ausbau der Rad- und Wanderwegeninfrastruktur + zunehmende Verbindung von Tourismus und Gesundheit, entsprechend dem demographischen Wandel 0 Qualitätssicherung (Weiterentwicklung und Optimierung z.B. von Markierungen und Wegweisungen für Wanderer) + Fokussierung auf den Ganzjahrestourismus
II	Profilierung durch Regionalität, Kultur und Natur	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturelle Highlights im Land liefern identitätsstiftende Angebote • Zusammenarbeit von Herstellern, Handwerk, Kulinarik und Kulturschaffenden werden das regionale Erbe und die regionale Identität zur Wertschöpfung genutzt • Konsequente Herausarbeitung der eigenen Identität und Umsetzung in Markenbildung • Innenentwicklung der Stadt – und Ortsbilder, Dorferneuerung 	<ul style="list-style-type: none"> + Entwicklung und Verstärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und Produkte + Markenbildung in den Regionen durch Regionalität + Verstärkte Nutzung regionaler Angebote + Erhalt der einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften + Weiterentwicklung baukulturell attraktiver und authentischer Orts- und Stadtbilder
III	Wachstum auf Auslandsmärkten	<ul style="list-style-type: none"> • Erschließung neuer Potentiale (z.B. Gruppenreisen, Tages-tourismus) • Gemeinsame Aktivitäten der Bearbeitung internationaler Quellmärkte auf allen Ebenen • Erhöhung der Bekanntheit von Rheinland-Pfalz und seiner Destinationen als Reiseziel • Umsetzung geschlossener touristischer Informations-, Kommunikations- und Serviceketten • Ansprache der Ausländer durch Verbreitung des positiven Images und quellenmarktspezifische Themen 	<ul style="list-style-type: none"> + Aufbau eines verbesserten Kommunikations- und Informationssystems + Deutschland international in den Mittelpunkt als Gegenstück zum stark erwärmten Mittelmeerraum rücken
IV	Qualität als Fundament für den Erfolg	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Pflege, Erhalt, Modernisierung der kommunalen touristischen Infrastruktur, der themenbezogenen Infrastruktur und der Stadt- und Ortsbilder • Ausbau der Zertifizierung von Betrieben • Qualifizierungs- und Schulungsmaßnahmen für Touristiker und Betriebe zur Verbesserung der Erlebnisqualität • Ein Qualitätsversprechen geben • Ausreichende Dichte qualifizierter Beherbergungsbetriebe schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> + Trends aufgreifen, beobachten und analysieren (z.B. Wellness- und Gesundheitsangebote) 0 Erhaltung und Neuschaffung von Erholungsgebieten + Verbesserung der Servicequalität + Steigerung der Erlebnisqualität + Neuanpassung der touristischen Infrastruktur, insbesondere Bahn, Bus und andere regionale Alternativen (Kutsche, Boot, usw.)
V	Organisation und Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Ebenen übergreifende Zusammenarbeit • Strukturverbesserungen auf lokaler Ebene • Aufgabenteilung zwischen Tourismusorganisation, MWKEL, Industrie- und Handelskammer u.a. • Effizienzoptimierung • Ausschöpfung bestehender Finanzierungsmöglichkeiten (Steuern und Beiträge, freiwillige Beteiligungen) • Weiterentwicklung des Förderrahmens 	<ul style="list-style-type: none"> + Diversifizierung und Anpassung des Angebots (Indoor-Angebote) + Leitbildentwicklung und Imageanalyse, transdisziplinäre Forschung + Management (Produktdiversifikation, Risikomanagement, Versicherung) + Forschung (Gästeverhalten, Klimabewusstsein, Extremwetterereignisse) + Bildung (für Mitarbeiter und Gäste, Wasser- oder Energiesparmaßnahmen) + Ausarbeitung von Pflege- und Bewirtschaftungskonzepten 0 Einrichtung von Nationalparks 0 Anpassung der Schutzgebietspolitik 0 Schutzmaßnahmen für Extremwetterlagen treffen 0 Technische Verbesserungen + Nutzung nachhaltiger Energien (Kühlen und Heizen, klimangepasstes Bauen)
VI	Tourismusgewerbe im Fokus der Tourismusstrategie	<ul style="list-style-type: none"> • Klärung der Bedürfnisse, Anforderungen und Erwartungshaltungen der Betriebe • Intensive Zusammenarbeit mit dem Tourismusgewerbe • Qualifizierungsprogramm für das Gastgewerbe • Verstärkt Information und Beratung der Betriebe • Auslösung und Unterstützung von Investitionen und Ansiedlungen • Stärkung und positive Aufladung des Berufs- und Branchenimages 	<ul style="list-style-type: none"> + Erweiterung des Bewusstseins zum Tourismusgewerbe, sowie Einbindung des Tourismusgewerbes in Entscheidungsprozesse und Marktbearbeitung auf allen Ebenen + Systematische Qualifizierung und Beratung des Tourismusgewerbes zur Verbesserung von Zukunftsfähigkeit, Wertschöpfung, Qualität und Zielgruppenorientierung

+ vereinbar, 0 neutral, - nicht vereinbar mit der „Tourismusstrategie 2015“