

# Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier

## Ergebnisse der Online-Befragung

(durchgeführt Mai & Juni 2021)

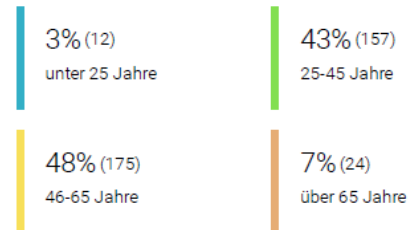


*Im Rheinischen Revier wird die Förderung des Projekts durch die Bezirksregierung Köln und die Zukunftsagentur Rheinisches Revier als Regionalpartner durchgeführt.*

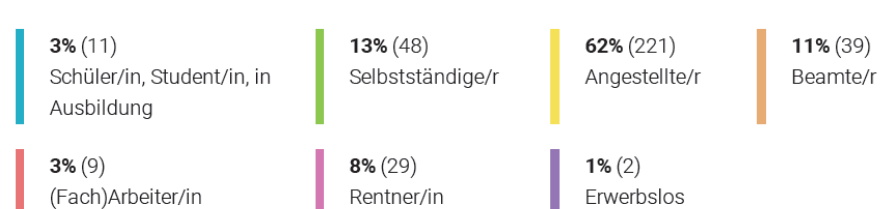
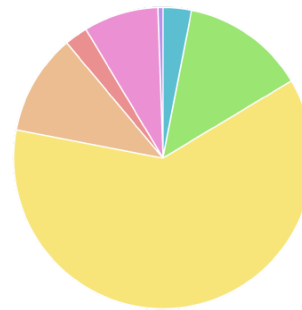
# Eckpunkte der Online-Befragung

- **Zeitraum der Befragung:** Mai & Juni 2021
- **Verteilungskanäle:** Presse, ZRR-Newsletter, Social Media Kanäle und Email-Verteiler der Partnerregionen
- **Teilnehmerzahl:** Die Umfrage wurde 582 mal begonnen von:
  - **55 Unternehmen** (Touristische Unternehmer/Mitarbeiter aus Gastgewerbe, Freizeitwirtschaft, Dienstleistungen, etc.)
  - **133 Kommunen/Kreise/Institutionen** (inkl. Tourismusorganisationen, Vereine und Verbände)
  - **394 Bürger** (Bewohner des Rheinischen Reviers)

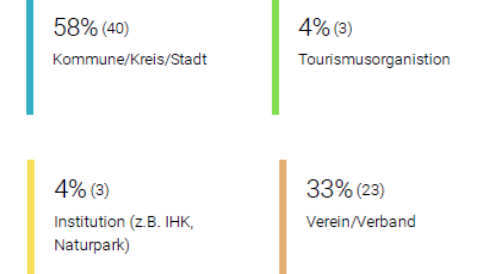
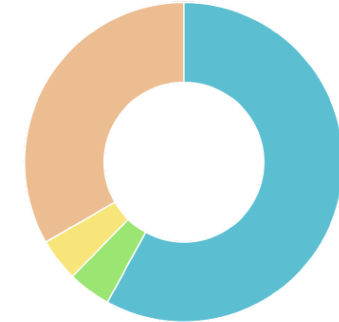
## i Altersgruppen der Befragten



## i Berufsgruppen der Befragten



## i Art der Verwaltung/Institution/ Organisation der Befragten



# Eckpunkte der Online-Befragung

## Herkunft der Befragten (Arbeitsort, Wohnort der Bürger)

	<i>Unternehmen</i> (23 Antworten)	<i>Kommunen/Kreise/ Institutionen</i> (59 Antworten)	<i>Bürger</i> (283 Antworten)
Rhein-Erft-Kreis: Kerpen	<b>17 %</b> (4)	-	-
Rhein-Erft-Kreis: Bergheim	<b>13 %</b> (3)	<b>19 %</b> (11)	<b>3 %</b> (9)
Rhein-Erft-Kreis: Brühl	<b>13 %</b> (3)	-	-
Rhein-Erft-Kreis: Bedburg	<b>4 %</b> (1)	<b>3 %</b> (2)	<b>4 %</b> (11)
Rhein-Erft-Kreis: Pulheim	<b>4 %</b> (1)	<b>7 %</b> (4)	-
Rhein-Erft-Kreis: Frechen	<b>4 %</b> (1)	-	-
Rhein-Erft-Kreis: Elsdorf	-	<b>3 %</b> (2)	-
Rhein-Erft-Kreis: Erftstadt	-	<b>3 %</b> (2)	-
Rhein-Kreis-Neuss: Neuss	<b>9 %</b> (2)	<b>7 %</b> (4)	<b>6 %</b> (18)
Rhein-Kreis-Neuss: Meerbusch	<b>4 %</b> (1)	-	<b>3 %</b> (9)
Rhein-Kreis-Neuss: Dormagen	-	<b>5 %</b> (3)	<b>4 %</b> (11)
Rhein-Kreis-Neuss: Grevenbroich	-	<b>2 %</b> (1)	<b>9 %</b> (26)
Rhein-Kreis-Neuss: Jüchen	-	-	<b>8 %</b> (22)
Rhein-Kreis-Neuss: Korschenbroich	-	-	<b>2 %</b> (6)

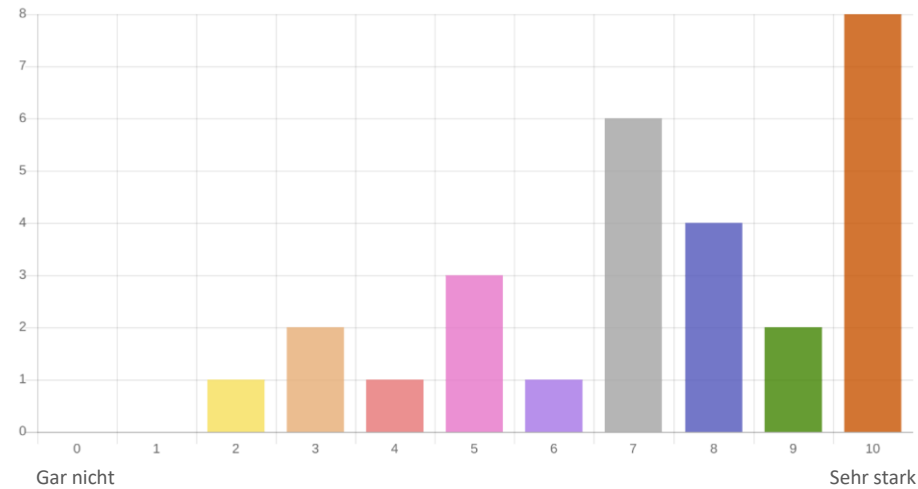
	<i>Unternehmen</i> (23 Antworten)	<i>Kommunen/Kreise/ Institutionen</i> (59 Antworten)	<i>Bürger</i> (283 Antworten)
Kreis Düren: Linnich	-	<b>3 %</b> (2)	-
Kreis Düren: Titz	<b>4 %</b> (1)	-	<b>8 %</b> (23)
Kreis Düren: Düren	<b>4 %</b> (1)	<b>8 %</b> (5)	<b>4 %</b> (11)
Kreis Düren: Niederzier	<b>4 %</b> (1)	-	-
Kreis Düren: Inden	<b>9 %</b> (2)	<b>7 %</b> (4)	<b>8 %</b> (22)
Kreis Düren: Heimbach	-	<b>3 %</b> (2)	-
Kreis Düren: Jülich	-	-	<b>5 %</b> (15)
Kreis Düren: Langerwehe	-	-	<b>3 %</b> (8)
Mönchengladbach	-	<b>7 %</b> (4)	<b>2 %</b> (6)
Städteregion Aachen: Aachen	-	<b>3 %</b> (2)	-
Kreis Euskirchen: Schleiden	<b>4 %</b> (1)		
Außerhalb des Rheinischen Reviere (z.B. Köln, Bonn, Düsseldorf)	<b>4 %</b> (1)	<b>5 %</b> (3)	<b>2 %</b> (7)
Sonstiges	-	<b>14 %</b> (8)	<b>28 %</b> (79)

# Gefühlte Zugehörigkeit zum RR

Wie stark fühlen Sie sich dem Rheinischen Revier zugehörig?

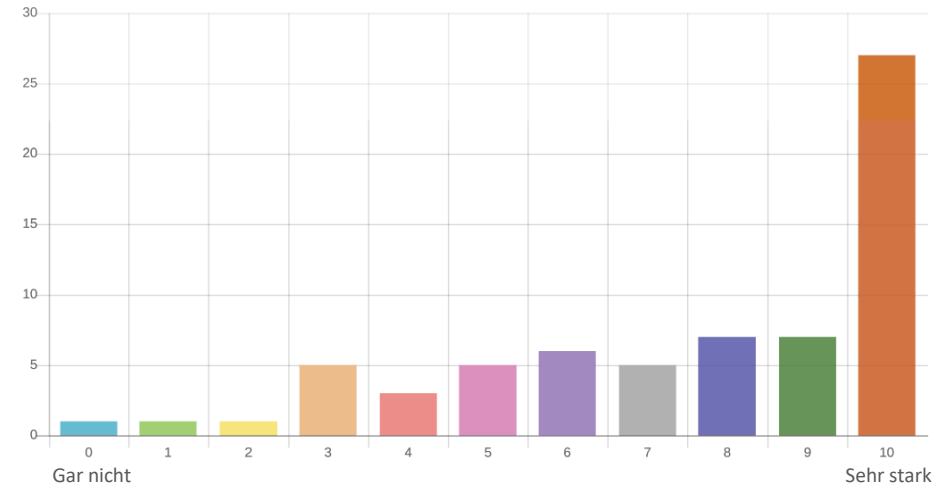
## Unternehmen:

(28 Antworten)



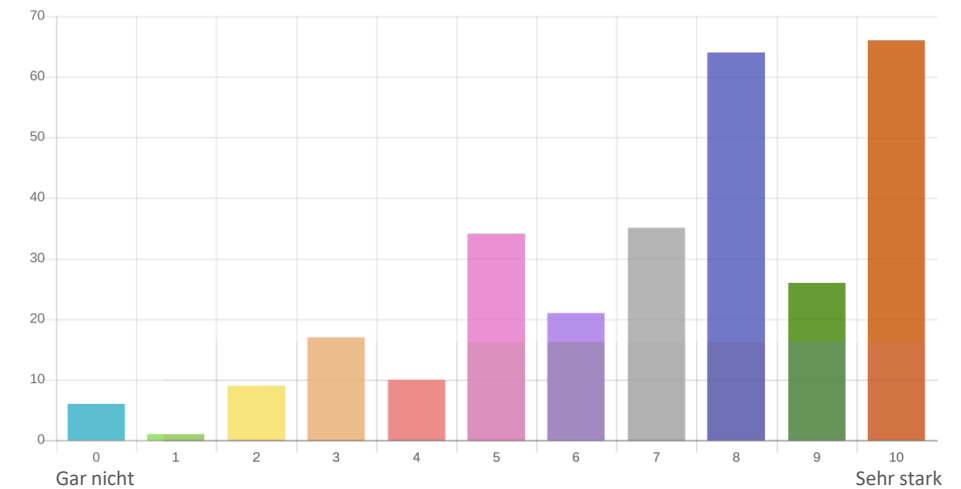
## Kommunen/Kreise/Institutionen:

(68 Antworten)



## Bürger:

(289 Antworten)



# Chancen für den Tourismus

? Das Rheinische Revier steht vor einem großen Strukturwandelprozess, der die Region in den nächsten Jahren und Jahrzehnten (um-)formen wird. Wie hoch schätzen Sie das Potenzial und die Chancen für den Tourismus ein, die sich aus diesem Strukturwandel ergeben?



## Unternehmen:

(28 Antworten)

Kurzfristig (in den nächsten 10 Jahren)



Mittelfristig (in den nächsten 20 Jahren)



Langfristig (in den nächsten 30 Jahren und darüber hinaus)



## Kommunen/Kreise/Institutionen:

(68 Antworten)

Kurzfristig (in den nächsten 10 Jahren)



Mittelfristig (in den nächsten 20 Jahren)



Langfristig (in den nächsten 30 Jahren und darüber hinaus)



## Bürger:

(285 Antworten)

Kurzfristig (in den nächsten 10 Jahren)



Mittelfristig (in den nächsten 20 Jahren)



Langfristig (in den nächsten 30 Jahren und darüber hinaus)



# Chancen für den Tourismus

? Worin sehen Sie die größten Chancen für den Tourismus, die sich aus dem Strukturwandel im Rheinischen Revier ergeben?

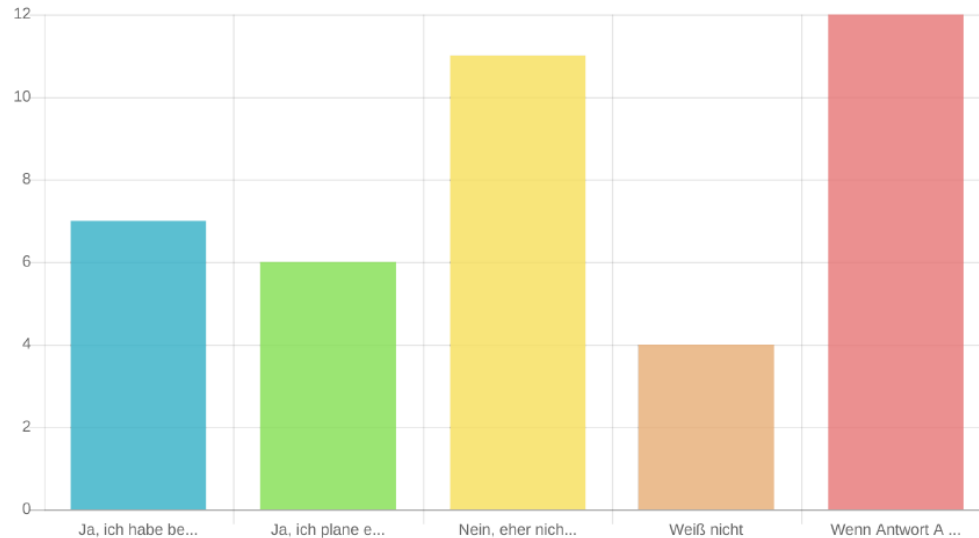
<i>Antwort-Cluster</i>	<i>Unternehmen</i> (25 Teil- Antworten)	<i>Kommunen/Kreise/ Institutionen</i> (67 Teil-Antworten)	<i>Bürger</i> (282 Teil- Antworten)
<b>Natur- und Aktivtourismus</b> (Wassersport, Radfahren, Wandern) in den neu geschaffenen Seelandschaften und Rekultivierungsgebieten mit Fokus auf <b>Nachhaltigkeit</b> ; Gesundheit und Umweltbildung	<b>52 %</b> (13)	<b>37 %</b> (25)	<b>45 %</b> (127)
Chance auf einen <b>Neuanfang des Tourismus</b> durch die Entstehung neuer Ressourcen; eine <b>Neustrukturierung</b> der regionalen Netzwerke; Entwicklung <b>innovativer Angebote</b> für den Touristen von morgen; die Ansiedlung von Unternehmen neuer Technologien und innovativer Industrien	<b>24 %</b> (6)	<b>19 %</b> (13)	<b>9 %</b> (26)
Höherer <b>Freizeitwert</b> und <b>attraktives Naherholungsgebiet</b> ; Reiseziel für den Urlaub im Heimatland und die Nachfrage grenznaher Märkte (BeNeLux)	<b>12 %</b> (3)	<b>15 %</b> (10)	<b>23 %</b> (66)
<b>Diversifizierung</b> des touristischen Angebots in der Region	<b>8 %</b> (2)	<b>3 %</b> (2)	<b>4 %</b> (12)
Schaffung von neuen <b>Arbeitsplätzen</b> ; Stärkung der Wirtschaft und Verbesserung der <b>Infrastruktur</b>	-	<b>9 %</b> (6)	<b>6 %</b> (16)
Den <b>Transformationsprozess</b> und die <b>Energiewende</b> aktiv <b>miterleben</b> ; das industriekulturelle Erbe erhalten und sichtbar machen	-	<b>7 %</b> (5)	<b>7 %</b> (20)
Ansprache <b>neuer Zielgruppen</b>	-	<b>5 %</b> (3)	<b>1 %</b> (2)
Sonstiges: Gesteigerte <b>Aufmerksamkeit</b> durch die Präsenz des Strukturwandels in den Medien; Entstehung von <b>neuen Dörfern</b> ; Ausrichtung von <b>Events</b> & Großveranstaltungen	<b>4 %</b> (1)	<b>2 %</b> (1)	<b>1 %</b> (2)
(Aktuell) keine Chancen für den Tourismus	-	<b>3 %</b> (2)	<b>4 %</b> (11)

# Bestehende/geplante Tourismusangebote

? Bieten Sie bereits Angebote zum Thema Rheinisches Revier und Strukturwandel an bzw. könnten Sie sich vorstellen dies zukünftig zu tun?

## Unternehmen:

(40 Antworten)



26% (7)

Ja, ich habe bereits ein Angebot.

22% (6)

Ja, ich plane ein Angebot bzw. kann mir vorstellen dies zu tun.

41% (11)

Nein, eher nicht.

15% (4)

Weiß nicht

44% (12)

Wenn Antwort A oder B, welches Angebot?

## Antworten der Unternehmen zu „Wenn A oder B, welches Angebot?“:

- Ferienwohnung
- Historische Infos zum Thema Braunkohleabbau mit Führung etc.
- Offroad Park, Metzgerei mit Selbstgrillrestaurant
- Die Region hat aufgrund ihrer Gegensätze großes Potential. Wir bieten derzeit Programme an, die Unternehmen inspirieren sollen, einen nachhaltigen Wandel zu schaffen
- Eröffnung eines Airsoftfeldes
- Geführte Wandertouren rund um den Tagebau Inden und die Sophienhöhe
- Noch keine konkrete Ideen...
- Rheinland-Turm (weltweit höchster Holzturm + höchste Tunnelrutsche + erster open Sky Walk in Europa)
- Exposee für die Eröffnung eines Pianomuseums "Faszination Klavierwelt"
- Wir sind ständig werbewirksam tätig. Die Bereitschaft kulturelle Angebote zu nutzen ist sowohl in der Politik, bei Vereinen und der Gesellschaft bei unter 10 % anzusiedeln. Wir leben in einer nicht interessierten Gesellschaft.
- Hotel Bedburger Mühle, Wochenendpakete, Sonderaktionen, Schlössertour,
- Gästeführungen im Rheinischen Revier

# Bestehende/geplante Tourismusangebote

? Welche (touristischen) Projekte würden Sie mit neuen Fördermöglichkeiten umsetzen?

<i>Antwort-Cluster</i>	<i>Unternehmen</i> (30 Teil-Antworten)
Vernetzung und Ausbau der <b>Wander- und Radwege</b> u.a. für die bessere Anbindung der Tagebauflächen/zukünftigen Seen; Entwicklung neuer Wander- und Radtouren sowie Führungen	<b>27 %</b> (8)
<b>Neue Angebote</b> schaffen, die begeistern: Wassersport, Wildrevier, Offroad Park, Freizeitpark ohne kraftbetriebene Anlagen, Festival-Bereich, Airsoftfeld, Marinas, Golfplätze, Familienangebote und Angebote für junge Erwachsene	<b>17 %</b> (5)
<b>Neue (nachhaltige) Unterkünfte</b> schaffen: Familienfreundliche Unterkünfte, Ferienhausprojekt à la Bostalsee, Camping/Glamping, Wohnmobilstellplatz am Phantasialand	<b>17 %</b> (5)
Ausbau <b>kultureller Angebote</b> : Museum, kulturelle Events, Konzerte, Eröffnung eines Pianomuseums „Faszination Klavierwelt“, alte Städte renovieren, Schlösser	<b>17 %</b> (5)
<b>E-Mobilität</b> ausbauen: Ladesäulen für Autos und E-Bikes	<b>3 %</b> (1)
Informations- und <b>Bildungsangebote</b> zum Thema Energie; Rekultivierung; Nachhaltigkeit sowie thematisch passende Veranstaltungen und Tagungsmöglichkeiten + Unterkünfte	<b>3 %</b> (1)
Neue <b>Landmarken</b> bauen: Rheinland-Turm (Höhe 170m) am Autobahnkreuz Kerpen	<b>3 %</b> (1)
<b>Bestehende Angebote</b> ausbauen: Phantasialand zum Kurzurlaubsziel ausbauen und dadurch die Bekanntheit und Aufenthaltsdauer der Gäste erhöhen	<b>3 %</b> (1)
Sonstiges: Gesundheit; Fokus auf Busgruppen; Naherholungsgebiet	<b>10 %</b> (3)

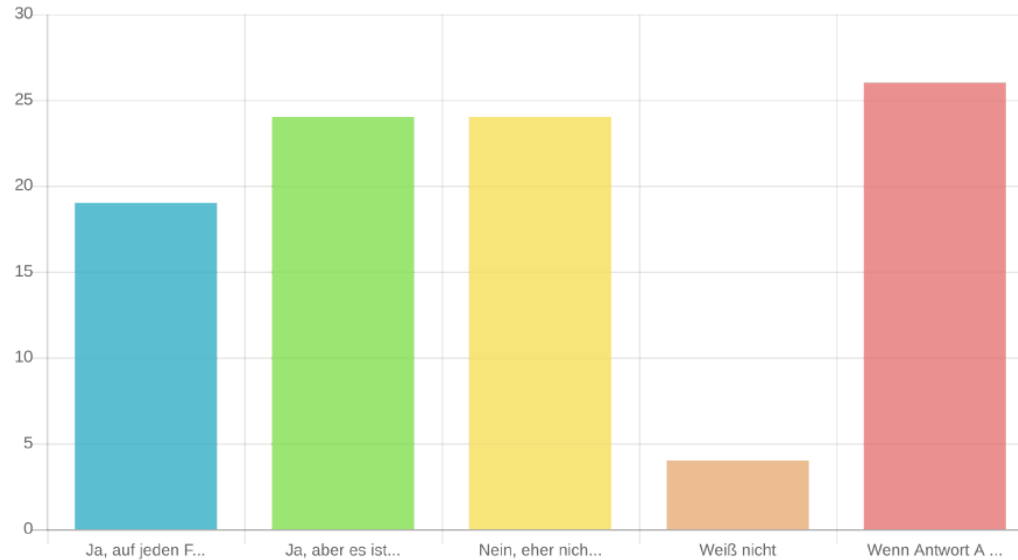


# Bestehende/geplante Tourismusangebote

? Haben das Rheinische Revier und der Strukturwandel thematisch bereits Einfluss auf das touristische Angebot bzw. die strategischen Planungen in Ihrer Kommune / Ihrem Kreis?

## Kommunen/Kreise/Institutionen:

(97 Antworten)



28% (19)  
Ja, auf jeden Fall.

35% (24)  
Ja, aber es ist noch unklar  
inwiefern.

35% (24)  
Nein, eher nicht.

6% (4)  
Weiß nicht

38% (26)  
Wenn Antwort A oder B,  
inwiefern?

## Antworten der Kommunen/Kreise/Institutionen zu „Wenn A oder B, welches Angebot?“:

- Netzwerken
- Im Stadtbereich Elsdorf erlebt man viele Ausflügler mit den unterschiedlichsten Autokennzeichen, die dann mit Fahrrädern im Gepäck z. B. die Energie-Radtour abfahren. Da aber das Gebiet um den Tagebau Hambach und auch der :terra nova Speedway noch im Eigentum des Energiekonzerns sind, ist neben den bestehenden spartanischen Aussichtspunkten eine Touristenadäquate Einrichtung von Ruhegelegenheiten und Picknickmöglichkeiten wie auch weiterer Gastronomie, usw. nicht möglich.
- Ich habe den Eindruck, dass nicht alle Kommunen gleich eingebunden sind. Wem nutzt es wenn MG und Jüchen einen Radweg entlang der Grube planen und dabei GV außen vorgelassen wird. Am Ziel vorbei, setzen sechs...
- Es sind bereits einige Angebote aus dem Strukturwandel in der Region entstanden, z.B. der Indemann auf der Goltsteinkuppe.
- Strategieplanung hinsichtlich Seentwicklung; laufende Förderprojekte/Anträgen
- Forum terra nova, Indemann, Fahrradweg auf ehemaliger Bandtrasse, Rest vom Hambacher Wald
- Naturschutz
- Es werden bereits Gästeführungen zum Thema „Braunkohle und Rekultivierung“ angeboten. Zudem wurde eine rekultivierte Fläche in ein Naherholungsgebiet verwandelt, zu dem es Broschüren mit Informationen und Spaziervorschlägen gibt. Ein interkommunaler Radweg wurde geschaffen, der teils über eine ehemalige Bahntrasse verläuft, den Radfahrer an den Tagebaurand und durch rekultivierte Gebiete führt. RWE unterhält ein Schloss (einer der wichtigsten lokalen POIs) und informiert darin über den Abbau der Braunkohle und die Rekultivierung. Auch auf die zukünftige touristische Produktentwicklung werden die Themen Braunkohleabbau, Rekultivierung und Strukturwandel sicherlich einen Einfluss haben.

# Bestehende/geplante Tourismusangebote

? Haben das Rheinische Revier und der Strukturwandel thematisch bereits Einfluss auf das touristische Angebot bzw. die strategischen Planungen in Ihrer Kommune / Ihrem Kreis?

## Antworten der Kommunen/Kreise/Institutionen zu „Wenn A oder B, welches Angebot?“:

(Fortsetzung der vorherigen Seite)

- Die Bedeutung des Rheinischen Reviers als Ort mit einer hohen Lebensqualität wird sich im Tourismus ausdrücken.
- Auch die Braunkohleförderung mit den Tagebauen hatte in der Vergangenheit eine touristische Anziehungskraft. Nunmehr gilt es intelligente Konzepte zu entwickeln, die tlw. das alte bewahren, aber insbesondere die touristischen Qualitäten unserer Region mit Schwerpunkt auf eine Erholung zu heben.
- Zahlreiche Angebote rund um Tagebau Hambach.
- Bereits seit einigen Jahren stehen Bereiche wie Naherholung und Radtourismus stark im Fokus, vor allem seit der Beschleunigung des Strukturwandels durch neu festgesetzte, kürzere Zeiträume.
- Nein, eher nicht und das ist sehr schade!
- Durch die Anbindung an den RurUfer-Radweg und Einbindung in das Inland profitieren wir durch die Zusammenarbeit aller Kommunen und können somit Projekte starten, die wir alleine nicht stemmen können.
- Kreisgebiet durch Industrie-Landmarken gekennzeichnet, Wegfall und Sicherung von Arbeitsstellen, Gewinnung und Etablierung von neuen Branchen, Veränderung des Landschaftsbildes, Nachnutzungskonzepte sind gefragt, soziale Unsicherheiten über die Zukunft stellen sich ein
- Förderantrag wird gestellt
- Projekte werden bereits diskutiert.
- Viele Leuchtturmprojekte in Planung
- Erste Überlegungen zur neuen Ausrichtung der touristischen Angebote laufen
- Masterplanung ist abzuwarten, aber auch konstruktiv zu begleiten
- In den Projekten, wie z.B. das "Grüne Band" werden die Landschaft und die zukünftigen Freizeitmöglichkeiten vorgedacht und geplant.
- In Bezug auf die Akquise möglicher Fördermittel
- Fehlender Konkretisierungsbedarf
- Noch unzureichende Hotel- und Übernachtungskapazitäten
- Die thematische Verbindung der Tagebaukommunen beeinflusst die touristische Planung. Jeder Standort sollte einzigartig sein und anstatt Konkurrenz zu entwickeln sollten die Brückenschläge die Touristen neugierig machen auch die anderen Standorte zu besuchen.
- Touristischer Projektstandort in der Kommune

# Gewünschte Unterstützung

? Welche konkrete Unterstützung benötigen Sie, um den Strukturwandel im Rheinischen Revier erfolgreich für Ihr touristisches Angebot zu nutzen?

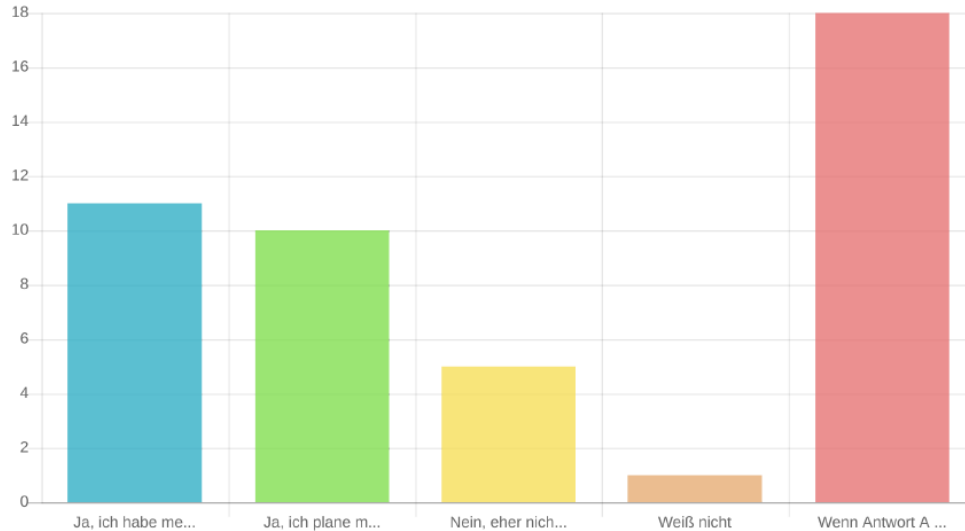
<b>Antwort-Cluster</b>	<b>Unternehmen</b> (23 Teil-Antworten)	<b>Kommunen/Kreise/ Institutionen</b> (54 Teil-Antworten)
Mehr <b>Fördergelder</b> und einfacherer Zugang zu diesen; <b>weniger Bürokratie</b> ; schnellere Abwicklung von Genehmigungen; <b>flexiblere Flächennutzung</b> ; Änderung der Freizeitlärmrichtlinie NRW (Ruhezeit Sonn- und Feiertags 13-15 Uhr)	<b>30 %</b> (7)	<b>28 %</b> (15)
<b>Vernetzung</b> unter den Anbietern und mit den Entscheidungsträgern; interkommunale Zusammenarbeit; überregionale Vernetzung	<b>17 %</b> (4)	<b>11 %</b> (6)
<b>Marketing/Öffentlichkeitsarbeit</b> und <b>gemeinsame Produktentwicklung</b> , z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>– Infocenter</li> <li>– App für Touristen, in die Unternehmer ihr Angebot direkt eintragen können</li> <li>– Wanderguide, Flyer, Fotomaterial</li> <li>– 111 Orte</li> </ul>	<b>17 %</b> (4)	<b>9 %</b> (5)
<b>Regelmäßige Informationen</b> über laufende Projekte/Planungen/Veränderungen; aktive Einbindung und Austausch der Regionen; transparente Kommunikation	<b>9 %</b> (2)	<b>9 %</b> (5)
<b>Eine (Destinations-) Struktur/Agentur</b> zur gemeinsamen Destinationsentwicklung und Bündelung der Angebote	<b>9 %</b> (2)	<b>7 %</b> (4)
Ausbau der <b>Infrastruktur</b> , z.B. ÖPNV, E-Mobilität, Parkleitsystem, Glasfaser	<b>9 %</b> (2)	<b>7 %</b> (4)
Ein <b>Masterplan/Gesamtkonzept</b> sowie eine mit den Akteuren abgestimmte Tourismusstrategie; verbindliche Aussagen zum Zielszenario; Verbesserung der regionalen/interkommunalen Planbarkeit	-	<b>11 %</b> (6)
Sonstiges: Personelle und finanzielle Ressourcen; Unterstützung im Prozessmanagement	-	<b>6 %</b> (3)
Keine Unterstützung nötig/gewollt	<b>9 %</b> (2)	<b>11 %</b> (6)

# Neue Zielgruppen

Der Strukturwandel im Rheinischen Revier in Kombination mit der voranschreitenden Digitalisierung wird voraussichtlich zu einer deutlichen Veränderung der Zielgruppen führen, weg von Geschäftsreisenden hin zu mehr (Kurz-)Urlaubern. Haben Sie Ihr touristisches Angebot bereits darauf ausgerichtet bzw. planen Sie dies zukünftig zu tun?

## Unternehmen:

(45 Antworten)



42% (11)

Ja, ich habe mein Angebot bereits auf neue Zielgruppen ausgerichtet.

38% (10)

Ja, ich plane mein Angebot auszurichten bzw. kann mir vorstellen dies zu tun.

19% (5)

Nein, eher nicht.

4% (1)

Weiß nicht

69% (18)

Wenn Antwort A oder B, inwiefern?

## Antworten der Unternehmen zu „Wenn A oder B, inwiefern?“:

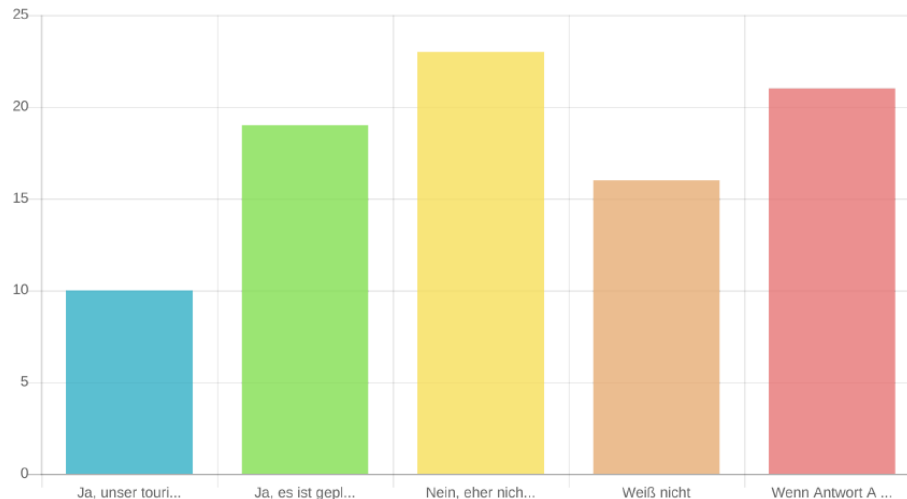
- Mehr private Gäste auf Rädern finden, Highlights RHN mehr an den Mann/Frau bringen
- Meine Planung richtet sich nach dem Fortschreiten und der Ausrichtung im Revier
- Sobald Glasfaseranschluss vorliegt, können viele Lösungen digital angeboten werden, wie z.B. Infos über die Region, Netflix auf dem Zimmer bei schlechtem Wetter, etc.
- Als Kulturzentrum planen wir mit einer Dauerausstellung, einem Mediaguide und einer Gastronomie ohnehin vermehrt Tagesausflügler anzusprechen
- Unternehmen sehr spezifisch positionieren
- Hotelkonzeption, Erlebnistourismus, Bildungslandschaft (entsprechende Anträge gestellt)
- Den Airsoftsport in unsere Region bringen. Die Firma dazu ist bereits gegründet.
- Ich biete Wander- und Radtouren für Tagestouristen an.
- Um die besten Hotelzimmer in der Region anzubieten.
- Wohnmobil Pop-Up Stellplätze in meiner Nähe
- 2, 3 & 4 TAGE Angebote
- Angebote für private Übernachtungen mit Wellness
- Ich habe diese Entwicklung vorhergesehen. War bei einer Tourismus-Evaluation schon einmal auf Platz 1 in Bergheim, die Stadtverwaltung hat aber rein gar nichts draus gemacht, sondern die Evaluation in der Schublade verschwinden lassen.
- Durch ständige Aktionen und tolle Pressearbeit sind wir als Sparten Museum mittlerweile die Nr. 1 in Deutschland
- Bau weiterer Übernachtungsangebote für Kurzurlauber und Schaffung passender Erhaltungsangebote für die Dauer des Aufenthaltes.
- Eine Umsetzung kann erst erfolgen, wenn ein touristisches Konzept vorhanden ist, welches die gesamte Region bekannt macht.
- Kurzzeiturlauber, raus aus den Großstädten Köln und Düsseldorf, Aachen
- Beratung im Bereich der Bedürfnisse/Erfordernisse der stärker wachsenden Zielgruppen

# Neue Zielgruppen

Der Strukturwandel im Rheinischen Revier in Kombination mit der voranschreitenden Digitalisierung wird voraussichtlich zu einer deutlichen Veränderung der Zielgruppen führen, weg von Geschäftsreisenden hin zu mehr (Kurz-)Urlaubern. Haben Sie Ihr touristisches Angebot bereits darauf ausgerichtet bzw. planen Sie dies zukünftig zu tun?

## Kommunen/Kreise/Institutionen:

(89 Antworten)



15% (10)

Ja, unser touristisches Angebot ist bereits auf neue Zielgruppen ausgerichtet.

29% (19)

Ja, es ist geplant unser touristisches Angebot auf neue Zielgruppen auszurichten.

35% (23)

Nein, eher nicht.

24% (16)

Weiß nicht

32% (21)

Wenn Antwort A oder B, inwiefern?

## Antworten der Kommunen/Kreise/Institutionen zu „Wenn A oder B, inwiefern?“:

- Das vorhandene Potenzial ist in erster Linie für Tagestourismus geeignet.
- Das Angebot wird sich erhöhen, je weiter der Rückbau des Tagebau Hambach fortschreitet.
- Als ADFC Grevenbroich stellen wir uns mit der Radtourenplanung auf den Bedarf ein. Wenn es touristische Highlights gibt, finden wir auch einen Weg
- Sukzessives Heranführen der jungen Generationen als Botschafter für die Region, d.h. Kernzielgruppe Familien mit kleinen Kindern; Fokussierung auf die Themen "Wandel", "Energie", "Rekultivierung"
- Das touristische Angebot unserer Kommune ist bereits teilweise auf die Zielgruppe ausgerichtet. So gibt es einen Wohnmobilstellplatz für Kurzurlauber und viele Angebote für Tagesgäste aus dem Umland. Zukünftig sollen weitere Angebote, z.B. durch die Schaffung weiterer Übernachtungsmöglichkeiten, für Übernachtungsgäste aus dem Leisure-Bereich entwickelt werden. Besonders interessant sind hier die Zielgruppen der Radfahrer (Fernradwege) und Wohnmobilisten.
- Industriekulturtourismus lebt bereits hauptsächlich vom Tagestourismus
- Hierzu liegen mir keine Informationen vor. Ich halte aber den Aufbau eines bedienerfreundlichen Informationssystems als unabdingbare Voraussetzung für eine gelingende Transformation im Tourismus.
- Stellplatz Camping
- Verstärkt Radfahren
- Der Ausbau von Radwegen und der Erhalt bzw. die Vergrößerung von Naherholungsgebieten sind angedachte, aber noch nicht umgesetzte Ideen.
- Attraktives Stadtbild und Wiedererkennungswert der Stadt, Stärkung des Gastgewerbes
- Im Moment sind Pläne/Überlegungen noch unausgereift, gegenwärtig auch nur mit Partnern stemmbar

Der Strukturwandel im Rheinischen Revier in Kombination mit der voranschreitenden Digitalisierung wird voraussichtlich zu einer deutlichen Veränderung der Zielgruppen führen, weg von Geschäftsreisenden hin zu mehr (Kurz-)Urlaubern. Haben Sie Ihr touristisches Angebot bereits darauf ausgerichtet bzw. planen Sie dies zukünftig zu tun?

## **Antworten der Kommunen/Kreise/Institutionen zu „Wenn A oder B, inwiefern?“:**

(Fortsetzung der vorherigen Seite)

- Homeoffice ermöglicht mehr Kurztrips
- Ausrichtung eigenes Strategiepapier
- Wir legen viel Wert auf den Radtourismus und haben die Mitgliedschaft in der AGFS beantragt. Darüber hinaus planen wir ein kommunales Tourismuskonzept.
- Wir sind in Heimbach bereits seit langem auf Kurzurlauber ausgerichtet.
- Derzeit befinden sich infrastrukturelle Maßnahmen in der Umsetzung, um die Voraussetzungen für Busreisen zu verbessern, sowie Angebote für Kurzurlauber zu entwickeln.
- Durch die Schaffung einer kulturtouristischen Infrastruktur können kulturelle Veranstaltungsreihen mit den kulturtouristischen Angeboten verknüpft und kombiniert zu einem touristischen Gesamtangebot zusammengefügt werden.
- Unsere Zielgruppe sind aktuell Familien und Tagestouristen. Sehr viele Radtouristen. Wir möchten gerne unser Angebot breiter aufstellen. Auch Kombinationen zwischen Geschäftsreise und Erholung bieten. Innovative Übernachtungsmöglichkeiten mit entsprechenden Partner schaffen. Außerdem auch die Altersgruppe 18 - 30 mit Angeboten einbinden.
- Angebotserweiterung auf breite Zielgruppen

# Gewünschte Unterstützung

? Welche konkrete Unterstützung benötigen Sie, um zukünftig Ihr touristisches Angebot erfolgreich auf neue Zielgruppen auszurichten?

<i>Antwort-Cluster</i>	<i>Unternehmen</i> (26 Teil-Antworten)	<i>Kommunen/Kreise/ Institutionen</i> (51 Teil-Antworten)
<b>Fördermittel</b> und Personal/Lohnkostenunterstützung; sowie Unterstützung und Angebote zum <b>Grundstückserwerb</b>	<b>19 %</b> (5)	<b>14 %</b> (7)
<b>Marketing/PR</b> und Verbreitung der (bestehenden) Angebote wie die Sophienhöhe; ein gemeinsamer Flyer/Internetauftritt	<b>30 %</b> (8)	<b>8 %</b> (4)
<b>Vernetzung</b> unter den Touristikern; Informationsaustausch und <b>interkommunale Zusammenarbeit</b>	<b>12 %</b> (3)	<b>17 %</b> (9)
Ein <b>Gesamt-Tourismuskonzept</b> mit Leitbild, Chancen- und Bedarfsanalyse, Zielgruppendefinition, Marketingstrategie	<b>15 %</b> (4)	<b>14 %</b> (7)
<b>Neuansiedlung von Gastgewerbe</b> ; moderne Tourismusbetriebe; Entwicklung neuer, <b>innovativer Ideen und Angebote</b> (z.B. „Freilichtmuseum in Kerpen-Manheim, Aufarbeitung der Braunkohle-Geschichte und Präsentation mittels Virtual und Augmented Reality“)	-	<b>10 %</b> (5)
<b>Infrastrukturentwicklung</b> (z.B. Nahverkehr, Glasfaser) und <b>Besucherlenkung</b>	<b>4 %</b> (1)	<b>4 %</b> (2)
<b>Unterstützung, Beratung und Workshops</b> (z.B. wie richtet man ein Angebot auf eine bestimmte Zielgruppe aus, Zielgruppenansprüche, Angebotsentwicklung)	-	<b>8 %</b> (4)
Eine <b>Dachmarke</b> der Destination; <b>Bündelung der Angebote</b>	-	<b>4 %</b> (2)
Sonstiges: – Wohnmobil Pop Up Stellplätze – weniger Bürokratie – ein offener Wasserweg vom Rhein zu den Tagebauen – „Wir als Verein benötigen die Möglichkeit etwas tun zu können. Grundvoraussetzungen, wie bspw. einen See der NICHT nur als Naturschutzgebiet dient.“	<b>8 %</b> (2)	<b>4 %</b> (2)
Keine Unterstützung nötig/gewollt	<b>12 %</b> (3)	<b>17 %</b> (9)

# Meinungen zur Vision

Was denken Sie, wenn Sie folgende Vision für das Rheinische Revier lesen: „Vom Bergbaurevier zur Modellregion für Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus“

<i>Antwort-Cluster</i>	<i>Unternehmen</i> (27 Teil-Antworten)	<i>Kommunen/Kreise/ Institutionen</i> (66 Teil-Antworten)	<i>Bürger</i> (259 Teil-Antworten)
<b>Super</b> ; genau die richtige Richtung; große <b>Chance</b> ; macht <b>Hoffnung</b> ; erstrebenswert & richtig; Vorbildfunktion; Stolz; gute Verzahnung von früher und heute	<b>30 %</b> (8)	<b>53 %</b> (35)	<b>50 %</b> (129)
Wäre toll aber ist ein <b>langer Weg</b> ; braucht <b>Umdenken und Teamgeist</b> ; mit der aktuellen Vorgehensweise nicht erreichbar; die <b>Politik muss sich verändern</b> ; es ist viel Wandel nötig, damit dies keine hohle Phrase bleibt; <b>CO2-Neutralität ist eine gewagte These</b>	<b>15 %</b> (4)	<b>11 %</b> (7)	<b>12 %</b> (31)
<b>Völlig utopisch</b> ; Quatsch; eine Modeerscheinung; <b>hohle Phrase</b> ; Werbe-Blödsinn; klingt „in“	<b>4 %</b> (1)	<b>9 %</b> (6)	<b>10 %</b> (26)
Als Basis ok, aber für den Touristen abschreckend; <b>was ist CO2-neutraler Tourismus?</b> ; Die Vision sollte <b>mit Leben gefüllt werden und emotionaler</b> sein; dem Touristen geht es um Erholung, nicht um Nachhaltigkeit oder Bergbau	<b>7 %</b> (2)	<b>8 %</b> (5)	<b>5 %</b> (14)
Der Fokus muss weg von der Bergbauvergangenheit; der <b>Wiederaufbau von Flora &amp; Fauna hat Priorität</b> , auch vor dem Tourismus; Gefahr von Greenwashing	<b>7 %</b> (2)	<b>3 %</b> (2)	<b>2 %</b> (5)
Klingt sperrig; <b>zu abstrakt</b> ; muss konkreter sein: <b>Welche Ziele? Welche Zeiträume?</b> ; leichtere Sprache; Konzept und Umsetzung sind nötig; nicht reden sondern handeln!	<b>15 %</b> (4)	<b>11 %</b> (7)	<b>10 %</b> (26)
Es braucht <b>Hilfestellungen, Fördermittel, Workshops und (Einzel-)Beratungen</b> für die Umstellung auf erneuerbare Energien; mit Außenmaß handeln!	<b>11 %</b> (3)	-	-
Weniger Tourismus, mehr Heimat, Naturschutz und Denkmalschutz	-	<b>3 %</b> (2)	<b>1 %</b> (3)
Nicht möglich ohne große <b>Arbeitslosigkeit</b> , Tourismus kann <b>wegfallende Wirtschaftskraft</b> der Braunkohle nicht auffangen	-	-	<b>2 %</b> (5)



# Meinungen zur Vision

Was denken Sie, wenn Sie folgende Vision für das Rheinische Revier lesen: „Vom Bergbaurevier zur Modellregion für Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus“

<b>Antwort-Cluster</b> <i>(Fortsetzung zur vorherigen Seite)</i>	<b>Unternehmen</b> (27 Teil-Antworten)	<b>Kommunen/Kreise/ Institutionen</b> (66 Teil-Antworten)	<b>Bürger</b> (259 Teil-Antworten)
Sonstige Aussagen, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ohne Attraktionen bleibt das ein Wunschtraum, andere Regionen sind attraktiver</li> <li>– CO2-Neutralität muss europaweit und weltweit angegangen werden, kein „deutscher Alleingang“</li> <li>– „Nachhaltigkeit hat stets drei Komponenten: Ökologie, Ökonomie &amp; Soziales. CO2-Neutralität damit nicht vereinbar. Aufgrund fehlender Wirksamkeitsnachweise ist diese daher nicht anzustreben.“</li> <li>– CO2-Erzeugung wird nur in andere Regionen verschoben.</li> <li>– Hätte man damals mit dem Wissen von heute schon so umsetzen können</li> </ul>	<b>4 %</b> (1)	<b>1 %</b> (1)	<b>4 %</b> (9)
Weiß nicht; keine Aussage	<b>7 %</b> (2)	<b>1 %</b> (1)	<b>4 %</b> (11)

- *Es ist ein gutes und richtiges Ziel, Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus anzustreben. Doch stellt sich in Anbetracht des noch langen Prozesses dorthin die Frage, ob nicht bereits andere Regionen dieses Ziel ebenfalls anstreben oder gar erreicht haben. **Reicht dies dann als Alleinstellungsmerkmal aus, um sich als einzigartige Tourismusdestination erfolgreich zu vermarkten?** (Kommunen/Kreise/Institutionen)*
- *Das **Thema Nachhaltigkeit und CO2-neutraler Tourismus muss mehr in die Presse**, damit die breite Bevölkerung überhaupt weiß, was man darunter versteht. **Welche Vorteile bietet das ganze Thema? Welche Möglichkeiten hat der Urlauber?** Nach der sehr negativen Presse der vergangenen Jahr, muss ein Konzept her, das glaubwürdig zeigt, dass die Region zu einem Imagewandel bereit ist. (Unternehmer)*
- *Das ist aber zurückhaltend und technisch formuliert! Als rheinische Frohnaturen können wir das doch **mit mehr Emotion!** (Wie wär's mit: „Vom Bergbaurevier zur rheinischen FrohNatur- innovativ, nachhaltig und CO2-neutral“) (Bürger)*
- ***Ein langer Weg, aber man sollte ihn beschreiten mit einer regionsweiten Diskussion und Festlegung dazu, welche Ziele man sich für welche Zeiträume setzt.** Darauf ausgerichtet müssen **Hilfestellungen** für Freizeitwirtschaft und Gastgewerbe angeboten werden, auch was Fördermöglichkeiten anbelangt. Es muss organisierte Beratungsangebote für den Überblick zum Thema Nachhaltigkeit, CO2-neutralen Tourismus für die Teilregionen und die Unternehmen geben und im nächsten Schritt Einzelberatungsangebote für die konkreten Maßnahmen einzelner Unternehmen und Angebote, um sich in die entsprechende Richtung weiterzuentwickeln. **Ohne Fördermöglichkeiten für die Entwicklung in diese Richtung wird es nicht gehen.** (Unternehmer)*
- *Ich glaube, dass dieses Vorhaben gelingen kann und muss. **Nachhaltigkeit darf aber nicht bedeuten, dass es "nur noch" um Wandern und Radfahren gehen darf.** Sonst setzen sich die Menschen in ihre Autos und fahren woanders hin, um "Action" zu erleben. (Bürger)*
- *Schön und gut aber wie realisieren? **Wichtig wäre hier ein zukunftsfähiges Konzept.** Neutraler Tourismus ... stelle ich mir schwer vor, da selbst die Anreise mit einem Diesel schon „neutralen Tourismus“ ausschließt. **Es kann keinen neutralen Tourismus geben. Aber einen freundlicheren als wie es zumindest jetzt der Fall ist.** Vielleicht mehr kostenfreie Mobilitätsmöglichkeiten anbieten. (Bürger)*
- *Welche **Auswirkungen/Einschränkungen** hat das auf die **Bewohner** gerade der ländlichen Regionen? (Bürger)*

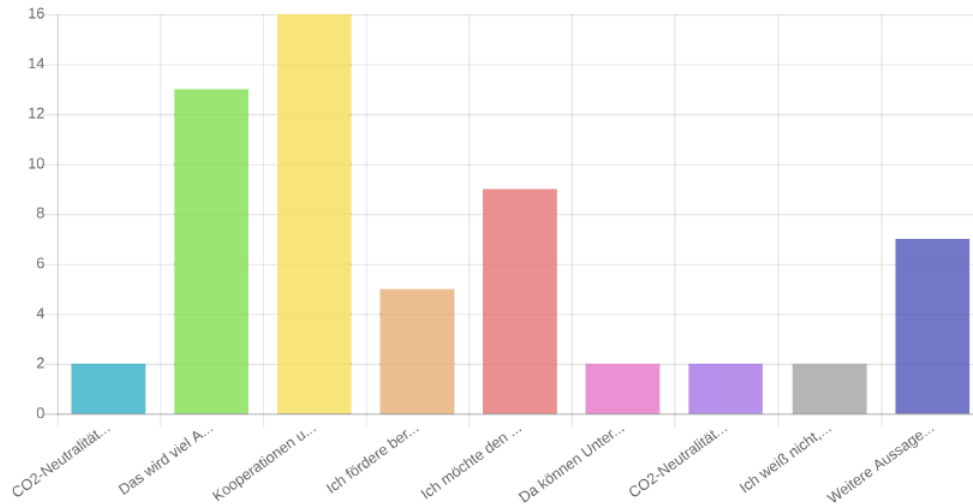
- **Die Vision ist gut aber der Titel zu „sperrig“ und zu einseitig auf Tourismus ausgerichtet.** Die Region könnte auch vorangehen in Sachen erneuerbare Energien. Brachflächen des Bergbaus könnten in Solar und Windparks verwandelt werden, Energie in Form von Wasserreservoirs auf unterschiedlichen Niveaus gespeichert werden, um es bei trübem und windstillem Wetter in Hydroelektrizität umzuwandeln. Nur auf Tourismus zu setzen birgt die Gefahr einer neuen Monokultur. (Unternehmer)
- **Ich möchte Freizeit haben, keine CO2-neutralen Töpferkurse.** Wenn die Wirtschaftskraft der Braunkohle wegfällt, muss Wertschöpfung her! (Bürger)
- Das ist ein **Mode-Label - flüchtiger Zeitgeist.** Viel Wald aufforsten, wie eh von RWE langfristig geplant - das ist nachhaltig. Ansonsten will ich als Mensch in der Region frei leben und nicht alles irgendwelchen CO2-Visionen unterwerfen. (Bürger)
- Spinner (Entschuldigung). Die Politiker, die seit Jahrzehnten unsere Heimat abbaggern und vernichten, wollen und sollen plötzlich einen auf Nachhaltigkeit machen. Nein, **so lange es die selben Player (inkl. RWE in all seinen Facetten) sind, ist dies ein von oben aufgesetzter Prozess.** (Bürger)
- **CO2-neutral ist ein beliebtes Wort. Dahinter müssen auch Taten stehen.** Damit meine ich **nicht Elektromobilität** wo man jetzt schon weiß, dass die Entsorgung von massig Batterien das nächste Problem wird und auch nicht der Einkauf von grünem Strom oder der Export, sondern die Selbstversorgung der Region durch nachhaltige Energiequellen. (Bürger)
- Man sollte sich **nicht zu sehr auf Thema Nachhaltigkeit fokussieren.** Natürlich ist das wichtig, aber wenn man das als Slogan nimmt, verschreckt es auch einige Interessierte befürchte ich. (Bürger)
- Je nachdem, woher die Touristen kommen, wäre **durch die reine Anreise CO2 Neutralität schon nicht mehr gegeben.** Eher **auf Regionalität gehen und ein anderes Wort ("Emissionsarm", "Urlaub, gut für's Klima") nehmen.** (Bürger)
- Dass es **schwierig sein wird CO2 neutral zu werden, da es zu wenig Gemeinsinn gibt,** jeder hat noch seine eigene Heizung alle müssen noch mit dem Auto einkaufen fahren, es fehlen in den kleineren Dörfern Infrastrukturen. (Bürger)

# CO2-neutraler Tourismus

Welchen der folgenden Statements zu einem CO2-neutralen Tourismus im Rheinischen Revier stimmen Sie zu? (Mehrfachantworten möglich)

## Unternehmen:

(58 Antworten)



8% (2)  
CO2-Neutralität im Tourismus ist unmöglich.

50% (13)  
Das wird viel Arbeit, sollte aber angestrebt werden.

62% (16)  
Kooperationen und gemeinsame Lösungen machen es möglich.

19% (5)  
Ich fördere bereits einen CO2-neutralen Tourismus durch entsprechende Angebote für meine Gäste.

35% (9)  
Ich möchte den CO2-neutralen Tourismus aktiv fördern und wünsche mir dafür Unterstützungsangebote.

8% (2)  
Da können Unternehmen nichts bewirken, das muss auf kommunaler Ebene gesteuert werden.

8% (2)  
CO2-Neutralität ist ein "Klotz am Bein" und schränkt die Tourismusedwicklung unnötig ein.

8% (2)  
Ich weiß nicht, was unter dem Begriff CO2-neutraler Tourismus zu verstehen ist.

27% (7)  
Weitere Aussagen & Anmerkungen:

## Weitere Aussagen & Anmerkungen der Unternehmen:

- Man wird in Zukunft hoffentlich nicht mehr um CO2-neutralen Tourismus herumkommen!
- Ohne der neuen Realität mit dem Planeten sorgfältiger umzugehen, kann man keinen nachhaltigen Tourismus aufbauen oder betreiben.
- Es kann aber nicht sein, dass man fossile Brennstoffe extra teuer macht um anderes damit zu finanzieren. All dies schlägt sich auf den Preis nieder.
- Neutralität finde ich schwierig, aber zumindest Optimierung sollte drin sei.
- A bis H: Alles dieselbe "Denke" wie der Slogan unter 10) Vision. Zu verkrampt, zu technokratisch, zu wenig selbstverständlich. Am ehesten Antwort C (Kooperationen und gemeinsame Lösungen machen es möglich)
- Möchte hierzu keine Stellung nehmen.
- CO2-Neutralität ist langfristig möglich, wenn zuvor die Stromerzeugung in Deutschland generell CO2-neutral ist (d.h. keine wettbewerbsverzerrenden Mehrkosten ggü. Wettbewerbern in anderen Bundesländern oder im benachbarten Ausland) und der Verkehr ebenfalls. Mit der Brechstange geht es nicht.

## Antworten zu „Wenn Sie Statement D gewählt haben: Durch welche Angebote fördern Sie bereits einen CO2-neutralen Tourismus?“

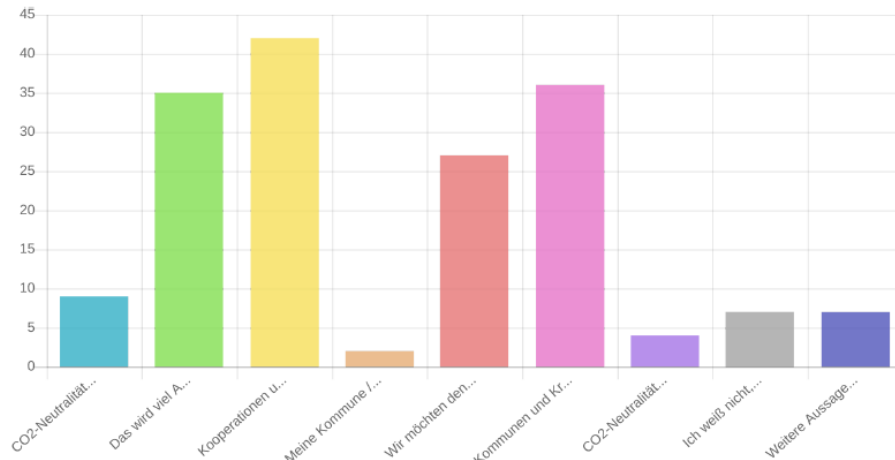
- Ökostrom, keine Plastik-Getränkeflaschen, Anfrage nach Ladestationen, etc.
- Erweiterung des Angebots des öffentlichen Nahverkehrs (Erhöhung der Bus-Taktung, langfristig: Anschluss an die Stadtbahn), Kooperation mit den Bio-Stationen Rhein-Erft durch eine Vortragsreihe über regionale Themen der Nachhaltigkeit, Aufbau eines naturkundlichen Rundgangs, DIY-Workshops
- Selbstbedienung, selbst kochen, vegan + vegetarisch Grillen. Nur Elektro / Hybrid Offroad Fahrzeuge. Nur Camping.
- Verbindung Essen und nachhaltige Landwirtschaft
- Siehe oben (die Startpunkte meiner Touren kann man immer auch mit dem ÖPNV erreichen).
- Beispiele: Kombi-Pakete mit dem ÖPNV zur Reduzierung des Individualverkehrs. Energieeffizienzmaßnahmen.

# CO2-neutraler Tourismus

Welchen der folgenden Statements zu einem CO2-neutralen Tourismus im Rheinischen Revier stimmen Sie zu? (Mehrfachantworten möglich)

## Kommunen/Kreise/Institutionen:

(169 Antworten)



13% (9)  
CO2-Neutralität im Tourismus ist unmöglich.

51% (35)  
Das wird viel Arbeit, sollte aber angestrebt werden.

62% (42)  
Kooperationen und gemeinsame Lösungen machen es möglich.

3% (2)  
Meine Kommune / mein Kreis fördert bereits einen CO2-neutralen Tourismus durch entsprechende Angebote für Gäste.

40% (27)  
Wir möchten den CO2-neutralen Tourismus aktiv fördern und wünschen uns dafür Unterstützungsangebote.

53% (36)  
Kommunen und Kreise müssen Vorreiter sein und gleichzeitig die Unternehmen dabei unterstützen.

6% (4)  
CO2-Neutralität ist ein "Klotz am Bein" und schränkt die Tourismusentwicklung unnötig ein.

10% (7)  
Ich weiß nicht, was unter dem Begriff CO2-neutraler Tourismus zu verstehen ist.

10% (7)  
Weitere Aussagen & Anmerkungen:

## Weitere Aussagen & Anmerkungen der Kommunen/Kreise/Institutionen:

- Bereit heute in Kitas und Schulen das Thema von neutralen Tourismus erklären
- Ich denke, es ist wichtig einen Pfad zu definieren, wie ein CO2-neutraler Tourismus stattfinden kann und muss. Hierbei ist natürlich wichtig, insbesondere die CO2-Bilanz der Angebote, aber auch der Anreise zu ermitteln.
- Kreise können insbesondere in puncto klimaneutraler Mobilität viel Aufklärungs- und Koordinationsarbeit leisten. Sie können die Instrumente des Mobilitätsmanagements bekannt machen und Hilfe zur Anwendung liefern.
- Natürlich habe ich unter dem Begriff eine Vorstellung, wäre aber auf Ihre Definition und Beispiele gespannt.
- CO2-Neutralität ist kein freiwilliges Wunschkonzert sondern wird zwingend gefordert
- Völliger Blödsinn und zerstörende Modeerscheinung
- Bildung für nachhaltige Entwicklung kann bei der Angebotsgestaltung als auch bei Akzeptanz bei Dienstleistern und Gästen eine hilfreiche Rolle einnehmen

## Antworten zu „Wenn Sie Statement D gewählt haben: Durch welche Angebote fördern Sie bereits einen CO2-neutralen Tourismus?“

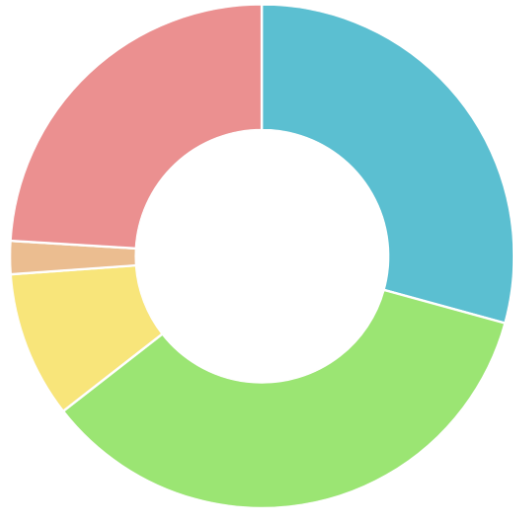
- s. o.
- u.a. Touristische Mobilitätsangebote
- Bei der Planung touristischer Infrastruktur werden die Belange der Gäste mit denen des Naturschutz, z.B. durch Besucherlenkung in Einklang gebracht; ÖPNV Anbindung; Naturerlebnisangebote...

# Verändertes Freizeitverhalten

Wird der Strukturwandel im Rheinischen Revier mit neuen Freizeit- und Tourismusangeboten voraussichtlich Einfluss auf Ihre persönliche Freizeitgestaltung (z.B. Tagesausflüge und Heimaturlaube) haben?

## Bürger:

(287 Antworten)



29% (84)  
Ja, auf jeden Fall

35% (101)  
Ja, vielleicht

9% (27)  
Nein, eher nicht

2% (6)  
Weiß nicht

24% (69)  
Wenn Antwort A, inwiefern?

Antwort-Cluster zu „Wenn Antwort A, inwiefern?“	Bürger (86 Teil-Antworten)
Mehr <b>Naherholung</b> ; Ausflüge am Feierabend und Wochenende; Kurzurlaub <b>direkt vor der Haustür</b> ; man kann einfach hierbleiben und muss nicht mehr in andere Regionen fahren für Natur- und Outdoorerlebnisse	<b>38 %</b> (33)
Neue Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung; <b>spannende und attraktive, neue Angebote; mehr Vielfalt und Auswahl</b>	<b>20 %</b> (17)
Die renaturierte Landschaft und <b>Natur erleben; Wandern und Radfahren</b> ; „Natur mit Geschichte“; neue Wälder	<b>15 %</b> (13)
<b>Seenlandschaft, Badeurlaub und Wassersport</b> direkt vor der Haustür	<b>9 %</b> (8)
<b>Aktivsport</b> betreiben, z.B. Mountainbiking, Motorcross, etc.	<b>6 %</b> (5)
Ich nutze die Angebote der Region <b>jetzt schon viel</b> in meiner Freizeit, z.B. Mountainbiking, Gastronomie, Radtouren, Wanderungen	<b>5 %</b> (4)
Sonstige Antworten: – „Ich wünsche mir Angebote, die eine Lücke füllen zwischen Familie/Kind und „Senioren“ Kultur“ – „Kulturangebote für alle Generationen“ – „Wenn das Freizeitangebot nicht attraktiv ist, hat der Rest auch weniger Wert“ – „Strukturwandel trägt zum allgemeinen Image der Region bei“ – „Weil hier viel Fläche ist“ – „Blödsinn - das ist doch frühestens in 30 oder 40 Jahren spruchreif. keine Ahnung, wie meine Freizeit dann aussieht (falls ich dann noch lebe).“	<b>7 %</b> (6)

# Verändertes Freizeitverhalten

? Welche Freizeit- und Tourismusangebote würden Sie sich im Rheinischen Revier wünschen?

<b>Antwort-Cluster</b>	<b>Bürger</b> (492 Teil-Antworten)
<b>Natur- und Landschaftsparks;</b> Wälder; Biodiversität; Naturentdecker-Angebote; <b>viele (thematische) Wanderwege &amp; Radrouten</b> mit Aussichtspunkten, Rastplätzen und Grillhütten; Radschnellwege; Joggingrouten; <b>Möglichkeiten die Landschaft im Wandel zu beobachten;</b> Naherholung	<b>32 %</b> (157)
<b>Seen; Wassersportangebote</b> (Segeln, Angeln, Boot fahren, Rudern, SUP, Schwimmen etc.); (Natur-)Freibäder; Hundestrand	<b>27 %</b> (133)
<b>Action &amp; Sportaktivitäten:</b> MTB; Skate-Park; Kletterwald; (Mini/Adventure-)Golf; Rodelbahn; Barfußpark; Zipline; Motor-Cross & Quad; Freizeitpark; öffentliche Sportanlagen	<b>11 %</b> (52)
(Kostenfreie) <b>Kinder- und Familienangebote:</b> (Wasser-)Spielplätze; Lehr- und Erlebnispfade durch die Natur; Kinderbauernhof; Reiterhof; Tierparks/Wildgehege; Zoo	<b>7 %</b> (35)
<b>Kunst &amp; Kultur Angebote;</b> Freilichttheater; Aufbereitung der <b>Landschaftsgeschichte</b> und <b>Industriekultur</b> des Braunkohleabbaus; 2.000 Jahr Menschheitsgeschichte in der Region	<b>7 %</b> (33)
<b>Moderne und attraktive Gastronomie;</b> auch außerhalb der Großstädte; entlang von Rad- und Wanderwegen; bessere Öffnungszeiten	<b>7 %</b> (32)
<b>Campingplätze;</b> Wohnmobilstellplätze; Center Parcs; <b>neue (außergewöhnliche) Unterkünfte:</b> Biohotel; Erlebnis-/Themenhotel; Unterwasserhotel bzw. schwimmendes Hotel; Hausboote	<b>4 %</b> (19)
<b>Partys/Clubs</b> für junge Leute; <b>Festival-Locations;</b> Open-Air Kinos; <b>Großveranstaltungen</b>	<b>2 %</b> (10)
Kur- und <b>Wellnessangebote;</b> Spa; Ayurveda	<b>1 %</b> (6)
<b>Agrotourismus</b> (Verbindung von Landwirtschaft und Tourismus); Öko-Weinbau; Forschungsreisen; <b>Weiterbildung &amp; Wissenschaft</b> („offene Labore“)	<b>1 %</b> (4)
Sonstiges: Innovative, neuartige Attraktionen; barrierefreie Angebote; „von allem etwas“; „kleinere Freizeitangebote (keine Freizeitparks)“	<b>1 %</b> (5)
Keine Aussage; keine Wünsche	<b>1 %</b> (6)