



Ausschussdrucksache 21(20)43
Ausschuss für Tourismus

18. Sitzung am 25.02.2026
Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema
„Regionale Kulinarik und Tourismus“

Brandon Thompson
Hotelier, Südpfalz-Terrassen, Gleiszellen

Schriftliche Stellungnahme

zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus
„Regionale Kulinarik und Tourismus“

Brandon Thompson

Hotelier, Südpfalz-Terrassen, Gleiszellen

1. Wer ich bin und aus welcher Praxis ich spreche

Ich betreibe ein familiengeführtes Hotel mit Restaurant in einer ländlichen Region. Wir leben davon, dass Gäste kommen, bleiben, essen, trinken und wiederkommen.

Ich spreche nicht als Politiker, nicht als Wissenschaftler und nicht für einen Verband. Ich spreche aus dem Alltag eines Betriebs, der jeden Monat funktionieren muss – mit Mitarbeitern, Lieferanten, Gästen und immer mehr Rahmenbedingungen von außen.

2. Regionale Kulinarik funktioniert nur, wenn Menschen da sind

Regionale Küche ist wichtig. Regionaler Wein ist wichtig. Aber darüber zu diskutieren, ob regionaler Wein zu teuer ist, geht am Kern vorbei.

Wenn niemand da ist, der ihn trinkt, ist der Preis egal.

Regionale Kulinarik funktioniert nur dann, wenn Menschen tatsächlich in der Region sind. Ohne Gäste gibt es keine Nachfrage. Ohne Nachfrage überlebt kein Betrieb – egal wie gut das Produkt ist.

3. Natur allein reicht nicht

Unsere Region hat Natur. Wir haben Wälder, Ruhe, Landschaft. Das ist schön – aber davon allein bleibt kein Betrieb offen.

Hiker und Tagesgäste kommen, aber sie bringen nicht genug Umsatz, um Gastronomie dauerhaft zu tragen. Viele Anbieter öffnen nur noch eingeschränkt oder gar nicht, weil es sich schlicht nicht rechnet.

Dann passiert Folgendes:

- Gäste finden nichts zu essen oder zu trinken
- bleiben nicht
- kommen nicht wieder

- und die Region verliert weiter an Attraktivität

Das ist ein Kreislauf, den einzelne Betriebe nicht durchbrechen können.

4. Infrastruktur und Angebote sind die Grundlage

Was fehlt, sind **echte Anreize**, damit aus einem Ausflug ein Aufenthalt wird.

Aus meiner Sicht braucht es:

- praktische Infrastruktur
- sichtbare Angebote
- und eine klare Erzählung, warum man genau hier Urlaub machen soll

Warum gibt es z. B. keine staatlich unterstützten Freizeit- oder Erlebnisangebote in ländlichen Regionen?

Warum keine gezielten Programme, Rabatte oder Kooperationen – etwa für Soldaten, Familien oder bestimmte Zielgruppen?

Der Staat muss nicht alles selbst betreiben.

Aber er muss helfen, **den Rahmen zu schaffen**, damit Regionen attraktiv werden und bleiben.

5. Marketing: Wissen wir überhaupt, wen wir erreichen wollen?

Ein großes Problem ist die Vermarktung.

Oft habe ich den Eindruck:

Wir reden über Marketing, aber wir wissen gar nicht genau, **für wen**.

Wer ist die Zielgruppe?

- Tagesgäste?
- Urlauber?
- Tagungen?
- Busgruppen?

Ohne klare Zielgruppen bleibt Werbung wirkungslos.

Und schlechte Werbung ist am Ende teurer als gar keine.

6. Bürokratie, Kosten und Unsicherheit

Was uns zusätzlich belastet, ist, dass sich viele Dinge ständig ändern:

- Steuersätze rauf, runter

- neue Vorgaben
- zusätzliche Gebühren (z. B. für Abwicklung oder Umstellungen)

Kleine Betriebe können das nicht einfach auffangen.
Jede Änderung kostet Zeit, Geld und Nerven.

Alles hängt zusammen:

- Bürokratie
- Kosten
- Marketing
- Infrastruktur

Wenn an einer Stelle etwas nicht passt, zieht es den Rest mit nach unten.

7. Ohne Anziehungskraft überlebt niemand

Es geht nicht darum, ob Hotels oder Restaurants wichtiger sind.
Ohne etwas, das Gäste anzieht, **überlebt niemand** – weder Gastronomie noch Hotellerie.

In unserem Fall ist es so:
Unser Restaurant funktioniert nur, weil es Teil eines Hotels ist.
Aber auch das Hotel funktioniert nur, wenn die Region insgesamt attraktiv ist.

Regionale Betriebe können das nicht allein leisten.

8. Was aus meiner Sicht helfen würde

Aus der Praxis heraus wünsche ich mir:

- **weniger Politik im Tagesgeschäft**, weniger Papier
- **mehr praktische Unterstützung** statt Programme, die an der Realität vorbeigehen
- **Investitionen in Infrastruktur und Angebote**, nicht nur in Konzepte
- **klare Zielgruppen** und ehrliche Vermarktung der Regionen

Wenn der Staat eine Sache richtig machen würde, dann diese:
Nicht nur über Regionen reden, sondern sie aktiv attraktiv machen.

9. Schlussgedanke

Regionale Kulinarik scheitert nicht am Willen der Betriebe und nicht am Interesse der Gäste.
Sie scheitert dort, wo niemand dafür sorgt, dass Menschen überhaupt kommen.

Wenn wir Regionen wiederbeleben wollen, müssen wir zuerst dafür sorgen, dass sie **erlebt werden können**.