

Tourismusstrategie

Kreis Ahrweiler



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	1
1 Bedeutung und Aufgabe des Tourismus.....	2
1.1 Tourismus als Instrument der Regionalentwicklung.....	2
1.2 Tourismus als Wirtschaftsfaktor.....	2
2 System Tourismus.....	3
2.1 Das Drei-Ebenen-System.....	3
2.2 Rolle der Landkreise	5
3 Tourismus im Kreis Ahrweiler	6
3.1 Stellenwert	6
3.2 Akteure.....	6
3.3 Angebot.....	8
4 Übergeordnete Tourismuskonzepte.....	8
4.1 Nationale Tourismusstrategie der Bundesregierung	9
4.2 Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025	10
4.3 Tourismuskonzepte der DMO.....	10
4.3.1 Strategisches Handlungsprogramm „Romantischer Rhein 2025 plus“	11
4.3.2 Nachhaltiges Tourismuskonzept Ahrtal 2025.....	12
4.3.3 Marketingplan Eifel Tourismus GmbH 2022	12
5 Rolle der Kreis-Tourismusförderung	13
5.1 Ziele	13
5.2 Aufgaben.....	14
5.3 Strategien.....	15
5.4 Schwerpunktthemen.....	15
5.5 Vision	17
5.6 Projekte und Maßnahmen	19
5.6.1 Leitprojekte	19
5.6.2 Basisaktivitäten	20
6 Ausblick.....	21
Quellenverzeichnis	22

1 Bedeutung und Aufgabe des Tourismus

Tourismus umfasst alle Aktivitäten von Menschen, die zu Freizeit-, Geschäfts- oder anderen Zwecken an Orte außerhalb ihres gewöhnlichen Umfelds reisen und sich dort für einen begrenzten Zeitraum aufhalten¹.

Als Einstieg in die Tourismusstrategie wird erläutert, warum es sich lohnt, in erfolgreichen Tourismus zu investieren.

1.1 Tourismus als Instrument der Regionalentwicklung

Je anziehender eine Region für Touristen ist, desto höher ist ihr Freizeit- und Erholungswert für die Einwohnerinnen und Einwohner. Tourismus wirkt sich positiv auf die Einkaufs- und Versorgungsmöglichkeiten aus. Dies schafft Lebensqualität und hat einen positiven Einfluss auf die Standortwahl von Unternehmen und die Gewinnung von Arbeitskräften. Tourismus ist daher ein integraler Bestandteil der Standortentwicklung und kann gerade in ländlichen Räumen Impulsgeber für die Kommunal- und Regionalentwicklung sein.

In seinem Ursprung hat Tourismus die primäre Aufgabe, zur Zufriedenheit der lokalen Bevölkerung beizutragen und ihre Lebensqualität zu steigern. Als ein Instrument der Regionalentwicklung zielt er darauf ab, gleichwertige Lebensverhältnisse zwischen urbanen und ländlichen Regionen zu schaffen. Die zentrale Frage zur Legitimation touristischer Maßnahmen lautet: *Was kann der Tourismus für die Einheimischen tun?*

Mit zunehmender Wettbewerbsintensivierung im Tourismus ändert sich diese Perspektive. Der Fokus verschiebt sich von den Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung hin zur Zufriedenheit der Gäste. Dabei gewinnt die Erlebnisqualität für die Reisenden an Bedeutung, und eine neue Leitfrage tritt in den Vordergrund: *Was können die Einheimischen für den Tourismus tun?*

Dieser Paradigmenwechsel führt dazu, dass touristische Angebote stärker auf die Ansprüche und Wünsche der Gäste zugeschnitten werden, was jedoch zu einer Vernachlässigung der Interessen vor Ort führen kann. Angesichts einer stellenweise sinkenden Akzeptanz des Tourismus bei der lokalen Bevölkerung rückt die Balance zwischen den Bedürfnissen der Einheimischen und den Erwartungen der Touristen verstärkt in den Fokus.²

1.2 Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Tourismus ist ein beträchtlicher Wirtschaftsfaktor in Rheinland-Pfalz. Im Jahr 2023 wurden insgesamt rund 212 Millionen touristische Aufenthaltstage in Rheinland-Pfalz verbracht. Dabei wurde ein Bruttoumsatz von 8,2 Milliarden Euro generiert. Der dominierende Anteil der Aufenthaltstage entfällt auf die privat und geschäftlich motivierten Tagesreisen. Sie sind rein quantitativ das mit Abstand wichtigste Nachfragesegment. Aufgrund der hohen Ausgaben der Übernachtungsgäste sorgen diese jedoch für fast ein Drittel des Gesamtumsatzes.

Die touristischen Ausgaben fördern Umsätze im Gastgewerbe, Einzelhandel und bei Dienstleistern. Die Bandbreite der Ausgaben ist dabei sehr groß. Sie reicht von Tagesausflüglern, die nur einen Ausflug machen ohne einzukehren, bis hin zu mehreren hundert Euro pro Kopf

¹ Definition der Welttourismusorganisation (UNWTO)

² Vgl. Mensch, Lebensraum und Lebensqualität. Ein Plädoyer für mehr soziale Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement, Vortrag Prof. Eisenstein (Deutsches Institut für Tourismusforschung) Deutscher Tourismustag 2024

und Tag, wenn gute Lokale aufgesucht, Kulturveranstaltungen besucht und Einkäufe getätigt werden.

Der Gesamtbeitrag des Tourismus führt in Rheinland-Pfalz zu einem Einkommen von 3,8 Milliarden Euro, was einen relativen Beitrag des Tourismus zum Primäreinkommen von rund 2,8 Prozent bedeutet. Dies entspricht wiederum einem Äquivalent von rund 117.890 Personen, die durch den Tourismus ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Primäreinkommen (32.607 Euro pro Einwohner) bestreiten könnten.

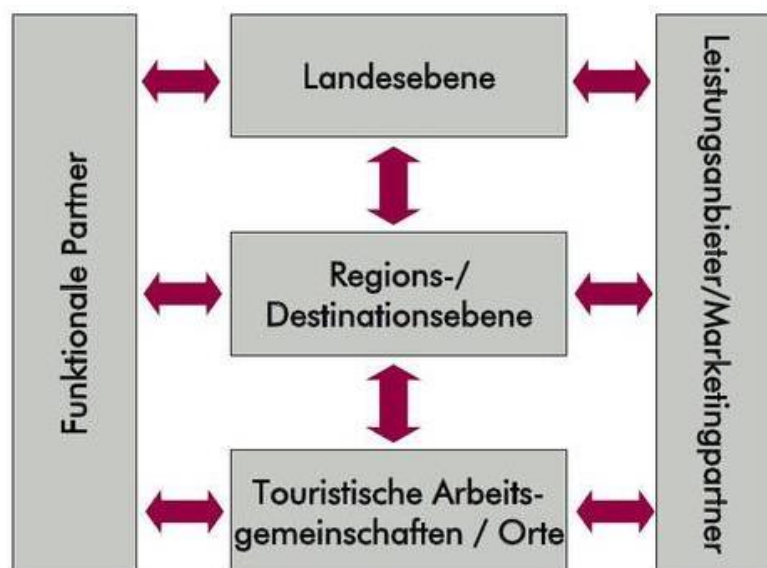
Darüber hinaus sorgt der Tourismus für erhebliche Steuereinnahmen. Allein durch Mehrwert- und Einkommensteuer wurden 2023 rund 760 Millionen Euro generiert. Weitere Einnahmen entstehen u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer und Zweitwohnungssteuer.³ Hinzu kommen in den Kommunen, die entsprechende Beiträge erheben, Einnahmen aus Tourismusbeiträgen in Höhe von insgesamt 8,5 Millionen Euro und aus Gästebeiträgen in Höhe von 3,6 Millionen Euro.⁴

2 System Tourismus

Um die Arbeit und das Aufgabenspektrum der Kreis-Tourismusförderung benennen zu können, ist eine Analyse des praktizierten touristischen Systems in Rheinland-Pfalz erforderlich. Die unterschiedlichen Ebenen, Akteure und Zuständigkeiten werden im Folgenden erläutert.

2.1 Das Drei-Ebenen-System

Zentraler Grundpfeiler des Systemverständnisses im Deutschlandtourismus ist das Drei-Ebenen-System. Die Tourismusedwicklung wird vor allem von Institutionen auf drei geografischen Ebenen gesteuert: Bundesland – Regionen – Städte/Orte. Hinzu kommen auf und zwischen allen Ebenen sogenannte Funktionalpartner (IHK, DEHOGA, Landkreise etc.) und die Leistungsanbieter.



Quelle: www.tourismusnetzwerk.info

³ Vgl. Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH/dwif 2024

⁴ Vgl. Weg vom Kirchturmdenken im Tourismus, Rhein-Zeitung 30. Januar 2025

Nach dem aktuellen Systemverständnis in Rheinland-Pfalz soll das bisherige „stark hierarchische Drei-Ebenen-System“ zu einem „lebendigen, nicht hierarchischen Netzwerksystem mit vielfältigen Kooperationsstrukturen und integrierten Drei Ebenen“ weiterentwickelt werden.

Die grundlegenden Zuständigkeiten sind dabei folgendermaßen auf die Akteure aufgeteilt:

Zuständig für die landesweite Tourismussteuerung im engeren Sinn sind:

- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (MWVLW)
- Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT)
- Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. (THV)

Das MWVLW übernimmt die Tourismuspolitische Führung in Rheinland-Pfalz und agiert als Partner und Unterstützer der Branche.

Die RPT ist die für Rheinland-Pfalz zuständige Landesmanagementorganisation (LMO) und ist somit für die Positionierung von Rheinland-Pfalz im In- und Ausland in Zusammenarbeit mit den Partnern zuständig. Zu den Aufgaben gehören auch die Führung und Koordination bei Entwicklungs- bzw. Umsetzungsaufgaben für die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 im Auftrag des MWVLW, die Führung und Umsetzung des touristischen Landesmarketings zur Steigerung der Bekanntheit und Beliebtheit von Rheinland-Pfalz als Reiseziel und eine Impulsgebung und Beratung für strategiekonforme Infrastrukturprojekte.

Der THV bündelt kommunale Interessen, unterstützt die Kommunen bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben und gibt Umsetzungshilfen für die tägliche Arbeit.

Rheinland-Pfalz wird in zehn touristische Regionen unterteilt. Jede Region wird von einer touristischen Regionalagentur oder auch Destinationsmanagementorganisation (DMO) vermarktet und gemanagt. Die touristischen Kommunen sind wiederum mindestens einer dieser DMO angegliedert und bilden die kommunalen Managementorganisationen (KMO).

Zu den Organisations- und Managementaufgaben der DMO gehören u.a.:

- Erarbeitung bzw. Fortschreibung einer regionalen Tourismusstrategie in Abstimmung und ergänzend zu den strategischen Zielen, Leitlinien und Handlungsfeldern der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025
- Stärkung des Qualitätsbewusstseins in der Region (auch im Bereich der Barrierefreiheit), Unterstützung des Ausbaus der Produkt- und Erlebnisqualität an allen Kontaktpunkten des Gastes gemäß der strategischen Gesamtausrichtung der DMO
- Ausarbeitung und Umsetzung regionaler Markenkonzpte unter Einbindung zentraler Leistungsanbieterinnen und -anbieter und Partnerinnen und Partner aus der Region
- Erarbeitung von Empfehlungen zur infrastrukturellen Entwicklung und Qualifizierung im Rahmen der Tourismusstrategie. Impulsgebung und fachliche Mitwirkung an der Planung und Koordination der lokalen und übergreifenden Erlebnisinfrastruktur
- Eigenes regionales und nationales Themen- oder Zielgruppenmarketing

Zu den Organisations- und Managementaufgaben der KMO gehören u.a.:

- Erarbeitung bzw. Fortschreibung lokaler Tourismusstrategien in Abstimmung zu den strategischen Zielen, Leitlinien und Handlungsfeldern der Tourismusstrategie der jeweiligen DMO sowie der des Landes

- Beratung bei der Planung von Entwicklungsvorhaben, Gestaltung von POIs (points of interest) und Ankommens-/Willkommensorten vor Ort, Pflege der örtlichen Infrastruktur im eigenen Zuständigkeitsbereich
- Gästeservice über den Betrieb von örtlichen und mindestens digitalen Tourist-Informationen

Zur effektiven Bewältigung dieser Aufgaben auf kommunaler Ebene empfiehlt das MWVLW einen Zusammenschluss der einzelnen Kommunen zu sogenannten TSC (Tourismus-Service-Centern).⁵

2.2 Rolle der Landkreise

Allgemeingültige Regeln, welche Aufgaben ein Landkreis im und für den Tourismus erfüllen muss oder sollte, existieren nicht.

Der überwiegende Teil der rheinland-pfälzischen Landkreise beteiligt sich über eine Mitgliedschaft an der Arbeit der DMO, die sich in ihrer räumlichen Ausdehnung an den touristischen Funktionsräumen und nicht an administrativen Grenzen der Kreise orientieren. Dies geschieht häufig mit einer zusätzlichen landkreisinternen Verankerung des Tourismus in der allgemeinen Wirtschaftsförderung, einem sonstigen Amt oder als Stabstelle. Dadurch kann sich der Landkreis auf seine touristischen Kernaufgaben beschränken und stärkt gleichzeitig effektiv die regionale Tourismusorganisation. Er übernimmt so die Rolle des funktionalen Unterstützungspartners und ergänzt die Aufgaben der DMO als Destinationsvermarkter und Manager.

Diese Form der Wahrnehmung der Tourismusförderung durch die Landkreise entspricht auch den aktuellen Empfehlungen des Tourismus- und Heilbäderverbandes und dem Ergebnis der jüngsten Untersuchung des MWVLW zum „System Tourismus“ in Rheinland-Pfalz.⁶

Entscheidende Hilfe können Landkreise bspw. bei der Koordination von Kommunikationsprozessen zwischen Stadtverwaltungen, Politik, Tourismuswirtschaft und Gästen leisten - aber auch durch eine enge Zusammenarbeit mit den touristischen Akteuren, beispielsweise in den Bereichen Mobilität oder Naturschutz. Das operative Geschäft ist hingegen bei den regionalen und teilweise sogar bei den Landestourismusorganisationen oder den IHK anzusiedeln.

Über die Mitgliedschaft oder den Gesellschafterstatus bei der regionalen Tourismusorganisation kann sich der Landkreis ein gewisses Maß an Mitbestimmung erhalten. Zudem können aus der Konzeption der übergeordneten Destination strategische Schlussfolgerungen für die Tourismusarbeit der Landkreise in Form von eigenen Strategiepapieren - mit Konzentration auf die für den Landkreis relevanten Segmente, z. B. Infrastrukturentwicklung - gezogen werden.

Bei der Mittelverwendung ergeben sich somit zwei große Kostenblöcke. Auf der einen Seite stehen die Beiträge für die touristischen Regionalagenturen. Auf der anderen Seite wird ein Großteil des Geldes für die Planung, den Bau und Unterhalt von (kreiseigener) touristischer Infrastruktur verwendet. Die Landkreise sollten dabei gemeinsam mit der regionalen Tourismusorganisation gezielt Lücken und Bedarfe in der touristischen Infrastruktur identifizieren und Lösungsmöglichkeiten entwickeln.⁷

⁵ Vgl. *Veränderung als Chance: Für eine erfolgreiche Zukunft des System Tourismus Rheinland-Pfalz, MWVLW 2023*

⁶ Vgl. *Veränderung als Chance: Für eine erfolgreiche Zukunft des System Tourismus Rheinland-Pfalz, MWVLW 2023*

⁷ Vgl. *Organisation und Finanzierung der Tourismusförderung in Landkreisen, Deutscher Landkreistag 2011*

3 Tourismus im Kreis Ahrweiler

Im folgenden Kapitel wird erörtert, inwieweit die Bedeutung und die Organisation des Tourismus im Landkreis Ahrweiler mit den Strukturen des Landes übereinstimmt und welche individuellen Bedarfe sich hieraus für die weitere Vorgehensweise bei der Erstellung einer eigenen Tourismusstrategie ergeben.

3.1 Stellenwert

Der Tourismus stellt für den Kreis Ahrweiler und große Teile der Bevölkerung ein wesentliches wirtschaftliches Standbein dar.

2019 wies der Landkreis Ahrweiler im Vergleich zu anderen Landkreisen in Deutschland (insgesamt wurden 48 Landkreise auf Basis des Jahres 2019 untersucht) eine überdurchschnittliche Tourismusintensität (Übernachtungen pro Einwohner) auf. Sie lag um 47 Prozent höher als der Durchschnitt, während der Medianwert etwa ein Drittel der Tourismusintensität des Landkreises Ahrweiler betrug.

Zwar lagen die Bruttoumsätze im Tourismus 2023 nach den dramatischen Einschnitten von Corona und Flutkatastrophe noch ca. 25 Prozent unter denen von 2019, dennoch stellen diese auch 2023 mit 344,6 Millionen Euro (2019: 460,7 Mio. Euro) einen überaus wichtigen Wirtschaftsfaktor dar.

Im Jahr 2023 wurden insgesamt rund 8,243 Millionen touristische Aufenthaltstage im Landkreis verbracht. Ebenso wie in Rheinland-Pfalz entfällt mit 6,5 Millionen der dominierende Anteil der Aufenthaltstage auf die privat und geschäftlich motivierten Tagesreisen. Der Tagestourismus sorgt dabei für rund 174,8 Millionen Euro Umsatz. Aufgrund der hohen Ausgaben der Übernachtungsgäste sorgen diese jedoch mit 169,8 Millionen Euro für fast die Hälfte des Gesamtumsatzes.

Der Gesamtbeitrag des Tourismus führt 2023 im Landkreis Ahrweiler zu einem Einkommen von 166,3 Millionen Euro (2019: 225 Mio. Euro), was einem relativen Beitrag des Tourismus zum Primäreinkommen von rund 4,5 Prozent (2019: 6,4 Prozent) entspricht. Für Rheinland-Pfalz lag der Wert im gleichen Jahr bei 2,8 Prozent. Der Wert des Landkreises entspricht dabei einem Äquivalent von rund 5.760 Personen (2019: 8.280), die durch den Tourismus ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Primäreinkommen (Wert für den Landkreis Ahrweiler 2021: 28.883 € pro Einwohner) bestreiten könnten.

Darüber hinaus sorgt der Tourismus 2023 für erhebliche Steuereinnahmen. Allein durch Mehrwert- und Einkommensteuer wurden 2023 rund 31,7 Millionen Euro generiert.⁸

3.2 Akteure

Bis zum Jahr 2011 hatte der Kreis Ahrweiler mit der „Ahr Rhein Eifel Tourismus & Service GmbH“ (TSG) eine eigene Tourismusgesellschaft, die auch den Status als rheinland-pfälzische DMO inne hatte. Nach Auflösung der TSG schlossen sich einige Kommunen anderen DMOs an. Die Verbandsgemeinden Adenau und Brohltal wurden Teil der Eifel-Tourismus GmbH, die Verbandsgemeinde Bad Breisig und die Stadt Remagen wurden Mitglied beim „Romantischer Rhein e.V.“. Die Ahrtal-nahen Kommunen Stadt Bad Neuenahr-

⁸ Vgl. *Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Landkreis Ahrweiler, dwif 2023*

Ahrweiler, Verbandsgemeinde Altenahr, Stadt Sinzig, Gemeinde Grafschaft (und Verbandsgemeinde Adenau und Gemeinde Blankenheim im Rahmen einer Doppelmitgliedschaft) haben einen Kooperationsvertrag mit dem „Ahrtal-Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e.V.“ abgeschlossen. Dieser übernimmt seit 2012 die Funktion der DMO für die touristische Region „Ahrtal“.

Seit 2012 beinhaltet der Landkreis Ahrweiler somit das Gebiet dreier DMO:

Die Romantischer Rhein Tourismus GmbH verantwortet als DMO die regionale Tourismusarbeit am Mittelrhein in der Region Rüdesheim bis Unkel, rechtsrheinisch sowie zwischen Bingen bis Remagen, linksrheinisch. Das Gebiet der GmbH ist insgesamt von sechs rheinland-pfälzischen Landkreisen, einem hessischen Landkreis und der kreisfreien Stadt Koblenz betroffen. Ihre drei Gesellschafter sind die Koblenz-Touristik GmbH sowie die beiden Vereine Touristik-gemeinschaft Welterbe Oberes Mittelrheintal e.V. und Romantischer Rhein - vom Drachenfels zum Deutschen Eck e.V.. In den beiden Vereinen sind die jeweiligen Kommunen bzw. Verbandsgemeinden, Landkreise und ggf. weitere touristische Partner im südlichen bzw. nördlichen Abschnitt der Destination Mitglied. Für das Gebiet des Romantischen Rheins wurden 2019 2,8 Millionen Übernachtungen gezählt. Das entspricht ca. sieben Übernachtungen pro Einwohner.

Der Ahrtal-Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e.V. übernimmt für die Mitglieder der Ahrtal-Kooperation die Funktion der DMO auf dem Gebiet der Ahrregion, die von der Quelle in Blankenheim/NRW bis zur Mündung bei Sinzig reicht. Kooperationspartner sind die Städte Bad Neuenahr-Ahrweiler und Sinzig, die Verbandsgemeinden Altenahr und Adenau, die Gemeinden Grafschaft und Blankenheim und der Landkreis Ahrweiler. Für das Ahrtal wurden 2019 ca. 1,45 Millionen Übernachtungen registriert. Das entspricht ca. 19,3 Übernachtungen pro Einwohner.

Die Eifel Tourismus GmbH ist die DMO für die touristische Destination Eifel. Diese erstreckt sich von Aachen im Norden, Trier im Süden bis Koblenz im Osten und grenzt an Ostbelgien und Luxemburg. Das Gebiet beinhaltet die Städteregion Aachen, zwei nordrhein-westfälische und insgesamt sieben rheinland-pfälzische Landkreise. Für die Eifel wurden 2019 ca. 3,62 Millionen Übernachtungen erfasst. Das entspricht ca. 4,7 Übernachtungen pro Einwohner.

Die kommunalen touristischen Aufgaben werden im Kreis Ahrweiler von den jeweiligen Kommunen wahrgenommen. Die Verbandsgemeinde Brohltal hat sich entsprechend der Empfehlungen des MWVLW bereits 2015 mit den Verbandsgemeinden Mendig und Pellenz als Zweckverband „Ferienregion Laacher See“ zu einem TSC zusammengeschlossen.

Als Funktionalpartner übernehmen sowohl die Regionalgeschäftsstelle der IHK als auch der Kreisverband der DEHOGA aktive Rollen im Tourismus. Sie agieren als Partner und Unterstützer der Branche, bündeln deren Interessen, beraten und geben Umsetzungshilfen für die tägliche Arbeit.

Mit der Besetzung der Personalstelle „Tourismusförderung“ zum 1. März 2023 hat auch der Kreis begonnen, sich dem Thema Tourismus wieder aktiv zu widmen. Es erfolgt bereits eine intensive inhaltliche Zusammenarbeit mit den drei DMO, und es wurde ein regelmäßiges Netzwerktreffen mit den kommunalen Touristikern und VertreterInnen der drei DMO durch die Kreis-Tourismusförderung ins Leben gerufen. Durch die ab 2025 vertraglich geregelte Mitgliedschaft bzw. Kooperationspartnerschaft des Kreises an den DMO erhält der Kreis ein formelles Mitspracherecht und unterstützt die DMO finanziell.

Das im Kreis Ahrweiler praktizierte touristische System entspricht somit den allgemeinen Empfehlungen des MWVLW, des THV und des Landkreistages.

3.3 Angebot

Herausragendes Merkmal des Kreises ist eine abwechslungs- und artenreiche Natur. Das Landschaftsbild ist geprägt durch das Rhein- und das Ahrtal, das Brohlbachtal und die Höhenzüge der Eifel. Die topografischen Unterschiede liegen hier zwischen 50 m über NN im Rheintal und 747 m über NN in der Eifel im Westen des Kreisgebietes.

Ein aktives Naturerlebnis wird durch eine ausgeprägte Wanderwegeinfrastruktur ermöglicht. Es befinden sich mit dem Rheinburgenweg, der Eifelleiter und dem Ahrsteig drei zertifizierte Wanderwege im Kreisgebiet; der Rotweinwanderweg und zahlreiche markierte kommunale Wege ergänzen das Wegenetz. Die Ausweisung von sogenannten Ahrschleifen als Erweiterung des Ahrsteigs befindet sich aktuell in der Umsetzung. Fahrradtouristen werden insbesondere durch den Rheinradweg und den Ahradweg angesprochen. Die Vielzahl an Aussichtstürmen und Burgruinen ermöglicht ein intensives Naturerlebnis in Verbindung mit mittelalterlicher Historie.

Von der Entstehung der Erde bis in das 21. Jahrhundert erstreckt sich die erlebbare Geschichte des Kreises Ahrweiler, geprägt durch Vulkanismus, die Römer, das Mittelalter, die Politik des 20. Jahrhunderts und die Bonner Republik.

Mit dem Vulkanpark im Brohltal, dem UNESCO-Welterbe-Bereich des Niedergermanischen Limes Remagen, dem Museum Roemervilla in Bad Neuenahr-Ahrweiler, dem Kloster Maria Laach, der Ahrweiler Altstadt, der Burg Are, der Saffenburg und weiteren Burgruinen, der Brücke von Remagen mit dem Friedensmuseum, der Dokumentationsstätte Regierungsbunker in Bad Neuenahr-Ahrweiler, dem Arp Museum Bahnhof Rolandseck - mit seiner Symbiose aus Kunst, Architektur und Landschaft - und der international bekannten und traditionsreichen Rennstrecke des Nürburgrings wird die (Kultur-)geschichte für den Gast erlebbar.

Durch die naturräumliche Lage in Verbindung mit dem Weinanbaugebiet Ahrtal, zwei Kurorten mit Gesundheits- und Wellnessrichtungen und einer hohen Dichte an hochwertiger Gastronomie, spielt auch Genuss und Kulinarik eine große Rolle bei der Entscheidung, den Kreis Ahrweiler zum Urlaubsziel zu machen.

Damit liegen die thematischen Schwerpunkte in den Bereichen Natur aktiv, Kultur und Genuss. In den beiden Kurorten spielt zudem das Thema Gesundheitstourismus eine ergänzende Rolle. Durch die Nähe zum Großraum Köln/Bonn ist auch die Bedeutung des Tagungstourismus nicht zu unterschätzen.

4 Übergeordnete Tourismuskonzepte

Tourismuskonzepte dienen üblicherweise der Ausrichtung operativ tätiger Tourismusorganisationen. Sie beinhalten eine Analyse der touristischen Angebots- und Nachfragesituation und der aktuellen touristischen Trends, leiten daraus eine inhaltliche Positionierung, ein Leitbild und eine Markenvision ab und entwickeln ein Handlungsprogramm mit konkreten Maßnahmen und Projekten für den operativen Tourismus.

Die Erarbeitung von Tourismuskonzepten obliegt, wie in Kapitel 2.1 dargestellt, den Landestourismusorganisationen (LMO), den Destinationsmanagementorganisationen (DMO) und ggf.

den KMO (den kommunalen Managementorganisationen). Tourismuskonzepte unterschiedlicher räumlicher Ebenen bauen dabei aufeinander auf.

Die für den Kreis Ahrweiler relevanten übergeordneten Tourismuskonzepte werden im Folgenden zusammengefasst. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der thematischen Ausrichtung. Strukturelle und organisatorische Aspekte werden in der Regel ebenfalls intensiv beleuchtet, an dieser Stelle jedoch nicht weiter ausgeführt, da sie irrelevant für die Tourismusstrategie des Kreises sind.

Auf die Darstellung einzelner kommunaler Konzepte wird hier verzichtet.

4.1 Nationale Tourismusstrategie der Bundesregierung

Tourismus ist prinzipiell Ländersache. Da die Rahmenbedingungen in Bereichen wie Wirtschaft, Verkehr, Umwelt, Verbraucherschutz und in arbeits- und sozialpolitischen Fragen jedoch auf Bundesebene gestaltet werden, hat die Bundesregierung die „Nationale Plattform Zukunft des Tourismus“ (NPZT) eingerichtet, die unter Einbeziehung der Branche die Nationale Tourismusstrategie weiterentwickeln soll.

Im Oktober 2024 wurde die Fortschreibung der Nationalen Tourismusstrategie „Destination Zukunft – Tourismus gemeinsam gestalten“ in Form eines Strategieberichts veröffentlicht. Hierin wird der künftige Handlungsrahmen der NPZT durch folgende übergeordnete Ziele, die für einen zukunftsfähigen Tourismus zentral sind, definiert:

- Nachhaltige Wirtschaftskraft touristischer Unternehmen stärken
- Relevanten Beitrag der Tourismusbranche zur Klimaneutralität bis 2045 sicherstellen
- Bedarfsgerechten Ausbau und Vernetzung der touristischen Mobilität forcieren
- Auf Qualitätsführerschaft im touristischen Produkt, in Infrastruktur und Service im internationalen Kontext hinwirken
- Höchstmögliche Effizienz in Leistungserstellungs- und Verwaltungsprozessen erreichen
- National und international soziale und ökologische Verantwortung übernehmen: Tourismus integrativ und inklusiv (barrierefrei) gestalten
- Resilienz im nationalen und internationalen Tourismus stärken
- Tourismusakzeptanz steigern
- Umwelt und Natur als Grundlage für den Tourismus stärken
- Natürliche Ressourcen schonen
- Regionale Wertschöpfung stärken
- Stärkung von Barrierefreiheit und Inklusion, die für einen zukunftsfähigen Tourismus übergreifend von Bedeutung sind

Diese übergeordneten und themenübergreifenden Ziele werden in den vier Arbeitsgruppen Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz, Fachkräftesicherung, Digitalisierung und wettbewerbsfähiger Tourismus bearbeitet.⁹

Bezüglich der Berücksichtigung dieser Ziele ist der Kreis Ahrweiler bereits sehr gut aufgestellt. Aktuelle Konzepte und Maßnahmen fügen sich in diesen Handlungsrahmen ein.

⁹ Vgl. *Destination Zukunft – Tourismus gemeinsam gestalten*, Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz 2024

4.2 Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025

Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 wurde 2018 veröffentlicht und nähert sich nun ihrem Zieljahr. Um zentrale Zukunftsthemen über 2025 hinaus aktiv weiterzubearbeiten, wird derzeit die Fortschreibung zu einer Strategie 2030 entwickelt.

Die Strategie 2025 basiert auf fünf zentralen Zielen:

- die Wertschöpfung zu erhöhen
- die Profilierung der Region voranzutreiben
- das Tourismusbewusstsein zu stärken
- die Kooperation zwischen Akteuren zu fördern
- nachhaltige Entwicklungen zu gewährleisten

Um diese Ziele zu erreichen, verfolgt die Strategie mehrere Ansätze. Dazu gehört, Rheinland-Pfalz zur Marke zu machen, Familienunternehmen als Rückgrat der Tourismuswirtschaft zu stärken und wirkungsstarke ökonomische Impulse zu schaffen. Zudem sollen Strukturen gebündelt, Prozesse optimiert und finanzielle Ressourcen gezielt für Impulsinvestitionen eingesetzt werden.

Der inhaltliche Kern liegt in den festgelegten Geschäftsfeldern, die als Impulsgeber für erfolgversprechende Innovationen im rheinland-pfälzischen Tourismus dienen sollen. Diese sind:

Genusskultur: Rheinland-Pfalz setzt auf hochwertige Angebote rund um Kulinarik, regionale Produkte, Wein, Baukultur sowie Wellness und Gesundheit. Diese Elemente sollen nicht nur Touristen ansprechen, sondern auch die Lebensqualität in der Region fördern.

Kulturgenuss: Der kulturelle Reichtum von Rheinland-Pfalz wird gezielt erlebbar gemacht. Kulturreisen kombinieren Identität und Regionalität mit Wein, Kulinarik und Unterkünften, die durch individuellen Charakter überzeugen.

Naturgenuss: Die Natur- und Kulturlandschaften der Region bieten ideale Voraussetzungen für Outdoor-Aktivitäten wie Wandern, Radfahren, E-Biken und Wassersport, oft verbunden mit Genusserlebnissen.

Tagungsgenuss: Rheinland-Pfalz fördert Tagungen in Städten und auf dem Land, wobei hochwertige Rahmenprogramme, regionale Kulinarik und charakteristische Tagungsorte wie Winzerhöfe oder historische Gebäude im Mittelpunkt stehen.

Die vorhandenen Potentiale in diesen Bereichen sollen weiterentwickelt und wertschöpfend gebündelt werden, um Rheinland-Pfalz langfristig als attraktive und zukunftsorientierte Tourismusdestination zu positionieren.¹⁰

4.3 Tourismuskonzepte der DMO

Das Vorhandensein von Tourismuskonzepten der DMO, die die Inhalte des Landes herunterbrechen und individuell interpretieren, ist Voraussetzung für den Zugriff auf touristische Fördermittel des Landes. Bei einer anstehenden Bewertung eines geplanten Projektes bzgl. seiner touristischen Sinnhaftigkeit ist es Aufgabe der DMO eine Einschätzung für den Fördergeber abzugeben, ob die Maßnahme in das regionale und somit auch landesweite Konzept passt.

¹⁰ vgl. *Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025, MWVLW 2018*

Als Ergänzung der regionalen Tourismuskonzepte hat das MWVLW in der Nach-Corona-Zeit die Erstellung von „Potentialanalysen im Sinne der Tourismusstrategie 2025 Rheinland-Pfalz“ gefördert. Hiervon haben der „Romantische Rhein“ und das „Ahrtal“ Gebrauch gemacht. Die Ergebnisse werden in der folgenden Vorstellung der Konzepte berücksichtigt.

4.3.1 Strategisches Handlungsprogramm „Romantischer Rhein 2025 plus“

Das strategische Handlungsprogramm „Romantischer Rhein 2025 plus“ beinhaltet u.a. die folgenden übergeordneten Zielsetzungen:

- Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen
- Steigerung der durch den Tourismus generierten Wertschöpfung
- Aufweichung der Saisonalität
- Stärkung der Resilienz der Destination
- Steigerung des Bekanntheitsgrades sowie des Images der gesamten Destination
- besondere Berücksichtigung der Nachhaltigkeit

Die thematischen Schwerpunkte und Themenfelder, in denen der Destination eine große Kompetenz zugesprochen wird, sind insbesondere die Natur- und Aktiv-Themen. Speziell das Wandern und Radfahren, die Kultur im Bereich Burgen und Schlösser, sowie das Thema Wein und Kulinarik bilden die Grundlagen für die Ausrichtung des Tourismus am Mittelrhein.

Im Kontext der für gesamt Rheinland-Pfalz definierten touristischen Zielgruppen¹¹ werden insbesondere die Zielgruppen „Aktive Naturgenießer“, „Kultur- und Landschaftsliebhaber“ sowie „Vielseitig Aktive“ als am chancenreichsten für die Destination „Romantischer Rhein“ festgelegt.

Es wurden folgende strategische Handlungsfelder analysiert:

- Qualitäts- und Netzwerkmanagement/Lobbyarbeit und Tourismusakzeptanz
- Marken-/Identitätsmanagement & Markenführung Romantischer Rhein (hierzu läuft aktuell ein Markenstrategieprozess)
- Entwicklung touristischer Infrastruktur. Der Schwerpunkt der regionsweiten Infrastrukturentwicklung liegt dabei auf den Natur- und Aktivthemen Wandern und Radfahren

Das Radfahren stellt ebenso wie das Wandern eines der Hauptthemen in der Destination dar. Insbesondere aufgrund des Trends zum E-Bike bietet dieses Thema weitere Potentiale abseits des Rheins. Im Vergleich zum Wandern (Rheinsteig und RheinBurgenWeg sowie weit über 30 premiumzertifizierte Rundwanderwege) ist die Destination jedoch in diesem Bereich aktuell unzureichend aufgestellt.¹²

Auch die Potentialanalyse der Region kommt zu dem Ergebnis, dass in dem Themenbereich Radtourismus ein großes Potential liegt. Drei von fünf Projektempfehlungen stehen im Zusammenhang mit diesem Thema. So wird beispielsweise in der Ausweisung von „Radschleifen für Genussradler“ eine große Chance zur Optimierung der Profilierung und Wertschöpfung gesehen.¹³

¹¹ Definition der Zielgruppen s.: *Marktforschung | Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz*

¹² Vgl. *Strategisches Handlungsprogramm „Romantischer Rhein 2025 plus“*, Romantischer Rhein Tourismus GmbH 2024

¹³ Vgl. *Potenzialanalyse der Region „Romantischer Rhein“ für Tourismusinfrastrukturen*, ift 2023

4.3.2 Nachhaltiges Tourismuskonzept Ahrtal 2025

Das Tourismuskonzept für das Ahrtal verfolgt das Ziel, die Region zu DER führenden nachhaltigen und innovativen Natur- und Weinregion in Deutschland zu entwickeln. Dabei liegt der Fokus darauf, die touristische Wertschöpfung zu steigern und das Ahrtal als Qualitätsregion zu positionieren, die durch ausgeprägte Gastlichkeit sowie Authentizität und Regionalität in allen Bereichen überzeugt.

Um diese Kernziele zu erreichen, setzt das Konzept auf klare Strategien. Dazu gehört, die besten Rahmenbedingungen für einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg zu schaffen und ein breites Bewusstsein für nachhaltigen Tourismus bei Kommunen und Betrieben zu fördern. Zudem sollen durch gezielte Maßnahmen Anreize für längere Aufenthalte geschaffen und die touristische Saison verlängert werden. Ein zentrales Element ist auch die Entwicklung und Pflege einer starken Gemeinschaft im Ahrtal, die auf enger Kooperation basiert.

Eine der Visionen für das Ahrtal umfasst „einzigartige Natur- und Bergerlebnisangebote an Wander- und Radwegen, die sich entlang der Ahr, zwischen imposanten Felsen und auf den Höhen erstrecken und das Ahrtal für Besucher noch attraktiver machen“.

Die Zielgruppen des Tourismuskonzepts sind vor allem junge, aktive Familien mit Interesse an „Kultur- und Natur“ sowie „Aktivem Naturgenuss“. Darüber hinaus sollen „Aktive Erlebnissuchende“ und „Vielseitig Aktive“ als Potenzialzielgruppen angesprochen werden.¹⁴

Im Bereich Naturerlebnis setzt das Konzept auf beispielhafte Leitprojekte. Dazu gehören der Ausbau eines Mountainbike-Cross-Country-Routennetzes auf den Ahrhöhen, ergänzt durch neue Singletrails und gegebenenfalls Mountainbike-Parks. Auch die Aufwertung des Ahrsteigs und des Rotweinwanderwegs sowie die Ausweisung von sogenannten Ahr-Schleifen sind vorgesehen.¹⁵

Auf die Erläuterung weiterer Ansätze mit einzelbetrieblichen Empfehlungen oder anderer Maßnahmen, die nicht in die Zuständigkeit der Verwaltung fallen, wird an dieser Stelle verzichtet.

4.3.3 Marketingplan Eifel Tourismus GmbH 2022

Die Eifel Tourismus GmbH wird zeitnah ein neues Tourismuskonzept erarbeiten. Um eine optimale Einbindung in das Landestourismuskonzept gewährleisten zu können, wird zunächst jedoch die Fertigstellung der Fortschreibung der Landestourismusstrategie Rheinland-Pfalz abgewartet.

Aufgabe der Eifel Tourismus GmbH (ET) ist die Weiterentwicklung der Eifel zu einer führenden Urlaubs- und Freizeitregion in Deutschland. Damit soll der Tourismus als bedeutender Wirtschaftsfaktor erhalten und ausgebaut werden. Die geplanten Marketingmaßnahmen sind auf das Ziel ausgerichtet, die Aufmerksamkeit von Besuchern auf die Urlaubsregion Eifel zu lenken. Langfristig soll die ungestützte Bekanntheit der Eifel als Reiseziel erhöht werden und die Eifel in die Top 10 der deutschen Regionen aufrücken. Im Fokus des aktivierenden Marketings der ET steht der Übernachtungsgast.

Die Schwerpunktthemen der Eifel sind Natur entdecken, Wandern, Familienurlaub und Radfahren. Nach dem Abgleich von Themen und Zielgruppen konzentriert sich die ET auf die Zielgruppen Aktive Naturgenießer, Nur-Wanderer und Vielseitig-Aktive.

¹⁴ Vgl. *Nachhaltiges Tourismuskonzept Ahrtal 2025*, ift 2023

¹⁵ Vgl. *Potenzialanalyse für Tourismusinfrastrukturen in der Reiseregion Ahrtal*, ift 2023

Folgende Metastory der Eifel ist die Grundlage der kommunikativen Aktivitäten:

„Die Eifel ist aus dem Kampf der Elemente entstanden. Jahrtausende befanden sie sich in einem schicksalhaften Konflikt und schufen daraus ein natürlich-schönes Land. Die Urkraft ihrer Entstehung ist in der Eifel vielfach sichtbar, stets spürbar. Nichts ist inszeniert, alles ist echt und verströmt den Atem der Schöpfung. Ein ewiger Zyklus von Werden und Vergehen. All das brauchte seine Zeit. Bei uns wird nicht gerannt. Hier kann der Gast wieder den Augenblick genießen. Wenn er sich Zeit lässt, wird er Zeit gewinnen. Der Gast erlebt dabei die Natur der Eifel meist körperlich aktiv. Indem er sich seiner Aktivität und der wohltuenden Landschaft der Eifel mit ganzem Herzen widmet, kommt er in einen „Flow“ und kann sich mit einer Auszeit belohnen, Weitblicke genießen, entschleunigen und zu sich selbst kommen.“¹⁶

5 Rolle der Kreis-Tourismusförderung

Die Kreisverwaltung Ahrweiler bringt sich seit 1. März 2023 wieder aktiv in die Tourismusförderung des Landkreises ein. Als neuer Akteur in einem bestehenden System gilt es die eigenen Aufgaben unter Berücksichtigung der vorhandenen Strukturen zu definieren. Um eine effektive Aufgabenwahrnehmung zu ermöglichen, müssen Doppelstrukturen vermieden, Bedarfe ermittelt und thematische Schnittmengen gefunden werden. Auf dieser Grundlage können eigene Prioritäten gesetzt und ein gewinnbringender Beitrag zur touristischen Entwicklung geleistet werden.

Die im Folgenden definierten Ziele, Aufgaben und Strategien wurden dementsprechend von denen der übergeordneten Ebenen abgeleitet und auf die Stärken und Bedürfnisse des Kreises angepasst.

5.1 Ziele

Entsprechend der Ausführungen in Kapitel 1.1 lautet die zentrale Frage der Kreis-Tourismusförderung: Was kann der Tourismus für die Einheimischen tun? Mit der Fokussierung auf diesen Aspekt soll die Lebensqualität im Kreis durch touristische Maßnahmen gesteigert werden. Zufriedene Einwohnerinnen und Einwohner sind authentische Botschafter ihrer Region und wichtige Multiplikatoren eines positiven regionalen Images. So können Menschen in der Region gehalten und Arbeitskräfte auf den Kreis Ahrweiler aufmerksam gemacht werden.

Der Landkreis Ahrweiler verfolgt mit seiner Tourismusförderung daher folgende übergeordnete Ziele:

- nachhaltige Verbesserung der Lebensqualität vor Ort
- Steigerung der Zufriedenheit der Bevölkerung
- Aufwertung des externen Images der Region

Diese Zielsetzung beinhaltet die Forderung nach einer nachhaltigen Entwicklung unter Berücksichtigung der sozialen, ökologischen und ökonomischen Belange der Region.

Zur Konkretisierung dieser Oberziele werden die folgenden Maßgaben für künftige Aktivitäten definiert:

- Touristische Angebote stellen eine Bereicherung für die Bevölkerung dar.

¹⁶ Vgl. Marketingplan Eifel Tourismus GmbH 2022, Eifel Tourismus GmbH 2022

- Die Wertschöpfung durch den Tourismus wird gesteigert.
- Die Resilienz der Tourismusbranche wird gestärkt.
- Eine Besucherlenkung erfolgt sozialverträglich.

Bei der Schaffung neuer oder der Optimierung vorhandener touristischer Angebote sollte der Mehrwert für die Bevölkerung ein entscheidendes Kriterium darstellen. Der Mehrwert kann dabei aus einem direkten Nutzen für die Menschen vor Ort bestehen aber auch die Wertschöpfung, die ein Angebot generiert, beinhalten.

Die touristische Wertschöpfung stellt einen wesentlichen Bestandteil der Wirtschaftskraft im Kreis Ahrweiler dar. Eine Steigerung trägt dazu bei, dass Arbeitsplätze geschaffen und erhalten werden und Infrastrukturen und Dienstleistungsangebote verbessert werden können.

Ereignisse wie Corona und die Flutkatastrophe haben gezeigt, dass die Auswirkungen externer Faktoren auf die Tourismusbranche existenzbedrohend sein können. Künftige Maßnahmen sollten daher zum Ziel haben, die Widerstandsfähigkeit der Branche zu stärken.

Ebenso ist eine sozialverträgliche Besucherlenkung Voraussetzung für einen nachhaltigen Erfolg des Tourismus. Eine Verteilung der Gäste in die Fläche trägt zu einer wertschätzenden Koexistenz von Einheimischen und Gästen bei.

5.2 Aufgaben

Die aktuell praktizierte touristische Aufgabenwahrnehmung im Landkreis entspricht im Wesentlichen den in Kapitel 2 dargestellten allgemeinen Empfehlungen. Hieran orientiert sich auch die Kreis-Tourismusförderung. Die beiden übergeordneten Aufgabengebiete bestehen folglich, wie in Kapitel 2.2 dargestellt, aus der Rolle als funktionaler Unterstützungspartner und der Optimierung touristischer Infrastrukturen.

Als funktionaler Unterstützungspartner wird die Tourismusförderung insbesondere vernetzend, vermittelnd und unterstützend tätig.

Sowohl eine Abstimmung innerhalb der unterschiedlichen behördlichen Bereiche als auch eine Kommunikation nach außen mit den regionsansässigen DMO, weiteren Akteuren wie IHK und DeHoGa sowie angrenzenden Nachbarregionen stellen einen großen Teil des Aufgabengebietes der Tourismusförderung dar. So werden touristische Aspekte in andere Fachbereiche eingebracht und den Tourismus betreffende Themen der Kreisverwaltung an die Kommunen, Akteure und Regionen kommuniziert.

Als feste Ansprechpartnerin rund um alle Fragen des Tourismus unterstützt die Tourismusförderung Akteure bei ihren Anliegen und unterstützt ggf. bei der Planung und Umsetzung einzelner Maßnahmen.

Im Rahmen der Mitgliedschaften bei den DMO wird die Umsetzung der jeweiligen Tourismuskonzepte begleitet und unterstützt. Dies zielt in den Bereichen, in denen Unterstützungsbedarf besteht und die in die strategische Ausrichtung des Kreises passen. Bspw. bei der Planung infrastruktureller Maßnahmen, die behördlicher Genehmigungen bedürfen.

Auch die Rolle als Vermittlerin ist eine grundlegende Aufgabe der Tourismusförderung. Es gilt Verständnis für Bedürfnisse unterschiedlicher Akteure zu erzielen, indem die jeweilige Sichtweise ernstgenommen und transparent dargestellt werden.

Bzgl. der Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur gilt es, vorhandene personelle und finanzielle Ressourcen zielgerichtet einzubringen, um in den Themenbereichen mit dem größten Potential eine spürbare Optimierung realisieren zu können.

Zu der klassischen touristischen Infrastruktur, deren Betreuung in das Aufgabengebiet einer Kreisverwaltung fällt, gehören Wander- und Radwege. Eine Schwerpunktsetzung in diesem natur-aktiven Bereichen wird in Kapitel 5.4 beschrieben.

5.3 Strategien

Die Vielzahl der touristischen Akteure und die Menge der Aufgaben erfordern eine enge Abstimmung. Somit zählen Kooperationen, eine effiziente Arbeitsteilung mit anderen Partnern und die Vermeidung von Doppelstrukturen zu den wichtigsten strategischen Grundsätzen. Bestehende Kooperationen müssen genutzt und Netzwerke bei Bedarf neu gebildet werden. Eine Einbeziehung von Vereinen und Akteuren vor Ort steigert dabei die Akzeptanz und trägt zur sozialen Nachhaltigkeit bei.

Bei der Analyse geeigneter Betätigungsfelder werden zunächst thematische Schnittmengen der unterschiedlichen Ebenen und Regionen analysiert. Die ermittelten Themen mit den größten Entwicklungspotentialen werden dann auf ihre Bedarfe bzgl. einer ergänzenden Umsetzungsstruktur geprüft. Vor der Festlegung auf ein Projekt erfolgt dann noch eine Einschätzung bzgl. der Realisierbarkeit, insbesondere anhand einer Bewertung der Sachkunde vor Ort, eigener Kompetenzen und finanzieller sowie personeller Ressourcen.

5.4 Schwerpunktthemen

Ein Vergleich der touristischen Schwerpunktthemen im Kreis Ahrweiler (s. Kapitel 3.3) mit den Geschäftsfeldern der RPT (s. Kapitel 4.2) zeigt nahezu eine Deckungsgleichheit. Auch bei einer Gegenüberstellung mit den Kernthemen der regionalen Konzepte (s. Kapitel 4.3) treten keine Widersprüche auf.

Im Folgenden erfolgt entsprechend der zuvor beschriebenen Strategie eine Überprüfung der fünf Themen auf ihre Eignung als Schwerpunkt innerhalb der künftigen Arbeit der Kreis-Tourismusförderung.

Kultur

Das Themenfeld Kultur hat für den Tourismus im Kreis Ahrweiler einen großen Stellenwert. Die in Kapitel 3.3 genannten kulturhistorischen Aspekte in Verbindung mit kulturellen Einrichtungen mit teilweise überregionaler Strahlkraft bieten auch künftig ein großes Potential zur Stärkung des Tourismus. Zudem trägt eine Investition in die Kultur direkt zur Verbesserung der Lebensqualität bei.

Da auf regionaler Ebene keine Organisationsstruktur besteht, die sich zentral dem Thema Kultur annimmt, ist auch ein struktureller Bedarf für eine Kulturförderung vorhanden.

Dieses Themenfeld sollte somit unterstützt werden. Da es jedoch nicht in das Aufgabengebiet der Tourismusförderung, sondern in die Zuständigkeit der Kulturreferentin des Kreises fällt, wird es in dieser Strategie nicht näher ausgeführt. Durch die Integration der Kulturförderung in die Abteilung Wirtschafts- und Tourismusförderung (jetzt: Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusförderung), ist eine enge Zusammenarbeit und inhaltliche Absprache gewährleistet.

Natur aktiv

Das Schwerpunktthema „Natur aktiv“ stellt die Basis für den Tourismus in der Region dar. Nicht zuletzt durch die Zielgruppe der jungen, aktiven Familien bietet es ein enormes Potential für den Kreis Ahrweiler. Einheimische und Gäste profitieren gleichermaßen von entsprechenden Angeboten.

Sowohl das Wandern als auch der Radtourismus wurden als Schwerpunktthemen der hiesigen LMO und DMO definiert. Da das Angebot im Bereich Wandern bereits gut bis sehr gut im Kreisgebiet ausgeprägt ist und auch bereits interkommunale Organisationsstrukturen bestehen, sieht die Kreis-Tourismusförderung das größte Potential in der Betätigung im Themenfeld Radtourismus. Dem Fahrradtourismus wird sowohl in den Konzepten der DMO als auch in allg. Studien ein enormes Potential attestiert. So kommt sowohl die ADFC Radreiseanalyse¹⁷ auf Bundes- als auch eine Analyse des Wirtschaftsfaktors Radfahren in Rheinland-Pfalz¹⁸ zu dem Ergebnis, dass es sich um eine zukunftssträchtige Branche handelt. Zudem wird eine Zielgruppe mit großem Wertschöpfungspotential angesprochen¹⁹.

Ergänzend sind weitere Zielgruppen, die von der vorhandenen Infrastruktur und der charakteristischen Topografie im Kreis Ahrweiler profitieren, interessant. Hier ist insbesondere das Segment Trailrunning zu nennen, eine Form des Langstreckenlaufs, die abseits asphaltierter Straßen stattfindet.

Genuss und Kulinarik

Die Themen Genuss und Kulinarik sind wesentliche Kommgründe für die Gäste der Region. Eine abwechslungsreiche, regionale und hochwertige Gastronomie in Verbindung mit den hervorragenden Weinen der Ahr sind ein elementarer Baustein des touristischen Angebots. Da die Verantwortung hier jedoch eher auf der einzelbetrieblichen Ebene und bzgl. der Vermarktung bei den DMO liegt, stellt dieser Bereich keinen Schwerpunkt für die Arbeit der Kreis-Tourismusförderung dar.

Tagungstourismus

Der Tagungstourismus und andere Bereiche der MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) stellen insbesondere mit einer wieder steigenden Bettenkapazität im Ahrtal ein großes Wertschöpfungspotential dar. Da hier neben den erforderlichen einzelbetrieblichen Aktivitäten sowohl die RPT auf Landes- als auch die DMO auf Regionsebene bereits tätig sind, wird dies kein Fokusthema für die aktive Arbeit der Kreis-Tourismusförderung. Zudem ist der Mehrwert für große Teile der Bevölkerung erst indirekt über die monetären Effekte spürbar.

Gesundheitstourismus

Der Gesundheitstourismus spielt insbesondere in den Kurorten Bad Neuenahr-Ahrweiler und Bad Breisig eine große Rolle und wird daher vor Ort fokussiert betrachtet.

Strukturelle Themen, die auch andere Wirtschaftsbranchen betreffen, wie Fachkräftemangel, Ausbildungsthemen, Fördermöglichkeiten oder die Standortmarketinginitiative AWstark werden von der Kreis-Wirtschaftsförderung, den Kammern und weiteren Akteuren wie bspw. dem

¹⁷ Vgl. ADFC-Radreiseanalyse 2024, Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. 2024

¹⁸ Vgl. Wirtschaftsfaktor Radfahren in Rheinland-Pfalz, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau 2024

¹⁹ Vgl. Dt. Mountainbike-Kongress (div. Vorträge), Mountainbike Forum Deutschland e.V. 2024

Verein Zukunftsregion Ahr bearbeitet. Auch hier findet eine enge Abstimmung mit der Tourismusförderung statt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Konzentration der proaktiven Arbeit der Kreis-Tourismusförderung auf dem Schwerpunktthema Natur aktiv und hier insbesondere auf dem Radtourismus liegen sollte. Dabei sind die übergeordneten Konzepte als Orientierung aufzugreifen und eigene Akzente anhand der endogenen Potentiale herauszuarbeiten.

Die Entwicklung der Themen Kultur, Genuss und Kulinarik, Tagung und Gesundheit werden im Rahmen der Möglichkeiten ebenfalls unterstützt.

5.5 Vision

Das identifizierte Schwerpunktthema gilt es im Rahmen der definierten Ziele in einzelnen Maßnahmen zu bearbeiten und zu fördern. Diesem Arbeitsschritt wird die Skizzierung einer Vision vorangestellt, um den potentiellen Mehrwert für den Kreis zu verdeutlichen und einzelne Maßnahmen, deren Umsetzung für die Erfüllung dieser Vision notwendig sind, stringenter herunterbrechen zu können.

Dabei ist zu beachten, dass es sich hierbei lediglich um die Umsetzung des Schwerpunktthemas der Kreis-Tourismusförderung handelt. Andere Akteure tragen mit ihren Prozessen dazu bei, dass die Region insgesamt alle in den jeweiligen Konzepten analysierten Potentiale hebt. So soll die Vision u.a. die Region Ahrtal dabei unterstützen, das Ziel zu erreichen, zu DER führenden nachhaltigen und innovativen Natur- und Weinregion in Deutschland zu werden. Der Romantische Rhein und die Eifel sollen in ihren Bemühungen unterstützt werden das Schwerpunktthema Natur aktiv heraus zu arbeiten. Ein enger und regelmäßiger Austausch zwischen den Akteuren gewährleistet, dass die jeweiligen Projekte aufeinander abgestimmt sind.

Die Kreis-Tourismusförderung hat folgende (Rad-)touristische Vision für den Kreis Ahrweiler:

Der Kreis Ahrweiler etabliert sich in den nächsten Jahren als touristische Fahrradregion und erreicht im Segment Cross-Country ein Alleinstellungsmerkmal mit überregionaler Strahlkraft.

Die Radregion Kreis Ahrweiler bedient mit ihren Angeboten unterschiedliche Zielgruppen von Radfahrern. Diese reichen von Freizeit- über Tourenfahrer bis hin zu Cross-Country Mountainbiker. Dadurch wird gewährleistet, dass einerseits das allgemein große Entwicklungspotential der Segmente E-Bike-Touren und Gravel-Biken²⁰ sowie andererseits die individuelle Stärke der Region aufgrund ihrer Topografie und der landschaftlichen Gegebenheiten im Bereich Mountainbike ausgespielt werden.

Freizeit- und Tourenfahrer werden mit Genuss- und Kulturrouten angesprochen. Das Potential der stetig wachsenden Zielgruppe der E-Biker wird durch eine Anbindung der Höhenlagen genutzt. Die Premiumprodukte Rhein- und Ahrweg werden durch ergänzende Radschleifen aufgewertet und durch das zusätzliche Angebot entlastet. Rund- und Sterntouren machen die Radregion Kreis Ahrweiler für mehrtägige Aufenthalte mit dem Rad attraktiv. Der überdurchschnittlichen Affinität der E-Biker zu den Themen Kulinarik, Kultur und Landschaft wird durch die Anbindung kulinarischer Angebote, Aussichtspunkte, Burgen und weiterer kulturtouristischer Angebote Rechnung getragen.

²⁰ Gravel-Biken ist eine Form des Radfahrens, die sowohl auf asphaltierten Straßen als auch auf unbefestigten Wegen stattfindet und speziell entwickelte Fahrräder, die eine Mischung aus Geschwindigkeit und Robustheit bieten verwendet.

Das Cross-Country Angebot besteht aus einem funktionalen Netzwerk an Trails. Hierbei werden sowohl bestehende Angebote berücksichtigt als auch neue Gebiete fürs Mountainbiken erschlossen. Ein nachhaltiger Natur- und Landschaftsschutz bildet die Basis des Projekts. Eine ausgewogene Berücksichtigung der Interessen unterschiedlicher Stakeholder ist selbstverständlich. Das separate Angebot für Biker trägt zu einer Konfliktlösung zwischen Wanderern und Fahrradfahrern und zur Zufriedenheit auf beiden Seiten bei.

Das Wegenetz besteht aus unterschiedlichen Kategorien, die sowohl für Anfänger als auch für Fortgeschrittene und daher auch für Familien geeignet sind. Neu errichtete Trails werden durch vorhandene Wald- und Wirtschaftswege verbunden, wodurch lange und landschaftlich reizvolle Fahrten und eine ergänzende Ansprache der Zielgruppe der Gravel-Biker ermöglicht werden.

Die Radregion Kreis Ahrweiler ist an die benachbarte Radregion Rheinland angeschlossen. Mit der Wiederinbetriebnahme der Ahrtalbahn ab Ende 2025 wird es ein durchgehendes Angebot zur Fahrradmitnahme im ÖPNV im 20-Minuten-Takt geben.

Auch das Beherbergungsgewerbe und die Gastronomie haben ihr Angebot an die Bedürfnisse der Radfahrer angepasst. Es stehen in den Hotels nicht nur sichere Abstellplätze für Räder, sondern auch Fahrradwasch- und Reparaturmöglichkeiten zur Verfügung. Die Gastronomie bietet sichere Fahrradständer, eine zielgruppengerechte Speisekarte und einen Nachfüllservice für Trinkflaschen an. Radsportgeschäfte ergänzen das Angebot mit einer nachfrageorientierten Verleih- und Serviceinfrastruktur.

Die zentralen Leitlinien dieser Vision lauten:

- Die Region bietet in kompakter Form individuelles Radsporterlebnis für unterschiedliche Zielgruppen in einer natürlichen Umgebung und freundlichen Atmosphäre.
- Rundtouren verbinden die landschaftlichen Ressourcen mit kulinarischen und kulturellen Angeboten.
- Institutionen und Betriebe bieten zeitgemäße Dienstleistungen für Radtouristen an.
- Neben den touristischen Ausprägungen der Vision hat der Aspekt Lebensqualität für die Bevölkerung höchste Priorität.

Das Radregionsprojekt stellt einen gewinnbringenden und nachhaltigen Ansatz zur Tourismusentwicklung im Landkreis Ahrweiler dar. Positive Effekte sind insbesondere in den folgenden Bereichen spürbar:

- Wirtschaft: Steigerung der Gästezahlen und Ansprache einer zahlungskräftigen Zielgruppe,
- Umwelt: Schutz natürlicher Ressourcen, durch eine umweltgerechte Gestaltung der Routen und das Schaffen eines naturnahen Freizeitangebots,
- Gesundheit: Förderung der körperlichen Fitness und eines gesunden Lebensstils,
- Resilienz: geringere Anfälligkeit der Tourismusbranche für Hochwasserereignisse aufgrund der Einbeziehung der Höhenlagen,
- Besucherlenkung: gleichmäßigere Verteilung der Gäste durch die Ausweitung des Radwegenetzes.

Um die angestrebte Vision zu aktivieren, sollen einerseits Leitprojekte eine Sogwirkung für das gesamte Vorhaben erzeugen und andererseits Eigeninitiativen aus allen Bereichen dazu führen, dass auf einer breiten Ebene mosaiksteinartig das Bild der Radregion vervollständigt wird.

5.6 Projekte und Maßnahmen

Als Beitrag zur Erfüllung der in 5.1 genannten Ziele und unter Anwendung der in 5.3 erwähnten Strategien wird im Folgenden aus den in 5.2 erläuterten Aufgaben und den in 5.3 analysierten Schwerpunktthemen die skizzierte Vision heruntergebrochen und konkrete Maßnahmen zur Umsetzung abgeleitet.

5.6.1 Leitprojekte

Entsprechend der in Kapitel 5.3 erläuterten Strategien sollte vor der Festlegung auf ein Projekt eine Einschätzung bzgl. der Realisierbarkeit, insbesondere anhand einer Bewertung der Sachkunde vor Ort, eigener Kompetenzen und finanzieller und personeller Ressourcen erfolgen. Unter Berücksichtigung dieser Fragestellungen wurden folgende Teilprojekte und ihre jeweiligen Arbeitsprozesse zur Umsetzung festgelegt.

Auf dem Weg zur Realisierung einer Radregion Kreis Ahrweiler ist die Erstellung eines touristischen Radwegekonzeptes erforderlich. Dabei ist zu berücksichtigen, dass mit dem künftigen Angebot unterschiedliche Zielgruppen angesprochen werden sollen. Während es sich bei den Genuss- und Kulturrouten um eine Ausweisung attraktiver Routen auf bestehenden Wegen handelt, gilt es für die Cross-Country Zielgruppe auch neue Trails zu entwickeln und zu bauen.

Aufgrund der Vielzahl an Stakeholdern und Fachrichtungen, die im Cross-Country Bereich zu berücksichtigen sind, und der damit verbundenen Komplexität des Themas hat die Kreisverwaltung eine Potential- und Machbarkeitsstudie für eine Mountainbike-Region Ahrweiler bei einem Fachbüro für Mountainbike-Planung in Auftrag gegeben. Ziel dieser Studie ist die Beantwortung der Frage, ob es sich aufgrund des Wertschöpfungspotentials, unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und der Konkurrenzsituation lohnt, in die Planung und spätere Umsetzung einer „Mountainbike-Region Kreis Ahrweiler“ zu investieren. Dabei kann auf Erkenntnisse aus der Potentialanalyse für das Ahrtal und das dort empfohlene Leitprojekt „Mountainbike-Cross-Country-Routennetzes auf den Ahrhöhen“ und die vorliegenden Studien der Sporthochschule Köln²¹ und des Büros BMC²² zurückgegriffen werden. Die Ergebnisse der Potentialstudie sollen als Grundlage für die Beratungen zur weiteren Vorgehensweise im Themenkomplex „Mountainbike-Region“ dienen.

Im Vergleich zu der Mountainbike Thematik stellt die Erarbeitung von Genuss- und Kulturrouten zwar einen nicht unerheblichen Arbeitsaufwand dar, sie erfordert jedoch, zumindest in einem ersten Schritt, kein professionelles externes Expertenwissen. Ziel der Kreis-Tourismusförderung ist es daher, erste Tourenvorschläge unter Einbeziehung der Expertise vor Ort, in Kombination mit Eigenleistung zu erarbeiten. Hierfür wird die Zusammenarbeit mit erfahrenen und ortskundigen Tourenfahrern und Radsportvereinen aus dem Kreis Ahrweiler angestrebt. Bei der Erarbeitung kann auf Inhalte des Leitprojekts „Radschleifen für Genussradler“ im Rahmen der Potentialanalyse für die Romantischer Rhein Tourismus GmbH zurückgegriffen werden.

Das Gesamtkonzept für eine Radregion Kreis Ahrweiler wird nach Vorlage des Ergebnisses der Potentialstudie MTB-Region näher konkretisiert und ausgearbeitet. Dabei ist eine Abstimmung mit Maßnahmen aus dem vorliegendem Alltagsradwegekonzept für den Kreis Ahrweiler selbstverständlich.

²¹ Vgl. *Mountainbike-Kurzkonzept*, Sporthochschule Köln 2001

²² Vgl. *Potentialanalyse „Mountainbiking im Landkreis Ahrweiler“*, Umwelt- und Tourismusberatung BMC 2002

Das Leitprojekt „Erstellung eines touristischen Radkonzeptes für den Kreis Ahrweiler“ trägt folgendermaßen zur Erfüllung der in Kapitel 5.1 festgelegten Ziele bei:

- Verbesserung der Lebensqualität vor Ort: Ausbau des heimischen Freizeitangebotes
- Zufriedenheit der Bevölkerung: Einbeziehung der Expertise vor Ort, Minimierung des Konfliktpotentials zwischen Wanderern und Radfahrern
- Aufwertung des externen Images der Region: Schaffung nachhaltiger Angebote für eine sportliche, naturverbundene Zielgruppe
- Steigerung der Wertschöpfung durch den Tourismus: Kaufkräftige Zielgruppe, die bei einem entsprechenden Angebot gerne mehrere Tage in der Region bleibt
- Stärkung der Resilienz: Angebot außerhalb der hochwassergefährdeten Tallage, Entzerrung der Saison, verschattete Angebote im Wald in Ergänzung zum Ahr- und Rheinradweg
- sozialverträgliche Besucherlenkung: Entzerrung der Besucherströme

5.6.2 Basisaktivitäten

Eine funktionale Unterstützung durch die Kreis-Tourismusförderung wie in Kapitel 5.2 beschrieben, erfolgt grundsätzlich zu allen touristischen Themen. Falls eine Konzentration auf einzelne Aspekte erforderlich ist, werden die Schwerpunktthemen, insbesondere das Thema Radtourismus prioritär behandelt.

Mit Arbeitsaufnahme der Tourismusförderung wurden zunächst entscheidende Grundlagen geschaffen. Es wurde eine umfassende Analyse der touristischen Situation (unter Berücksichtigung von Organisationsformen, Inhalten und Akteuren) durchgeführt, ein halbjährliches Netzwerktreffen der touristischen Akteure im Kreis initiiert und es erfolgte eine Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für den Kreis Ahrweiler durch das dwif. Als grundlegender Schritt erfolgte der Beitritt zu den drei Destinationsmanagementorganisationen im Kreisgebiet. Diese Mitgliedschaften tragen nicht nur zur finanziellen Absicherung der Agenturen bei, sie bringen auch ein gewisses Mitspracherecht des Kreises bei der inhaltlichen Ausgestaltung mit sich.

Auf dieser Basis werden fortlaufend verschiedene Aktivitäten begleitet und umgesetzt. Hierzu gehören bspw.:

- Teilnahme an allgemeinen Sitzungen und Beteiligung an ausgewählten Arbeitskreisen und Projekten der DMO
 - Kooperationssitzungen Ahrtal-Tourismus
 - AK Regionale Marke Ahrtal
 - AK Romantischer Rhein allg.
 - AK Radtourismus Romantischer Rhein
 - Sitzungen der Akteure der Eifel
- Beteiligung an der Erarbeitung von Konzepten und Projekten (Mobilitätskonzept, Radwegekonzept, ÖPNV-Planungen, Fahrradverleihsystem, Netzwerk Demokratie)
- Erstellung eines Prozesses zur Ermöglichung nachhaltiger Veranstaltungen im Landschaftsschutzgebiet gemeinsam mit der Unteren Naturschutzbehörde
- Aufbau eines Leerstandskatasters für Hotellerie und Gastronomie gemeinsam mit IHK und Ahrtal-Tourismus
- Vermittlung potenzieller Betreiber an Hotelleerstände
- Mitarbeit im AK Fuß- und Radwegbrücke Remagen - Unkel

Zudem nimmt die Tourismusförderung an Veranstaltungen wie dem rheinland-pfälzischen und dem deutschen Tourismustag sowie an der Mitgliederversammlung des Tourismus- und Heilbäderverbands Rheinland-Pfalz teil, um die Vernetzung zu intensivieren und sich fortlaufend weiterzubilden. Es findet ein regelmäßiger Austausch mit der IHK statt, eine verbesserte Zusammenarbeit mit den nordrhein-westfälischen Nachbarn ist angestrebt.

Auch diese Basisaktivitäten verfolgen das Ziel die Lebensqualität und die Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche im Kreis Ahrweiler zu verbessern.

6 Ausblick

Die hier erläuterte Tourismusstrategie stellt den Sachstand von Februar 2025 dar. Sie dient als Arbeitsprogramm für die nächsten fünf Jahre und wird bei Bedarf, an sich ändernde Gegebenheiten angepasst und ergänzt.

Ein Zeitplan für die Realisierung der Vision „Radregion Ahrweiler“ könnte folgendermaßen aussehen:

- Mai 2025: Vorstellung Ergebnis Potential- und Machbarkeitsstudie MTB
- 2. HJ 2025: ggfls. Auftragsvergabe MTB-Konzept
- 2026: Durchführung potentiell erforderlicher Gutachten
- zeitgleich: Fördermittelakquise/Sponsorenansprache
- 2027: Beginn Umsetzung Cross-Country Routennetz
- zeitgleich: Erarbeitung von Genuss- und Kulturrouten mit Unterstützung von Ehrenamt und lokalen Expertinnen und Experten

Eine Aussage zu Kosten kann an dieser Stelle noch nicht getroffen werden. Hier muss zunächst das Ergebnis der Potentialstudie abgewartet werden. Im Haushalt 2025 sind jedoch bereits 50.000 Euro für die Erstellung eines Cross-Country E-Bike-Routen Konzeptes vorgesehen. Demgegenüber steht eine angenommene Förderquote von 70 Prozent (LEADER Förderung).

Mit der Umsetzung dieser Tourismusstrategie fügt sich der Landkreis Ahrweiler effektiv in das System Tourismus ein und leistet einen aktiven Beitrag zur Umsetzung der regionalen Tourismuskonzepte. Gleichzeitig werden die endogenen Potentiale berücksichtigt und zu eigenen Stärken ausgebaut. Die Hauptmotivation liegt dabei in der Erreichung der Ziele, die Lebensqualität im Kreis Ahrweiler zu erhöhen, die Zufriedenheit der Bevölkerung zu steigern und das regionale Image zu verbessern.

Quellenverzeichnis

ADFC-Radreiseanalyse 2024, Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. 2024

Destination Zukunft – Tourismus gemeinsam gestalten, Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz 2024

Dt. Mountainbike-Kongress (div. Vorträge), Mountainbike Forum Deutschland e.V. 2024

Gutachterliche Studie zur Optimierung des System Tourismus RLP, PROJECT M GmbH, Saint Elmo´s Tourismusmarketing 2020

Marketingplan Eifel Tourismus GmbH 2022, Eifel Tourismus GmbH 2022

Mensch, Lebensraum und Lebensqualität. Ein Plädoyer für mehr soziale Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement, Vortrag Prof. Eisenstein (Dt. Institut für Tourismusforschung) Deutscher Tourismustag 2024

Marktforschung | Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz

Mountainbike-Kurzkonzept, Sporthochschule Köln 2001

Nachhaltiges Tourismuskonzept Ahrtal 2025, ift 2023

Organisation und Finanzierung der Tourismusförderung in Landkreisen, Deutscher Landkreistag 2011

Potenzialanalyse der Region „Romantischer Rhein“ für Tourismusinfrastrukturen, ift 2023

Potenzialanalyse für Tourismusinfrastrukturen in der Reiseregion Ahrtal, ift 2023

Potentialanalyse „Mountainbiking im Landkreis Ahrweiler“, Umwelt- und Tourismusberatung BMC 2002

Strategisches Handlungsprogramm „Romantischer Rhein 2025 plus“, Romantischer Rhein Tourismus GmbH 2024

Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH/dwif 2024

Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025, MWVLW 2018

Veränderung als Chance: Für eine erfolgreiche Zukunft des System Tourismus Rheinland-Pfalz, MWVLW 2023

Weg vom Kirchturmdenken im Tourismus, Rhein-Zeitung 30. Januar 2025

Wirtschaftsfaktor Radfahren in Rheinland-Pfalz, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau 2024

Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Landkreis Ahrweiler, dwif 2023

Fotonachweis Titelseite:

Ahrtal mit Blick von der Ehlinger Ley, Kreisverwaltung Ahrweiler

Laacher See mit Maria Laach, Dominik Ketz

Rheintal mit der Ahrmündung, Dominik Ketz