Fachinformationen Sonstige Rechtsgebiete, Mittwoch, 1. Januar 2014

Tourismus

Auszug aus dem Tätigkeitsbericht des HSGB 2011 bis 2013

Der strategische Marketingplan 2009-2013 für den Tourismus in Hessen setzte Schwerpunkte für die weitere touristische Entwicklung Hessens und diente als Grundlage für das Marketing der Hessen Agentur. Für die anstehende Fortschreitung des strategischen Marketingplans aus dem Jahr 2009 hat der Hessische Städte- und Gemeindebund inhaltliche Schwerpunkte im Berichtszeitraum erarbeitet:

Schärfung der Aufgabenverteilung in Drei-Ebenen-Modellen
Um die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft unter dem zunehmenden Konkurrenzdruck zu stärken, gilt es die Kräfte aller touristischen Akteure zu bündeln. Eine wichtige Voraussetzung hierfür sieht der Hessische Städte- und Gemeindebund in der klaren Aufgabenverteilung zwischen den verschiedenen Handlungsebenen. Gerade die lokale Ebene steht vor besonderen Herausforderungen. Anspruchsvolle Gäste erwarten ein qualitativ hochwertiges touristisches Angebot in der Infrastruktur wie auch im Service. Im Marketing müssen erhebliche Budgets eingesetzt werden, um am hart umkämpften Markt weiterhin wahrgenommen zu werden. Viele Städte und Gemeinden haben inzwischen erkannt, dass Kooperationen auf der lokalen Ebene ohne Alternative sind, um sich im Marketing, Gästeservice und in der Infrastruktur erfolgreich aufzustellen. Im Drei-Ebenen-Modell (Landesebene, Destination und touristische Arbeitsgemeinschaften / Touristikorte) sind die Arbeitsschwerpunkte und Zuständigkeiten besser zu verzahnen. Die touristischen Strukturen in Hessen lösen sich seit Jahren mehr und mehr von Verwaltungsgrenzen und entwickeln sich zu marktfähigen und nachfragegerechten Zielgebieten. Eine zentrale Bedeutung kommt hier der lebensfähigen inaktiven touristischen Arbeitsgemeinschaft vor Ort zu.

Gerade im kreisangehörigen Bereich setzen die Kommunen zunehmend auf Kooperation – innerhalb der Kommunen und zwischen den Kommunen. Auch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik, Kunst, Kultur und Bürgerschaft trägt vor Ort dazu bei, Tourismus jenseits der großen Themenkampagnen identitätsstiftend für Orte und Landschaften erfolgreich zu gestalten. Beispiele wie das Rotkäppchenland in Nordhessen zeigen, wie der Nutzwert des Tourismus unmittelbar vor Ort ankommen kann.

Tourismus im ländlichen Raum
Immer mehr Menschen suchen Erholung in der näheren Umgebung und entdecken in Hessen neue Ziele. Tourismus und Freizeitwirtschaft entwickeln sich für viele Städte und Gemeinden zum Standbein Nummer eins. Vor dem Hintergrund, dass die Bedeutung des Tourismus für den ländlichen Raum im Zeichen des demografischen Wandels immer wichtiger wird, engagiert sich der Hessische Städte- und Gemeindebund für den Erhalt und den Ausbau attraktiver touristischer Angebote jenseits des Ballungsraums. Damit wird auch die Erhaltung der kommunalen Infrastruktur in den ländlichen Räumen gewährleistet. Im Berichtszeitraum hat sich die Geschäftsstelle dafür eingesetzt, die inhaltliche Verbindung zwischen demografischem Wandel, ländlichem Raum und Aktivierung der Bürgerschaft in den Tourismusgremien im Land Hessen als Thema zu platzieren. Natur, regionale Identität und schnelle Erreichbarkeit des Ferienorts werden für die zunehmend älter werdenden Nachfrager bedeutsamer. Das steigende Interesse der Reisebranche an ländlichen Räumen wird zu einer Verdichtung des Angebots führen. Darum plädiert der Hessische Städte- und Gemeindebund für einen ganzheitlichen touristischen Erhalt kommunaler Infrastrukturen in der Fläche.

Neuausrichtung der Hessen Agentur
Nach der Neuausrichtung der Hessen Agentur im Aufgabenfeld Tourismusmarketing nimmt der Hessische Städte- und Gemeindebund regelmäßig an den Sitzungen des Marketingbeirates teil. Für die Konsultationsrunde mit dem Hessischen Wirtschaftsminister steht der Vorsitzende des Ausschusses für Touristik zur Verfügung. Dem touristischen Marketingbeirat arbeiten thematische Arbeitsgruppen zu, auch hier bringt sich der Hessische Städte- und Gemeindebund mit Fachleuten aus dem Mitgliederbereich ein und engagiert sich dafür, Informationen und Einfluss auf die Ausgestaltung touristischer Maßnahmen von der Ortsebene bis zur Landesebene zu gewinnen.

Touristischer Marketingplan

Die Fortschreibung des strategischen Marketingplans wurde in enger Zusammenarbeit mit den am Tourismus beteiligten Akteuren im Lande, den Tourismusverantwortlichen aus den Destinationen und Städten und den weiteren Vertretern (u.a. des HSGB) entwickelt. Für die Hessen Agentur und alle Partner im touristischen System in Hessen ist er Leitlinie und Planungsgrundlage für die künftige Ausrichtung der touristischen Marketing-Aktivitäten für die Jahre 2014 – 2018.

In den Prozess der Weiterentwicklung waren neben der Abteilung Tourismus- und Kongressmarketing vor allem der touristische Marketingbeirat der HA Hessen Agentur GmbH sowie mehrere thematische Arbeitsgruppen eingebunden. Der touristische Marketingbeirat hat sich insgesamt dreimal in Workshops intensiv mit der Weiterentwicklung befasst.

Neben der Weiterentwicklung im Tourismusmarketing wurde im Diskussions- und Entwicklungsprozess deutlich, dass es einen Weiterentwicklungsbedarf im Tourismus in Hessen gibt. Dieser betrifft die Fortschreibung des „Tourismuspolitischen Handlungsrahmens für das Land Hessen“ aus dem Jahr 2007 in folgenden Bereichen:

- Das gesamte Modell der Destinationsaufstellung/-abgrenzung soll ggf. weiter entwickelt werden, insbesondere mit Blick auf eine genaue Spezifizierung, in welchem Aufgaben-, Größen- und Budgetzuschnitt Destinationen verstanden werden sollen.
- Die Umsetzung des Drei-Ebenen-Modells auf lokaler Ebene
- Auch die Aufgabenverteilung zwischen den Ebenen des touristischen Systems in Hessen bedarf an verschiedenen Stellen einer klaren Regelung im Detail.
- Für die (Weiter-)Entwicklung des touristischen Systems in Hessen sollen klare Aufgaben definiert und Zuständigkeiten geschaffen werden.
- Die künftige Förderpolitik auf Landesebene soll auf den noch fortzuschreibenden „Tourismuspolitischen Handlungsrahmen“ und den „Strategischen Marketingplan“ bezogen werden.
- Das System der Tourismusfinanzierung in Hessen soll so aufgestellt werden, dass eine aufgabenadäquate Finanzierung der Strukturen im Tourismus erfolgen kann.

Die Bedeutung des Tourismus als Standortfaktor für die Zukunftssicherung im Ländlichen Raum und für die Ansiedlung von Unternehmen sowie Fachkräften und qualifizierten Arbeitnehmern soll heraus gearbeitet werden.