



**TOURISMUS
IN HESSEN
2025**

IMPRESSUM

Herausgeber:

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

Gestaltung:

N. Faber de.sign, Wiesbaden

Stand: September 2025

Bildnachweise:

Titel: © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | Seite 3: © Peter Jülich | Seite 4: © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | Seite 6 v.o.n.u.: © HA Hessen Tourismus, Florian Trykowski; © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | Seite 10: © HA Hessen Tourismus | Seite 11: © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | Seite 12: © HA Hessen Tourismus, Roman Knie | Seite 13: Nordhessen: © Wolfgang Nickel; Westerwald: © Klaus-Peter Kappest; Lahntal: © Lahntal Tourismus Verband, Dominik Ketz; Röhn: © Rhön GmbH; Taunus: © Christina Marx; Vogelsberg: © Utagleiser-Photography; Rheingau: © Filmagentur Rheingau, Woody T. Herner; Frankfurt: © #visitfrankfurt, David Vasicek; Spessart: © Claus Tews; Odenwald: © Odenwald Tourismus GmbH | Seite 14 v.l.n.r. & v.o.n.u.: © Darmstadt-Marketing/Agnes-Allig; © Regionalmanagement Nordhessen GmbH; © Nationalpark Kellerwald-Edersee; © Römerkastell Saalburg; © Rhein-Main Touristik; © Landesmuseum Darmstadt; © Magistrat der Stadt Lorsch; © Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung; © Universitätsbibliothek Darmstadt; © Museumslandschaft Hessen Kassel; © Ute Brunzel; © Staatsbibliothek Bamberg, Msc.Med.1, Fotograf: Gerald Raab; © Uwe Dettmar, International Tracing Service (ITS); © Constitutio Antoniniana: Universitätsbibliothek Gießen, P.Giss. 40/P.Giss.inv. 15, Foto: Universitätsbibliothek Gießen, Barbara Zimmermann; © Arolsen Archives, Magdalena Bernard | Seite 15: Adobe Stock/OMEGA | Seite 16: © HA Hessen Tourismus | Seite 17 v.o.n.u.: © Marketing- und Entwicklungsgesellschaft Rotenburg an der Fulda; © Renate Hofmann | Seite 18: © Bad Vilbel, Svenja Kost | Seite 19: Bremer + Bremer Architekten | Seite 20 v.o.n.u.: Roman Knie, Stefan Bochenek | Seite 21 v.o.n.u.: Edersee Marketing GmbH, Ippolit Vkhorev; © GrimmHeimat NordHessen | Seite 22: © Artur Worobiow fotografie | Seite 23: © Adobe Stock/vasanty; © Adobe Stock/Hihitetlin | Seite 24: © Salome Roessler

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

INHALT

.....3Vorwort
.....4 Touristisches Hessen
.....4Land und Bevölkerung
.....5Touristisches Angebot
.....7Wirtschaftsfaktor Tourismus
.....8Tourismus: Finanzierung und Förderung
.....10 Tourismusleitplanken
.....10Tourismuspolitischer Handlungsrahmen (TPH)
.....12Markenfamilie Hessen - Typisch Hessisch
.....13Hessenkarte mit Destinationen
.....14UNESCO Welterbe
.....15Digitalisierung: Der Tourismusmarkt im Wandel
.....16 Akzente
.....16Qualität Kompakt: Was macht es so besonders?
.....17Projekte setzen Akzente
.....24„Typisch Hessisch Award“

„Hessens Natur- und Kulturlandschaften, unsere lebendigen Städte und Gemeinden, traditionsreichen Kurorte und Heilbäder, einzigartigen Sehenswürdigkeiten und vielfältigen Freizeitziele sind weit mehr als nur Anziehungspunkte für Gäste - sie sind Motoren für Wertschöpfung, sichere Arbeitsplätze und ein hohes Maß an Lebensqualität. Das gilt gerade auch für den ländlichen Raum, wo der Tourismus eine wichtige Zukunftsperspektive bietet.

Diesen Erfolg verdanken wir vor allem den Menschen, die mit großem Engagement und herzlicher Gastfreundschaft in unseren touristischen Betrieben und Organisationen arbeiten. Sie tragen Tag für Tag dazu bei, dass Hessen ein attraktives Reiseland mit großem Potenzial bleibt.

Mit unserem Überblick zum Tourismusjahr 2025 fassen wir die neuesten Daten zusammen, zeigen Beispiele für vielfältige Förderprojekte, stellen touristische Höhepunkte vor und bündeln Informationen und Ansprechpartner. Die aktuellen Zahlen sprechen für sich: Der Tourismus in Hessen wächst - und unsere Gäste kommen gerne wieder.“

Kaweh Mansoori

Kaweh Mansoori
Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum





TOURISTISCHES HESSEN

LAND UND BEVÖLKERUNG



FLÄCHE

21.115 km², davon 42% Wald (Hessen ist eines der waldreichsten Bundesländer in Deutschland)



EINWOHNER

6,3 Mio.



BEVÖLKERUNGSDICHTE

298 Einwohner pro km²



GRÖSSTE FLÜSSE

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



GRÖSSTE SEEN

Edersee, Aartalsee, Diemelsee, Twistesee, Werratalsee



HÖCHSTE BERGE

Wasserkuppe in der Rhön (950 m), Großer Feldberg im Taunus (878 m), Langenberg im Upland (843 m), Taufstein (773 m) und Hoherodskopf (764 m) im Vogelsberg, Kasseler Kuppe im Hohen Meißner (751 m)

TOURISTISCHES ANGEBOT

- 143** — PRÄDIKATISIERTE STADT- UND ORTSTEILE
- 19** — HEILBÄDER
- 6** — KNEIPPHEILBÄDER
- 3** — KNEIPPKURORTE
- 4** — HEILKLIMATISCHE KURORTE
- 3** — ORTE MIT HEILQUELLENKURBETRIEB
- 27** — LUFTKURORTE
- 57** — ERHOLUNGSORTE
- 33** — TOURISMUSORTE
(INKL. DER ZU ERWARTENDEN ANTRÄGE 2025)

(Stand 31.03.2025, Quelle: RP Kassel)

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS HESSEN¹⁾

	2019	2022	2024	ENTWICKLUNG 2024 GGÜ. 2019	ENTWICKLUNG 2024 GGÜ. 2022
Bruttoumsätze Übernachtungsgäste in Betrieben in Mrd. Euro	5,9	5,0	6,1	+3,4%	+22,0%
Bruttoumsätze Tagestourismus in Mrd. Euro	7,3	7,2	7,1	-2,7%	-1,4%
Bruttoumsätze in Mrd. Euro VFR-Übernachtungen (Verwandte und Freunde) in Mrd. Euro	1,2	1,2	1,3	+8,3%	+8,3%
Bruttoumsatz gesamt in Mrd. Euro	14,3	13,4	14,6	+2,1%	+9,0%
Vollzeitäquivalente (touristisch finanzierte Vollzeitstellen)	229.110	207.370	208.370	-9,1%	+0,5%
durchschnittliche Aufenthaltsdauer ²⁾	2,2	2,3	2,2	0,0%	-4,3%

¹⁾ Quelle: dwif, Studie: „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, 2025

²⁾ Quelle: Gäste und Übernachtungen, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2020, 2023, 2025



GASTGEWERBE

	2019	2020	2022
Betriebe (rechtliche Einheiten)	18.523	16.966	18.272
Gesamtumsatz in Mrd. Euro	10,6	5,8	11,5
Beschäftigte	206.300	157.906	180.179

Anmerkung: Die Veröffentlichung der Daten erfolgt immer knapp zwei Jahre nach der Erhebung.
 Quelle: Strukturdaten des Gastgewerbes in Hessen im Jahr 2020, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, August 2022; Strukturhebung im Handels- und Dienstleistungsbereich in Hessen 2022, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, Oktober 2024

WEITERE BEHERBERGUNGSBETRIEBE

Angebot im Dezember eines Jahres

	2019	2022	2024
Beherbergungsbetriebe > 10 Schlafgelegenheiten	3.483	3.221	3.031
Betten	239.026	233.724	239.394
Campingplätze > 10 Stellplätze	235	240	228
Stellplätze	12.670	12.443	11.984

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2020, 2023, 2025



WASSERWANDERWEGE

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



MEHR ALS 3.300 KILOMETER RADFERNWEGE UND VIELE TOURISTISCHE THEMENROUTEN

Der Diemel-Radweg wurde vom ADFC mit 5 Sternen ausgezeichnet, zu den mit 4 Sternen klassifizierten Qualitätsradrouten zählen der Fulda-Radweg und der Eder-Radweg. Der Lahn-Radweg und der Werratal-Radweg wurden vom ADFC mit 3 Sterne ausgezeichnet.



MEHR ALS 5.200 KILOMETER WANDERWEGENETZ

Ausgezeichnete qualitätsgeprüfte Wanderwege mit den Gütesiegeln:

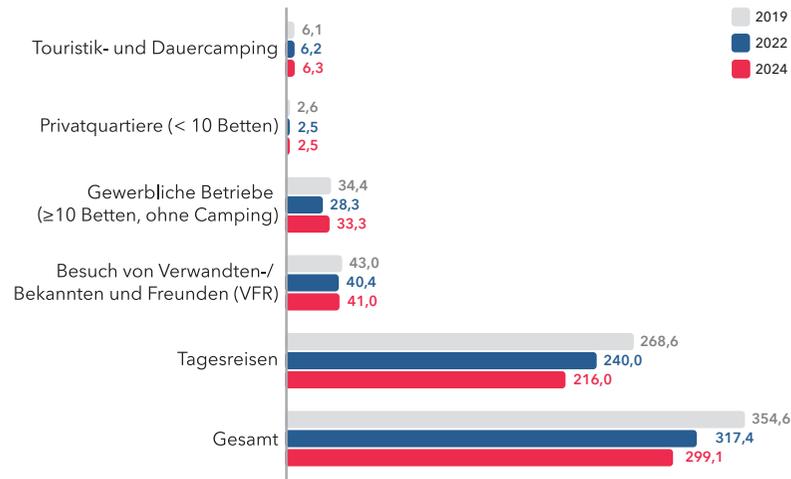
„Premiumweg Deutsches Wandersiegel“

„Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“

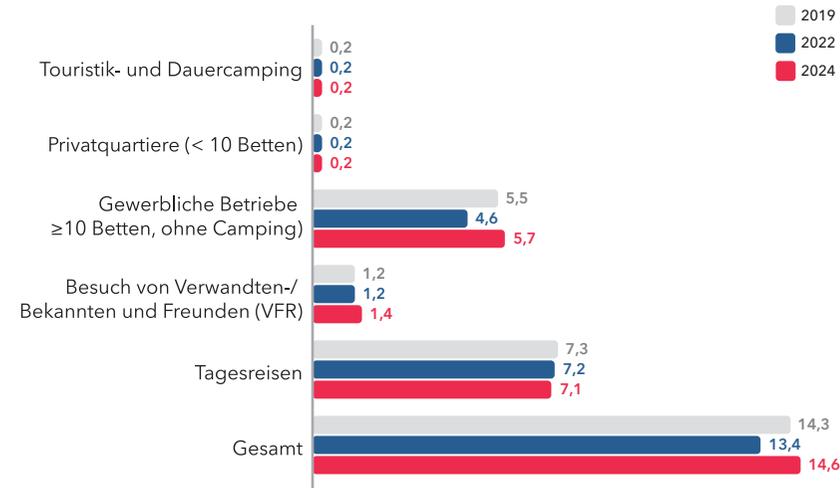
127 wanderfreundliche Unterkunftsbetriebe mit dem Gütesiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

AUFENTHALTSTAGE in Millionen



BRUTTOUMSATZ in Milliarden Euro



- Im Jahr 2024 wurden in Hessen rund 300 Mio. touristische Aufenthaltstage verzeichnet. Mit einem Anteil von 72,2 % blieb der Tagestourismus - privat sowie geschäftlich motiviert - das quantitativ dominierende Nachfragesegment. Der Besuch bei Verwandten und Bekannten (VFR) - der sogenannte Sofatourismus - machte etwa 13,9 % des Gesamtvolumens aus. Rund jeder neunte Aufenthaltstag war mit einer Übernachtung in einem gewerblichen Beherbergungsbetrieb verbunden.
- Die Mehrheit der Aufenthaltstage sind weiterhin den Tagesreisen zuzuschreiben
- Übernachtungsintensität in Hessen (Übernachtungen je Einwohner): 6,7
- Tourismusintensität in Hessen (Aufenthaltstage je Einwohner): 47,7
- Touristisches Steueraufkommen in Hessen:

2019	2022	2019	2022	2024	2022	2024
1,396 Mrd. €	- 13 %	1,22 Mrd. €	+ 12 %	1,367 Mrd. €		

Quelle: dwif, Studie: „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, 2020, 2023, 2025

- Im Jahr 2024 wurde in Hessen ein touristischer Bruttoumsatz von rund 14,6 Mrd. Euro erzielt. Das entspricht rund 40 Mio. Euro, die die Gäste täglich in Hessen ausgaben.
- Die größten Anteile werden mit Tages- und Übernachtungsgästen erwirtschaftet.
- Das Ausgabeverhalten der beiden Kategorien unterscheidet sich deutlich in Höhe und Struktur. Während einige Tagesgäste ohne direkte Ausgaben in der Region unterwegs sind, geben andere mehrere hundert Euro pro Tag aus. Auch innerhalb der Beherbergungsbetriebe gibt es deutliche Unterschiede. So lagen die durchschnittlichen Tagesausgaben 2024 bei rund 91,20 Euro in einer Pension und rund 190,10 Euro in einem Hotel. Gäste, die Verwandte oder Bekannte besuchten, gaben im Durchschnitt 32,90 Euro pro Tag aus.
- Rund 48,6 % der Gesamtausgaben entfielen 2024 auf das Gastgewerbe - dort geben vor allem Übernachtungsgäste das meiste Geld aus. Beim Tagestourismus inklusive VFR blieben 39,5 % der Umsätze im Einzelhandel. Auch andere Dienstleister profitieren spürbar von der touristischen Nachfrage.
- Durchschnittlicher touristischer Bruttoumsatz je Einwohner/Einwohnerin in Hessen: 2.324 Euro jährlich
- Die Tourismusbranche als Jobmotor finanzierte in Hessen durchschnittlich entlohnte Stellen (Vollzeitäquivalente)

2019	2022	2024
229.110	207.370	208.370

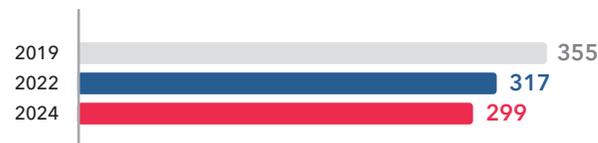
Quelle: dwif, Studie: „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, 2020, 2023, 2025

TOURISMUS: FINANZIERUNG UND FÖRDERUNG

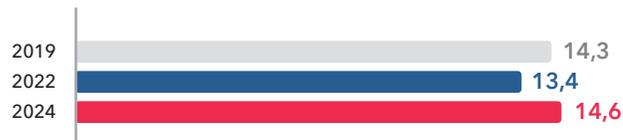
WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

Der Tourismus bleibt für Hessen ein entscheidender Wirtschaftsfaktor. Mit einem Bruttoumsatz von rund 14,6 Milliarden Euro und einer Wertschöpfung von 6,9 Milliarden Euro leistet die Tourismus-Branche auch im Jahr 2024 wieder einen erheblichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Stadt und Land. Rund 208.000 Personen generieren hierzulande ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus. Die Branche hat sich nach herausfordernden Jahren stabilisiert. Das unterstreicht die Widerstandskraft und die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Egal ob Gastgewerbe, Dienstleister oder Zulieferer, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Auch das Steueraufkommen von rund 1,36 Milliarden Euro für Land und Kommunen zeigt die Bedeutung der Branche für die öffentlichen Haushalte. Trotz globaler Unsicherheiten und Herausforderungen der vergangenen Jahre, blickt die hessische Tourismuswirtschaft positiv in die Zukunft.

AUFENTHALTSTAGE in Millionen



BRUTTOUMSATZ in Milliarden Euro



Quelle: dwif, Studie: "Wirtschaftsfaktor Tourismus", 2025

FÖRDERMITTEL

In Hessen wird die Entwicklung des Tourismus mit Fördermitteln des Landes und des Bundes unterstützt.

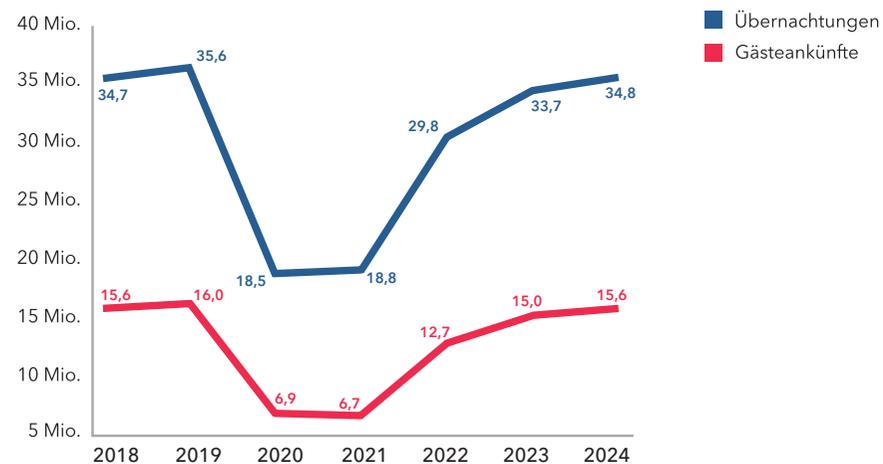
Allein im Jahr 2020 bis 2024 wurden rund 40 Mio. Euro an Zuwendungen für Infrastruktur und Marketing eingesetzt. Damit wurden Gesamtinvestitionen von rund 52 Mio. Euro ausgelöst.

TOURISMUSBEITRAG

Hessen geht seit 2017 mit seinem Tourismusbeitrag neue Wege. Mittels eines zweckgebundenen Beitrags tragen Gäste vor Ort direkt zur Förderung touristischer Infrastruktur und touristischen Marketings bei. 2025 gibt es in Hessen 33 anerkannte Tourismusorte. Tendenz deutlich steigend.

GÄSTEANKÜNFTEN UND ÜBERNACHTUNGEN 2018-2024

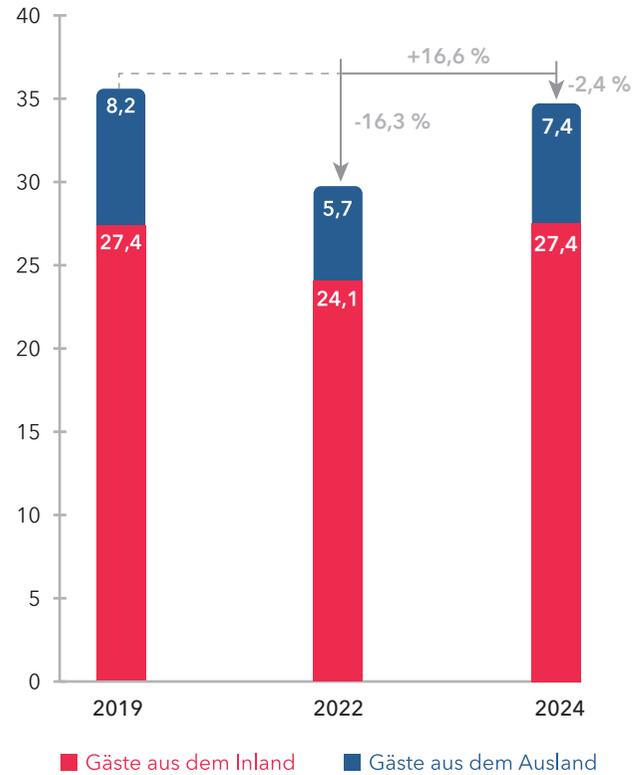
(Januar - Dezember)



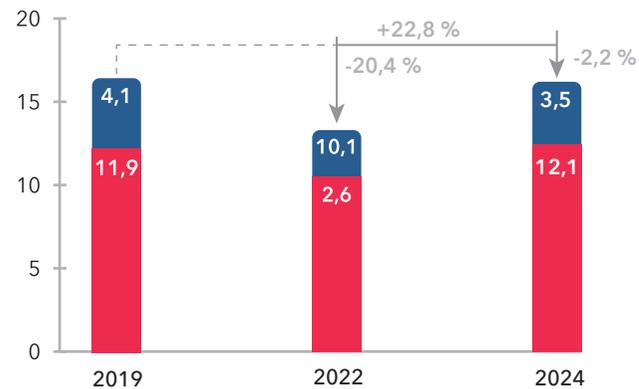
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2025

BERECHNUNG GESAMT HESSEN MIT VERÄNDERUNGEN 2019-2022-2024

Übernachtungen in Millionen



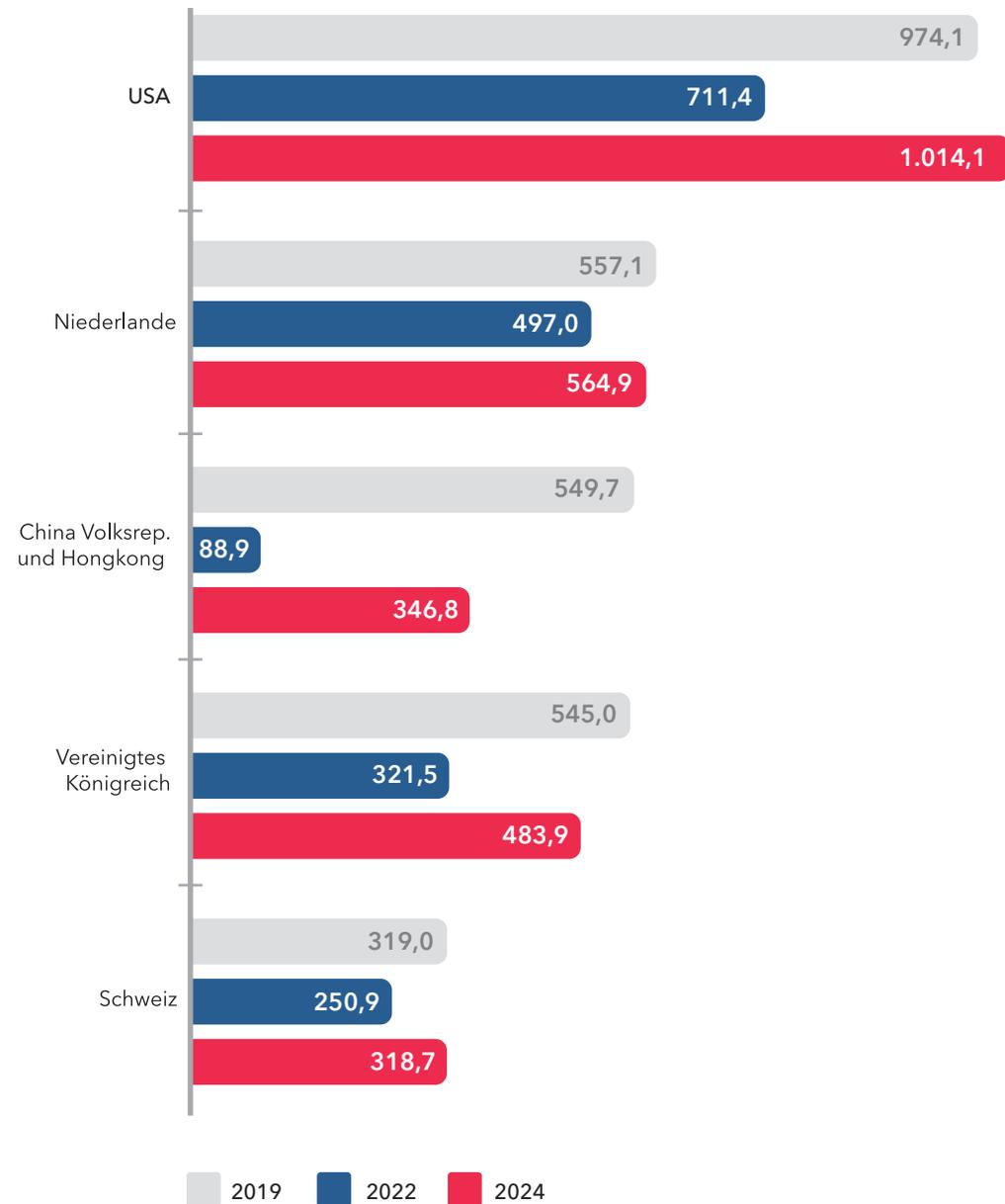
Ankünfte in Millionen



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2020, 2023, 2025

DIE WICHTIGSTEN AUSLÄNDISCHEN QUELLMÄRKTE

in Tausend



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2020, 2023, 2025



TOURISMUS- LEITPLANKEN

TOURISMUSPOLITISCHER HANDLUNGSRAHMEN (TPH)

Die sogenannten „Leitplanken für den Hessen Tourismus“ stehen auf zwei Fundamenten: Dem **Strategischen Marketingplan (SMP)** und dem **Tourismuspolitischen Handlungsrahmen (TPH)**. Beide zusammen bilden die zentrale strategische Grundlage für die Weiterentwicklung des Tourismus in Hessen.

Der **TPH** dient der Verständigung der touristischen Akteure auf gemeinsame Ziele und Handlungsansätze. Ein einheitlicher Rahmen für die langfristigen Strategien, Anforderungskriterien und Ressourcenanforderungen für den Tourismus in Hessen und seine Destinationen soll geschaffen werden. Den TPH gibt es seit 2007. Er wurde kontinuierlich in mittlerweile 3 Auflagen (in den Jahren 2007, 2015 und 2023) weiterentwickelt.

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

AKTUALISIERUNG DES TPH IM JAHR 2023 GUT GELUNGEN:

Der TPH 2023 ist geprägt durch erhebliche Veränderungen der Markt- und Rahmenbedingungen für den Tourismus in Hessen. Der Tourismus in Hessen musste seit 2020 mehrere sich gegenseitig verstärkende Krisen bewältigen: von der ausgelaufenen Corona-Pandemie über die Folgen des Ukraine Krieges und die damit in Verbindung stehende Energiekrise, die hohe Inflation sowie langfristig die Folgen des Klimawandels. Es sind schnelle Veränderungen die den Druck auf den Tourismus und seine Organisationen mit Blick auf Resilienz, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit verstärkt. Daraus resultieren neue Aufgaben und neue Management- und Zusammenarbeitsstrukturen. Den TPH 2023 finden Sie hier: <https://www.hessen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/tourismusstrategie/tourismuspolitischer-handlungsrahmen/>

Digitale Transformation, demografischer Wandel, Barrierefreiheit und die Verzahnung von Stadt und Landtourismus, stehen genauso wie Nachhaltigkeit im Tourismus, Qualitätssysteme und Fachkräftemangel verstärkt im Fokus der Betrachtung.

STARTSCHUSS FÜR DIE NEUE STRATEGIE 2025+

Der „Strategische Marketingplan für den Tourismus in Hessen“, kurz SMP, dient dem Hessen Tourismus als Leitlinie, Planungsgrundlage und Hilfestellung zur künftigen Ausrichtung. Den neuen SMP 2025+ finden Sie hier: <https://www.hessen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/tourismusstrategie/strategischer-marketingplan/>

Wurde der SMP 2019-24 erfolgreich umgesetzt? Die großen Ziele wurden erreicht. Basis aller Projekte ist die Markenfamilienstrategie Hessen für Akteurinnen und Akteure des Tourismus (siehe Seite 11). Daraus abgeleitet, wurde das touristisches Landesmarketing konsequent auf eine Zielgruppe ausgerichtet und eine beteiligungsfähige Leitkampagne entwickelt, in der das Reiseland Hessen bestmöglich zur Geltung kommt. Der gesamte neue Bilddatenbestand beruht

auf einer gemeinsamen visuellen Identität. Alle Partnerinnen und Partner im Land können ihn kostenfrei nutzen. Seit Mitte des Jahres 2024 ist die neue Website online. So kann ein homogenes, professionelles und attraktives Bild von Hessen als Reisedestination in das Land selbst und nach außen getragen werden.

Welche Themen verstärken sich im neuen SMP 2025+? Die Qualität der touristischen Angebote und damit verbundene nachhaltige Aspekte werden eine große Rolle spielen. Im Hessen Tourismus wurde ein Qualitätsmanagement aufgesetzt, um die Qualität im Tourismus konzentriert mit allen zehn Destinationen und den angeschlossenen Partnerinnen und Partnern weiterzuentwickeln. Es geht dabei einmal um Qualifizierungs- und Zertifizierungssysteme, aber auch eine grundsätzliche Ausrichtung an der Best-of-Strategie und der Markenfamilie.



MARKENFAMILIE HESSEN - TYPISCH HESSISCH

STRATEGISCHES MARKENMANAGEMENT - SCHLÜSSEL FÜR HESSENS TOURISTISCHE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

In einem immer dynamischeren Marktumfeld gewinnt eine klare Markenstrategie zunehmend an Bedeutung. Sie schafft nicht nur Wiedererkennbarkeit, sondern fördert auch die Identifikation aller Beteiligten mit der touristischen Entwicklung in Hessen. Damit wird sie zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für die Zukunftsfähigkeit des hessischen Tourismus.

TYPISCH HESSISCH

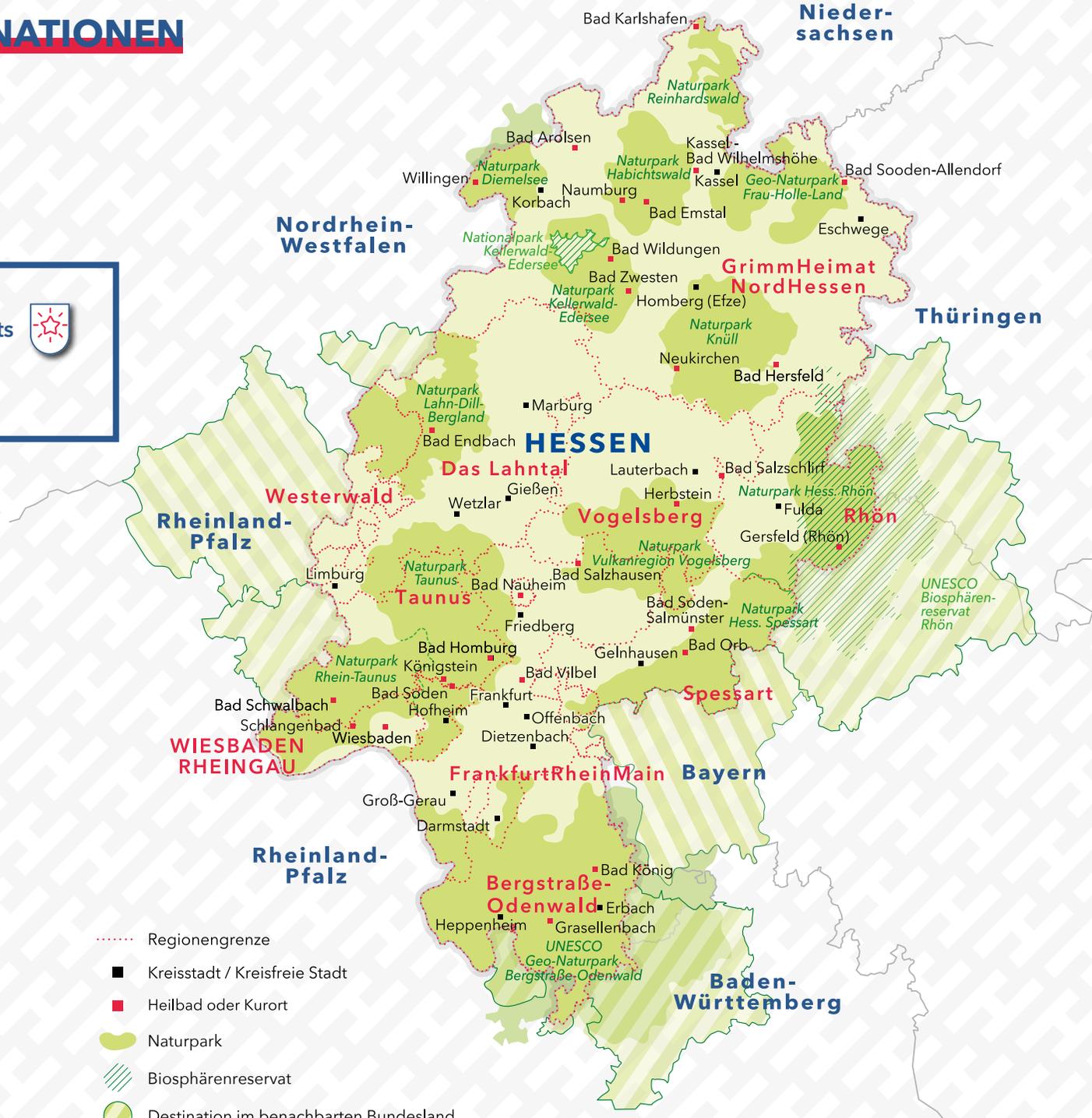
Mit der **Markenfamilie Hessen** wurde auf Landesebene ein durchdachtes System geschaffen, das für eine einheitliche und wirkungsvolle Markenführung sorgt. Es bietet die Grundlage dafür, dass touristische Akteurinnen und Akteure ihre eigene Marktbearbeitung strategisch mit der Landesmarke verzahnen können. Die Verknüpfung der Destinationsmarke mit Partnern, u.a. auf der lokalen Ebene, aber auch mit der landesweiten touristischen Markenfamilie, steht im Fokus der weiteren Etablierung der Markenfamilie Hessen.

Ein neues **Grundlagenpapier** liefert hierzu sowohl strategische Orientierung als auch konkrete, praxisnahe Handlungsempfehlungen. Es richtet sich an alle, die touristische Marken aktiv nutzen oder entwickeln. Ab 2025 wird Hessen Tourismus die Umsetzung zusätzlich durch die Gründung einer **Arbeitsgemeinschaft Marke (AG Marke)** unterstützen. Ziel ist es, das Markenmanagement in den hessischen Destinationen unter Berücksichtigung der Markenfamilie Hessen systematisch weiterzuentwickeln, Synergien zu schaffen und neue Partnerinnen und Partner in das Markensystem einzubinden.



HESSISCHE DESTINATIONEN

Klicken Sie auf die Highlights
für weitere Informationen



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

Klicken Sie auf die Bilder für weitere Informationen

WELTKULTURERBE / WELTNATURERBE



MATHILDENHÖHE
DARMSTADT



BERGPARK
WILHELMSHÖHE



BUCHENWALD IM
NATIONALPARK
KELLERWALD-
EDERSEE



OBER-
GERMANISCH-
RAETISCHER
LIMES



OBERES
MITTELRHEINTAL



GRUBE MESSEL



KLOSTER LORSCH

WELTDOKUMENTENERBE



STUMMFILM
„METROPOLIS“



GERO-CODEX



KINDER- UND
HAUSMÄRCHEN
DER BRÜDER
GRIMM



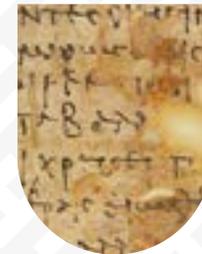
LORSCHER
ARZNEIBUCH



GOLDENE BULLE



VERFAHRENS-
UNTERLAGEN
UND TONBAND-
AUFNAHMEN DES
1. FRANKFURTER
AUSCHWITZ-
PROZESSES



PAPYRUSDOKUMENT
DER „CONSTITUTIO
ANTONINIANA“



AROLSEN
ARCHIVES

DIGITALISIERUNG: DER TOURISMUSMARKT IM WANDEL

Mit der voranschreitenden Digitalisierung muss sich die Tourismusbranche auf völlig neue Marktsituationen und Rahmenbedingungen einstellen: Sie verändert Arbeitsabläufe, Kommunikationsstrukturen und Wertschöpfungsketten grundlegend. Um den digitalen Wandel im Tourismusmarkt zu unterstützen, investierte das Hessische Wirtschaftsministerium rund zehn Millionen Euro bis 2024.

KEINE LÖSUNG VON DER STANGE

Um Gästen ein umfangreiches Informationsnetz zur Verfügung zu stellen, muss eine entsprechende Dateninfrastruktur bereitgestellt werden. Der „**Tourismus-Hub Hessen**“ digitalisiert, bündelt und vernetzt als landesweite Datenbank den touristischen Content Hessens und ist an die vielfältigen Bedürfnisse des Tourismus optimal angepasst. Für Destinationen, Städte und Gemeinden bis hin zur Tourist-Information bietet der „Tourismus-Hub Hessen“ eine Reihe von Vorteilen und Chancen.

DER TOURISMUS-HUB HESSEN“ - SMART.CONNECTED.HESSISCH

Grundvoraussetzung für die Sicht- und Buchbarkeit touristischer Angebote sind vollständige und qualitativ hochwertige Datensätze, auf die zurückgegriffen werden.

Der „Tourismus-Hub Hessen“ ist modulartig aufgebaut:

Der **Content-Hub**: Er ist das Herzstück des Tourismus Hub. In ihm wird das gesamte touristische Angebot Hessens digitalisiert.

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

Der **Erlebnis-Hub** rundet die Technologie ab und bildet buchbare Erlebnisse - von Touren, Aktivitäten oder Veranstaltungen - aus ganz Hessen ab.

Der **Performance-Hub** wurde entwickelt, um touristisch relevante Kennzahlen und Fakten zur Entwicklung des Tourismus in Hessen aufzubereiten und diese Interessierten zur Verfügung zu stellen.

TOURISTISCHES ANGEBOT ALS DIGITALER ZWILLING

Der „Tourismus-Hub Hessen“ wird permanent weiterentwickelt. Im Zeitraum von 2026 bis 2028 ist geplant, das gesamte touristische Angebot des Landes möglichst umfassend, flächendeckend und qualitativ hochwertig im Content-Hub in Form eines „digitalen Zwillings“ abzubilden.



AKZENTE

QUALITÄT KOMPAKT: WAS MACHT ES SO BESONDERS?

„One face to the customer“ - Bei Qualität kompakt kommt Qualität aus einer Hand, angesiedelt unter einem Dach. Die Hessische Landesregierung fördert Qualität kompakt jährlich mit rund 200.000 Euro.

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

- **Klassifizierungssysteme:**
 - Deutsche Hotelklassifizierung durch den DEHOGA
 - G-Klassifizierung für Gasthäuser, Gasthöfe und Pensionen durch den DEHOGA
 - Klassifizierung von Ferienhäusern, Ferienwohnungen und Ferienzimmern durch den DTV
 - ADAC-Campingplätze
 - DTV/BVCD Campingplatzklassifizierung
- **Qualitätsinitiativen** für Abläufe in der Dienstleistung:
 - Service Qualität Deutschland für tourismusrelevante Leistungsträger und Tourismusorte
 - i-Marke für Touristinformationen
- **Themenlabels** für die Spezialisierung auf Zielgruppenbedürfnisse:
 - Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland durch den Deutschen Wanderverband e.V.
 - Bett+Bike durch den ADFC e.V.
 - Reisen für Alle
 - Hessen à la Carte

QUALITÄT UND GÄSTEZUFRIEDENHEIT IN BEWERTUNGSPORTALEN

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

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

PROJEKTE SETZEN AKZENTE

ERLEBNISPFAD HOLZKUGELBAHN ROTENBURG A.D. FULDA

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

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

TIERPARK SABABURG

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

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



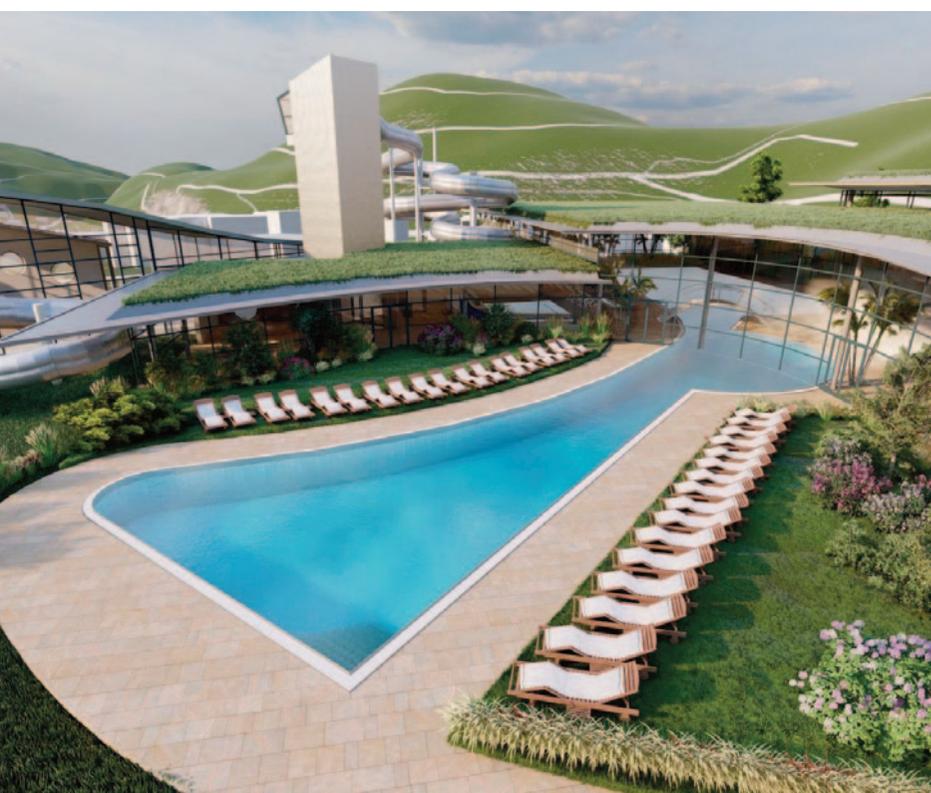


PARKLANDSCHAFT KURPARK BAD VILBEL

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

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

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



WILLINGEN

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

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

LAGUNEN-ERLEBNISBAD

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

SAUNABADELANDSCHAFT

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

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

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



SKYWALK WILLINGEN - DEUTSCHLANDS LÄNGSTE FUSSGÄNGERHÄNGEBRÜCKE

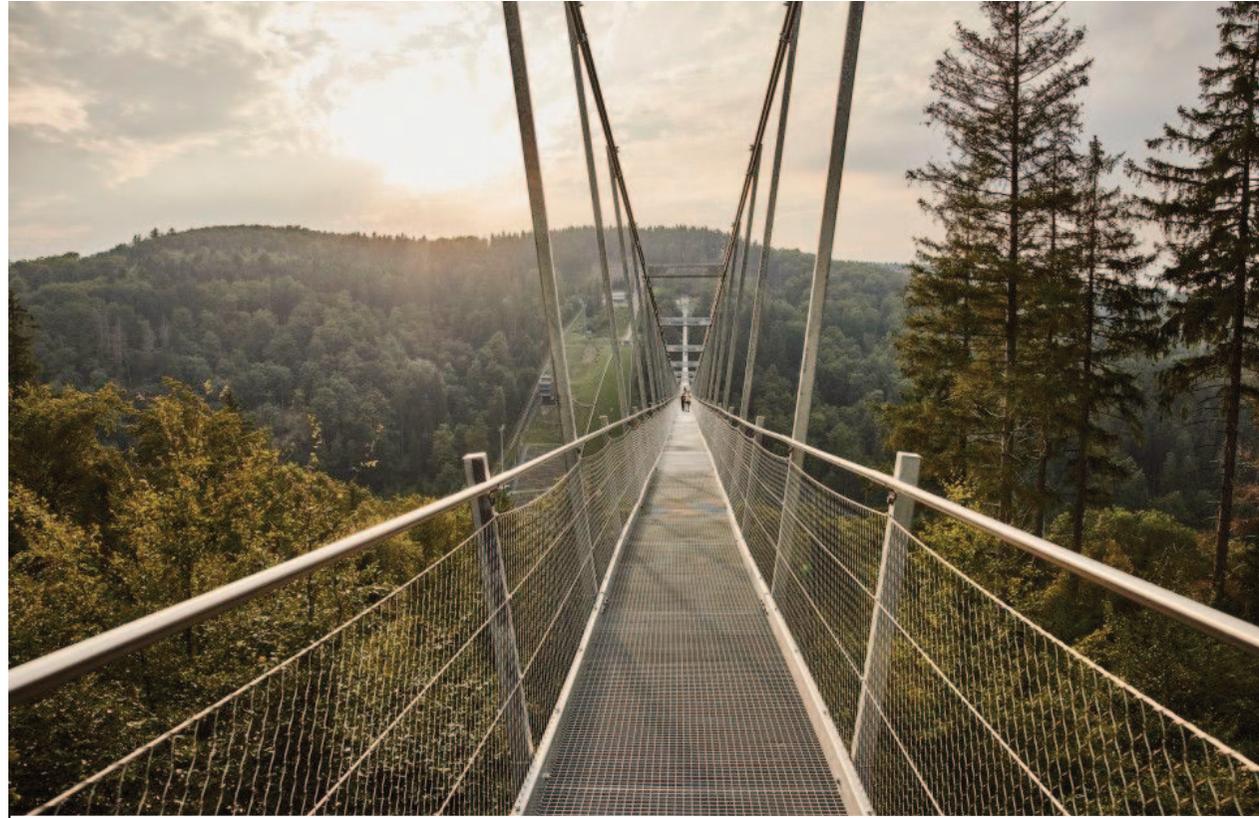
Der Skywalk Willingen ist mit 665 Metern die längste Fußgängerhängebrücke Deutschlands und die drittlängste freischwebende Fußgängerhängebrücke der Welt. Sie ist im tibetanischen Stil gebaut, hat in der Mitte keine tragenden Pfeiler und schwebt in luftigen 100 Metern Höhe über der atemberaubenden Landschaft des Uplands. Die Brücke hat ein Eigengewicht von 120 Tonnen und ist für eine Brückenlast von bis zu 750 Personen ausgelegt. Besucherinnen und Besucher können hier eine spektakuläre Aussicht erleben. Der Skywalk befindet sich in Willingen im Landkreis Waldeck-Frankenberg in unmittelbarer Nähe zur Mühlenkopfschanze. Diese einzigartige Kombination ermöglicht es den Gästen, nicht nur die beeindruckende Aussicht auf die umliegenden Wälder, Berge und Täler zu genießen, sondern auch einen Blick auf die Skisprungschanze zu werfen.

Die Baukosten des Skywalk Willingen betragen rund 4,5 Millionen Euro. Anteilseigner sind Privatleute und Unternehmer aus den Gemeinden Willingen und Diemelsee

Der Skywalk Willingen ist ganzjährig geöffnet und zieht Neugierige in die Region. Im Jahr 2023 wurde der Skywalk Willingen mit einem Ehrenpreis auf dem Hessischen Tourismustag ausgezeichnet

HÄNGEBRÜCKE HIGHWALK - HIGHLIGHT IN ROTENBURG AN DER FULDA

Die Hängebrücke Highwalk in Rotenburg an der Fulda (Hersfeld-Rotenburg) hat sich zu einem Besucher-Magneten in (Ost-)Hessen entwickelt und lädt zu einem schwankenden Spaziergang über das Kottenbachtal ein. Der Highwalk ist Deutschlands zweitlängste Fußgänger-Hängebrücke und soll mit 617 Meter Länge und 60 Meter Höhe viele Neugierige und Touristen anziehen. Die Brücke überspannt in Rotenburg an der Fulda das Kottenbachtal und führt von der Rodenberg Alm am Förstergraben zum Hangwald am Teufelsberg. Durch die neue Attraktion hofft man in der Region um Rotenburg auf mehr Touristen und Übernachtungen. Der Bau des Highwalk kostete 4,5 Millionen Euro und wurde privat finanziert. Für die Stadt Rotenburg ist die Hängebrücke ein Mehrwert und bereichert die Region als Tourismus-Standort.



GÄSTEZENTRUM MIT ERLEBNISCHARAKTER AM EDERSEE

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

Das neue Besucherzentrum Edersee leistet einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Attraktivität der Edersee-Region und schafft ein zusätzliches wetterunabhängiges Angebot. Die Region erwartet positive Effekte auf die örtliche Reisebranche, das Gastgewerbe, die Freizeitwirtschaft und den heimischen Handel.





GREEN-TRAILS IM LANDKREIS WALDECK-FRANKENBERG

Um Radsportfans ein außergewöhnliches Sport- und Naturerlebnis zu ermöglichen, hat der Landkreis Waldeck-Frankenberg - gemeinsam mit zahlreichen Städten und Gemeinden - ein europaweit einzigartiges Mountainbike Projekt ins Leben gerufen: Die Green Trails. Sie werden, wenn sie fertiggestellt sind, aus rund 200 Kilometern Trails und 200 Kilometern Verbindungswegen bestehen. Ziel dieses Wegenetzes ist neben einer Rundstrecke auch die Realisierung mehrerer Trailparks, die den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen entsprechen. Familien, Jugendliche, ambitionierte Mountainbiker oder Senioren - die Trails sind so konzipiert, dass jeder sicher und mit Freude fahren kann. Die Trailparks sind in die Natur eingebettet und werden mit attraktiven Verbindungsstrecken verknüpft. So ist sichergestellt, dass sowohl eine Attraktivität für die einzelnen Standorte geschaffen wird, als auch für das gesamte Netz. Es entsteht somit das größte zusammenhängende Trailnetz Europas und stellt eine Bereicherung für den Landkreis und alle teilnehmenden Kommunen dar. Die Trails fügen sich harmonisch in die Landschaft ein, denn Naturschutz und Nachhaltigkeit stehen bei Planung, Bau und Nutzung stets im Vordergrund. Ziel des Projekts ist es, den regionalen Tourismus zu fördern, zusätzliche Freizeitangebote zu schaffen und das Bewusstsein für die Natur und ihre Bewohner zu stärken. Aktuell sind bereits 4 Teilbereiche fertiggestellt und in Betrieb (Korbach, Willingen, Diemelsee und Waldeck) mit einer Strecke von insgesamt über 120 Kilometern. Zehn weitere Gebiete befinden sich in der Planung oder im Bau. In Diemelstadt wird die Eröffnung des nächsten Streckenabschnitts im Herbst 2025 erwartet. Bis 2029 sollen die Green-Trails fertig gestellt sein.



HESSEN À LA CARTE FEIERT 35-JÄHRIGES JUBILÄUM

Die hessische Küche ist bekannt für ihre Vielfalt, die die verschiedenen Einflüsse und Traditionen der Region widerspiegelt. Nordhessens Ahler Worscht, Handkäs mit Musik, Frankfurter Grieß Soß oder Odenwälder Schäuferle sind nur einige Beispiele für eine Vielzahl von regionalen und traditionellen Gerichten. Auch der bekannte Ebbelwoi ist ein echtes Kulturgut.

„Hessen à la Carte“ ist die Kooperation der hessischen Regionalküche. Über 120 Mitgliedsbetriebe aus den unterschiedlichen Regionen Hessens bilden Deutschlands älteste regionale Qualitätsgemeinschaft. „Hessen à la Carte“ hat sich - unterstützt durch das Wirtschaftsministerium - zur Aufgabe gemacht, für die hessische Küche in ihrer ganzen Vielfalt zu werben. „Hessen à la Carte“ ist deshalb seit über drei Jahrzehnten ein geschätzter Botschafter Hessens und ein zuverlässiger Wegweiser für Gäste.

„Hessen à la Carte“ wird seit über 20 Jahren gefördert durch das HMWVW und befindet sich seit dem Jahr 2017 unter dem Dach von „Qualität kompakt“ - der Qualitätsinitiative für den Tourismus in Hessen. Zuletzt wurde der Restaurantführer „Hessen à la Carte 2025“ neu aufgelegt.

Im Jahr 2024 wurden 37 Gastronomie-Betriebe zertifiziert, wovon 14 Betriebe erstmalig an dem Prozess teilgenommen haben. Aktuell gibt es insgesamt 133 „Hessen à la Carte“ zertifizierte Betriebe.





**TYPISCH
HESSISCH
AWARD**



„TYPISCH HESSISCH AWARD“

Der Hessische Tourismuspreis („TYPISCH HESSISCH AWARD“) belohnt die besten Projekte und Angebote aus ganz Hessen. Im Vordergrund steht dabei der Mut zu touristischem Unternehmertegeist, Fortschritt, individuelle Lösungen, neue Kooperationen und vorbildlichen Angeboten in Hessen. Der Wettbewerb richtet sich an Betriebe, Dienstleister und Kreative aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie, Freizeit und Erholung sowie öffentliche Tourismusorganisationen. Voraussetzung für die Teilnahme am Wettbewerb ist die Übereinstimmung mit der Markenfamilie Hessen und den Markenwerten urban, weltoffen, märchenhaft, hessisch. Der „TYPISCH HESSISCH AWARD“ wird für abgeschlossene oder laufende Angebote und Projekte verliehen, die nicht älter als zwei Jahre sind.

DER HESSISCHE TOURISMUSPREIS WIRD ALLE ZWEI JAHRE VERGEBEN:

Die Preisverleihung 2025 fand am 3. September im Rahmen des Hessischen Touristustages in Wiesbaden statt.

Die Preisträger 2025 für die besten Angebote und Projekte:

1. Platz: Das Regionalmanagement Nordhessen GmbH für Ihre AuszeitCardPlus. Sie ist eine Karte für die GrimmHeimat Nordhessen, die von Unternehmen für ihre Mitarbeitenden erworben werden kann, die aber auch für alle Einheimischen und Gäste kaufbar ist. Die Karte lädt ein, das touristische Angebot in der Region aktiv zu erleben und kurbelt gleichzeitig die lokale Wertschöpfung im Tourismus an.

Aktuell lassen sich mit der Karte 100 Erlebnisse in ganz Nordhessen kostenfrei ein Jahr lang nutzen.

2. Platz: Die Boulderchurch in Bad Orb. Die Boulderchurch GmbH vereint Architektur, Sport und Gemeinschaft und ist eine moderne Boulderhalle in den alten Mauern der teilentweihten Michaelskirche. Hier trifft sportliche Bewegung auf architektonischen Charme: Originale Kirchenfenster tauchen die Halle in farbiges Licht, Beichtstühle wurden zu Umkleiden, Kirchenbänke zur Theke.

Zwei Boulder-Ebenen und ein gemütliches Bistro machen den Ort zu einem einzigartigen Erlebnisraum, der bewegend und inspirierend ist.

Es gab punktgleich zwei 3. Plätze:

Käsestube im Teichgarten

In Fürth-Lörzenbach direkt am Teichgarten gelegen, bietet die Käsestube regionale Küche mit dem Schwerpunkt auf traditionell hergestelltem Odenwälder Kochkäse, der in einer eigenen Kochkäserei produziert wird. Daneben lädt ein kleines Lädchen zum Mitnehmen der hausgemachten Produkte ein. Die Käsestube wurde 2012 eröffnet und wird seit Januar 2024 mit einem Generationenwechsel neu belebt durch eine einzigartige regionale Produktion des Odenwälder Kochkäse.

Home Berg Restaurant

Im Home Berg Restaurant wird lokale Esskultur neu gedacht: Mit moderner Küchentechnik und professionellem gastronomischem Anspruch wird die ländlich-regionale Küche in die Zukunft geführt.

Das Home Berg Restaurant serviert regionale Küche, inspiriert von traditionellen Bauernrezepten und zubereitet mit frischen Zutaten aus der Umgebung.

Das Home Berg Restaurant steht für: Gourmet Landgastronomie – Kulturinnovation und Heimatverbundenheit

SONDERPREIS KINDER- UND FAMILIENFREUNDLICHE BETRIEBE

Erstmals wurde - in Zusammenarbeit mit dem Hessischen Ministerium für Familie, Senioren, Sport, Gesundheit und Pflege - zusätzlich ein Sonderpreis für kinder- und familienfreundliche Betriebe vergeben. Gesucht wurden Projekte, die besonders familiengerechte Urlaubs- und Freizeitangebote schaffen und damit die Vereinbarkeit von Familienleben und Erholung fördern.

ZUM LOUIS - Erlebnistal in Neuweilnau heißt der Gewinner des Sonderpreises

Inmitten des ehemaligen Luftkurortes Neuweilnau bietet „ZUM LOUIS“ naturnahes Freizeitvergnügen für die ganze Familie. Ein geschützter Minigolfplatz mit Holzkugelbahn, Spielbereiche bei Weidetieren, eine Wasserspielstelle, barrierefreie Rückzugsorte und eine Gastronomie aus eigener Landwirtschaft laden Familien ein, die Natur gemeinsam zu erleben.