

Presseinformation

Wiesbaden, 14. Februar 2018

TOURISMUS IN HESSEN WEITER AUF ERFOLGSKURS ACHTES REKORDJAHR IN FOLGE

Hessen wird immer attraktiver für Touristen. Die Zahl der Gäste wuchs im vergangenen Jahr nach Berechnungen des Statistischen Landesamts um 5,1 Prozent auf 15,3 Millionen, die der Übernachtungen um 4,6 Prozent auf 34,1 Millionen. Damit liegen die Zuwachsraten bei den Übernachtungen in Hessen erstmals sogar höher als die Zuwachsraten im bundesweiten Durchschnitt (+3 Prozent). „Urlaub in Hessen ist hip und wird von Jahr zu Jahr beliebter. 2017 ist das achte Rekordjahr in Folge“, sagte Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir am Mittwoch in Wiesbaden. „Die hessische Tourismusbranche hat die Herausforderungen des Markts wie Digitalisierung, barrierefreies Reisen und Bevölkerungswandel erfolgreich angenommen. Wir können auch für 2018 optimistisch sein.“

Im laufenden Jahr locken die hessischen Tourismusziele verstärkt mit kulinarischen Spezialitäten. Sie folgen damit dem Motto des Auslandsmarketings der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) „Culinary Germany“. Hierfür wird es das ganze Jahr verschiedene Kulinarik-Veranstaltungen in Hessen geben: Vom Bergsträßer Weinfrühling, über den Milch- und Honigmarkt Gersfeld, die Odenwälder Lammwochen bis zu Grimms Naschmarkt in Rotenburg an der Fulda und dem Grüne-Soße-Festival in Frankfurt. Viele dieser Veranstaltungen werden jetzt auch erstmals international beworben. Zudem ist der Nationalpark Kellerwald-Edersee seit kurzem erster hessischer Träger des Titels „Fahrtziel Natur“. Dies würdigt auch das nachhaltige Mobilitätskonzept des dank der Reaktivierung der Kurhessenbahn jetzt gut mit der Bahn zu erreichenden Nationalparks. „Das stärkt den ökologischen Tourismus in unserem Bundesland“, sagte Al-Wazir.

Überdurchschnittlich gut läuft in Hessen das Geschäft mit ausländischen Gästen, die 22,5 Prozent der Übernachtungen buchten (Deutschland insgesamt: 18,3 Prozent). Wichtigster Quellmarkt waren die USA (11,2 Prozent der internationalen Übernachtungen), gefolgt von den Niederlanden (8,2 Prozent). Auf dem dritten Rang konnte sich China (7,0 Prozent) vor Großbritannien (6,4 Prozent) behaupten. Hohe Zuwachsraten verzeichneten die Übernachtungen indischer Gäste (+ 19,6 Prozent) und chinesischer Gäste (+ 5,9 Prozent). „Die Marketingaktivitäten in diesen beiden Ländern zahlen sich aus“, kommentierte der Minister.

„Wir wollen das Auslandsgeschäft weiter ausbauen“, sagte Al-Wazir. Daher hat das Land die für Tourismus- und Kongressmarketing zuständige Hessen Agentur mit der Entwicklung und Umsetzung einer globalen Kommunikationsstrategie für internationale Märkte beauftragt. Die englischen und niederländischen Sprachversionen der neu gestalteten Webseite hessen-tourismus.de werden im ersten Quartal des Jahres 2018 fertiggestellt und online gehen.

Hessen geht neue Wege: Initiative „Qualität kompakt“ startet

Ebenfalls zur Stärkung der Tourismusbranche dient eine gemeinsame Initiative des Hessischen Tourismusverbandes (HTV), des DEHOGA Hessen und der HA Hessen Agentur zur Schaffung eines gemeinsamen Klassifizierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätsmanagements für die hessischen Tourismusbetriebe. Die bundesweit einmalige

Initiative beabsichtigt unter dem Namen „Qualität kompakt“ eine Bündelung der Qualitätsinitiativen und -systeme zu erarbeiten. „Künftig wird es für die etablierten Qualitätssysteme „Deutsche Hotelklassifizierung“, „ServiceQualität Deutschland in Hessen“, „Hessen à la carte“ und „Reisen für Alle“ einen gemeinsamen Ansprechpartner in Hessen geben. Der Wandel im Tourismus und die hohen Qualitätsansprüche der Gäste machen das erforderlich“, sagte der Minister. „Der Tourismus sichert Einkommen und Existenzen im ganzen Land. Wir wollen ihn als Wirtschaftsfaktor sichern und entwickeln.“ Das Vorhaben soll noch im Frühjahr umgesetzt werden und richtet sich an alle hessischem Unternehmen und Einrichtungen, die ihren Service verbessern und klassifizieren lassen möchten.

Gemeinsamer Auftritt auf der ITB

Zur Tourismusförderung zählt auch der gemeinsame Auftritt des Landes mit den Städten Frankfurt und Wiesbaden auf der Internationalen Tourismusbörse vom 7. bis 11. März in Berlin. Die Kosten für die Präsentation werden vom Land Hessen, der Region FrankfurtRheinMain – vertreten durch die Städte Frankfurt und Wiesbaden – und zahlreichen Unterausstellern gemeinsam getragen. Neu in diesem Jahr ist die Weinerlebniswelt der beiden Weinbauverbände Rheingau und Bergstraße.

Frankfurt – neue Frankfurter Altstadt und Kulturhighlights

Der Fokus in Frankfurt liegt 2018 neben der Vermarktung des wachstumsstarken Kongresssektors besonders auf der Stärkung des Profils als attraktives Städtereiseziel, erläuterte Thomas Feda, Geschäftsführer der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main. „Mit der Eröffnung der neuen Altstadt wird ein herausragendes Projekt vollendet, das einerseits Frankfurt als geschichtsträchtigen Ort präsentiert und sich andererseits positiv auf die Besucherzahlen auswirken wird. Durch die Rekonstruktion der Altstadt auf historischen Grundrissen und der Möglichkeit, den Krönungsweg zwischen Römer und Dom begehen zu können, wird ein Stück altes Frankfurt wieder erlebbar.“ Feda verwies auch auf die Ausstellungen „Basquiat. Boom for Real“ in der Kunsthalle Schirn und „Rubens. Kraft der Verwandlung“ im Städel Museum.

Wiesbaden – Attraktives Städtereiseziel und innovativer Tagungs- und Kongressstandort

Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH, zeichnete für die Entwicklung des Tourismus in Wiesbaden im vergangenen Jahr ein positives Bild. Auch 2017 konnte Wiesbaden das hohe Niveau der Übernachtungszahlen halten und sich als attraktives Städtereiseziel behaupten. Neue Angebote wie der digitale Reiseführer „Cool Cities“, der neben Weltmetropolen Wiesbaden als erste sogenannte „Boutique-Destination“ aufgenommen hat, sowie die zielgerichtete Vermarktung von Besucherpaketen zu kulturellen Höhepunkten, wie den Internationalen Maifestspielen, dem Rheingau Musik Festival oder Ausstellungen im Museum Wiesbaden, erreichten kulturinteressierte Städtereisende. Mit der Eröffnung des neuen RheinMain CongressCenters im April werde die Landeshauptstadt zudem weiter an Attraktivität als Tagungs- und Kongressstandort gewinnen. Bei einem Empfang in der hessischen Landesvertretung am Vorabend der ITB werden das neue Veranstaltungshaus und die Wiesbaden Kongressallianz wichtigen Entscheidern der MICE-Branche präsentiert.

KONTAKT: Wolfgang Harms, Pressestelle
Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung
Kaiser-Friedrich-Ring 75, 65185 Wiesbaden,
TEL: 0611 815 2021
MAIL: wolfgang.harms@wirtschaft.hessen.de
www.wirtschaft.hessen.de