

Feierabendrunden Landtourismus
 23. September 2020 Reichenberghalle in Reichelsheim
 24. September 2020 Kurhaussaal in Bad Salzhausen
 28. September 2020 Lokschuppen in Bebra



HESSEN.LAND.TOURISMUS Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum in Hessen

Mathias Trümner, Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Hessen ist über die Landesgrenzen hinaus für seine einzigartige Natur und Landschaft bekannt. Die hessischen Mittelgebirge bieten Raum für Erholung, Genuss und Naturerlebnisse. Als walddreiechstes Bundesland bietet Hessen beste Voraussetzung für den Tourismus im ländlichen Raum. Der Tourismus ist eine Wachstumsbranche. Davon profitiert nicht nur die Tourismuswirtschaft sondern insbesondere im ländlichen Raum auch die einheimische Bevölkerung, da der Tourismus die Wirtschaftskraft vor Ort ankurbelt und die Infrastruktur stärkt.

Die neue Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum basiert auf einer Analyse der bisherigen Angebote und der vorhandenen Entwicklungspotenziale. Auf dieser Grundlage wurden Zielgruppen, Ziele, Strategiefelder und Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Die Landtourismusstrategie wurde der Öffentlichkeit um ersten Mal im Frühjahr 2020 in einer Pressekonferenz vorgestellt. Die Feierabendrunden dienen nun dazu, die Strategie einem breiteren Kreis bekannt zu machen und die Akteurinnen und Akteure für die Mitarbeit bei der Umsetzung zu gewinnen.



Mathias Trümner,
 Hessisches Ministerium für Umwelt,
 Klimaschutz, Landwirtschaft und
 Verbraucherschutz
 Foto: Salome Roessler

Mit der Kompetenz vieler Fachleute

In die Landtourismusstrategie ist die Kompetenz vieler Fachleute rund um die Themenbereiche Tourismus und Regionalentwicklung eingeflossen.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
 Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Akteurinnen und Akteure im Prozess

- Hessische Landesregierung in Kooperation mit der HA Hessen Agentur GmbH (Hessen Tourismus)
- Touristische Destinationsmanagements
- Städte und Gemeinden, Heilbäder und Kurorte, Touristische Arbeitsgemeinschaften (TAG) und sonstige Formen interkommunaler Zusammenarbeit mit touristischen Aufgaben
- Nationale Naturlandschaften (Naturparke, Nationalpark, Biosphärenreservat)
- Landesweite kommunale und wirtschaftliche Interessensvertretungen und Verbände
- Lokale Aktionsgruppen (LAG) als Träger der lokalen Entwicklungsstrategie LEADER
- Leistungsträgerinnen und Leistungsträger wie Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Einzelhandel und Transport
- Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter, regionale Erzeuger und Landwirtschaft, Gästeführerschaft, Touristeninformationen, Bürgerinnen und Bürger u. v. m.



Link: <https://www.hessen.tourismuszusatzwirtschaft.info/inhalte/landtourismusstrategie/>



Eine Strategie für alle

Die Landtourismusstrategie soll eine Strategie für alle sein. Sie nimmt ausdrücklich auch die Bewohnerinnen und Bewohner in den Blick. Sie sollen vom Tourismus im ländlichen Raum profitieren. Unverzichtbar sind engagierte Leistungsträgerinnen und Leistungsträger, die die Gedanken der Strategie in ihren Angeboten aufgreifen. Auch die Politik soll stärker für die Umsetzung der neuen Landtourismusstrategie gewonnen werden. Nicht zuletzt sind selbstverständlich die Wünsche der Gäste zu berücksichtigen. Die Strategie soll die Interessen und Bedarfe aller dieser Gruppen einbeziehen, so dass Tourismus im ländlichen Raum Nutzen für alle bedeutet.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Eine Strategie für alle



Elf strategische Leitziele

Zur Weiterentwicklung des Tourismus im ländlichen Raum verfolgt die Landtourismusstrategie elf strategische Ziele. Diese benennen die Felder, auf die sich die Strategie konzentriert und formulieren zentrale strategische Vorgaben. Die Strategischen Leitziele sind:

- I. Wir konzentrieren uns auf die Strategiefelder Natur, Gesundheit, Regionalität und Neue Netzwerke.
- II. Wir orientieren uns bei der touristischen Entwicklung und Vermarktung an den definierten Zielgruppen und Märkten.
- III. Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.
- IV. Wir schützen die natürlichen Ressourcen und konzentrieren uns auf wertschätzenden und nachhaltigen Tourismus.
- V.

Feierabendrunden Landtourismus
23. September 2020 Reichenberghalle in Reichelsheim
24. September 2020 Kurhaussaal in Bad Salzhausen
28. September 2020 Lokschuppen in Bebra



Wir stärken einen sozial verträglichen Tourismus und berücksichtigen die Bedürfnisse der Menschen vor Ort.

VI.

Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.

VII.

Wir steigern die Aufenthaltsqualität der Gäste durch Qualitätsinitiativen und -programme.

VIII.

Wir setzen verstärkt auf Weiterentwicklung, Sichtbarmachung und Kommunikation von Vorhandenem und nutzen neue Potenziale.

IX.

Wir schaffen eine touristische Infrastruktur mit Angeboten, die sich an regionalen Wertschöpfungsketten orientieren.

X.

Wir unterstützen transparente Informations- und Beteiligungsprozesse in der Tourismusentwicklung.

XI.

Wir fördern die Vernetzung und Optimierung vorhandener Strukturen und etablieren Kümmerer als Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner.

Mehr dazu

Fünf Leitziele werden im Folgenden genauer beleuchtet.

Leitziel II:

Wir orientieren uns bei der touristischen Entwicklung und Vermarktung an den definierten Zielgruppen und Märkten.

Dazu gilt es zunächst die Frage zu beantworten, wer kommt nach Hessen. Die Analyse der Gäste in Hessen hat gezeigt, dass rund ein Viertel der Gäste Hessinnen und Hessen sind – also „Binnentouristen“. Ein Fünftel der Gäste kommt aus Nordrhein-Westfalen. Die Mehrheit der Gäste sucht in Hessen das Naturerlebnis. Dafür bietet Hessen als waldreichstes Bundesland mit zahlreichen Naturparks beste Voraussetzungen.

Bisher wurden die einzelnen Angebote – z. B. die Wandermöglichkeiten – für sich genommen entwickelt. Diese isolierte Betrachtungsweise soll mit der neuen Landtourismusstrategie aufgegeben werden. Um die Wünsche der Gäste bestmöglich zu erfüllen, wird nun das Gesamtangebot betrachtet, also der Premiumwanderweg im Zusammenhang mit den Möglichkeiten zum Einkehren, zum Übernachten oder Einkaufen.

Laut Landtourismusstrategie sollen die Gäste in Zukunft auch einen stärkeren Beitrag zur Wertschöpfung leisten. Als erfolgversprechende Zielgruppen für den Landtourismus wurde Angehörige des „Liberal-intellektuellen Milieus“, des „Sozial-ökologischen Milieus“ sowie der „Bürgerlichen Mitte“ identifiziert

(Bezeichnungen lt. SINUS-Institut). Diese Zielgruppen werden auch im [Strategischen Marketingplan für den Tourismus in Hessen 2019-2024](#) angesprochen.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategische Leitziele

- I. Wir konzentrieren uns auf die Strategiefelder *Natur, Gesundheit, Regionalität* und *Neue Netzwerke*.
- II. Wir orientieren uns bei der touristischen Entwicklung und Vermarktung an den definierten Zielgruppen und Märkten.
- III. Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.
- IV. Wir schützen die natürlichen Ressourcen und konzentrieren uns auf wertschätzende nachhaltigen Tourismus.
- V. Wir stärken einen sozial-traditionellen Tourismus und berücksichtigen die Bedürfnisse der Menschen vor Ort.
- VI. Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.

vielsprechendste Milieus für Hessen

26 % der inländischen Gäste kommen aus Hessen.
21 % der inländischen Gäste kommen aus NRW.
Je 3,7 % kommen im Durchschnitt aus jedem weiteren Bundesland.

III.
Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.

Übernachtungsgäste bleiben im Durchschnitt 2,2 Tage in Hessen. 75 Prozent der Gäste sind Tagesgäste. Somit verweilen die Gäste nur recht kurz an hessischen Zielen.

Daher zielt die Landtourismusstrategie darauf, die Aufenthaltsdauer der Gäste zu verlängern. Das heißt: Wer einen Tagesausflug macht, soll auf alle Fälle noch den Abend bleiben, wer für ein Nacht kommt, soll ein zweites Mal übernachten usw. Um dies zu erreichen, sollen ergänzende Angebote geschaffen werden, die zum Bleiben reizen.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategische Leitziele

- I. Wir konzentrieren uns auf die Strategiefelder *Natur, Gesundheit, Regionalität* und *Neue Netzwerke*.
- II. Wir orientieren uns bei der touristischen Entwicklung und Vermarktung an den definierten Zielgruppen und Märkten.
- III. Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.
- IV. Wir schützen die natürlichen Ressourcen und konzentrieren uns auf wertschätzende nachhaltigen Tourismus.
- V. Wir stärken einen sozial-traditionellen Tourismus und berücksichtigen die Bedürfnisse der Menschen vor Ort.
- VI. Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.
- IX. Wir unterstützen transparente Informations- und Beteiligungsprozesse in der Tourismusentwicklung.

2,2 TAGE

75% Tagesreisen

Feierabendrunden Landtourismus
 23. September 2020 Reichenberghalle in Reichelsheim
 24. September 2020 Kurhaussaal in Bad Salzhausen
 28. September 2020 Lokschuppen in Bebra



VI.
 Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.

Der Tourismus in Hessen entwickelt sich kontinuierlich positiv. Um 36 Prozent ist die Zahl der Gäste in den letzten zehn Jahren gestiegen. Ein Drittel der Gäste kommt in den Rhein-Main-Raum, zwei Drittel in die übrigen Regionen. Durch die Verknüpfung der Angebote in den Städten und auf dem Land sollen Synergieeffekte nutzbar gemacht werden. Wer z. B. auf Geschäftsreise nach Frankfurt kommt, soll auch im Rheingau eine Weinprobe genießen. Wer im Spessart wandert, kann auch die Frankfurter Museen besuchen. In dem Ziel – Verknüpfung der Angebote von Stadt und Land – stimmen die Landtourismusstrategie und der Strategische Marketingplan für den Tourismus in Hessen überein. Zudem liegt die Vermarktung des Tourismus in Stadt und Land bei Hessen Tourismus in einer Hand. Damit sind gute Voraussetzungen für ein Gelingen gegeben.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
 Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategische Leitziele

Letzte 10 Jahre:
 36% ↑
 2 / 3 der Übernachtungen

I. Wir konzentrieren uns auf die Strategiefelder *Natur, Gesundheit, Regionalität* und *Neue Netzwerke*.

II. Wir orientieren uns bei der touristischen Entwicklung und Vermarktung an den definierten Zielgruppen und Märkten.

III. Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.

IV. Wir schützen die natürlichen Ressourcen und konzentrieren uns auf wertschätzenden und nachhaltigen Tourismus.

V. Wir stärken einen sozial verträglichen Tourismus und berücksichtigen die Bedürfnisse der Menschen vor Ort.

VI. Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.

VII. Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.

VIII. Wir stärken einen sozial verträglichen Tourismus und berücksichtigen die Bedürfnisse der Menschen vor Ort.

IX. Wir schaffen eine touristische Infrastruktur mit Angeboten, die sich an regionalen Wertschöpfungsketten orientieren.

Vorhandenem und nutzen neue Potenziale.
 mehr als Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner.

IX.
 Wir schaffen eine touristische Infrastruktur mit Angeboten, die sich an regionalen Wertschöpfungsketten orientieren.

Eine Reiseuntersuchung hat ergeben, dass rund 2 Millionen Menschen sich vorstellen können, in Hessen Urlaub zu machen. Die Landtourismusstrategie zielt darauf, dieses sehr große Potenzial in regionale Wertschöpfungsketten einzuspeisen, so dass die Regionen über die Tourismuswirtschaft hinaus profitieren können. Einige Beispiele in Hessen belegen dies. In anderen Regionen dagegen müssen mögliche regionale Wertschöpfungsketten noch gefunden werden. Das heißt z. B. konkret, welche Imker, Bäcker, Metzger oder auch andere (Handwerks)Betriebe können in einer Wertschöpfungskette zusammenwirken.



Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategische Leitziele

Über die Hälfte aller potenziellen Hessen-Urlauberinnen und
Urlauber, also 1,93 Mio. Gäste interessieren sich für einen
Natururlaub.

1,93 MIO

VII.
Wir steigern die Aufenthaltsqualität der Gäste durch Qualitätsinitiativen und -programme.

VIII.
Wir setzen verstärkt auf Weiterentwicklung, Sichtbarmachung und Kommunikation von Vorhandenem und nutzen neue Potenziale.

IX.
Wir schaffen eine touristische Infrastruktur mit Angeboten, die sich an regionalen Wertschöpfungsketten orientieren.

X.
Wir unterstützen transparente Informations- und Beteiligungsprozesse in der Tourismusentwicklung.

XI.
Wir fördern die Vernetzung und Optimierung vorhandener Strukturen und etablieren Kümmerer als Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner.

Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.

Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.

Wir streben nach einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste.

Wir verknüpfen die touristischen Angebote des ländlichen Raums mit den Angeboten der Städte.

Strategiefelder und Querschnittsthemen

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Handlungsempfehlungen: Strategiefelder + Querschnittsthemen

Natur
Gesundheit
Regionalität
—
Neue Netzwerke

OPEN DATA

Digitalisierung vorantreiben

SUPER

Qualität steigern

NACHHALTIG

Nachhaltig handeln

MOBIL

Mobilität sicher stellen

In den Strategiefeldern gilt es, die bestehenden Angebote im Hinblick auf die Zielgruppen auszurichten, Angebote durch neue Kombinationen zu schaffen, und regional Spezifisches in Wertschöpfungsketten zu verbinden.

Da die Themen Digitalisierung, Qualität, Nachhaltigkeit und Mobilität alle Strategiefelder betreffen und da sie in allen Handlungsfeldern eine wichtige Rolle spielen, sind sie als Querschnittsthemen in die Landtourismusstrategie eingeordnet.

Feierabendrunden Landtourismus
23. September 2020 Reichenberghalle in Reichelsheim
24. September 2020 Kurhaussaal in Bad Salzhausen
28. September 2020 Lokschuppen in Bebra



Handlungsempfehlungen

Die Landtourismusstrategie enthält eine Vielzahl konkreter Handlungsempfehlungen, die jedoch auch genügend Spielraum für eine passgenaue Umsetzung lassen sollen. Die folgenden Abbildungen geben einen Überblick über die Handlungsempfehlungen zu den Strategiefeldern. Erläuterungen dazu können der Broschüre zur Landtourismusstrategie entnommen werden.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategiefeld Natur

Natur und Hessen sind untrennbar verbunden

- Bedeutung des Themenbereichs Natur steigern
- Touristische Angebote schaffen und professionalisieren
- Infrastruktur für Naturerlebnisse schaffen und fördern
- Digitale Kompetenz weiterentwickeln
- Qualität verbessern
- Nachhaltigkeit integrieren

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategiefeld Gesundheit

Wohlbefinden und Lebenskraft natürlich stärken

- Gesundheitsstandorte für neues Nachfragepotenzial aktivieren
- Wellness- und Gesundheitsangebote in den Naturlandschaften aktivieren
- Digitale Sichtbarkeit stärken / Kompetenz weiterentwickeln
- Qualität verbessern



Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategiefeld Regionalität

Hessens Schätze sichtbar machen

- Bewusstsein für Regionalität schaffen
- Förderangebote für das Gastgewerbe
- Stärkere Bewerbung vorhandener Angebote
- Kooperationen unterstützen und fördern
- Regionale Wertschöpfung optimieren
- Digitale Kompetenz weiterentwickeln
- Qualität verbessern und kommunizieren
- Nachhaltigkeit in die Angebote integrieren

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Strategiefeld Neue Netzwerke

Gemeinsam sind wir stark

- Bestehende Netzwerke optimieren
- Hand in Hand mit dem Strategischen Marketingplan
- Städte und ländliche Räume gut verzahnen
- Kommunikation technisch verbessern und ausweiten
- Strategie für den ländlichen Raum verstetigen

Umsetzung der Landtourismusstrategie

Zur Umsetzung der Landtourismusstrategie wird die Hessische Landesregierung wie bereits seit vielen Jahren mit Hessen Tourismus zusammenarbeiten.

Und: Die Expertinnen und Experten, die an der Erarbeitung der Strategie beteiligt waren, werden in Zukunft auch die Umsetzung begleiten. Weitere Expertinnen und Experten kommen dazu; beispielsweise von HessenForst. Die Akademie für den ländlichen Raum Hessen wird die Geschäfte des Begleitprogramms führen.

Außerdem geplant ist ein professionelles Umsetzungsmanagement der Landtourismusstrategie auf der Ebene der Touristischen Arbeitsgemeinschaften – ähnlich wie bei der Umsetzung des [Tourismuspolitischen Handlungsrahmens](#) Hessen 2015. Die Aufgabe des Umsetzungsmanagements besteht darin, die

Feierabendrunden Landtourismus

23. September 2020 Reichenberghalle in Reichelsheim

24. September 2020 Kurhaussaal in Bad Salzhausen

28. September 2020 Lokschuppen in Bebra



Aktiven vor Ort bei der Umsetzung, der Ziele, Strategien und Handlungsempfehlungen im Sinne der Landtourismusstrategie zu unterstützen.

Entscheidend für die Weiterentwicklung des Tourismus im ländlichen Raum in Hessen sind aber gerade die Akteurinnen und Akteure vor Ort. Darum sind Alle eingeladen, an der Umsetzung der Landtourismusstrategie mitzuarbeiten.



Informationsquellen

[HESSEN.LAND.TOURISMUS](#)

Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum in Hessen

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, HA Hessen Agentur GmbH, Wiesbaden, 2020

[STRATEGISCHER MARKETINGPLAN FÜR DEN TOURISMUS IN HESSEN](#)

[2019 - 2024](#)

[TOURISMUS 4.0](#)

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Wiesbaden, HA Hessen Agentur GmbH, Wiesbaden, 2019

[Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen 2015](#)

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Wiesbaden, 2015