



LANDKREIS  
BREISGAU-  
HOCHSCHWARZWALD



KlimaPlus

## Workshop

### „Tourismus im Klimawandel – Chancen und Risiken für die Tourismusregionen in der Rheinebene“

am 17. März 2025 im Kurhaus Bad Krozingen

## Protokoll

### Vorträge

Dr. Bettina Joa (Landratsamt Breisgau-Hochschwarzwald):  
Klimawandel in der Rheinebene: Mögliche Auswirkungen auf den Tourismus

Katja Filser (Stabsstelle Kommunale Gesundheitsstrategien im Gesundheitsamt Freiburg/  
Breisgau-Hochschwarzwald):  
Sommer, Sonne, Hitzestress: Gesundheitliche Auswirkungen von Hitze

Dr. Thomas Coch (Ferienregion Müntertal-Staufen):  
Klimawandel: Konsequenzen für touristische Angebote

Die Inhalte sind den Präsentationsfolien (PDF) zu entnehmen.

### Austausch und Diskussion in Kleingruppen

In zwei Diskussionsrunden konnten sich die Teilnehmenden des Workshops zu den folgenden Fragestellungen/Themen austauschen:

1. Sommerhitze als Risiko für den Tourismus
2. Saisonverlängerung als Chance für den Tourismus?
3. Klimawandel = Landschaftswandel – Risiken und Chancen von möglichen neuen Landschaftsbildern
4. Trockenheit und Wassermangel – Wie gehen wir damit um?
5. Starkregen und weitere Extremwetter – Möglichkeiten zur Anpassung

Die Ergebnisse der Kleingruppen-Diskussionen sind im Folgenden dargestellt.

# 1. Sommerhitze als Risiko für den Tourismus

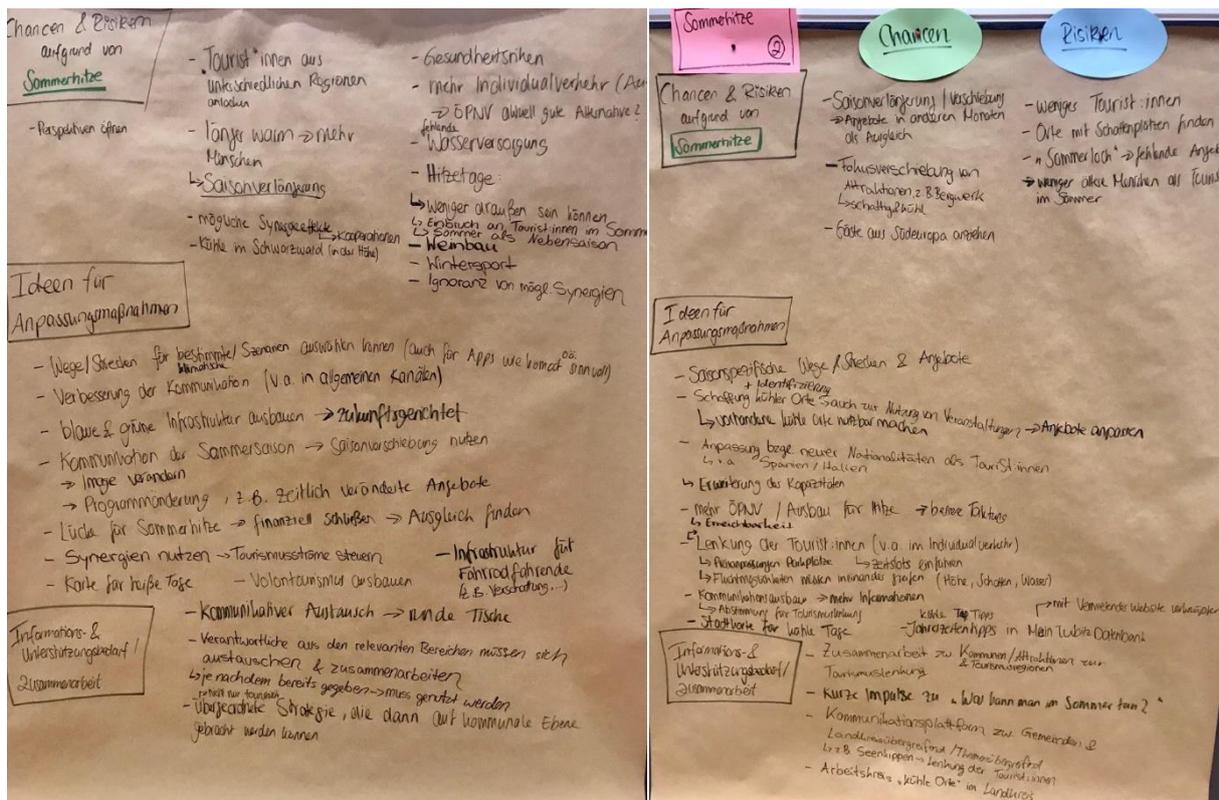


Abbildung 1: Fotodokumentation der Kleingruppen 1 und 2 - Sommerhitze

Sommerhitze als Risiko für den Tourismus	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Mehr Touristinnen und Touristen, neue Tourismusströme (z.B. internationale)</li> <li>» Saisonverlängerung                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Angebote in anderen Monaten als Ausgleich</li> </ul> </li> <li>» Synergieeffekte und Kooperationen</li> <li>» „Fliehen“ in die Höhenlagen des Schwarzwaldes → kühle Orte</li> <li>» Fokusverschiebung von Attraktionen, z.B. Bergwerk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Gesundheitliche Risiken</li> <li>» Erhöhter Individualverkehr</li> <li>» Fehlende Wasserversorgung</li> <li>» Hitzetage                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Einbruch an Touristinnen und Touristen im Sommer, insb. weniger ältere Gäste</li> <li>→ Sommer als Nebensaison</li> </ul> </li> <li>» Geringe Wertschöpfung als Wintertourismus</li> <li>» Ignoranz von möglichen Synergien</li> <li>» „Sommerloch“ → fehlende Angebote</li> </ul>
Ideen für Anpassungsmaßnahmen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Verbesserung der Kommunikation (v.a. in viel genutzten Kanälen)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Saisonverschiebung nutzen</li> <li>→ Imageveränderung: Fokus auf Frühling- &amp; Herbsttourismus</li> <li>→ Tourismusattraktionen, wie z.B. Wander- und Radwege, die bei Hitze eher geeignet sind</li> <li>→ Hitzeangepasste Programme, z.B. Weinkeller</li> <li>→ Angebote sollen auch in einschlägigen Apps sichtbar sein</li> </ul> </li> <li>» Anpassung der touristischen Infrastruktur                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ z.B. Radwege mit Option auf schattige Pause</li> <li>→ Zukunftsgerichtete blau-grüne Infrastruktur</li> <li>→ mehr/besseren ÖPNV (Anpassung der Taktung und der Erreichbarkeit), weniger Individualverkehr</li> </ul> </li> </ul>	

- » Synergien zwischen Tourismusregionen nutzen, um z.B. Tourismusströme zu steuern
  - Zusammenarbeitsbedarf im Austausch zwischen verschiedenen Orten, Bereichen und Touristinnen und Touristen
- » Lenkung der Touristinnen und Touristen (v.a. im Individualverkehr)
  - Preisanpassung von Parkplätzen
  - Einführung von Zeitslots
  - Fluchtmöglichkeiten müssen ineinandergreifen (Höhe, Schatten, Wasser)
- » Stadtkarte für heiße Tage
- » Schaffung, Identifizierung und Nutzung bereits vorhandener kühler Orte, auch zur Nutzung von Veranstaltungen → Anpassung der Angebote
- » Voluntourismus ausbauen
- » Anpassung für internationale Gäste → Erweiterung der Kapazitäten
- » Jahreszeitentipps/kühle Tipps in mein.toubiz Datenbank
  - Kann auch mit privaten Websites (z.B. von Vermietern und Vermieterinnen) verknüpft werden

### Informations- & Unterstützungsbedarf/Zusammenarbeit

- » Kommunikativer Austausch, z.B. runde Tische → Austausch und Zusammenarbeit der Verantwortlichen aus relevanten Bereichen (teilweise schon gegeben, muss genutzt werden)
- » Kommunikationsplattform zwischen Gemeinden und Landkreis-/themenübergreifend
- » Zusammenarbeit zwischen Kommunen/Tourismusregionen/Attraktionen zur Tourismuslenkung
- » Übergeordnete (nicht nur touristische) Strategie notwendig, die dann auf kommunale Ebene gebracht werden kann
- » Kurze Impulse zu „Was kann man im Sommer tun?“
- » Arbeitskreis „kühle Orte“ im Landkreis

## 2. Saisonverlängerung als Chance für den Tourismus?

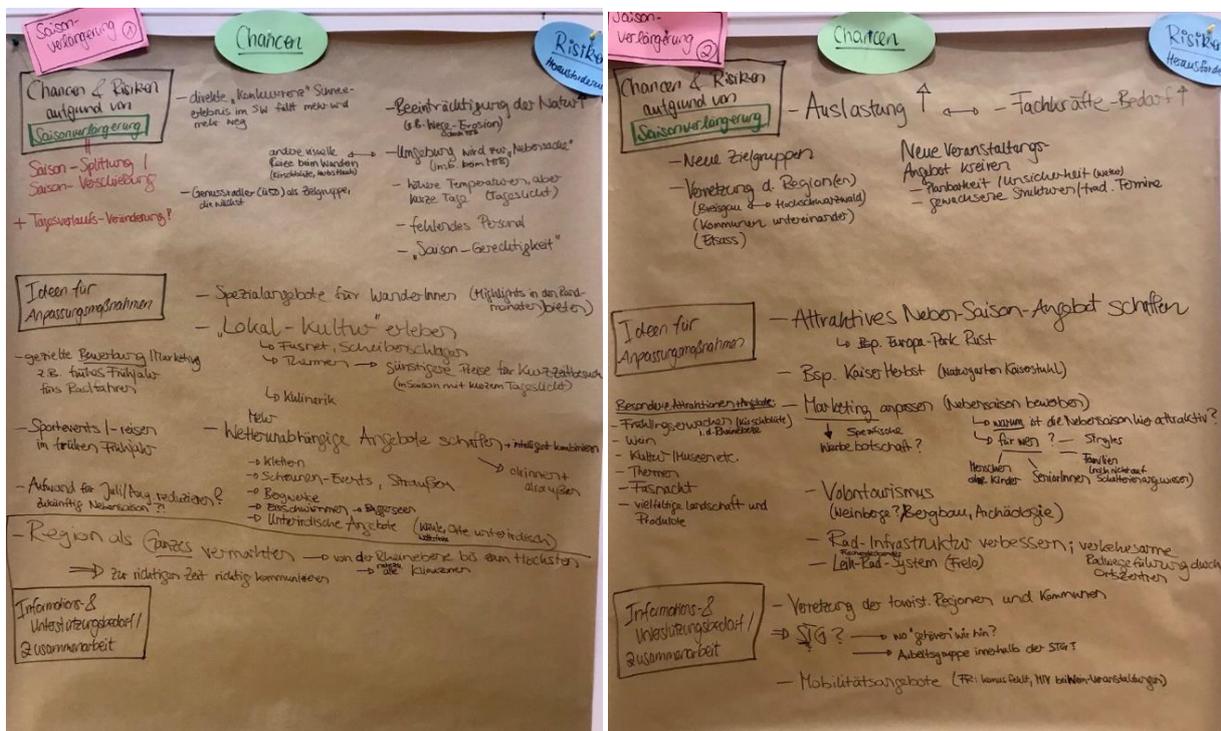


Abbildung 2: Fotodokumentation der Kleingruppen 3 und 4 - Saisonverlängerung

<b>Saisonverlängerung als Chance für den Tourismus?</b>	
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Höhere Auslastung</li> <li>» Neue Zielgruppen</li> <li>» Genussradler U50 als Zielgruppe, die wächst</li> <li>» Vernetzung der Region(en) (z.B.: Breisgau &amp; Schwarzwald; Kommunen untereinander; Elsass)</li> <li>» Direkte Konkurrenz „Schneeerlebnis“ im Schwarzwald fällt mehr und mehr weg Andere visuelle Reize beim Wandern (bunte Landschaften im Herbst, Blütenmeer im Frühjahr)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Fachkräftebedarf steigt</li> <li>» Fehlendes Personal</li> <li>» Neue Veranstaltungsformate müssen kreiert werden; aber: gewachsene Strukturen, traditionelle Termine und Unsicherheit bzgl. Wetter</li> <li>» Beeinträchtigung der Natur (z.B. Wege-Erosion durch Mountainbiken)</li> <li>» „Gefahr“: Umgebung wird zur „Nebensache“</li> <li>» höhere Temperaturen, aber kurze Tage (wenig Tageslicht)</li> <li>» „Saison-Gerechtigkeit“</li> </ul>
<b>Ideen für Anpassungsmaßnahmen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Attraktive Nebensaison-Angebote schaffen <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Bsp.: Europa-Park Rust, Kaiser-Herbst (Naturgarten Kaiserstuhl)</li> <li>→ Bestehende Attraktionen und Angebote der Region nutzen (z. B.: Frühlingserwachen und Kirschblüte, Wein, Kultur, Museen, Thermen, Fasnet, Kulinarik, vielfältige Landschaft und ihre Produkte)</li> <li>→ Sportevents &amp; -reisen im frühen Frühjahr</li> <li>→ Spezial-Angebote für Wanderinnen und Wanderer (z.B. Highlights in den Randmonaten)</li> <li>→ „Lokal-Kultur“ erleben (Fasnet, Scheibenschlagen etc.)</li> <li>→ Voluntourismus (z.B. Arbeiten in den Weinbergen, Bergbau, Archäologie)</li> </ul> </li> <li>» Mehr wetterunabhängige Angebote schaffen und intelligent kombinieren <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Thermen → günstigere Preise für Kurzzeitbesuche/Abendbesuche in Nebensaison mit kurzem Tageslicht</li> <li>→ Klettern</li> <li>→ Scheunen-Events, Straßenwirtschaften</li> <li>→ Bergwerke</li> <li>→ Eisschwimmen (Baggerseen)</li> <li>→ „unterirdische“ Angebote (kühle, wetterfeste, unterirdische Orte)</li> </ul> </li> <li>» Marketing anpassen, Nebensaison gezielt bewerben (z.B. frühes Frühjahr fürs Radfahren) <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Spezifische Werbebotschaft entwickeln</li> <li>→ Warum ist die Nebensaison hier attraktiv? Für wen? (Singles; Seniorinnen und Senioren; Familien, die nicht auf Schulferien angewiesen sind etc.)</li> </ul> </li> <li>» Radinfrastruktur verbessern <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Flächendeckendes Leih-Rad-System (z.B. Frelo)</li> <li>→ verkehrsarme Wegeführung, durch Ortszentren leiten</li> </ul> </li> <li>» „Aufwand“ für Juli/August reduzieren? Zukünftig Nebensaison?</li> </ul>	
<b>Informations- &amp; Unterstützungsbedarf / Zusammenarbeit</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Vernetzung der touristischen Regionen &amp; Kommunen</li> <li>» Region als Ganzes vermarkten: von der Rheinebene bis zum Höchsten (nahezu alle Klimazonen!) → Passende Kommunikation zur richtigen Zeit</li> <li>» STG: wo „gehören“ wir hin? Arbeitsgruppe „Rheinebene“ innerhalb der STG?</li> <li>» Mobilitätsangebote (Freiburg: Konus fehlt bis dato; motorisierter Individualverkehr bei Wein-Veranstaltungen kritisch)</li> </ul>	

### 3. Trockenheit und Wassermangel

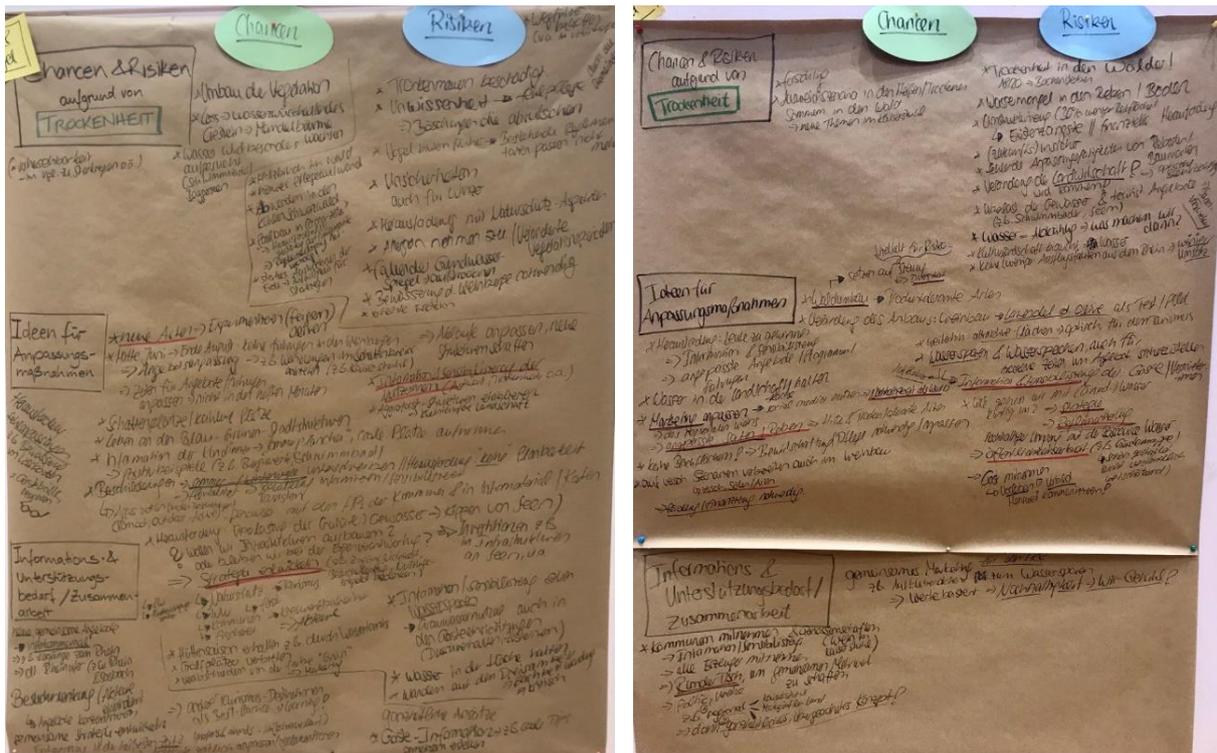


Abbildung 3: Fotodokumentation der Kleingruppe 5 und 6 – Trockenheit

Trockenheit und Wassermangel – Wie gehen wird damit um?	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Forschung</li> <li>» Ausweichszenario an den heißen/trockenen Tagen in den Wald → Neue Themen/Angebote im Kaiserstuhl</li> <li>» Umbau der Vegetation</li> <li>» Löss als wasserrückhaltendes Gestein → bietet Wachstumsmöglichkeit für Mandelbäume</li> <li>» Wasser wird besonders aufgesucht (Schwimmbäder, Seen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Trockenheit in den Wäldern → Buchensterben</li> <li>» Wassermangel in Böden und Reben</li> <li>» Fehlende Anpassungsfähigkeiten von Reb- und Baumarten</li> <li>» Veränderung der Landwirtschaft, auch optisch sichtbar</li> <li>» Erhöhte Erosion</li> <li>» Veränderte Vegetationsperioden</li> <li>» Beschädigung von Trockenmauern</li> <li>» Unwissenheit → Fehlpflege → Abrutschen von Böschungen</li> <li>» Vogelbrut verfrüht → Bestehende Reglementarien passen nicht mehr (Schonzeiten passen nicht mehr mit den Brutzeiten zusammen)</li> <li>» Herausforderung mit Naturschutzaspekten</li> <li>» Umstrukturierung notwendig, was mit Existenzängsten und finanziellen Herausforderungen einhergeht</li> <li>» (zukunfts-) unsicher</li> <li>» Keine/weniger Ausflugsfahrten auf dem Rhein → weniger Umsatz</li> <li>» Überlastung der Gewässer und touristischen Angebote (z.B. Schwimmbäder, Seen) → Saisonverschiebung</li> <li>» Umgang mit Wasser = Abkühlung</li> <li>» Kulturlandschaft benötigt Wasser</li> <li>» Fallender Grundwasserspiegel</li> </ul>
<b>Ideen für Anpassungsmaßnahmen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Gästebrosche beachten!</li> <li>» Herausforderung: Touristinnen und Touristen gewinnen</li> </ul>	

- Öffentlichkeitsarbeit:
  - Information und Sensibilisierung der Gäste (Astbruch, Trockenheit, ...)
  - Gäste mitnehmen → Vorleben und Vorbild sein, Mehrwert kommunizieren
  - z.B. schön gestaltete, leicht verständliche Gästemappe
- Angepasste Angebote/Programme/Führungen (z.B. Wanderungen im Schatten breiter anbieten, beispielsweise Kaiserstuhl)
- Zeiten für Angebote/Führungen anpassen (z.B. Mitte Juni bis Ende August keine Führungen in den Weinbergen)
- Abläufe anpassen, neue Strukturen schaffen
- z.B. Wandern im Bachbett der Dreisam → kritisch
- » Hüttensaison erhalten, z.B. durch Wassertanks
- » Beschilderungen
  - Sommer-/Winterwege → Herausforderung: keine Planbarkeit
  - Flexibilität → Bevölkerung/ Touristinnen und Touristen informieren/sensibilisieren
  - Apps (Komoot, Outdooractive, ...) nutzen, auch auf den Homepages der Kommunen und in Infomaterialien und Karten
- » Kundinnen und Kunden informieren
  - „Sommerplanschen“, coole Plätze aufnehmen
- » Positivbeispiele (z.B. Bergwerk, Schwimmbad)
- » Schattenplätze/kühle Plätze
- » Leben an den Blau-Grünen-Stadtstrukturen
- » Herausforderung: Überlastung der Gewässer → Kippen von Seen
  - Infrastrukturen ausbauen? Oder Eigenverantwortung?
  - Investitionen z.B. in Infrastrukturen an Seen, u.a.
  - Strategie mit unterschiedlichen Akteursgruppen (aus Naturschutz, Tourismus, Landwirtschaft, Kommunen, Fischerei, Kieswerkbetriebe, ...) entwickeln (Zugänglichkeit, Besucherlenkung, Nutzungsentgelt, ...)
- » Keine Brachflächen → Bewirtschaftung/Pflege anpassen/notwendig
- » Weiterhin attraktive Flächen → für das Auge der Touristinnen und Touristen
- » Verabschieden von der Farbe „Grün“ → Marketing
- » Golfplätze verbieten
- » Wasser in der Landschaft halten
- » Agroforst-Strukturen etablieren → kleinteilige Landschaft
- » Wasser sparen und speichern, auch für trockene Zeiten, um Angebot sicherzustellen
  - Information und Sensibilisierung der Gäste und der Vermietung
  - Grauwassernutzung auch in den Gästeeinrichtungen (Duschverhalten, Zisternen)
  - z.B. Aufkleber, die zum Wassersparen animieren/anregen
- » Wie gehen wir mit (Grund-)Wasser künftig um?
  - Strategie
  - Reglementierung
  - Nachhaltiger Umgang mit der Ressource Wasser notwendig
- » Waldumbau → auf Streuung und Vielfalt setzen
- » Auf verschiedene Szenarien vorbereiten (auch im Weinbau)
  - Verschiedene Sorten/Arten → Experimentieren (Feigen, Oliven, Lavendel)
  - Förderung/Finanzierung notwendig
- » Herausforderung: Fehlanpassungen, z.B. Bewässerung von Lössböden
- » Anpassung des Marketings des regionalen Weins
  - Social Media nutzen → Nachhaltigkeit als Wert
  - Angepasste Sorten/Reben (hitze- und trocken tolerant)

#### Informations- & Unterstützungsbedarf / Zusammenarbeit

- » Neue, gemeinsame Angebote → interkommunal (z.B. Zugänge zum Rhein)
- » Entwicklung einer gemeinsamen Strategie, ganzheitlich
- » Besucherlenkung unter Einbindung der Akteure
  - Angebote konzentrieren
  - Andere Tourismus-Destinationen als Best Practice

- » Entzerrung an den Hitzetagen → Angebote zeitlich anpassen/regulieren
- » Gäste-Information, z.B. Coole Tipps gemeinsam erstellen

#### 4. Klimawandel = Landschaftswandel

**Chancen & Risiken aufgrund von Landschaftswandel**

**Chancen**

- Sensibilisierung für Auswirkungen durch den Klimawandel an konkreten Beispielen (z.B. Waldsterben)
- Möglichkeit der Entwicklung neuer halb-offener Landschaften (Savannenartige Landschaft)
- früher im Jahr grüne Landschaften

**Risiken**

- Gefahr durch Waldskriben bei Führungen
- Grundwassergewinnung nötig → Wasser zum Gießen
- wegbrechende Lösswände
- Marketingbildes (z.B. von grünen Wäldern) werden nicht erfüllt, entgegen der Erwartungshaltung der Touristen
- Rheinwald = Sorgenkind (Absterben heimischer Arten)

**Ideen für Anpassungsmaßnahmen**

- Marketing an verändertes Landschaftsbild anpassen (Ästhetik von Kontrasten herausheben) Veränderung als ästhetische Bereicherung herausarbeiten
- Anpflanzen von hitzeresistenten Arten
- Erweiterung von Grünflächen
- „Baumartenvielfalt“ als Risikostreuung
- Marketing für klimaangepasste Landschaft - Schönheit / Spannendes an „brauner“ Fläche aufzeigen (z.B. auch auf Landesgartenschau)
- Streubestehen statt Hecksäcke
- Sensibilisierungs/Aufklärungsangebot für Tourist:innen (ohne dabei für Abschreckung zu sorgen, Chancen herausstellen!)
  - ↳ Positivbeispiele vorstellen (Best practice in der Region)

**Informations- und Unterstützungsbedarf / Zusammenarbeit**

- Kurzwebinar (30-45 min) für Akteure des Tourismus
  - ↳ Bildsprache nutzen / zum Thema machen in Bezug auf Landschaftswandel
- Zukunftsbäume in der Stadt? Info Grünpflege in Kommunen bringen
- Fragen/Austausch rund um die Verkehrssicherungspflicht für alle die draußen mit Gästen unterwegs sind

Abbildung 4: Fotodokumentation der Kleingruppe 7 - Landschaftswandel

<b>Klimawandel = Landschaftswandel – Risiken und Chancen von möglichen neuen Landschaftsbildern</b>	
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Sensibilisierung für Auswirkungen durch den Klimawandel an konkreten Beispielen (z.B. Waldsterben)</li> <li>» Möglichkeit der Entwicklung neuer halb offener Landschaften (savannenartige Landschaft)</li> <li>» Früher im Jahr grüne Landschaften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Gefahr durch Waldsterben bei Führungen</li> <li>» Rheinwald = Sorgenkind (Absterben heimischer Arten)</li> <li>» Grundwassergewinnung notwendig → Wasser zum Gießen</li> <li>» Wegbrechende Lösswände</li> <li>» Marketingbilder (z.B. grüne Wiesen) werden nicht erfüllt, entgegen der Erwartungshaltung der Touristinnen und Touristen</li> </ul>
<b>Ideen für Anpassungsmaßnahmen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Marketing an verändertes Landschaftsbild anpassen <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ästhetik von Kontrasten herausheben</li> <li>→ Veränderung als ästhetische Bereicherung herausarbeiten</li> <li>→ Schönheit/Spannendes an „brauner“ Fläche aufzeigen (z.B. auch auf Landesgartenschauen)</li> </ul> </li> <li>» Sensibilisierung/Aufklärungsangebot für Touristinnen und Touristen ohne dabei für Abschreckung zu sorgen, sondern Chancen herausstellen <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Positivbeispiele vorstellen (Best Practice Beispiele aus der Region)</li> </ul> </li> <li>» Anpflanzung von hitzeresistenten Arten</li> <li>» Erweiterung von Grünflächen</li> <li>» Baumartenvielfalt als Risikostreuung</li> <li>» Streuobstwiesen statt Maisäcker</li> </ul>	
<b>Informations- &amp; Unterstützungsbedarf / Zusammenarbeit</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kurze Webinare (30-45min) für Akteure des Tourismus <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Bildsprache nutzen/zum Thema machen in Bezug auf Landschaftswandel</li> </ul> </li> <li>» Zukunftsbäume in der Stadt? <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Info zu Grünpflege in die Kommunen bringen</li> </ul> </li> <li>» Fragen/Austausch rund um die Verkehrssicherungspflicht für alle, die draußen mit Gästen unterwegs sind</li> </ul>	

## 5. Starkregen und weitere Extremwetter – Möglichkeiten zur Anpassung

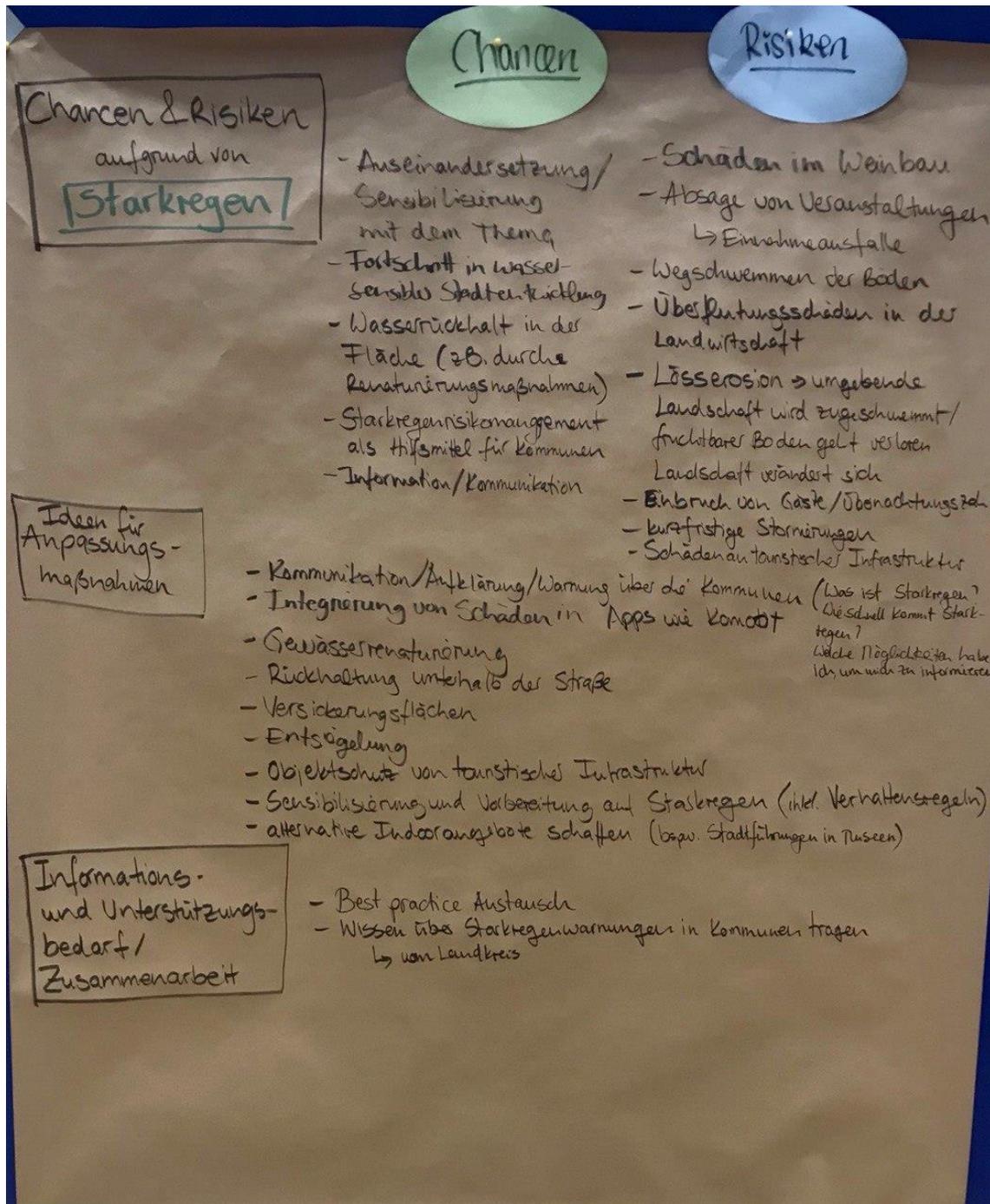


Abbildung 5: Fotodokumentation der Kleingruppe 8 – Starkregen

Starkregen und weitere Extremwetter - Möglichkeiten zur Anpassung	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Auseinandersetzung/Sensibilisierung mit dem Thema</li> <li>» Fortschritt in wassersensibler Stadtentwicklung</li> <li>» Wasserrückhalt in der Fläche (z.B. durch Renaturierungsmaßnahmen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Schäden im Weinbau</li> <li>» Wegschwemmen der Böden</li> <li>» Überflutungsschäden in der Landwirtschaft</li> <li>» Lösserosion                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ umgebende Landschaft wird überschwemmt</li> <li>→ fruchtbarer Boden geht verloren</li> <li>→ Veränderung der Landschaft</li> </ul> </li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>» Starkregenrisikomanagement als Hilfsmittel für Kommunen</li> <li>» Information/Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Schäden an touristischer Infrastruktur</li> <li>» Absage von Veranstaltungen → Einnahmeausfälle</li> <li>» Einbruch von Gäste-/Übernachtungszahl</li> <li>» Kurzfristige Stornierungen</li> </ul>
Ideen für Anpassungsmaßnahmen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kommunikation/Aufklärung/Warnung über die Kommunen (Was ist Starkregen? Wie schnell kommt Starkregen? Welche Möglichkeiten gibt es zur Information?)</li> <li>» Sensibilisierung und Vorbereitung auf Starkregen (inkl. Verhaltensregeln)</li> <li>» Alternative Indoorangebote schaffen (z.B. Stadtführungen in Museen)</li> <li>» Objektschutz von touristischer Infrastruktur</li> <li>» Gewässerrenaturierung</li> <li>» Unterirdische Regenrückhaltung im Straßenraum</li> <li>» Versickerungsflächen</li> <li>» Entsiegelung</li> </ul>	
Informations- & Unterstützungsbedarf / Zusammenarbeit	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Austausch zu Best Practice Beispielen</li> <li>» Wissen über Starkregenwarnungen in Kommunen tragen (ausgehend vom Landkreis)</li> </ul>	

## Ausblick

Seitens des Landkreises dienen die Ergebnisse der Kleingruppenarbeit dazu, Ansatzpunkte für weitere, konkrete Unterstützungsangebote im Kontext „Tourismus im Klimawandel“ zu identifizieren.

Für weitere Informationen zum Tourismus im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald sowie zur Klimaanpassung im Tourismus können Interessierte den "Tourismus-Infobrief" der Tourismusförderung abonnieren ([Tourismus-Infobrief - Breisgau-Hochschwarzwald](#)) oder direkt mit Andrea Löwl Kontakt aufnehmen (Telefon: 0761 2187-5312 | E-Mail: [andrea.loewl@lkbh.de](mailto:andrea.loewl@lkbh.de)).

Darüber hinaus informiert die Wirtschaftsförderung des Landkreises in ihrem Newsletter monatlich über aktuelle Themen und Veranstaltungen sowie Wettbewerbs-Ausschreibungen und Förderprogramme für Unternehmen: [Newsletter - Breisgau-Hochschwarzwald](#)