




**TOURISMUS  
IN HESSEN  
2023**

# INHALT

.....1	.....Vorwort
.....2	..... <b>Touristisches Hessen</b>
.....3	.....Land und Bevölkerung
.....4	.....Touristisches Angebot
.....8	.....Wirtschaftsfaktor Tourismus/ Auswirkungen der Pandemie
.....10	.....Tourismus: Finanzierung und Förderung
.....14	..... <b>Tourismusleitplanken</b>
.....15	.....Tourismuspolitischer Handlungsrahmen (TPH)
.....18	.....Markenfamilie Hessen - Typisch Hessisch
.....20	.....Hessenkarte mit Destinationen
.....24	.....UNESCO Welterbe
.....24	.....Adressen Destinationen
.....28	.....Digitalisierung: Der Tourismusmarkt im Wandel
.....30	..... <b>Akzente</b>
.....31	.....Qualität Kompakt: Was macht es so besonders?
.....32	.....Projekte setzen Akzente
.....42	.....„Typisch Hessisch Award“



„Akteure der Tourismusbranche sind mehr als nur Dienstleister. Sie schaffen Erlebnisse und sind Botschafter ihrer Stadt und ihrer Region. Ihre Angebote tragen zur wirtschaftlichen Entwicklung bei, sichern Aufenthalts- und Lebensqualität und schaffen Perspektiven für den ländlichen und städtischen Raum.“



Tarek Al-Wazir  
Hessischer Minister für  
Wirtschaft, Energie,  
Verkehr und Wohnen



# TOURISTISCHES HESSEN

## LAND UND BEVÖLKERUNG



### FLÄCHE

21.115 km<sup>2</sup>, davon 42 % Wald (Hessen ist zusammen mit Rheinland-Pfalz das waldreichste Bundesland in Deutschland)



### EINWOHNER

6,3 Mio.



### BEVÖLKERUNGSDICHTE

298 Einwohner pro km<sup>2</sup>



### GRÖSSTE FLÜSSE

Rhein, Main, Weser, Neckar, Fulda, Werra, Lahn, Eder, Diemel, Schwalm



### GRÖSSTE SEEN

Edersee, Aartalsee, Diemelsee, Twistesee, Werratalsee



### HÖCHSTE BERGE

Wasserkuppe in der Rhön (950 m), Großer Feldberg im Taunus (878 m), Langenberg im Upland (843 m), Taufstein (773 m) und Hoherodskopf (764 m) im Vogelsberg, Kasseler Kuppe im Hohen Meißner (754 m)

## TOURISTISCHES ANGEBOT

**150** — PRÄDIKATISIERTE STADT-  
UND ORTSTEILE

**19** — HEILBÄDER

**6** — KNEIPPHEILBÄDER

**3** — KNEIPPKURORTE

**4** — HEILKLIMATISCHE KURORTE

**3** — HEILQUELLENKURBETRIEBE

**31** — LUFTKURORTE

**60** — ERHOLUNGSORTE

**24** — TOURISMUSORTE

(Stand Januar 2023, Quelle: Regierungspräsidium Kassel)

## WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS HESSEN<sup>1)</sup>

	2019	2020	2021	ENTWICKLUNG 2021 GGÜ. 2019	ENTWICKLUNG 2021 GGÜ. 2020
Bruttoumsätze Übernachtungsgäste in Betrieben in Mrd. Euro	5,9	2,6	2,8	-52,6%	+5,3%
Bruttoumsätze Tagestourismus in Mrd. Euro	7,3	4,5	5,3	-27,5%	+16,5%
Bruttoumsätze in Mrd. Euro VFR-Übernachtungen (Verwandte und Freunde) in Mrd. Euro	1,2	0,6	0,7	-31,7%	+2,4%
Bruttoumsatz gesamt in Mrd. Euro	<b>14,3</b>	<b>7,8</b>	<b>8,8</b>	<b>-38,6%</b>	<b>+12,5%</b>
Vollzeitäquivalente (touristisch finanzierte Vollzeitstellen)	229.110	120.610	131.050	-42,8%	+8,7%
durchschnittliche Aufenthaltsdauer <sup>2)</sup>	2,2	2,7	2,8		

<sup>1)</sup> Quelle: dwif, Studie: „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, 2022

<sup>2)</sup> Quelle: Gäste und Übernachtungen, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2022

## GASTGEWERBE

	2019	2020
Betriebe (rechtliche Einheiten)	18.523	16.966
Gesamtumsatz in Mrd. Euro	10,6	5,8
Beschäftigte	206.300	157.906

Quelle: Strukturdaten des Gastgewerbes in Hessen, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2022

## WEITERE BEHERBERGUNGSBETRIEBE

	2019	2020	2021	2022
Beherbergungsbetriebe > 10 Schlafgelegenheiten	3.433	3.409	3.308	3.131
Betten	251.148	205.065	203.966	243.032
Campingplätze > 10 Stellplätze	235	232	235	240
Stellplätze	12.670	12.350	12.445	12.443

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2023



### WASSERWANDERWEGE

Diemel, Eder, Fulda, Weser, Werra, Lahn, Neckar, Rhein, Main



### 3.300 KILOMETER RADFERNWEGE UND VIELE TOURISTISCHE THEMENROUTEN

Zu den mit 4 Sternen vom ADFC klassifizierten Qualitätsradrouten zählen, der Diemelradweg, der Fuldaradweg und der Eder-Radweg. Der Lahn-Radweg wurde vom ADFC mit 3 Sterne ausgezeichnet



### MEHR ALS 5.200 KILOMETER WANDERWEGENETZ

Ausgezeichnete qualitätsgeprüfte Wanderwege mit den Gütesiegeln:

„Premiumweg Deutsches Wandersiegel“

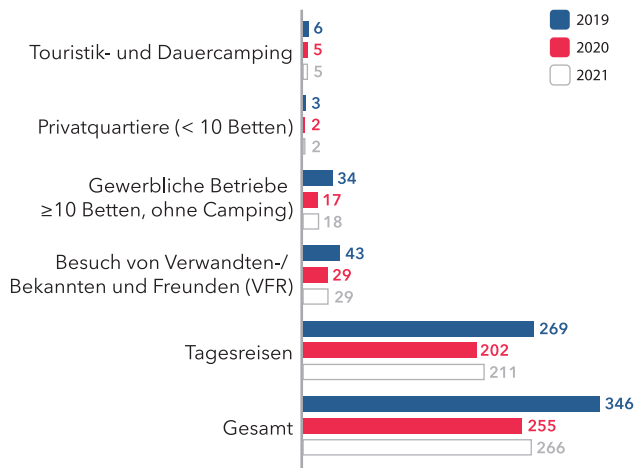
„Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“

148 wanderfreundliche Unternehmungen mit dem Gütesiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“



# WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS/ AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE

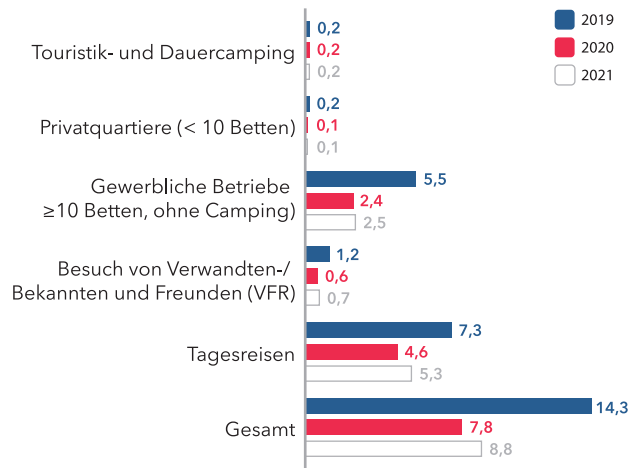
## AUFENTHALTSTAGE in Millionen



- 2020: 28 % weniger Aufenthaltstage und 45 % weniger Bruttoumsatz im Vergleich zu 2019
- 2021 leichte Erholung, trotzdem immer noch 25 % weniger Aufenthaltstage und 39 % weniger Bruttoumsatz als 2019
- Ø Ausgaben pro Tag waren 2020 rückläufig (ca. 25 %), konnten 2021 aber wieder ~ 82 % des Ausgangsniveaus von 2019 erreichen
- Die Mehrheit der Aufenthaltstage und des Bruttoumsatzes sind weiterhin den Tagesreisen zuzuschreiben mit steigenden Marktanteilen seit 2019
- Der Großteil der Tagesausflügler/innen kommt aus Hessen
- Touristik- und Dauercamping im Gegensatz zu anderen Marktsegmenten mit verhältnismäßig geringen Verlusten (befinden sich etwa auf 90 % des Ausgangsniveaus von 2019) Marktanteile der Aufenthaltstage und Bruttoumsatz weiterhin gering bei ca. 2 %
- Touristisches Steueraufkommen in Hessen in Mrd. €:

2019	2019 2020	2020	2020 2021	2021
1,4 Mrd. €	-48,9 %	0,7 Mrd. €	+14,3 %	0,8 Mrd. €

## BRUTTOUMSATZ in Milliarden Euro



- Verluste seit Beginn der Pandemie (2020 + 2021) in Mrd. €
  - Bruttoumsatzverluste gesamt rd. 12,0
  - Segment Übernachtungsgäste rd. 6,3
  - Segment Besuch von Verwandten/ Bekannten/Freunden rd. 1,0
  - Segment Tagesgäste rd. 4,8
  - Branche: Gastgewerbe rd. 6,6
  - Branche: Einzelhandel rd. 3,0
  - Branche: Sonstige Dienstleistungen 2,4
  - Fehlende touristische Wertschöpfung ggü. 2019 rd. 5,7
  - Fehlendes touristisches Steueraufkommen ggü. 2019 rd. 1,3
- Die Tourismusbranche als Jobmotor finanzierte in Hessen durchschnittlich entlohnte Stellen (Vollzeitäquivalente):

2019	2020	2021
229.110	120.610	131.050

Quelle: dwif, Studie: „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, 2022

# TOURISMUS: FINANZIERUNG UND FÖRDERUNG

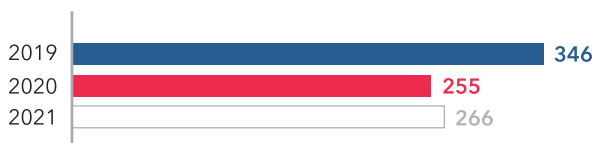
## WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

Der für Hessen wichtige Wirtschaftsfaktor Tourismus gehört zu den von der Pandemie am stärksten getroffenen Branchen. Über 35 Mio. Übernachtungen, 14,3 Mrd. Bruttoumsatz und 230.000 Arbeitsplätze in 2019 sprechen für sich.

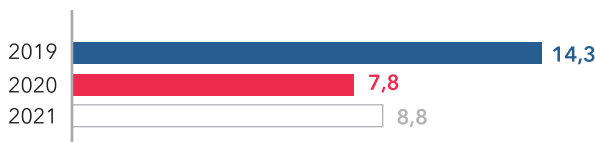
Im zweiten Pandemiejahr 2021 lagen die Übernachtungen bei 18,8 Mio. und haben sich fast halbiert. Mit einem Minus von 47,3% blieben die Übernachtungszahlen weit unter dem Niveau des Rekordjahres 2019.

Frankfurt mit einem hohen Geschäftsreisendenanteil traf der Rückgang mit minus 61,2% am härtesten. Übernachtungen von Inlandsgästen brachen um 47,3% ein. Mit 93,4% brachen ausländische Übernachtungen aus China am stärksten ein. Gefolgt vom Vereinigten Königreich mit minus 77,1% und den USA mit minus 72,8%.

## AUFENTHALTSTAGE in Millionen



## BRUTTOUMSATZ in Milliarden Euro



Quelle: dwif, Studie: „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, 2022

## FÖRDERMITTEL

In Hessen wird die Entwicklung des Tourismus mit Fördermitteln des Landes, des Bundes und dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) unterstützt. Allein im Jahr 2018 und 2019 wurden rund 28 Mio. Euro an Zuwendungen für Infrastruktur und Marketing eingesetzt. In den Jahren 2020 und 2021 waren es rund 24 Mio. Euro.

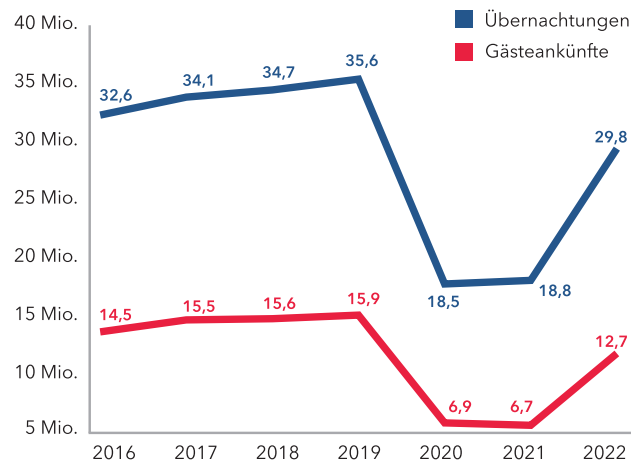
Damit wurden bei einer durchschnittlichen Förderquote von 50 Prozent Gesamtinvestitionen von rund 55 Mio. Euro ausgelöst. In den Jahren 2020 und 2021 waren es rund 66 Mio. Euro.

Für digitale Maßnahmen stellt Hessen von 2021 bis 2024 zusätzlich rd. 10 Mio. Euro zur Verfügung. Mit dem Tourismus-Hub Hessen - Smart.Connected.Hessisch entsteht ein maßgeschneidertes System für touristische Angebote in Hessen.

## TOURISMUSBEITRAG

Hessen geht seit 2017 mit seinem Tourismusbeitrag neue Wege. Mittels einer zweckgebundenen Abgabe tragen Gäste vor Ort direkt zur Förderung touristischer Infrastruktur und touristischen Marketings bei. 2022 gibt es in Hessen 24 anerkannte Tourismusorte.

## GÄSTEANKÜNFTEN UND ÜBERNACHTUNGEN 2016-2022



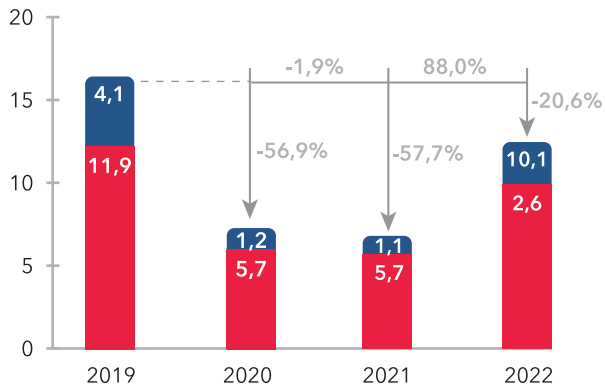
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2023

## BERECHNUNG GESAMT HESSEN MIT VERÄNDERUNGEN 2019-2020-2021-2022

Übernachtungen in Millionen



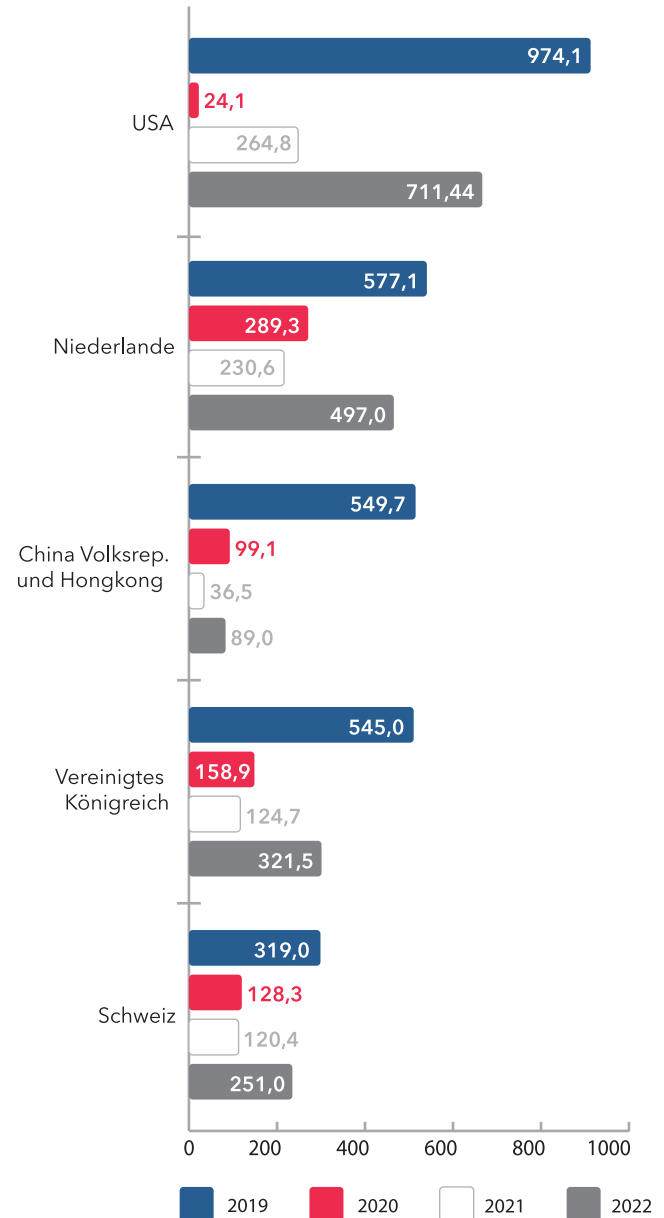
Ankünfte in Millionen



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2023

## DIE WICHTIGSTEN AUSLÄNDISCHEN QUELLMÄRKTE

in Tausend



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2023





## TOURISMUS- LEITPLANKEN

### **TOURISMUSPOLITISCHER HANDLUNGSRAHMEN (TPH)**

Die sogenannten „Leitplanken für den Hessen Tourismus“ stehen auf zwei Fundamenten: Dem Strategischen Marketingplan und dem Tourismuspolitischen Handlungsrahmen.

Beide zusammen bilden die zentrale strategische Grundlage für die Weiterentwicklung des Tourismus in Hessen.

Der TPH dient der Verständigung der touristischen Akteure auf gemeinsame Ziele und Handlungsansätze. Ein einheitlicher Rahmen für die langfristigen Strategien, Anforderungskriterien und Ressourcenanforderungen für den Tourismus in Hessen und seine Destinationen soll geschaffen werden.

Der TPH bietet Orientierung für leistungsfähige Organisations- und Marketingstrukturen auf Landes-, Destinations- und lokaler Ebene, um markt- und wettbewerbsfähig agieren zu können. Er gibt Empfehlungen zur Aufgabenbeschreibung, -abgrenzung und Zusammenarbeit der Ebenen im touristischen System und zeigt Ansätze zur inhaltlichen Weiterentwicklung auf. Dieser strategische Ansatz wird durch ein Umsetzungsmanagement kontinuierlich begleitet. Hauptaufgabe sind operative Unterstützungs- bzw. Beratungsleistungen mit dem Ziel, wettbewerbsfähige Strukturen zu schaffen.

#### **DAS IST MIT DEM TPH 2015 GUT GELUNGEN:**

In 2016 gestartet mit einer wettbewerbsfähig aufgestellten Destination. Ziel war eine Optimierung der Nutzung personeller, finanzieller und marktkonformer Ressourcen. In 2021 haben alle zehn Destinationen die Zielsetzung erreicht.

Der TPH 2015 bedarf einer Fortschreibung. Strukturen und Rahmenbedingungen haben sich sehr stark verändert.

## ANDERER FOKUS IM TPH 2023

Neue Themenschwerpunkte und auch Verschiebungen, die durch die Corona-Pandemie zum Tragen kommen, müssen in einem Fortschreibungsprozess Berücksichtigung finden. Digitale Transformation, demografischer Wandel, Barrierefreiheit und die Verzahnung von Stadt- und Landtourismus, stehen genauso wie Nachhaltigkeit im Tourismus, Qualitätssysteme und Fachkräftemangel verstärkt im Fokus der Betrachtung.

Der TPH 2023 ff. wird geplant ab Mai 2023 gültig. Es gilt, die Grundlagen des bereits vorliegenden TPH, den Strategischen Marketingplan 2019-2024 und die Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum 2020 (die vom Hessischen Umweltministerium verantwortet wird) zu verzahnen.



## **MARKENFAMILIE HESSEN - TYPISCH HESSISCH**

Wofür steht Hessen, was verbinden die Gäste mit Hessen und was verbindet die Branche untereinander? Kurz gesagt: Was ist typisch hessisch?

Diese Frage wird seit 2020 über gemeinsam genutzte Elemente der Markenfamilie Hessen beantwortet. Marken verleihen Produkten oder Dienstleistungen einen emotionalen Wert. Mit einer gemeinsamen Bildsprache, gemeinsamen Schriftbild, Farben und grafischen Elementen wird daran gearbeitet Hessen emotional erfahrbar und wiedererkennbar zu machen. Durch Inhalte eine gemeinsame Identität zu schaffen und zu vermarkten ist das Ziel.

### **GEMEINSAME BILDER UND GESCHICHTEN**

Die touristische Leitgeschichte erzeugt klare Bilder im Kopf und vor allem ein Gefühl:

„Hessen ist die kostbare Verbindung von Stadt und Land, weltoffener Lebensart und märchenhaftem Landleben“

Auf diese Weise wird eine gute Beziehung zu den Zielgruppen aufgebaut- sowohl in der digitalen als auch in der analogen Welt. Eine Tourismusmarke ist ein komplexes System mit einer Markenarchitektur. Die Individualität der Regionen kommt dabei nicht zu kurz. Regionalen Marken werden durch Designelemente, Schrift, Farben und der Leitgeschichte mit der Markenfamilie verbunden.

### **QUALITÄT IST WICHTIG - BEST-OF-STRATEGIE**

Die Markenfamilie steht auch für ein Qualitätsversprechen. Qualitätsentwicklung und -sicherung sind von entscheidender Bedeutung für das Vertrauen in die Marke. Außergewöhnliche und einzigartige Angebote haben „Leuchtturm“-Funktion: Sie werden als Best Practices und Vorbilder weiterverbreitet und stehen als Symbol für die Stärken Hessens. Die Best-of-Strategie identifiziert und entwickelt ab 2022 Best-of-Angebote, die in Zukunft vorrangig präsentiert werden.

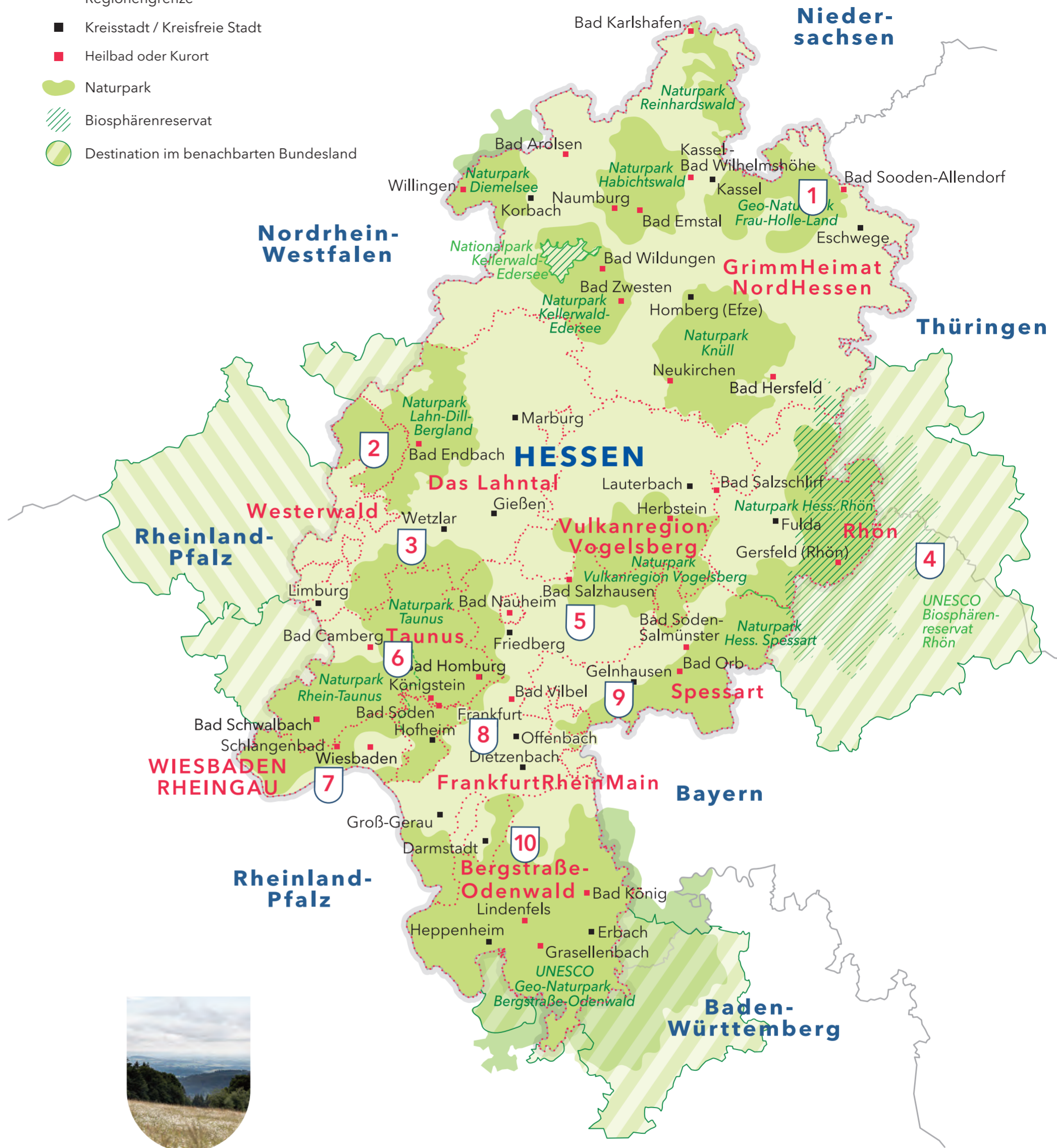
Leitfaden für Best-of-Angebote: [www.hessen-tourismus.de](http://www.hessen-tourismus.de)

### **MARKE LEBEN UND ERLEBEN**

Die Markenphilosophie lebt durch gelebt werden. Deshalb ist das Thema Markenfamilie fester Bestandteil bei der Neuauflage im Tourismuspolitischen Handlungsrahmen 2023.



- ..... Regionengrenze
- Kreisstadt / Kreisfreie Stadt
- Heilbad oder Kurort
- Naturpark
- /// Biosphärenreservat
- Destination im benachbarten Bundesland



## HESSISCHE HIGHLIGHTS



**1 GRIMMHEIMAT NORDHESSEN**  
Schloss Berlepsch



**2 WESTERWALD**  
Tropfsteinhöhle Breitscheid



**3 DAS LAHTAL**  
Schloss Braunfels



**4 RHÖN**  
Ebersburg



**5 VULKANREGION VOGELSBERG**  
Herchhainer Höhe

- = Destinationen:  
 Bergstraße-Odenwald  
 Das Lahntal  
 FrankfurtRheinMain  
 GrimmHeimat NordHessen  
 Rhön  
 Spessart  
 Taunus  
 Vulkanregion Vogelsberg  
 Westerwald  
 Wiesbaden Rheingau



**6 TAUNUS**



**7 WIESBADEN RHEINGAU**  
Mariennaue



**8 FRANKFURTRHEINMAIN**  
Liebighaus



**9 SPESSART**  
Mernerer Jossatal



**10 BERGSTRASSE-ODENWALD**  
Schloss Auerbach



**TOR ZUM FRÜHEN MITTELALTER:**  
Kloster Lorsch



**FLUSS-ROMANTIK:**  
Oberes Mittelrheintal



**OBERGERMANISCH-RAETISCHER LIMES**



**URGEGWALT DES WASSERS:**  
Bergpark Wilhelmshöhe



**POMPEJI DER PALÄONTOLOGIE:**  
Grube Messel



**NATUR NATUR SEIN LASSEN:**  
der Kellerwald



**KLASSIKER DER MODERNE:**  
Fritz Langs Stummfilm „Metropolis“



**REICHENAUER BUCHMALEREI:**  
Gero-Codex



**MÄRCHENHAFTES GESCHICHTEN:**  
Kinder- und Hausmärchen der Brüder Grimm



**AUS DER KINDERSTUBE DER MEDIZIN:**  
Lorscher Arzneibuch



**„GRUNDGESETZ“ DES HEILIGEN RÖMISCHEN REICHES DEUTSCHER NATION:**  
Goldene Bulle Kaiser Karls IV.



**ZEUGNISSE DER NS-VERBRECHEN:**  
• 1. Frankfurter Auschwitz-Prozess  
• Archiv des International Tracing Service (ITS)

## HESSENS DESTINATIONEN

### DESTINATION DAS LAHNTAL

Lahntal Tourismus Verband e.V.  
Brückenstraße 2  
35576 Wetzlar  
06441 30 99 80

@ info@daslahntal.de

www.lahntalliebe.de

### DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU

Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH  
Haus der Region  
Rheinweg 30  
65375 Oestrich-Winkel  
06723 602720

@ info@wiesbaden-rheingau.de

www.wiesbaden-rheingau.de

### DESTINATION FRANKFURTRHEINMAIN

Tourismus+Congress GmbH  
Frankfurt am Main  
Kaiserstraße 56  
60329 Frankfurt am Main  
069 247455452

@ info@infofrankfurt.de

www.frankfurt-rhein-main.de

### DESTINATION WESTERWALD

Westerwald Touristik-Service  
Kirchstr. 48a  
56410 Montabaur  
02602 30010

@ mail@westerwald.info

www.westerwald.info

### DESTINATION SPESSART

Spessart Tourismus und Marketing GmbH  
Holzgasse 1  
63571 Gelnhausen  
06051 887720

@ info@spessart-tourismus.de

www.spessart-tourismus.de

### DESTINATION RHÖN

Rhön GmbH - Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement  
Rhönstraße 97  
97772 Wildflecken Oberbach  
09749 9300800

@ info@rhoen.de

www.rhoen.de

### DESTINATION BERGSTRASSE-ODENWALD

Odenwald Tourismus GmbH  
Marktplatz 1  
64720 Michelstadt  
06061 965970

@ info@bergstrasse-odenwald.de

www.bergstrasse-odenwald.de

### DESTINATION GRIMMHEIMAT NORDHESSEN

Regionalmanagement Nordhessen GmbH  
Ständeplatz 17  
34117 Kassel  
0561 97062240

@ urlaub@grimmheimat.de

www.grimmheimat.de

### DESTINATION VULKANREGION VOGELSBERG

Vulkanregion Vogelsberg Tourismus GmbH  
Am Vulkaneum 1  
63679 Schotten  
06044 966930

@ info@vogelsberg-touristik.de

www.vulkanregion-vogelsberg.de

### DESTINATION TAUNUS

Taunus Touristik Service e.V.  
Hohemarkstraße 192  
61440 Oberursel (Taunus)  
06171 507820

@ ti@taunus.info

www.taunus.info



## **DIGITALISIERUNG: DER TOURISMUSMARKT IM WANDEL**

Die Pandemie hat die Anforderungen an die Digitalisierung des Tourismus rasant beschleunigt und Arbeitsabläufe, Kommunikationsstrukturen und Wertschöpfungsketten nachhaltig verändert. Um den digitalen Wandel im Tourismusmarkt zu unterstützen, investiert das Hessische Wirtschaftsministerium rund zehn Millionen Euro bis 2024.

### **KEINE LÖSUNG VON DER STANGE**

Der „**Tourismus-Hub Hessen**“ ist eine neue Datenbanklösung für Hessen und strukturiert, standardisiert und vernetzt sämtliche hessischen Angebote und Daten und stellt diese maschinenlesbar zur Verfügung.

Er versteht nicht nur Open Data, Google und den Knowledge Graphen. Ganz bewusst setzt er auch auf klassische Schnittstellen und den Austausch mit Online-Reisebüros, Medienpartnern und dem Reisevertrieb. Sichtbarkeit und Reichweite aller hessischen Angebote werden damit wirkungsvoll gesteigert.

Suchmaschinen wie beispielsweise Google und Sprachassistentenprogramme wie „Alexa“ und „Siri“ können Gästen somit zielgenaue vernetzte Auskünfte zum touristischen Angebot in Hessen bereitstellen. Wenn der Gast Suchmaschinen fragt, welche Fitnessveranstaltung oder welches Kultur-Event es heute im Umkreis von 20 Kilometern gibt, bekommt er nicht nur alle zielgenau genannt, sondern auch noch buchbare Tickets angezeigt oder falls ausverkauft, Alternativen angezeigt.

### **TOURISMUS-HUB HESSEN: SEIT SEPTEMBER 2022 AM START**

Der Tourismus-Hub Hessen besteht aus vier Modulen.

Der **Content-Hub**: Er ist das Herzstück und stellt eine Datenbank für nicht buchbaren Inhalt wie Sehenswürdigkeiten, interessante Orte oder Gastronomie dar.

Der **Meta-Hub**: Er ist das Einstiegsportal zum Tourismus-Hub Hessen und ermöglicht den Zugriff auf alle Module, ebenso eine Weiterbildungs- und Wissensplattform.

Der **Media-Hub**: Ist eine für alle touristischen Akteure in Hessen nutzbare moderne Bild- und Mediendatenbank.

Der **Erlebnis-Hub** rundet die Technologie ab und wird buchbare Erlebnisse - von Touren, Aktivitäten oder Veranstaltungen - aus ganz Hessen präsentieren. Dieser Hub wird derzeit entwickelt.

### **DER TOURISMUS-HUB HESSEN - SMART.CONNECTED.HESSISCH**

Der Tourismus-Hub Hessen entsteht schrittweise und ist einzigartig. Er erfasst und bildet somit die gesamte Bandbreite von Ausflugsmöglichkeiten über Unterkünfte bis zu Veranstaltungen in Hessen ab.

## **QUALITÄT KOMPAKT: WAS MACHT ES SO BESONDERS?**

„One face to the customer“ - Bei Qualität kompakt kommt Qualität aus einer Hand, angesiedelt unter einem Dach. Die Hessische Landesregierung fördert Qualität kompakt jährlich mit 227.000 Euro.

Seit 2017 bildet das System an Qualitätsinitiativen der Fachverbände die Ansprüche nationaler wie internationaler Gäste ab. Gast und Betrieb dient dies als Orientierung am Markt. Überprüfbare Kriterien unterstützen Betriebe in ihrer qualitativen Weiterentwicklung.

— **Klassifizierungssysteme:**

Deutsche Hotelklassifizierung durch den DEHOGA  
G-Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen durch den DEHOGA  
Klassifizierung von Ferienhäusern, Ferienwohnungen und Ferienzimmern durch den DTV  
ADAC-Campingplätze  
DTV/BVCD Campingplatzklassifizierung

— **Qualitätsinitiativen** für Abläufe in der Dienstleistung:  
Service Qualität Deutschland für tourismusrelevante Leistungsträger und Tourismusorte  
i-Marke für Touristinformationen

— **Themenlabels** für die Spezialisierung auf Zielgruppenbedürfnisse:  
Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland durch den Deutschen Wanderverband e.V.  
Bett+Bike durch den ADFC e.V.  
Reisen für Alle  
Hessen à la Carte

### **QUALITÄT UND GÄSTEZUFRIEDENHEIT IN BEWERTUNGSPORTALEN**

Der Zertifizierungsprozess hilft Betrieben, sich mit Gästeorientierung, Qualität und internen Prozessen auseinanderzusetzen. Qualitätsinitiativen und -management sind hilfreiche Instrumente, um Unternehmen resilient und zukunftsfähig aufzustellen.

**Festgestellt werden kann:** Qualitätsgeprüfte Betriebe werden von Gästen positiver bewertet.



**AKZENTE**

## **PROJEKTE SETZEN AKZENTE**

### **ERLEBNISPFAD HOLZKUGELBAHN ROTENBURG A.D. FULDA**

Rotenburg, eine Stadt im Landkreis Hersfeld-Rotenburg, mit Fachwerkhäusern und Waldgebieten hat einen Erlebnispfad mit Kugelbahn sowie einer Sommerodelbahn zu bieten.

Eine in Hessen einmalige Holzkugelbahn führt entlang des 2,2 km langen Erlebnispfads am Stadtrand von Rotenburg. Die Kugelbahn bietet auf 200 m Länge 16 Stationen mit 10 Spiel- und 6 Streckenelementen. Die einzelnen Stationen variieren zwischen Geschicklichkeitsspielen, Kletterelementen und Rennstrecken. In ihren Motiven sind sie Gebäuden, Partnerstädten und landschaftlichen Gegebenheiten Rotenburgs nachempfunden. Die Bahn verläuft entlang schon bestehender Wege und kreuzt an einer Stelle den neu konzipierten Alheimerwanderweg R6.

Gesamtinvestition: 190 Tsd. Euro  
Fördersumme aus GRW: 95 Tsd. Euro

### **TIERPARK SABABURG**

Der Tierpark Sababurg ist ein Wildpark an der Sababurg im Reinhardswald im Landkreis Kassel. Er zählt mit rund 130 ha Fläche zu den größten und ältesten Wildparks in Europa. Themenschwerpunkte sind der Urwildpark, der Archepark mit Bauernhof und der Kinderzoo sowie die Greifvogelstation, das Tierparkmuseum und die Bienenwelt. Das Motto lautet: „Tiere ohne Grenzen“. 900 Tiere aus 80 verschiedenen Arten können in ihren natürlichen Lebensräumen beobachtet werden. Viele Tierarten leben in Kontaktgehegen, in denen man ihnen ganz nah kommen kann.

Der Eingangsbereich wurde barrierefrei umgebaut. Der Ausbau der „Freizeit- und Spielerlebnisangebote im Tierpark Sababurg“ wird für ein noch größeres und schöneres Spielerlebnis mit neuen Spiel- und Spielplatzbereichen, Grillplätzen sowie Verweilmöglichkeiten gefördert.

Gesamtinvestition Eingangsbereich und Freizeit- und Spielerlebnisangebote: 5,4 Mio. Euro

Fördermittel GRW und EFRE: 3,5 Mio. Euro







## PARKLANDSCHAFT KURPARK BAD VILBEL

### „Bad Vilbel zu Fuß entdecken“ - Stadtwander- und Spazierwege

Die Tourismus- und Naherholungsstruktur für die Stadt Bad Vilbel wurde ausgebaut. Diese Maßnahmen erhöhen die touristische Attraktivität der Stadt der Quellen in der Wetterau.

- Kurgarten „Brunnentempel“  
Die am Niddaradweg gelegene Anlage mit Trinkgelegenheit für Heilwasser gibt es seit 1939. Der Brunnentempel wurde durch verschiedene Maßnahmen aufgewertet.
- Kurpark „Ehrenmal“ und „Niddarondell“  
Der Kurpark Bad Vilbel wurde Ende 1933 von Philip Siesmayer gestaltet. Jetzt wurden das Denkmal und sein Umfeld sowie das Niddarondell aufgewertet.
- Gerberpark „Lohgerberbrunnen“ und „Sitzstufen am Mühlensteg“  
Die Brunnenanlage wurde attraktiviert und ein Platz zum Verweilen geschaffen. Eine zweireihige lauschige Sitzstufenanlage wurde neu gebaut.
- Erweiterter Burgpark „Ausbau des Arboretums“ und „Niddastufen“  
Vorhandene Gehölzgruppen wurden durch seltene Laub- und Nadelgehölze ergänzt. Das direkte Umfeld an zwei Flussböschungen wurde attraktiviert.
- Generationenpark „Aquapark“, „Kneipp-Anlage mit Heil- und Kräutergarten“, „Skater-Anlage“, „Aufenthaltsflächen“  
Ein Generationenpark mit Streetball- und Skateranlage, Infrastruktur für Radfahrer mit Ladestationen, Aufenthaltsflächen, Aquapark, Kneipp Tretbecken, Heil- und Kräutergarten sowie ein Barfußpfad wurde errichtet.

Gesamtinvestition: 2,3 Mio. Euro  
Fördersumme aus EFRE: rd. 1,1 Mio. Euro



## **WILLINGEN**

Willingen, im Mittelgebirge des Sauerland gelegen, ist heilklimatischer Kurort und Kneippheilbad im Landkreis Waldeck-Frankenberg. Touristen aller Zielgruppen kommen für Aktivitäten wie Wintersport, Radfahren und Wandern oder um sich Ruhe und Erholung zu gönnen. Die Gemeinde hat die höchste Tourismusintensität in Hessen.

Die Erweiterung und Neugestaltung des Lagunen-Erlebnisbades sowie die Erweiterung und Verbesserung der Saunabadelandschaft setzen einen bedeutenden Akzent für Urlaubs- und Tagesgäste genauso aber auch für die ansässige Bevölkerung.

### **LAGUNEN-ERLEBNISBAD**

Mittelpunkt bildet das von außen nach innen laufende Solebecken. Attraktionen des Bades sind ein echtes umschwimmbares Schiff, verschiedene Massageeinrichtungen, zusätzliche 25 Meter Bahnen, Kinderbecken, Schiffchenkanal und Spraypark ergänzt vom Rutschegebäude. Mit dem Lagunen-Erlebnisbad entsteht eine attraktive Freizeiteinrichtung und ein weiterer Touristenmagnet. Die bestehenden touristischen Einrichtungen werden durch das neue Lagunen-Erlebnisbad um ein ganzjähriges wetterunabhängiges Angebot bereichert. Attraktiv für Familien, Sportler, Senioren, Tagestouristen, Feriengäste und Einwohner gleichermaßen.

Gesamtinvestition: 27,3 Mio. Euro

Fördersumme aus GRW: rd. 14,5 Mio. Euro

### **SAUNABADELANDSCHAFT**

Die neue Saunabadelandschaft bietet neben den klassischen Innensaunen mit verschiedenen Themen auch eine Textilsauna, ein Sanarium und ein Dampfbad nebst Infrarotkabine. Ergänzend kommt der Neubau der Außensaunen in Form einer „Sauna-Aufguss-Arena“ bzw. einem Saunagarten hinzu.

Barrierefreiheit gewährleistet ein durch alle Ebenen fahrender Aufzug, behindertengerechte Umkleiden mit WC und eigene Duschen.

Mit der Neuerrichtung der erlebnisorientierten Saunabadelandschaft werden die Wünsche unterschiedlicher Zielgruppen nach Sauna, Entspannung, Erholung, Gesundheit, Spaß und Erlebnis angesprochen.

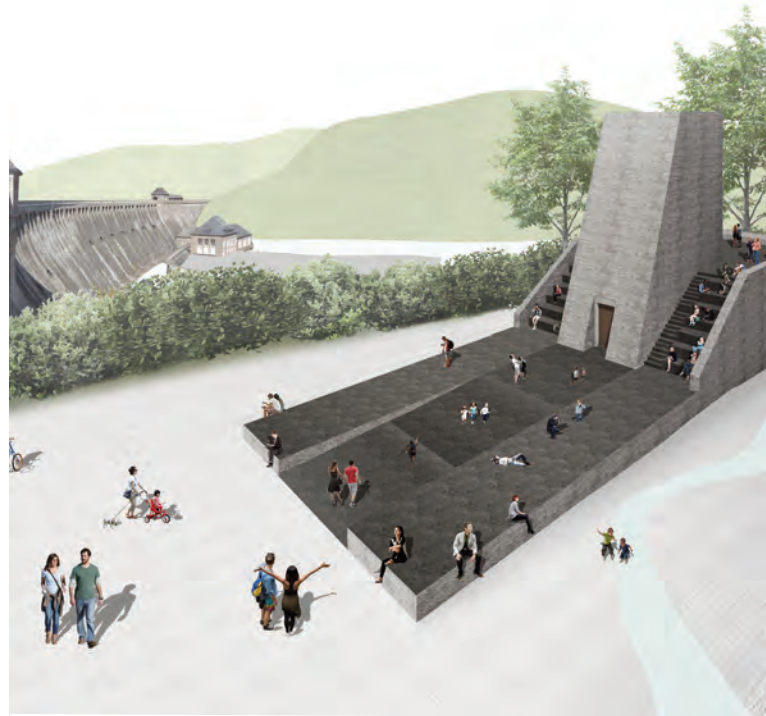
Gesamtinvestition: rd. 5,4 Mio. Euro

Fördersumme aus GRW: rd. 3,9 Mio. Euro

## GÄSTEZENTRUM MIT ERLEBNISCHARAKTER AM EDERSEE

Neben dem Edersee zählt vor allem die über 100 Jahre alte Talsperre zu den touristischen Attraktionen in Hessen. Jährlich besuchen mehrere Millionen Menschen das Bauwerk. Auf dem Sperrmauervorplatz entsteht ein Besucherzentrum mit einem 10 Meter hohen Turm: Von der dortigen Aussichtsplattform lässt sich die Edersee-Region eindrucksvoll überblicken. Das Besucherzentrum selbst ist als Dokumentationseinrichtung mit musealem Erlebnischarakter konzipiert. Die Besucher können sich hier beispielsweise über das Edertal, den Hochwasserschutz oder die Stromerzeugung durch Wasserkraft informieren. Es wird aber auch die Zerstörung der Talsperre während des Zweiten Weltkrieges dokumentiert oder die Bedeutung des Tourismus für die Edersee-Region dargestellt.

Das neue Besucherzentrum Edersee leistet einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Attraktivität der Edersee-Region und schafft ein zusätzliches wetterunabhängiges Angebot. Die Region erwartet positive Effekte auf die örtliche Reisebranche, das Gastgewerbe, die Freizeitwirtschaft und den heimischen Handel. Mit rund 1,3 Millionen Euro unterstützt daher das Land Hessen die Gemeinde Edertal beim Bau des Gästezentrums Edersee. Die Mittel stammen aus der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW).



## GREENTRAIL WALDECK-FRANKENBERG

Mountainbiken für jedermann: Unter diesem Motto steht die Planung und Umsetzung des europaweiten, einzigartigen Projektes „Greentrail Waldeck-Frankenberg“.

Es soll ein kreisweites Wegenetz für Mountainbiker entstehen. Ziel dieses Wegenetzes ist neben einer Rundstrecke auch die Realisierung mehrerer Trailparks, die den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen entsprechen. In mehreren Arealen des Projektgebietes wird jeweils ein geschlossenes Trailnetz angelegt, bestehend aus zwei oder drei verschieden langen Runden. Diese einzelnen Trailparks sind in die Natur eingebettet und werden mit attraktiven Verbindungsstrecken verknüpft. So ist sichergestellt, dass sowohl eine Attraktivität für die einzelnen Standorte geschaffen wird, als auch für das gesamte Netz. Es soll somit das größte zusammenhängende Trailnetz Europas entstehen und ist eine Bereicherung für den Landkreis und alle teilnehmenden Kommunen, die sich an der Planung und Umsetzung des Projektes beteiligen.

Ein wichtiger Punkt bei der Gestaltung des Wegenetzes ist der Faktor Naturerlebnis, d. h. die Wege bieten nicht nur fahrtechnisch einen besonderen Reiz für den Radfahrer, sondern auch die Vielseitigkeit und Schönheit der Mittelgebirgslandschaft im Landkreis Waldeck-Frankenberg wird in den Mittelpunkt gesetzt. Auf diese Weise verbinden sich für begeisterte Mountainbiker die drei wichtigen Elemente von Sport, technischen Fahrkönnen und Naturerlebnis zu einer Urlaubs- und Freizeitaktivität.

Die Planung und Umsetzung des Greentrail Waldeck-Frankenberg ist mit rund 7,3 Mio. Euro Förderung geplant. Die Fördermittel stammen aus der Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) und dem Europäischen Fond für regionale Entwicklung (EFRE).





v.l.n.r. Andrea Staude (Grimmwald Tiny Haus GbR), Anke Haub (Inklusiver Pilgerweg), Staatssekretär Dr. Philipp Nimmermann (HMWEVW), Kai Climenti (Walk like a local)

## **„TYPISCH HESSISCH AWARD“**

Mit dem Hessischen Tourismuspreis (TYPISCH HESSISCH AWARD) werden touristischer Unternehmertegeist und vorbildliche Angebote in Hessen durch das Land gefördert. Er ermutigt zu mehr Fortschritt, individuellen Lösungen und neuen Kooperationen. Er belohnt die besten Projekte und Angebote aus ganz Hessen. Darunter fallen sämtliche touristische Innovationen, nachhaltige Projekte, barrierefreie Angebote oder kundenorientierte Services. Er wird alle zwei Jahre ausgelobt und ist mit 10.000 Euro dotiert.

### **DIE PREISTRÄGER 2021 FÜR DIE BESTEN ANGEBOTE UND PROJEKTE SIND:**

1. Platz: Die Frankfurter Tourismus+Congress GmbH für ihren inklusiven Pilgerweg, ein durch Frankfurt verlaufender Abschnitt des Jakobswegs, der auf einer Länge von 15 Kilometern barrierefrei gestaltet wurde.
2. Platz: Das Rüdeshheimer Angebot „Walk like a local“, eine per Smartphone geleitete Wandertour zu den lokalen Aussichtspunkten, deren Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Weinprobe mit auf den Weg bekommen. Die Verbindung von Wein, Wanderung, Geschichte und Geschichten wird zum interaktiven Erlebnis.
3. Platz: Die Grimmwald Tiny Haus GbR aus Edermünde für ihr mobiles, nur 15 Quadratmeter Grundfläche beanspruchendes Ferienhaus, das aus nordhessischen Hölzern gefertigt ist und in seinen Einrichtungsdetails vielfach auf die Märchen der Brüder Grimm anspielt. Minimalistisch, märchenhaft und gleichzeitig luxuriöses Urlaubsrefugium von auffälligem Design und mit außergewöhnlichem Dekor.

## Herausgeber:

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,  
Energie, Verkehr und Wohnen  
Kaiser-Friedrich-Ring 75 | 65185 Wiesbaden  
Tel.: 0611 815 0 | Fax: 0611 815 2239  
poststelle@wirtschaft.hessen.de | wirtschaft.hessen.de

## Gestaltung:

N. Faber de.sign, Wiesbaden

## Druck:

AC Medienhaus GmbH Wiesbaden  
Stand: März 2023

## Bildnachweise:

**Titel:** © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | **Seite 1:** © Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Oliver Rüter | **Seite 2:** © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | **Seite 7 v.o.n.u.:** © HA Hessen Tourismus, Florian Trykowski; © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | **Seite 15:** © HA Hessen Tourismus | **Seite 17:** © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | **Seite 20 v.l.n.r. & v.o.n.u.:** © Schloss Berlepsch GmbH & Co. KG; © Klaus-Peter Kappest; © Lahntal Tourismus Verband, Dominik Ketz, © Rhön GmbH, © Christina Marx | **Seite 21 v.o.n.u.:** © Utageleiser-Photography; © Filmagentur Rheingau, Woody T. Herner | **Seite 22 v.l.n.r.:** © #visitfrankfurt, David Vasicek; © Claus Tews | **Seite 23:** © Odenwald Tourismus GmbH | **Seite 24-26 v.l.n.r. & v.o.n.u.:** © Magistrat der Stadt Lorsch; © Rhein-Main Touristik; © Römerkastell Saalburg; © Regionalmanagement Nordhessen GmbH; © Landesmuseum Darmstadt; © Nationalpark Kellerwald-Edersee; © Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung; © Universitätsbibliothek Darmstadt; © Museumslandschaft Hessen Kassel; © Ute Brunzel; © Staatsbibliothek Bamberg, Msc.Med.1, Fotograf: Gerald Raab; © Uwe Dettmar, International Tracing Service (ITS) | **Seite 27:** © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | **Seite 30:** © HA Hessen Tourismus | **Seite 33 v.o.n.u.:** © Marketing- und Entwicklungsgesellschaft Rotenburg an der Fulda; © Renate Hofmann | **Seite 34:** © Bad Vilbel, Svenja Kost | **Seite 36:** © Bremer + Bremer Architekten | **Seite 39 v.o.n.u.:** © Architekturbüro Hesse, Korbach; © GrimmHeimat NordHessen | **Seite 40:** © Artur Worobiow fotografie | **Seite 42+43:** © Salome Roessler



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie Wahlen zum Europaparlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Druckschrift dem Empfänger zugegangen ist. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden



[www.hessen.de](http://www.hessen.de)