

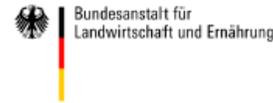


# Hintergründe zum Projekt – Was haben wir vor?

**Christian Sperling und Antonia Klein**  
Fachbereich Regionalentwicklung und Umwelt des  
Wetteraukreises

# Modellvorhaben SmarteLandRegionen des BMEL

- Auslobung des Bundesprogramms für Ländliche Entwicklung
- Förderung von Landkreisen bei der Entwicklung von Diensten und Strategien im Bereich Digitaler Daseinsvorsorge in Ländlichen Räumen
- Entwicklung eines Digitalen Ökosystems



## Modellvorhaben Smarte.Land.Regionen



| Karte: Getty Images / ElenVD (verändert durch BLE)

(Weiter-)Entwicklung der **Digitalisierungsstrategien** in den Modellregionen

Entwicklung, Erprobung und Einführung zentraler **digitaler Dienste** zur Daseinsvorsorge und einer vernetzten **Plattform**

**Kompetenzaufbau** in der Digitalisierung und umfassende **Beteiligung** der Bevölkerung

Zusätzliche Förderung lokaler **Begleitprojekte** in allen Modellregionen

# Bewerbung 2020

- Zuschlag Ende 2021 für Erstellung einer beteiligungsorientierten Digitalstrategie
- Förderung bis Ende 2024 in Höhe von bis zu 200.000 €
- Großteil für Personalstelle (ab 01.12.2022) und Beauftragung eines Fachbüros



# Digitalstrategie für den Wetteraukreis

- Baustein 1**      Prozessmanagement: Steuerungsgruppe, Personalstelle, Fachbüro
- Baustein 2**      Netzwerkarbeit: Veranstaltungen, Digitalforen, Fachworkshops in vier Schwerpunkten  
Gemeinschaft, Ehrenamt - Nahversorgung, Einzelhandel, Gewerbe – Mobilität –  
Geschichte, Kultur, Tourismus
- Baustein 3**      Erarbeitung einer Digitalstrategie für den Wetteraukreis: beauftragtes Fachbüro,  
Interviews, Umfragen, Situationsanalyse, Ziele und Maßnahmen, Auftakt- und  
Abschlussveranstaltung
- Baustein 4**      Öffentlichkeitsarbeit und begleitende Online-Beteiligung per CONSUL
- Baustein 5**      Aufbau von Digitalkompetenzen: Digitalwerkstätten in Modellkommunen, Erprobung  
von Diensten, Zusammenarbeit mit vhs, Dorfakademie und Koordinierungszentrum  
Bürgerengagement

# Wen wollen wir einbinden?

**Kommunen**

- 1. Gemeinschaft & Ehrenamt**
- 2. Nahversorgung,  
Einzelhandel & Gewerbe**
- 3. Mobilität**
- 4. Geschichte, Kultur &  
Tourismus**

# Digitale Dörfer

- Kostenlose Bereitstellung DorfFunk durch das Fraunhofer IESE (während Projektlaufzeit)
- Kreisweite Freischaltung und damit nutzbar für alle Kommunen



DorfFunk  
Kommunikation

# Vielen Dank!

Christian Sperling und Antonia Klein  
Fachbereich Regionalentwicklung  
und Umwelt

Gefördert durch:



Bundesprogramm  
**Ländliche  
Entwicklung**

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Tagesordnung

- **Begrüßung und Hintergründe zum Projekt – Was haben wir vor?** Christian Sperling, Leiter Fachbereich Regionalentwicklung und Umwelt des Wetteraukreises
- **Vorstellungsrunde**, Philipp Kahl, neulandplus Gmbh & Co KG
- **Regionale Analyse / Status quo - Wo steht die Region**, Prof. Armin Brysch, neulandplus Gmbh & Co KG
- **Aktuelle Entwicklungen im touristischen und digitalen Bereich**, Prof. Armin Brysch, neulandplus Gmbh & Co KG
- **Einblicke und Erfahrungen in die strategische Digitalisierung von Sauerland Tourismus**, Dr. Jürgen Fischbach & Jannik Müller – Sauerland Tourismus
- **Arbeitsphase in zwei parallelen Kleingruppen und Zusammenführung der Ergebnisse**
- **Ausblick** auf den weiteren Prozessverlauf

# Vorstellungsrunde mit Name und Funktion

# Das Bearbeiterteam



**Philipp Kahl**, MBA Regionalmanagement

- Thema: Gewerbe, Gemeinschaft und Ehrenamt
- Zusatz: Projektleitung



**Markus Bühler**, M. Sc. Wirtschaftsinformatik

- Thema: Nahversorgung, Einzelhandel
- Zusatz: Datensicherheit



**Prof. Armin Brysch**, Tourismus & Management Hochschule Kempten

- Thema: Geschichte, Kultur und Tourismus
- Zusatz: Digitaler Kompetenzaufbau



**Josef Bühler**, Dipl. Pädagoge, Systemische Organisationsentwicklung

- Thema: Mobilität
- Zusatz: Digitaler Kompetenzaufbau

2022

09 10 11 12 2023 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11

Analyse  
Interviews,  
Online-  
Umfrage

Kick-off-  
Veranstaltung

Fachworkshops  
Runde 1

Forum

Fachworkshops  
Runde 2

Forum

Abschluss-  
Veranstaltung

Online-Beteiligung, Öffentlichkeitsarbeit und Abstimmungsprozesse



## **TOP 3: Regionale Analyse / Status quo**

Vorstellung der Ergebnisse aus Bestandsaufnahme/  
Analyse aus Interviews, Recherchen, Kick-off und Online-  
Umfrage

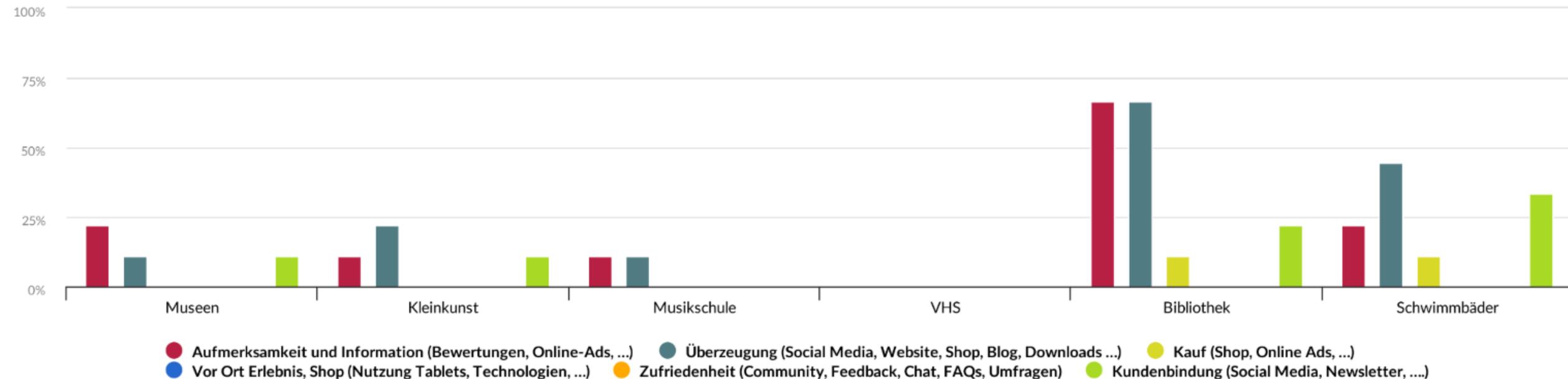
**Prof. Armin Brysch**

Neulandplus – Tourismus-, Standort- und Regionalentwicklung GmbH & Co KG

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

Welche Schritte in der Kundenreise sind digitalisiert? Bitte kreuzen Sie diese für die jeweilige Institution an.

Mehrfachantworten sind möglich.

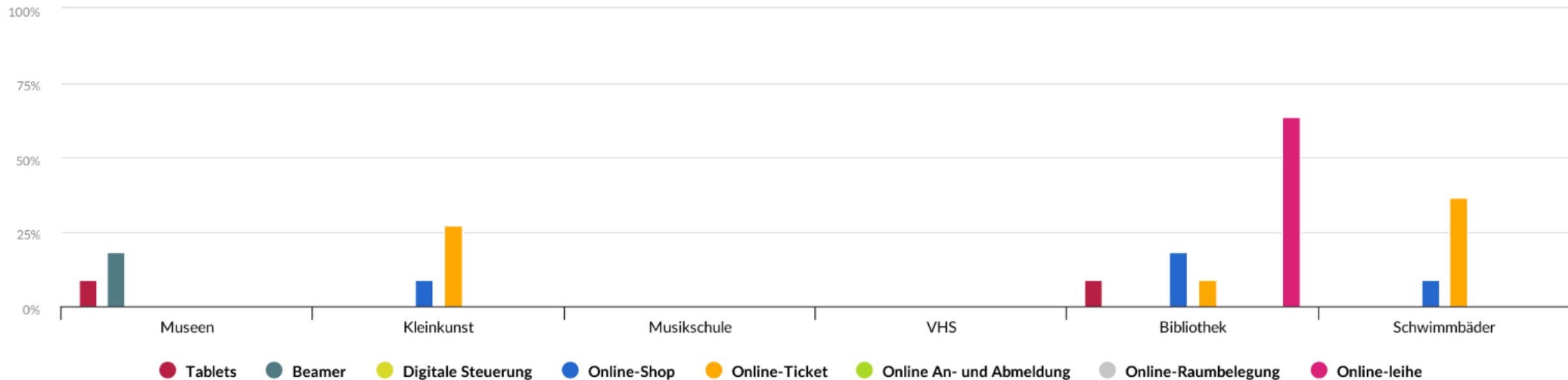


Quelle: Online-Umfrage 2022, n= 16

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

Welche konkreten digitalen Tools haben Sie im Einsatz? Bitte kreuzen Sie diese für die jeweilige Institution an.

Mehrfachantworten sind möglich.



Quelle: Online-Umfrage 2022, n= 16

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Ergebnisse der Interviews (Q4 2022)

### Grundidee der Digitalisierung

- Dialog mit Kunden / Besuchern über digitale Kanäle wie Websites oder App (vgl. exemplarisch Website <https://tourismus.wetterau.de/home>)
- Open Data ist Grundlage für gute Datenpflege und –nutzung (vgl. dazu Aktivitäten zum Tourismus-Hub Hessen, insb. zur Pflege und Qualitätssteigerung von touristischen Datensätze)
- Fokus sind operative Themen der Digitalisierung (z.B. Gestaltung von Websites oder Apps)

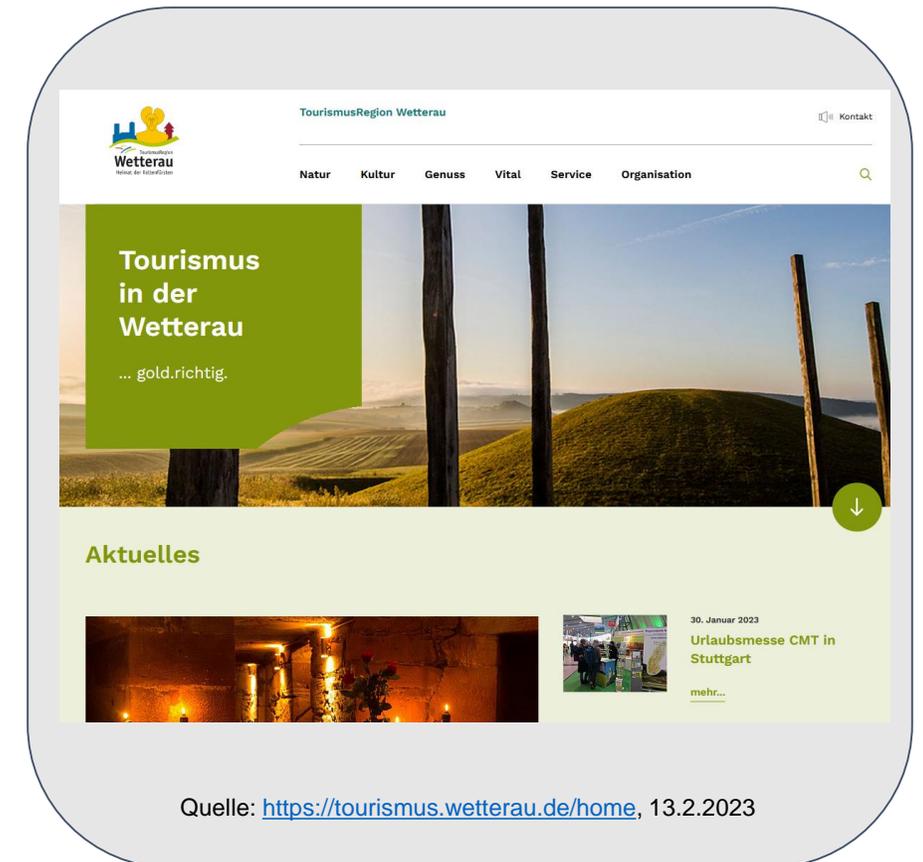


# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Ergebnisse der Interviews (Q4 2022)

### Status quo

- Leistungsträger haben oftmals gute Website, aber z.T. Probleme mit Schnittstellen (vgl. exemplarisch [www.frankfurt-rhein-main.de/erleben/veranstaltungen/veranstaltungskalender](http://www.frankfurt-rhein-main.de/erleben/veranstaltungen/veranstaltungskalender) )
- Herausforderungen durch alte Fotos, wenig Aktualisierungen, ehrenamtliche Akteure mit eingeschränktem Digitalwissen, veraltete IT etc.
- Digitaler Schub seitens Anbieter und Nachfrager durch Corona-Pandemie spürbar

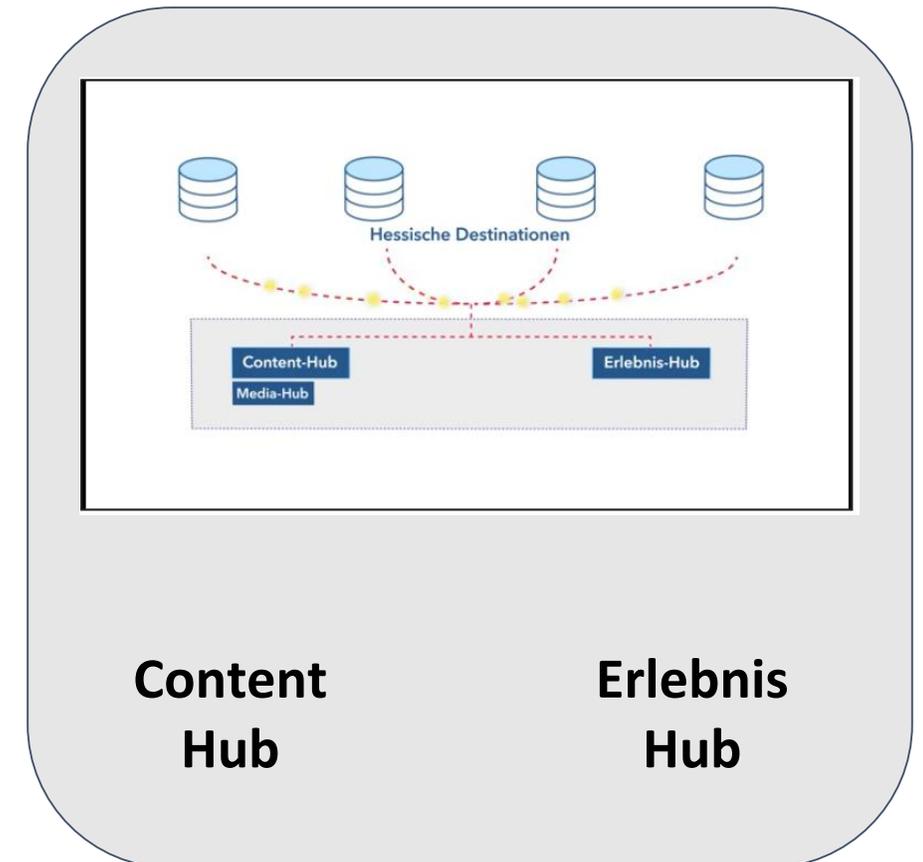


# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Ergebnisse der Interviews (Q4 2022)

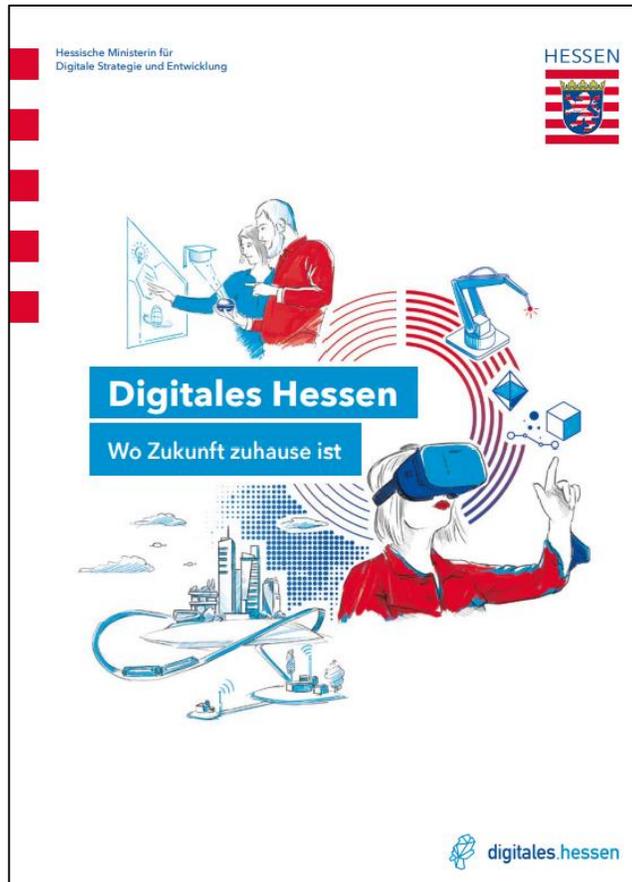
### Laufende Planungen

- Ideen zur Digitalisierung von Themenwegen (von Info-Schildern zu Apps ggf. mit AR-Inhalten)
- Relaunch von Websites (u.a. barrierefreie Konzepte, mehr SEO, Integration von Bezahlungsfunktionen, Veranstaltungskalender stärken)
- Apps als PWA (Progressive Web App) weiterentwickeln
- Online-Schulungen anbieten (intern und für KMU/Leistungsträger)



# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte



- Ziel: “Wir wollen Kultur und Tourismus im Digitalen neu erfahrbar machen. Damit können wir zum einen den Zugang zu Kulturgütern auf eine neue Ebene heben und alle am reichen kulturellen Erbe Hessens teilhaben lassen und zum anderen den Zugang zu touristischen Angeboten verbessern” (S. 105)
- “Ob Archive, Museen, Onleihe oder Theater: Die Digitalisierung schafft neue Zugänge zu kulturellen Angeboten. Gleichzeitig bestärkt sie auch zu neuem digitalen Kulturschaffen.” (S. 107)

# Digitales Hessen - Fokus Digitale Gesellschaft

## Digitale Gesellschaft Gesundheit fördern, Teilhabe ermöglichen, Kultur öffnen

Hessen steht für den Abbau von Barrieren und das Miteinander in der digitalen Gesellschaft:

- Wir wollen digitale Gesundheit innovativ weiterentwickeln, ob bei der Digitalisierung der Gesundheitsdienste in der Fläche oder der verantwortlichen Nutzung von Gesundheitsdaten in der Medizinforschung.
- Wir wollen die digitale Welt inklusiv gestalten und fördern mit Projekten gezielt selbstbestimmtes Leben, Teilhabe und Zusammenhalt in der Digitalisierung.
- Ob Ehrenamt, Kultur oder Tourismus: Digitale Technologien sorgen für mehr Mitwirkung und interaktive Zugänge, die wir stärken wollen.



13

## Digitale Innovationen im Tourismus:

- Weiterentwicklung der Online-Auftritte von Hessen Tourismus und touristischen Destinationen
- bessere Vernetzung der Akteure
- Digitalisierung des touristischen Angebots (z.B. 3D-Scan, inhaltliche Verknüpfung)

## Zugang vereinfachen für

- Bürgerinnen und Bürger
- Gäste aus dem In- und Ausland

(vgl. Digitales Hessen, S. 108)

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte



### Ziele des strategischen Marketingplan Hessen 4.0

- Weiterentwicklung des Tourismus in Hessen und Profilierung nach außen und innen
- Etablierung der LMO als Steuerungs- und Kommunikationsinstitution für das Tourismusmarketing und -management im Land
- Entwicklung der LMO zum digitalen Kompetenzzentrum für die hessische Tourismuswirtschaft
- Schaffung einer optimalen digitalen Präsenz des Tourismus
- Gemeinsame Entwicklung Hessens zu einer touristischen digitalen Marke

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte



Quelle: <https://youtu.be/5AZPCB3nRZs?t=32> 13.2.2023 (Dauer 3:44 min)

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte

**Bildung der Destination  
FrankfurtRheinMain**

**Konzept**

Version 3.1

Hamburg, den 07.02.2020



**PROJECT<sup>M</sup>**  
PROJECT M GmbH

**Geschäftsführer:**  
Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

**Wissenschaftliche Leitung:**  
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack  
Dr. Wolfgang Isenberg

**Büro Hamburg**  
Gurlittstraße 28  
20099 Hamburg  
Tel. 040.4 19 23 96 0  
Fax 040.4 19 23 96 29  
hamburg@projectm.de

**Büro München**  
Landsberger Straße 392  
81241 München  
Tel. 089.614 66 08 0  
Fax 089.614 66 08 5  
muenchen@projectm.de

**Büro Trier**  
Am Wissenschaftspark 25+27  
54296 Trier  
Tel. 0651.9 78 66 0  
Fax 0651.9 78 66 18  
trier@projectm.de

**Kontakt:**  
Dipl.-Kfm.  
Cornelius Obier  
Büro Hamburg  
comelius.obier@projectm.de

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

### Bildung der Destination FrankfurtRheinMain

- Zielmärkte: Fokus Inlandsmarkt, hierbei sowohl Tagesgäste aus urbanen Ballungsgebieten im Umfeld von 2-3 PKW-Fahrtstunden (u.a. Rhein Main selbst, Rhein Neckar, Rhein Ruhr) als auch Übernachtungsgäste aus anderen Metropolen, selektive Bearbeitung von fokussierten Auslandsmärkten
- Profilhemen: “Meetings, Incentives, Conventions & Events” (MICE), “Genuss & Kulinarik”, “Kunst & Kultur”, „Aktiv“ und „Gesundheit“ (vgl. Konzept 2020, S. 8)

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte



 Wetteraukreis | Tourismusstrategie | © PROJECT M 2019 | [www.projectm.de](http://www.projectm.de)

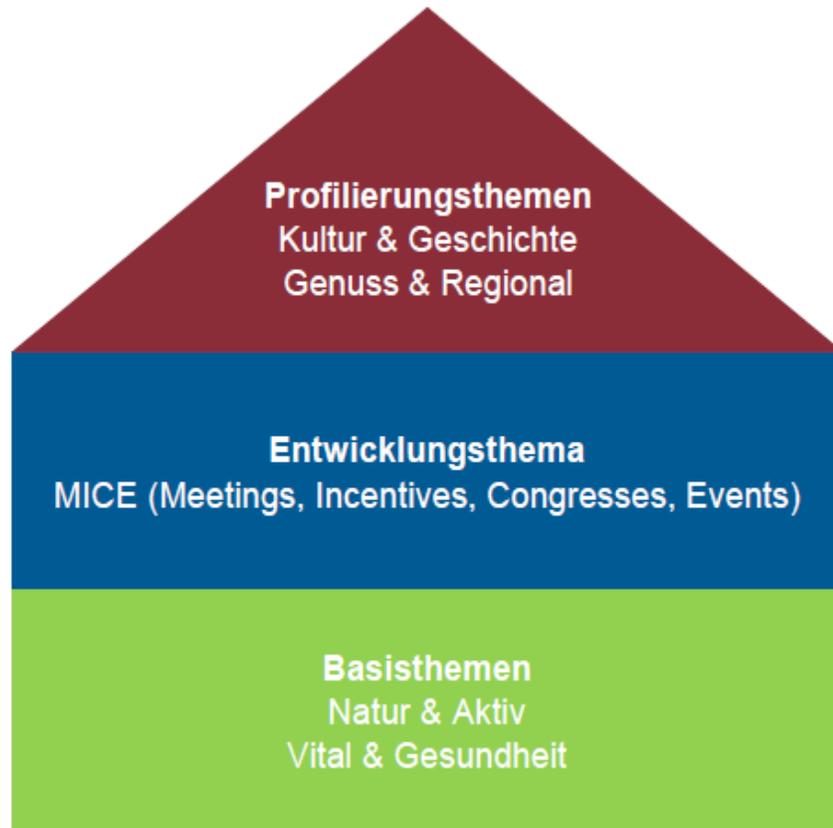
### Tourismuskonzeption für den Wetteraukreis

- “... zahlreiche Chancen für eine gefestigte Tourismus- entwicklung im Kreis. Gerade die Profilierungs- themen Kultur & Geschichte sowie Genuss & Regionalität schaffen großes Differenzierungs- potenzial in der Metropolregion Frankfurt Rhein Main. Ergänzt werden diese durch die Basisthemen Natur & Aktiv sowie Vital & Gesundheit und das in der Metropolregion vielversprechende Entwicklungs- thema MICE.”

(Wetteraukreis Tourismusstrategie, S. 54)

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte



### Operative Ziele:

- Die profilierenden Themen des Wetteraukreises (Kultur & Geschichte, Genuss & Regionalität) sind Grundlage aller gemeinsamer Angebotsentwicklungen
- Marktgerechte und zielgruppenspezifische Leitprodukte stärken die Wahrnehmbarkeit der Region
- Besonderheiten des Wetteraukreises sind in authentischen Produkten und Angeboten erleb- und konsumierbar
- Wetterunabhängige touristischen Angebote und Infrastrukturen tragen umfassend zur Nachfragesteigerung bei
- Wertschöpfende Produkte und Angebote stimulieren eine steigende touristische Nachfrage bei Gästen und Einheimischen. Die Tourismusedwicklung ist im Einklang mit den Bedürfnissen der Einheimischen

Quelle: Tourismuskonzeption für den Wetteraukreis 2020, vgl. Ziele S. 33

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte

Optional: Vertiefung

### 3.2 Zusammenführung und Handlungsoptionen

In der Matrix werden Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für den Wetteraukreis in Beziehung gesetzt, und hieraus grundsätzliche Handlungsoptionen für die Tourismusentwicklung abgeleitet.

	<p><b>Stärken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lage und Anbindung mit großem Potenzial für Tages- und Naherholungstourismus basierend auf dem Einzugsgebiet</li> <li>▪ Klar abgrenzbare touristische Hotspots, v. a. die Kurorte Bad Nauheim, Bad Salzhausen / Nidda, Bad Vilbel sowie die Keltenwelt am Glauberg</li> <li>▪ Gute Ausgangslage für die Bespielung der Themen kulturelles Erbe &amp; Geschichte sowie Natur &amp; Aktiv</li> <li>▪ Gesundheitskompetenz der Kurorte</li> <li>▪ Qualitätsansätze in Regionalität und Gastronomie</li> <li>▪ Eigenständige touristische Organisation auf Kreisebene</li> </ul>	<p><b>Schwächen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Destinationsstärke und touristisches Image, Bekanntheit des Wetteraukreises</li> <li>▪ Organisationsstrukturen und finanzielle Mittel im Tourismus</li> <li>▪ Zersplitterte Identitäten auf Kreis- und Lokalebene</li> <li>▪ Vernetzung und Kooperation der touristischen Leistungsanbieter vor Ort</li> <li>▪ Wenig touristisches Angebot mit Differenzierungspotenzial</li> <li>▪ Tourismusbewusstsein und Identifikation</li> <li>▪ Lücken in der touristischen Infrastruktur (Mobilität, Beherbergung, Freizeitangebote...)</li> </ul>
<p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Destinationsbildungsprozesse auf Landesebene</li> <li>▪ Förderung des Tourismus durch das Land Hessen</li> <li>▪ Bekannte Marken Frankfurt und Taunus</li> <li>▪ Anerkennung des Tourismus als bedeutenden Faktor für Lebens- und Standortqualität</li> <li>▪ Trend zu Kurzreisen und Ausbruch aus dem Alltag</li> <li>▪ Wachsende Metropolregion Frankfurt Rhein-Main</li> <li>▪ Veränderte Werte und wandelndes Verbraucherverhalten (Ökologie, Qualität, Heimat und Identität ...)</li> </ul>	<p><b>Erste Handlungsoptionen zum Einsatz der Stärken zur Nutzung der Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inhaltliche Zusammenarbeit und organisatorische Verbindung von Tourismus und Regionalentwicklung</li> <li>▪ Entwicklung identitätsstiftender Produkte und Angebote im Tourismus</li> <li>▪ Bündelung und Fokussierung eigener Marketing- und Vertriebsaktivitäten</li> <li>▪ Nutzung der Tourismusentwicklung als Instrument der Standort- und Regionalentwicklung</li> </ul>	<p><b>Erste Handlungsoptionen zur Überwindung der Schwächen durch Nutzung der Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kooperation und Anbindung an starke Destinationsmarken im Umfeld mit Beteiligung der Partner</li> <li>▪ Fokussierung auf innengerichtete Entwicklungs- und Schnittstellenaufgaben</li> <li>▪ Schaffung und Bündelung von Reiseanlässen und touristischen Angeboten mit Differenzierungspotenzial</li> <li>▪ Entwicklung und Pflege eines starken Tourismusbewusstseins in der Bevölkerung, auf kommunaler Ebene und in der Politik</li> </ul>
<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkräftemangel</li> <li>▪ Wegbrechende öffentliche Finanzierung</li> <li>▪ Geringe Bedeutung des Wetteraukreises in Partneraktivitäten</li> <li>▪ Ungeregelte Destinationszugehörigkeit und Akzeptanz nach innen</li> <li>▪ Inflation von Marken und Regionalmarken ohne Differenzierungspotenzial</li> <li>▪ Ausbleibender Ausbau der Mobilität nach FRM</li> <li>▪ Rückgang der unternehmerischen Initiative und Investitionen</li> </ul>	<p><b>Erste Handlungsoptionen zum Einsatz der Stärken zur Minimierung der Bedrohungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsetzung der Destinationskriterien durch Kooperation und Destinationsanbindung</li> <li>▪ Aufbau einer starken identitätsstiftenden Regionalmarke mit Differenzierungspotenzial und hoher einheimischer Nachfrage</li> </ul>	<p><b>Erste Handlungsoptionen zur Minimierung der Schwächen und der Bedrohungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklung wertschöpfender touristischer und freizeitinfrastruktureller Angebote</li> <li>▪ Destinationsauswahl und -anbindung nach klaren Kriterien und Bedingungen</li> <li>▪ Stärkung der Tourismuswirtschaft als attraktiver Arbeitgeber gemeinsam mit Partnern</li> <li>▪ Stärkung der Identifikation nach Innen durch Binnenmarketing und Einleitung eines qualitativen Change-Prozesses</li> </ul>

Quelle: Tourismuskonzeption für den Wetteraukreis 2020

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte

Optional: Vertiefung

Zentrale Handlungsfelder aus der Analyse für den Wetteraukreis:

1. Organisation und Struktur
2. Identitätsstiftung
3. Infrastrukturentwicklung
4. Produkt- und Angebotsentwicklung
5. Qualifizierung und Qualität
6. Marketing und Kommunikation

Folgende Vision wurde gemeinsam in den Workshops erarbeitet:

„Unser Wetteraukreis ist 2030 der attraktivste Lebens-, Erholungs- und Freizeitraum in der Metropolregion Frankfurt Rhein Main“

Quelle: Tourismuskonzeption für den Wetteraukreis 2020

# Tourismuskonzeption Wetteraukreis (Project M)

Optional: Vertiefung

<b>Strategie</b>	<b>Mission</b>	Beitrag zu Lebensqualität – regionale Wertschöpfung – Stärkung gemeinsamer und lokaler Identitäten – Positives Image und Willkommenskultur				
	<b>Vision</b>	Unser Wetteraukreis ist 2030 der attraktivste Lebens-, Erholungs- und Freizeitraum in der Metropolregion Frankfurt Rhein Main.				
	<b>Perspektive</b>	A) Potenziale und Entwicklung	B) Prozesse und Innovation	C) Nutzen für Wetterauer und Gäste	D) Wertschöpfung	
	<b>Strategische Ziele</b>	Wir erkennen den Wetteraukreis als unseren gemeinsamen Lebensraum und leben unsere regionale Identität. Ein ausgeprägtes Tourismusbewusstsein ist hier überall spürbar.	Tourismus, Standort und Lebensraum entwickeln sich im Wetteraukreis gemeinsam weiter und profitieren voneinander. Starke Akteure arbeiten hierfür vernetzt, branchen- und ressortübergreifend zusammen.	Einheimische und Gäste kennen und schätzen die hohe touristische Qualität im Wetteraukreis. Ein positives und klares Image erzeugt überregionale Bekanntheit.	Qualitatives und quantitatives touristisches Wachstum sichern Wertschöpfung auch über den Tourismus hinaus. Der Tourismus trägt zu einer hohen Lebensqualität im Wetteraukreis bei.	
<b>Taktik</b>	<b>Handlungsfelder und operative Ziele</b>	<b>1 Organisation und Struktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trag- und handlungsfähige Organisations- und Prozessstrukturen sowie gesicherte Finanzierungsstrukturen sichern die Tourismusentwicklung im Wetteraukreis.</li> <li>Destinationszugehörigkeiten des Wetteraukreises und seiner Teilräume sind geklärt und dauerhaft gefestigt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Aufgaben- und Ressourcenteilung und -planung ist interkommunal und zwischen den Tourismusakteuren schlank und effizient sichergestellt.</li> <li>Tourismus-, Regional- und Standortentwicklung sind optimal miteinander verzahnt und agieren als Einheit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die touristischen Akteure haben gemeinsam ihre Dienstleistungsketten perfekt auf die Bedürfnisse von Einheimischen und Gästen abgestimmt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die touristische Organisation im Wetteraukreis stellt die dauerhafte marktgerechte Weiterentwicklung des Tourismus in der Region sicher.</li> </ul>
		<b>2 Identitätsstiftung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kreis, Kommunen und Bürger im Wetteraukreis bekennen sich klar zur gemeinsamen Region, erkennen und nutzen die Diversität der Region als Chance.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Einwohner der Wetterau kennen ihre Heimat, sind stolz auf sie und bereiten die Wetterau selbst intensiv.</li> <li>Wetterauer Unternehmen entwickeln innovative und identitätsstiftende Angebote im Tourismus und darüber hinaus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiativen und Produkte auf Kreisebene machen die Wetterau für Einheimische und Gäste als Region erlebbar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wetterauer und Gäste verfügen über ein WIR-Gefühl und identifizieren sich mit der Wetterau.</li> </ul>
		<b>3 Infrastruktur-entwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Infrastrukturen werden fokussiert und mit eindeutigen Prioritäten entsprechend der Stärken des Wetteraukreises (Kultur &amp; Geschichte, Genuss &amp; Regionalität, Natur &amp; Aktiv, Vital &amp; Gesundheit) weiterentwickelt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Infrastrukturen werden auf Grundlage einer abgestimmten und gemeinsamen Planung bedarfsgerecht und nachhaltig entwickelt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Infrastrukturen sind insbesondere hinsichtlich ihrer Erlebnisorientierung, Qualität und Erreichbarkeit optimal auf die Bedürfnisse der Gäste und Einheimischen ausgerichtet.</li> <li>Wetterunabhängige Infrastrukturen tragen umfassend zur Nachfragesteigerung bei.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bedarfsgerechte touristische Infrastrukturen ergänzen das natürliche touristische Angebot und setzen neue Nachfrageimpulse.</li> </ul>
		<b>4 Produkt- und Angebots-entwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die profilierenden Themen des Wetteraukreises (Kultur &amp; Geschichte, Genuss &amp; Regionalität) sind Grundlage aller gemeinsamer Angebotsentwicklungen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marktgerechte und zielgruppenspezifische Leitprodukte stärken die Wahrnehmbarkeit der Region.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Besonderheiten der Wetterau sind in authentischen Produkten und Angeboten erleb- und konsumierbar.</li> <li>Wetterunabhängige touristische Angebote tragen umfassend zur Nachfragesteigerung bei.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wertschöpfende Produkte und Angebote stimulieren eine steigende touristische Nachfrage bei Gästen und Einheimischen. Die Tourismusentwicklung ist im Einklang mit den Bedürfnissen der Einheimischen.</li> </ul>
		<b>5 Qualifizierung und Qualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitarbeiter im Tourismus und in der Gesundheitswirtschaft erfahren gesellschaftliche Wertschätzung und sind zu Spitzenleistung motiviert.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Unternehmen und Kommunen im Wetteraukreis bieten attraktive Arbeits- und Lebensbedingungen für Fachkräfte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Leistungsanbieter im Wetteraukreis bieten sehr gute Qualität in ihrem jeweiligen Segment. Sie verfügen hierfür über das erforderliche Wissen und Können.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Junge, gut ausgebildete Fachkräfte und Familien leben und bleiben gerne dauerhaft in der Wetterau oder kehren in diese zurück.</li> <li>Die touristischen Unternehmen sind nachhaltig wettbewerbsfähig</li> </ul>
		<b>6 Marketing und Kommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Wetteraukreis ist als Region für erlebbares kulturelles Erbe, Regionalität und Gesundheit sowie als charakteristische Naturlandschaft etabliert und anerkannt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing- und Kommunikationsressourcen werden gebündelt und optimal eingesetzt. Die Marktbearbeitung erfolgt entsprechend des 3-Ebenen-Modells des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Wetteraukreis gibt ein klares Bild nach außen und innen ab. Wetterauer und Gäste kennen, schätzen und nutzen die touristischen Angebote und die Attraktivität im Wetteraukreis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neue Gäste und neue Einheimische begeistern sich für den Wetteraukreis und stärken durch Nachfrage die Region nachhaltig.</li> </ul>
	<b>Umsetzung</b>	<b>Projekte, Maßnahmen, Initiativen</b>				

Quelle: Tourismuskonzeption für den Wetteraukreis 2020, vgl. Ziele S. 33

# Handlungsfeld „Geschichte, Kultur und Tourismus“

## - Rahmenbedingungen und bestehende Konzepte

### Landesgartenschau 2027

Einblicke in Projektideen

---

Wenn in fünf Jahren die Landesgartenschau ihre Tore öffnen wird, will sich die Region Oberhessen von ihrer besten Seite präsentieren. Elf Kommunen, gelegen in der östlichen Wetterau und den südlichen Ausläufern des Vogelsbergs, haben im vergangenen Jahr gemeinsam den Zuschlag zur Ausrichtung der achten Auflage dieses hessischen Großereignisses erhalten. Dabei können die verbindenden Themengebiete Vulkan, Wasser, Natur und Geschichte sicherlich einen wertvollen Beitrag leisten, um das etwas eingestaubte Bild von zurückliegenden Gartenschauen mit neuen Impulsen zu beleben.

<ul style="list-style-type: none"> <li>Büdingen</li> <li>Echzell</li> <li>Gedern</li> <li>Glauburg</li> <li>Hirzenhain</li> <li>Kefenrod</li> <li>Limeshain</li> <li>Nidda</li> <li>Ortenberg</li> <li>Ranstadt</li> <li>Schotten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtpark an der Stadtverwaltung</li> <li>• Entwicklung eines grünen Altstadtrings</li> <li>• Kulturzentrum Herrnhag</li> </ul>
--	--




## Landesgartenschau 2027

- “Elf Kommunen, gelegen in der östlichen Wetterau und den südlichen Ausläufern des Vogelsbergs, haben im vergangenen Jahr gemeinsam den Zuschlag zur Ausrichtung der achten Auflage dieses hessischen Großereignisses erhalten. Dabei können die verbindenden Themengebiete Vulkan, Wasser, Natur und Geschichte sicherlich einen wertvollen Beitrag leisten, um das etwas eingestaubte Bild von zurückliegenden Gartenschauen mit neuen Impulsen zu beleben.”

Quelle: <https://oberhessen.de/plaene-fuer-die-lgs/>, 13.2.2023

## Zwischenfazit und erste Ableitungen

- Die Entwicklung einer Digitalstrategie für den Wetteraukreis bietet vielfältige Chancen (u.a. in den Bereichen Content, Kanäle, Vernetzung, Plattformen, Events, Tourismus HUB, Veranstaltungskalender etc.)
- Zur Umsetzung bedarf es sowohl eigener digitaler Schwerpunkte (u.a. für Landesgartenschau 2027) als auch der Akquisition neuer Fördermittel (u.a. für neue IT-Hardware, Software, Entwicklung von Leuchtturm-Maßnahmen in o.g. Themenbereichen, Schulungen auf betrieblicher und kommunaler Ebene)
- Zur Verankerung in der Region müssen kleinere Anbieter (wie Ortsmuseen) und KMU inhaltlich begleitet und technisch unterstützt werden (u.a. durch Digitalberatung mit zentraler Anlaufstelle, bei Nutzung digitaler Touchpoints und Online-Inhalten)

# Impulse

**Aktuelle Entwicklungen im touristischen und digitalen Bereich**, Prof. Armin Brysch, neulandplus GmbH & Co KG

**Einblicke und Erfahrungen in die strategische Digitalisierung von Sauerland Tourismus**, Dr. Jürgen Fischbach & Jannik Müller – Sauerland Tourismus

# TOP 5: Einblicke und Erfahrungen in die strategische Digitalisierung von Sauerland Tourismus

**Dr. Jürgen Fischbach**

Sauerland Tourismus

**Pause**

# Arbeitsgruppen

## Teilgruppe 1: Geschichte und Kultur

- Herausforderungen
- Ziele
- Maßnahmen / Projektideen

## Teilgruppe 2: Tourismus

- Herausforderungen
- Ziele
- Maßnahmen / Projektideen

# Termine – Workshops und Foren

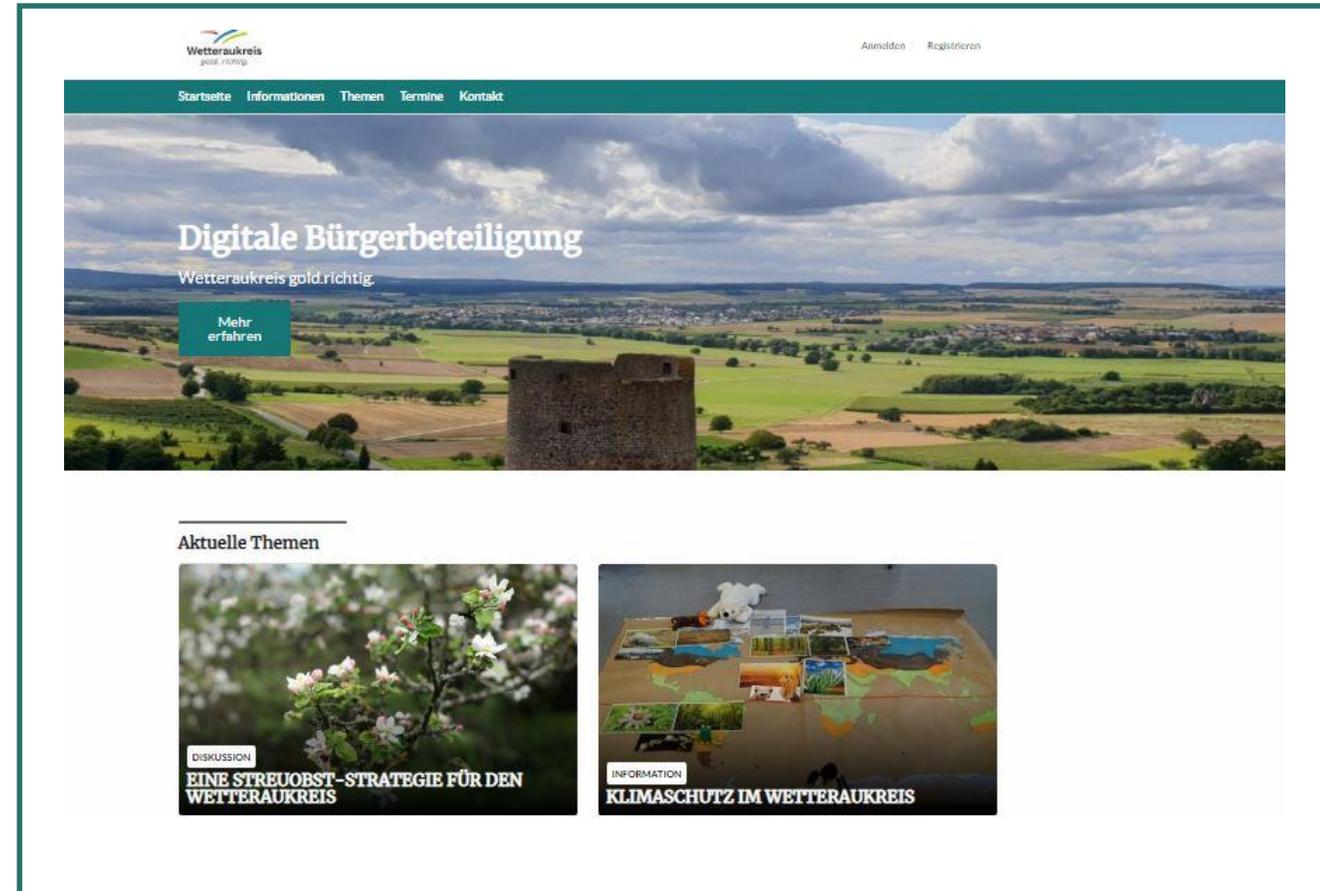
# Projektlaufplan Beteiligungsphase

Workshops	Termin
Workshop "Gemeinschaft und Ehrenamt"	25. Januar 2023 und 26. April 2023
Workshop "Nahversorgung, Einzelhandel und Gewerbe"	26. Januar 2023 und 02. Mai 2023
Workshop "Geschichte, Kultur und Tourismus"	15. Februar und 27. April 2023
Workshop „Mobilität“	09. Mai 2023
Workshop "Digitale Kompetenzen"	10. Mai 2023

Foren	Termin
Forum 1	14. März 2023
Forum 2	20. Juni 2023
Abschluss- veranstaltung	10. Oktober 2023

# Unsere Beteiligungsplattform CONSUL

- Neue Beteiligungsplattform seit 2022
- Unterstützung durch das Fraunhofer IESE
- Begleitung verschiedener Prozesse vor-, während und nach der Digitalstrategie
- <https://wetteraukreis.landkreise.digital/>



# Unsere Beteiligungsplattform Consul

- Nachbereitung der Workshops
- Informationen zu dem Projekt Smarte.Land.Regionen
- Regelmäßige Newsletter zu Veranstaltungen und Zwischenständen
- Demnächst: Beteiligungsmöglichkeiten im Rahmen der Entwicklung unserer Digitalstrategie



# Vielen Dank!

Gefördert durch:



Bundesprogramm  
**Ländliche  
Entwicklung**

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Smarte.Land.Regionen

*Digitale Lösungen fürs Land*

[www.smarte-land-regionen.de](http://www.smarte-land-regionen.de)

