



## **Weintourismus im Klimawandel – Eine Chancen-Risiken-Analyse in Traben-Trarbach**



Jens Niewind, Katharina Horvath,  
Viviana Wiegleb  
Mosel-AdapTiV Ergebnisbericht 1



## Mosel-AdapTiV Ergebnisberichte

Mosel-AdapTiV Ergebnisberichte

DOI : <https://doi.org/10.25353/ubtr-xxxx-54da-da83>

Governance and Sustainability Lab

Fachbereich VI – Raum- und Umweltwissenschaften

Universität Trier

### Empfohlene Zitation

Niewind, Jens; Horvath, Katharina; Wiegleb, Viviana (2022): Weintourismus im Klimawandel – Eine Chancen-Risiken-Analyse in Traben-Trarbach. Mosel-AdapTiV Ergebnisbericht 1. Governance and Sustainability Lab. Universität Trier. Trier.

<https://doi.org/10.25353/ubtr-xxxx-54da-da83>

Teile des vorliegenden Berichts stützen sich auf Ergebnisse des Lehrforschungsberichts „*Welche Ausprägung weist der Weintourismus in Traben-Trarbach auf?*“, verfasst von Melissa Jakoby im Rahmen des Lehrforschungsprojekts „Nachhaltigkeit und Governance: Anpassung an den Klimawandel“ an der Universität Trier.

### Kontakt der Autoren

Katharina Horvath

[mosel-adaptiv@traben-trarbach.de](mailto:mosel-adaptiv@traben-trarbach.de)

Jens Niewind

[niewind@uni-trier.de](mailto:niewind@uni-trier.de)

Viviana Wiegleb

[wiegleb@uni-trier.de](mailto:wiegleb@uni-trier.de)



## Zusammenfassung

Anpassung an den Klimawandel ist eine Zukunftsaufgabe. Auch für den Tourismussektor in der Moselregion.

Der vorliegende Bericht gibt einen Überblick zu den Chancen und Risiken, die im Rahmen des Klimawandels für den Weintourismus an der Mittelmosel entstehen. Mit Hilfe einer SWOT-Analyse wurden am Beispiel der im Projekt Mosel-AdapTiV kooperierenden Kommune Traben-Trarbach exemplarisch die Auswirkungen für eine Vielzahl traditioneller Weinbauorte an der Mittelmosel untersucht.

Als touristische Destination ist die Region Mittelmosel von vielfältigen Auswirkungen des Klimawandels betroffen. Eine Verschiebung der Vegetationsperioden, Extremereignisse wie Starkregen oder Hitzeperioden werden das Leben und Wirtschaften in der Region grundlegend verändern. Diese Klimawirkfolgen treffen mit weiteren regionalökonomischen, soziokulturellen und umweltbezogenen Veränderungen zusammen. Daraus gehen Risiken und zum Teil auch Chancen für den Weintourismus und dessen Vermarktung einher. Wie wir in der Studie zeigen, sind Chancen (beispielsweise durch die Verlängerung der Sommersaison durch veränderte Mitteltemperaturen) aber häufig mit Risiken verbunden (beispielsweise für die identitätsstiftende Weinkulturlandschaft und den beliebten charakteristischen Riesling). Beide Aspekte, die Chancen sowie die Risiken zu untersuchen, ist Gegenstand der SWOT Analyse. Sie hat das Ziel, lokale und regionale Akteure des Tourismus sowie der Stadt- und Regionalentwicklung zu sensibilisieren und zu informieren und dazu anzuregen, geeignete Anpassungsstrategien zu entwickeln.

Anpassung an die Auswirkungen des Klimawandels bedeutet, sich mit den Folgen zu befassen, Risiken in verschiedenen Sektoren und Handlungsfeldern zu minimieren und sich auf veränderte klimatische Bedingungen in der Zukunft einzustellen. Im Rahmen dessen sollten konkrete Anpassungsmaßnahmen entwickelt und implementiert werden. Dieser Bericht enthält erste Handlungsempfehlungen. Sie setzen bei der touristischen Vermarktung an, um Chancen wie verlängerte Wärmeperioden oder ein erweitertes Angebotsportfolio nutzen zu können. Zum Minimieren von Risiken empfehlen sich Ansätze wie die Sensibilisierung und Information der Akteur\*innen, sowie konkrete Maßnahmen, bspw. zur Reduktion von Hitzestress. Diese Handlungsempfehlungen sollen nicht zuletzt den Akteur\*innen vor Ort als Leitfaden zur Klimawandelanpassung im Traben-Trarbacher (Wein-)Tourismus dienen. Die Erkenntnisse dieses Berichts dienen als entsprechende Grundlage.



Dieser Bericht basiert auf einer Auswertung relevanter Literatur, der Analyse örtlicher und überregionaler Tourismuskonzepte sowie mehreren qualitativen Interviews mit Akteur\*innen vor Ort. Er bildet eine Basis für die weitere Projektarbeit und soll dabei helfen, sektorenübergreifende, langfristige und ganzheitliche Anpassungsstrategien zu entwickeln.



## Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Abbildungsverzeichnis</b>  | <b>V</b>  |
| <b>Tabellenverzeichnis</b>  | <b>V</b>  |
| <b>1 Einleitung</b>   | <b>1</b>  |
| <b>2 Methodische Vorgehensweise</b>   | <b>3</b>  |
| <b>3 Weintourismus</b>  | <b>4</b>  |
| 3.1 Definitionen des Weintourismus .....  | 4         |
| 3.2 Wirtschaftliche Bedeutung des Weintourismus in Deutschland .....                | 6         |
| <b>4 Modellkommune Traben-Trarbach</b>  | <b>7</b>  |
| 4.1 Der Weintourismus in Traben-Trarbach.....                                       | 8         |
| 4.1.1 Die weintouristische Saison .....   | 8         |
| 4.1.2 Organisatorische Einbettung des Tourismus in Traben-Trarbach .....            | 10        |
| 4.1.3 Zielgruppen und Nachfragestrukturen .....                                     | 11        |
| 4.1.4 Touristische Angebote .....   | 12        |
| 4.2 Wirtschaftliche Entwicklung des Weintourismus in Traben-Trarbach.....           | 13        |
| <b>5 Der Weintourismus im Klimawandel</b>   | <b>14</b> |
| 5.1 Klima(-Wandel) und Tourismus .....  | 15        |
| 5.2 Klimawandelfolgen für den (Wein-)Tourismus in Traben-Trarbach .....             | 16        |
| 5.2.1 Direkte Klimawandelfolgen für den (Wein-)Tourismus in Traben-Trarbach.....    | 16        |
| 5.2.2 Indirekte Klimawandelfolgen für den (Wein-)Tourismus in Traben-Trarbach ..... | 19        |
| <b>6 SWOT–Analyse</b>   | <b>22</b> |
| <b>7 Diskussion der Ergebnisse</b>  | <b>24</b> |
| 7.1 Risiken minimieren .....  | 24        |
| 7.2 Chancen nutzen .....  | 25        |
| 7.3 Ausblick.....   | 26        |
| <b>8 Fazit</b>  | <b>27</b> |
| <b>Literatur</b>  | <b>28</b> |



## Abbildungsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Abbildung 1: Synergien zwischen Weinbau und Tourismus .....                                 | 6  |
| Abbildung 2: Saisonale Verteilung des Tourismus Traben-Trarbachs .....                      | 9  |
| Abbildung 3: Blaualgenteppich auf der Mosel in Traben-Trarbach 2020.....                    | 18 |
| Abbildung 4: Auswirkungen des Klimawandels im Wirkungsgefüge Weinbau-Weintourismus<br>..... | 21 |

## Tabellenverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Tabelle 1: Einbindung Traben-Trarbachs in die rheinland-pfälzischen Tourismusstrukturen<br>und -strategien ..... | 10 |
| Tabelle 2: Entwicklung touristischer Kennzahlen in Traben-Trarbach. ....   | 14 |
| Tabelle 3: SWOT-Matrix Weintourismus in Traben-Trarbach.....   | 23 |



## 1 Einleitung

Die vorliegende Studie wurde im Rahmen des Projekts „Mosel-AdapTiV – Klimawandel und Anpassungshandeln von Weinbau und Tourismus in einer Moselkommune“ erstellt. Als Verbundvorhaben zwischen der Universität Trier und der Stadt Traben-Trarbach befasst sich Mosel-AdapTiV mit der Anpassung an Klimawandelfolgen im Weinbau und Tourismus. Dieser Bericht dient dazu, Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Weintourismus an der Mittelmosel im Kontext klimawandelbedingter Betroffenheiten zusammenzustellen. Basierend auf dieser Status-Quo Analyse sollen anschließend mögliche Handlungsfelder für Klimawandelanpassung im Tourismussektor identifiziert werden.

Zwischen dem Tourismussektor und dem voranschreitenden Klimawandel besteht ein enger Zusammenhang. Einerseits trägt das globale Reiseverhalten zu knapp 5% der energiebedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen bei (Ruhanen, 2012). Andererseits ist der Tourismus sehr klimasensibel, da die naturräumlichen Gegebenheiten für die touristische Inwertsetzung von Regionen genutzt werden (Strasdas & Zeppenfeld, 2016). Die klimawandelbedingten Betroffenheiten im Tourismus variieren dementsprechend stark und weisen regionalspezifische Ausprägungen auf.

Es wird erwartet, dass sich der Klimawandel langfristig vor allem auf die Auswahl touristischer Destinationen auswirkt. Reisegebiete werden sich voraussichtlich temperaturbedingt in höhere Breiten und Lagen verschieben. Mit voranschreitendem Klimawandel ist außerdem damit zu rechnen, dass Touristen aus gemäßigten Klimazonen (z.B. Nordeuropa), die derzeit den internationalen Reiseverkehr dominieren, ihren Urlaub verstärkt im Heimatland verbringen werden, um die neuen klimatischen Möglichkeiten ihrer näheren Umgebung zu nutzen. Klimawandelbedingt kann es ebenfalls zu Verschiebungen der Tourismussaison kommen, da möglicherweise mehr Reisen in der Neben- oder Wintersaison stattfinden können (UNWTO & UNEP, 2008b).

Es existieren derzeit noch keine Studien, die eindeutig belegen, dass Reiseverhalten und Reiseströme in Deutschland durch klimawandelbedingte Einflüsse verändert werden. Dennoch ist davon auszugehen, dass großräumige klimatische Veränderungen sich langfristig im Reiseverhalten widerspiegeln werden, beispielsweise wenn Urlauber\*innen regelmäßig negative Erfahrungen mit den lokalklimatischen Veränderungen machen (Umweltbundesamt, 2019). Herausfordernd ist dabei, dass eine hohe Unsicherheit darüber besteht, zu welchen Klimawandelfolgen es kommt. Denn der Klimawandel verläuft weder linear noch kontinuierlich, was Anpassungshandeln erschwert.



Daher ist es nicht verwunderlich, dass trotz zu erwartender langfristiger Verschiebungen im Reiseverhalten touristische Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel noch am Anfang stehen. Statt einer systematischen und strategischen Anpassung im Tourismus, sind vor allem reaktive Maßnahmen auf die heute schon auftretenden Klimaveränderungen zu beobachten (Strasdas & Zeppenfeld, 2016). Es wird argumentiert, dass touristische Akteure zumeist nur auf unmittelbare Notwendigkeiten, also auf punktuell oder mit zunehmender Häufigkeit auftretende Wetterereignisse und deren Folgen reagieren, anstatt diese im Kontext des Klimawandels zu sehen.

In Deutschland variiert die klimawandelbedingte Betroffenheit der Urlaubsregionen stark, weshalb eine systematische und langfristige Erfassung der Folgen sowie Anpassung im Tourismus dringend geboten ist (Umweltbundesamt, 2020). Dies gilt auch für die Moselregion – eine der beliebtesten Urlaubsdestinationen Deutschlands. Obwohl Klimawandelfolgen in der Moselregion bereits mess- und spürbar sind, spielt Klimawandelanpassung in offiziellen touristischen Konzepten noch keine große Rolle. Eine stärkere Berücksichtigung des Klimawandels in der langfristigen strategischen Aufstellung scheint somit notwendig.

Die relativ starke Abhängigkeit vieler Kommunen vom Tourismus (dwif-Consulting GmbH, 2017) macht eine stärkere Berücksichtigung des Klimawandels und seinen Folgen, gerade in der strukturschwachen Region der Mittelmosel, besonders relevant. Da das touristische Angebot und die Vermarktung der Moselregion eng mit dem Weinbau und der weinbaulichen Kulturlandschaft verwoben sind, sprechen wir in unseren Berichten von „Weintourismus“. Wie bereits an anderer Stelle diskutiert (Niewind, 2021), ist der Weinbau eine klimasensible Kulturtechnik. Die Veränderungen im Weinbau werden sich mittel- und langfristig auch auf die Tourismusbranche auswirken. Daher bestehen zwischen den Klimavulnerabilitäten der beiden Sektoren Weinbau und Tourismus direkte und indirekte Abhängigkeiten. Der vorliegende Bericht leistet einen ersten Beitrag, um diese Wechselwirkungen zu erfassen.

Die Notwendigkeit, sich reflexiv mit den Unwägbarkeiten der Zukunft zu beschäftigen, wird auch durch die Corona-Pandemie verdeutlicht. Sie stellt ein Beispiel für eine krisenhafte Disruption des Tourismus dar (Hall et al., 2020). Der Klimawandel ist, wenn auch von anderer Form, Dauer und zeitlicher Dringlichkeit, ebenfalls eine Disruption, die den Tourismussektor zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird und somit Handlungsbedarf erzeugt (UN-WTO & UNEP, 2008a).

Im Zentrum dieser Studie steht die im Projekt Mosel-AdapTiV kooperierende Stadt Traben-Trarbach – eine überregional bekannte Tourismusdestination im rheinland-pfälzischen Land-





kreis Bernkastel-Wittlich. Die an der Mittelmosel gelegene Kleinstadt mit weinbaulicher Prägung ist Verwaltungssitz der gleichnamigen Verbandsgemeinde. Gegenwärtig beheimatet die Stadt Traben-Trarbach etwa 5.600 Einwohnern auf einer Fläche von 31,35 km<sup>2</sup>. Innerhalb des Stadtgebiets wird auf 135ha Wein angebaut.

Um mögliche Handlungsfelder für Klimawandelanpassung im Traben-Trarbacher Tourismussektor zu identifizieren, müssen zunächst die Ausgangslage und die klimawandelbedingten Betroffenheiten ermittelt werden. Hierfür werden zuerst die allgemeinen Zusammenhänge zwischen Weinbau und touristischer Inwertsetzung im Weintourismus dargestellt. Anschließend werden Ausprägung und Bedeutung des Weintourismus in Traben-Trarbach betrachtet. Die Analyse der Klimawandelfolgen, aus der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Weintourismus in Zeiten des Klimawandels abgeleitet werden, schließt sich im Folgenden an. Abschließend werden aus diesen Ergebnissen Handlungsempfehlungen abgeleitet, um zukünftig Risiken zu minimieren und Chancen nutzen zu können.

Die innerhalb dieser Studie erlangten Erkenntnisse dienen als Grundlagen für die Erarbeitung eines Leitfadens zur Klimaanpassung des Weintourismus in Traben-Trarbach. Ebenfalls bauen konkrete im Projekt verankerte Maßnahmen auf dieser Studie auf. Hierzu zählen z.B. die Erarbeitung eines Moduls zur Weiterbildung von Gästeführer\*innen sowie die Errichtung eines Klimawandel-Weinlehrpfades in Traben-Trarbach.

## 2 Methodische Vorgehensweise

In dieser Studie werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Traben-Trarbacher Weintourismus im Kontext des Klimawandels in den Blick genommen. Dafür wird die Methodik der SWOT-Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) angewendet, da sie die Möglichkeit bietet, „*relativ schnell eine pointierte Übersicht über eine komplexe Situation zu erhalten*“ (Wollny & Paul, 2015). Die SWOT-Analyse hat ihren Ursprung in der Betriebswirtschaftslehre und kommt daher häufig im strategischen Management und in der Bewertung von Unternehmen zur Anwendung, wird jedoch auch zunehmend in anderen Disziplinen verwendet. In der Raum- und Umweltplanung beispielsweise, wird sie eingesetzt, um „*systematische Grundlagen für planerische / politische Entscheidungen zu schaffen*“ (Diller, 2010 in: Wollny & Paul, 2015).

In der Raumentwicklung werden insbesondere ergebnisoffene Fragestellungen oder Konzepte, die eine klare Zielrichtung aufweisen (z.B. Ressourcenschonung oder Anpassung an den



Klimawandel, adressiert. Zur Bewertung der Ausgangslage oder Situation eines Unternehmens, Sektors oder einer Gebietskörperschaft, werden im Rahmen einer SWOT-Analyse die internen Faktoren (Stärken und Schwächen) den externen Faktoren (Chancen und Risiken) gegenübergestellt. Die SWOT-Analyse kann außerdem dafür genutzt werden, zukünftige Handlungsoptionen zu entwickeln (Wollny & Paul, 2015).

Die vorliegende SWOT-Analyse des Traben-Trarbacher Weintourismus wurde mit Hilfe eines Mixed-Method Ansatzes, bestehend aus einer umfassenden Literaturrecherche, einer Webseitenanalyse und qualitativen Interviews mit Akteur\*innen, erarbeitet. Im Rahmen der Analyse wurden die internen Faktoren (Stärken und Schwächen) des Traben-Trarbacher Weintourismus identifiziert und mit den externen Faktoren (Chancen und Risiken) in Relation gesetzt. Die externen Faktoren stellen in diesem Fall die Auswirkungen des Klimawandels auf den Traben-Trarbacher Weintourismus dar. Zur Bestimmung der Faktoren wurde wie folgt vorgegangen:

Im ersten Schritt wurde die Literatur zu den Themen Weintourismus und Klimawandelforschung im Tourismus ausgewertet. Darauf aufbauend erfolgte eine Analyse von 23 Webseiten ansässiger touristischer Akteure, hierunter auch viele Weingüter. Ziel hierbei war es, die aktuellen Weintourismusangebote in Traben-Trarbach herauszuarbeiten. In einem dritten Schritt fanden Interviews mit lokalen Schlüsselakteuren hinsichtlich ihrer Wahrnehmung des Klimawandels und dessen Auswirkungen auf den Weintourismus statt. Folgende Fragen standen bei diesen Gesprächen im Vordergrund:

- Vor welchen generellen Herausforderungen steht der Tourismus in Traben-Trarbach?
- Was sind Ihre bisherigen Berührungspunkte mit dem Thema Klimawandel?
- Was verbinden die Schlüsselakteure mit dem Thema Anpassung?
- Welche Schritte sind notwendig, um den Weintourismus zukunftsfähig zu gestalten?

## 3 Weintourismus

Zur umfassenden Analyse des Weintourismus in Traben-Trarbach und der klimawandelbedingten Chancen und Risiken ist zunächst eine Begriffsdefinition notwendig. Im Folgenden wird neben der Erläuterung verschiedener konzeptioneller Zugänge zum Weintourismus auch seine wirtschaftliche Bedeutung innerhalb des Tourismussektors vorgestellt.

### 3.1 Definitionen des Weintourismus

Der Begriff „Weintourismus“ ist in der Tourismusforschung nicht klar eingegrenzt. Hall (2000) definiert Weintourismus als *„tourism activity influenced by the physical, social and cultural*



*dimensions of the winescape and its components*“. Darüber hinaus versteht die Winemaker's Federation of Australia Weintourismus als „*visitation to wineries and wine regions to experience the unique qualities of contemporary lifestyle associated with the enjoyment of wine at its source – including wine and food, landscape and cultural activities*“ (Winemakers federation of Australia, 2001 in: Dreyer, 2010). In Ergänzung dazu verweist Getz auf die Bedeutung der Direktvermarktung. Er definiert Weintourismus als „*travel related to the appeal of wineries and wine country, a form of niche marketing and destination development and an opportunity for direct sales and marketing on the part of the wine industry*“ (Getz, 2002 in: Dreyer, 2010).

Diese Definitionsansätze beinhalten ähnliche Kernaussagen, aus denen allgemeingültige Eigenschaften des Weintourismus formuliert werden können. Dazu gehören vor allem das Erleben der Weinregion als primäres Reisemotiv (Landschaft), der allgegenwärtige Bezug zum Produkt Wein in den touristischen Angeboten sowie Kooperation verschiedener Akteure aus Weinbau und Tourismus (Rein & Schuler, 2012). Das Zusammenwirken von Weinbau und Tourismus äußert sich zum Beispiel in der charakteristischen Saisonalität des Weintourismus: Eine weintouristische Saison orientiert sich an der Vegetationszeit der Reben und erstreckt sich somit in Deutschland und an der Mosel vorrangig über den Zeitraum von Mai bis Ende Oktober, wobei die Monate der Traubenlese im September und Oktober besonders beliebte Reisezeiten sind. Doch auch außerhalb dieser Kernsaison gibt es Möglichkeiten, Touristen anzuziehen, indem zum Beispiel jahreszeitlich angepasste, weinbezogene Events veranstaltet werden (Dreyer, 2010 nach: Getz 2000; Mertesdorf 2003; Mitchell & Hall, 2002). Diese Beispiele lassen erkennen, dass Weinbau und Tourismus voneinander abhängig sind, sich gegenseitig bedingen und von verschiedenen Synergieeffekten profitieren (siehe Abbildung 1). Die von den Winzer\*innen bewirtschaftete Weinkulturlandschaft weckt das Interesse der Reisenden, was wiederum von Tourismusakteuren zur Vermarktung und Image-Generierung der Region genutzt wird. Hierdurch steigt die Zahl der Reisenden und im Tourismus kann mehr Umsatz erzeugt werden. Dieser Effekt wird wiederum von Weinbauern genutzt, um durch touristische Angebote zusätzliche Einnahmen zu erwirtschaften (Dreyer, 2010) nach Antz et al., 2006).



Abbildung 1: Synergien zwischen Weinbau und Tourismus (eigene Darstellung nach Kagermeier 2011)

Zur optimalen Nutzung dieser Synergieeffekte ist es notwendig, dass die Weinbau- und Tourismusakteure eng zusammenarbeiten. Denn nur auf diese Weise kann ein authentisches, regionaltypisches und dauerhaftes weintouristisches Angebot aufgebaut werden, was schließlich zu einer erfolgreichen touristischen Vermarktung der gesamten Region führt (Dreyer, 2011).

Die Möglichkeiten zur Kooperation zwischen Weinbau und Tourismus sind vielfältig und ergeben sich aus der „Verknüpfung privater und öffentlicher Handlungen, Institutionen und Kompetenzen, sowie durch die gemeinschaftliche Durchführung von Aktivitäten“ (Hohm, 2004 in: Dreyer 2010). Die hierbei entstehenden Stakeholder-Netzwerke umfassen dabei alle Akteure des Weintourismus, wobei jeder seine spezifischen Kernkompetenzen in das Netzwerk einbringt. So sind beispielsweise die Weingüter für die Landschaftspflege verantwortlich, da der charakteristische Kulturraum ein wichtiges Kernelement der Weinregion darstellt. Weingüter sind also ein wichtiges Element des Weintourismus. Durch die Zusammenarbeit zwischen Weingütern und Reiseveranstaltern wird außerdem der Weinverkauf durch Tourismusangebote gesteigert. Ebenfalls bedeutend sind die Beherbergungsbetriebe, die den Touristen Übernachtungsmöglichkeiten und regionale Informationen bieten. Weitere bedeutende Stakeholder sind Tourist-Informationen, Restaurants, der regionale Handel und öffentliche Institutionen (Dreyer, 2011 nach Walton 2007). Eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Gestaltung des Weintourismus einer Destination ist, dass sich touristische und weinbauliche Akteure ihrer gegenseitigen Abhängigkeiten bewusst sind bzw. werden.

### 3.2 Wirtschaftliche Bedeutung des Weintourismus in Deutschland

Neben einem generellen Bedeutungszuwachs des Tourismus für die deutsche Wirtschaft (Statistisches Bundesamt [Destatis], 2021) nahm innerhalb des Tourismussektors auch die Bedeutung des Weintourismus über die letzten Jahre stetig zu (Rüdiger et al., 2015; Tafel & Szolnoki,



2019). Laut einer Studie der Hochschule Geisenheim in Kooperation mit dem Deutschen Weininstitut (Szolnoki et al., 2019) besuchten im Jahr 2019 ca. 46 Millionen Menschen die 13 deutschen Weinanbaugebiete, wo sie einen Umsatz von rund 5,5 Mrd. Euro, allein durch Übernachtungsaufkommen, generierten. Die gesamten in den Weinregionen durch touristische Angebote generierten Umsätze beliefen sich auf rund 30 Mrd. Euro. Um diesen Wert innerhalb des deutschen Tourismus einordnen zu können, kann als grober Vergleichswert der touristische Gesamtkonsum in Deutschland in Relation gesetzt werden. Der Umsatzanteil des Weintourismus entspräche hierbei rund 6% des touristischen Gesamtkonsums von 479,4 Mrd. Euro an direkten und indirekten in Deutschland erbrachten Angeboten und Produkten im Jahre 2019 (Destatis, 2021).

Eine Studie, die den Tourismus als Wirtschaftsfaktor für die Region Mosel im Jahr 2016 untersuchte, verdeutlicht die Wichtigkeit des Tourismus speziell für diese Region. Die rund 28 Mio. erfassten Besucher (hierunter sowohl Tages- als auch Übernachtungsgäste) generierten einen Bruttoumsatz von 1,263 Mrd. Euro (dwif-Consulting GmbH, 2017). Ebenfalls wird betont, dass der Tourismus als klassische Querschnittsbranche auch positive Aspekte für Wirtschaftsbereiche mit sich bringt, die nicht direkt an der Erstellung touristischer Angebote beteiligt sind, bspw. Einzelhandel, regionale Zulieferer und Produzenten sowie Handwerksbetriebe. Die Steuereinnahmen aus direkten und indirekten touristischen Umsätzen stellen somit einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung öffentlicher Haushalte dar (ebd.).

## 4 Modellkommune Traben-Trarbach

In diesem Teil der Studie steht die Analyse des Traben-Trarbacher Weintourismus im Fokus. Die im Projekt Mosel-AdapTiV kooperierende Kleinstadt Traben-Trarbach ist Sitz der gleichnamigen Verbandsgemeinde (VG) im Landkreis Bernkastel-Wittlich und befindet sich an der Mittelmosel. Sie beheimatet gegenwärtig etwa 5.600 Personen auf einer Fläche von 31,35km<sup>2</sup>. Sowohl hinsichtlich des natürlichen als auch des Wanderungssaldos weist die Bevölkerungsentwicklung negative Werte auf. Ebenfalls kann ein, verglichen mit anderen Gemeinden ähnlicher Größe, überdurchschnittlich hoher Anteil an Personen über 65 Jahren (26,8%) festgestellt werden (statistik.rlp.de).

Auf Ebene der VG wird der ländliche Charakter der Region unter Betrachtung der Flächennutzung ersichtlich. Den größten Anteil an der Gesamtfläche von 204,6km<sup>2</sup> nimmt Vegetation (87,9%), davon insbesondere Wald (56,5%) ein. Beide Anteilswerte liegen höher als in rheinland-pfälzischen Verbandsgemeinden (VG) gleicher Größenklasse. Das Gegenteil gilt für die



landwirtschaftlich genutzten Flächen, die sich auf einen Anteil von 27% (55,27km<sup>2</sup>) an der Gesamtfläche belaufen (Durchschnittswert für VG gleicher Größenklasse: 39,9%) (ebd.). Hierbei sind es besonders die weinbaulich genutzten Hangflächen in den Gemeinden entlang der Mosel, die das Landschaftsbild prägen (Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz Referat Freiraumsicherung, Kulturlandschaften, 2013).

Der Anteil der für Industrie- und Gewerbeansiedlungen genutzten Flächen beläuft sich 2020 auf 0,8% (VG gleicher Größenklasse: 1,1%) der Gesamtfläche – dies entspricht 1,6 km<sup>2</sup>. Kleinstbetriebe mit bis zu zehn Beschäftigten bilden mit einem Anteil von 89% die Mehrheit der insgesamt 811 ansässigen Betriebe in der VG Traben-Trarbach (statistik.rlp.de). Die Relevanz des Tourismussektors für die wirtschaftliche Leistung in der VG wird durch den hohen Anteil an Gastgewerbe sowie eine hohe Zahl von Übernachtungsbetrieben (verglichen mit VGs gleicher Größenklasse) deutlich (Niewind, 2021).

## 4.1 Der Weintourismus in Traben-Trarbach

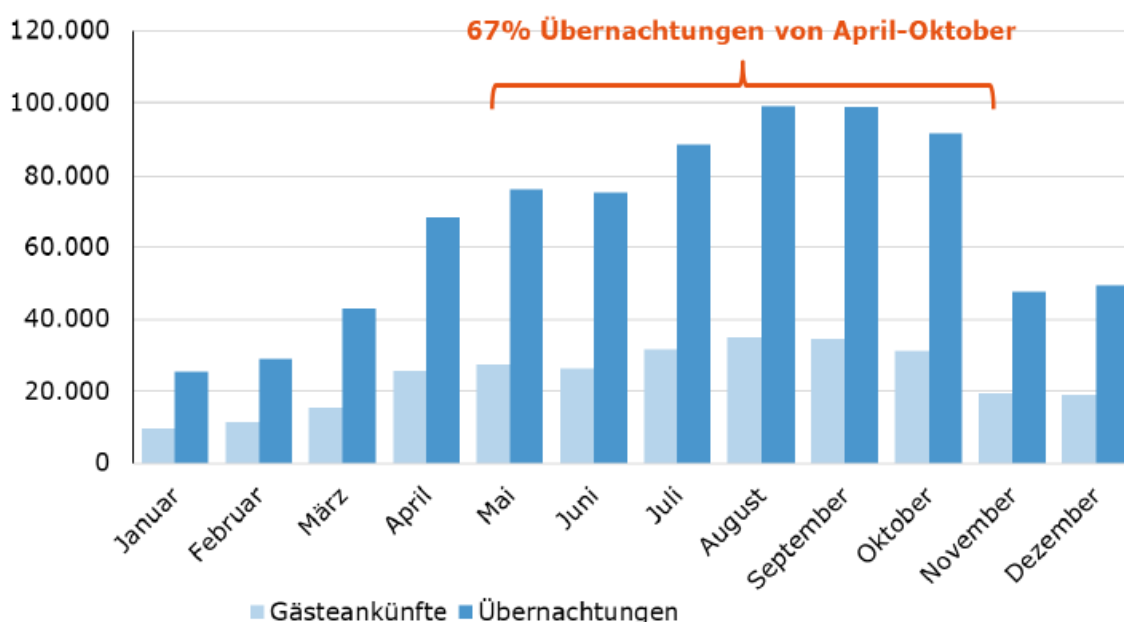
Die Geschichte der Stadt Traben-Trarbach ist eng mit dem Weinbau verbunden. Vor allem Ende des 19. bis Anfang des 20. Jahrhundert war die Stadt ein bedeutender Weinumschlagsplatz, an dem über 50% des deutschen Weins vermarktet wurden. Zu dieser Zeit existierten in Traben-Trarbach über 100 Weingüter, Kellereien und Großhandlungen (Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz, 2012).

Sowohl der Wein als auch die weinbauliche Kulturlandschaft und Historie des Weinbaus stehen heute im Fokus der touristischen Vermarktung. Die besondere Lage der Stadt, ihre Geschichte als bedeutender Weinumschlagsplatz und der damit einhergehende Wohlstand führten dazu, dass Traben-Trarbach als touristische Destination diverse Alleinstellungsmerkmale aufweist. Durch die Inwertsetzung dieses Potenzials konnte sich Traben-Trarbach zu einem überregional bedeutenden Urlaubs- und Ausflugsziel an der Mosel entwickeln (Fenzl, 2004).

### 4.1.1 Die weintouristische Saison

Die touristische Saison in Traben-Trarbach startet im Frühjahr, mit Beginn der verlängerten Wochenenden zu Ostern und den folgenden gesetzlichen Feiertagen. Diese eignen sich besonders für Kurzreisen, welche das touristische Geschäft in Traben-Trarbach bestimmen (Stadt Traben-Trarbach, 2016). Innerhalb der ab Juli beginnenden Sommersaison kann ein zusätzlicher Besucheranstieg in den Monaten August und September festgestellt werden (Schumacher, 2014). Im Oktober endet die Hauptsaison mit Beginn der Traubenlese und findet in Weinfesten ihren Abschluss.

Vor dem Jahr 2010 endete die touristische Saison typischerweise zum November und startete erst wieder mit den verlängerten Wochenenden im folgenden Frühjahr. Mit der Einführung des „Mosel-Wein-Nachts-Marktes“ konnte die Saison in den Winter verlängert werden. Während der „Wein-Nachts-Markt“ durchaus den Charakter eines typischen Weihnachtsmarktes hat, spiegelt sich seine Besonderheit im Wortspiel des Namens wider: Der Wein spielt auch hier eine zentrale Rolle, sowohl beim Ausschank lokalen Winzerglühweins als auch beim Austragungsort des Marktes. Schauplatz sind die zahlreichen miteinander verbundenen Weinkeller Traben-Trarbachs, die als „Traben-Trarbacher Unterwelt“ vermarktet werden. Die folgende Abbildung illustriert die saisonale Entwicklung der Besucher- und Übernachtungszahlen in Traben-Trarbach.



© BTE 2019; Datenquelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2019

Abbildung 2: Saisonale Verteilung des Tourismus Traben-Trarbachs. Quelle: (Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach-Kröv, 2019b)

Durch die Etablierung des „Wein-Nachts-Markts“ konnte in den Wintermonaten eine zusätzliche touristische Saison geschaffen werden. In diesem Zeitraum reisen jährlich ca. 150 000 Besucher\*innen aus Deutschland und den Nachbarländern nach Traben-Trarbach. Auch die Gruppe der Tagestouristen wird durch den Weihnachtsmarkt angesprochen, wovon auch die Gastronomiebetriebe in und um Traben-Trarbach profitieren können. Aufgrund des Erfolges wird der Weihnachtsmarkt mittlerweile über Silvester hinaus veranstaltet, was zu einer weiteren Verlängerung der touristischen Saison führt. Aus dieser Entwicklung heraus ergibt sich für die lokalen Akteure aus Tourismus, Gastronomie, Hotellerie und Weinbau ein gesteigertes Wertschöpfungspotential.



#### 4.1.2 Organisatorische Einbettung des Tourismus in Traben-Trarbach

In Traben-Trarbach ist der Tourismus über mehrere räumliche Ebenen und Institutionen hinweg organisiert, wie es typischerweise in ländlichen Regionen der Fall ist. Oberste Instanz auf Länderebene ist die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) mit Sitz in Koblenz. Als Landes-Marketing-Organisation steht sie mit allen regionalen Gesellschafter\*innen im Austausch und gibt Schwerpunkte vor. Die Mosellandtouristik GmbH ist Gesellschafterin der RPT und zuständig für die gesamte Urlaubsregion Mosel. Unter dem Markendach der Mosellandtouristik GmbH stehen zwischen Koblenz und Saarburg die Tourist-Informationen aus drei Landkreisen, zehn Verbandsgemeinden und zwei Kreisstädten. Als rahmengebende Instanzen, deren Einfluss lokal aber nur indirekt präsent ist, sind außerdem die Ebene des Bundes sowie der EU zu nennen, deren Vorgaben im Weinbau sich bis in die einzelnen Destinationen ziehen. Details hierzu finden sich in einer im Rahmen des Projekts Mosel-Adaptiv erstellten Analyse der Akteursstrukturen im Traben-Trarbacher Weintourismus.

Auf städtischer Ebene verfügt Traben-Trarbach über eine eigene Tourist-Information, welche für die Gästebetreuung, Reservierungen, Gästeführungen und Veranstaltungen zuständig ist. Die Tourist-Information wird von der Stadt als „freiwillige kommunale Ausgabe“ betrieben. Zusätzlich wurde im Jahr 2019 der Tourismusverband Moselregion Traben-Trarbach – Kröv (TZV) mit Sitz in Traben-Trarbach gegründet. Als übergeordnete Instanz ist der TZV auf Ebene der VG für die Marketing- und Vertriebsaktivität im Tourismusbereich zuständig. Hierdurch soll die überregionale Vermarktung und Positionierung als Ferienregion gestärkt werden (Stadt Traben-Trarbach, 2016).

| Ebene                        | Organisation   | Konzept  | <b>Tourismuszweckverband Rheinland-Pfalz:</b><br>zentrale Informationsplattform der touristischen Akteure und Partner in Rheinland-Pfalz (Website betrieben durch Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH) |
|------------------------------|--|--|---|
| <b>Rheinland-Pfalz</b>       | Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Koblenz  | Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 (2018)                   |   |
| <b>Region Mosel</b>          | Mosellandtouristik GmbH, Bernkastel-Kues   | Mosel Faszination Urlaub – Tourismusstrategie Mosel 2025 (2020)  |   |
| <b>VG Traben-Trarbach</b>    | Tourismusverband Moselregion Traben-Trarbach Kröv (TZV), Traben-Trarbach             | Tourismuskonzept für die Moselregion Traben-Trarbach-Kröv (2019) |   |
| <b>Stadt Traben-Trarbach</b> | Tourist-Information Traben-Trarbach, Traben-Trarbach (Rechtsträger: Stadtverwaltung) | Tourismuskonzept der Stadt Traben-Trarbach 2018-2023 (2016)      |   |

Tabelle 1: Einbindung Traben-Trarbachs in die rheinland-pfälzischen Tourismusstrukturen und -strategien (Quelle: eigene Darstellung)

Wie in Tabelle 1 ersichtlich wird, liegen auf allen Organisationsebenen in Rheinland-Pfalz Konzepte zur Entwicklung des Tourismus vor. Anpassung an Klimawandelfolgen spielen in diesen





offiziellen touristischen Konzepten jedoch noch keine Rolle. Dies ist vermutlich der Tatsache geschuldet, dass die Notwendigkeit einer langfristigen Klimaanpassung hier auf relativ kurze Planungshorizonte von fünf bis sieben Jahren trifft (Matthes et al., 2013; Rein & Strasdas, 2017).

#### 4.1.3 Zielgruppen und Nachfragestrukturen

Das von der Stadt Traben-Trarbach erstellte Tourismuskonzept für den Zeitraum 2018 bis 2023 definiert sowohl die touristischen Themenschwerpunkte des Destinationsmarketings als auch die Zielgruppen, die dadurch angesprochen werden sollen. Der Weintourismus steht in diesem Konzept weiterhin im Fokus der touristischen Ausrichtung: *„Wein und Gastronomie steht für viele Gäste in einem festen Zusammenhang mit der Mosel und eine Bespielung dieses Themfeldes wird von den Gästen erwartet und bindet sie an die Urlaubsregion“* (Stadt Traben-Trarbach, 2016). Im Rahmen der touristischen Vermarktung wird auf der Webseite Traben-Trarbachs immer wieder Bezug zu folgenden Themenschwerpunkten genommen: „WeinGenuss“ (Wein und Kulinarik), „NaturAktiv“ (Wandern und Radfahren), „KulturEreignis“ (Kultur) sowie „LosLassen“ (Wellness).

Diese Schwerpunkte lassen erkennen, dass die touristische Vermarktung auf die (u.a. von der RPT) festgelegten Zielgruppen „aktive Naturgenießer“, „reifere Natur- und Kulturliebhaber“ sowie „Kleinstadt-Genießer“ abzielt (Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach-Kröv, 2019). Diese Zielgruppen werden aktiv beworben und angesprochen. Größtenteils handelt es sich aber auch um Stammgäste, welche die Region auch ohne weitere Werbung seit Jahren wiederholt besuchen. Trotz dieser klar definierten Hauptzielgruppen kommt es in Traben-Trarbach neuerdings zu leichten Veränderungen in der touristischen Klientel. Während die Gruppe der über 60-Jährigen vormals am stärksten vertreten war, stellen mittlerweile 40 bis 50-Jährige den größten Anteil an Reisenden. Diese zeichnen sich vor allem durch einen höheren Bildungsstand und ein vergleichsweise hohes Einkommen aus. Gründe für diese Verschiebung sind, neben einer verbesserten Etablierung der Moselregion innerhalb des deutschen Weintourismus, auch eine wachsende Affinität gegenüber dem Produkt Wein in der Bevölkerung. Die steigende Weinqualität und das Image des Weins als Trendprodukt führen dazu, dass mehr Menschen Wein konsumieren und sich für weinbauliche Themen interessieren.

Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den psychographischen Charakteristika der Traben-Trarbacher Weintouristen wider. Ihre Reisemotivation begründet sich vor allem in starkem Interesse an dem Produkt Wein und dem Weinanbaugebiet. Neben dem Streben nach neuen



Erfahrungen, Erkenntnissen und Wissen bezüglich Wein und Weinbau spielt hierbei auch der persönliche Kontakt zu den Winzer\*innen eine wichtige Rolle (Rüdiger et al., 2015).

Die Nachfragestrukturen im Weintourismus werden, neben den Charakteristika der Touristen vor Ort, auch durch allgemeine touristische Trends bestimmt. Dies zeigt sich in Traben-Trarbach z.B. in einer Bedeutungszunahme des Rad- und Wandertourismus verbunden mit dem Wunsch nach einem aktiven, gesunden Lebensstil. Die Zuwächse im Radtourismus wurden in den letzten Jahren durch den anhaltenden Trend der E-Bikes nochmals verstärkt.

Traben-Trarbach stellt eine beliebte Destination für Kurzurlaube dar, wobei sich das Reiseverhalten der verschiedenen Zielgruppen hinsichtlich der Aufenthaltsdauer unterscheidet. Während sie allgemein zwischen zwei und vier Tagen liegt, verweilen jüngere Touristen kürzer in der Region und bereisen sie meist am Wochenende. Besonders während der Sommerferien sind auch zunehmend Familien zu Gast in Traben-Trarbach. Ältere Touristen verweilen deutlich länger und auch außerhalb der Sommerferien, bspw. zur weinbaulichen Lesezeit im September/Oktober in der Region. Vor allem die Gruppe der über 60-Jährigen, zeitlich flexibleren Ruheständler, verweilt bis zu zwei Wochen vor Ort. Diese Gruppe umfasst auch wiederkehrende Stammkunden sowie Touristen, die bereits andere Weinbaugebiete bereisten. Die Größe von Reisegruppen liegt allgemein zwischen zwei und vier Personen.

#### 4.1.4 Touristische Angebote

Die Verknüpfung des Themas Wein mit den Schwerpunkten Natur, Kultur, Architektur, Genuss und Aktivtourismus wird gezielt für die touristische Vermarktung auf Destinationsebene genutzt. Vor allem die Aspekte (Wein)Kultur und Architektur dominieren hierbei (Stadt Traben-Trarbach, 2016). So existieren über 30 Unterweltkeller und mehrere historische Wahrzeichen wie die Burgruine Grevenburg und die Festung Mont Royal. Vor allem die Jugendstilbauten, welche um die Jahrhundertwende entstanden, sind ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal von Traben-Trarbach. Zum kulturellen Angebot gehören ebenfalls diverse Veranstaltungen, die sich größtenteils an der klassischen Weintourismussaison orientieren.

Neben diesen kulturellen Schwerpunkten weist Traben-Trarbach im Bereich Natur- und Aktivtourismus große Potenziale auf. Aufgrund der Wälder, der Weinberge, des Moselufers und der Täler befindet sich die Stadt in einer attraktiven Ganzjahres-Wanderregion. Besonders vorteilhaft ist hierbei die Nähe zum 365 km langen Qualitätswanderweg „Moselsteig“. Dies macht Traben-Trarbach besonders attraktiv für die im Weintourismus große Zielgruppe der Wanderer.



Zur Kombination von Wein und Aktivtourismus gehört außerdem das Radfahren. Der 275 km lange Mosel-Radweg ermöglicht eine große Zahl an Touren in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden, wodurch verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. Eine regionalspezifische Besonderheit ist hierbei die Steillagen-Weinbergs-Tour. Bei dieser kommen auch E-Bikes zum Einsatz, die es älteren Touristen ermöglichen an geführten Radtouren teilzunehmen. Solche eigens auf E-Bikes ausgerichteten Führungen werden in Traben-Trarbach seit 2020 angeboten und fokussieren sich häufig auf die Themen Weinbau und Wein.

Neben diesen Angeboten auf Destinationsebene stellen auch die ortsansässigen Weingüter verschiedene weintouristische Angebote bereit. Eine Webseiten-Analyse von 23 lokalen Weingütern ergab, dass 20 Betriebe Weinverkostungen in Verbindung mit Kellerführungen anbieten. In deutlich geringerer Zahl werden Übernachtungsmöglichkeiten angeboten, bei denen die Ferienwohnung als Art der Unterkunft dominiert. Die Anzahl der bereitgestellten Wohnungen reicht dabei von einer bis zu fünf pro Gastgeber. 35 % der untersuchten Weingüter bieten außerdem gastronomische Angebote an. Vorrangig hierbei ist die Straußwirtschaft, die sich durch ihre begrenzten Öffnungszeiten auszeichnet. Ebenfalls vorzufinden sind einige Restaurants und Winzercafés. Sechs der 23 untersuchten Weingüter richten außerdem eigene Feste aus, oder nehmen an solchen teil. Auf Ebene der Verbandsgemeinde gibt es (Stand 2019) fünf Vinotheken, beinahe 20 Weinstuben, über 80 Weingüter und eine Vielzahl an Straußwirtschaften (Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach-Kröv, 2019).

## 4.2 Wirtschaftliche Entwicklung des Weintourismus in Traben-Trarbach

Der Weintourismus an der Mosel zeichnet sich, im deutschlandweiten Vergleich, durch einen hohen Anteil an Übernachtungsgästen aus (Tafel & Szolnoki, 2020). Weitere tourismuswirtschaftliche Kennwerte für die Stadt Traben-Trarbach über die letzten 25 Jahre können der folgenden Tabelle entnommen werden.

| Jahr | Betriebe | Betten-Angebot | Gäste  | Übernachtungen | Verweildauer (in Tagen) | Bettenauslastung |
|------|----------|----------------|--------|----------------|-------------------------|------------------|
| 1995 | 35       | 1.642          | 54.546 | 181.985        | 3,3                     | 30,4%            |
| 2000 | 39       | 1.653          | 69.463 | 199.778        | 2,9                     | 33,1%            |
| 2005 | 34       | 1.588          | 60.184 | 160.001        | 2,7                     | 27,6%            |
| 2010 | 33       | 1.610          | 66.106 | 173.646        | 2,6                     | 29,5%            |
| 2015 | 135 (*)  | 1.517          | 72.036 | 193.047        | 2,7                     | 34,9%            |
| 2016 | 128      | 1.515          | 89.783 | 219.301        | 2,4                     | 39,7%            |
| 2017 | 128      | 1.513          | 87.677 | 212.285        | 2,4                     | 38,4%            |



|             |     |       |        |         |     |       |
|-------------|-----|-------|--------|---------|-----|-------|
| <b>2018</b> | 127 | 1.507 | 86.571 | 215.950 | 2,5 | 39,3% |
| <b>2019</b> | 128 | 1.524 | 91.539 | 223.684 | 2,4 | 40,2% |

Tabelle 2: Entwicklung touristischer Kennzahlen in Traben-Trarbach. (\*seit 2014 werden auch Kleinbetriebe statistisch berücksichtigt) (Quelle: eigene Darstellung auf Datengrundlage statistik.rlp.de)

Die Gäste- und Übernachtungszahlen konnten, nach leichter Abnahme in den frühen 2000er Jahren, zwischen 2005 und 2016 einen deutlichen Anstieg verzeichnen und lagen, bis zum Beginn der COVID-Pandemie, auf einem konstant hohen Niveau. Der starke Anstieg der Betriebe zwischen 2010 und 2015 kann mit einer erweiterten statistischen Erfassung, die ab 2014 auch Privatquartiere und gewerbliche Kleinbetriebe mit unter 10 Fremdenbetten berücksichtigt, erklärt werden (statistik.rlp.de). Dieser „graue Markt“ setzt sich aus Ferienwohnungen, Privatzimmern und kleinen Pensionen zusammen, die oft im privaten Nebenerwerb und zum großen Teil auch von Weingütern betrieben werden (Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach-Kröv, 2019). Die generell positive Entwicklung des Tourismus in Traben-Trarbach schlägt sich in der Bettenauslastung, welche seit 2016 deutlich über Grenze für wirtschaftliche Tragfähigkeit von 35% liegt, nieder. Im Vergleich zu anderen rheinland-pfälzischen Ortsgemeinden gleicher Größe wird die relative wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Traben-Trarbach durch die durchschnittliche Zahl von Gästen (16.271 vs. 2.346) und Übernachtungen (39.759 vs. 7.134) pro 1.000 Einwohner deutlich (Niewind, 2021).

In den letzten Jahren hat die wirtschaftliche Bedeutung des Weintourismus für die Weinbranche deutlich zugenommen (Rüdiger & Hanf, 2017). Deutschlandweit erwirtschafteten Weinbaubetriebe im Jahr 2017 durch touristische Angebote etwa 24% ihres Gesamtumsatzes. Entlang der Mosel lag der Anteil des Weintourismus am Gesamtumsatz der Betriebe mit durchschnittlich 32% nochmals deutlich höher (Tafel & Szolnoki, 2020). Hinsichtlich der Betriebsgröße sind es gerade an der Mosel stark vertretene kleine Betriebe (bis 7ha), die durch die Bereitstellung touristischer Angebote bis zu einem Drittel (34%) ihres Umsatzes generieren können (Tafel & Szolnoki, 2019). Betriebe dieser Größenklasse setzen ebenfalls bis zu 70% ihrer Erzeugnisse durch Direktvermarktung ab (Szolnoki & Loose, 2017), wodurch sich besondere Synergien zu touristischen Angeboten, bspw. Weinproben und Straußwirtschaften, ergeben. Dies veranschaulicht die Synergien zwischen Weinbau und Tourismus entlang der Mosel mit besonderer Deutlichkeit.

## 5 Der Weintourismus im Klimawandel

Nach der Darstellung des Weintourismus als touristischen Sektor und dessen Ausprägung in der Modellkommune Traben-Trarbach, wird dieser nun mit den Auswirkungen des Klimawandels



dels in Beziehung gesetzt. Wie stellt sich die Entwicklung des Klimas im Moseltal dar und welchen Einfluss hat dies auf die speziellen Charakteristika der weintouristischen Angebote und Akteure?

## 5.1 Klima(-Wandel) und Tourismus

Zwischen der touristischen Nutzung und der klimatischen Saisonalität einer Region besteht ein enger Zusammenhang (Kaján & Saarinen, 2013). Klimatische Faktoren stellen, zusammen mit den natürlichen Gegebenheiten, wichtige Voraussetzungen für eine touristische Inwertsetzung von Destinationen dar (Scott et al., 2019). So machen Freizeitaktivitäten im Freien meist einen großen Teil des touristischen Angebots aus, weshalb eine hohe Abhängigkeit vom Wetter und den vorherrschenden klimatischen Bedingungen besteht (Umweltbundesamt, 2021). In der Moselregion kommt die im Rahmen dieser Studie erörterte Besonderheit hinzu, dass der sehr klimasensible Weinbau und der Tourismus eng miteinander verwoben sind.

Die Tourismusbranche ist stark vom fortschreitenden Klimawandel betroffen (Strasdas & Zeppenfeld, 2016). Hierbei sind jedoch die konkreten Klimawandelfolgen für den Tourismus in den jeweiligen regionalspezifischen Kontexten schwer abzuschätzen – ein Umstand, der die Entwicklung allgemeingültiger Anpassungsstrategien erschwert (Becken & Hay, 2007). Generell wird zwischen direkten und indirekten Klimawandelfolgen für den Tourismus unterschieden. Zu den direkten klimatischen Auswirkungen zählen vor allem Veränderungen in der Saisonalität. Veränderungen der Dauer und Qualität (bspw. durch Variabilität des Wetters) der touristischen Saison haben Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit zwischen Destinationen sowie die Profitabilität ansässiger Unternehmen (Ruhanen, 2012). Gerade für Regionen in gemäßigten Breiten können sich hierdurch Chancen durch eine verlängerte Saison (Rosselló-Nadal, 2014) und Tourismusformen im Freien, wie bspw. Radfahren, Wandern und Agrartourismus, ergeben (Rein & Schuler, 2012).

Indirekte Auswirkungen betreffen regionale Ökosysteme und somit den touristisch in Wert gesetzten Naturraum. Beispiele hierfür sind Veränderungen in der Wasserverfügbarkeit (bspw. Hoch- und Niedrigwasser sowie Trockenheit und Dürren), Verluste hinsichtlich Biodiversität und Agrarproduktion (besonders relevant im Weintourismus) sowie eine Zunahme von Extremwetterereignissen und damit einhergehenden Infrastrukturschäden (Ruhanen, 2012; Umweltbundesamt, 2021). Die Folgen reichen von einer temporären Unterbrechung der touristischen Nutzung bis hin zu anhaltendem Attraktivitätsverlust einer Destination und stellen somit ein Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung einer Region dar (Ruhanen, 2012; Strasdas & Zeppenfeld, 2016).



## 5.2 Klimawandelfolgen für den (Wein-)Tourismus in Traben-Trarbach

Der Klimawandel hat sowohl direkte als auch indirekte Folgen für den Weintourismus in Traben-Trarbach. Ein bestimmender Faktor ist hierbei der Anstieg der Jahresdurchschnittstemperatur, welcher für den Naturraum Moseltal bei 1,6°C im Vergleich zum ausgehenden 19. Jahrhundert liegt. Dieser führt im engen Talraum der Mittelmosel zu milderem Wintern und besonders hohen Maximaltemperaturen in den Sommermonaten. Letztere resultieren im Zusammenspiel mit einer beobachtbaren Abnahme der Niederschläge in den Sommermonaten zunehmend in Hitzewellen und Dürren (Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen, 2018).

Hinsichtlich der Entwicklung extremer Niederschlagsereignisse können aufgrund der Tatsache, dass deren kleinräumige Erfassung erst seit circa 20 Jahren technisch möglich ist, noch keine statistisch validen Aussagen getroffen werden (ebd.). Zumindest in der Wahrnehmung der Bevölkerung nehmen diese zu. Ebenfalls ist zu bedenken, dass Wetterlagen wie solche, die im Jahr 2021 zu katastrophalen Überschwemmungen in Teilen von Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen führten, klimawandelbedingt häufiger auftreten werden (van der Wiel & Bintanja, 2021).

### 5.2.1 Direkte Klimawandelfolgen für den (Wein-)Tourismus in Traben-Trarbach

Direkte Auswirkungen des Klimawandels auf den Traben-Trarbacher (Wein-)Tourismus werden exemplarisch anhand von zwei klimatischen Entwicklungen und deren Folgen erläutert: häufiger und intensiver auftretende Extremwetterereignisse sowie steigende Durchschnittstemperaturen.

Extremwetterereignisse wie Starkregen, Hagel und Hitzegewitter beeinträchtigen zeitlich begrenzt das touristische Erlebnis vor Ort und schränken Aktivitäten im Freien (Wandern, Radfahren) ein (Becken & Hay, 2007). In der Folge solcher Ereignisse können Schäden an der (touristischen) Infrastruktur verursacht werden. Hiervon sind in Traben-Trarbach besonders häufig Wander- und Radwege betroffen, die größtenteils durch weinbauliche Steillagen verlaufen. Besonders die Steillagen sind jedoch bei Starkregen anfällig für Erosionsereignisse. Auch die Strecke der Moselweinbahn, welche ein wichtiges Verkehrsmittel für Touristen in der Region darstellt, musste schon mehrfach wegen Hochwasser und in Folge erosionsbedingter Massenbewegungen gesperrt werden.

Besonders starke und langanhaltende Regenfälle steigern das Hochwasserrisiko an der Mosel, wie es bspw. im Juli 2021 der Fall war. Die Folgen eines Hochwassers umfassen, neben einer direkten Gefahr für Einwohner und Touristen auch eine Einschränkung touristischer Angebote



auf und an der Mosel (bspw. Wassersport und die Moselpromenade) und gehen mit Schäden an der touristischen Infrastruktur einher (Umweltbundesamt, 2021). In Traben-Trarbach kam es zu Hochwasserschäden an zwei Hotels und Restaurants, die mehrere Wochen schließen mussten.

Eine auf den ersten Blick positive Folge des Klimawandels für Traben-Trarbach ist die Tatsache, dass im Rahmen steigender Durchschnittstemperaturen potentiell mehr Aktivitäten im Freien angeboten werden können (Strasdas & Zeppenfeld, 2016). Allerdings ist hierbei zu bedenken, dass die erreichten Maximaltemperaturen an der Mosel mittlerweile sehr hoch ausfallen (38,6°C im August 2020 in Trier). Dies kann sich negativ auf das touristische Erlebnis auswirken und stellt besonders für gesundheitlich beeinträchtigte Touristen sowie sehr junge und ältere Menschen eine starke körperliche Belastung dar (Becken & Hay, 2007). Diese Belastung steigt besonders während sommerlicher Hitzewellen, die klimawandelbedingt deutlich öfter, länger und mit höheren Temperaturen auftreten werden (Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen, 2018).

In Folge höherer Temperaturen und ausbleibender Niederschläge während der touristischen Saison ist Traben-Trarbach verstärkt von Trockenheit betroffen. Durch diese Trockenheit steigt die Erosionsgefahr und vermehrt auftretendes Geröll schränkt die Nutzung von Wander- und Radwegenetzen entlang der Mosel ein. Hierdurch mussten in der Vergangenheit bereits Wanderwege rund um Traben-Trarbach abgesperrt werden. Ebenfalls musste aufgrund starker Trockenheit das jährliche Feuerwerk, welches üblicherweise ein Highlight des sommerlichen Moselwein-Festivals darstellt, aus Brandschutzgründen bereits mehrfach abgesagt werden.

Langanhaltende Trockenperioden wirken sich auch über den veränderten Wasserhaushalt der Mosel auf den Tourismus aus. Höhere Wassertemperaturen und eine verminderte Fließgeschwindigkeit durch niedrigere Wassermengen beeinträchtigen die Wasserqualität der Mosel. Dies zeigt sich unter anderem im vermehrten Auftreten von Blaualgen. Diese hauptsächlich in stehenden Gewässern vorkommenden Cyanobakterien können bei Kontakt Hautreizungen sowie Magen-Darm-Probleme auslösen und schränken somit den Wassersport in und auf der Mosel ein. Auch optisch vermindern die Algenteppiche die Aufenthaltsqualität entlang der Mosel.



Abbildung 3: Blaualgentepich auf der Mosel in Traben-Trarbach 2020. Quelle: Eigene Aufnahme Mosel-AdapTiV

Eine direkte Einschränkung der Schifffahrt auf der Mosel durch Niedrigwasser war bisher nicht gegeben. Allerdings führte das extreme Niedrigwasser des Rheins im Jahre 2018 dazu, dass sich Schiffe auf der Mosel „stauten“, bis die Fahrt auf dem Rhein fortgesetzt werden konnte. Infolgedessen nahm die Zahl der Flusskreuzfahrten auf der Mosel zu, die als sicher befahrbare Alternative zum Rhein galt.

Bedingt durch die steigenden Temperaturen, Trockenheit und Hitzestress hat sich außerdem die Reife- und Lesezeit des Moselweins deutlich verfrüht (Viguié et al., 2014). Dies bestätigt auch der ortansässige Winzer Bernd Thomas: Im Gegensatz zu den Aufzeichnungen von vor 100 Jahren, wird der Wein aktuell etwa vier Wochen früher gelesen. Dies geht mit einer Verschiebung der touristischen Hauptsaison einher, ermöglicht aber gleichzeitig, durch wärmere Temperaturen im Frühjahr und im Herbst, eine potenziell verlängerte Saison. Weitere Klimawandelfolgen im Weinbau, die sich indirekt auf den Tourismus in Traben-Trarbach auswirken, werden im Folgenden näher erläutert.





### 5.2.2 Indirekte Klimawandelfolgen für den (Wein-)Tourismus in Traben-Trarbach

Der Weinbau zeichnet sich durch eine, im Vergleich mit anderen landwirtschaftlichen Nutzungsformen, sehr hohe Empfindlichkeit gegenüber klimatischen Veränderungen aus (Jones und Webb, 2010). Im Zuge des Klimawandels können sich Veränderungen in der agrarischen Produktion und damit verbundene kulturlandschaftliche Veränderungen auch auf den Tourismus auswirken (Ruhanen, 2012). Zwischen den Klimavulnerabilitäten der beiden Sektoren Weinbau und Tourismus bestehen also klare wie auch subtile Abhängigkeiten, deren Chancen und Risiken konsequent und fortlaufend abzuwägen sind.

Vor allem die beiden Parameter Temperatur und Wasserverfügbarkeit bestimmen das Weinbau- und Weinherstellungspotenzial einer Region (Hannah et al., 2013). Im Moseltal führten die, im Gegensatz zu den umgebenden Höhenlagen, höheren Durchschnittstemperaturen zu einer Etablierung des Weinbaus mit dem Riesling als Leitsorte. In thermisch begünstigten Steillagen auf Schieferböden wird diese Sorte traditionell angebaut und formte, wie der Steillagenweinbau selbst, die Kulturlandschaft des Moseltals (Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz Referat Freiraumsicherung, Kulturlandschaften, 2013). Die aus den weinbaulichen Kulturtechniken resultierende landschaftliche Attraktivität kann – auch in Verbindung mit dem charakteristischen Moselriesling – als ein entscheidender Faktor für die Reisemotivation von Besuchern der Moselregion identifiziert werden (Job & Murphy, 2006; Tafel & Szolnoki, 2021). Die sich hieraus ergebenden regionalwirtschaftlichen Potentiale werden im Anbaugebiet Mosel seit mehr als 40 Jahren durch weintouristische Angebote genutzt (Loose & Strub, 2017).

Höhere Temperaturen und ausbleibende Niederschläge, wie sie in der weinbaulichen Vegetationszeit (April bis Oktober) im Zuge des Klimawandels häufiger auftreten (kwis-rlp.de), bedingen zahlreiche Veränderungen im Weinbau. Ein früheres Eintreten des Rebenwachstums und eine beschleunigte Reife gehen mit einer Erhöhung des Spätfrostrisikos sowie Veränderungen in Quantität, Qualität und Zeitpunkt der Ernte einher (Santos et al., 2020). Dies wird besonders bei langanhaltender Trockenheit, die meist in Verbindung mit Hitzewellen auftritt, deutlich. Der hierdurch in den Pflanzen ausgelöste Hitze- bzw. Trockenstress führt zu einer Einschränkung des Rebenwachstums mit möglichen Hitzeschäden, einer veränderten Zucker- und Säureentwicklung in den Beeren und dem Ausbleiben typischer, mit dem Riesling verbundenen Aromen (Neethling et al., 2016) sowie einem beschleunigten Fortschreiten der Bodendegradation in Steillagen (Schultz et al., 2009). Eintrittswahrscheinlichkeit und Dauer von Hitze und Trockenheit haben sich im Moseltal klimawandelbedingt signifikant erhöht (RLP Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen, 2018).



Die aufgeführten Klimawandelfolgen im Weinbau werden von Traben-Trarbacher Winzern bestätigt. Ein Mitarbeiter eines ortsansässigen Weinguts berichtete von negativen Auswirkungen durch Hitze und Trockenheit im Jahr 2018. Besonders Lesegut aus Neupflanzungen konnte kaum Aromen entwickeln, was zu einer unterdurchschnittlichen Weinqualität führte. Ähnliche Beobachtungen machte der Winzer Bernd Thomas nach einem Sommer, in dem der Riesling hitzebedingt zu wenig Säure entwickelte und dadurch „exotisch“ schmeckte. Ebenfalls gibt Herr Thomas zu bedenken, dass die besten (Steil-)Lagen für den Rieslinganbau bald zu trocken und zu warm werden könnten, was sich mit Forschungsergebnissen deckt, die das thermische Optimum für den Rieslinganbau in Gunstlagen an der Mosel überschritten sehen (Matthes et al., 2013). Beide Aussagen zeigen, dass die Typizität (die mit einem bestimmten Wein verbundenen sensorischen Eigenschaften) des Moselrieslings, im Zuge des Klimawandels bedroht ist.

Neben diesen sich fortlaufend entwickelnden Klimaveränderungen, die bis zu einem gewissen Grad durch angepasste Arbeitsabläufe im Weinberg und Methoden der Weinherstellung ausgeglichen werden können (Mozell & Thach, 2014), nimmt ebenfalls die Gefährdung durch extreme Wetterereignisse zu. Starkregenereignisse erhöhen das Erosionsrisiko in Steillagen und können so zu einer beschleunigten Bodendegradation und dem Verlust von Weinreben in Folge größerer Massenbewegungen führen (Schultz et al., 2009). Hagelereignisse verursachen direkte mechanische Schäden an Reben und Trauben, was in Verbindung mit Folgeinfektionen bis zu einem Kompletverlust der Ernte führen kann (Kaiser, 2018).

Über die enge Verbindung zwischen Weinbau, Kulturlandschaft und Tourismus in der Moselregion können sich klimawandelinduzierte Veränderungen im Weinbau negativ auf die touristische Attraktivität sowie Aktivitäten im Freien auswirken (Job & Murphy, 2006). Hinzu kommen bestehende kommunale und regionale Herausforderungen, mit denen sich beide Sektoren gleichermaßen konfrontiert sehen und die durch Klimawandelfolgen verschärft werden, bspw. Folgen des demographischen Wandels und der Strukturschwäche im ländlichen Raum (Niewind, 2021). Hieraus ergeben sich mehrere Wirkungszusammenhänge, die im Folgenden kurz dargestellt werden.

Der Verlust der regionalspezifischen Typizität des Rieslings bedingt auch sozioökonomische Risiken für Vermarktung und Handel sowie für Tourismus und Gastronomie. Hierdurch können Arbeitsplätze und die Wirtschaftskraft der Moselregion gefährdet werden (Ollat et al., 2016). Ähnliche Effekte könnte der Anbau neuer Rebsorten haben - eine mögliche Anpassungsoption an wärmere und trockenere klimatische Bedingungen. Diese Zusammenhänge verdeutlichen, dass auch die nicht-intendierten Folgen und Wechselwirkungen möglicher Anpassungsmaßnahmen auf Kulturlandschaft und Regionalwirtschaft zu bedenken sind (Overbeck, 2013).

In der Moselregion konnte in den letzten 30 Jahren ein starker Rückgang der Rebflächen und Weinbaubetriebe verzeichnet werden (statistik.rlp.de). Grund hierfür sind vor allem die hohen Betriebskosten kleiner, meist familiengeführter Weingüter mit für die Moselregion charakteristischem, jedoch arbeits-, kosten- und zeitaufwendigem Anbau in Steillagen (Loose, 2017). Die hier erzielten unterdurchschnittlichen Betriebsergebnisse (Strub, 2018) haben zur Folge, dass Betriebe zunehmend aufgegeben wurden und Anbauflächen brachfielen. Diese Entwicklung kann sich durch die fortschreitenden negativen Klimawandelfolgen im Weinbau sowie den demographischen Wandel nochmals beschleunigen, was zu einem weiteren Rückgang der kulturlandschaftlich prägenden Steillagen führen kann. Die erarbeiteten Zusammenhänge hinsichtlich der Klimavulnerabilitäten zwischen Weinbau und Tourismus werden in der folgenden Abbildung zusammengefasst.



Abbildung 4: Auswirkungen des Klimawandels im Wirkungsgefüge Weinbau-Weintourismus (Quelle: eigene Darstellung)



Die beschriebenen Klimawandelfolgen im Traben-Trarbacher Weintourismus unterstreichen, dass sich die Moselregion dringend mit Klimaanpassung befassen muss. Einerseits nimmt die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus, gerade in der sonst eher strukturschwachen Moselregion, stetig zu (Tafel & Szolnoki, 2020) und bietet Weinbaubetrieben eine Möglichkeit der Einkommensdiversifizierung über die Bereitstellung touristischer und gastronomischer Angebote und damit verbundener Direktvermarktung (Rüdiger & Hanf, 2020). Andererseits sieht sich der Weinbau mit einer Vielzahl von Herausforderungen konfrontiert (Niewind, 2021), die, ohne Anpassungsmaßnahmen, seine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Rentabilität und letztendlich seinen Fortbestand bedrohen. Die maßgebliche Rolle, welche der Weinbau für Kulturlandschaft und regionale Identität des Moseltals spielt, wird durch aktuelle und absehbare Auswirkungen des Klimawandels zunehmend gefährdet und wirkt sich auch auf den Weintourismus aus. Neben einer Veränderung der Kulturlandschaft mit unklaren Folgen für regionale Identität, touristische Attraktivität und Vermarktbarkeit der Region (Job & Murphy, 2006), muss auch mit einem Wegfall touristischer Angebote durch Winzerbetriebe gerechnet werden, sollte deren Zahl weiter sinken.

## 6 SWOT–Analyse

Basierend auf den im Rahmen dieser Studie vorgestellten Sachverhalten sollen mögliche Handlungsfelder für Klimawandelanpassung im Tourismussektor identifiziert werden. Hierfür werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Traben-Trarbacher Weintourismus vor dem Hintergrund des Klimawandels bewertet. Im Rahmen der Analyse, wurden die internen Faktoren (Stärken und Schwächen) des Traben-Trarbacher Weintourismus mit externen Faktoren (Chancen und Risiken) gegenübergestellt. Externe Faktoren bezeichnen in diesem Fall Auswirkungen des Klimawandels auf den Traben-Trarbacher Weintourismus. Die Ergebnisse sind in einer SWOT-Matrix zusammengefasst.



## Stärken

- Überregionaler Bekanntheitsgrad als touristische Destination und Weinbaugebiet
- Vielfältige Angebote in den Bereichen Kultur, Architektur, Wandern, Radfahren und Wellness
- Günstige Lage für Aktivtourismus durch Nähe zum Moselradweg und Moselsteig
- Qualitativ hochwertige Hotellerie
- Alleinstellungsmerkmale durch Jugendstilarchitektur, Ausweitung der Saison auf Wintermonate durch Weihnachtsmarkt, Unterwelten und Therme
- Steigende Gästezahlen in den vergangenen Jahren
- Große Anzahl an treuen Stammgästen
- Stärkung und Professionalisierung des Außenmarketings durch die Gründung des TZV

## Schwächen

- Mittelmäßige Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln
- Angebotsfokussierung auf „traditionelle“ Zielgruppe der „Reiferen Natur- und Kulturliebhaber“
- Herausforderung touristische Infrastruktur zu modernisieren und für jüngere Zielgruppe attraktiv zu gestalten
- Personalmangel im touristischen Bereich
- Nachfolgeproblematik in Gastronomie und Hotellerie
- Investitionsstau bei Tourismusakteuren
- Geringe finanzielle Spielräume touristischer Kleinunternehmen
- Geringes Maß an Innovationsfreudigkeit
- Begrenzte finanzielle Ressourcen der Kommune (Tourismus als freiwillige Ausgabe)
- Kurzfristige Planungshorizonte und Mangel einer Zukunftsvision für die strategische Ausrichtung des Tourismus
- Langfristige sektorübergreifende Anpassungsstrategien fehlen auf kommunaler Ebene

## Chancen

- Junge Generation von Touristen interessiert an Wein und Klimawandel - Erschließung neuer Zielgruppen
- Thema Klimawandel für Reisende erlebbar machen. Hierfür u.a. Klimawandelfolgen im Weinbau in touristischen Angeboten kommunizieren
- Neue Medien/Digitalisierung für Modernisierung touristischer Infrastruktur nutzbar machen - attraktiv für jüngere, umweltbewusste Zielgruppen
- Anbau neuer Rebsorten: Reaktion auf veränderte Konsumentenpräferenzen und mögliche Diversifizierung weintouristischer Angebote
- Verlängerte Hauptsaison und Stärkung touristischer Angebote im Freien (bspw. Radfahren, Wandern, Freiluft-Events) durch steigende Temperaturen und milderen Herbst
- Steigendes Umweltbewusstsein von deutschen Touristen: Positionierung als attraktive Destination für Urlaub im Heimatland
- Attraktivitätsverlust südlicher Urlaubsregionen durch Hitze und politische Instabilität: Positionierung als alternative Destination für Sommerurlaube
- Aktuelle Entwicklungen in die zukunftsgerichtete strategische Neuausrichtung des Traben-Trarbacher Weintourismus einfließen lassen

## Risiken

- Zunahme der Klimafolgen im Weinbau mit indirekten Auswirkungen auf Tourismus
- Touristisch vermarktete Kulturlandschaft ist langfristigen und tiefgreifenden Veränderungen ausgesetzt
- Klimawandel verstärkt bestehende Herausforderungen im Weinbau- mögliche touristische Folgen: Aufgabe von Lagen, Betrieben und touristischer Angebote durch Winzer\*innen
- Verlust des typischen Riesling-Geschmacks mit Folgen für Vermarktbarkeit
- Anbau neuer Sorten hat unvorhersehbare Folgeeffekte für die touristische Vermarktung
- Klimawandelbedingte Zunahme der Gefährdung touristischer Infrastruktur
- Sommerliche Wärmebelastung beeinträchtigt besonders die ältere Kernzielgruppe der „Reiferen Natur- und Kulturliebhaber“
- Geringes Problembewusstsein für Klimafolgen und Notwendigkeit der Klimaanpassung
- Unterschiedliche zeitliche Perspektiven und Planungshorizonte im meist kurzfristig ausgerichteten Tourismus und den eher langfristig zu erwartenden Folgen des Klimawandels

Tabelle 3: SWOT-Matrix Weintourismus in Traben-Trarbach (Quelle: eigene Darstellung).



## 7 Diskussion der Ergebnisse

In diesem Teil des Berichts werden die Ergebnisse der SWOT-Analyse diskutiert. Basierend hierauf werden erste Handlungsfelder für den Traben-Trarbacher Weintourismus vor dem Hintergrund des Klimawandels identifiziert. Allgemeine Zielsetzungen sind hierbei die Minimierung zukünftiger Risiken und die bestmögliche Nutzung der sich ergebenden Chancen im Rahmen des Klimawandels. Die Ergebnisse der SWOT-Analyse bieten somit einen Impuls für die Diskussion planerischer und politischer Entscheidungsprozesse.

### 7.1 Risiken minimieren

Zum Minimieren von Risiken, die durch nicht mehr abzuwendende Klimaveränderungen entstehen, werden nachfolgend grundlegende Handlungsfelder identifiziert, die auch in zukünftige Tourismuskonzepte einfließen sollten. Eine erste abzuleitende Empfehlung besteht folglich darin, Klimaanpassung als Querschnittsthema bei allen touristischen Entscheidungen zu berücksichtigen.

Obwohl der Weintourismus in Traben-Trarbach ein sehr klimasensibler Handlungsbereich ist, sind die touristischen Akteure vor Ort bislang wenig auf den Klimawandel vorbereitet. Die Themen Klimawandel und –Variabilität müssen zunächst als fester Bestandteil in touristischen Konzepten und Strategien der Region verankert werden, um Risiken, speziell für den Weintourismus, aufzuzeigen und diese zu minimieren.

Ein wichtiger Schritt zur Etablierung der Klimaanpassung als Querschnittsthema, und damit auch der Risikominimierung, liegt darin, weintouristische Akteure und Tourist\*innen, für Klimawandelfolgen in Tourismus und Weinbau gleichermaßen zu sensibilisieren. Der Klimawandel ist im Weinbau bereits spürbar und überlagert sich in diesem Sektor mit weiteren strukturellen Herausforderungen (Niewind, 2021). Dies resultiert in Ertragseinbußen, reduzierter Wirtschaftlichkeit und folglich der Aufgabe von Lagen und Betrieben. Es besteht daher das Risiko, dass die touristisch vermarktete Kulturlandschaft langfristigen und tiefgreifenden Veränderungen ausgesetzt ist. Ebenso kann sich das touristische Angebot, in Folge der Aufgabe von Weingütern, welche auch als touristische Leistungserbringer fungieren, verringern.

Eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Anpassung des Weintourismus an den Klimawandel ist daher, dass sich touristische und weinbauliche Akteure ihrer gegenseitigen Abhängigkeiten und Klimavulnerabilitäten bewusstwerden. Die Tatsache, dass der Klimawandel bisher nur wenig Berücksichtigung in Tourismuskonzepten findet, kann auch darauf zurückgeführt werden, dass touristische Akteure wenig über die Folgen des Klimawandels im Weinbau



wissen. Damit sind ihnen auch die indirekten Risiken für den Weintourismus nur wenig bekannt. Wichtig ist dementsprechend eine systematische Aufarbeitung der komplexen Zusammenhänge zwischen beiden Sektoren sowie deren Kommunikation an die Akteure.

Hinsichtlich der direkten Klimawandelfolgen empfiehlt es sich mit der Umsetzung konkreter Maßnahmen vor Ort, bspw. auch auf kommunalen Pilotflächen, zeitnah zu beginnen. Anpassungsmaßnahmen an die tourismusrelevanten Folgen des Klimawandels stehen in Traben-Trarbach noch am Anfang, da direkte Klimafolgen, z.B. vermehrte Hitzewellen im Sommer und Spätsommer, bisher zu selten oder gar nicht bei der Weiterentwicklung touristischer Strategien berücksichtigt worden sind. Hier lassen sich jedoch effektive, für die touristischen Leistungsträger personell und finanziell wenig belastende Maßnahmen (bspw. Kühlung durch Beschattung oder Wasser, Indoor-Angebote für heiße Tage) umsetzen. Weitere konkrete Anpassungsmaßnahmen, unter Berücksichtigung der lokalen Gegebenheiten, werden auch im weiteren Verlauf des Projekts Mosel-AdapTiV identifiziert und kommuniziert.

Über diese kurzfristigen, reaktiven und punktuellen Maßnahmen hinaus muss sich der Tourismus in Traben-Trarbach auf Klimaveränderungen vorbereiten. Hierfür bedarf es neben Katastrophenschutz auch langfristige und sektorübergreifende Anpassungsstrategien auf kommunaler Ebene.

## 7.2 Chancen nutzen

Der Klimawandel bietet neben den beschriebenen Risiken auch die Chance für eine zukunftsfähige strategische Neuausrichtung des Traben-Trarbacher Weintourismus. Hierfür bedarf es einer langfristigen Zukunftsvision, die über kurzfristige Planungshorizonte im Tourismus hinausgeht. Eine solche Vision könnte sich auch an gegenwärtigen Entwicklungen und Trends im Reiseverhalten orientieren und Aspekte wie nachhaltigen Tourismus, Regionalität, Urlaub in Deutschland oder „Slow Tourism“ aufgreifen.

Eine junge Generation von Touristen ist außerdem vermehrt umweltbewusst und stark an den Themen Klimawandel und Wein interessiert, was in der touristischen Vermarktung von Traben-Trarbach genutzt werden könnte, um neue Zielgruppen zu erschließen (junge Städter, Familien). Es bietet sich außerdem an, die Themen Klimawandel und Anpassung im Weinbau in touristischen Angeboten zu verankern, für Reisende erlebbar zu machen und somit lokale Wertschöpfungsketten zu erweitern. Hierfür sollten innovative Maßnahmen und neue Medien genutzt werden. Eine solche Neuausrichtung böte außerdem die Chance, die touristische Infrastruktur zu modernisieren und für jüngere sowie umweltbewusste Zielgruppen attraktiv zu gestalten.



Die steigenden Durchschnittstemperaturen könnten in Traben-Trarbach langfristig auch touristisch genutzt werden. Steigende Temperaturen bieten die Möglichkeit, die touristischen Angebote im Freien zu stärken und auszubauen (z.B. Freiluft-Events, Radfahren, Wandern) sowie ein mediterranes Flair auszuspielen. Dies könnte durch mildere Herbsttemperaturen sogar zu einer Verlängerung der Hauptsaison führen.

Auf globaler Ebene wird davon ausgegangen, dass sich der Klimawandel langfristig vor allem auf die Auswahl touristischer Destinationen auswirkt. Reisegebiete werden sich wahrscheinlich temperaturbedingt in höhere Breiten verschieben. Mit voranschreitendem Klimawandel ist außerdem damit zu rechnen, dass Touristen aus gemäßigten Klimazonen (z.B. Nordeuropa) ihren Urlaub verstärkt im Heimatland verbringen werden, um die neuen klimatischen Möglichkeiten ihrer näheren Umgebung zu nutzen (World Tourism Organization & UNEP, 2008). Für die Mittelmosel ergeben sich aus diesen langfristig erwarteten Veränderungen im Reiseverhalten auch Chancen. So könnte sich Traben-Trarbach als alternative Destination für Sommerurlaube etablieren, falls es in südlicheren Ländern während der Hauptsaison zu heiß werden sollte. Im Zuge des steigenden Klima- und Umweltbewusstseins deutscher Touristen bietet dies auch die Chance, Traben-Trarbach als attraktive Destination für Urlaub in Deutschland zu positionieren.

### 7.3 Ausblick

Mit der Umsetzung einiger Punkte kann in der Modellkommune Traben-Trarbach bereits begonnen werden. Vor Ort das Bewusstsein für die Thematik der Klimaanpassung zu schärfen und sie in bestehende Konzepte zu implementieren, ist eine Zielsetzung des Projekts Mosel-AdapTiV. Außerdem kann die gezielte Vermarktung natürlich gekühlter Orte und ähnlichem zur Reduktion von Hitzestress umgehend umgesetzt werden. Auch die Installation entsprechender Elemente im Stadtgebiet ist eine der mittelfristig umsetzbaren Handlungsoptionen. Die weiteren Handlungsmöglichkeiten im Bereich der touristischen Vermarktung und Positionierung (als Sommer-Reiseziel, Reiseziel in Deutschland, etc.) lassen sich mit nur geringem personellem und finanziellem Mehraufwand umsetzen. Eine Rubrik „Tipps für heiße Tage“ wurde nach einem gemeinsamen Workshop von der Tourist-Information Traben-Trarbach auf deren Website bereits eingeführt.

Im weiteren Verlauf des Projekts soll auf der Basis dieses Berichts ein Maßnahmenkatalog entstehen, in dem Handlungsempfehlungen als Praxisleitfaden zur Klimawandelanpassung im Traben-Trarbacher (Wein-)Tourismus aufbereitet werden. Auch sollen Gästebegleiter\*innen in einem eigens erstellten Modul zum Thema Klimaanpassung geschult werden und so die





Thematik vor Ort an Besucher und andere Interessierte weitertragen. Zur Verstetigung der Projektinhalte soll Klimaanpassung als Aspekt in das städtische Tourismuskonzept implementiert und so langfristig bei allen zukünftigen Entwicklungen berücksichtigt werden. Zuletzt soll zur Veranschaulichung und Abbildung der im Projekt erarbeiteten Klimawandelfolgen und Anpassungsmöglichkeiten ein Klimawandel-Weinlehrpfad im Stadtgebiet Traben-Trarbachs errichtet werden.

## 8 Fazit

Die SWOT-Analyse des Weintourismus in Traben-Trarbach in Zeiten des Klimawandels zeigt einerseits, welche Stärken, aber auch ausbaufähigen Potenziale der Weintourismus derzeit aufweist. So steht eine etablierte Urlaubsregion mit vielfältiger Angebotsstruktur, in der es lokal auch gehobene Hotellerie und Gastronomie sowie andere Alleinstellungsmerkmale gibt, einer recht starren Zielgruppenansprache, Personal- bzw. Nachwuchsmangel und zahlreichen Herausforderungen auf raumstruktureller und kommunaler Ebene gegenüber. Betont werden kann die enge Verflechtung der Sektoren Weinbau und Tourismus, die nicht nur die größten wirtschaftlichen Standbeine der Region darstellen, sondern auch traditionell untrennbar miteinander verwoben sind. Dies äußert sich in der Dominanz des Weintourismus vor Ort. Als zentraler Faktor werden in der Analyse der Klimawandel und dessen Auswirkungen auf den (Wein-)Tourismus in der Destination Traben-Trarbach / Mittelmosel betrachtet. Es wird deutlich, dass dieser zwar Risiken für den klimasensiblen Weinbau und alle damit verknüpften touristischen Faktoren birgt - vor allem die identitätsstiftende Weinkulturlandschaft und der beliebte charakteristische Riesling sind dabei bedroht. Doch es können einige Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden, um die aus dem Klimawandel resultierenden Risiken zu minimieren. Vor allem zeigen sich jedoch Chancen, die im Zuge von Klimaveränderungen zum eigenen Vorteil genutzt werden können, besonders im Bereich der touristischen Vermarktung.

Entscheidend ist, sich schon jetzt mit diesen Klimawandelfolgen auseinanderzusetzen und sektorübergreifende, langfristige und ganzheitliche Anpassungsstrategien zu entwickeln. Die Destination und die lokalen Akteur\*innen dabei zu unterstützen und zu begleiten, ist das Ziel des Projekts Mosel-AdapTiV. Dabei können nicht nur der Austausch und die Anpassungskapazitäten der lokalen Akteure in einzelnen Kommunen gefördert werden. Als Leuchtturm-Projekt ist es das langfristige Ziel von Mosel-AdapTiV, auch über die Projektlaufzeit hinaus erprobte Maßnahmen und Vernetzung zu etablieren und so die Zukunftsfähigkeit der gesamten Region zu steigern.



## Literatur

- Becken, S. & Hay, J. E. (2007). *Tourism and climate change: Risks and opportunities. Climate change, economy and society*. Channel View Publications.
- Dreyer, A. (Hrsg.). (2010). *Schriftenreihe Dienstleistungsmanagement: Tourismus, Sport, Kultur: Bd. 10. Weintourismus: Märkte, Marketing, Destinationsmanagement – mit zahlreichen internationalen Analysen*.
- Dreyer, A. (Hrsg.). (2011). *Schriften zu Tourismus und Freizeit: Bd. 11. Wein und Tourismus: Erfolg durch Synergien und Kooperationen*. Schmidt.
- dwif-Consulting GmbH (Hrsg.). (2017). *Wirtschaftsfaktor Tourismus: für die Region Mosel 2016*. München.
- Fenzl, M. (2004). *Die Mosel: Mit Saar, Saarkanal, Rhein-Marne-Kanal und Lahn* (3. Aufl.). Edition Maritim.
- Hall, C. M., Scott, D. & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Job, H. & Murphy, A. (2006). Germany's Mosel Valley: Can Tourism Help Preserve Its Cultural Heritage? *Tourism Review International*, 9(4), 333–347.  
<https://doi.org/10.3727/154427206776330526>
- Kaiser, C. P. (2018). *Hagelsimulation an Vitis vinifera L. cv. Müller-Thurgau unter besonderer Berücksichtigung des Erziehungssystems Minimalschnitt im Spalier: INAUGURAL-DISSERTATION zur Erlangung des Doktorgrades (Dr. agr.) im Fachbereich Agrarwissenschaft, Ökotrophologie und Umweltmanagement der Justus-Liebig-Universität Gießen*. Gießen.
- Kaján, E. & Saarinen, J. (2013). Tourism, climate change and adaptation: a review. *Current Issues in Tourism*, 16(2), 167–195. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.774323>
- Klimawandel Informationssystem RLP (2021): [kwis-rlp.de](http://kwis-rlp.de) [Letztes Abrufdatum: 29.06.2021]
- Loose, S. (2017). Steiler Rückzug? *Der Deutsche Weinbau*(3).
- Loose, S. & Strub, L. (2017). Bewirtschaftung von Steillagen. *Wein+Markt*(3).
- Matthes, U., Bieling, C., Reeg, T., Oelke, M. & Jäger, M. (2013). *Klima- und Landschaftswandel in Rheinland-Pfalz (KlimLandRP): Schlussbericht der Stakeholderanalyse*.
- Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz Referat Freiraumsicherung, Kulturlandschaften (Hrsg.). (2013). *Konkretisierung der landesweit bedeutsamen historischen Kulturlandschaften zur Festlegung, Begründung und*



*Darstellung von Ausschlussflächen und Restriktionen für den Ausbau der Windenergienutzung (Z 163 d): Anlage 2: Steckbriefe zu den landesweit bedeutsamen historischen Kulturlandschaften.* Mainz.

- Mozell, M. R. & Thach, L. (2014). The impact of climate change on the global wine industry: Challenges & solutions. *Wine Economics and Policy*, 3(2), 81–89.  
<https://doi.org/10.1016/j.wep.2014.08.001>
- Neethling E. et al. (2016). *Adapting Viticulture to Climate Change: Guidance manual to support winegrowers' decision-making.*
- Niewind, J. (2021). *Vulnerabilitätsstudie: Klimawandel und Weinbau an der Mittelmosel* (Mosel-AdapTiV Ergebnisberichte Nr. 2). Trier. Governance and Sustainability Lab.  
<https://doi.org/10.25353/UBTR-XXXX-5E14-6F3D>
- Ollat, N., Touzard, J.-M. & van Leeuwen, C. (2016). Climate Change Impacts and Adaptations: New Challenges for the Wine Industry. *Journal of Wine Economics*, 11(1), 139–149.  
<https://doi.org/10.1017/jwe.2016.3>
- Overbeck, G. (2013). Auswirkung des Klimawandels auf die Kulturlandschaft.
- Rein, H. & Schuler, A. (2012). *Tourismus im ländlichen Raum.* Gabler Verlag.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-8349-3820-6>
- Rein, H. & Strasdas, W. (Hrsg.). (2017). *Tourismus: Bd. 4196. Nachhaltiger Tourismus: Einführung* (2. Aufl.). UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius.
- Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz (Hrsg.). (2012). *Die Unterwelt von Traben-Trarbach: Weinkeller- Ein einzigartiges architektonisches Vermächtnis.* (Rheinische Kunststätten Nr. 539). Köln.
- Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen (Hrsg.). (2018). *Themenheft Klimawandel - Entwicklungen bis heute.*
- RLP Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen (Hrsg.). (2018). *Themenheft Klimawandel: Entwicklungen bis heute.* Trippstadt.
- Rosselló-Nadal, J. (2014). How to evaluate the effects of climate change on tourism. *Tourism Management*, 42, 334–340. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.006>
- Rüdiger, J. & Hanf, J. H. (2017). Die Umsetzung von Weintourismus als Vermarktungsinstrument bei Winzergenossenschaften. *BIO Web of Conferences*, 9, 3023.  
<https://doi.org/10.1051/bioconf/20170903023>
- Rüdiger, J. & Hanf, J. H. (2020). *Wie nutzen Weingüter touristische Elemente zur Diversifizierung* (Berichte über Landwirtschaft 98 (1). Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.



- Rüdiger, J., Hanf, J. H. & Schweickert, E. (2015). *Die Erwartungshaltung von Weintouristen in Deutschland* (Berichte über Landwirtschaft 93 (2). Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.
- Ruhanen, L. (2012). Climate Change, Sustainability, and Tourism. In E. Fayos-solà (Hrsg.), *Bridging Tourism Theory and Practice. Knowledge Management in Tourism: Policy and Governance Applications* (Bd. 4, S. 153–173). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2012\)0000004011](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2012)0000004011)
- Santos, J. A., Fraga, H., Malheiro, A. C., Moutinho-Pereira, J., Dinis, L.-T., Correia, C., Moriondo, M., Leolini, L., Dibari, C., Costafreda-Aumedes, S., Kartschall, T., Menz, C., Mollitor, D., Junk, J., Beyer, M. & Schultz, H. R. [Hans R.] (2020). A Review of the Potential Climate Change Impacts and Adaptation Options for European Viticulture. *Applied Sciences*, 10(9), 3092. <https://doi.org/10.3390/app10093092>
- Schultz, H. R., Hofmann, M. & Jones, G. V. (2009). *Weinbau im Klimawandel: Regionen im Umbruch*. Deutscher Wetterdienst.
- Schumacher, K. P. (2014). Weintourismus an der Mosel: Aktuelle Herausforderungen und Chancen. *Standort*, 38(4), 215–219. <https://doi.org/10.1007/s00548-014-0360-y>
- Scott, D., Hall, C. M. & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49–61. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>
- Stadt Traben-Trarbach (2016). *Tourismuskonzept der Stadt Traben-Trarbach 2018-2023*. Traben-Trarbach.
- Statistisches Bundesamt. (2021). *Aktuelle Daten zur Tourismuswirtschaft - Kurzfassung, Wirtschaftliche Bedeutung und Nachhaltigkeit*.
- Strasdas, W. & Zeppenfeld, R. (2016). *Tourismus und Klimawandel in Mitteleuropa*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-14707-5>
- Strub, L. (2018). *Wirtschaftliche Lage der Mosel-Betriebe: Ergebnisse aus der neuen Geisenheimer Unternehmensanalyse*. Hochschule Geisenheim.
- Szolnoki, G. & Loose, S. (2017). Direkter Draht. *Weinwirtschaft*(16/2017), 28–36.
- Szolnoki, G., Tafel, M. & Reule, M. (2019). *Wirtschaftliche Bedeutung und Charakterisierung von Touristen in deutschen Weinregionen: Zusammenfassung der Forschungsergebnisse*. Hochschule Geisenheim.
- Tafel, M. & Szolnoki, G. (2019). Reisetauglich? Weintourismus in Deutschland. *Der Deutsche Weinbau*(13), 31–35.
- Tafel, M. & Szolnoki, G. (2020). Weintourismus an der Mosel. *Die Winzer-Zeitschrift*, 37–41.
- Tafel, M. & Szolnoki, G. (2021). Relevance and challenges of wine tourism in Germany: a winery operators' perspective. *International Journal of Wine Business Research*, 33(1), 60–79. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-11-2019-0059>



- Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach-Kröv (2019). *Tourismuskonzept für die Moselregion Traben-Trarbach – Kröv*. Traben-Trarbach.
- Umweltbundesamt (Hrsg.). (2019). *Monitoringbericht 2019 zur Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel: Bericht der Interministeriellen Arbeitsgruppe Anpassungsstrategie der Bundesregierung*. Dessau-Roßlau.
- Umweltbundesamt (Hrsg.). (2020). *Handlungsleitfaden – Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten*. Dessau-Roßlau.
- Umweltbundesamt (Hrsg.). (2021). *Klimawirkungs- und Risikoanalyse 2021 für Deutschland - Teilbericht 5: Risiken und Anpassung in den Clustern Wirtschaft und Gesundheit (Climate Change 24/2021)*. Dessau-Roßlau.
- UNWTO & UNEP (2008a). *Climate change and tourism: Responding to global challenges*. Madrid.
- UNWTO & UNEP (2008b). *Davos Declaration: Climate Change and Tourism - Responding to Global Challenges*. <https://doi.org/10.18111/9789284412341>
- van der Wiel, K. & Bintanja, R. (2021). Contribution of climatic changes in mean and variability to monthly temperature and precipitation extremes. *Communications Earth & Environment*, 2(1). <https://doi.org/10.1038/s43247-020-00077-4>
- Viguié, V., Lecoq, F. & Touzard, J.-M. (2014). Viticulture and Adaptation to Climate Change. *Journal International des Sciences de la Vigne et du Vin*, 55–60.
- Wollny, V. & Paul, H. (2015). Die SWOT-Analyse: Herausforderungen der Nutzung in den Sozialwissenschaften. In M. Niederberger & S. Wassermann (Hrsg.), *Methoden der Experten- und Stakeholdereinbindung in der sozialwissenschaftlichen Forschung* (S. 189–213). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-01687-6\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-658-01687-6_10)



## Klimawandel und Anpassungshandeln von Weinbau und Tourismus in einer Moselkommune

**Mosel-AdapTiV** ist ein Verbundprojekt zwischen der Universität Trier und der Kommune Traben-Trarbach und befasst sich mit der Bewältigung von Klimawandelfolgen im Weinbau und Tourismus. Das Projekt strebt durch seinen Leuchtturmcharakter eine überregionale Strahlkraft an, die sich in der Übertragbarkeit der Vorgehensweise und Erkenntnisse auf weitere Regionen und Sektoren ausdrückt.

### Kontakt

[www.mosel-adaptiv.uni-trier.de](http://www.mosel-adaptiv.uni-trier.de)

[mosel-adaptiv@traben-trarbach.de](mailto:mosel-adaptiv@traben-trarbach.de)

Facebook: @moseladaptiv

### Kooperationspartner des Projekts

Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen

Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Mosel

Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich

Industrie- und Handelskammer Trier

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit  
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages