



SPECIALISTS IN  
EMPIRICAL ECONOMIC  
RESEARCH

GWS-Kurzmitteilung 9/2025

# Kulturlandschaft Rheingau im Fokus

Analysedesign und Datensammlung

**Remigius Szlachetka**

**Marc Ingo Wolter**

## Impressum

### Autoren

#### Remigius Szlachetka

Tel.: +49 (0) 541 40933-292, E-Mail: [szlachetka@gws-os.com](mailto:szlachetka@gws-os.com)

#### Dr. Marc Ingo Wolter

Tel.: +49 (0) 541 40933-150, E-Mail: [wolter@gws-os.com](mailto:wolter@gws-os.com)

### Titel

Rheingau im Fokus – Analysedesign und Datensammlung

### Veröffentlichungsdatum

© GWS mbH Osnabrück, September 2025

### Lektorat

Inka Peters

### Haftungsausschluss

Die in diesem Papier vertretenen Auffassungen liegen ausschließlich in der Verantwortung des Verfassers / der Verfasser und spiegeln nicht notwendigerweise die Meinung der GWS mbH wider.

### Herausgeber der GWS-Kurzmitteilungen

#### Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH

Heinrichstr. 30  
49080 Osnabrück

## Überblick

<b>1</b>	<b>Motivation zur Analyse der Weinwirtschaft und Kulturlandschaft im Rheingau</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Der Rheingau</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Was wir wissen wollen</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Analysedesign – unser aktueller Blick auf die Situation</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>Die Einflussfaktoren</b>	<b>9</b>
5.1	Demografische Entwicklung	9
5.2	Wetter, Extremereignisse und Klimawandel	14
<b>6</b>	<b>Indikatoren für beteiligte Branchen und Region</b>	<b>18</b>
6.1	Landwirtschaftszählung und Testbetriebsnetz	18
6.2	Kennzahlen für den Tourismus	25
6.3	Einzelhandel	26
6.4	Region Rheingau im Spiegel amtlicher Statistik	28
6.5	Einordnung in einen überregionalen Kontext	35
<b>7</b>	<b>Zukünftige Entwicklung der ökonomischen Aktivität im Rheingau – Ergebnisse des QMORE-Modells</b>	<b>36</b>
<b>8</b>	<b>Die Krise aus einer einzelwirtschaftlichen Sicht</b>	<b>41</b>
<b>9</b>	<b>Ergebnisse und weiterführende Schritte</b>	<b>43</b>
<b>10</b>	<b>Mögliche Handlungsempfehlungen</b>	<b>45</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>47</b>

## 1 Motivation zur Analyse der Weinwirtschaft und Kulturlandschaft im Rheingau

Der Rheingau zählt nicht nur zu den renommiertesten Weinbauregionen Deutschlands, sondern ist eine historisch gewachsene Kulturlandschaft mit erheblicher ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Bedeutung. Mit rund 3200 Hektar (ha) bestockter Rebfläche, dominiert vom Riesling, ist die Region landschaftlich wie wirtschaftlich stark vom Weinbau geprägt. Die Verbindung aus handwerklicher Weinproduktion, touristischer Erlebniswelt und regionaler Identität schafft einen komplexen Wertschöpfungsraum, der weit über die reine Landwirtschaft hinausreicht.

Dennoch steht dieses fein abgestimmte System zunehmend unter Druck. Demografischer Wandel, Klimafolgen, Strukturwandel in der Weinvermarktung, zurückgehende Nachfrage nach Wein, Fachkräftemangel und steigende Produktionskosten gefährden die Tragfähigkeit vieler Betriebe. Wie Dominik Russler – Geschäftsführer der Rheingauer Weinwerbung, des Weinbauverbands, des Zweckverbands Rheingau und der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH – betont, könnten in den nächsten Jahren insbesondere in Steillagen bis zu 300 ha Rebfläche aufgegeben werden.

Damit droht nicht nur ein Rückgang der direkten landwirtschaftlichen Produktion, sondern eine multiplikative Erosion regionaler Wertschöpfungsketten – mit weiteren Feedbacks auf Tourismus, Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel, Infrastruktur und das kulturelle Selbstverständnis der Region.

Wir von der GWS mbH verstehen die Kulturlandschaft als Katalysator. In unseren regional-ökonomischen Analysen betrachten wir Kulturlandschaften wie jene im Rheingau als dynamische Querschnittssysteme, die branchenübergreifend wirken. Die Kulturlandschaft ist mehr als nur Kulisse – sie *ermöglicht*, *stimuliert* und *vernetzt* Wertschöpfung über den Vorleistungsverbund zwischen Branchen. In diesem Sinne wirkt sie als Katalysator wirtschaftlicher und sozialer Prozesse in Landwirtschaft, Tourismus, Gewerbe und öffentlicher Infrastruktur. Vor diesem Hintergrund sehen wir in der drohenden Aufgabe markanter Lagen – insbesondere der Steillagen – nicht nur einen agrarstrukturellen, sondern einen strukturell-regionalwirtschaftlichen Kipppunkt, der weitreichende Folgen für Beschäftigung, Einkommen, Investitionsbereitschaft und Lebensqualität haben kann.

### Ein zukunftsgerichteter Analyseansatz mit überregionalem Anspruch

Unser Ziel ist es, im Rahmen dieses Forschungsansatzes die gesamtheitliche Bedeutung der Kulturlandschaft Rheingau quantifizierbar zu machen – ökonomisch, sozial, ökologisch. Aufbauend auf bestehenden Datengrundlagen (z. B. Hochschule Geisenheim, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. (DWIF), Statistisches Bundesamt, Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) und in engem Austausch mit regionalen Akteuren wie beispielsweise der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, Rheingauer Weinwerbung GmbH, Rheingauer Weinbauverband e. V. oder auch dem Zweckverband Rheingau verfolgen wir einen integrierten Analyseansatz, der folgende Elemente umfasst:

- Regionalwirtschaftliche Modellierung (Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Haushaltseffekte)
- Szenarien zu Klimafolgenanpassung, Nachnutzung und Flächenwandel
- Indikatorenentwicklung für Kulturlandschaftswert, Transformationskosten und Resilienz
- Politikorientierte Handlungsempfehlungen für kommunale und Landesebene

### **Einordnung in den regionalen Forschungsansatz der GWS**

Die GWS hat einen einmaligen Ansatz zur Projektion von Regionalentwicklungen, der unter anderem für das Fachkräftemonitoring für das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)<sup>1</sup> eingesetzt wird und im Rahmen des QuBe-Projektes<sup>2</sup> um Fragen des Arbeitsmarktes erweitert wurde. Einmalig ist dieser Ansatz, da detaillierte und jährlich aktualisierte Bevölkerungsprojektionen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) auf der Kreisebene (Studtrucker et al. 2022) eingesetzt werden und auf Basis einer Vorleistungsverflechtung für die 16 Bundesländer nicht nur interne, sondern auch bilaterale Handelsströme zwischen den Bundesländern abgebildet werden (multiregionale Input-Output-Verflechtung) (Zika et al. 2023). Ferner gehen die Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder ein. Die Entwicklung auf der Ebene von Raumordnungsregionen in der Abgrenzung der Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) und jene auf der Ebene der Kreise wird für 37 Branchen analysiert. Die Wirkungszusammenhänge basieren auf einem Algorithmus, der jährlich auf Basis neuer Daten aktualisiert wird. Für diesen Algorithmus werden eine Vielzahl von ökonomischen Ansätzen getestet und dann entsprechend von Prüfkriterien ausgewertet. Insofern wird der Algorithmus jährlich entlang der empirischen Daten aktualisiert und verbessert.

Das Regionalmodell, das sowohl die Modellierung der Bundesländer mit einem multiregionalen Input-Output-Ansatz als auch die Projektion auf der Ebene von Raumordnungsregionen und Kreisen erfasst, wird MORE (Monitoring Regional) bezeichnet und im Rahmen des QuBe-Projektes mit Daten zum Arbeitsangebot ergänzt. Es entsteht das Modell QMORE. QMORE ist mit der Bundesebene vollständig abgestimmt, sodass Szenarien der Bundesebene (ökonomische Entwicklung, technologische Veränderung) Veränderungen bis auf die Kreisebene abschätzen können.

Im Rahmen der Befassung mit Kulturlandschaften geht es darum, den Algorithmus für bestimmte Regionstypen zu hinterfragen – mit dem Ziel, die Ergebnisse von Projektionen, aber auch von Szenariorechnungen zu verbessern. Neben der flächendeckenden Analyse und Projektion von allen 400 Kreisen wird nun also analysiert, welche spezifischen Regionsmuster – technisch: Welche ökonomischen Schätzansätzen bilden das Verhalten vor Ort gut ab? – aufgenommen und in den allgemeinen Ansatz integriert werden können. Dazu

---

<sup>1</sup> Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) (2025): Zahlen und Fakten zur Fachkräfteentwicklung. <https://www.bmas.de/DE/Arbeit/Fachkraeftesicherung/Fachkraeftemonitoring/fachkraeftemonitoring.html>

<sup>2</sup> [qube-projekt.de](https://www.qube-projekt.de)

ist ein tieferer Blick in die Regionen in Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort wie beispielsweise der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, dem Rheingauer Weinbauverbands und der Hochschule Geisenheim vielversprechend.

Ein ähnliches Vorgehen verfolgen wir in Zusammenarbeit mit dem Soziologischen Forschungsinstitut Göttingen<sup>3</sup> unter dem Titel „Haushalte als Schrittmacher der Transformation“ (Wolter et al. 2025). Dabei stehen die Haushalte in den Regionen und ihr Einfluss auf regionale und gesamtwirtschaftliche Ziele im Vordergrund.

Der im Folgenden erstmalig in Angriff genommene Ansatz ergänzt diese Bestrebungen nicht nur um Akteure wie die Haushalte, sondern auch um spezifische regionale Ausgangslagen in den Regionalanalysen, um dann auch Projektion und Szenarioanalysen einzubeziehen.

### **Transparenz und Beteiligung: Das RegioBoard als partizipatives Instrument**

Während des gesamten Untersuchungsprozesses können wir – gemeinsam mit den Partnern vor Ort – ein digitales RegioBoard für den Rheingau aufbauen. Dieses Dashboard stellt alle relevanten Daten, Indikatoren und Trends zur Region verständlich dar und ermöglicht so:

- Transparenz über die aktuelle Lage und Entwicklungspotenziale
- Partizipation der regionalen Akteure, die eigene Perspektiven einbringen können
- gemeinsames Monitoring, das laufend aktualisiert wird
- eine diskursive Grundlage für fundierte Entscheidungen auf kommunaler und regionaler Ebene

Alle Beteiligten – von der Politik über Tourismusakteure, Winzer:innen, Gewerbe bis zur Zivilgesellschaft – erhalten damit Zugang zu den wesentlichen Informationen über die Region und werden aktiv in den Erkenntnisprozess eingebunden. So entsteht nicht nur Analyse, sondern regionale Handlungskompetenz.

### **Warum jetzt?**

Die anstehenden Entwicklungen – darunter die Bundesgartenschau 2029 im Mittelrheintal, die zunehmende Priorisierung von Klimaanpassung und Regionalresilienz sowie der strukturelle Wandel im Einzelhandel, in Gastronomie und Tourismus – machen deutlich: Jetzt ist der Zeitpunkt für eine wissenschaftlich fundierte, praxisnahe und anschlussfähige Analyse. Die enge Zusammenarbeit mit regionalen Partnern und überregionalen Forschungsinstitutionen ermöglicht es, konkrete Maßnahmen zu entwickeln, die

- den Wert der Kulturlandschaft sichtbar machen,
- neue Förderlogiken und Finanzierungsmodelle begründen können und
- regionale Zukunftsperspektiven fundiert stärken.

---

<sup>3</sup> [sofi.uni-goettingen.de](https://sofi.uni-goettingen.de)

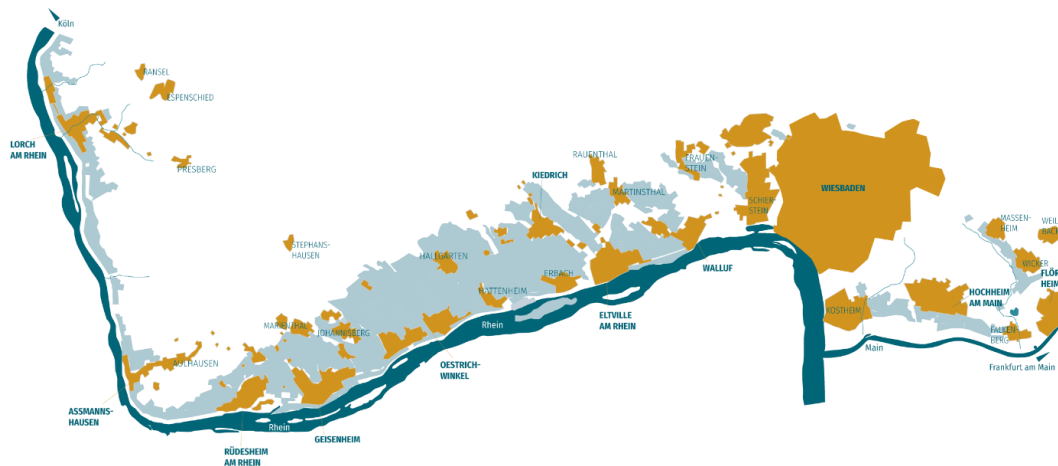
Wir setzen uns dafür ein, den Wert und die Transformation der Kulturlandschaft sichtbar und messbar zu machen – datenbasiert, strategisch und im Dialog mit den Akteuren vor Ort. Unser Ansatz zielt dabei auch auf die Entwicklung eines übertragbaren Modells für andere Regionen.

## 2 Der Rheingau

### Die Weinwirtschaft im Rheingau zwischen Tradition, Qualität und Existenzfragen

Der Rheingau (Abbildung 1) ist eine der renommiertesten Weinbauregionen Deutschlands. Mit **3180,6 ha bestockter Rebfläche** (Stand: Juli 2024) gehört er zu den kleineren, aber qualitativ hoch angesehenen Anbaugebieten der Bundesrepublik. Der Charakter der Region ist vom Rhein, den sanften Hängen und historischen Weinorten geprägt – mit einem beispiellosen Fokus auf zwei Rebsorten: **Riesling** (75,8 %) und **Spätburgunder** (12,6 %). Kein anderes deutsches Anbaugebiet weist einen derart hohen Riesling-Anteil auf, was den Rheingau zur international bekannten „Riesling-Domäne“ macht. Die restlichen Flächen verteilen sich auf **weitere weiße Sorten** (9,4 %) und **weitere rote Sorten** (2,2 %).

#### Abbildung 1: Welche Regionen gehören zum Rheingau als Weinregion?



Quelle: [rheingau.com](http://rheingau.com)

Die bedeutendsten Rebflächen befinden sich in den Gemeinden **Oestrich-Winkel**, **Eltville** und **Rüdesheim** – jeweils mit mehreren hundert Hektar. So zählt Oestrich-Winkel mit Ortsteilen wie Mittelheim, Hallgarten und Winkel historisch zu den flächenstärksten Gemeinden (teils über 700 ha). **Rüdesheim**, inklusive der renommierten Steillagen im „Rüdesheimer Berg“ und in **Assmannshausen** (z. B. „Höllenberg“), verfügt über umfangreiche, teils schwer bewirtschaftbare Weinlagen. Auch **Eltville**, mit Stadtteilen wie Erbach und Hattenheim, bringt mehrere hundert Hektar ein. **Geisenheim** (inkl. Johannisberg und Marienthal) ist durch die dortige Hochschule nicht nur Bildungszentrum, sondern umfasst auch exzellente Lagen wie **Schloss Johannisberg**. Die westlich gelegene Gemeinde **Lorch** bewirtschaftet vor allem **Steillagen** im Oberen Mittelrheintal (aktuell noch etwa 200 ha), während **Kiedrich** mit seinen Südhängen (u. a. „Gräfenberg“) qualitativ hervorsteicht, obwohl es nur

ca. 80 ha umfasst. Die östlichste Weinbaugemeinde ist **Walluf** mit rund 15–20 ha. Zusätzlich gehören auch **Hochheim** (~241 ha) und **Wicker** (~83 ha) zum Anbaugebiet Rheingau, diese liegen jedoch außerhalb des Rheingau-Taunus-Kreises.

### Vermarktung und Ertrag

Rund 80 % der Rheingauer Weine werden als Flaschenwein verkauft, 15 % als Fasswein und 5 % als Most. Mit durchschnittlich 69,8 hl/ha liegt der Ertrag eher niedrig, was den Qualitätsanspruch unterstreicht. Unter optimalen Bedingungen sind bis zu 100 hl/ha möglich. Etwa 11 % der Rebfläche sind Steillagen, die aufwendig, aber ökologisch wertvoll sind. In Summe ergibt sich eine Weinbaulandschaft, die landschaftlich und strukturell stark differenziert ist – von kleinteiligen Steillagen bis zu größeren, maschinengeeigneten Flächen (vgl. Regierungspräsidium Darmstadt 2024).

### Bedeutung der Region

Der Rheingau ist nicht nur Weinregion, sondern auch ökonomischer Motor, touristisches Ziel und kulturelles Aushängeschild. Der weintouristische Sektor sichert jährlich rund 500 Mio. € Wertschöpfung und etwa 7400 Arbeitsplätze (Szlachetka & Wolter 2025). Diese Basis ist jedoch bedroht, da bis zu 300 ha – vor allem Steillagen – wegen hoher Kosten, Fachkräftemangel und Klimarisiken zur Disposition stehen. Fassweinspreise liegen teils deutlich unter den Produktionskosten von 1,30 bis 1,40 € pro Liter.

Im Vergleich zu Großregionen wie Rheinhessen oder Pfalz ist der Rheingau strukturell benachteiligt, da geringe Mechanisierung, kleine Betriebe und Handarbeit höhere Ab-Hof-Preise oder touristische Vermarktung erzwingen.

### Beschäftigung und Wirtschaftskultur

Statistisch machen sozialversicherungspflichtige Stellen im Weinbau nur 1–4 % der Jobs aus, die tatsächliche Bedeutung ist durch Selbstständige, Familienbetriebe und Saisonkräfte jedoch weit größer. Hinzu kommen indirekte Effekte in Handel, Logistik, Tourismus und Gastronomie. Insgesamt ist der Weinbau eine tragende Säule der regionalen Wirtschaftskultur, insbesondere durch die enge Verflechtung mit dem Tourismus. Rund 530 Weingüter betreiben Vinotheken, Gutsschänken oder Straußwirtschaften, welche jährlich etwa 4 Mio. Tagesgäste (dwif 2025) anziehen. Direktvermarktung und Veranstaltungen machen bei vielen Winzer:innen 30–50 % des Umsatzes aus.

Der Schwerpunkt der Vermarktung liegt klar auf **Flaschenwein: 80 % der Produktion** werden in Flaschen abgefüllt. Nur 15 % werden als Fasswein und weitere 5 % als Most verkauft.

Die Erträge liegen mit einem **zehnjährigen Durchschnitt von 69,8 hl/ha** im unteren Bereich deutscher Weinbaugebiete, was den Qualitätsanspruch unterstreicht. Gleichzeitig zeigt sich, dass unter optimalen Bedingungen **bis zu 100 hl/ha** vermarktungsfähiger Wein erzielt werden können. Der Anteil an Steillagen (Neigungsgrad  $\geq 30\%$ ) liegt bei **10,9 %** (347,6 ha). Diese Flächen sind besonders pflegeintensiv, aber landschaftlich und ökologisch wertvoll. In Summe ergibt sich eine Weinbaulandschaft, die landschaftlich und strukturell stark differenziert ist – von kleinteiligen Steillagen bis zu größeren, maschinengeeigneten Flächen (vgl. Regierungspräsidium Darmstadt 2024).

### 3 Was wir wissen wollen

**Leitfrage:** *Wie hoch ist das ökonomische Wertschöpfungspotenzial der Kulturlandschaft Rheingau – und verändert es sich in Zukunft?*

Zur Beantwortung dieser Frage konzentriert sich die folgende Untersuchung auf die **ökonomische Dimension** der Kulturlandschaft. Begriffe wie „Wertschöpfung“ beziehen sich in diesem Kontext ausschließlich auf messbare wirtschaftliche Effekte, d. h. Einkommen, Umsätze, Investitionen und Beschäftigung.

#### **Ökonomisches Potenzial der Kulturlandschaft Rheingau**

Die Kulturlandschaft Rheingau ist ein wichtiger Standortfaktor. Wertschöpfung entsteht durch:

- Weinwirtschaft mit hochwertigen Weinen, Export und Direktvermarktung
- Weintourismus mit Festen, Vinotheken und Gastronomie
- Investitionen in Weingüter, Hotels und regionale Infrastruktur
- Multiplikatoreffekte, die den ländlichen Raum stabilisieren

#### **Zukunftsperspektiven**

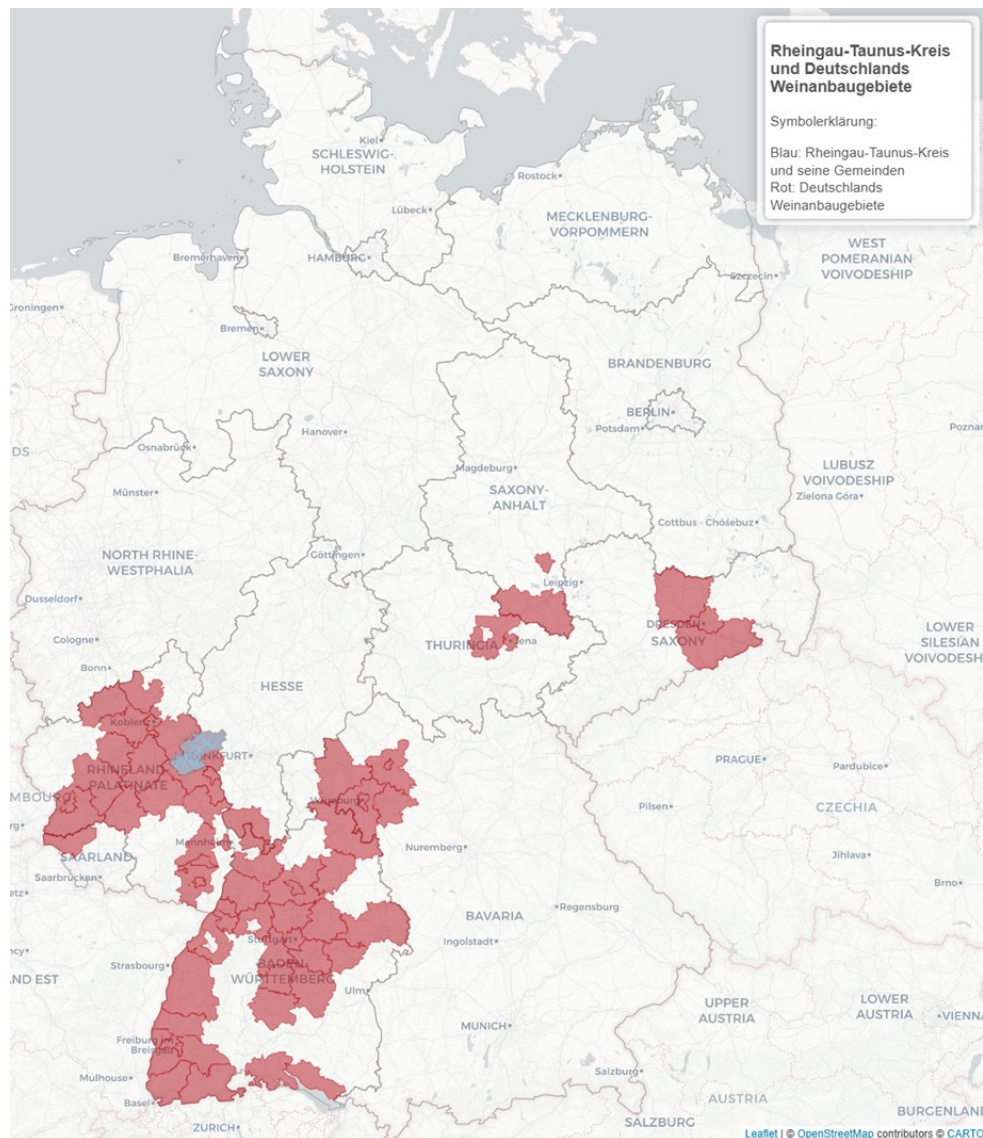
Zur Sicherung des Potenzials sind notwendig:

- Analyse der Wertschöpfungsketten
- Szenarien zu Flächenrückgang und Tourismusentwicklung
- Standortanalysen und Monitoring zentraler Kennzahlen
- Dialog mit Akteur:innen aus Weinbau, Tourismus und Wirtschaft

#### **Transfer und Modellcharakter**

Die Ergebnisse sollen nicht nur im Rheingau Wirkung entfalten, sondern als **Modell** für andere Weinbauregionen dienen – etwa Mittelrhein, Mosel oder Württemberg. Immerhin gibt es in Deutschland 64 Landkreise und kreisfreie Städte, die mit Weinbau befasst sind (Abbildung 2). Welche Gelingensvoraussetzungen der Weinbau in Zukunft hat, ist also kein Randproblem. Voraussetzung für eine systematische Analyse ist eine strukturierte, datenbasierte Vorgehensweise in enger Kooperation mit regionalen Partnern (z. B. Hochschule Geisenheim, Rheingauer Weinbauverband).

Abbildung 2: Landkreis und kreisfreie Städte mit Weinbau



Quelle: Deutsches Weininstitut GmbH 2025, unter Abgleich mit den Kreisgrenzen

## 4 Analysedesign – unser aktueller Blick auf die Situation

Ausgangspunkt für die Analyse ist der **Vorleistungsverbund**. Er gibt Aufschluss über die Lieferbeziehungen (bezogenen Leistungen und Lieferungen) der Branchen/Unternehmen untereinander in einer Region. In Folge des Vorleistungsverbundes werden auch Unternehmen gestärkt, die nicht in erster Linie für die Endnachfrage (also z. B. Konsument:innen) produzieren. Wir gehen davon aus, dass die Landwirtschaft in einer Kulturlandschaft insbesondere mit Industrie und Handwerk, Tourismus, Einzelhandel sowie Kultur und Kunsthandwerk in Beziehung steht.

Unter einer **Kulturlandschaft** verstehen wir eine Region, bei der die Anbauformen oder die regionalen Besonderheiten einer Region mit auf die Bewirtschaftungsform der Landwirtschaft bzw. der Flächennutzung zurückzuführen sind und zwar so, dass die genannten

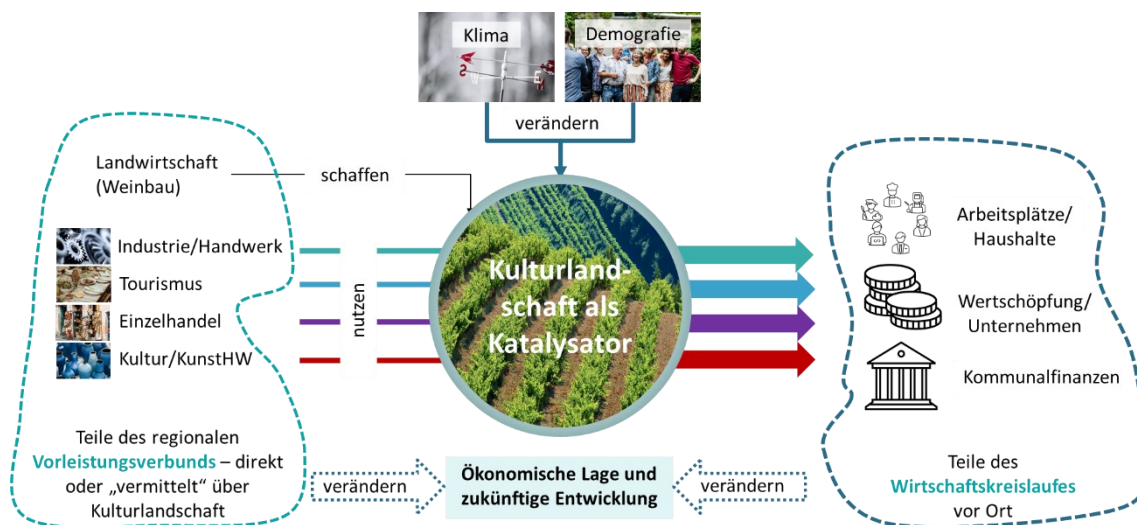
Wirtschaftszweige (insbesondere Tourismus sowie Kunst und Kultur) nur deswegen überdurchschnittlich vertreten sind und es eine direkte bedingende Verbindung zur Landwirtschaft nicht gibt (es gibt keinen direkten Lieferzusammenhang zwischen Landwirtschaft und den genannten Branchen). Hinzu kommt, dass einige Kulturlandschaften an geografisch hervorgehobenen Orten liegen.

Die Kulturlandschaft wirkt wie ein **Katalysator** auf die ökonomischen Prozesse vor Ort: Gibt es sie, gibt es mehr Tourismus, mehr Kulturwirtschaft, mehr Einzelhandel und dies ermöglicht wiederum den landwirtschaftlichen Betrieben, Nebenbetriebstätigkeiten aufzunehmen, z. B. in Form von Ferienwohnungen oder des Direktvertriebs ihrer landwirtschaftlichen Produkte.

So entstehen verstärkende Wirkungen auf Arbeitsplätze, Wertschöpfung und damit auch Kommunalfinanzen, die Teile des **Wirtschaftskreislaufes** sind.

Für Regionen und damit auch für Kulturlandschaften sehen wir in Zukunft zwei große **Herausforderungen**: Der Klimawandel wirkt auf die Landwirtschaft und damit auf die Gestalt der Kulturlandschaft und der **demografische Wandel** fordert nicht nur die landwirtschaftlichen Betriebe heraus, sondern auch alle übrigen Bestandteile der regionalen Wirtschaft.

**Abbildung 3: Design für die ökonomische Analyse einer Kulturlandschaft aktuell und in Zukunft**



Quelle: eigene Darstellung

Das sich ergebene Analysedesign in Abbildung 3 ist ein Startpunkt und es wird sich angesichts zukünftiger Ergebnisse/Erkenntnisse sicher verändern. Hier ist es als ein Startpunkt zu sehen.

Wir haben uns für das Rheingau entschieden, da die genannten Bedingungen hier besonders gut erfüllt sind: Der Weinbau führt in Zusammenhang mit der Rheinlandschaft zu Tourismus. Über Straßenwirtschaften/Vinotheken werden lokale Erzeugnisse vertrieben und es kommen Ferienwohnungen sowie kulturelle Angebote hinzu. In dieser Kombination sind Tourismusköste vor allem aus Deutschland, aber auch internationale Besucher (u. a. Droselgasse in Rüdesheim) zu beobachten.

Im Folgenden werfen wir einen Blick auf die demografische Entwicklung, schauen uns Indikatoren für den Klimawandel an und führen erste Auswertungen zu den Branchen Landwirtschaft (hier Weinbau auf Rebflächen), Tourismus und Einzelhandel durch. Schließlich nehmen wir unsere Projektionen für den Rheingau-Taunus-Kreis hinzu und legen schließlich weitere Schritte fest. Wenn sich „unterwegs“ erste Hinweise auf Anknüpfungspunkte für Verbesserungsmöglichkeiten ergeben, führen wir diese auf und fassen sie schließlich mit zusammen.

## 5 Die Einflussfaktoren Demografie und Klima

Die Identifizierung von sich verändernden Einflussfaktoren (anders: geografische Lage), welche insbesondere auf eine Region wirken, ist zwischen solchen zu trennen, die auf alle Regionen wirken – wenn auch immer unterschiedlich (z. B. konjunkturelle Verschiebungen) – und solchen, bei denen die spezifische Wirkung vor Ort mutmaßlich am größten ist. „Mutmaßlich“ bedeutet in dem vorliegenden Ansatz, dass hier mit zwei Größen begonnen wird – später können weitere hinzukommen. Es besteht allerdings auch die Möglichkeit, dass sich die Annahme eines starken Einflusses als falsch herausstellt.

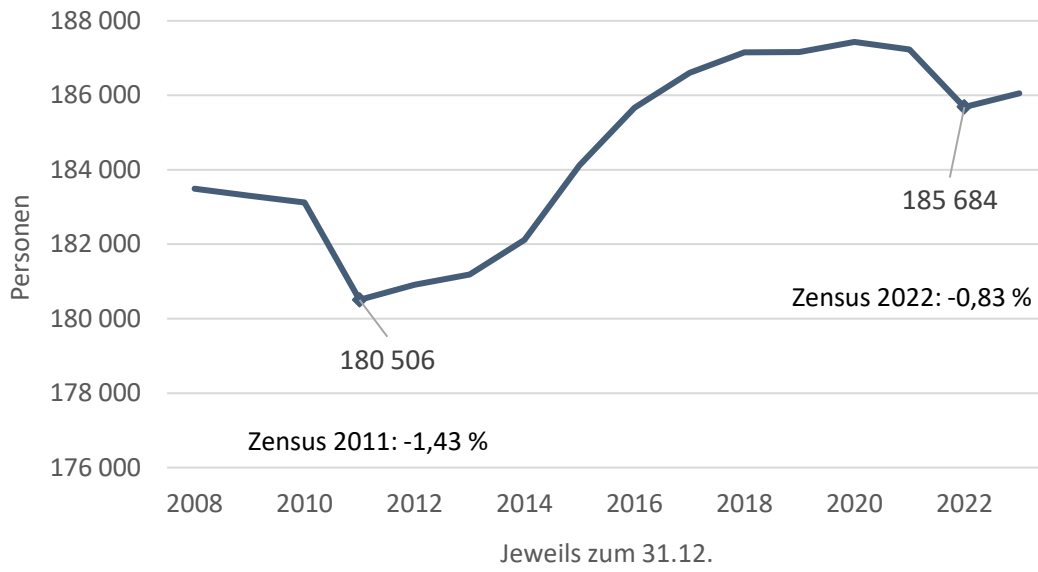
### 5.1 Demografische Entwicklung

In den folgenden Abbildungen 4 bis 8 sind jene Daten vorgestellt, die sich mit der demografischen Entwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis befassen. Dabei werden die Gemeinden entlang des Rheins in besonderer Weise betrachtet.

Die Bevölkerung in Rheingau-Taunus-Kreis ist in den letzten zehn Jahren leicht gewachsen (Abbildung 4). Die Sprünge in den Jahren 2011 und 2022 sind auf die Revision durch den Zensus (Bevölkerungszählung) zurückzuführen. Es kam zu deutlich Revisionen der Zahlen, da die Zahl der ausgewanderten Personen unterschätzt wurde.

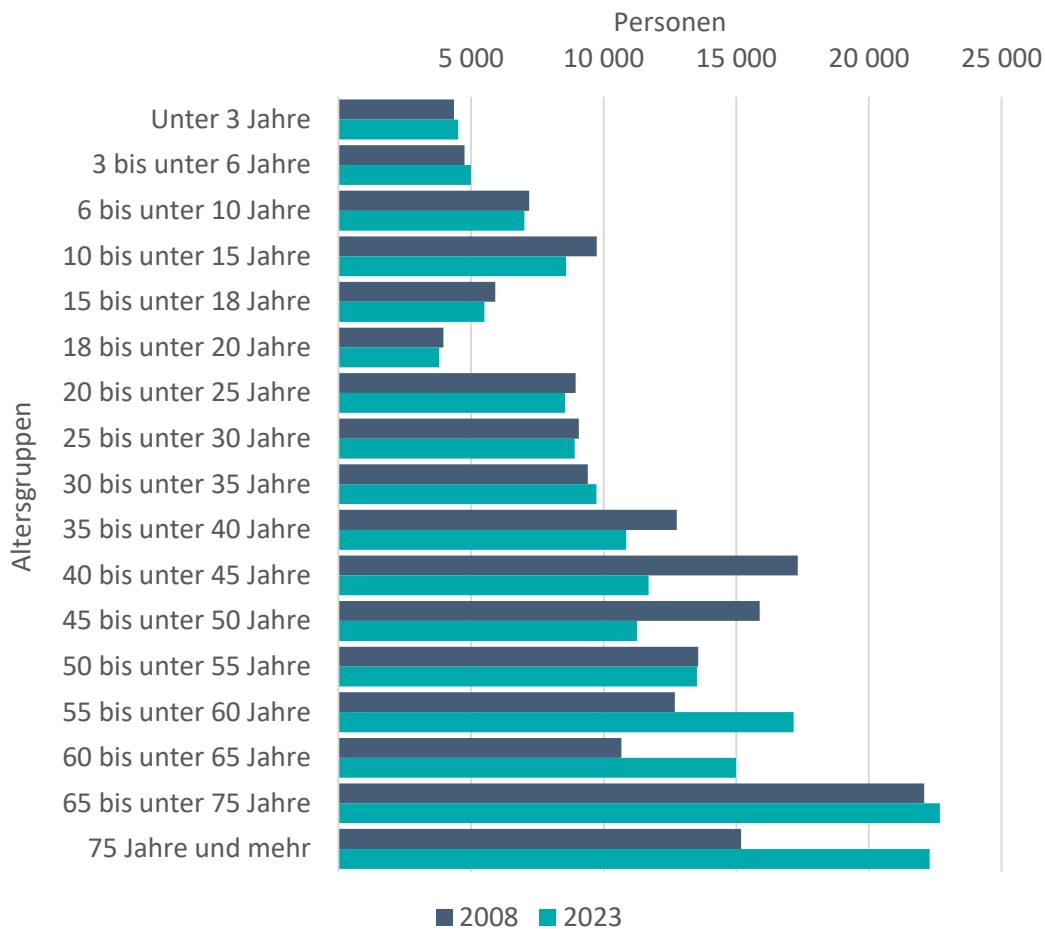
Die Altersstruktur der Bevölkerung (Abbildung 5) zeigt eine deutliche Verschiebung in den letzten 15 Jahren – von 2008 bis 2023: Während der Anteil der Personen älter als 55 Jahre zugenommen hat, ging die Zahl der Personen im Alter von 35 bis 50 zurück. In diesen Altersjahren gibt es eine hohe Erwerbsbeteiligung und starke ökonomische Partizipation (Familiengründung, Hausbau, Einrichtung etc.).

**Abbildung 4: Bevölkerung im Rheingau-Taunus-Kreis und Zensus 2011/2022  
– Fortschreibung**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes

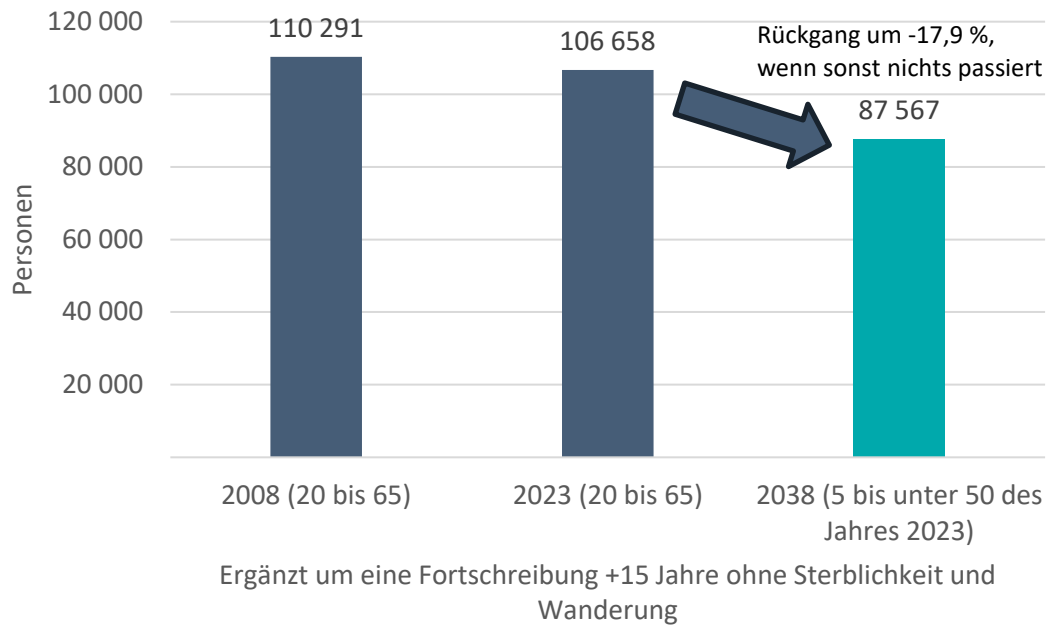
**Abbildung 5: Altersstruktur Im Rheingau-Taunus-Kreis für die Jahre 2008 und 2023**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes

15 Jahre weitergedacht (Abbildung 6) und nur auf die bereits heute in der Region wohnenden Personen gestützt geht die Gruppe der Bevölkerung, die in der Regel einer Erwerbstätigkeit nachgehen möchte, 2038 (also in 15 Jahren) deutlich zurück. Die Gruppe der heute 5- bis 50-Jährigen ist 2038 20 bis 65 Jahre alt. Im Vergleich zu heute geht die Personenzahl dieser Gruppe damit deutlich zurück. Diese Status-quo-Rechnung führt bereits zu einem Rückgang von 17,9 %. Eine Verbesserung kann nur durch höheren Zuzug erreicht werden.

**Abbildung 6: Personen im erwerbsfähigen Alter (20 bis 65) für die Jahre 2008 und 2023 sowie eine Status-quo-Fortschreibung für das Jahr 2038**

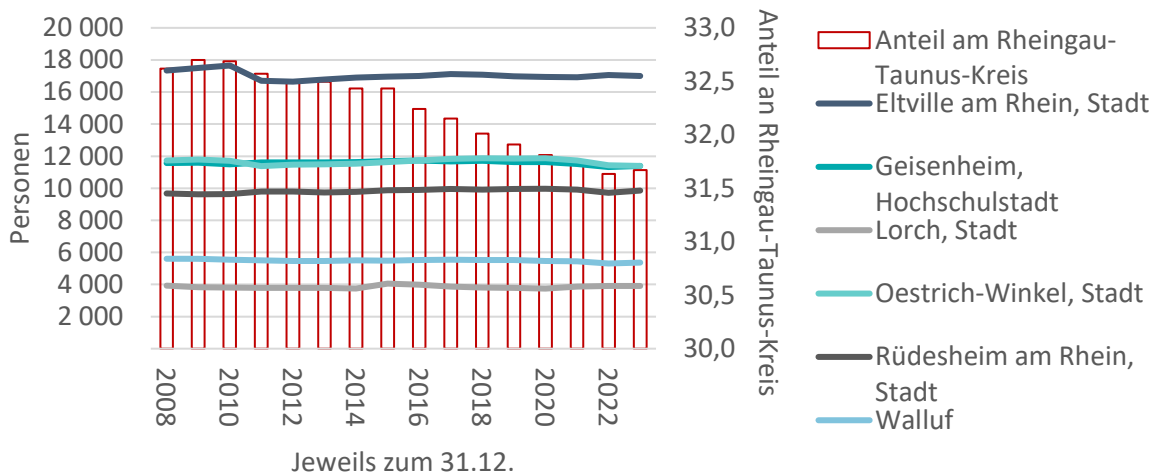


Quelle: Statistisches Bundesamt, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, eigene Berechnungen

Bei einem Blick auf die Bevölkerungsentwicklung in den Gemeinden, die direkt am Rhein liegen (Abbildung 7) zeigt sich, dass die Bevölkerung in den letzten 15 Jahren stabil ist. Es gibt kaum Veränderungen. Allerdings geht damit der Bevölkerungsanteil der Rheingau-Gemeinden am Rheingau-Taunus-Kreis zurück.

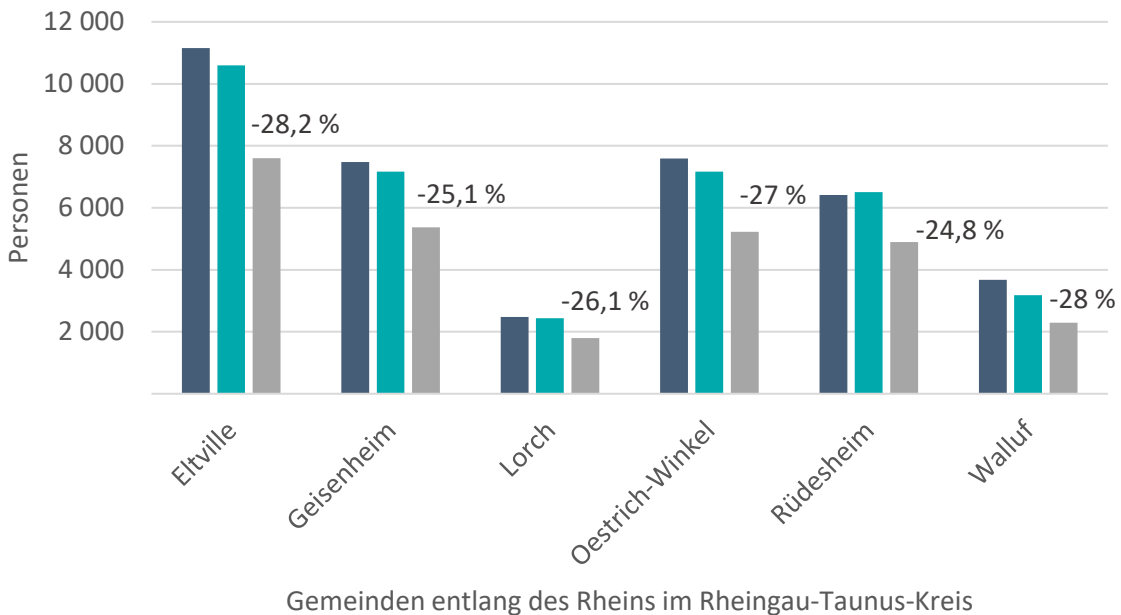
Für die Gemeinden entlang des Rheins fällt eine Status-quo-Vorausberechnung, wie sie für den Kreis insgesamt vorgenommen wurde (Abbildung 6), für das Jahr 2038 noch schwächer aus (Abbildung 8). Hier sind es dann nicht Rückgänge um 18 %, sondern um 25 bis 28 % – also deutlich stärkere. Gibt es keine Veränderungen oder werden keine Maßnahmen ergriffen, gibt es nicht nur erhebliche Folgen für das potenzielle Arbeitsangebot am Wohnort, sondern auch Steuerzuweisungen aus der Einkommensteuer oder die Gewerbesteuerereinnahmen werden sinken.

**Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung der Gemeinden am Rhein, die zum Rheingau-Taunus-Kreis gehören von 2008 bis 2023 und ihre Entwicklung im Vergleich zu Kreis insgesamt**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, eigene Berechnungen

**Abbildung 8: Personen im erwerbsfähigen Alter (20 bis 65) für die Jahre 2008 und 2023 sowie eine Status-quo-Fortschreibung für das Jahr 2038 für die Gemeinden am Rhein im Rheingau-Taunus-Kreis**



■ 2008 (20 bis unter 65) ■ 2023 (20 bis unter 65) ■ 2038 (5 bis unter 50 aus 2023)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, eigene Berechnungen

## Ergebnis

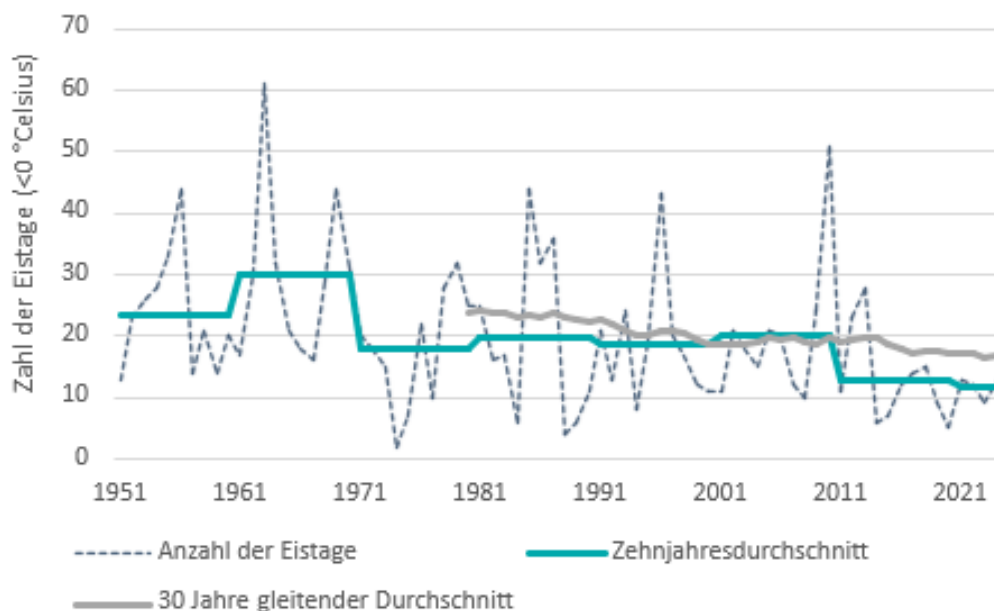
Der demografische Druck auf die Rhein-Anrainer ist erheblich und das hat Folgen für den Arbeitsmarkt vor Ort. Es wird schwieriger, nicht nur im Weinbau, sondern auch im Tourismus oder im Einzelhandel Personal zu ersetzen oder neu zu rekrutieren.

## 5.2 Wetter, Extremereignisse und Klimawandel

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich das Klima im Rheingau-Taunus-Kreis deutlich verändert – mit spürbaren Auswirkungen auf Natur, Landwirtschaft und die Lebensqualität der Bevölkerung. Besonders eindrücklich zeigen dies vier zentrale Klimakenngrößen, die langfristig dokumentiert wurden: Eistage, heiße Tage, Sonnenscheindauer und die Jahresmitteltemperatur.

Ein markantes Signal des Klimawandels ist der deutliche Rückgang der sogenannten Eistage (Abbildung 9) – also jener Tage, an denen die Temperatur ganztagig unter 0 °C bleibt. Während es in den 1950er- und 1960er-Jahren regelmäßig Winter mit über 30 bis teils über 60 Eistagen gab, liegt die Zahl dieser kalten Tage in den letzten Jahren meist unter 20 – in einigen Jahren sogar unter 10. Kalte Winter, wie sie früher typisch waren, sind damit zur Ausnahme geworden. Diese Entwicklung hat weitreichende Folgen – von einer veränderten Vegetationsruhe über die Schädlingsdynamik im Weinbau oder der fehlenden Möglichkeit, bestimmte Weinarten wie den Eiswein herzustellen. Hierbei muss die Temperatur bei der Ernte der gefrorenen Weintrauben unter 7°C liegen.

**Abbildung 9: Anzahl der Eistage im Rheingau-Taunus-Kreis von 1951 bis 2024**

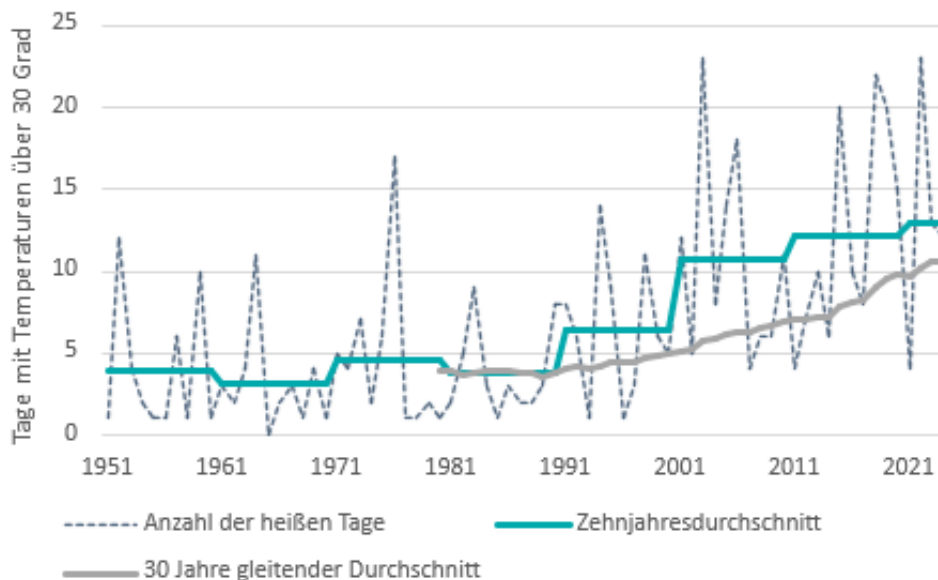


Quelle: DWD 2025, eigene Darstellung

Gleichzeitig nimmt die Zahl der heißen Tage – mit Tageshöchsttemperaturen über 30 °C – kontinuierlich zu (Abbildung 10). In den 1950er- bis 1970er-Jahren wurden im Rheingau-Taunus-Kreis meist nur wenige solcher Tage gezählt. Seit den 1990er-Jahren ist ein

sprunghafter Anstieg zu verzeichnen. Besonders ab etwa 2010 häufen sich Jahre mit über 15 heißen Tagen und in Extremjahren sind es über 20. Diese Zunahme führt zu einer höheren Hitzebelastung für Mensch und Umwelt und stellt auch den Weinbau vor neue Herausforderungen, etwa durch vermehrten Trockenstress der Reben und einen früheren Lesezeitpunkt.

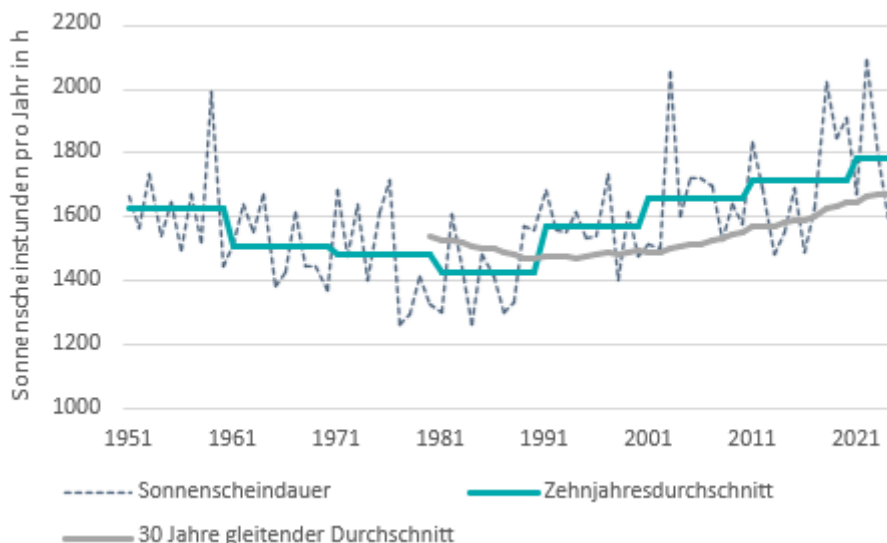
**Abbildung 10: Anzahl der heißen Tage (>30° Celsius) im Rheingau-Taunus-Kreis von 1951 bis 2024**



Quelle: DWD 2025, eigene Darstellung

Eng verknüpft mit der Temperaturentwicklung ist die jährliche Sonnenscheindauer (Abbildung 11). Auch hier zeigt sich ein klarer Trend: Nach leicht rückläufigen Werten zwischen 1960 und 1985 hat sich die Sonnenscheindauer seither kontinuierlich erhöht. In den letzten zwei Jahrzehnten liegen die Werte regelmäßig über 1800 Stunden pro Jahr – mit Spitzenwerten von fast 2200 Stunden. Für die Landwirtschaft und den Weinbau bedeutet das grundsätzlich verbesserte Bedingungen für Reifung und Zuckereinlagerung – gleichzeitig steigt aber auch die Verdunstung, was die Böden stärker austrocknen lässt.

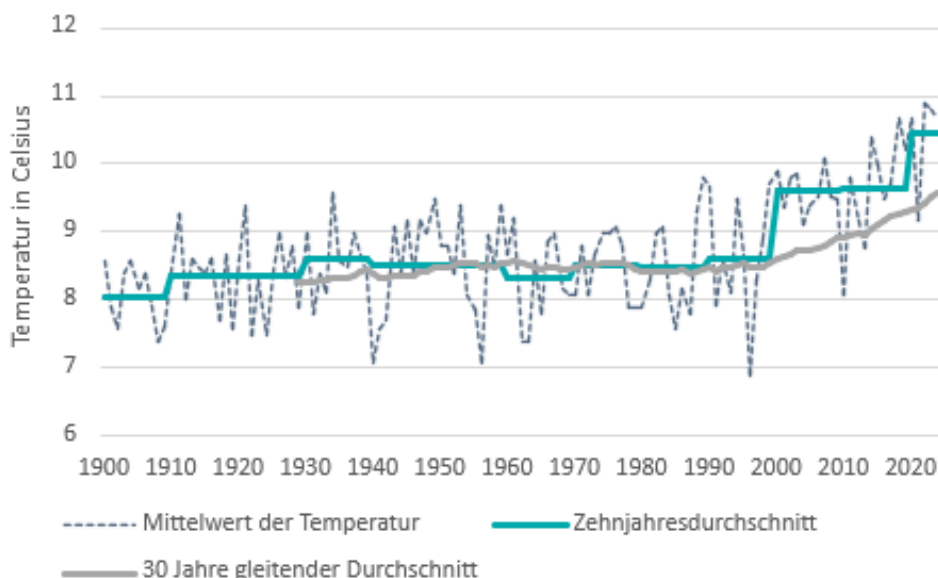
**Abbildung 11: Jahressumme der Sonnenscheindauer in Stunden (h) im Rheingau-Taunus-Kreis von 1951 bis 2024**



Quelle: DWD 2025, eigene Darstellung

Besonders deutlich wird die Klimaveränderung beim Blick auf die Jahresmitteltemperatur (Abbildung 12). Diese lag im frühen 20. Jahrhundert relativ stabil zwischen 8 und 9 °C. Seit den 1990er-Jahren zeigt die Temperaturkurve jedoch einen steilen Anstieg. Im Jahr 2024 wurde mit 10,7 °C ein neuer Rekordwert erreicht. Damit verlängert sich die Vegetationsperiode und wärmeliebende Rebsorten gewinnen an Bedeutung. Gleichzeitig steigen aber auch die Risiken von Extremwetterereignissen, neuen Schädlingen und einem höheren Wasserbedarf im Sommer.

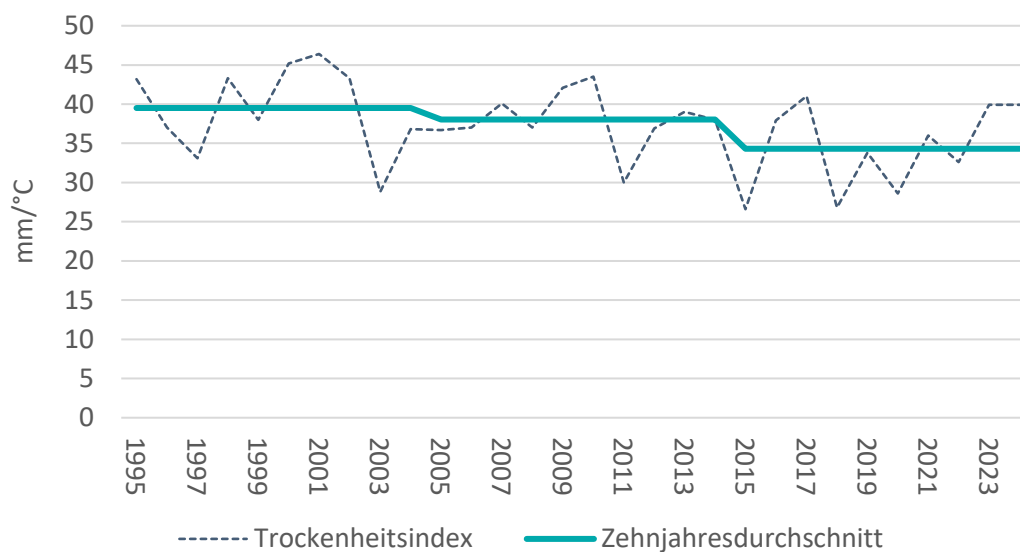
**Abbildung 12: Mittelwert der Temperatur im Rheingau-Taunus-Kreis von 1900 bis 2024**



Quelle: DWD 2025, eigene Darstellung

Um die Entwicklung der Trockenheit zu messen, berechnet der Deutsche Wetterdienst (DWD) den Trockenheitsindex nach de Martonne (dMI) (Abbildung 13). Er misst die Niederschlagsmenge  $P$  gemessen in mm relativ zur Temperatur  $T$  abzüglich 10 Grad:  $dMI = P/(T-10)$  in den Einheiten  $mm/^\circ C$ . Je geringer die Indexwerte, desto trockener wird das Klima. Der vom DWD berechnete Index liegt erst seit 1995 vor, sodass noch keine langfristigen Vergleichswerte bestehen. In den 10-Jahres-Abschnitten ist ein Rückgang zu erkennen. Ein Index von 35 (letzter 10-Jahres-Abschnitt) deutet aber noch nicht auf Trockenheit hin. Abbildung 13 gibt bisher nur ein Indiz für ein trockener werdendes Klima. Weitere Entwicklungen bleiben abzuwarten.

**Abbildung 13: Jährlicher Trockenheitsindex nach de Martonne von 1995 bis 2024 in  $mm/^\circ C$**



Quelle: DWD 2025, eigene Darstellung

Insgesamt zeigen die Grafiken gemeinsam ein klares Bild: Der Rheingau-Taunus-Kreis befindet sich mitten im Klimawandel. Die Veränderungen sind nicht nur statistisch messbar, sondern auch ökologisch und ökonomisch spürbar – besonders in einer Region, deren Identität und Wirtschaft stark vom Weinbau, vom Tourismus und von der Kulturlandschaft geprägt sind. Die Daten unterstreichen die Dringlichkeit, regionale Anpassungsstrategien zu entwickeln – etwa im Wasser- und Bodenschutz, bei der Auswahl angepasster Rebsorten oder im Städtebau – um den Herausforderungen des Klimawandels aktiv zu begegnen. Die Ergebnisse fügen sich in das gesamtdeutsche Bild: Die Folgen des Wandels für die ökonomische Entwicklung (z. B. Schäden) sind entsprechend stetig steigend (Stöver et al. 2025).

## 6 Indikatoren für beteiligte Branchen und Region

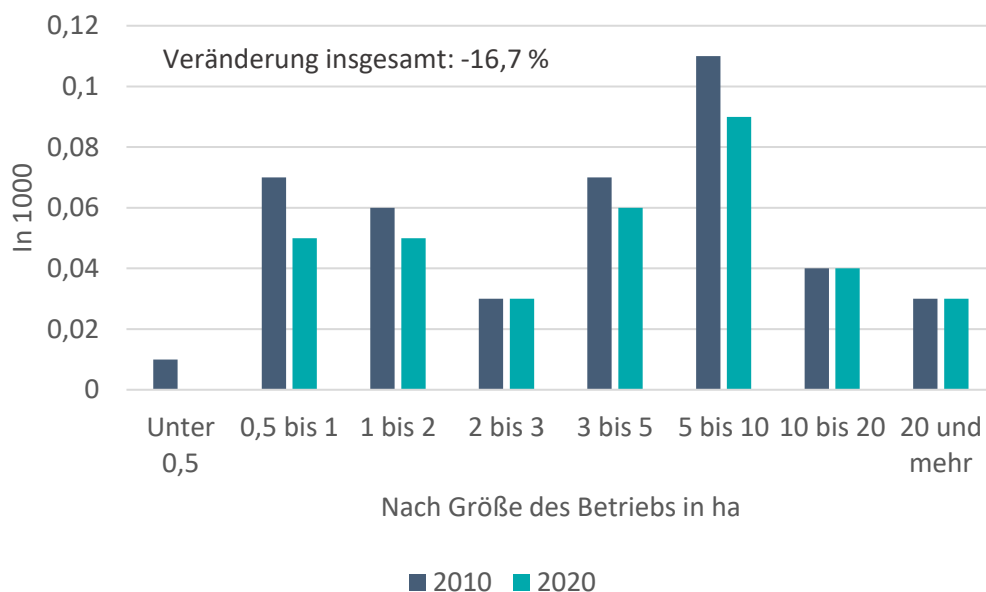
### 6.1 Landwirtschaftszählung und Testbetriebsnetz

#### Kennzahlen für den Weinbau auch für den Rheingau

Im Folgenden sind Ergebnisse aus der **Landwirtschaftszählung** (Statistik Hessen) der Jahre 2010 und 2020 für den Weinbau im Rheingau dargestellt sowie jene des **Testbetriebsnetzes** (Statistik des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH)) ausgewertet. Dabei kann zwischen Vermarktungsformen und Anbaugebieten unterschieden werden. Allerdings liegen für den Rheingau selbst keine eigenen Daten vor.

Die Verschiebungen der Betriebsgrößen zwischen den beiden Jahre 2010 und 2020 (es liegen nur Landwirtschaftszählungen für 2010 und 2020 vor) sind erheblich (Abbildung 14): Die Anzahl der Betriebe insgesamt sinkt um nahezu 17 %, wobei vor allem Betriebe kleiner als 10 ha betroffen sind.

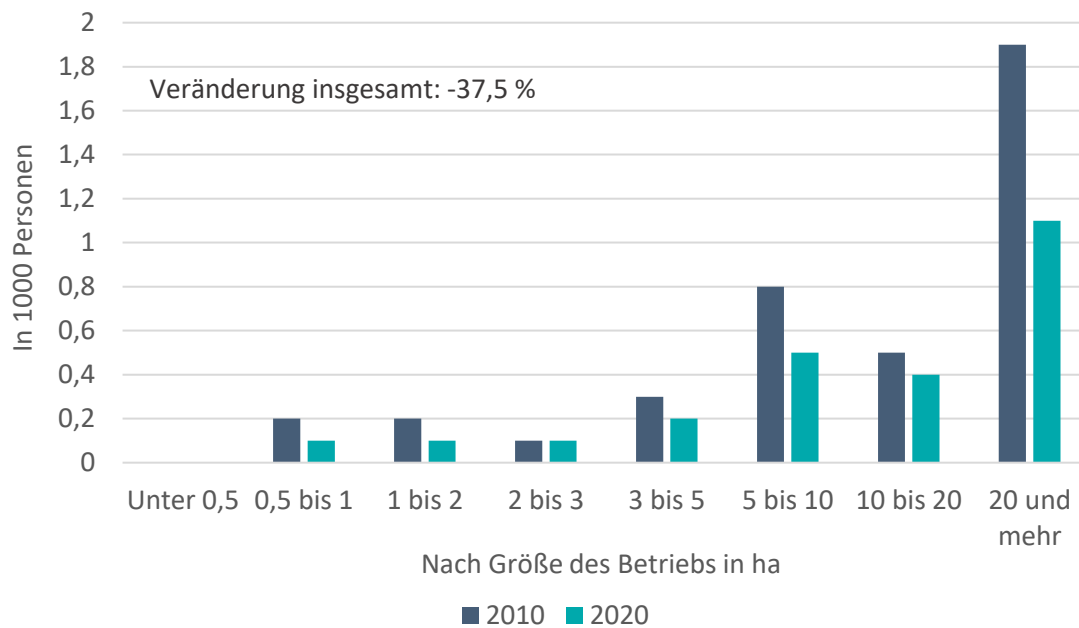
**Abbildung 14: Anzahl der Betriebe laut Landwirtschaftszählungen 2010 und 2020 für Betriebe mit Rebfläche nach Größenklassen bemessen an der Landwirtschaftsfläche in ha**



Quelle: Statistik Hessen 2025

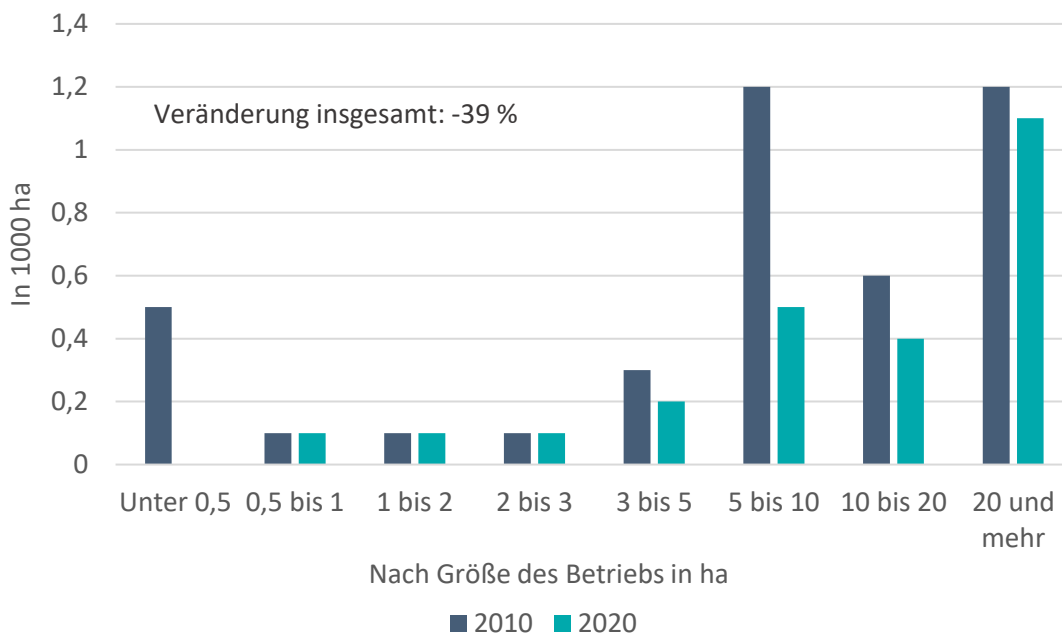
Der Rückgang der Arbeitskräfte (Abbildung 15) und auch der Landwirtschaftsflächen (Abbildung 16) ist nahezu doppelt so groß. Hier sind auch die beiden größten Betriebsformen betroffen, alle kleineren aber weitaus stärker. Es sind Betriebe und Rebflächen aufgegeben worden. Dabei ist der Rückgang der Rebflächen nicht nur auf Betriebsaufgaben zurückzuführen. Auch große Betriebe, deren Zahl sich nicht verändert hat, haben deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Mutmaßlich fallen unproduktive Flächen brach. Die Beschäftigungsmöglichkeiten sind mit fast -40 % bezogen auf Zahl der Personen dramatisch gesunken.

**Abbildung 15: Anzahl der Arbeitskräfte laut Landwirtschaftszählungen 2010 und 2020 für Betriebe mit Rebfläche nach Größenklassen bemessen an der Landwirtschaftsfläche in ha**



Quelle: Statistik Hessen 2025

**Abbildung 16: Größe der Landwirtschaftsfläche laut Landwirtschaftszählungen 2010 und 2020 für Betriebe mit Rebfläche nach Größenklassen bemessen an der Landwirtschaftsfläche in ha**



Quelle: Statistik Hessen 2025

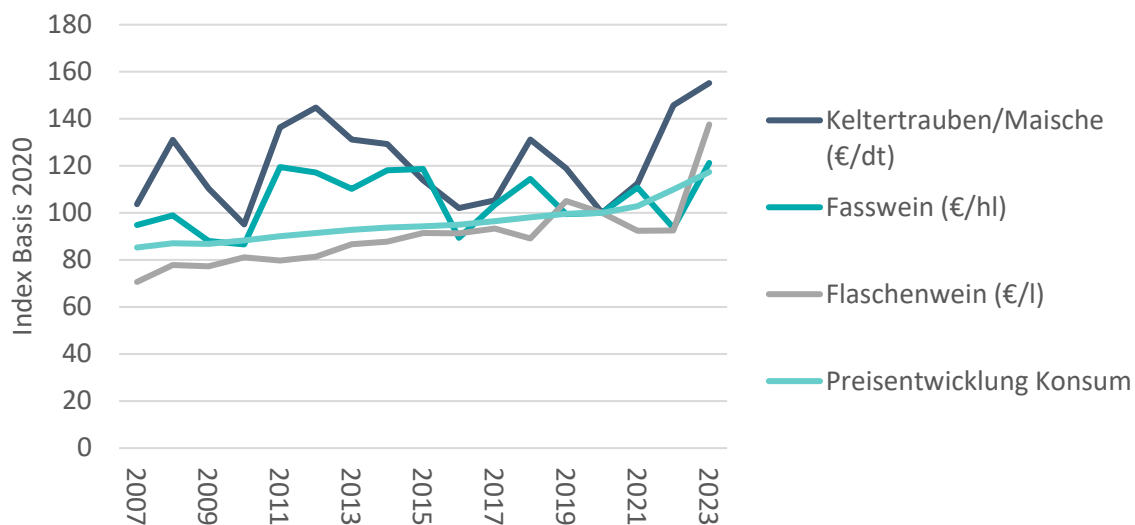
## **Das Testbetriebsnetz: Ergebnisse aus Sicht der Weinbaubetriebe und für ausgesuchte Anbaugebiete**

Das Testbetriebsnetz, eine Statistik des BMLEH (2025), wertet Buchführungsergebnisse für repräsentativ ausgewählte Betriebe der Landwirtschaft aus. Dazu zählen auch Betriebe des Weinbaus. So sind Auswertungen nach Rechtsformen oder Betriebsgrößen und auch nach Gebieten möglich. Für den Weinbau (Bundesergebnisse) liegen detaillierte Ergebnisse für die Umsatz und Kosten pro ha vor.

Im Testbetriebsnetz werden jährlich aktuelle Informationen zur Lage der Landwirtschaft (einschließlich des Garten- und Weinbaus), der Forstwirtschaft sowie der Kleinen Hochsee- und Küstenfischerei bereitgestellt. Dazu werden Buchführungsabschlüsse repräsentativ ausgewählter Betriebe gegliedert nach Rechtsform und Erwerbstyp, Betriebsformen, Betriebsgrößen und Gebieten ausgewertet. Es liegen Ergebnisse u. a. nach Produktionsstufen (Trauben, Fasswein, Flaschenwein), Vermarktungsformen (Genossenschaften, Flaschenwein) und Anbaugebieten vor. Zu den einzeln ausgewiesenen Anbaugebieten gehören Mosel, Rheinhessen, Pfalz, Württemberg und Franken, aber nicht der Rheingau. Insofern sind die Ergebnisse zu den Anbaugebieten nur als eine Perspektive auf die Unterschiedlichkeiten der Anbaugebiete zu verstehen. Direkte Schlussfolgerungen für den Rheingau können aber erst gezogen werden, wenn auch für diesen Ergebnisse vorliegen. Eine entsprechende Anfrage einer Sonderauswertung an das Testbetriebsnetz des BMLEH wurde gestellt.

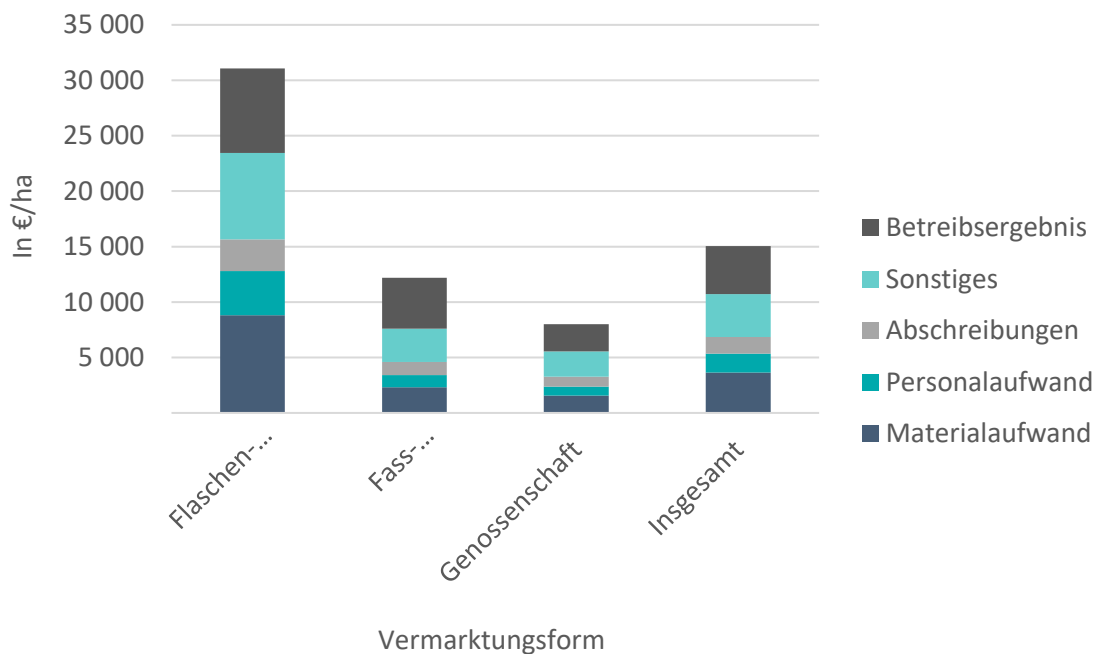
Ein Grund für den Rückgang der Betriebe (Abbildung 14) kann die Ertragsentwicklung der Betriebe sein (Testbetriebsnetz): Zwar sieht die Preisentwicklung für die Produkte (verschiedene Verarbeitungsstufen) im Vergleich zur allgemeinen Preisentwicklung für Haupterwerbsbetriebe aus dem Testbetriebsnetz noch ganz gut aus (Abbildung 17), allerdings relativiert sich das, wenn auf die Betriebsergebnisse pro ha Landwirtschaftsfläche geschaut wird: Die Vermarktungsform „Flaschenwein“ hat zwar die höchsten Betriebsergebnisse pro Hektar (Abbildung 18), allerdings liegt relativ die Vermarktungsform „Fasswein“ vorne (Abbildung 19). Die genossenschaftliche Vermarktung erzielt das kleinste Ergebnis pro ha (Abbildung 18). Bei einer relativen Betrachtung fällt das Betriebsergebnis besser aus als beim Flaschenwein (Abbildung 19).

**Abbildung 17: Preisentwicklung nach Produktionsstufen (Trauben, Fasswein, Flaschenwein) für Rheinhessen im Vergleich mit der Preisentwicklung für Konsumausgaben von privaten Haushalte von 2007 bis 2023**



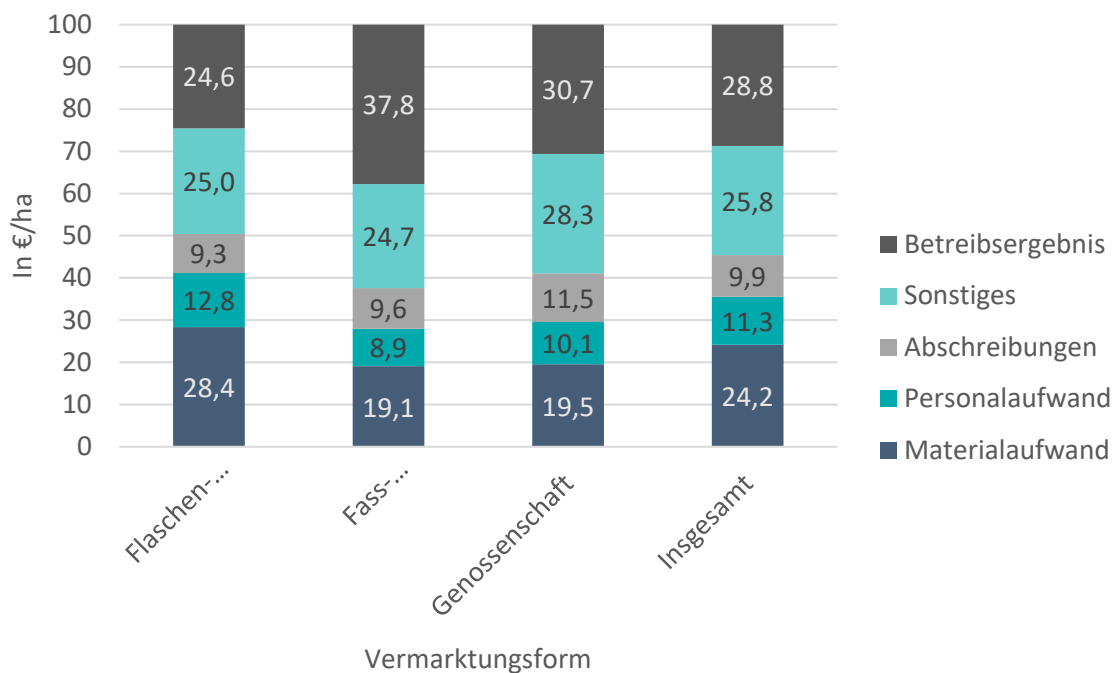
Quelle: BMLEH 2025, eigene Berechnungen und Darstellung

**Abbildung 18: Betriebliche Aufwendungen und Betriebsergebnis nach Vermarktungsformen 2023**



Quelle: BMLEH 2025, eigene Darstellung

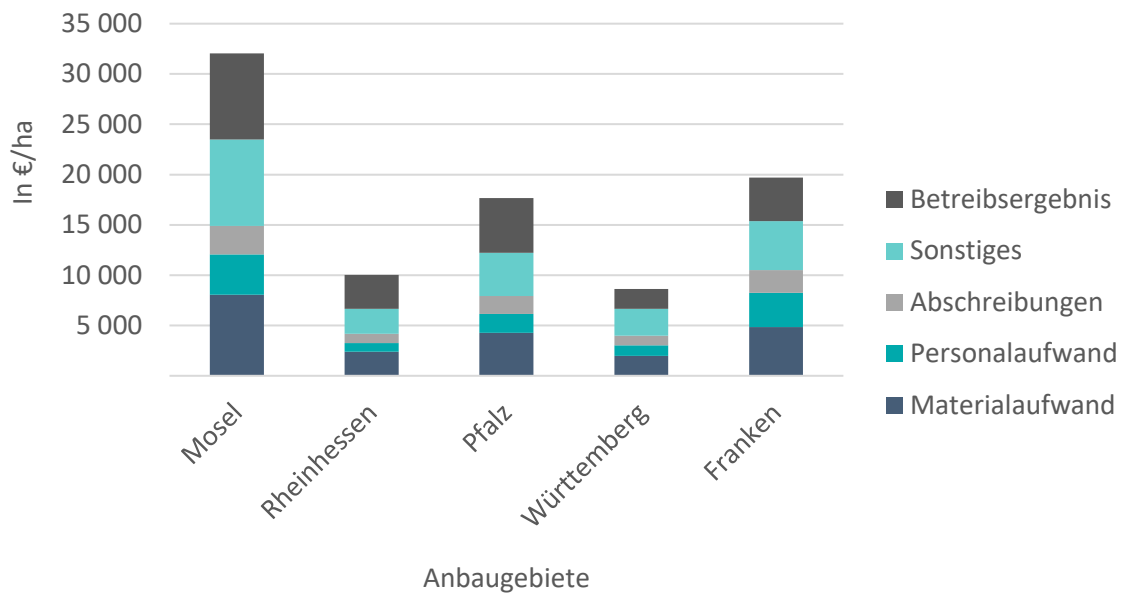
**Abbildung 19: Betriebliche Aufwendungen und Betriebsergebnis nach Vermarktungsformen 2023, Anteile an insgesamt**



Quelle: BMLEH 2025, eigene Berechnungen und Darstellung

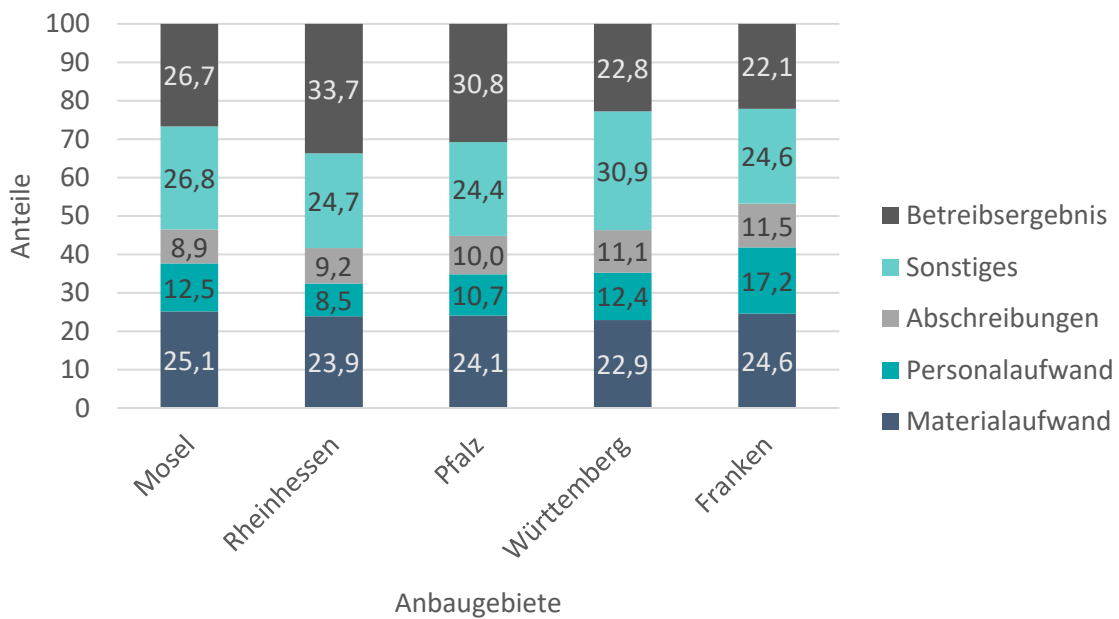
Festzustellen sind auch deutliche Unterschiede bei den Anbaugebieten (Abbildung 20). Das kann wie gesagt auf die Vermarktungsform im Anbaugebiet zurückgehen, aber auch mit dem Anbaugebiet selbst (Bekanntheit der Weine, Marketing der einzelnen Weingüter, Tourismus vor Ort) zusammenhängen. Leider liegen für den Rheingau keine eigenen Werte aus dem Testbetriebsnetz vor. Im Ergebnis wird an der Mosel der höchste Umsatz pro ha erzielt, im Weinbaugbiet „Württemberg“ der geringste.

**Abbildung 20: Betriebliche Aufwendungen und Betriebsergebnis nach Anbaugebieten 2023**



Quelle: BMLEH 2025, eigene Darstellung

**Abbildung 21: Betriebliche Aufwendungen und Betriebsergebnis nach Anbaugebieten 2023, Anteile an insgesamt**

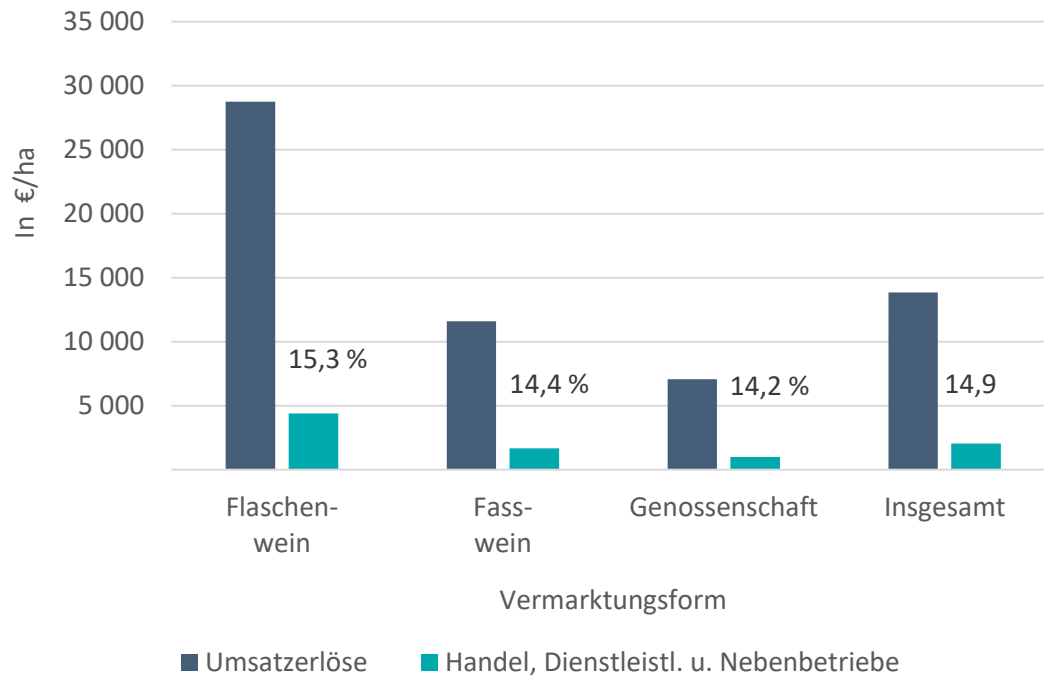


Quelle: BMLEH 2025, eigene Berechnungen und Darstellung

Auch die Umsätze aus „Handel, Dienstleistungen und Nebenbetriebe“ haben erheblichen Einfluss auf den Umsatz insgesamt. Während zwischen den Vermarktungsformen kaum Unterschiede bestehen (in der Nähe des Durchschnitts 14,9 %) (Abbildung 22), sind deutliche Unterschiede zwischen den Anbaugebieten festzustellen (Abbildung 23): Mosel und

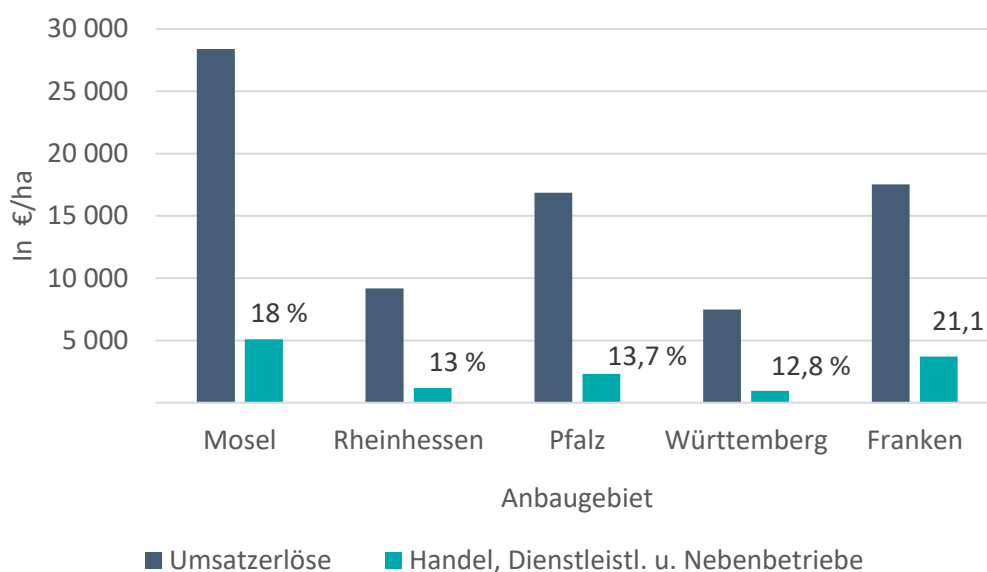
Franken weisen ca. 20 % aus. Die übrigen liegen bei unter 14 % Anteil. Auch hier liegen für den Rheingau keine eigenen Informationen aus dem Testbetriebsnetz vor.

**Abbildung 22: Bedeutung des Umsatzes aus Handel, Dienstleistungen und Nebenbetrieb für den Gesamtumsatz 2023 nach Vermarktungsform**



Quelle: BMLEH 2025, eigene Berechnungen und Darstellung

**Abbildung 23: Bedeutung des Umsatzes aus Handel, Dienstleistungen und Nebenbetrieb für den Gesamtumsatz in 2023 nach Anbaugebiet**



Quelle: BMLEH 2025, eigene Berechnungen und Darstellung

Ergebnis: Der regionale Einkommenskreislauf (Lohn/Gewinn → Konsum vor Ort) und der Zulieferungskreislauf (Bezug von Zulieferungen für die Produktion) sind angesichts des Beschäftigungsrückgangs und der geringeren Produktionsflächen in Mitleidenschaft gezogen worden. Hinzu kommen die Lage und die Vermarktungsform. Die Lage kann nicht verändert werden, die Vermarktungsform aber schon. Allerdings dauert es Jahre, Markennamen aufzubauen – damit bietet die Vermarktungsform nur langfristige Möglichkeiten. Gleichzeitig unterscheiden sich die Anbauregionen erheblich bezüglich der sonstigen Umsätze aus Handel, Dienstleistungen und Nebenbetrieben. Eine Aufgabe wird es sein, die Situation für den Rheingau festzustellen. Vielleicht ist es sinnvoll, mehr Nebenerwerb (z. B. Vermietung von Ferienwohnungen) und eine Änderung der Vertriebsform herbeizuführen. Allerdings ist beides bei einem schrumpfenden Markt schwierig.

## 6.2 Kennzahlen für den Tourismus

Der Rheingau ist eine **touristisch geprägte Kulturlandschaft**, was sich in beachtlichen Gästezahlen widerspiegelt. Insbesondere Rüdesheim am Rhein stellt einen Hotspot dar, aber auch Eltville, Oestrich-Winkel, Geisenheim und Lorch ziehen Tourist:innen an (Wein, Kultur und Natur). Es folgen zentrale Tourismusdaten aus den Standortprofilen und Wirtschaftsdaten des IHK-Bezirks Wiesbaden (2023) für die Gemeinden.

### Tourismus in Rheingau-Gemeinden – Übernachtungen und Kapazitäten

Gemeinde	Betten (Ø p. a.)	Gästeankünfte pro Jahr	Übernachtungen pro Jahr	Ø Aufenthaltsdauer, Tage
Eltville	618	31 868	61 935	1,9
Geisenheim	395	19 093	36 855	1,9
Kiedrich	k. A.	k. A.	k. A.	-
Lorch	239	7 739	18 797	2,4
Oestrich-Winkel	411	15 539	33 432	2,2
Rüdesheim	1 977	95 116	215 771	2,3
Walluf	153	6 503	11 737	1,8

Anmerkung: Kiedrich verfügt über kaum gewerbliche Beherbergung – die wenigen Gästebetten sind statistisch nicht ausgewiesen; Aufenthaltsdauer = Übernachtungen/Ankünfte

Aus den Zahlen wird Rüdesheims besondere Rolle deutlich: Mit knapp **216 000 Übernachtungen** jährlich (bei rund 1 980 Gästebetten) verbucht Rüdesheim dreimal so viele Übernachtungen wie alle anderen Rheingau-Städte. Die Auslastung der Betten lag hier vor der Coronapandemie bei rund 30 %. Auch die Aufenthaltsdauer ist mit rund 2,3 Tagen leicht höher als im übrigen Rheingau (Ø 1,9 Tage) – viele Besucher bleiben also mindestens eine Nacht. **Eltville** folgt mit rund 62 000 Übernachtungen p. a. (Bettenauslastung rund 27 %), **Oestrich-Winkel** und **Geisenheim** mit je rund 33 000–37 000. **Lorch** als kleine, aber landschaftlich reizvolle Gemeinde im Weltkulturerbe zählt knapp 19 000 Übernachtungen,

häufig von Wander:innen (durchschnittlich 2,4 Tage Aufenthalt). **Walluf** spielt touristisch eine geringere Rolle (unter 12 000 Übernachtungen) und dient eher als Wohnort. **Kiedrich** verzeichnet nur wenige Gäste (keine offiziellen Zahlen) (Lassiwe 2024).

Neben den Übernachtungsgästen ist vor allem der **Tagestourismus** im Rheingau bedeutend. Dies gilt besonders für Rüdesheim: Der Weinort zieht durch die Drosselgasse, Rhein-Schifffahrt und Sehenswürdigkeiten Millionen Ausflugsgäste an. Aktuellen Angaben zufolge besuchen **rund zwei Millionen Tagesgäste pro Jahr** Rüdesheim (Lassiwe 2024) (bei nur rund 10 000 Einwohner:innen). In der Hochsaison kommt es dort zu einem enormen Besucherdruck, der jedoch wirtschaftlich wichtig ist. Der Rüdesheimer Bürgermeister betont, dass ohne Tourismus weder die gastronomische Vielfalt noch Veranstaltungen (Weinfeste, Weihnachtsmarkt der Nationen) in heutiger Form existieren könnten. Auch Eltville und Oestrich-Winkel profitieren von Tagesgästen, etwa durch Weinprobentage, Feste (z. B. Rheingauer Weinwoche) und Kulturerbe-Stätten (Kloster Eberbach bei Eltville zieht z. B. viele Besucher). Allerdings liegen für Tagesgäste keine präzisen Gemeindestatistiken vor. Regionale Schätzungen zeigen aber die Dimension: Im gesamten UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal wurden etwa **29 Mio. Tagesbesucher** pro Jahr ermittelt – der Rheingau bildet dessen südlichen Teil und trägt wesentlich dazu bei (Rheinland-Pfalz Tourismus 2025).

**Saisonverlauf:** Die Nachfrage im Rheingau-Tourismus ist stark saisonal geprägt. In den Sommermonaten (insbesondere zur Weinlese und während Veranstaltungen) sind die Übernachtungszahlen am höchsten, während Wintermonate ruhiger sind. Beispielsweise erreicht Rüdesheim in normalen Jahren im Sommer eine Bettenauslastung nahe Vollbelegung, während in der Nebensaison viele Betriebe verkürzte Öffnungszeiten haben. Die Aufenthaltsdauer schwankt entsprechend: Längere Aufenthalte werden v. a. von Weintourist:innen und Wandernden im Sommer unternommen, wohingegen ein großer Teil der Gäste nur eine Nacht bleibt (Bus- und Bahnreisende auf Rundtour, Geschäftsreisende an der Hochschule Geisenheim etc.).

Zusammenfassend ist der **Tourismus ein zentraler Wirtschaftsfaktor** der Rheingau-Region. Die Gemeinden erwirtschaften direkt und indirekt beträchtliche Umsätze aus Gastgewerbe, Weinverkauf an Tourist:innen und kulturellen Angeboten. Rüdesheim herausragend: Hier sind Tourismus und Weinwirtschaft im Branchenmix dominierend (s. u.), was auch Chancen und Herausforderungen mit sich bringt (Stichwort Overtourism vs. Wertschöpfung).

## 6.3 Einzelhandel

### Einzelhandelsstruktur in den Rheingau-Gemeinden

Der Rheingau besteht aus mehreren Weinbaugemeinden mit jeweils eigenständigen Einzelhandelsstrukturen. Trotz einer insgesamt überdurchschnittlichen Kaufkraft gelingt es vielen Orten nicht, diese im stationären Einzelhandel zu binden – große Teile der Konsumausgaben fließen in die benachbarten Oberzentren Wiesbaden und Mainz ab.

Kaufkraft und Zentralität: wohlhabend, aber unterversorgt

Die Kaufkraftkennziffern (Index D = 100) liegen in gut situierten Gemeinden wie Walluf (127,3) oder Eltville (121,4) deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Gleichzeitig zeigen sich teils niedrige Zentralitätskennziffern (Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zur Kaufkraft): In Eltville etwa werden nur 78,6 % der verfügbaren Kaufkraft im Ort umgesetzt.

Gemeinde	Kaufkraft-index	Kaufkraft, €/Kopf	Zentralitätskennziffer	Einzelhandelsumsatz, Mio. €
Eltville (gesamt)	121,4	37.098	78,6	103,8
Geisenheim	105,5	32.243	59,1	47,9
Kiedrich	116,6	35.633	50,3	39,7
Lorch	91,1	27.839	91,3	57,7
Oestrich-Winkel	105,4	32.200	82,9	66,7
Rüdesheim	86,4	26.386	45,1	11,2
Walluf	127,3	38.898	124,8	85,2

Quelle: IHK 2025

Die Daten zeigen, dass der Rheingau insgesamt über eine hohe Kaufkraft verfügt, diese jedoch regional sehr unterschiedlich in den stationären Einzelhandel einfließt.

Eltville bleibt das bedeutendste Mittelzentrum mit über 100 Mio. € Einzelhandelsumsatz, trotz einer Zentralität von nur 78,6 %. Walluf sticht hervor: Mit fast 39.000 € Kaufkraft pro Kopf und 124,8 Zentralität erreicht die Gemeinde über 85 Mio. € Umsatz – ein klarer Anziehungspunkt über die eigene Bevölkerung hinaus. Oestrich-Winkel erzielt bei solider Kaufkraft einen Umsatz von knapp 67 Mio. € und bindet rund 83 % der verfügbaren Kaufkraft im Ort. Geisenheim liegt mit knapp 48 Mio. € deutlich unter dem Potenzial; die Zentralität von 59 % zeigt einen klaren Abfluss. Kiedrich weist zwar hohe Kaufkraftwerte auf, doch der Einzelhandelsumsatz von knapp 40 Mio. € entspricht nur der Hälfte der verfügbaren Kaufkraft. Rüdesheim liegt aktuell bei rund 11 Mio. € Einzelhandelsumsatz – die Zentralität von nur 45 % zeigt, dass die touristische Zusatzkaufkraft im Vergleich zu den anderen Gemeinden schwächer ausfällt. Lorch erzielt trotz vergleichsweise geringer Pro-Kopf-Kaufkraft fast 58 Mio. € Umsatz und erreicht mit 91 % eine hohe Bindung der lokalen Kaufkraft (IHK 2025).

Der Rheingau zeigt 2025 ein geteiltes Bild: Wohlhabende Gemeinden wie Walluf profitieren überproportional, während Zentren wie Geisenheim und Rüdesheim deutliche Schwächen im Einzelhandel aufweisen.

### Strukturelle Herausforderungen

Große Einkaufszentren existieren in der Region nicht; der Einzelhandel konzentriert sich auf Grundversorgung (Supermärkte, Discounter) und spezialisierte Anbieter (z. B. Weinhandel, Feinkost). Die Verkaufsfläche pro Einwohner:in ist gering – genaue Zahlen liegen

für kleinere Orte nicht vor. Die Altstadtbereiche von Eltville und Rüdesheim bieten ein gewisses Maß an Einkaufserlebnis, aber keine echte Shoppinginfrastruktur. Erst in Wiesbaden oder im Main-Taunus-Kreis beginnt ein großflächiger Fachmarktbereich.

### Spezialisierte Anbieter im Rheingauer Einzelhandel

Trotz struktureller Herausforderungen gibt es im Rheingau eine Vielzahl an spezialisierten Einzelhändlern, die auf hochwertige Produkte und touristisch geprägten Genuss setzen. Dazu zählen unter anderem:

- **Weinfachhandlungen** wie das „Ludwig von Kapff“ in Eltville, „WeinArt“ in Geisenheim, „Vinothek Georg Breuer“ in Rüdesheim oder das „Weingut Spreitzer“ in Oestrich-Winkel und „WeinArt“ Handelsgesellschaft mbH in Geisenheim.
- **Feinkost- und Delikatessengeschäfte**, etwa „Kostbar“ (Eltville) und „RheinWeinWelt KG“ in Rüdesheim
- **Regionale Manufakturen**, z. B. lokale Honig- und Senfanbieter
- **Touristische Spezialanbieter** wie Vinotheken, Weinbars mit Shop-Konzept oder Hofläden mit Weinen und landwirtschaftlichen Erzeugnissen

Diese Betriebe spielen eine wichtige Rolle für die emotionale Bindung an den Ort und leisten einen Beitrag zur Profilbildung im regionalen Einzelhandel – auch wenn sie mengenmäßig keine großen Umsatzvolumina erzielen.

Die Rheingauer Gemeinden verfügen über eine solide bis sehr hohe Kaufkraft – doch diese wird vielerorts nicht vor Ort gebunden. Der strukturelle Kaufkraftabfluss zugunsten der umliegenden Großstädte ist ein zentrales Thema für die zukünftige Regionalentwicklung. Einzelhandelskonzepte, die Genuss, Regionalität und touristische Attraktivität stärker miteinander verbinden, könnten helfen, die Nahversorgung und regionale Bindung zu stärken.

## 6.4 Region Rheingau im Spiegel amtlicher Statistik

### Arbeitsplatzstruktur und Herausforderungen im Rheingau

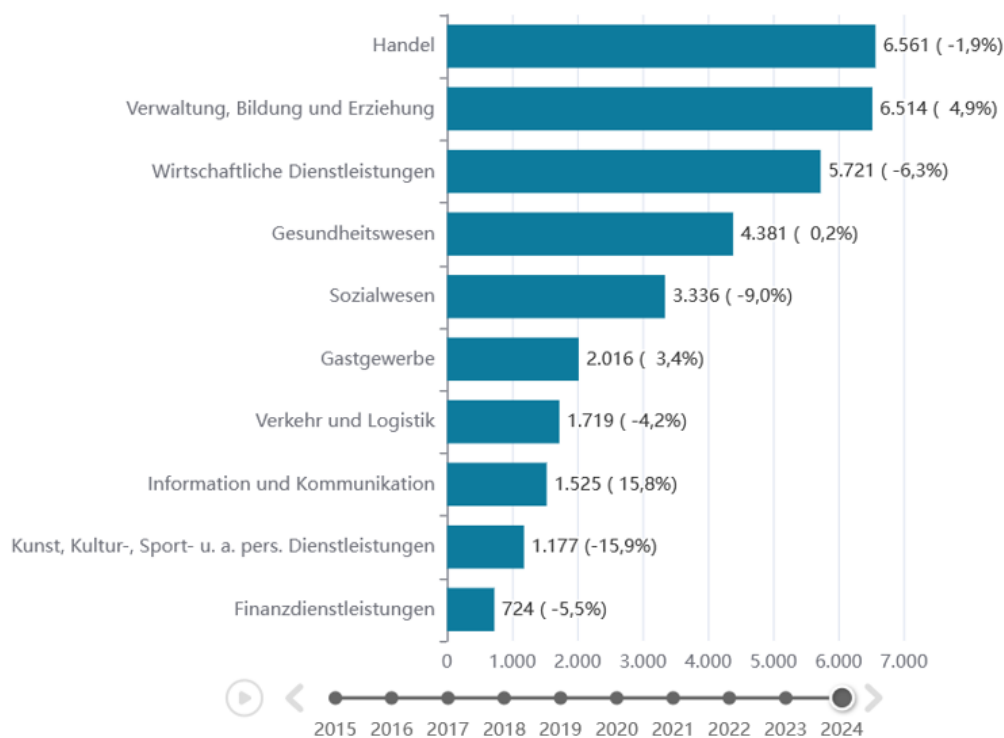
Die regionale Arbeitsmarktstruktur spiegelt die oben genannten Branchen wider. Im Rheingau (als Teil des RTK) sind die wichtigsten Arbeitgeber der Mittelstand, der öffentliche Sektor und der Tourismus/Gastgewerbe. Größere Industriebetriebe sind selten – Ausnahmen sind z. B. die Rotkäppchen-Mumm Sektkellerei in Eltville oder die Sektmanufaktur in Rüdesheim – außerdem einige Maschinenbauer (z. B. Jean Müller Elektrotechnik in Eltville). Solche Firmen gehören zu den größten privaten Arbeitgebern vor Ort. Der Weinbau selbst bietet wie erwähnt relativ wenige festangestellte Jobs, allerdings zahlreiche Saisonarbeitsplätze und indirekte Beschäftigung. Das Gastgewerbe und der Einzelhandel stellen einen erheblichen Anteil der lokalen Arbeitsplätze, vor allem in den touristischen Zentren. Der Arbeitsmarkt im Rheingau-Taunus-Kreis wird von einem starken Dienstleistungssektor geprägt. Besonders auffällig sind dabei zwei Schlüsselbranchen, die auch für die Wahrnehmung und Nutzung der Kulturlandschaft von zentraler Bedeutung sind: Handel und Gastgewerbe.

## Dienstleistungssektor: Struktur, Trends und Verflechtung mit der Kulturlandschaft

Der Dienstleistungssektor dominiert im Jahr 2024 den Arbeitsmarkt im Rheingau-Taunus-Kreis – sowohl in absoluten Beschäftigtenzahlen als auch in seiner Verankerung in alltäglichen Versorgungs-, Bildungs- und Erlebnisketten.

- Der **Handel** stellt mit 6561 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (svB) den beschäftigungsstärksten Dienstleistungsbereich dar. Trotz seiner Bedeutung verzeichnet er einen Rückgang von 1,9 %. Die Ursachen liegen unter anderem im zunehmenden Kaufkraftabfluss in angrenzende Zentren wie Wiesbaden und Mainz sowie in einem unzureichend modernisierten stationären Angebot in vielen Ortskernen. Dabei ist gerade der Einzelhandel ein zentraler Bestandteil der belebten Kulturlandschaft: Er trägt zur Lebensqualität, Begegnungskultur und Nahversorgung bei. Seine Stärkung erfordert gezielte Strategien zur Attraktivierung von Innenstädten, Verknüpfung mit Tourismus und regionalen Produkten sowie innovativen Konzepten wie Pop-up-Stores oder Wochenmärkte

**Abbildung 24: Anzahl und Veränderung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Dienstleistungssektor 2024/2023**



Quelle: Datacharts 2025

- Das **Gastgewerbe** zählt mit 2016 svB-Beschäftigten zu den kleineren, aber dynamisch wachsenden Sektoren. Das Plus von 3,4 % verdeutlicht eine Erholung nach den pandemiebedingten Einbrüchen und signalisiert ein wachsendes touristisches Potenzial. Im Kontext der regionalen Kulturlandschaft kommt dem Gastgewerbe eine Schlüsselrolle zu: Es verknüpft Weinbau, Naturerlebnis und regionale Gastronomie zu ganzheitlichen Besucherlebnissen und trägt wesentlich

zur lokalen Wertschöpfung bei. Die Herausforderung liegt nun in der Fachkräftesicherung, der Qualitätsentwicklung und der besseren Vernetzung mit Kultur- und Veranstaltungsformaten.

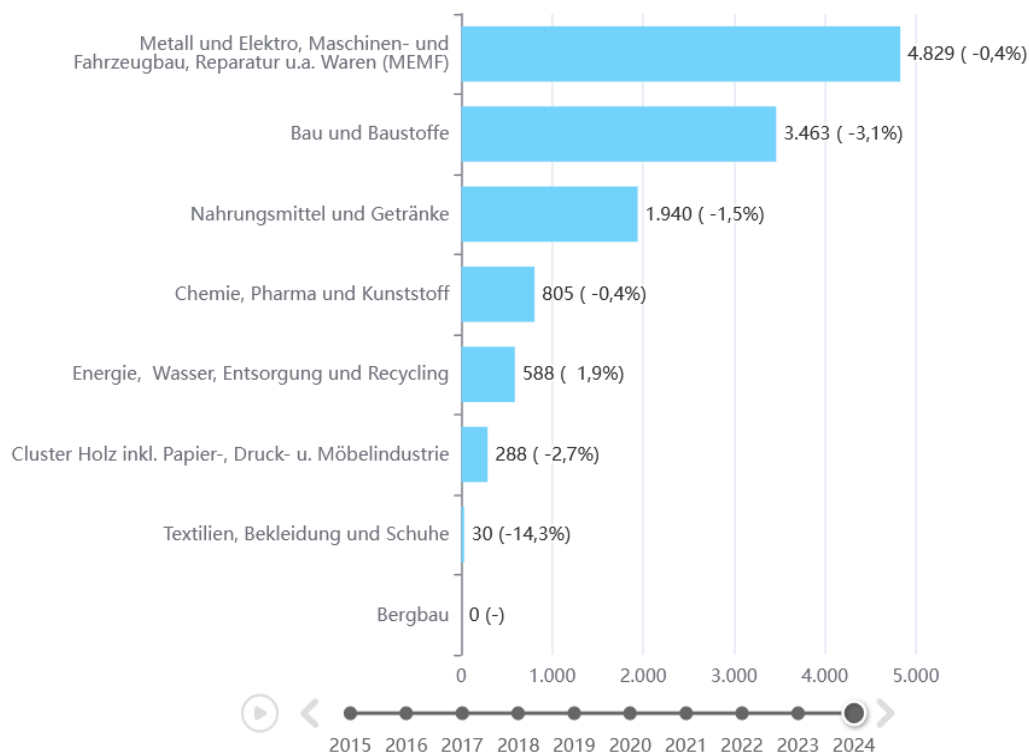
Weitere relevante Dienstleistungsentwicklungen:

- **Verwaltung, Bildung und Erziehung** (6514 svB) mit starkem Wachstum von 4,9 % – wichtig für Daseinsvorsorge und Standortqualität
- **Information und Kommunikation** wächst mit 15,8 % am dynamischsten – ein Indikator für strukturellen Wandel, allerdings mit noch geringer Beschäftigungsbasis (1525 svB)
- **Kunst, Kultur, Sport und persönliche Dienstleistungen** sinken um 15,9 % – ein Warnsignal für ein oft prekäres, aber kulturlandschaftlich bedeutsames Segment

### Produzierendes Gewerbe: Rückhalt in der Fläche, aber ohne Wachstumsdynamik

Der industrielle Sektor ist im Rheingau-Taunus-Kreis traditionell mittelständisch geprägt und geografisch ungleich verteilt.

**Abbildung 25: Anzahl und Veränderung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Produzierenden Gewerbe 2024/2023**



Quelle: Datacharts 2025

- Der **Metall-, Elektro-, Maschinen- und Fahrzeugbau (MEMF)** ist mit 4829 Beschäftigten die stärkste Industriesparte, jedoch nahezu stagnierend

(-0,4 %). Trotz Rückgang bleibt die Branche relevant für industrielle Wertschöpfung – allerdings mit begrenztem Bezug zur Kulturlandschaft.

- Die **Bauwirtschaft** verliert mit 3463 Beschäftigten 3,1 % und reflektiert konjunkturelle Abschwächung, steigende Baukosten und Fachkräftemangel.
- Branchen mit indirektem Bezug zur regionalen Kulturlandschaft:
  - **Nahrungsmittel und Getränke** (1940 Beschäftigte, -1,5 %) – hierzu zählen auch regionale Verarbeiter und Keltereien, die eng mit Wein- und Landwirtschaft verflochten sind.
  - **Energie, Wasser, Entsorgung, Recycling** (+1,9 %) – relevant für Nachhaltigkeit und Ressourcenmanagement in ländlicher Kulturlandschaft.

Branchen wie **Holz/Papier/Möbel** (-2,7 %) oder **Textil/Bekleidung** (-14,3 %) spielen nur noch eine marginale Rolle.

**Fachkräftemangel:** In den vergangenen Jahren hat sich – wie bundesweit – auch im Rheingau ein erheblicher Arbeits- und Fachkräftemangel entwickelt. Besonders betroffen sind **Gastgewerbe, Tourismus und Handwerk**. Diese Branchen prägen zwar die Region, haben aber Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen. Seit der Coronapandemie übersteigt die Zahl der offenen Stellen konstant die Zahl der Arbeitssuchenden. Viele Beschäftigte im Hotel- und Gaststättengewerbe haben in der Krise die Branche gewechselt – nun fehlen sie „an allen Ecken und Enden“. Für den Rheingau ist laut Einschätzung des Landrats der Arbeitskräftemangel im Gastgewerbe eine „große Herausforderung“: Wenn Tourist:innen z. B. mittags keine offenen Restaurants finden, leidet das Image und die Wertschöpfung (so sinngemäß die Warnung). Die Region reagiert mit Initiativen – etwa Jobmessen speziell für Gastronomie („Meet & Match Gastro Rheingau“) oder einer rheingauweiten Kampagne zur Arbeitskräftegewinnung. Auch Kooperationen mit Wiesbaden existieren (Runder Tisch Personal- und Fachkräftemangel Wiesbaden-Rheingau). Trotz allem bleibt die Personaldecke dünn: Viele Betriebe verkürzen Öffnungszeiten oder erhöhen Löhne, um Mitarbeitende zu halten. Neben Gastro/Hotellerie spüren auch Pflegeeinrichtungen und Handwerksbetriebe den Mangel deutlich, ebenso die Weinbaubetriebe zur Lesezeit (ein Teil der Saisonarbeit wird durch ausländische Arbeitskräfte gedeckt, doch der Wettbewerb um diese steigt).

### Regionale Arbeitsmarktstruktur: Pendelströme und Arbeitsplatzverteilung

Die Analyse der Pendelströme und der Relation zwischen Beschäftigten am Wohn- und Arbeitsort zeigt deutliche Disparitäten zwischen den Gemeinden:

- **Auspendelhochburgen:** Städte wie **Idstein, Taunusstein, Niedernhausen** verzeichnen jeweils Tausende von Berufspendelnden ins Rhein-Main-Gebiet – mit negativen Pendelsalden von bis zu -9000 Personen. Diese Orte sind typische Wohnstandorte mit hoher Abhängigkeit von externen Arbeitsplätzen.
- **Ausgeglichene bzw. Einpendelorte:** **Eltville, Geisenheim, Walluf** verfügen über ein gewisses Arbeitsplatzangebot – etwa im Bereich Verwaltung, Gesundheitswesen, Weinbau, Tourismus – und schaffen es, Beschäftigte vor Ort zu binden oder sogar anzuziehen.

- Die Gegenüberstellung von Arbeitsort- und Wohnortbeschäftigung zeigt, dass gerade in den peripheren Gemeinden (z. B. Kiedrich, Hohenstein, Heidenrod) **wenig lokal verfügbare Arbeitsplätze** bestehen. Dies schwächt die Nahversorgung, verringert Tagesfrequenzen in Ortskernen und erschwert es Gastronomie und Einzelhandel, wirtschaftlich stabil zu bleiben.

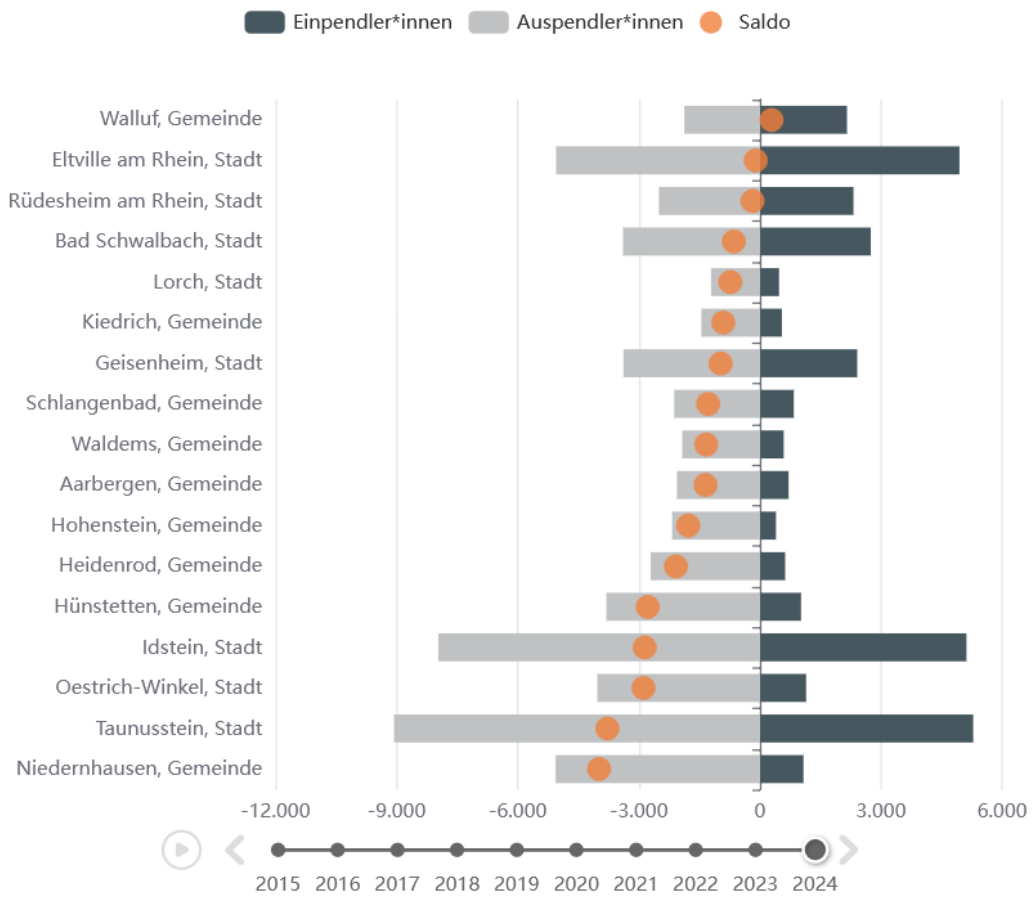
Ein zentrales Thema ist der Pendelverkehr. Der Rheingau ist Wohnregion für viele Auspendelnde Richtung Wiesbaden, Mainz oder Frankfurt. Beispielsweise pendeln aus Eltville täglich rund 5086 Personen fort, bei 4894 Einpendelnden – ein Negativsaldo von 192. Aus dem gesamten Kreis RTK pendeln über 45 600 Erwerbstätige in andere Kreise (v. a. Wiesbaden mit rund 19 351 Pendelnden als Hauptziel). Umgekehrt kommen nur rund 19 000 Einpendelnde in den Kreis (Pendelsaldo: -26 560). Das heißt, der Rheingau-Taunus ist ein typischer Auspendelraum. Viele hochqualifizierte Bewohner:innen verdienen ihr Einkommen in der Stadt und wohnen im Rheingau aus Lebensstilgründen. Für die lokalen Arbeitgeber bedeutet dies mitunter Bewerbermangel.

### **Regionale Arbeitsmarktstruktur: Pendelströme und Arbeitsplatzverteilung**

Die Analyse der Pendelströme und der Relation zwischen Beschäftigten am Wohn- und Arbeitsort zeigt deutliche Disparitäten zwischen den Gemeinden:

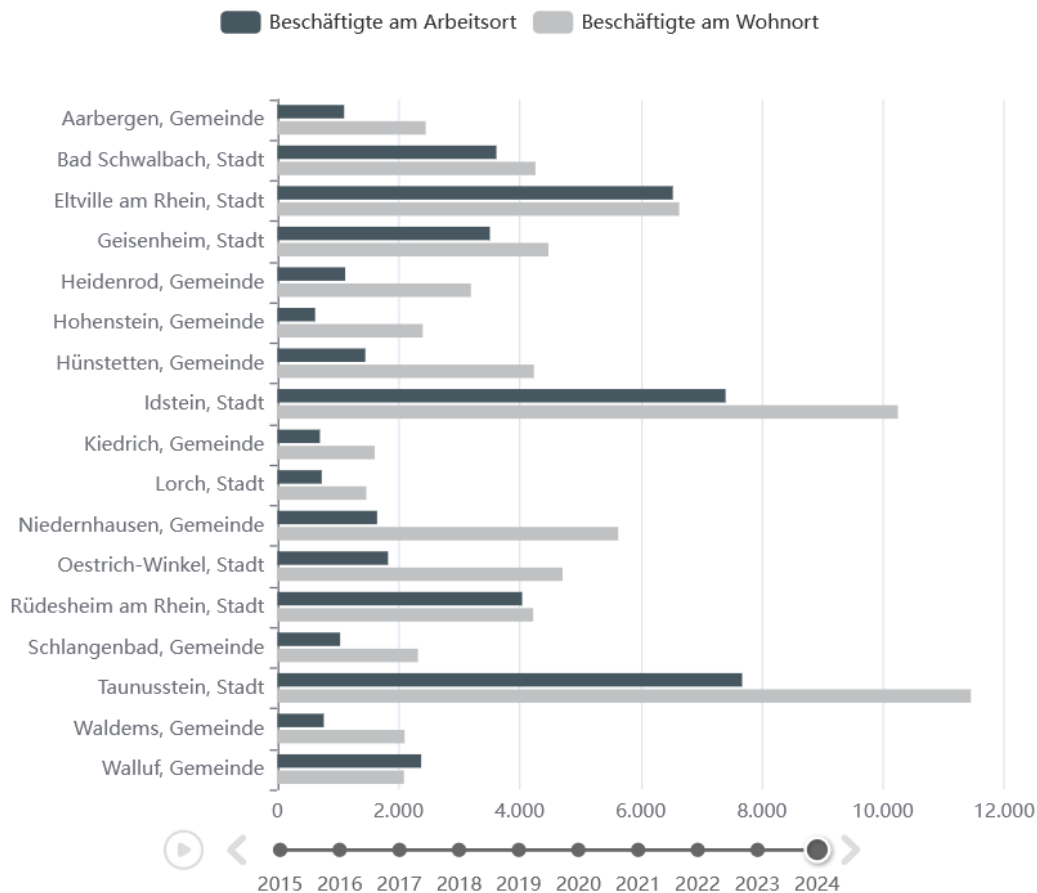
- **Auspendelhochburgen:** Städte wie **Idstein, Taunusstein, Niedernhausen** verzeichnen jeweils Tausende von Berufspendelnden ins Rhein-Main-Gebiet – mit negativen Pendelsalden von bis zu 9000 Personen. Diese Orte sind typische Wohnstandorte mit hoher Abhängigkeit von externen Arbeitsplätzen.
- **Ausgeglichene bzw. Einpendelorte:** **Eltville, Geisenheim, Walluf** verfügen über ein gewisses Arbeitsplatzangebot – etwa im Bereich Verwaltung, Gesundheitswesen, Weinbau, Tourismus – und schaffen es, Beschäftigte vor Ort zu binden oder sogar anzuziehen.

Abbildung 26: Pendelsaldo im Jahr 2024



Quelle: Datacharts 2025

Abbildung 27: Vergleich Beschäftigte am Arbeits- und Wohnort 2024



Quelle: Datacharts 2025

- Die Gegenüberstellung von Arbeitsort- und Wohnortbeschäftigung zeigt, dass gerade in den peripheren Gemeinden (z. B. Kiedrich, Hohenstein, Heidenrod) **wenig lokal verfügbare Arbeitsplätze** bestehen. Dies schwächt die Nahversorgung, verringert Tagesfrequenzen in Ortskernen und erschwert es Gastronomie und Einzelhandel, wirtschaftlich stabil zu bleiben.

**Branchentrends:** Die Arbeitsplatzstruktur wandelt sich: Traditionelle Branchen (z. B. landwirtschaftliche Kleinbetriebe) nehmen ab, während neue Dienstleistungen (Tourismusmarketing, Eventwirtschaft, E-Commerce von Wein) entstehen. Die Region bemüht sich, mehr **hochqualifizierte Jobs** anzusiedeln, etwa durch Ausbau der Hochschule Geisenheim (Weinbau/Forschung) und Gewerbegebiete in verkehrsgünstiger Lage (A66 entlang der Rheinschiene). Dennoch bleibt der Rheingau ein klassisches Beispiel für eine **Kulturlandschaft mit begrenzter eigener Arbeitsplatzdichte**, die stark in die Metropolregion Rhein-Main eingebunden ist.

## 6.5 Einordnung in einen überregionalen Kontext

### Vergleich mit Nachbarkreisen: Wiesbaden, Mainz und Limburg-Weilburg

Ein Vergleich mit den Nachbarstädten/-kreisen zeigt markante Unterschiede in Struktur und Kennzahlen:

- Bevölkerung und Siedlungsstruktur:** Der Rheingau-Taunus-Kreis (RTK) hat rund 187 000 Einwohner:innen (2023), verteilt auf Kleinstädte und Dörfer. Die Bevölkerungsdichte liegt nur bei rund 231 Ew/km<sup>2</sup>. Viele Gemeinden verzeichnen kaum Wachstum oder leichte Abnahme (z. B. Lorch -2 % in fünf Jahren, teils Abwanderung). Demgegenüber stehen die benachbarten Großstädte Wiesbaden (rund 290 000 Ew.) und Mainz (rund 218 000 Ew.), die in den letzten Jahren moderat wuchsen und eine deutlich höhere Dichte (rund 1.400 Ew/km<sup>2</sup> in Wiesbaden) aufweisen. Die Altersstruktur ist in den Städten etwas jünger – Wiesbaden hat z. B. einen höheren Anteil an 20–40-Jährigen (viele Student:innen und Erwerbstätige), während der Rheingau eine etwas überalterte Bevölkerung in ländlichen Gemeinden hat. Limburg-Weilburg (Landkreis, rund 172 000 Ew.) ist strukturähnlich zum RTK ländlich geprägt, allerdings ohne Metropolnähe. Dort stagniert die Zahl der Einwohner:innen ebenfalls – die Bevölkerung verteilt sich auf Kleinstädte wie Limburg (rund 35 000 Ew.) und viele Dörfer.
- Wirtschaftsstruktur und Einkommen:** Wiesbaden und Mainz sind Landeshauptstädte mit diversifizierter Wirtschaft (Dienstleistungszentren, Behörden, Industrieanteile). Die Kaufkraft je Einwohner:in ist in diesen Städten hoch – in Mainz entspricht sie ca. 106 % des Bundesschnitts, in Wiesbaden fällt sie ähnlich aus, aber nicht so überdurchschnittlich wie im Rheingau (wo wohlhabende Pendelnde wohnen). Tatsächlich liegt die *durchschnittliche* Kaufkraft im RTK bei 110 % des Bundesschnitts – höher als in Mainz, was auf die vielen Gutverdienenden in Wohnorten wie Walluf/Eltville hinweist. Limburg-Weilburg weist mit rund 97 % eine eher durchschnittliche Kaufkraft auf. Allerdings sind die Einzelhandelsumsätze in den Großstädten überproportional: Wiesbaden und Mainz fungieren als Einkaufsstädte mit Zentralitätskennziffern leicht über 100 (z. B. Wiesbaden rund 112; Mainz rund 103–105). Sie ziehen Kaufkraft aus dem Umland an (u. a. aus dem Rheingau). Der ländliche Kreis Limburg-Weilburg besitzt zwar eine insgesamt eine ausgeglichene Kaufkraftbindung (Zentralität: rund 97), aber darin steckt die kleine Stadt Limburg als starkes Zentrum: Die Kernstadt Limburg hat eine Zentralitätskennziffer von 220 (bundesweit außergewöhnlich hoch) – d. h. sie zieht mehr als doppelt so viel Kaufkraft an wie ihre Einwohner:innen besitzen. Ursache ist Limburgs Stellung als Einkaufsstadt für das Umland (keine Großstadt in der Nähe). Im Rheingau erreicht keine Gemeinde annähernd solche Werte. Hier ist wie beschrieben der Kaufkraftabfluss in Richtung Wiesbaden/Mainz das Kennzeichen (RTK gesamt: 69,4).
- Tourismus:** Während der Rheingau mit Weinlandschaft und Rheinromantik ein klassisches Tourismusziel ist, haben Wiesbaden und Mainz eher städtischen Geschäfts- und Kulturtourismus. Wiesbaden als Kur- und Kongressstadt zählte 2023 über 1,33 Mio. Übernachtungen – ein historischer Höchstwert. Mainz

erreichte ebenfalls um 1 Mio. Übernachtungen p. a. (vor der Pandemie). Diese Werte liegen deutlich über dem gesamten Rheingau-Taunus-Kreis (knapp 0,70 Mio. Übernachtungen 2021). Allerdings verteilt sich die Hotellerie in den Städten auf internationale Ketten und Tagungshotels, wohingegen der Rheingau eher kleinere Hotels, Pensionen und Weingut-Unterkünfte hat. Für Tagesgäste sind Wiesbaden/Mainz ebenfalls attraktiv (Einkauf, Kultur), doch Rüdesheim mit 1–2 Mio. Tagestourist:innen bleibt in der Region ein singuläres Phänomen. Für Limburg-Weilburg ist Tourismus nur ein Nischenfaktor – etwa Kulturtourismus in Limburg (Domstadt) und Naturtourismus im Lahntal. Die Übernachtungszahlen liegen dort im Bereich 0,2–0,3 Mio. p. a. (deutlich geringer als im Rheingau).

- **Arbeitsmarkt und Branchenmix:** In Wiesbaden und Mainz dominieren Dienstleistungsbranchen (Verwaltung, Gesundheitswirtschaft, Hochschulen, Finanzen) neben etwas Industrie. Die Arbeitslosenquote liegt dort tendenziell höher als im ländlichen Rheingau, wo Vollbeschäftigung nahe ist (Fachkräftemangel, s. u.). Im Rheingau-Taunus machen kleinere und mittlere Unternehmen den Großteil der Arbeitsplätze aus – industrielle Arbeitgeber sind rar (Ausnahme: Idstein/Taunusstein im Kreis, nicht im Rheingau gelegen). Der Anteil von Tourismus, Weinbau und Gastronomie an der Beschäftigung ist im Rheingau ungleich höher als in Wiesbaden/Mainz. So sind im Stadtgebiet Wiesbaden Gastronomie/Hotellerie und Landwirtschaft eher marginale Arbeitgeber, während diese Sektoren in Rüdesheim oder Eltville viele Jobs stellen (formal über Dienstleistungsbereiche erfasst). Beispielsweise sind in Rüdesheim 80 % der Beschäftigten im Dienstleistungssektor tätig. Darin enthalten sind viele Tourismusjobs – vom Hotel bis zur Seilbahn. Limburg-Weilburg hat einen etwas höheren Industrieanteil (u. a. Keramik, Maschinenbau in Limburg), dafür aber weniger weintouristische Jobs.

In Summe zeigt der Vergleich: Der Rheingau hat **Spezialfunktionen** (Wein- und Kulturtourismus, hochkaufkräftiges Wohnumfeld) und kämpft zugleich mit den typischen Herausforderungen ländlicher Räume im Schatten großer Städte (Abfluss von Kaufkraft und Arbeitskräften, begrenzte Diversifikation). Die Nachbarstädte hingegen profitieren von Zentralitäts- und Agglomerationseffekten und ziehen Käufer:innen, Tourist:innen sowie junge Fachkräfte an – eine Konkurrenz und Chance zugleich (viele Rheingauer:innen pendeln zur Arbeit dorthin und bringen Einkommen zurück in die Region).

## 7 Zukünftige Entwicklung der ökonomischen Aktivität im Rheingau – Ergebnisse des QMORE-Modells

Die GWS erstellt im Rahmen des QuBe-Projektes<sup>4</sup> zusammen mit dem IAB in Nürnberg und dem BBIB in Bonn jährlich mittel- und langfristige Projektionen für den Arbeitsmarkt.

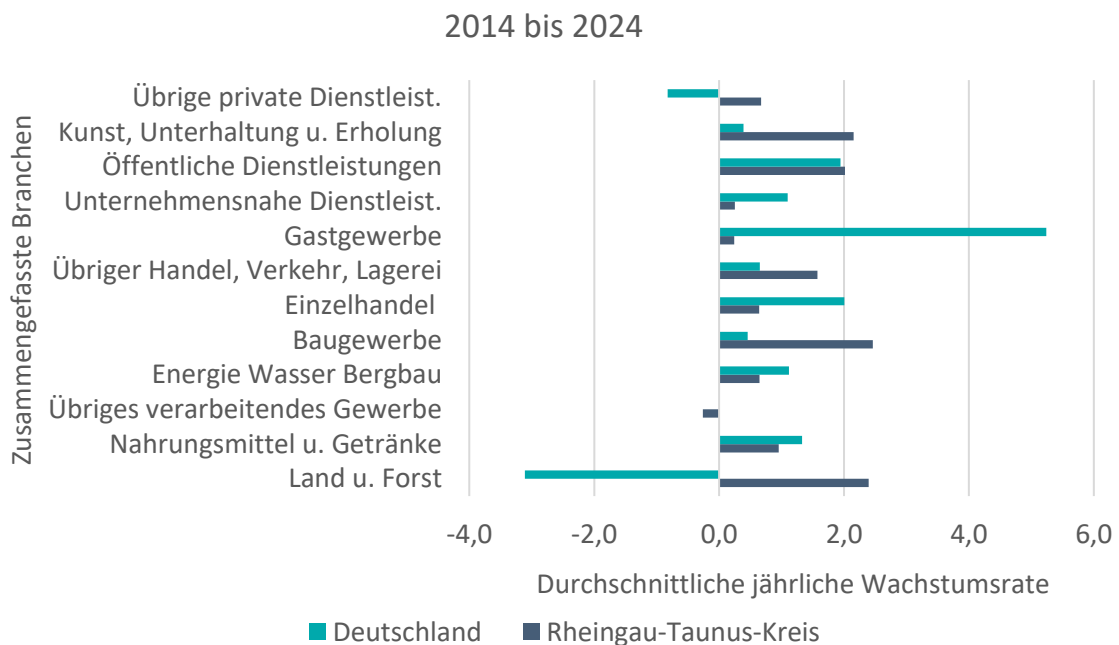
---

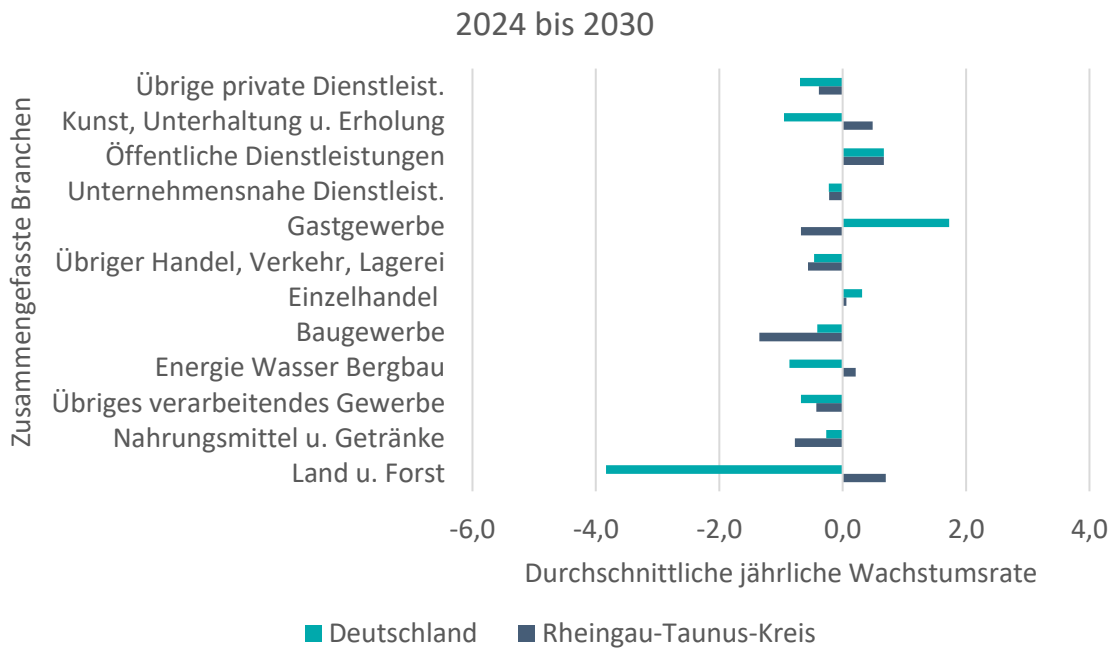
<sup>4</sup> [qube-projekt.de](http://qube-projekt.de)

Die Projektionsergebnisse sind zum einen von den Verhaltensweisen der Marktteilnehmenden und zum anderen von sich verändernden Rahmenbedingungen abhängig. Daher nimmt der Erstellungszeitpunkt der Projektionen Einfluss auf die Ergebnisse. Die getroffenen Annahmen für die zukünftigen Einflussfaktoren sind in Maier et al. (2024) beschrieben. Es werden sowohl Annahmen zu Klimawandel, Klimafolgenanpassung, Energiewende, Mobilität, Ökolandbau und Rohstoffabhängigkeit als auch zu geopolitischen Veränderungen getroffen. Der Informationsstand ist September 2024.

Die auf der regionalen Ebene betrachteten 37 Branchen sind zu 12 Branchen zusammengefasst, wobei Branchen, die mit der Kulturlandschaft mutmaßlich eng verbunden sind, herausgestellt sind: Land- und Forstwirtschaft, Nahrungsmittel und Getränke, das Baugewerbe stellvertretend für das Handwerk, Einzelhandel, Gastgewerbe sowie Kunst, Unterhaltung und Erholung. Mit den übrigen Branchen zusammen ist die Gesamtzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten abgebildet. Die Selbstständigen sind nicht enthalten.

**Abbildung 28: Rheingau-Taunus-Kreis im Vergleich zu Deutschland insgesamt, durchschnittliche Wachstumsraten für die Jahre 2014 bis 2024 (historische Daten) und 2024 bis 2030 (projizierte Daten)**



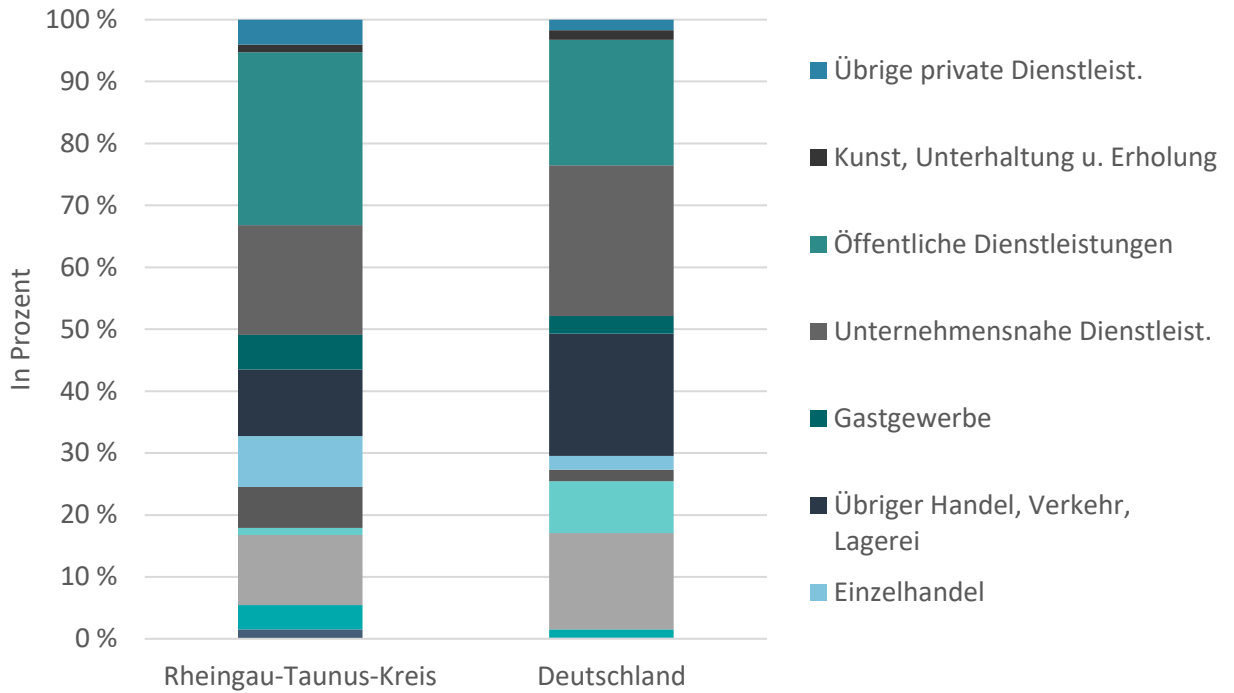


Quelle: BA 2025, eigene Berechnung und Darstellung

Auffällig ist der entgegengesetzte Verlauf bei der Landwirtschaft. Deutschland insgesamt verliert sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze und im Rheingau-Taunus-Kreis sind wie in der Vergangenheit auch in Zukunft Zuwächse zu verzeichnen. Auch im Gastgewerbe sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Im Bund nimmt die Beschäftigung deutlich stärker zu und auch in der Branche „Kunst und Unterhaltung“ ist eine solche Entwicklung festzustellen. Im Nahrungsmittelgewerbe ist wiederum Deutschland insgesamt in seiner Dynamik stärker als die Region – anders im Baugewerbe.

Deutliche Unterschiede ergeben sich auch bei der Wirtschaftsstruktur des Rheingau-Taunus-Kreises und Deutschlands im Vergleich: Landwirtschaft, Nahrungsmittel, Einzelhandel, Baugewerbe und Gastgewerbe spielen im Bundesdurchschnitt kaum eine Rolle. Kunst und Kultur ist im Bundesdurchschnitt mit 1,5 % leicht stärker vertreten als in der Region (1,2 %). Die Branchen, die mit der Kulturlandschaft mutmaßlich in direktem oder indirektem Zusammenhang stehen, stellen im Rheingau-Taunus-Kreis einen Anteil von 27,1 % aller sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse. Im Bundesdurchschnitt liegt ihr Anteil nur bei 10,0 %.

**Abbildung 29: Beschäftigungsstruktur im Rheingau-Taunus-Kreis und Deutschland im Vergleich, Anteil für das Jahr 2024**



Quelle: BA 2025, eigenen Berechnung und Darstellung

Abschließend schauen wir auf die Verlaufsentwicklung der sechs ausgewählten Branchen.

**Abbildung 30: Zeitliche Entwicklung der Zahl der Beschäftigten in den mit der Kulturlandschaft verbundenen Branchen im Rheingau-Taunus-Kreis für die Jahre 2014 bis 2024 (historische Entwicklung) und 2025–2030 (Projektion)**



Quelle: BA 2025, eigenen Berechnung und Darstellung

An der vorliegenden Veröffentlichung wird im Juli 2025 gearbeitet – die neuen Projektionen auf der Ebene der Regionen liegen noch nicht vor. Allerdings sind die Projektionen für den Bund bereits bekannt. Daher ist jetzt schon darauf hinzuweisen, dass das Baugewerbe wegen des Infrastrukturpaketes und auch wegen der Verteidigungsausgaben vor einem deutlich Auftragszuwachs steht, der auch im Rheingau-Taunus-Kreis ab 2026 zu einem deutlichen Aufschwung der Beschäftigtenzahl im Baugewerbe führen kann.

Es ist festzuhalten, dass sich Bund und Region deutlich in der Struktur unterscheiden und die Branchen, die in Zusammenhang mit der Kulturlandschaft stehen, den Rheingau-Taunuskreis weit stärker prägen als den Bundesdurchschnitt. Ferner sind auch gerade bei diesen Branchen unterschiedliche Entwicklungen in Bund und Region sowohl für die Vergangenheit als auch die Zukunft festzustellen. Es gibt also offensichtliche Unterschiede in der Struktur und in der Dynamik. Es ist daher sicher aufschlussreich, zu ergründen, ob

diese Dynamikunterschiede auf die Kulturlandschaft oder andere Ursachen zurückzuführen sind.

## 8 Die Krise aus einer einzelwirtschaftlichen Sicht

Die bisherigen Rechercheergebnisse werden im Folgenden aus der Perspektive eines Einzelbetriebs anhand einer einfachen Einnahmen/Ausgabenrechnung diskutiert. Abbildung 31 dient als Orientierung für die Diskussion.

- Die **Umsatzerlöse aus „Hauptbetrieb“** sind generell durch die zurückgehende Nachfrage nach alkoholischen Getränken und damit auch Wein betroffen. Da im Supermarkt eine hohe Vielfalt internationaler Weine zur Verfügung steht, sind die Überkapazitäten kaum durch heimische Reaktionen (z. B. Stilllegung von Flächen) abzubauen. Zudem gibt es erhebliche Preisunterschiede zwischen den Vermarktungsformen, aber auch den jeweils zugehörigen Kostenstrukturen. Ein Umstieg bei der Vermarktungsform ist aufwendig und auch riskant, ermöglicht es aber, ein anderes „Preissegment“ einzusteigen. Allerdings sind dann auch die Anbauflächen ggf. zu vergrößern.
- Die **Umsätze aus Nebenbetrieb** sind eng mit dem touristischen Erfolg der Kulturlandschaft verbunden. Vinotheken oder auch Ferienwohnungen finden nur bei ausreichender Attraktivität der Tourismusregion Gäste. Die Destinationen stehen aber in einem weltweiten Wettbewerb. Der innerdeutsche Vergleich hilft hier wenig, wenn die Alternativen Mallorca und Türkei hinzukommen. Neue Kundengruppen (z. B. Übernachtungen aufgrund von Störungen im Flugverkehr in Frankfurt) helfen dann, wenn ein systematischer Zuwachs erreicht werden kann.
- Der Klimawandel und die damit einhergehenden steigenden Temperaturen sind kein alleiniges Problem des Rheingaus. Andere beliebte europäische Destinationen (z. B. Italien oder Spanien) werden in Zukunft ähnliche Temperatursteigerungen haben. Vielen werden die Sommer in Südeuropa zu warm. Insofern kann es ggf. auch neue Kundengruppen geben.
- Denkbar sind **neue Geschäftsfelder**, die (siehe Kostenseite) aber neu erschlossen werden müssen und eine „Anlaufphase“ haben. Im Übergangszeitraum stehen anfangs nur kleine Einnahmen höheren Investitionen (und dann Annuitätszahlungen für Kredite) gegenüber. Dennoch ist denkbar, dass man sich vom „Klumpenrisiko Kulturlandschaft“ (vgl. 1 und 2) löst: Der Klimawandel begünstigt den Anbau von bisher nicht heimischen, mehrjährigen Pflanzen. Das kann zwar zulasten des Charakters der Kulturlandschaft gehen, dennoch sind langfristig zusätzliche Erträge denkbar. Voraussetzung dafür ist, dass die bisher nicht heimischen Pflanzen auch angebaut werden dürfen.

Abbildung 31: Einnahmen und Ausgabenrechnung aus einzelwirtschaftlicher Sicht

Einnahmen	Ausgaben
<p>❶ <b>Umsatzerlöse:</b> „Formung der Kulturlandschaft“            ... Maische, Fasswein            ... Flaschenwein</p> <p>❷ <b>Umsatzerlöse:</b> Nebenbetrieb aus Kulturlandschaft“            ... Vinothek vor Ort            ... Ferienwohnungen, B&amp;B            ... Weinbau als „Erlebnis“</p> <p>❸ <b>Umsatzerlöse:</b> „Neue Nutzung – Klimawandel“            ... Neue Früchte: Oliven, Lavendel, Weinbergpfirsich</p>	<p>❹ <b>Materialaufwand</b>            ... Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe            ... ... Treibstoffe, Strom            ... ... für den Anbau (u. a. Dünger, Fungi-/Herbizide)            ... ... für neuen/geänderten Anbau            ... Aufwendungen für bezogene Leistungen            ... ... Pflege der Rebstöcke und Ernte            ... ... Vermarktung            ... ... Transport</p> <p>❺ <b>Personalaufwand</b></p> <p>❻ <b>Abschreibungen</b>            ... Maschinenpark            ... Investitionen in den Nebenbetrieb            ... Neue Anbauformen            ... Energieinfrastruktur            ... Bewässerung</p> <p>❼ <b>Finanzierungskosten</b></p> <p>❽ <b>Unternehmer:innenlohn</b></p>
Σ Ergebnis bei einer Einnahme/Überschussbuchung	

Quelle: eigene Darstellung

- Die Entwicklung des **Materialaufwands** im Verhältnis zum Umsatz hängt von den eingesetzten Mengen und Preisen der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen ab. Mit den Ersatzinvestitionen kann hier auf sparsamere Produkte/Verfahren geachtet werden, Energie wird aber stets benötigt. Im konkreten Fall kann über die Kostenvermeidung z. B. beim Strom nachgedacht werden: Solaranlagen kombiniert mit Stromspeichern haben inzwischen kurze Amortisationszeiten. Es kann auch sinnvoll sein, diesen Gedanken weiterzutragen und z. B. über Agri-PV nachzudenken, welche Strom liefert und gleichzeitig Pflanzen zumindest zeitweise beschattet. Allerdings ist das wieder mit erheblichen Anfangsinvestitionen verbunden (vgl. Abbildung 27).

Hinzu kommen die Kosten, die der Klimawandel verursacht: Seien es fehlende Niederschläge, zu heiße Tage oder außergewöhnliche Regen/Hagelereignisse – stets entstehen Anpassungskosten (z. B. Bewässerungsanlagen und Wasser) oder Reparaturbedarfe. Ferner können sich Versicherungsprämien erhöhen oder – falls keine Versicherung mehr abgeschlossen werden kann – die notwendigen Rückstellungen höher ausfallen. Gerade bei Versicherungsschäden ausgelöst durch den Klimawandel sind für die Zukunft höhere Schäden zu erwarten (Stöver et al. 2025).

Die bezogenen Leistungen (z. B. Saisonarbeit) werden eher teurer. Aufgrund der demografischen Veränderung in ganz Europa ist der Fachkräftemangel nicht nur in Deutschland ein Thema. Ob Saisonarbeitskräfte in Zukunft wie bisher überhaupt noch – und wenn, zu bisher üblichen Preisen – engagiert werden können, ist nicht sicher. Maßnahmen, die die Arbeitsproduktivität steigern (z. B. zielgenauere

Maßnahmen durch digitaler Technologien) können ggf. helfen, sind aber wieder mit Finanzierungsaufwand verbunden.

Zudem wirken gesetzliche Änderungen auch im europäischen Rahmen. So wurde das im Weinbau eingesetzte Backpulver zur Bekämpfung des Mehltaus zum Pflanzenschutzmittel „hochgestuft“. Die Folge sind höhere Kosten für das gleiche Produkt.

- Der **Aufwand für angestelltes Personal** steigt tendenziell angesichts des Fachkräftemangels und der demografischen Entwicklung vor Ort.
- Die **Abschreibungen** nehmen mit jeder Neuanschaffung zu. Abgeschriebene, alte Anlagen mindern zwar nicht mehr rechnerisch den Gewinn, perpetuieren aber ggf. schlechtere Werte für Materialverbrauch.
- Die **Finanzierungskosten** sind herausfordernd: Das liegt nicht nur an dem üblichen Risiko (werden die Investitionen tatsächlich zum gewünschten Ergebnis beitragen?), sondern auch an den Finanzierungskosten im Sinne von Zins- und Tilgungszahlungen. Angesichts der teilweise notwendigen Eigentumshinterlegung und der Vorlage von überzeugenden Geschäftsplänen trotz der bereits genannten Risiken können Zinssätze für Kredite mit Risikoaufschlägen durch Banken belegt werden.
- Der **Unternehmer:innenlohn** darf nicht als nettes Extra angesehen werden. Passt die Höhe nicht mehr zumindest in die Lohndynamik abhängig Beschäftigter, wird die Aufrechterhaltung oder gar die Übergabe eines Betriebs an Nachfolger:innen immer schwieriger. Die Kulturlandschaft wird dann weiter gefährdet und der Wert des Betriebes schwindet.

**Zusammenfassend** ist festzustellen, dass die aktuelle Lage eines Weinbaubetriebes nicht vielversprechend ist. Das wiederum gefährdet die Attraktivität der Kulturlandschaft und schafft so weitere Risiken. Eine Abwärtsspirale kann die Folge sein: Erträge gehen zurück, die Attraktivität sinkt, demografischer Wandel und Tourismus bewegen sich in nicht gewünschte Richtungen. In Folge gehen die Erträge weiter zurück. Aus einer einzelwirtschaftlichen Sicht kann es gelingen, sich dagegenzustemmen. Die Kosten und das damit verbundene Risiko ist aber erheblich.

## 9 Ergebnisse und weiterführende Schritte

**Überblick:** Über die dargestellten Ergebnisse hinweg zeigen sich für den Rheingau, den Rheingau-Taunus-Kreis und auch für den Weinbau selbst deutliche Veränderungen in Strukturen und Entwicklung. Diese Unterschiede könnten auf die Kulturlandschaft Rheingau zurückzuführen sein. Ist das der Fall, würden sich auch denkbare Maßnahmen zur Stärkung der Region auch von Maßnahmen in anderen Regionen unterscheiden können – vielleicht unterscheiden müssen. Weitere Analysen dazu sind sinnvoll.

**Demografie:** Deutschland insgesamt und auch der Kreis Rheingau-Taunus stehen vor erheblichen demografischen Herausforderungen. Insbesondere der Rückgang der

erwerbsfähigen Bevölkerung, also der Basis für ein mögliche Arbeitskräfte vor Ort, schwindet mit dem Abschied der Babyboomer aus dem Arbeitsleben. In den Gemeinden im Kreis Rheingau-Taunus entlang des Rheins ist es aber besonders herausfordernd. Relativ zum Kreis insgesamt sind ohne weitere Änderungen (Zuwanderung, Verminderung der Abwanderung) Verluste von fast 30 % zu erwarten.

→ Was sind die Ursachen dafür?

→ Wie sieht es mit der Attraktivität, Verdienstmöglichkeiten und Zukunftsaussichten aus?

**Klimakennzahlen:** Die Temperatur steigt, die Sonnenstunden nehmen zu, Extremwetter werden häufiger. Es gibt zurzeit keine Erkenntnisse, die eine Trendumkehr dieser Entwicklung vermuten lassen. Nicht in allen Lagen sind die Wirkungen gleich stark und damit gleich schnell wirksam, aber sie entfalten nach und nach stärkere Breitenwirkungen.

**Abwärtsspiralen:** Eine mögliche Abwärtsspirale, die nicht nur schleichend, sondern auch sehr dynamisch werden kann, gilt es zu vermeiden. Proaktives Handeln ist notwendig, denn nichts spricht dafür, dass sich eine Besserung von allein einstellt oder zumindest ein erträglicher Status quo nicht unterschritten wird. Viele Ansatzpunkte gibt es nicht (z. B. neue Umsätze jenseits der Kulturlandschaft, Kosteneinsparungen) – stets sind Finanzierungsnotwendigkeiten und eine gewisse Flexibilität für die Handelnden erforderlich: Wer entscheidet darüber, ob Olivenbäume angepflanzt werden dürfen?

Um mögliche Maßnahmen zu identifizieren, kommt es darauf an, die Datenlage zu vervollständigen. Das bezieht sich vor allem auf die Datenlage zu den Weinbaubetrieben im Rheingau selbst. Anfragen an das BMLEH zu spezifischeren Auswertungen des Testbetriebsnetzes laufen. Selbst wenn das möglich ist, reicht es als weitere Informationsquelle noch nicht aus. Gerade die einzelwirtschaftliche Betrachtung ist wichtig. Folgende Fragestellungen sind hilfreich:

- Gibt es bereits Ansätze in der Region, die Lage zu verbessern und welche sind aus heutiger Sicht vielversprechend?  
Um diese Fragen zu beantworten, sind Kontakte vor Ort entscheidend.
- Wie ist die Verflechtungsstruktur zwischen Weinbau, Tourismus, Einzelhandel, Kunst und Kultur sowie Handwerk?  
Hierzu ist es sinnvoll, Befragungen (möglichst kurz) z. B. über einen standardisierten Fragebogen durchzuführen. Um Veränderungen in der Zeit sehen zu können, sollte eine Befragung möglichst verschiedener, aber durchgehend teilnehmender Unternehmen vorgenommen werden.
- Aus dem Klimawandel und der Bevölkerungsentwicklung entstehen „Gemeinschaftslasten“, die nicht von einzelnen korrigiert werden können, aber zu einzelwirtschaftlichen Belastungen führen: Welche Arbeitskräfte gibt es in Zukunft noch? Kann Weinbau z. B. in Steillagen noch ertragreich durchgeführt werden? Zu klären ist, welche Finanzierungsmöglichkeiten es gibt, um die „Gesamtlasten“ zu mindern.
- Für die kommenden Jahre sind deutliche Veränderungen zu erwarten: Die Bevölkerung schrumpft, die Zahl der Betrieb geht zurück und weitere klimatische Belastungen kommen hinzu. Die vorliegende Strukturhebung der Landwirtschaft, welche alle zehn Jahre durchgeführt wird, ist damit keine Basis für rechtzeitige

Entscheidungen. Ohne aktuelles, jährlich verlässliches Monitoring mit Projektion der zukünftigen Entwicklung („rollierendes Monitoring“ wie z. B. das Fachkräftemonitoring für das BMAS) liegt nicht nur keine Entscheidungsgrundlage vor, sondern es kann auch nicht beobachtet werden, ob eine Maßnahme Erfolg hat oder auch nicht. Es wird also auch darum gehen, welche Daten zeitnah vorliegen, welche davon werden für Entscheidungen benötigt und wie können weitere Daten erschlossen werden?

Dazu wird geprüft, ob im Rahmen des QuBe-Projektes schnellere Auswertungen z. B. der Beschäftigtenstatistik speziell für den Rheingau möglich sind.

- Darüber hinaus sind weitere Ideen explorativ zu eruieren. Es ist zu prüfen, ob mit Foresight-Verfahren (auch mit KI-gestützter Auswertung von Forschungsdatenbanken) nicht noch weitere Ansätze zur Analyse der Situation bestehen.
- Sicher ist, dass es nur gelingen kann, den Herausforderungen zu begegnen, wenn sowohl die einzelwirtschaftliche Sichtweise (Betriebsebene) als auch die übergreifende ökonomische Entwicklung gemeinsam in den Blick genommen wird. Einzelwirtschaftliche Erfolge führen zu höheren Steuerzuweisungen und damit auch zu neuen Möglichkeiten für die Überwindung gemeinschaftlicher Hindernisse. Aus einer Abwärtsspirale kann so ein Aufwärtstrend werden.

## 10 Mögliche Handlungsempfehlungen

Der Rheingau-Taunus-Kreis steht zwischen **naturräumlicher Stärke und wirtschaftlicher Auspendelrealität**. Seine kulturlandschaftlich geprägten Gemeinden haben klare Potenziale im Bereich Wein, Tourismus und Erholung, benötigen aber gezielte Maßnahmen, um diese wirtschaftlich nachhaltig zu aktivieren: Aktuell können im Bereich Handel, Gastgewerbe, Infrastruktur folgende Ansatzpunkte diskutiert werden:

- **Handel stärken** durch Förderung kleinteiliger, regional orientierter Versorgungs- und Erlebnisangebote. Kooperationen mit Weinwirtschaft, Direktvermarktern und kulturellen Einrichtungen können Frequenz und Aufenthaltsqualität erhöhen.
- **Gastgewerbe fördern** als Schnittstelle von Landwirtschaft, Tourismus und regionaler Identität. Dies schließt Personalentwicklung, Betriebsnachfolge und Qualitätsinitiativen mit ein.
- **Infrastruktur und Mobilität verbessern**, um die Verbindung zwischen Wohnen, Arbeiten und Freizeit effizienter zu gestalten – insbesondere zur Bindung von Tageskaufkraft.
- **Arbeitsplatzverlagerung vor Ort ermöglichen**, etwa durch Co-Working, Homeoffice-Strukturen, Bildungseinrichtungen und neue Dienstleistungscluster im ländlichen Raum.
- **Kulturlandschaft aktiv als wirtschaftlichen Faktor entwickeln** – nicht nur im Weinbau, sondern auch im Zusammenhang mit Gesundheits-, Bildungs-, Erlebnis- und Kulturangeboten.

- **Weitere Einnahmelmöglichkeiten schaffen:** „Kulturlandschaft“ ist nicht nur ein Katalysator in guten Zeiten, sondern kann auch zu einem Klumpenrisiko werden. Daher ist es geboten, weitere, von der Kulturlandschaft unabhängige Erlösquellen zu suchen. Andere mehrjährige Früchte und ggf. Energieerzeugung können helfen, werden aber wohl nicht ausreichen.
- **Finanzierungsrisiken breiter schultern:** Mit dem Weinbau gehen weitere Gewerke vor Ort verloren (z. B. Handwerk, Industrie) und mit dem Tourismus schwinden Arbeitsplätze. Die Bevölkerung nimmt ab: Branchen wie Handel, Bildung und Gesundheit gehen die „Kund:innen“ aus – solchen Entwicklungen können diese sich einzelwirtschaftlich nur im Ausnahmefall entgegenstellen. Hier könnten günstige Kredite mit langer Laufzeit helfen.

## Literaturverzeichnis

- Bundesagentur für Arbeit (BA) (2025): Beschäftigung. <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Fachstatistiken/Beschaeftigung/Beschaeftigung-Nav.html>, abgerufen am 19.09.2025.
- Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) (2025): Testbetriebsnetz. <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/testbetriebsnetz>, abgerufen am 19.09.2025.
- Datacharts (2025): Regioboard. Kooperationsverbund Gesellschaft für wirtschaftliche Strukturforchung (GWS) mbH, Institut für empirische Wirtschaftsforschung und angewandte Statistik (EWAS) GbR und Christian Hahn. <https://datacharts.de/regioboard-demo/>, abgerufen am 19.09.2025.
- Deutscher Wetterdienst (DWD) (2025): Open Data Wetter und Klima. [https://open-data.dwd.de/climate\\_environment/CDC/grids\\_germany/annual/](https://open-data.dwd.de/climate_environment/CDC/grids_germany/annual/), abgerufen am 19.09.2025.
- Deutsches Weininstitut GmbH (2025): Regionenkarte, Bodenheim. <https://www.deutsche-weine.de/regionen/regionenkarte>, abgerufen am 18.09.2025.
- Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. (dwif) (2025): Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Rheingau 2024. Hg. v. Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, München. <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/6690728/0a60c603f9b051c271d6e0bdaa5324b5/dwif-studie-2025-rheingau-data.pdf>, abgerufen am 20.08.2025.
- Industrie- und Handelskammer (IHK) (2023): Standortprofile IHK Wiesbaden, Wiesbaden. <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/3585992/b5cdde46ca597227e30575800e0febb0/standortprofile-ihk-wiesbaden-data.pdf>, abgerufen am 19.09.2025.
- Industrie- und Handelskammer (IHK) (2025): Kaufkraft 2025 – Gemeinden im IHK-Bezirk Wiesbaden, Wiesbaden. <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/3673134/c953727e60b837ca6c08c25fd333e2a3/kaufkraft-ihk-wiesbaden-data.pdf>, abgerufen am 19.09.2025.
- Lassiwe, B. (2024): Rüdesheim – mehr als Asbach Uralt. Kommunal, 26.09.2024. <https://kommunal.de/ruedesheim-tourismus-buergermeister>, abgerufen am 07.07.2025.
- Maier, T., Kalinowski, M., Schur, A., Zika, G., Schneemann, C., Mönnig, A. & Wolter, M. I. (2024): Weniger Arbeitskraft, weniger Wachstum – Ergebnisse der achten Welle der BIBB-IAB-Qualifikations- und Berufsprojektionen bis zum Jahr 2040. Hg. v. Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB). BIBB Report 1/2024, Bonn. <https://www.bibb.de/dienst/publikationen/de/download/19940>, abgerufen am 15.01.2025.
- Regierungspräsidium Darmstadt (2024): Kurz-Info Rheingau – Weinbauliche Kenndaten (Stand 31. Juli 2024). Dezernat Weinbau, Darmstadt. <https://rp->

- darmstadt.hessen.de/sites/rp-darmstadt.hessen.de/files/2024-12/kenndatenblatt\_rheingau\_31.07.2024.pdf, abgerufen am 19.09.2025.
- Rheinland-Pfalz Tourismus (2025): Romantischer Rhein in Zahlen – Daten, Fakten und Infrastruktur. Pressemitteilung, 02.01.2025. <https://presse.rlp-tourismus.com/presse-meldung/romantischer-rhein-in-zahlen>, abgerufen am 07.07.2025.
- Statistik Hessen (2025): Land- und Forstwirtschaft in Hessen. Zahlen von A bis Z. <https://statistik.hessen.de/unsere-zahlen/land-und-forstwirtschaft>, abgerufen am 19.09.2025.
- Stöver, B., Reuschel, S., Wolter, M. I., Daßler, J. & Bernardt, F. (2025): Die Kosten des Klimawandels für Deutschland 2025–2050 – aus den Arbeiten zur Basisprojektion des INFORGE-Modells 2025. GWS Research Report 2025/1, Osnabrück. <https://papers.gws-os.com/gws-researchreport25-1.pdf>, abgerufen am 04.07.2025.
- Studtrucker, M., Kalinowski, M., Schneemann, C., Söhnlein, D. & Zika, G. (2022): QuBe-Bevölkerungsprojektion für die Kreise und kreisfreien Städte Deutschlands. IAB-Discussion Paper 19|2022, Nürnberg. DOI: 10.48720/IAB.DP.2219.
- Szlachetka, R. & Wolter, M. I. (2025): Interview mit Dominik Russler, Geschäftsführer der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH und des Rheingauer Weinbauverbands – durchgeführt am 06.03.2025.
- Wolter, M. I., Lehweiß-Litzmann, R., Plassenberg, J. & Vogel, B. (2025): Haushalte als Schrittmacher der Transformation. GWS-Kurzmitteilung 2025/3, Osnabrück und Göttingen. [https://gws-os.com/fileadmin/downloads/GWS-Kurzmitteilung\\_2025\\_3.pdf](https://gws-os.com/fileadmin/downloads/GWS-Kurzmitteilung_2025_3.pdf), abgerufen am 04.07.2025.
- Zika, G., Hummel, M., Wolter, M. I. & Maier, T. (2023): Das QuBe-Projekt – Modelle, Module, Methoden. Hg. v. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB). IAB-Bibliothek 374, Bielefeld, abgerufen am 12.09.2024. DOI: 10.3278/9783763973712.