



HESSISCHER LANDTAG

15. 09. 2020

Kleine Anfrage

Oliver Stirböck (Freie Demokraten) vom 06.07.2020

Bedeutung des Tourismusstandorts Offenbach als „coolerer Frankfurt“ für das Tourismusmarketing des Landes Hessens

und

Antwort

Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Vorbemerkung Fragesteller:

Der hessische Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Tarek Al-Wazir, hat in einer bemerkenswerten tourismuspolitischen Rede im Hessischen Landtag erklärt „Wir sind ein eher unterschätztes Reise-land. Das ist immer schon falsch gewesen“ (42. Plenarsitzung vom 28. Mai 2020). Zurecht hob er auch die besonderen Vorteile des Tourismusstandorts Offenbach hervor („Aber vielleicht kann der Kollege Stirböck einmal eine Offenbach-Führung für Sie (Abg. Wiebke Knell) organisieren.“ Außerdem zitierte der Minister die „Söhne Heusenstamms“ mit dem Liedtext „Äppelwoi-Cola, des is besser als Ganja, Äppelwoi-Cola is wie Urlaub in Offebach“, um das Urlaubsziel Offenbach zu promoten.

In diesem Zusammenhang erwähnte der Minister die neue Website www.sommerinhessen.de, auf der interessante Tourismusziele Hessens aufgelistet sind. Dort könnten jetzt auch jene eingebunden werden, die sich melden, weil sie bisher noch nicht auf der Karte www.sommerinhessen.de aufgeführt sind.

Auf der Karte finden sich (Stand 6. Juli 2020) – trotz der begrüßenswerter Weise auch vom Minister hervor-gehobenen touristischen Relevanz der Stadt – bisher keine (!) Offenbacher Ziele.

Dabei ist die Bedeutung Offenbachs als Tourismusstandort unumstritten. Auch Veröffentlichungen unterstützen die klugen Einschätzungen des Ministers. So titelte das Journal Frankfurt „Offenbach – das coolere Frankfurt“ (Ausgabe 11/2017) und wies in einem weiteren Artikel darauf hin „Offenbach wird zur Tourdestination“. In Offenbach bleiben die Gäste sogar im Schnitt länger als in Frankfurt (1,9 Tage statt 1,7 Tage) (Quelle: <https://tinyurl.com/yc4sn3rv>). Der Trend zum Tourismusstandort wird auch durch das Entstehen zahlreicher neuer Hotels im Offenbacher Kaiserleigebiet belegt.

Vorbemerkung Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen:

Ziel der Kampagne „Sommer in Hessen“ ist es, die hessische Bevölkerung mit den Angeboten im tages-touristischen Umfeld abzuholen und ihnen je nach Lockerungsgrad der Beschränkungen Möglichkeiten für Ausflüge, Unternehmungen und Aktivitäten aufzuzeigen. Auf einer interaktiven Karte kann nach Museen, Sehenswürdigkeiten, Tierparks, Outdoor-Aktivitäten oder Gästeführungen gesucht werden.

Die Sommeraktion ist in die Webseite www.hessen-tourismus.de eingebettet, auf der es darüber hinaus noch eine Vielzahl an weiteren touristischen Highlights in Hessen zu entdecken gibt. Bis in den Herbst hinein wird die interaktive Karte regelmäßig den Verordnungen des Landes Hessens entsprechend angepasst, und bleibt somit stets eine verlässliche Quelle für den nächsten Hessen-Ausflug.

Am 4. Mai 2020 wurden alle zehn hessischen Destinationsmanagements per E-Mail eingeladen, gemeinsam die Aktion „Sommer in Hessen“ umzusetzen und sich für ihre Destination vor dem Hintergrund der aktuell zulässigen Lockerungen mit dem Angebotssortiment auseinanderzusetzen.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1. Hat es die Stadt Offenbach versäumt, ihre zahlreichen, relevanten touristischen Ziele (z.B. Isenburger Schloss, Deutsches Ledermuseum, Klingspormuseum, Rumpenheimer Schloss, Mainbogen, Stadion Bieberer Berg, Bieberer Aussichtsturm) dem Ministerium zu melden?

Der Landesregierung liegen keine Informationen darüber vor, warum die Stadt Offenbach keine Angebote gemeldet hat.

Frage 2. Würden diese Ziele auf die Seite sommerinhessen.de aufgenommen werden, wenn die Stadt Offenbach diese Ziele melden würden?

Ja, sofern die von der Stadt Offenbach gemeldeten Ziele nach der aktuell geltenden Corona-Kontakt und Betriebsbeschränkungsverordnung „besuchbar/nutzbar“ sind.

Frage 3. Hat die Stadt Offenbach und haben andere Gebietskörperschaften die Information (aus der Rede des Ministers vom 28. Mai) erhalten, dass eine Aufnahme noch nicht eingebundener touristischer Ziele möglich ist?

Die Destinationsmanagements haben am 8. Mai 2020 den Link zu einer Eingabemaske für die Angebote für „Sommer in Hessen“ erhalten, verbunden mit dem Hinweis auf die „erlebbareren“ Angebote in Hessen. Da zum 15. Mai 2020 bereits zahlreiche unterschiedliche touristische Segmente wieder neu starten konnten, war es möglich, touristische Highlights und "Leuchttürme" aus den verschiedenen Bereichen auf einmal einzupflegen. Weitere Angebote können je nach Lockerung der Beschränkungen ergänzt werden.

Frage 4. Warum hat der Minister - offenbar bis heute nicht - von sich aus der Website-Redaktion den Auftrag gegeben, Offenbacher Ziele auf die Website aufzunehmen?

Nicht das Land, sondern die zehn hessischen Destinationsmanagements waren dazu aufgerufen, entsprechende „points of interest“ zu melden. Die Heimatgefühle von Mitgliedern der Landesregierung haben hierbei keine Rolle gespielt.

Frage 5. Beurteilt der Minister sein Lied-Zitat „Äppelwoi-Cola, des is besser als Ganja, Appelwoi-Cola is wie Urlaub in Offenbach“ vor dem Hintergrund, dass Äppelwoi-Cola kultureller Frevel ist, bei aller unterstellter positiver Absicht als wirklich förderlich für den Tourismus-Standort Offenbach und Hessen?

Die Landesregierung respektiert die künstlerische Freiheit uneingeschränkt. Das Lied-Zitat „Äppelwoi-Cola, des is besser als Ganja, Äppelwoi-Cola ist wie Urlaub in Offenbach“ stammt ursprünglich vom Duo Ohrenschmaus. Interpretationen hierzu obliegen allein den Künstlern. Die Landesregierung weist allerdings darauf hin, dass dieser Liedrefrain offensichtlich so eingängig ist, dass der Fragesteller zu einer Kleinen Anfrage animiert wurde, die den Gedanken „Urlaub in Offenbach“ weiterverbreitet und deswegen durchaus förderlich für den Tourismusstandort Offenbach sein kann.

Frage 6. Zum aktuellen Zeitpunkt sind die bekannten Offenbach-Führungen „OFlovesU“ abgesagt. Wäre der Minister daher bereit, als Sofortmaßnahme, gemeinsam mit den Offenbacher Abgeordneten, für Kolleginnen und Kollegen aus Nordhessen und anderen Regionen Hessens, die noch nicht so von der herausragenden touristischen Bedeutung der Stadt überzeugt sind, selbst eine Offenbach-Tour durchzuführen?

Frage 7. Sähe der Minister nicht in einer solchen Führung eine Unterstützung der durch die Corona-Krise stark betroffene Offenbacher Tourismusbranche?

Die Fragen 6 und 7 werden wegen ihres Sachzusammenhangs zusammen beantwortet.

Hessische Städte zu besuchen lohnt sich sowohl touristisch als auch kulturell immer. Deshalb sind auch prinzipiell Führungen in hessischen Städten empfehlenswert. Ob, durch wen und zu welchem Zeitpunkt gegebenenfalls eine Offenbach-Tour durchgeführt werden könnte, sollte im Kontext der allgemeinen touristischen Entwicklung und angepasst an die jeweilige Pandemieentwicklung erörtert werden. Der Minister hat allerdings in der Vergangenheit des Öfteren im Freundes- und Bekanntenkreis Offenbach-Touren geführt, wird dies weiterhin tun und regt an, dass der Fragesteller ebenso aktiv wird.

Frage 8. Welche Chancen sieht die Landesregierung, Offenbach als „cooler Frankfurt“ in der Tourismus-Strategie des Landes zu verankern?

Die Tourismusstrategie des Landes hat Hessen als Gesamtkonzept im Fokus. Der Strategische Marketingplan für den Tourismus in Hessen 2019 bis 2024 ist als starker Impuls für eine zukunftsfähige Tourismuswirtschaft in Hessen entwickelt worden. Von einem attraktiven Gesamtbild Hessens profitieren neben allen Regionen und Anbietern im Tourismus auch viele andere Wirtschaftszweige und natürlich in diesem Kontext auch die hessischen Städte.