

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Wohnen

HESSEN



Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen 2023



HESSEN





Vorwort

Tourismus ist für Hessen ein erheblicher Wirtschaftsfaktor, der sehr sensibel auf gesellschaftliche Entwicklungen und äußere Einflüsse reagiert. Wer hier erfolgreich bleiben will, muss stets aktuelle Trends und Erkenntnisse berücksichtigen, ohne dabei die langfristigen Ziele aus dem Auge zu verlieren.

Hessen hat ausgezeichnete Voraussetzungen, um erfolgreich zu bleiben. Entscheidend dabei ist, dass alle touristischen Akteure an einem Strang ziehen. Deshalb gibt es seit 2007 den Tourismuspolitischen Handlungsrahmen, der die gemeinsame Strategie zur Stärkung des hessischen Tourismus beschreibt. Selbstverständlich wird er regelmäßig aktualisiert, doch die wesentlichen strategischen Ziele bleiben: Die Verbesserung der Aufenthalts- und Lebensqualität für Gäste und Einheimische sowie die Ausrichtung auf einen verantwortungsvollen Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit.

Ich bin überzeugt, dass der nun vorliegende Tourismuspolitische Handlungsrahmen 2023 eine exzellente Grundlage bildet, um den Tourismus in Hessen auf Erfolgskurs zu halten.

Tarek Al-Wazir

Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Inhalt

1. Eckpunkte des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens	4	6. Handlungsfelder für den Tourismus in Hessen	50
2. Ausgangssituation des Tourismus in Hessen	8	6.1 Handlungsfeld 1: Tourismusbewusstsein und -akzeptanz	52
2.1 Touristische Entwicklung	9	6.2 Handlungsfeld 2: Strategisches Management	54
2.2 Touristische Strukturen	12	6.3 Handlungsfeld 3: Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen	56
2.3 Touristische Strategien in Hessen	14	6.4 Handlungsfeld 4: Tourismusfinanzierung	58
3. Rahmenbedingungen des Tourismus in Hessen	16	6.5 Handlungsfeld 5: Digitalisierung und digitale Transformation	60
3.1 Stärken und Schwächen	17	6.6 Handlungsfeld 6: Ökologische Transformation und Klimawandelfolgenanpassung	62
3.2 Marktveränderungen	19	6.7 Handlungsfeld 7: Angebots- und Qualitätsmanagement	64
3.3 Folgen der Krisen	22	6.8 Handlungsfeld 8: Infrastruktur und Mobilität	66
4. Strategische Ausrichtung des Tourismus in Hessen	26	6.9 Handlungsfeld 9: Tourismusförderung	68
4.1 Transformationsprozesse	27	7. Ausblick: Perspektiven für die Umsetzung	70
4.2 Vision und Mission für die künftige Ausrichtung	32	Glossar	72
4.3 Ziel- und Messsystem	34		
5. Strukturelle Ausrichtung des Tourismus in Hessen	36		
5.1 Weiterentwicklung der Aufgaben und Strukturen im Drei-Ebenen-Modell	37		
5.2 Weiterentwicklung der Landesebene	39		
5.3 Weiterentwicklung der Destinationsebene	41		
5.4 Weiterentwicklung der lokalen Ebene	45		
5.5 Weiterentwicklung der Zusammenarbeit mit den Funktionalpartnern	48		

2.2 Touristische Strukturen

Die touristischen Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen in Hessen sind seit 2002 in einem Drei-Ebenen-Modell geordnet. Dieses Modell besteht aus der Landes-, der Destinations- und der lokalen Ebene, die jeweils mit Funktionalpartnern und den Leistungsanbietern zusammenarbeiten. Die regionale Ebene besteht aus diesen zehn hessischen Destinationen: Bergstraße-Odenwald, FrankfurtRheinMain,

GrimmHeimat NordHessen, Das Lahntal, Rhön, Spessart, Taunus, Vogelsberg, Westerwald und WIESBADEN RHEINGAU.

Im Drei-Ebenen-Modell sind klare Aufgabenbeschreibungen und Zusammenarbeitsprozesse für die jeweiligen touristischen Akteurinnen und Akteure in Hessen definiert.



↑ **ABBILDUNG: DREI-EBENEN-MODELL IM HESSEN TOURISMUS (ERLÄUTERUNGEN SIEHE KAPITEL 5)**



Strategische Grundlage sind diese drei touristischen Strategien für das Land (siehe Seite 14):

- Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen (TPH)
- Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum in Hessen (Landtourismusstrategie)
- Strategischer Marketingplan für den Tourismus in Hessen (SMP)

Auf der **Landesebene** haben die Abteilung „Hessen Tourismus“ der HA Hessen Agentur GmbH sowie die Tourismus Management Hessen UG als Tochterunternehmen des Hessischen Tourismusverbands in den vergangenen Jahren gezielt landesweite Entwicklungs- und Marketingaufgaben bearbeitet.

die Vorgaben zur finanziellen und personellen Ressourcenausstattung.

Auf der **lokalen Ebene** hingegen besteht noch großer Handlungsbedarf bei der Strukturentwicklung, Ressourcenausstattung und Aufgabenabgrenzung. Insbesondere die interkommunale Kooperation und die Bildung von touristischen Arbeitsgemeinschaften (TAGs) sollten noch stärker vorangetrieben werden.

Die Zusammenarbeit der verschiedenen Ebenen mit den **Funktionalpartnern** ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die touristische Entwicklung. Hier konnten zwar bereits Verbesserungen erzielt werden, aber die detaillierte Aufgabenabgrenzung gilt es weiter zu schärfen und zu optimieren.

<u>Destination</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
GrimmHeimat NordHessen	●	●	●	●	●	●	●	●
Rhön	●	●	●	●	●	●	●	●
Bergstraße	●	●	●	●	●	●	●	●
Odenwald	●	●	Zusammenführung zur Destination Bergstraße-Odenwald					
Spessart	●	●	●	●	●	●	●	●
Taunus	●	●	●	●	●	●	●	●
Frankfurt-RheinMain	●	●	●	●	●	●	●	●
Westerwald	●	●	●	●	●	●	●	●
Das Lahntal	●	●	●	●	●	●	●	●
WIESBADEN RHEINGAU	●	●	●	●	●	●	●	●
Vogelsberg	●	●	●	●	●	●	●	●
● kein Entwicklungsprozess ● zur TPH-Konformität begleitet ● als TPH-konform anerkannt								

Auf der **Destinationsebene** in Hessen konnten in den letzten Jahren weitreichende Erfolge erzielt und schlagkräftige, tragfähige Strukturen geschaffen werden. Die Tabelle zeigt die Entwicklung der hessischen Destinationen während der Umsetzungsphase des TPH von 2016 bis 2023. Bereits seit 2021 erfüllen alle 10 Destinationen

Auch bei der Kooperation zwischen **Betrieben** und den verschiedenen Ebenen und den Akteuren und Akteuren im touristischen System bestehen Weiterentwicklungsmöglichkeiten.

5.4 Weiterentwicklung der lokalen Ebene

Die dritte Ebene des touristischen Systems bildet die lokale Ebene. Sie besteht aus den Städten und Gemeinden und ihren jeweiligen touristischen Organisationen. Für die gesundheitstouristische Marktbearbeitung ist der Zusammenarbeit mit Heilbädern und Kurorten eine besondere Bedeutung beizumessen. Die Städte und Gemeinden können nur dann touristisch erfolgreich wirken, wenn sie über bestimmte Mindeststandards und -ressourcen verfügen.

Anforderungen und Kriterien für die lokale Ebene

Auf lokaler Ebene sollte die Marktbearbeitung in die der Destinationen eingebunden sein. Einige Städte und Gemeinden in Hessen sind zudem an weiteren, übergreifenden Zusammen-

schlüssen, wie beispielsweise den „Historic Highlights of Germany“, beteiligt. Die Strukturen auf der lokalen Ebene können einzelörtlich (z. B. größere Städte, Heilbäder und Kurorte) oder in interkommunalen touristischen Kooperationen (Touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) mehrerer Orte) betrieben werden. Entscheidend ist, dass die touristischen Strukturen auf der lokalen Ebene bestimmten Mindestanforderungen hinsichtlich Größe und Professionalität entsprechen.

Die weiterentwickelten Anforderungen und Aufgaben auf der lokalen Ebene wurden auch in der Umsetzungshilfe Teil 2 „STRUKTUREN, AUFGABEN UND RESSOURCEN auf der lokalen Ebene im Tourismus in Hessen“ aufbereitet. Diese Umsetzungshilfe wurde veröffentlicht durch die TMH im Auftrag des HMUKLV.

↓ Die dritte Ebene des touristischen Systems bildet die **lokale Ebene**. Sie besteht aus den Städten und Gemeinden und ihren jeweiligen touristischen Organisationen.



↓ ANFORDERUNGEN UND KRITERIEN FÜR DIE LOKALE EBENE

Professionelle, strategische Führung:

- Die touristische Organisation auf der lokalen Ebene arbeitet in einem klar abgegrenzten, verbindlich festgelegten Zuständigkeitsgebiet.
- Sie verfügt über die erforderlichen Führungs-/Planungsgrundlagen: jährliche Maßnahmen-, Marketing- und Mediaplanung, Aufgaben- und Organisationsbeschreibungen. Kurorte und Heilbäder, größere Tourismusorte und Städte mit mehr Gäste-/Übernachtungsaufkommen sowie TAGs sollten über ein eigenes Tourismuskonzept verfügen, das sich sinnvoll in das Konzept der jeweiligen Destination einbindet. Darüber hinaus können weitere Konzepte erstellt werden, die sich in den TPH einpassen.

Marktfähige, aufgabenadäquate Ausstattung:

- Mindestens zwei Vollzeitäquivalente werden über den normalen Betrieb der Tourist-Information hinaus benötigt. Die Leitung der lokalen Struktur sollte über eine qualifizierte Tourismusausbildung verfügen.
- Zur Bearbeitung der Aufgaben ist von einem regelmäßigen Sach- und Marketingbudget von mindestens 100.000 EUR pro Jahr zusätzlich zum reinen Betrieb der Tourist-Information auszugehen. Grundlage für die Bemessung sind Sachkosten, die für die Kernaufgaben eingesetzt werden - ohne die Anrechnung von Einnahmen, ohne Raum- und Betriebskosten. Der tatsächliche Ressourcenbedarf kann daher je nach Aufgabenstellung erheblich höher liegen.

Professionelle Bearbeitung der Kernaufgaben:

- Professionelle Bearbeitung der Kernaufgaben „Angebots- und Produktentwicklung und -management“, „Gästeinformation und -betreuung“, „Informierendes und angebotsspezifisches Marketing“, „Koordination, Entwicklung und Betrieb touristischer Infrastruktur“, „Qualitätsentwicklung und -sicherung“
- Professionelle Führung der eigenen Organisation und touristische sowie Standortentwicklung des lokalen Zuständigkeitsbereichs
- Professionell betriebene Tourist-Information mit adäquater Ausstattung und Servicestandards, mindestens Zertifizierung nach i-Marke des Deutschen Tourismusverbands (DTV)
- Professionelle Umsetzung und Einbindung ins Marketing auf Destinationsebene
- Verknüpfung der Lebenswelt der Bevölkerung mit dem Tourismus

Einbindung in das touristische System:

- Einbindung in das touristische System der Destination und des Landes, entsprechend einer in der jeweiligen Destination entwickelten und verbindlichen Aufgaben- und Arbeitsteilung
- Inhaltliche Einbindung in die nachhaltige Standort- und Regionalentwicklung

Bildung und Entwicklung von Touristischen Arbeitsgemeinschaften (TAGs)

Insbesondere im ländlichen Raum in Hessen existieren viele Städte und Gemeinden, die die genannten Ressourcen nicht allein darstellen können. Diese schließen sich in interkommunalen touristischen Kooperationen zusammen, sogenannten Touristischen Arbeitsgemeinschaften (TAGs), die sich aufgrund der Kleinteiligkeit der Strukturen auf örtlicher Ebene bilden. Sie bündeln die verfügbaren Ressourcen und professionalisieren die Marktbearbeitung.

Maßgeblich für die Entscheidung, sich einer TAG anzuschließen, sind auch die Verflechtungen im Angebot der beteiligten Städte und Gemeinden sowie die Nutzung von Synergien. Darüber hinaus sind die Entwicklungspotenziale zu bewerten, die gemeinsam, im TAG-Verbund erschlossen werden können. Diese Abwägung führt auch bei stark aufgestellten Städten und Gemeinden oftmals dazu, sich an einer TAG zu beteiligen. Die Unterstützung von TAGs wird eine wichtige Aufgabe bei der Umsetzung des TPH 2023.

↓ RICHTWERTE FÜR TOURISTISCHE ARBEITSGEMEINSCHAFTEN

Raumkriterien:

- Kurzausflugsentfernung (maximal 30 Minuten per PKW oder Bahn)
- Wahrnehmbarkeit als Teilregion der Destination
- Orientierung an geografisch-topografischen, nicht an Verwaltungsgrenzen
- Naturräumlicher/kulturhistorischer Zusammenhang mit starker Identifikation nach innen
- Mindestens 1.000 Betten bzw. 100.000 Übernachtungen oder ein äquivalenter Tagestourismus

Organisations- und Managementkriterien:

- Eigenständige Organisationsstruktur auf TAG-Ebene (mindestens verbindliche Kooperationsvereinbarung mit zuständigen Steuerungs- und Arbeitsgremien)
- Mindestens eine Informations-/Buchungszentrale/Tourist-Information
- Beschäftigung von tourismusspezifisch qualifiziertem Personal im Umfang von mindestens einer Vollzeitstelle als „Kümmerer“ der beteiligten Orte und Anbieter

Einbindungskriterien:

- Volle Einbindung in das Marketing auf Destinationsebene, zum Beispiel Einbindung in die Marketing- und Mediaplanung der Destination, Beteiligung an Qualitätsinitiativen
- Sicherstellung der Schnittstellen zu benachbarten TAGs, insbesondere im Bereich der Besucherlenkung, der Wegenetze und Beschilderung sowie der Infrastrukturpflege und -bewirtschaftung