



**Konzept zur Neustrukturierung des
Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreis**

Inhaltsverzeichnis

1. Anlass	3
2. Der Tourismuspolitische Handlungsrahmen des Landes Hessen	4
3. Die Destination Taunus	7
3.1 Derzeitige Struktur	7
3.2 Zukünftige Struktur	8
4. Die Destination Rheingau	13
4.1 Derzeitige Struktur	13
4.2 Zukünftige Struktur	15
5. Wesentliche Projekte der Tourismusedwicklung	17
5.1 Die LEADER-Region Rheingau	18
5.2 Die LEADER-Region Taunus	19
5.3 Der Naturpark Rhein-Taunus	21
5.4 Das Weltkulturerbe Oberes Mittelrheintal	22
5.5 Das Weltkulturerbe Limes	24
6. Zusammenfassung erforderlicher Maßnahmen und Ressourcen	28

Bearbeitung

Diese Strategie wurde von der Stabsstelle Kreisentwicklung und Wirtschaftsförderung zusammengefasst.

Ansprechpartner:

Yvonne Grein

Heimbacher Straße 7

65307 Bad Schwalbach

Fon: 06124-510 308

Fax: 06124-510 18 308

yvonne.grein@rheingau-taunus.de

Achim Staab

Heimbacher Straße 7

65307 Bad Schwalbach

Fon: 06124-510 487

Fax: 06124-510 18 487

achim.staab@rheingau-taunus.de

1. Anlass

Anlass für die Erstellung des vorliegenden Tourismuskonzeptes war der Beschluss des Kreistages, dass ein Tourismuskonzept für den Rheingau-Taunus-Kreis in Zusammenarbeit mit der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH und weiteren Tourismusträgern bis Ende des Jahres 2018 zu erstellen und dem Kreistag vorzulegen ist. Dieser Beschluss wurde am 8. März 2018 gefasst.

Um die konkreten Inhalte des Konzeptes zu bestimmen und die Leitlinien der touristischen Entwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis zu diskutieren, hat die Verwaltung eine Arbeitsgruppe zur Neustrukturierung des Tourismus (AG Tourismus) einberufen.

Zum Teilnehmerkreis gehörten:

- Vertreter der Bürgermeister der Regionen Aar, Idsteiner Land und Rheingau
- Vertreter aller Fraktionen im Kreistag
- Vertreter des Zweckverbands Rheingau
- Regionalmanager der LEADER-Regionen Rheingau und Taunus
- Vertreter der Kreisverwaltung
- Geschäftsführer des Naturparks Rhein-Taunus
- Geschäftsführer der touristischen Destinationsmarketingorganisationen Taunus Touristikservice e.V. und Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH

Bereits in der ersten Arbeitsgruppensitzung haben sich die Teilnehmer darauf geeinigt, dass das vorzulegende Tourismuskonzept sein Hauptaugenmerk auf organisatorische (strukturelle) und finanzielle Fragen des Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreis richten soll. Die inhaltliche Ausrichtung von Projekten soll eher den touristischen Vermarktungsorganisationen und den anderen Akteuren, die touristische Projekte planen und umsetzen, vorbehalten sein.

In insgesamt vier Arbeitsgruppensitzungen von April bis November 2018 wurden die Strategielinien und Maßnahmen, die im Folgenden im Konzept zusammengefasst sind, diskutiert und erarbeitet.

Parallel zur Arbeit der AG Tourismus hat die Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH (RTKT) in Zusammenarbeit mit der RÜD AG in einem Coachingprozess moderiert vom Hessischen Tourismusverband ein Konzept zur Neuaufstellung der Destination Rheingau entwickelt.

Auch die Ergebnisse dieses Destinationsentwicklungskonzeptes sind in das vorliegende Tourismuskonzept integriert worden.

2. Der Tourismuspolitische Handlungsrahmen des Landes Hessen

Der Tourismuspolitische Handlungsrahmen des Landes Hessen (TPH), der zuletzt im September 2015 von der Landesregierung vorgelegt wurde, soll als Leitlinie für die Tourismuspolitik und für einen langfristigen Entwicklungsprozess der touristischen Akteure in Hessen dienen.

Eine wesentliche Vorgabe des tourismuspolitischen Handlungsrahmens ist das Drei-Ebenen-Modell:



Quelle: Tourismuspolitischer Handlungsrahmen des Landes Hessen

Der hessische Tourismus wird auf Landesebene durch das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung vertreten und durch den Hessischen Tourismusverband e.V. und die Hessen Agentur unterstützt.

Unterhalb der Landesebene definiert der Tourismuspolitische Handlungsrahmen elf Destinationen:

Bergstraße	Odenwald	Taunus
Frankfurt RheinMain	Rheingau	Vogelsberg
Lahntal	Rhön	Westerwald
Nordhessen	Spessart	

Die Abgrenzung der Destinationen stellt folgende Karte dar:



Quelle: Tourismuspolitischer Handlungsrahmen des Landes Hessen

Aus der Karte ist abzulesen, dass die Grenze zwischen zwei Destinationen mitten durch den Rheingau-Taunus-Kreis verläuft, der östliche Kreisteil gehört zur Destination Taunus, der westliche Kreisteil liegt in der Destination Rheingau.

Auf der Destinationsebene sollen Markenführung und Marketing zur Neukundengewinnung gebündelt werden. Jeder Destination ist eine Destinationsmarketingorganisation zugeordnet, die die Vermarktung der gesamten Destination übernehmen soll.

Folgende Kriterien werden im TPH festgelegt, um den Destinationsstatus zu erhalten:

Info

Welche Kriterien gelten für Destinationen und Destinationsmanagementorganisationen?

[1] Destinationsorganisation

- **Personal:**
 - mindestens 7 Vollzeitäquivalente im Destinationsmanagement tätig
 - mindestens 5 Mitarbeiter/innen mit fachtouristischem Studium oder Ausbildung
 - regelmäßige Weiterqualifizierung der Mitarbeiter/innen
- **Finanzen:**
 - mindestens 800 TEUR Gesamtbudget p. a., mindestens 350 TEUR p.a. eigenes Marketing/ Maßnahmenbudget
 - mindestens 200 TEUR Einnahmen aus freiwilligen Marketingbeteiligungen

[2] Relevante Destinationsnachfrage

- mindestens 1,5 Mio. Übernachtungen gem. amtl. Statistik
- mindestens 15.000 Gästebetten gem. amtl. Statistik
- mindestens 10 Mio. Tagesreisen, nachgewiesen durch Studien und Untersuchungen

[3] Stabile, langfristig beständige Destinationsidentität

- räumlich-geographisch abgrenzbare und abgegrenzte Einheit
- gemeinsame Identitätskultur, verbindende Regionalität und Netzwerke
- vertikale Durchdringung und Entwicklung hinsichtlich Identität, Infrastruktur, Angebotsstruktur, Vernetzung und Organisationsstrukturen

[4] Destinationsmanagement*

- **Marken und Identitätskonzept:** definierte, verbindende Identität und Soll-Markenprofil der Destination
- **Destinationsentwicklungs-/Tourismuskonzept:** Definition von Zielen, Zielgruppen, Zielmärkten und Themen als Grundlage für Management und Kontrolle
- **Netzwerk und Netzwerkmanagement:** Binnenmarketing- und Netzwerkkonzept, systematische Bearbeitung aller Anspruchsgruppen
- **Organisations und Aufgabenplanung:** verbindliche, dokumentierte Aufgabendefinition und -teilung
- **Planung und Kontrolle:** jährliche, mit allen Partnern verzahnte Marketing- und Mediaplanung, destinationsbezogen ausdiskutierte, transparente Erfolgskennzahlen, systematische Monitoring und Controllinginstrumente

[5] Destinationsresonanz und wirkung

- mindestens 80% gestützte Markenbekanntheit im Tages-/Kurzreiseumfeld (Anreise in 120–180 PKW-Minuten) (messbar mittels Erfassung der Markenstärke durch Marktforschung)
- mindestens 80% TrustYou-Score (= am Markt verfügbare Maßzahl für die aggregierten Online-Qualitätsbewertungen der Gäste)
- mindestens 80% Binnenbekanntheit und -zufriedenheit mit Destinationsmanagement (messbar mittels Befragung der Leistungsanbieter und Anspruchsgruppen)

Unterhalb der Destinationsebene sollen auf lokaler Ebene Städte und Gemeinden in touristischen Arbeitsgemeinschaften, den sog. TAGs, zusammenarbeiten. Die Aufgaben der TAGs sind Kundenbindung und –betreuung, Angebotsgestaltung, Infrastrukturentwicklung und Information des Gastes über das Angebot der Region.

Das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung hat den Hessischen Tourismusverband e.V. mit dem Umsetzungsmanagement des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens beauftragt. Der Hessische Tourismusverband erstellt dazu regelmäßig Berichte.

3. Die Destination Taunus

3.1 Derzeitige Struktur

Sechs Landkreise mit mehr als 60 Gemeinden haben Anteile an der Destination Taunus:

- Hochtaunuskreis
- Main-Taunus-Kreis
- Landkreis Limburg-Weilburg
- Lahn-Dill-Kreis
- Wetteraukreis
- Rheingau-Taunus-Kreis

Die folgende Abbildung zeigt die Grenzen der Destination:



Quelle: Präsentation des TTS am 17. August 2018 in der AG Tourismus

Die vom Land Hessen zugeordnete Vermarktungsorganisation für die Destination ist der Taunus Touristik Service e.V. (TTS) mit seinem Sitz in Oberursel. Bisher sind zwei Landkreise, der Hochtaunuskreis und der Main-Taunus-Kreis, sowie ca. 60 % der Städte und Gemeinden in der Destination Taunus Mitglied im TTS.

Zehn Städte und Gemeinden im Rheingau-Taunus-Kreis liegen innerhalb der Grenzen der Destination Taunus:

Schlangenbad	Taunusstein
Bad Schwalbach	Hünstetten
Heidenrod	Waldems
Aarbergen	Idstein
Hohenstein	Niedernhausen

Diese Kommunen gehen bisher sehr unterschiedliche Wege bei der Vermarktung ihrer touristischen Potentiale. Während Waldems, Idstein, Aarbergen, Hohenstein und Heidenrod derzeit schon Mitglied im TTS sind und durch diesen beworben werden, vermarkten sich die Kommunen Schlangenbad und Bad Schwalbach selbst und haben sich dem hessischen Heilbäderverband angeschlossen. Taunusstein, Niedernhausen und Hünstetten gehören keiner großen Tourismusorganisation an.

Die bei der Gründung der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH (RTKT) vorgesehene Vermarktung beider Kreisteile und somit auch der Kommunen im Untertaunus durch die RTKT ist nicht mehr gegeben, da die RTKT ihren Fokus auf die Vermarktung der Destination Rheingau gerichtet hat. Infolge dieser Ausrichtung haben alle Städte und Gemeinden im Untertaunus ihre Anteile an der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH verkauft.

Eine klar definierte Struktur zur gemeinsamen Vermarktung der touristischen Potentiale wie sie auch im Tourismuspolitischen Handlungsrahmen des Landes Hessen vorgeschlagen wird, ist im östlichen Kreisteil nicht vorhanden.

3.2 Zukünftige Struktur der Vermarktung

Vermarktung durch den TTS

Durch die Lage in kurzer Distanz zur Metropolregion Frankfurt und zu den Landeshauptstädten Mainz und Wiesbaden werden große wirtschaftliche Entwicklungsmöglichkeiten gerade in den ländlichen Kreisteilen des Untertaunus im Tourismus gesehen. Die touristischen Potentiale der Städte und Gemeinden im östlichen Kreisteil sind aber bisher noch weniger bekannt und genutzt als die Potentiale im Rheingau oder anderen Teilen des Taunus. Die touristischen Anlaufpunkte sind eher kleinteilig und bisher kaum vernetzt.

Um die Entwicklungschancen zu nutzen, sollen die Potentiale des östlichen Kreisteils zukünftig gemeinschaftlich durch eine touristische Organisation vermarktet und beworben werden. Nur so kann eine breite Wirksamkeit der Werbemaßnahmen für die Region sichergestellt und breite Zielgruppen angesprochen werden. Hinzu kommt, dass für Touristen und Tagesgäste Gemeindegrenzen und auch Kreisgrenzen kein Beurteilungskriterium bei der Auswahl ihres Reiseziels darstellen.

Zur Vermarktung des Untertaunus kämen zwei Organisationen in Frage: auf der einen Seite der Taunus Touristik Service e.V. als vom Land Hessen zugeordnete Destinationsmarketingorganisation. Auf der anderen Seite wäre auch eine Neustrukturierung der RTKT denkbar, die dann als zukünftige Aufgabe auch die Vermarktung des östlichen Kreisteils übernehmen könnte.

Beide Optionen wurden in der AG Tourismus geprüft und gegeneinander abgewogen. Die Arbeitsgruppe Tourismus empfiehlt die Vermarktung durch den TTS. Folgende wesentliche Gründe führten zu dieser Entscheidung:

- Der Untertaunus gehört räumlich zur vom Land Hessen definierten Destination Taunus und könnte von der Zugkraft der eingeführten Marke Taunus-Die Höhe profitieren
- Der Anschluss der fünf Kommunen, die bisher schon Mitglied des TTS sind und sehr gute Erfahrungen mit der Vermarktung durch den TTS gemacht haben, wird als richtungsweisend angesehen und soll nicht wieder aufgehoben werden. Die bestehenden Strukturen könnten ausgeweitet und weitergeführt werden
- Bei einer Beauftragung der RTKT mit der Vermarktung des östlichen Kreisteils müssten die Netzwerke und Kontakte erst in einem langen Prozess wiederaufgebaut werden

Die genannten Gründe überwiegen mögliche Nachteile, die darin bestehen könnten, dass sich die Teilung der touristischen Vermarktung des Rheingau-Taunus-Kreises manifestiert und dass die Vermarktungsorganisation ihren Sitz außerhalb des Rheingau-Taunus-Kreises hat.

Die Destinationsmarketingorganisation TTS würde folgende Leistungen für die ganze Destination und damit auch für den östlichen Kreisteil übernehmen:



**4 Tätigkeiten des Taunus Touristik Service e.V. (TTS)
Destinationsmarketing-Organisation (DMO)**

- ▶ Destinationsmarketing / Vermarktung der Tourismusregion
- ▶ Marketing / Entwicklung, Strategie & Hüter der Dachmarke „Taunus. Die Höhe“
- ▶ Dachverbandsarbeit
Betreuung Mitglieder, Gremienarbeit, Sitzungen, Workshops, Infoveranstaltungen
- ▶ Touristische Projekte mit Partnern/Mitgliedern
- ▶ Werbemaßnahmen, Öffentlichkeitsarbeit, Pressekonferenzen, Online-Marketing
- ▶ Messen & Veranstaltungen
- ▶ Größte Taunus Tourist-Info (TIZ) mit E-Bike-Verleih, Ticketverkauf, Beratung
- ▶ Mitarbeit in Ausschüssen und Gremien (IHK Tourismusausschuss, DEHOGA Hessen/Taunus/Frankfurt, AK Tourismus Regionalkonferenz FRM, Marketingbeirat Hessen Agentur, Beirat Hessenpark u.a.)

Taunus
Die Höhe

Quelle: Präsentation des TTS am 17. August 2018 in der AG Tourismus

Der TTS ist ein eingetragener Verein, der sich aus Mitgliedsbeiträgen finanziert. Bisher ist sein Finanzierungsmodell so gestaltet, dass Städten, Gemeinden und Kreisen die Mitgliedschaft angetragen wird. Städte und Gemeinden, die Mitglied werden, müssen einen Mitgliedsbeitrag von 0,35 € je Einwohner/jährlich entrichten. Dieser Betrag reduziert sich um 0,10 € je Einwohner/jährlich, wenn auch der Kreis Mitglied wird. Die Kosten für die Mitgliedschaft des Kreises liegen bei 0,35 € je Einwohner/jährlich. Dabei werden nur die Einwohner zugrunde gelegt, die innerhalb der Destinationsgrenzen leben. Marketingmaßnahmen führt der TTS jedoch nur für Städte und Gemeinden durch, die selbst Mitglied im TTS sind. Eine Mitgliedschaft des Kreises allein reicht nicht aus.

Mit diesem Finanzierungsmodell kann die Destinationsmarketingorganisation für den Taunus aber nicht die Einnahmen generieren, die nach den Vorgaben des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens und auch nach eigenen Erfahrungen des TTS erforderlich sind, um die Region angemessen zu vermarkten. Zu diesem Ergebnis gelangt auch der Monitoringbericht 2017/2018 des Hessischen Tourismusverbandes.

Die Höhe der Einnahmen aus den Beiträgen liegt derzeit bei knapp 300.000 €. Die Personal- und Sachkosten in Höhe von ca. 450.000 € trägt alleine der Hochtaunuskreis. Um die finanzielle Ausstattung zu verbessern und die Finanzierung auf eine breitere Basis zu stellen, plant der TTS, sein Finanzierungsmodell umzustellen. Zukünftig sollen die Kosten in Höhe von ca. 1 Mio. €, die für die Vermarktung der Destination entstehen, auf die sechs Landkreise verteilt werden, die Anteile an der Destination Taunus haben. Dabei würde beim Verteilungsschlüssel

wie bisher die Zahl der Einwohner, die innerhalb der Destination Taunus leben, zugrunde gelegt. Für den Rheingau-Taunus-Kreis würden nach diesem Schlüssel 145.000 € anfallen. Die Mitgliedschaft der Städte und Gemeinden, die heute bereits Mitglied sind, würde in diesem Modell entfallen. Sie hätten dann keine finanziellen Verpflichtungen für die Mitgliedschaft mehr zu erfüllen.

Im Haushalt 2018 des Rheingau-Taunus-Kreises sind bisher schon Mittel in Höhe von 43.000 € für die Mitgliedschaft im TTS eingestellt. Für den Haushalt 2019 wurden 145.000 € angemeldet, die nach der Umstellung des Finanzierungsmodells anfallen würden. Ein konkreter Zeitrahmen für die Umsetzung des geplanten Finanzierungsmodells kann vom TTS noch nicht genannt werden.

Bis zur Umsetzung des neuen Finanzierungsmodells wird den Städten und Gemeinden, die bisher noch nicht Mitglied im TTS sind, die Mitgliedschaft empfohlen, denn nur dann wird der TTS die Vermarktung aller Städte und Gemeinden im Untertaunus übernehmen.

Einsetzen eines Tourismuskordinators auf der lokalen Ebene

Allein die Mitgliedschaft der Region Untertaunus im TTS ist aber noch nicht ausreichend, um den Tourismus dort zu fördern, denn die Destinationsmarketingorganisation wird auf der lokalen Ebene nicht aktiv. Sie kann nur die Leistungen und Angebote vermarkten, die ihr von lokalen Akteuren benannt werden.

Da auf der lokalen Ebene im Kreisteil Untertaunus noch sehr viele Entwicklungsmöglichkeiten gesehen werden, ist die Idee der Etablierung eines regionalen Tourismuskordinators für die LEADER-Region Taunus entstanden.

Er soll auf der lokalen Ebene die touristischen Aktivitäten bündeln, Angebote etablieren und die Informationen über Aktivitäten auf der lokalen Ebene an den TTS weiterleiten.

Konkret soll der Tourismuskordinator folgende Aufgaben erfüllen:

- Touristische Entwicklung der kooperierenden Kommunen
- Kooperationen zwischen lokalen Akteuren und Anbietern von touristischen oder touristiknahen Leistungen herstellen
- Beratung von lokalen Anbietern
- Förderung der touristischen Infrastruktur
- Neuinitiierung von touristischen Produkten im Untertaunus
- Qualitätsmanagement zur Gewährleistung der Angebotsqualität

Bisher haben sich auf Initiative der Gemeinde Heidenrod die Kommunen Aarbergen, Bad Schwalbach, Heidenrod, Hohenstein, Schlangenbad und Taunusstein aus dem Rheingau-

Taunus-Kreis sowie Hahnstätten und Katzenelnbogen aus dem Rhein-Lahn-Kreis zu einer Trägergemeinschaft für den Tourismuskoodinator zusammengeschlossen.

Sie haben gemeinsam mit dem Regionalmanagement eine Projektskizze erstellt und einen Antrag auf die Förderung der Personal- bzw. Honorarkosten für einen Tourismuskoodinator aus dem LEADER-Programm gestellt. Die Lokale Aktionsgruppe der LEADER-Region hat die Förderwürdigkeit des Tourismuskoodinators in ihrer Sitzung am 2. August 2018 bestätigt. Wird dem Fördermittelantrag stattgegeben, würden die Personalkosten zu 65 % gefördert werden. Den Eigenanteil würden die beteiligten Kommunen zu gleichen Anteilen tragen. Der Tourismuskoodinator kann voraussichtlich Anfang 2019 seine Arbeit aufnehmen.

Die bisher gewählte Trägerschaft dient dazu, zügig die touristischen Potentiale zu entwickeln und die Impulse, die von der Landesgartenschau in Bad Schwalbach ausgegangen sind, zu nutzen. Langfristig weist dieses Modell zur Trägerschaft des regionalen Tourismuskoodinators aber einige entscheidende Nachteile auf:

- Der Tourismuskoodinator wird nur von einigen Kommunen aus dem östlichen Kreisteil mitgetragen
- Die Förderung der Personalstelle/Honorarkosten durch das LEADER-Programm ist auf zwei Jahre befristet. In dieser Zeit wird sich in den genannten Kommunen keine allein tragfähige Struktur entwickeln können

Um die Nachteile auszugleichen, soll im Zeitraum der LEADER-Förderung die zukünftige Zuordnung geklärt werden.

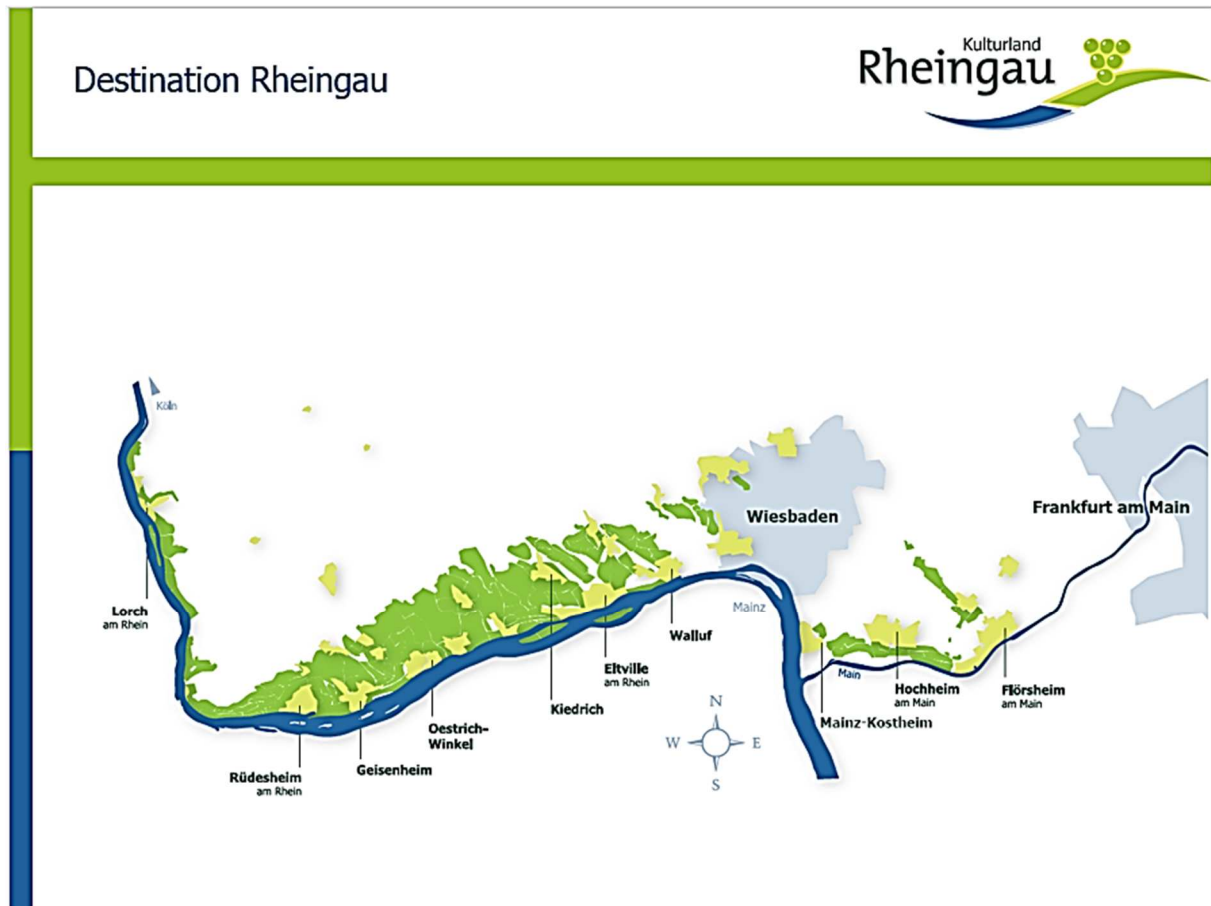
Die organisatorische Zuordnung des Tourismuskoodinators soll unabhängig von seinem räumlichen Standort sein. Ein Sitz soll in einer Untertaunuskommune gefunden werden.

Die Kosten für einen regionalen Tourismuskoodinator liegen bei ca. 75.000 € jährlich, die sich in ca. 65.000 € Personal- und ca. 10.000 € Sachkosten gliedern. Die Finanzierung in den Jahren 2019 und 2020 kann durch die o.g. Förderung aus dem LEADER-Programm gemeinsam mit den Eigenanteilen der antragstellenden Gemeinden gedeckt werden. Ab 2021 bedingt der Tourismuskoodinator zusätzliche Ausgaben. Diese zusätzlichen Kosten in Höhe von ca. 75.000 € sollten ab dem Jahr 2021 aus dem Kreishaushalt zur Verfügung gestellt werden. Eine Beteiligung der beiden in Rheinland-Pfalz liegenden Verbandsgemeinden Katzenelnbogen und Hahnstätten ist innerhalb der ersten zwei Jahre zu entwickeln.

In Summe ergeben sich durch die Mitgliedschaft im TTS und den regionalen Tourismuskoodinator Kosten in Höhe von 220.000 €/jährlich für den Rheingau-Taunus-Kreis, die in voller Höhe ab dem Jahr 2021 entstehen. Das entspricht in der Dimension in etwa der Summe, die der Rheingau-Taunus-Kreis bisher für die Vermarktung des Rheingaus zur Verfügung stellt. Hier stellt der Kreis eine Summe von ca. 240.000 € netto/jährlich zur Verfügung.

4. Die Destination Rheingau

4.1 Derzeitige Struktur



Quelle: Präsentation der RTKT am 17. August 2018 in der AG Tourismus

Hinweis: Die Stadt Wiesbaden gehört nicht zur Destination, sie ist zur besseren Erkennbarkeit dargestellt.

Die Destination Rheingau ist wesentlich kleiner als die Destination Taunus. Sie umfasst insgesamt nur neun Städte und Gemeinden, von denen sieben im Rheingau-Taunus-Kreis liegen.

Die Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH mit Sitz im Haus der Region im Probeck-schen Hof in Oestrich-Winkel ist der Destination Rheingau als Destinationsmarketingorganisa-tion zugeordnet. Unter der Dachmarke Kulturland Rheingau bearbeitet die RTKT mit 3,3 Voll-zeitstellen im Wesentlichen folgende Themenfelder:

Themen



PR und Werbung

Projektarbeit / Produktentwicklung

Online-Themen / Social Media

Arbeitskreise/Kooperationen

Qualitätssicherung

6

Quelle: Präsentation der RTKT am 17. August 2018 in der AG Tourismus

Wichtige Gesellschafter der RTKT sind neben der RTK Holding GmbH, die 70 % Anteile hält, die Rheingauer Weinwerbung GmbH, der Rheingau-Taunus Marketing e.V., die TriWiCon (Eigenbetrieb der Stadt Wiesbaden), der Main-Taunus-Kreis, die Nassauische Sparkasse und der VDP Rheingau e.V. Darüber hinaus hat die RTKT 17 weitere Gesellschafter, die aber Geschäftsanteile von weniger als 1.000 € halten.

Insgesamt steht der RTKT zur Vermarktung des Tourismus im Rheingau ein Budget von 379.000 € zur Verfügung. Dabei wird der größte Anteil durch die Holding des Rheingau-Taunus-Kreises aufgebracht. Von den zur Verfügung gestellten Mitteln in Höhe von 282.982 € bleibt der RTKT nach Abzug der Steuer ein Betrag von 237.800 € netto für das operative Geschäft.

Neben der RTKT arbeiten im Rheingau eine Vielzahl von anderen Akteuren an dem Ziel, den Tourismus voranzubringen. Hier sind vor allem die Rheingauer Weinwerbung, der Zweckverband Rheingau oder die RÜD AG zu nennen. Eine enge anlassbezogene Zusammenarbeit besteht auch mit der Stadt Wiesbaden.

Der jüngste Monitoringbericht des Hessischen Tourismusverbands, der dem Rheingau-Taunus-Kreis im Sommer 2018 vorgelegt wurde, stellt die bisherige Struktur der Destination Rheingau in Frage. In nahezu allen Handlungsbereichen sieht der Hessische Tourismusverband Defizite, die die Destination Rheingau vor erhebliche Herausforderungen stellen:

- Der Destinationszuschnitt ist zu kleinteilig
- Die im Tourismuspolitischen Handlungsrahmen geforderte finanzielle Ausstattung von mindestens 800.000 € ist bei einem Budget von 379.000 € nicht gegeben
- Die Übernachtungszahlen liegen mit 0,7 Mio. im Jahr deutlich unter den 1,5 Mio, die in einer Destination erbracht werden sollen
- Der Destinationszuschnitt ist zu kleinteilig und unvollständig, mangelnde Integration der Weinbaukommunen im Main-Taunus-Kreis, fehlende Einbindung Wiesbadens
- Die Aufteilung der Kompetenzen und Zuständigkeiten zwischen RTKT, RÜD AG, Zweckverband und Weinwerbung ist nicht klar

Zusammenfassend stellt der Hessische Tourismusverband fest: „In der gegenwärtigen Aufstellung sind die Marktfähigkeit und der Destinationsstatus des Rheingaus nicht gegeben. Eine Klärung der räumlichen Abgrenzung sowie die Sicherstellung einer tragfähigen Finanzierung sind notwendig“ (2. Jahresbericht 2017/2018, Umsetzungsmanagement Tourismuspolitischer Handlungsrahmen, Hessischer Tourismusverband 2018).

Grundsätzlich sieht der Hessische Tourismusverband für den Rheingau nur die Option eines Zusammenschlusses mit der Landeshauptstadt Wiesbaden, um den Destinationsstatus zu erhalten und damit möglicherweise von einer ab 2020 beabsichtigten Förderung des Landes Hessen zu profitieren.

4.2 Zukünftige Struktur

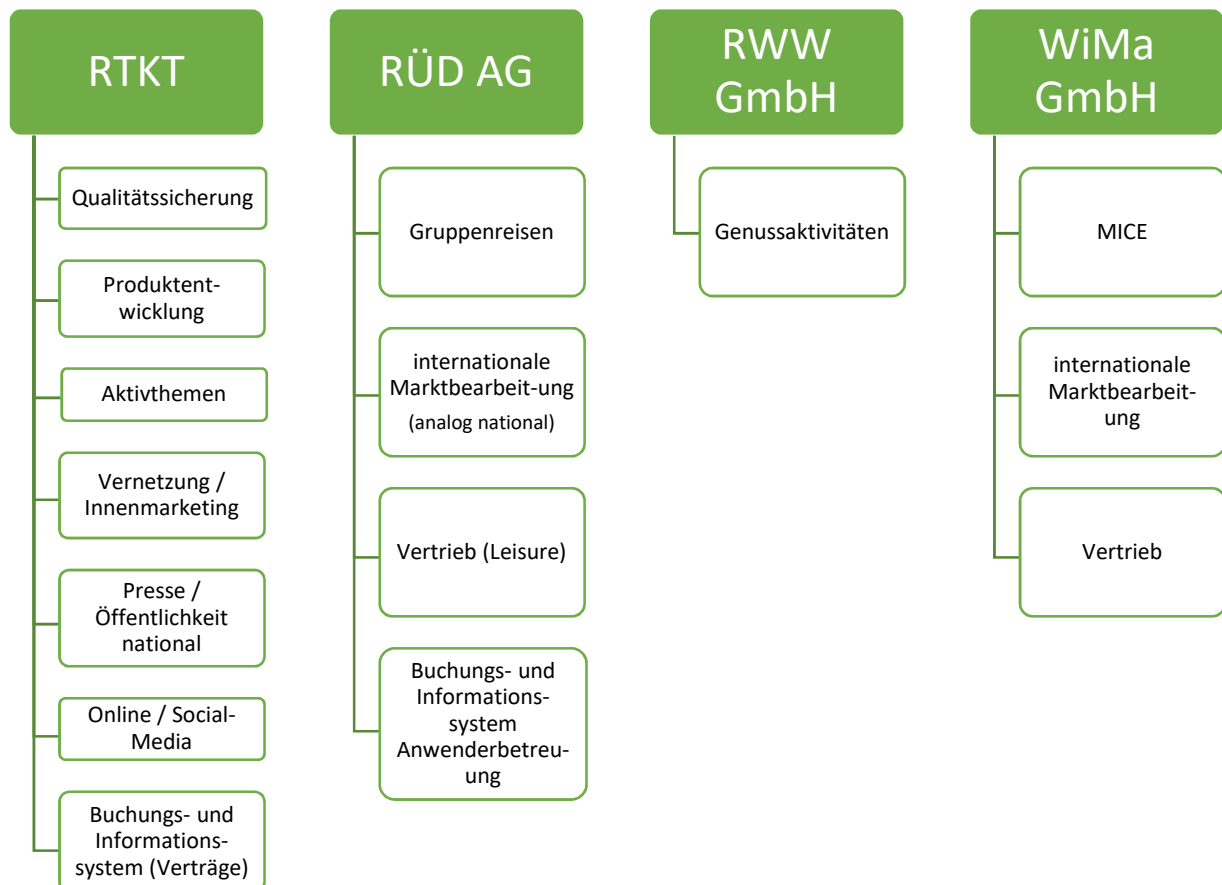
Um die oben genannten Defizite zu beheben, wurde in einem Coachingprozess, der vom Hessischen Tourismusverband moderiert wurde, gemeinsam mit der RTKT und der RÜD AG ein Konzept zur Destinationsentwicklung erarbeitet.

Die wesentlichen Eckpunkte dieses Konzeptes sind die Klärung der Struktur innerhalb der Destination und die Erhebung eines Tourismusbeitrages.

Zum ersten Punkt wird die Bildung einer Kooperation der Akteure im Rheingau, die sogenannte Rheingau-Kooperation vorgeschlagen. Stufenweise soll eine zentrale Kooperation der touristisch agierenden Organisationen im Rheingau mit einer klaren Aufgabenteilung entstehen. Dabei bündeln die Rheingauer Weinwerbung GmbH, der Zweckverband Rheingau, die RTKT und die RÜD AG ihre personellen und inhaltlichen Ressourcen und entwickeln mehr Schlagkraft. Doppelte und unklare Strukturen werden durch eine klare Aufgabenzuordnung vermieden.

Das folgende Schaubild zeigt, wie die Rheingau-Kooperation organisiert sein könnte und welche Aufgaben die einzelnen Organisationen übernehmen könnten:

Quelle: Destinationsentwicklungskonzept Rheingau, Hessischer Tourismusverband e.V.



Um die finanzielle Situation der Destinationsmarketingorganisation zu verbessern, sieht das Konzept die Erhebung eines Tourismusbeitrags vor. Dazu wäre es erforderlich, dass sich acht der neun Kommunen als Tourismusort entsprechend dem Kommunalen Abgabengesetz des Landes Hessen anerkennen lassen, um dann einen Tourismusbeitrag erheben zu können. Das wäre für acht Städte und Gemeinden in der Destination Rheingau möglich, ein Sonderfall ist die Stadt Flörsheim, deren Übernachtungszahlen nicht ausreichen, um sich als Tourismusort anerkennen zu lassen. Hier wäre ein kommunaler Beitrag in Höhe der Tourismusbeiträge zu entrichten. Gemäß den heutigen Hochrechnungen wäre mit Einnahmen aus der Tourismusabgabe in Höhe von 1,2 Mio. €/jährlich zu rechnen. Dabei wurde angenommen, dass pro Übernachtung ein Betrag von 2 € eingezogen wird.

Das Konzept zur Destinationsentwicklung schlägt vor, dass die Erhebung der Tourismusbeiträge über den Zweckverband Rheingau erfolgt und die Gelder nach einem in einer Verwaltungsvereinbarung noch festzulegenden Schlüssel verteilt werden. Von den erwarteten 1,2

Mio. € soll die Hälfte an die RTKT für das Destinationsmarketing weitergeleitet werden. Die verbleibenden 600.000 € sollen zum großen Teil in touristische Projekte vor Ort fließen (400.000 €). Die Kosten für die Erhebung des Tourismusbeitrags werden auf ca. 200.000 € geschätzt.

Sollte die Erhebung eines Tourismusbeitrags nicht realisierbar sein, ist alternativ die Zahlung eines Beitrags an die RTKT durch die Kommunen, der sich an den Übernachtungszahlen orientiert, vorgesehen. Ob die Kommunen diesen Beitrag aus den laufenden Einnahmen oder über die Erhebung eines Tourismusbeitrags generieren, steht den Kommunen frei.

Mit der Umsetzung der im Destinationsentwicklungskonzept vorgeschlagenen Schritte kann nach Aussage des Hessischen Tourismusverbandes der Destinationsstatus des Rheingaus erhalten werden. Ein Zusammenschluss mit der Landeshauptstadt Wiesbaden wäre dann nicht erforderlich. Die gute anlassbezogene Zusammenarbeit mit Wiesbaden muss aber weiter beibehalten werden.

Das Konzept wurde in einer ersten Runde den wesentlichen touristischen Akteuren in der Region vorgelegt. Weitere Abstimmungen und Beschlussfassungen im Zweckverband Rheingau, in den anderen beteiligten touristischen Organisationen und in den Gremien der Kommunen sind erforderlich.

5. Wesentliche Projekte der Tourismusentwicklung

Neben den Destinationsmarketingorganisationen sind eine Reihe von anderen Akteuren im Bereich Tourismus aktiv und setzen touristische Projekte im Rheingau-Taunus-Kreis um. Folgende Hauptakteure sind hier zu nennen:

- die LEADER-Region Rheingau
- die LEADER-Region Taunus
- der Naturpark Rhein-Taunus
- der Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal
- die Limesakteure gemeinsam mit dem Landesamt für Denkmalpflege für das Weltkulturerbe Limes

Im Folgenden sollen die wesentlichen Leitprojekte der genannten Organisationen zur touristischen Entwicklung des Kreises vorgestellt werden.

Daneben werden auf lokaler Ebene zahlreiche Maßnahmen ergriffen und Projekte durchgeführt, mit dem Ziel die touristische Attraktivität des Rheingau-Taunus-Kreises zu erhöhen. Die Vielzahl dieser Projekte macht es unmöglich, sie im Rahmen des vorliegenden Konzeptes angemessen darzustellen. Einige Projekte sind daher nur aufgelistet.

5.1 Die LEADER-Region Rheingau

Der Tourismus hat eine übergeordnete Bedeutung für die Region und ist eng verknüpft mit der einzigartigen Kulturlandschaft, dem Wein und dem Rhein. Sowohl der Hotellerie als auch dem Tagestourismus kommen eine überdurchschnittliche Bedeutung zu. Der Tagestourismus stellt einen wichtigen Wirtschaftsfaktor für Handel und Dienstleistungen dar. Allerdings ist das Vermarktungspotenzial für Wein, Kultur, aber auch landschaftsbezogenen Tourismus längst noch nicht ausgeschöpft. Mit der UNESCO-Welterbe-Region Oberes Mittelrheintal, Regionalpark RheinMain oder Naturpark Rhein-Taunus bestehen gebietsübergreifende Kooperationen.

Die wesentlichen Handlungsfelder aus dem Regionalen Entwicklungskonzept sind „Rheingau Pur“, „Wirtschaften im Rheingau“, „Leben im Rheingau“ und „Menschen im Rheingau“.

Folgende Leitprojekte wurden und werden umgesetzt:

Weiterentwicklung der Dachmarke Rheingau

Das Projekt Dachmarkenentwicklung läuft seit einigen Jahren und wird aktuell mit Fördermitteln weiterentwickelt. Entstanden ist damit die neue Präsentationslinie im Marketing und die Homepage www.kulturland-rheingau.de, auf der sich die wesentlichen Akteure gemeinsam präsentieren.

Rheingauer Klostersteig

Der Rheingauer Klostersteig ist ein rd. 30 km langer Wanderweg von Kloster Eberbach bis zur Marienkirche in Rüdesheim-Aulhausen. Der Steig verbindet die Rheingauer Klöster der verschiedensten Ordensgemeinschaften. Unterwegs laden Ruhepunkte zum Innehalten ein. Das Projekt ist abgeschlossen.

Premiumwandern Wispertaunus

Das Projekt Premiumwandern im Wispertaunus ist ein Kooperationsprojekt mit der LEADER-Region Taunus. Die weitere Beschreibung ist der Projektbeschreibung unter LEADER-Region Taunus zu entnehmen.

Folgende lokale Maßnahmen sind abgeschlossen bzw. befinden sich in Vorbereitung und Umsetzung:

Abgeschlossene Projekte:

- Wein- und Schlemmerstand Martinsthal
- Cafe und Bistro in Kiedrich
- Wassertretanlage Eltville

- Mobiler Stand für Touristinfo in Eltville
- Touristische Information Brentanohaus
- Beschilderung Weinlehrpfad Rothenberg
- Machbarkeitsstudie Historischer Weinbau im Rheingau

Die Gesamtförderung für diese Projekte belief sich auf rd. 120.000,- €.

In Umsetzung und Vorbereitung befindliche Projekte:

- Kooperationsprojekt Naturpark Rhein-Taunus
- Erlebnisshop Draiser Hof
- Ausbau Glashaus am Rhein
- Wanderwegeinfrastruktur Rüdesheim am Rhein
- Imagefilm Rheingau
- Website Drosselgasse
- Gutenbergweg
- Weinhistorische Plattform
- Sanierung Sauerbrunnen Werkerbach
- Instandsetzung Landebrückenanlage in Lorch am Rhein

Die Gesamtförderung für diese Projekte beläuft sich auf rd. 340.000,- €.

5.2 Die LEADER-Region Taunus

Zur Stärkung und zum Erhalt der einzigartigen Erholungslandschaft tragen alle Maßnahmen bei, die den Taunusbereich mit einer hohen Anziehungskraft versehen. Eine zukünftige Attraktivität im Tourismus und damit ein weiterer Ausbau dieses Wirtschaftssektors werden nur durch eine Vernetzung ihrer Alleinstellungswerte und eine 'gelebte Nachhaltigkeit' zum Erhalt der Kulturlandschaft gewährleistet. Eine solche Zielsetzung verfolgt auch das Regionale Entwicklungskonzept.

Folgende Leitprojekte wurden und werden umgesetzt:

Limeserlebnispfad Untertaunus

Der Limeserlebnispfad Untertaunus ist ein Kooperationsprojekt mit dem Limes im Hochtaunuskreis und als „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ zertifiziert nach den Kriterien des Deutschen Wanderverbandes im Bereich des „Obergermanisch-Raetischen Limes“. Der Pfad wurde 2018 rezertifiziert.

Premiumwandern Wispertaunus

Das „Premiumwandern im Wispertaunus“ ist das Verbindungselement zwischen den beiden zertifizierten Fernwanderwegen „Rheinsteig“ und „Limeserlebnispfad“ sowie zwischen den beiden UNESCO Weltkulturerben Oberes Mittelrheintal und Obergermanisch-Rätischer Limes. Das Premiumwandern im Wispertaunus umfasst ein nach dem Deutschen Wanderinstitut e. V. zertifiziertes Wanderwegenetz und verläuft im Wesentlichen entlang des Flusses Wisper. Die Umsetzung dieser Maßnahme wurde begonnen.

Naturparkplanung

Mit Unterstützung der LEADER-Mittel wurde eine Naturparkplanung erstellt, d.h. es wurde ein Konzept entwickelt wie die aktuellen Strukturen im Hinblick auf die Aufgaben des Naturparks so weiterentwickelt werden können, dass eine gemeinsame Arbeit mit verschiedenen Interessengruppen erleichtert, klare Zuständigkeiten geschaffen und die gesetzlichen Ziele erreicht werden. Hier handelt es sich um ein Kooperationsprojekt mit der LEADER-Region Rheingau. Das Konzept wurde von der Verbandsversammlung im Juni 2018 beschlossen.

Aartalbahn als Motor der Regionalentwicklung

Mit der Erstellung der Aartalkonzeption waren zwei Hauptziele verbunden. Erstens sollte die Aartalbahn möglichst bis zur Eröffnung der Landesgartenschau 2018 wieder zum Einsatz gebracht werden und zweitens wurden mit der Konzeption umfangreiche Strategien und Maßnahmen für eine nachhaltige touristische Entwicklung im Aartal erarbeitet. Das Konzept wurde Anfang 2017 vorgelegt. Auch ohne Realisierung des touristischen Verkehrs auf der Aartalstrecke bleiben die vorgeschlagenen touristischen Maßnahmen anwendbar. Ergebnis der Studie war unter anderem die Idee des regionalen Tourismuskordinators, die wie oben beschrieben umgesetzt wird.

Touristische Vermarktungsstrategie

Mit der Erstellung dieser Strategie waren zwei Ziele verbunden. Ziel 1 umfasste die Erbringung von Leistungen zur Umsetzung einer touristischen Vermarktungsstrategie für den Taunus als wichtiger Bestandteil der Regionalentwicklung und Ziel 2 umfasste die Entwicklung und Erstellung einer Website, die Gästen und Besuchern die Möglichkeit bietet, Touren durch eigene Auswahlmöglichkeiten zusammenzustellen.

Das Ergebnis ist die Homepage www.dein-tag-im-taunus.de, deren Aktualisierung und Pflege nun erfolgen wird. Ein Übergang in die Trägerschaft des Rheingau-Taunus-Kreises ist in Planung. Weitere strukturelle und organisatorische Verknüpfungen und Anpassungen sind zu überprüfen und zu klären.

Folgende lokale Maßnahmen sind abgeschlossen bzw. befinden sich in Vorbereitung und Umsetzung:

- Einrichtung des Naurother Treffpunkts
- Machbarkeitsstudie Umnutzung Burg Hohenstein

5.3 Der Naturpark Rhein-Taunus

Das Naturparkkonzept mit dem Untertitel „Zwischen Stadt, Land und Fluss - Unser Leitbild für einen Naturpark im Wandel“ soll und wird die Leistungen des Zweckverbandes für die kommenden zehn Jahre und darüber hinaus prägen. Der zukünftige Weg soll kein starres Abarbeiten eines Planwerks sein, sondern ein, an langfristigen Zielen orientiertes, durch konkrete Projekte mit Leben erfülltes Arbeitsprogramm. Im Auftrag der Landeshauptstadt Wiesbaden und des Rheingau-Taunus-Kreises ist der Zweckverband für und in der Region im Rahmen seiner satzungsgemäßen Ziele für das Schutzgut Natur- und Kulturlandschaft aktiv. Das Naturparkkonzept beschreibt konkrete Schritte auf dem Weg zu mittelfristig und langfristig erreichbaren Zielen und kann so als integriertes und auf einem regionalen Konsens basierendes Entwicklungskonzept wirken. Im Handlungsfeld Naherholung und Tourismus sind die Ziele:

- Kommunikation regionaler Vielfalt und von Angeboten der Naherholung
- Entwicklung einer zeitgemäßen, bedarfs-, natur- und landschaftsgerechten Freizeitwegeinfrastruktur
- Partizipative Entwicklung naturparkspezifischer Freizeit-, Naherholungs-, Outdoorsport- und Kulturangebote
- Stärkung von Hotellerie und Gastronomie.

Geplante Leitprojekte sind:

- Entwicklung, Konzeption und Management von Erholungsinfrastruktur im Außenbereich in Kooperation mit den Kommunen
- Entwicklung und Sicherung eines hochwertigen Infrastrukturangebots inkl. Entflechtung potenzieller Nutzungskonflikte sowie anschließendes zentrales Management der Erholungsinfrastruktur
- Realisierung des „Freizeitwegekonzeptes“ Naturpark Rhein-Taunus in Kooperation mit den Kommunen sowie Partnerinnen und Partnern

- Entflechtung und Konzentration von Wanderwegen, Entschärfung von Konflikten und Verbesserung der Besucherlenkung; Klärung der Zuständigkeiten für die Unterhaltung
- Jahresprogramm und Entwicklung von Naturerlebnisangeboten
- Erstellung eines Jahresprogramms, im zweiten Schritt Identifizierung und Schließung von Angebotslücken

Leitprojekt	Geschätzter Kostenumfang
Entwicklung, Konzeption u. Management v. Erholungsinfrastruktur im Außenbereich in Kooperation mit den Kommunen	172.500 €
Realisierung „Freizeitwegekonzept“ Naturpark Rhein-Taunus in Kooperation mit den Kommunen sowie Partnerinnen und Partnern	610.000 €
Jahresprogramm und Entwicklung von Naturerlebnisangeboten	13.500 €

Auch die Schaffung von personellen Ressourcen ist erforderlich:
kurzfristig: 0,5, ab 2022: zusätzlich 1,0 Personalstellen.

5.4 Das Weltkulturerbe Oberes Mittelrheintal

Zur Bewahrung und Weiterentwicklung des Weltkulturerbes Oberes Mittelrheintal wurde ein Zweckverband gegründet, in dem die Kommunen und die Kreise im Welterbegebiet sowie die Bundesländer Hessen und Rheinland-Pfalz Mitglied sind. Im Rheingau-Taunus-Kreis liegen die Städte Lorch und Rüdesheim am Rhein im Gebiet des Welterbes.

Da der Tourismus eine Haupteinnahmequelle der Städte und Gemeinden am oberen Mittelrhein ist, ist die touristische Weiterentwicklung ein wesentliches Ziel der Arbeit des Zweckverbands.

Bundesgartenschau 2029

Das Projekt, das in den nächsten Jahren einen erheblichen Impuls in diesem Bereich setzen soll, ist die Bundesgartenschau (BUGA), die im Jahr 2029 im oberen Mittelrheintal stattfinden soll. Die Ausstellungsflächen und Veranstaltungsorte sollen sich entlang des Rheins, der das verbindende Element der Bundesgartenschau sein wird, über das gesamte Welterbegebiet von Rüdesheim am Rhein im Süden bis Koblenz im Norden verteilen.

Im Mai 2018 wurde dem Zweckverband durch die Deutsche Gartenbaugesellschaft der Zuschlag für die Bundesgartenschau 2031 erteilt. Nachdem auch für das Jahr 2029 noch kein

Zuschlag für eine Bundesgartenschau erteilt wurde, hat der Zweckverband in seiner Verbandsversammlung im Oktober 2018 beschlossen, die Bundesgartenschau schon 2029 durchzuführen.

Insgesamt sollen Mittel in Höhe von 108 Mio. € für die Bundesgartenschau aufgebracht werden, von denen der größte Teil von den Ländern Rheinland-Pfalz und Hessen getragen wird.

Von den genannten 108 Mio. € werden 50 Mio. € in die Region investiert, die verbleibenden 58 Mio. € sind für die Organisation der BUGA aufzubringen. Die Kommunen sind mit 14,4 Mio. € an der Ausrichtung der Bundesgartenschau beteiligt. Der Kreistag des Rheingau-Taunus-Kreises hat mit seinem Beschluss vom 6. Dezember 2017 den Anteil des Rheingau-Taunus-Kreises in Höhe von knapp 600.000 € zur Verfügung gestellt.

Den Städten Rüdesheim am Rhein und Lorch kommt eine sehr große Bedeutung bei der Ausrichtung der Bundesgartenschau zu, denn zum einen soll in Rüdesheim am Rhein eine Ausstellungsfläche rund um das Niederwalddenkmal angelegt werden und zum anderen bilden die beiden Städte das südliche Eingangsportal zur Bundesgartenschau aus den Richtungen Wiesbaden und Frankfurt.

Mit einer erwarteten Besucherzahl von 1,8 Mio. Personen und Investitionen von 50 Mio. € in die öffentlichen Flächen des Welterbes, ist davon auszugehen, dass der Bekanntheitsgrad des Welterbes steigt und erhebliche Impulse für private Investitionen unter anderem in Hotellerie und Gastronomie gesetzt werden.

Managementplan für das Welterbe Oberes Mittelrheintal

Der Zweckverband hat Mitte 2018 einen Managementplan für das Welterbe in Auftrag gegeben. Da der erste Managementplan mehr als zehn Jahre alt ist, wurde der Bedarf für eine Überarbeitung gesehen. Im Wesentlichen soll der Managementplan die Grundlage für eine welterbeverträgliche Entwicklung und weitere Nutzung sein. Neben den großen Fragen der Siedlungsentwicklung, der Bahnlärmproblematik und des Neubaus von Verkehrsinfrastruktur widmet sich der Managementplan auch touristischen Fragestellungen wie:

- Wie kann der Tourismus im Welterbe nachhaltig gestaltet werden?
- Wie kann die Betriebsnachfolge in Unternehmen der Tourismuswirtschaft gesichert werden?
- Wie kann der Investitionsstau beseitigt werden?
- Wie können Angebote generiert werden, die zu längeren Aufenthaltszeiten führen?

Nach einer Bearbeitungszeit von 1,5 Jahren wird der Managementplan voraussichtlich Ende nächsten Jahres vorgelegt werden. Die Mitglieder des Zweckverbandes werden durch verschiedene Fachforen an der Erarbeitung der Ergebnisse beteiligt.

Überarbeitung des Welterbeportals

Bis Ende dieses Jahres wird die Webpräsenz des Zweckverbandes, das Welterbeportal, überarbeitet. Dazu hat der Zweckverband eine Agentur beauftragt, die sowohl das Design als auch die Funktionalität der Website an die gestiegenen Anforderungen der Nutzer anpasst. Der besondere Wert der Überarbeitung liegt für die Mitglieder des Zweckverbandes darin, dass ihnen professionell gestaltete und kostenlose Homepages zur Verfügung gestellt werden, die die Kommunen dann selbst mit Inhalten füllen können.

5.5 Das Weltkulturerbe Limes

Der Limes verläuft durch Hessen von Seligenstadt im Süden bis nach Heidenrod im Westen auf einer Strecke von 153 km. Als Grenzsicherungssystem weist der Limes neben Wall und Graben zahlreiche Kastelle, Wachtürme, Straßen und Siedlungen auf.

Um den Bestand des Bodendenkmals zu bewahren, den Limes zu erforschen, das Wissen über den Limes zu vermitteln und ihn touristisch zu erschließen, hat das Landesamt für Denkmalpflege in Abstimmung mit den zahlreichen Anliegern und Interessengruppen im Jahr 2005 ein Limesentwicklungskonzept erarbeitet und setzt die darin enthaltenen Maßnahmen Schritt für Schritt um.

Sichtbarmachung des Limes

Ein Leitprojekt, dass in den nächsten Jahren umgesetzt werden soll, setzt an der Problematik an, dass der Limes in vielen Teilabschnitten nicht sichtbar und erlebbar ist. Langfristig sollen in ganz Hessen entlang des Limesverlaufs Landmarken in Form von weißen Stelen oder weiß gekalkten Baumstämmen gesetzt werden, die den Limesverlauf sichtbar machen.

Wie diese Landmarken gestaltet werden sollen, zeigt die folgende Abbildung:



Konzeption Limesroute "Blick Stammheim" plan etage Landschaftsarchitektur 0916

Quelle: Landesamt für Denkmalpflege Hessen

Entstanden ist die Idee in der Wetterau, auch der Main-Kinzig-Kreis wird dieses Konzept umsetzen, der Kreis Gießen beginnt mit der Planung für das Kreisgebiet und auch der Hochtaunuskreis hat bereits Interesse bekundet.

Die Kosten für das Projekt für das Gebiet des Rheingau-Taunus-Kreises belaufen sich auf ca. 45.000 €. Davon würde das Landesamt für Archäologie die Hälfte übernehmen. Eine erste Prüfung durch das Regionalmanagement für die Region Taunus hat ergeben, dass die Sichtbarmachung des Limes über das LEADER-Programm förderfähig wäre. Eine detaillierte Prüfung kann erst erfolgen, wenn die Idee in Zusammenarbeit mit dem Landesamt für Denkmalpflege konkretisiert wird. Würde eine Förderung über das LEADER-Programm erfolgen, läge der Eigenanteil des Kreises bei ca. 10.000 €.

Die Arbeitsgruppe Tourismus hat sich in ihrer dritten Sitzung dafür ausgesprochen, dieses Projekt auch im Rheingau-Taunus-Kreis zu verfolgen, wenn es über das LEADER-Programm förderfähig ist.

Das Kastell Zugmantel

Wichtige Elemente, die den Limesverlauf im Rheingau-Taunus-Kreis kennzeichnen, sind der Justinusfelsen in Bad Schwalbach, die rekonstruierten Wachtürme in Taunusstein-Orlen und

Idstein-Dasbach, das Limesinformationszentrum auf dem Hofgut Georgenthal sowie die Informationen an der Alteburg in Idstein-Heftrich. Durch den Limeserlebnispfad sind die Einzelelemente miteinander verbunden.

In den nächsten Jahren sollen weitere Maßnahmen ergriffen werden, die das Welterbe im Rheingau-Taunus-Kreis in Wert setzen. Die Maßnahmen, die im Folgenden nach Gemeinden gegliedert kurz dargestellt werden, sind auch im Limesentwicklungsplan verankert:

Kemel-Visualisierung der Kleinkastelle "Auf dem Pohl"

- im Rahmen der aktuellen Planung des neuen Baugebiets durch die Gemeinde wurde hier ein Konzept zur Visualisierung der beiden Holz-Erde Kastelle sowie den im Vorfeld verlaufenden Limesabschnitt entwickelt
- Umsetzung voraussichtlich 2019/2020

Bad Schwalbach-Visualisierung/Beschilderung des Kleinkastells bei Adolfseck

- Hervorhebung des Streckenverlaufs im Aartal
- Aufwertung des Rundwegs am Justinusfelsen

Hohenstein-Steckenroth

- Inwertsetzung der Turmstelle WP 3/7
- Hervorhebung des Streckenverlaufs
- Umsetzung durch die Gemeinde geplant in Zusammenarbeit mit dem Amt für Bodenmanagement Limburg

Hofgut Georgenthal

- Hervorhebung des Streckenverlaufs im Bereich des Golfplatzes
- aktivere Vermarktung des Limesinformationszentrums durch das Hofgut

Idstein Dasbach-Niedernhausen

- Rundweggestaltung entlang der doppelten Limesstecke zwischen den beiden Gemeinden
- Umsetzung durch die Limesfreunde Dasbach der Stadt Idstein, der Gemeinde Niedernhausen und dem Landesamt für Denkmalpflege

Ein besonderes Augenmerk wird auf das Kastell Zugmantel in Taunusstein-Orlen gerichtet. Die Stadt Taunusstein beabsichtigt im Zuge der Flächennutzungsplanung, den im Bereich des Kas-

tells Zugmantel liegenden Sportplatz zu verlegen. Damit eröffnet sich die Möglichkeit, das Kastell weiterzuentwickeln und auch Touristen und Tagesgäste auf das Bodendenkmal hinzuweisen.

Um Ideen für die Entwicklung zu erarbeiten, haben sich das Landesamt für Archäologie und die Stadt Taunusstein verständigt, eine Machbarkeitsstudie zu erarbeiten, die vom Landesamt für Denkmalpflege finanziert wird. In der Machbarkeitsstudie sollen Aussagen zu folgenden Punkten getroffen werden:

- Verbesserung der Parksituation
- Aufwertung des Rundwegs
- sukzessive Freistellung der Strukturen unter Beibehaltung eines schützenden Hochwaldes in Absprache mit dem Forstamt
- Schutz und Modellierung einzelner Elemente (Theater)

Dabei ist es aber nicht das Ziel der Machbarkeitsstudie Pläne zu erstellen, die zeigen, wie das Kastell wiederaufgebaut werden kann. Vielmehr sollen durch Informationstafeln oder andere Einzelelemente die Besucher auf das Kastell aufmerksam gemacht werden.

Es ist angedacht, die im Rahmen der Machbarkeitsstudie zu erarbeitenden Maßnahmen durch die Stadt Taunusstein, den Naturpark Rhein-Taunus und das Landesamt für Denkmalpflege im Zuge des Rückbaus des Sportplatzes umsetzen zu lassen. Da das Regionale Entwicklungskonzept für den Taunus die Entwicklung des Tourismus als ein wichtiges Handlungsfeld sieht, sollte in jedem Fall geprüft werden, ob die Maßnahmen im Rahmen des LEADER-Programms gefördert werden können. Ansprechpartner ist hier das Regionalmanagement Taunus.

Neben dem Landesamt für Archäologie und anderen öffentlichen Aufgabenträgern haben die ehrenamtlichen Limesakteure in den letzten Jahren erheblichen Beitrag zur touristischen Nutzung des LIMES geleistet. So wurden Flyer gestaltet, Prospektionen tatkräftig unterstützt, Wege und Freiflächen angelegt und gepflegt, Turmstellen instandgesetzt oder Führungen und Erlebnistage organisiert.

6 Zusammenfassung erforderlicher Maßnahmen und Ressourcen

Nachdem in den vorangegangenen Abschnitten ausführlich auf die Maßnahmen und Projekte zur Neustrukturierung des Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreis eingegangen wurde, sind die Maßnahmen und wesentlichen laufenden und zukünftigen Projekte sowie die dafür erforderlichen Ressourcen im Folgenden tabellarisch zusammengefasst.

Maßnahmen zur strukturellen Neuorganisation des Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreises

Maßnahme	Maßnahmenträger	Kosten	umzusetzen ab	Nächste Schritte
Mitgliedschaft des Rheingau-Taunus-Kreises im TTS	Rheingau-Taunus-Kreis, Kommunen im Untertaunus	145.000 €/jährlich	2019	• Mittelbereitstellung im Haushalt des Rheingau-Taunus-Kreises für die Mitgliedschaft im TTS ab Haushalt 2019 • Antrag auf Mitgliedschaft im TTS durch die Kommunen im Untertaunus, die bisher noch nicht Mitglied sind • Neuorganisation des Finanzierungsmodells des TTS • Antrag auf Mitgliedschaft durch den Rheingau-Taunus-Kreis
Einsetzen eines Regionalen Tourismuskordinators für den Taunus	Trärgemeinden bis Ende 2020 Soll im Zeitraum der LEADER-Förderung geklärt werden	75.000 €/jährlich bis Ende 2020 getragen durch LEADER und beteiligte Gemeinden ab 2021 getragen durch finanzielle Mittel des Rheingau-Taunus-Kreises	sofort 2021	• Bewilligung der LEADER-Förderung • Bestimmung des Standortes des Tourismuskordinators durch die beteiligten Gemeinden • Einsetzen des Tourismuskordinators durch die beteiligten Gemeinden • Abstimmung der Trägerschaft nach Auslaufen des LEADER-Projekts • Einstellen von mind. 75.000 € für den Tourismuskordinator in den Haushalt des Rheingau-Taunus-Kreises ab 2021
Bildung der Rheingau-Kooperation zum Erhalt des Destinationsstatus	RTKT gemeinsam mit Zweckverband Rheingau, der Rüd AG, der	keine	sofort	• Vorstellung und Abstimmung des Destinationsentwicklungskonzepts im Zweckverband Rheingau durch den Hessischen Tourismusverband

	Rheingauer Weinwerbung GmbH und der Wiesbaden Marketing GmbH			Abstimmung des Konzepts in den Gremien der beteiligten Organisationen und Gemeinden
Erhebung des Tourismusbeitrags in der Destination Rheingau	Städte und Gemeinden im Rheingau Zweckverband Rheingau	200.000 €/jährlich (wird durch Tourismusbeitrag refinanziert)	2019	Diese Maßnahmen folgt nach der Endabstimmung des Destinationsentwicklungskonzepts: - Entwicklung der Struktur zur Erhebung des Tourismusbeitrags beim Zweckverband Rheingau - Antrag auf Anerkennung als Tourismusort für die Städte und Gemeinden im Rheingau für die das noch nicht erfolgt ist (für Flörsheim liegen die rechtlichen Voraussetzungen nicht vor) - Beschlussfassung zur Erhebung eines Tourismusbeitrags in den Städten und Gemeinden im Rheingau

Touristische Projekte

Projekt	Maßnahmenträger	Kosten	umzusetzen ab	Nächste Schritte
Weiterentwicklung der Dachmarke Kulturland Rheingau	Zweckverband Rheingau	Kosten rd. 250.000 € Förderung Phase 1: 103.582 € Phase 2: 65.000 €	seit 2015	in Umsetzung
Premiumwandern Wisper-taunus	Gemeinde Heiden-rod	Kosten rd. 320.000 € Förderung rd. 190.000 € (LEADER Rheingau und Taunus)	seit 2017	in Umsetzung
Naturparkplanung Umsetzung der touristischen Ziele	Naturpark Rhein-Taunus	Geschätzt 800.000 €	2019	- Umsetzung durch den Naturpark - Schaffung von finanziellen und personellen Ressourcen ist vorher erforderlich
Touristische Vermarktungsstrategie Pflege der Homepage	Rheingau-Taunus-Kreis	10.000 €	sofort	- zunächst Übernahme der Pflege der Website durch den Rheingau-Taunus-Kreis - anschließend Federführung beim Regionalen Tourismuskordinator
Bundesgartenschau 2029	Zweckverband Welterbe Oberes Mittelh Rheintal	für den Rheingau-Taunus-Kreis: 591.970,95 €, insges. 108 Mio. €	sofort	- Mittelbereitstellung im Haushalt des Rheingau-Taunus-Kreises bis Haushalt 2029 - organisatorische Unterstützung des Vorstands des Zweckverbandes z.B. bei der Gründung der BUGA GmbH

Sichtbarmachung des Limesverlaufs im Rheingau-Taunus-Kreis	Rheingau-Taunus-Kreis gemeinsam mit dem Landesamt für Denkmalpflege Hessen	für den Rheingau-Taunus-Kreis: ca. 10.000 €	2019	• Erarbeiten einer Projektskizze in Zusammenarbeit mit dem Landesamt für Denkmalpflege • Abstimmung mit den Kommunen • Beantragung der LEADER-Förderung • Mittelbereitstellung für den Eigenanteil im Haushalt des Rheingau-Taunus-Kreises 2020
Aufwertung des Kastells Zugmantel	Landesamt für Denkmalpflege gemeinsam mit der Stadt Taunusstein	Kostenübernahme für die Machbarkeitsstudie durch das Landesamt für Denkmalpflege	sofort	• Erarbeitung der Machbarkeitsstudie • Prüfung, ob vorgeschlagene Maßnahmen nach dem LEADER-Programm förderfähig sind • Umsetzung der Maßnahmen nach Verlagerung des Sportplatzes

Quellen:

Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen 2015, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung, September 2015

Limesentwicklungsplan 2005, Hessisches Landesamt für Archäologie, Juli 2015

Naturparkkonzept Rhein-Taunus, Naturpark Rhein-Taunus, Juni 2018

Machbarkeitsstudie BUGA 2031, Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz, November 2017

Destinationsentwicklungskonzept für den Rheingau, Hessischer Tourismusverband, September 2018

2. Jahresbericht 2017/2018 Umsetzungsmanagement Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen 2015, Hessischer Tourismusverband, Mai 2018

Regionales Entwicklungskonzept Taunus 2014 - 2020, Verein Regionalentwicklung Taunus e.V., August 2014

Regionales Entwicklungskonzept Rheingau 2014 - 2020, Zweckverband Rheingau, August 2014

Präsentationen des TTS e.V. und der RTKT GmbH in der AG Tourismus am 17. August 2018