

Ex-post-Bewertung des Hessischen Entwicklungsplans für den ländlichen Raum

Materialband zu Kapitel 9

Maßnahme s

Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten

Petra Raue

Institut für Ländliche Räume,
Johann Heinrich von Thünen-Institut,
Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume,
Wald, und Fischerei



Braunschweig

September 2008

Inhaltsverzeichnis	Seite
Abbildungsverzeichnis	194
Kartenverzeichnis	195
Tabellenverzeichnis	195
s 9 Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten	197
s 9.1 Ausgestaltung der Maßnahme	197
s 9.1.1 Übersicht über die angebotene Maßnahme	197
s 9.1.2 Beschreibung der Ziele und Prioritäten	198
s 9.1.3 Einordnung der Maßnahme in den Förderkontext	199
s 9.2 Untersuchungsdesign und Datenquellen	200
s 9.2.1 Skizzierung des Untersuchungsdesigns	200
s 9.2.2 Datenquellen	200
s 9.3 Finanzielle Ausgestaltung und Vollzugskontrolle	201
s 9.4 Darstellung und Analyse des erzielten Outputs	202
s 9.5 Administrative Umsetzung	209
s 9.6 Beantwortung der kapitelspezifischen Bewertungsfragen	212
s 9.6.1 Frage IX.1 – In welchem Umfang ist das Einkommen der ländlichen Bevölkerung erhalten oder verbessert worden?	212
s 9.6.2 Frage IX.2 – In welchem Umfang sind die Lebensbedingungen und das Wohlergehen der ländlichen Bevölkerung als Ergebnis der sozialen und kulturellen Aktivitäten, durch bessere Freizeitangebote oder durch die Verringerung der Abgelegtheit erhalten worden?	215
s 9.6.3 Frage IX.3 – In welchem Umfang sind die Beschäftigungsmöglichkeiten in ländlichen Gebieten erhalten worden?	217
s 9.6.4 Frage IX.4 – In welchem Umfang sind die Strukturmerkmale der ländlichen Wirtschaft erhalten oder verbessert worden?	219
s 9.6.5 Frage IX.5 – In welchem Umfang ist die Umwelt im ländlichen Raum erhalten oder verbessert worden?	220
s 9.7 Gesamtbetrachtung der angebotenen Maßnahme hinsichtlich der Inanspruchnahme und der erzielten Wirkungen	221
s 9.8 Maßnahme s im Zusammenhang mit der GAP-Reform, WRRL, Natura-2000	223
s 9.9 Schlussfolgerungen und Empfehlungen	223
Literaturverzeichnis	225

s-E	Stärkung ländlicher Regionen als Tourismusstandort – Effekte der Förderung der ländlichen Regionalentwicklung im Rahmen des Hessischen EPLR	227
s-E 1	Hintergrund und Ziele der Untersuchung	227
s-E 1.1	Einleitung	227
s-E 1.2	Ziele und Fragestellung der Untersuchung	228
s-E 1.3	Bausteine des Untersuchungsdesigns	228
s-E 2	Tourismus in Hessen	230
s-E 3	Erfolgsfaktoren und Einordnung der Fördermaßnahmen	233
s-E 3.1	Regionaltypisches Unterkunfts- und Gaststättengewerbe	234
s-E 3.2	Kulturlandschaft	235
s-E 3.3	Der Dorfcharakter	236
s-E 3.4	Touristische Infrastruktur	237
s-E 3.5	Tourismusorganisation	237
s-E 3.6	Markt und Produkt	238
s-E 4	Statistische Analyse von Beherbergungs- und Förderdaten	240
s-E 5	Empirische Erhebung	243
s-E 5.1	Methodik	243
s-E 5.1.2	Auswahl der Gemeinden	244
s-E 5.2	Charakterisierung der Befragten und der Gemeinden	245
s-E 5.3	Entwicklung des Tourismus in den erfassten Gemeinden	247
s-E 5.4	Einflussfaktoren für die touristische Entwicklung, aktueller Zustand und Veränderungen	250
s-E 5.4.1	Die aktuelle Situation in den Gemeinden	252
s-E 5.4.2	Veränderungen der Merkmale in den letzten fünf Jahren	256
s-E 5.4.3	Entwicklung von Einkommen, Gäste- und Übernachtungszahlen und Erfolgsfaktoren	260
s-E 5.4.4	Analyse der aktuellen Situation, Veränderungen und Förderung	261
s-E 5.5	Wahrnehmung und Bedeutung von Fördermaßnahmen in den erfassten Gemeinden	263
s-E 5.6	Weiterer Handlungsbedarf aus Sicht der Befragten	266
s-E 6	Resümee und Schlussfolgerungen	268
s-E	Literaturverzeichnis	271
s-E	Anhang	273

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abbildung s1: Anzahl von Projekten nach Kategorien	204
Abbildung s2: Verteilung der Fördermittel und der Projekte nach Landkreisen	206
Abbildung s3: Wie zufrieden waren Sie mit folgenden Aspekten der Förderung?	211
Abbildung s-E1: Bausteine des Untersuchungsdesigns	229
Abbildung s-E2: Entwicklung der Übernachtungszahlen in ausgewählten Bundesländern und Deutschland von 1999 bis 2006 (1999=100)	230
Abbildung s-E3: Ausgezählte EU-Mittel in touristisch relevanten Fördermaßnahmen im Hessischen EPLR, dem Ziel-2-Programm und LEADER+, 2000 bis 2006	240
Abbildung s-E4: Welche wirtschaftliche Rolle spielt der Tourismus in Ihrer Gemeinde?	246
Abbildung s-E5: Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen in den letzten fünf Jahren in den Betrieben nach Einschätzung der Befragten	248
Abbildung s-E6: Angaben zur Entwicklung des Einkommens aus dem Tourismus in den letzten fünf Jahren	248
Abbildung s-E7: Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung im Betrieb und in der Gemeinde in den letzten fünf Jahren	249
Abbildung s-E8: Bewertung der aktuellen Situation nach Regionen, für sechs Merkmale mit statistisch signifikanten Unterschieden	255
Abbildung s-E9: Wahrgenommene Veränderungen nach Regionen, für sieben Merkmale mit statistisch signifikanten Unterschieden	258
Abbildung s-E10: Bekanntheitsgrad von Fördermaßnahmen, die eine Bedeutung für den Tourismus haben	264
Abbildung s-E11: Wie wichtig sind/waren die Ihnen bekannten Fördermaßnahmen für die Entwicklung Ihres Betriebs bzw. der Region?	265
Abbildung s-E-A 1: Entwicklung der Übernachtungszahlen 2000 bis 2006 nach Landkreisen	273

Kartenverzeichnis		Seite
Karte s1:	Anzahl der Projekte und Verteilung der Fördermittel (EAGFL + national) nach Gemeinden und Gebieten der Regionalforen	207
Karte s-E1:	Tourismusintensität in den Gemeinden Hessens, 2001	231

Tabellenverzeichnis

Tabelle s1:	Ziele der Maßnahme Förderung der Fremdenverkehrstätigkeit	199
Tabelle s2:	Umfang und Rücklaufquoten der schriftlichen Befragungen	201
Tabelle s3:	Geplante und tatsächlich ausgezahlte Mittel	201
Tabelle s4:	Anzahl und eingesetzte Fördermittel der abgeschlossenen Projekte nach Kalenderjahren	202
Tabelle s5:	Anzahl der Projekte und Umfang der eingesetzten Mittel nach Fördergegenständen	203
Tabelle s6:	Anteil der verschiedenen Zuwendungsempfänger an der insgesamt realisierten Anzahl von Projekten und an den eingesetzten Mitteln	205
Tabelle s7:	Art der Zuwendungsempfänger der schriftlichen Befragungen	205
Tabelle s8:	Eingesetzte Fördermittel (EAGFL-Garantie + national) und geförderte Projekte in Regionalforen und anderen ländlichen Gebieten	208
Tabelle s9:	Antworten auf die Frage: „Woher haben Sie erfahren, dass Sie Förderung für Ihr Projekt beantragen können?“	210
Tabelle s10:	Antworten der befragten privaten Projektträger auf die Frage: „Hat das geförderte Projekt zu einer Veränderung Ihres Einkommens geführt bzw. erwarten Sie eine Veränderung ihres Einkommens?“	213
Tabelle s11:	Beschäftigungswirkungen in den Projekten der befragten Projektträger (n=43)	218
Tabelle s12:	Antworten auf die Frage: „Was hätten Sie gemacht, wenn Sie keine Förderung für Ihr Projekt erhalten hätten?“	221
Tabelle s-E1:	Anzahl der Gemeinden mit Angaben von Betten- und Übernachtungszahlen und Gästeankünften in 2000 und 2006	241
Tabelle s-E2:	Umfang der schriftlichen Befragung und Rücklauf	245
Tabelle s-E3:	Merkmale bzw. Merkmalskomplexe der Erfolgsfaktoren im Fragebogen	250
Tabelle s-E4:	Die ersten und die letzten zehn Plätze hinsichtlich der Einschätzung der aktuellen Situation (1= sehr gut bis 4=sehr schlecht)	253

Tabelle s-E5:	Die zehn Merkmale mit den deutlichsten bzw. geringsten Veränderungen (Skala von +2 bis -2)	257
Tabelle s-E6:	Merkmale mit statistisch signifikanten Unterschieden zwischen den Gruppen A und B (Gemeinden mit mittlerer und geringer wirtschaftlicher Bedeutung des Tourismus)	262
Tabelle s-E7:	Welche Maßnahmen sollten aus Ihrer Sicht zur Förderung des Tourismus in den nächsten fünf Jahren realisiert werden?	267
Tabelle s-E-A 1:	In die statistische Analyse einbezogene Variablen	275
Tabelle s-E-A 2:	Verteilung der in die Befragung einbezogenen Gemeinden auf die hessischen Landkreise	276
Tabelle s-E-A 3:	Verteilung der beantworteten Fragebögen auf die hessischen Landkreise	276
Tabelle s-E-A 4:	Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrer Gemeinde ein? Anzahl	277
Tabelle s-E-A 5:	Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrer Gemeinde ein? (1 = sehr gut, 4 = sehr schlecht) Mittelwerte	278
Tabelle s-E-A 6:	Bei welchen Faktoren hat sich die Situation in den letzten 5 Jahren in Ihrer Gemeinde verändert? Anzahl	279
Tabelle s-E-A 7:	Bei welchen Faktoren hat sich die Situation in den letzten 5 Jahren in Ihrer Gemeinde verändert? (+2 bis -2) Mittelwerte	280
Tabelle s-E-A 8:	Zusammenhang zwischen Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung und Merkmalen der Erfolgsfaktoren	281

s 9 Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten

s 9.1 Ausgestaltung der Maßnahme

s 9.1.1 Übersicht über die angebotene Maßnahme

Die Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ ist in ihrer eigenständigen Form in der Förderperiode 2000 bis 2006 neu in das Programm aufgenommen worden. Allerdings gab es bereits im Rahmen des Ziel-5b-Programms eine ähnliche Maßnahme. Zum Beginn des Programmplanungszeitraums erfolgte die Förderung auf Grundlage des Hessischen Programms zur ländlichen Regionalentwicklung von 1993. Seit Januar 2002 war die Richtlinie des Landes Hessen zur Förderung der regionalen Entwicklung Grundlage der Förderung. Im Jahr 2005 erfolgte eine erneute Änderung der Richtlinie.

Die Maßnahme s bietet ein breites Spektrum an Fördergegenständen:

- Erarbeitung konzeptioneller Grundlagen für einzelbetriebliche und kooperative Maßnahmen.
- Schaffung geeigneter Tourismuseinrichtungen, die durch die Verknüpfung touristischer Bausteine, wie z. B. Landschaft, Natur, Landwirtschaft, ländliche Kultur und Küche, der Weiterentwicklung des ländlichen Tourismus dienen, einschließlich der entsprechenden Aktivprogramme (z. B. Bauern- und Winzerhofrouten, Lehrpfade, Reitwege).
- Neu-, Aus- und Umbaumaßnahmen zum Aufbau eines an regionalen Besonderheiten und zeitgemäßen Erfordernissen orientierten Landtourismusangebotes (z. B. Ferienwohnungen, Gästezimmer, bäuerliche Raststuben, zielgruppenorientierte Freizeitangebote auf Bauernhöfen).
- Aufbau und Entwicklung von Kooperationen im Bereich der Angebotserstellung und -kooperation (z. B. Radlerpackages von Hof zu Hof, Kooperation von Heuhotels, Babybauernhöfen, Gesundheitshöfen).
- Entwicklung und Durchführung von projektbezogenen Qualifizierungs- und Schulungsmaßnahmen.
- Beteiligung regionaler und überregionaler Kooperationen an Informations- und Verkaufsbörsen (HMULF, 2000).

Zuwendungsvoraussetzung für die Förderung ist die Einbindung der Projekte in ein regionales touristisches Leitbild und ein landwirtschaftlicher Bezug. Zuwendungsempfänger können natürliche Personen, Gemeinden, Gemeindeverbände, sonstige juristische Personen und Personengemeinschaften sein. Die Zuwendungen erfolgten in Form von Zuschüs-

sen. Vorhaben öffentlicher Träger wurden in der Regel mit bis zu 50 % gefördert. Natürliche Personen, juristische Personen und Personengemeinschaften des privaten Rechts wurden mit einem Fördersatz von maximal 40 % (höchstens 50.000 Euro) gefördert.

Die in 2004 erfolgten Veränderungen des GAK-Rahmenplans wurden mit dem Änderungsantrag 2004 und der Erarbeitung einer neuen Richtlinie aufgegriffen. Die überarbeitete Richtlinie „Programm und Richtlinien zur Förderung der ländlichen Entwicklung in Hessen“ trat zum 01.04.2005 in Kraft. In dieser Richtlinie sind alle Förderangebote des Landes zur ländlichen Entwicklung zusammengefasst (vgl. HMULV, 2005c). Wesentliche Änderungen für den unter Maßnahme s geförderten Landtourismus waren:

- die Aufnahme von dem ländlichen Charakter angepassten kleinen Infrastrukturmaßnahmen zur Erschließung der touristischen Entwicklungspotenziale in die Förderung,
- die Beschränkung des Kreises der privaten Zuwendungsempfänger für Investitionen in Tourismusangebote auf landwirtschaftliche Betriebe,
- die Absenkung des Fördersatzes für private Träger auf 30 % und maximal 20.000 Euro,
- die wahlweise Förderung als Anteilsfinanzierung oder als Zuschuss zum Zwecke der Zinsverbilligung und Risikominderung von Kapitalmarktdarlehen,
- die stärkere Betonung der Berücksichtigung von Funktionsbeziehungen und –ergänzungen zu Einrichtungen in anderen Orten.

Diese Änderungen werden sich voraussichtlich erst in der nächsten Förderperiode auf die Programmumsetzung auswirken. In Abschnitt s 9.5 wird kurz auf mögliche Auswirkungen eingegangen.

s 9.1.2 Beschreibung der Ziele und Prioritäten

Die wesentlichen Ziele der Maßnahme s sind, differenziert in Ober-, Unter- und operationelle Ziele, in Tabelle s1 dargestellt.

Für die Landesregierung ist es nach wie vor ein Ziel, den Wirtschaftsbereich Tourismus zu fördern (Hessischer Landtag, 2002). Er wird als wichtiger Faktor für die hessische Wirtschaft, insbesondere in wirtschaftlich schwächeren Regionen, gesehen.

Tabelle s1: Ziele der Maßnahme Förderung der Fremdenverkehrstätigkeit

Oberziel	Unterziele	Operationelle Ziele
<ul style="list-style-type: none"> • Sicherung und Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Hessen. • Auslösung positiver Arbeitsmarkt- und Einkommenseffekte. • Stärkung strukturschwacher Regionen in Hessen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Erhaltung einer lebendigen Kulturlandschaft als Erholungsraum. • Schaffung einer möglichst hohen wirtschaftlichen Wertschöpfung als Grundlage für die Behebung oder Reduzierung strukturpolitischer Probleme / Erschließung neuer Einkommensquellen aus den Potenzialen der ländlichen Gebiete. • Bereitstellung eines an den Bedürfnissen und Wünschen der Gäste orientierten Freizeit und Tourismusangebots. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 50 Tourismusprojekte unterschiedlicher Art und Größenordnung. • Steigerung der Übernachtungszahlen um 5 % im Fördergebiet.

Quelle: Eigene Darstellung nach (HMULF, 2000).

s 9.1.3 Einordnung der Maßnahme in den Förderkontext

Die Maßnahme s ordnet sich als ein Baustein in den Förderkontext der hessischen Regionalentwicklung ein.

Der Fördergegenstand der Maßnahme s „Neu-, Aus- und Umbaumaßnahmen zum Aufbau eines an regionalen Besonderheiten und zeitgemäßen Erfordernissen orientierten Landtourismusangebotes“ ermöglicht die Förderung ähnlicher Projekte wie die Diversifizierungsförderung des AFP (Urlaub auf dem Bauernhof). Durch die Ausgestaltung der Förderbedingungen besteht jedoch eine klare Abgrenzung, und eine Doppelförderung ist ausgeschlossen.

Neben der Förderung des Landtourismus über den Hessischen Entwicklungsplan erfolgte die touristische Förderung in Hessen auch über das Ziel-2-Programm. Die Abgrenzung zum Hessischen Entwicklungsplan ist durch die inhaltliche Beschränkung des Entwicklungsplans auf Projekte mit landwirtschaftlichem Bezug gewährleistet.

Auch im Rahmen des LEADER+-Programms erfolgte eine Förderung des Landtourismus nach der gleichen Richtlinie. Hierbei war allerdings im gesamten Förderzeitraum die Förderung kleinerer Infrastrukturmaßnahmen möglich. Entsprechend dem LEADER-Ansatz wurden vorrangig innovative Projekte gefördert.

s 9.2 Untersuchungsdesign und Datenquellen

s 9.2.1 Skizzierung des Untersuchungsdesigns

Neben der Auswertung der Projektdaten wurde zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung und zur Ex-post-Bewertung eine schriftliche Befragung der Zuwendungsempfänger durchgeführt, sodass alle im Rahmen von Maßnahmen geförderten Projekte erfasst wurden. Die Auswertung der Projektdaten liefert in erster Linie Aussagen zum Vollzug und Output der Maßnahme sowie zur regionalen Verteilung der geförderten Projekte. Die schriftliche Befragung (siehe Fragebogen im Anhang) beinhaltet vor allem Fragen zur administrativen Umsetzung sowie zu Ergebnissen und Wirkungen der Projekte.

Aussagen, wie weit die Förderung einen Beitrag zur Sicherung und Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Hessen und zur Stärkung der Wirtschaftsfunktion ländlicher Gemeinden leistet, sind auf der Basis einer isolierten Betrachtung einer Maßnahme allerdings nur begrenzt möglich. Daher wurde eine ergänzende Studie durchgeführt, um maßnahmeübergreifend die Wirkungen der Förderung auf die Entwicklung des Tourismus im ländlichen Raum zu untersuchen. Diese Studie ist als Kapitel s-E Bestandteil des Materialbands zu Kapitel 9.

Ergänzende Informationen, insbesondere im Hinblick auf die Einschätzung der Auswirkungen der Richtlinienänderung sowie der Kommunalisierung der Ämter für den ländlichen Raum, wurden durch telefonische Interviews mit den zuständigen Stellen mehrerer Landkreise sowie ergänzende Gespräche mit dem Referat für Dorf- und Regionalentwicklung beim HMULV gewonnen. Eine Liste der Gesprächspartner befindet sich im Anhang zu Kapitel 9.

s 9.2.2 Datenquellen

Die Auswertung der Projektdaten basiert auf den von der Investitionsbank Hessen (IBH) zur Verfügung gestellten Listen abgeschlossener Projekte der Jahre 2000 bis 2006. In den Projektlisten sind folgende Angaben enthalten:

- Angaben zum Zuwendungsempfänger (Status, Ort, Anschrift)
- Einzelheiten zur Maßnahme (Dorfname, Richtliniennummer, Kurzbeschreibung)
- Finanzdaten (förderfähige Kosten, davon EAGFL-, nationaler und Eigenanteil, private und öffentliche Drittmittel).

Die schriftliche Befragung der Zuwendungsempfänger wurde im Herbst 2004 und im Sommer 2007 durchgeführt. Es wurde jeweils ein Erinnerungsschreiben versandt. Tabelle s2 zeigt den Umfang und die Rücklaufquoten der Befragung.

Tabelle s2: Umfang und Rücklaufquoten der schriftlichen Befragungen

Betrachtungszeitraum	Abgeschlossene Projekte	Versandte Fragebögen	Rücklauf	Rücklauf in %
2000 bis 2003	44	44	27	64 %
2004 bis 2006	78	71 ¹	50	70 %
Gesamt	122	115	77	67 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragungen werden in den folgenden Kapiteln, wenn nicht anders angegeben, aggregiert dargestellt.

s 9.3 Finanzielle Ausgestaltung und Vollzugskontrolle

Einen Überblick über die ursprünglich im Jahr 2000 und im Änderungsantrag 2005 geplanten und die in den Jahren 2000 bis 2006 tatsächlich ausgezahlten öffentlichen und EU-Mittel stellt Tabelle s3 dar.

Tabelle s3: Geplante und tatsächlich ausgezahlte Mittel

KOM-Entscheidung		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000 - 2006
Öffentliche Ausgaben, Mio. Euro insgesamt									
Plan: EPLR	K (2000) 2906 endg.	2,13	2,19	2,24	2,29	2,35	2,40	2,45	16,05
Bundestabelle	2005	0,29	0,00	0,40	1,03	2,54	2,40	2,45	9,10
Ist: Auszahlungen (1)		0,00	0,00	0,40	1,03	2,54	1,55	1,09	6,61
EU-Beteiligung, Mio. Euro insgesamt									
Plan: EPLR	K (2000) 2906 endg.	1,07	1,10	1,12	1,14	1,17	1,20	1,23	8,03
Bundestabelle	2005	0,14	0,00	0,20	0,52	1,27	1,20	1,23	4,56
Ist: Auszahlungen (1)		0,00	0,00	0,20	0,52	1,27	0,78	0,55	3,31

Quelle: Vgl. Kapitel 2, Tabelle 2.3

¹ Bei Projekten, die offensichtlich Teile eines Gesamtvorhabens waren, wie z. B. Konzeptentwicklung/Planung und nachfolgende Umsetzung des Vorhabens, wurde nur ein Fragebogen versandt.

Im Hessischen Entwicklungsplan war für Maßnahmen ursprünglich ein EU-Mittel-Budget von rund 8 Mio. Euro eingestellt worden; dies entspricht einer Summe von rund 16 Mio. Euro an öffentlichen Mitteln. Aufgrund einer zögerlichen Inanspruchnahme der Maßnahmen zu Beginn des Programmzeitraums wurde das Mittelbudget deutlich reduziert, um einen vollständigen Mittelabfluss zu gewährleisten. Mit Ausnahme des Jahres 2004 lagen die Auszahlungen deutlich unter den ursprünglichen Planansätzen. Insgesamt wurden nur 41 % der ursprünglich vorgesehenen öffentlichen Mittel verausgabt.

Die zurückhaltende Inanspruchnahme der Maßnahmen in den ersten Jahren der Programmumsetzung war vor allem auf die mit der Richtlinienumstellung und der Verwaltungsreform verbundenen Unsicherheiten zurückzuführen. Ein über den gesamten Förderzeitraum bestehendes Problem war die späte Freigabe der zur Kofinanzierung benötigten Landesmittel, die bei den antragsannahmenden Stellen zu einer gewissen Unsicherheit hinsichtlich der verfügbaren Mittel und damit zu einer zurückhaltenden Projektakquise geführt hat.

s 9.4 Darstellung und Analyse des erzielten Outputs

Im Förderzeitraum 2000 bis 2006 wurden insgesamt 122 Projekte abgeschlossen. Tabelle s4 zeigt dabei insbesondere für das Jahr 2004 eine starke Zunahme der Anzahl abgeschlossener Projekte und eine deutliche Zunahme der eingesetzten Mittel. Diese Entwicklung setzt sich allerdings in den Jahren 2005 und 2006 nicht im gleichen Umfang fort.

Tabelle s4: Anzahl und eingesetzte Fördermittel der abgeschlossenen Projekte nach Kalenderjahren

Jahr	abgeschlossene Projekte		eingesetzte Fördermittel		förderfähige Gesamtkosten	
	Anzahl	Anteil in %	in Euro	Anteil in %	in Euro	Anteil in %
2000	7	1%	51.546	1%	171.820	1%
2001	14	6%	282.259	8%	963.798	8%
2002	5	3%	140.426	3%	422.304	3%
2003	18	8%	386.200	9%	1.153.689	9%
2004	33	26%	1.249.303	26%	3.277.466	26%
2005	29	34%	1.588.014	35%	4.482.863	35%
2006	16	22%	1.017.727	19%	2.377.860	19%
Gesamt	122	100%	4.715.475	100%	12.849.798	100%

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Förderdaten.

Inhaltliche Ausrichtung

Tabelle s5 gibt einen Überblick über die Zuordnung der Projekte zu den einzelnen Fördergegenständen. Unter der Richtlinie von 1993, die bis Anfang 2002 angewandt wurde, war die gesamte Förderung des Landtourismus in einer Richtliniennummer zusammengefasst. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden diese Projekte den Richtliniennummern der neueren Richtlinie entsprechend der Projektbeschreibung zugeordnet.

Tabelle s5: Anzahl der Projekte und Umfang der eingesetzten Mittel nach Fördergegenständen

Fördergegenstand	förderfähige Gesamtkosten		Fördermittel		umgesetzte Projekte	
	in Euro	in %	in Euro	in %	Anzahl	in %
5.4.2.1 Erarbeitung konzeptioneller Grundlagen	178.278	1,4%	80.193	1,7%	16	13,1%
5.4.2.2 Schaffung geeigneter Tourismuseinrichtungen durch die Verknüpfung touristischer Bausteine, die der Weiterentwicklung des ländlichen Tourismus dienen	3.001.109	23,4%	1.164.218	24,7%	23	18,9%
5.4.2.3 Neu-, Aus- und Umbaumaßnahmen zum Aufbau eines an regionalen Besonderheiten und zeitgemäßen Erfordernissen orientierten Landtourismusangebots	9.223.616	71,8%	3.261.160	69,2%	71	58,2%
5.4.2.4 Aufbau und Entwicklung von Unternehmenskooperationen im Bereich der Angebotserstellung und Vermarktung	85.310	0,7%	36.063	0,8%	5	4,1%
5.4.2.5 Entwicklung und Durchführung von projektbezogenen Qualifizierungs- und Schulungsmaßnahmen	50.806	0,4%	21.411	0,5%	3	2,5%
5.4.2.6 Beteiligung regionaler und überregionaler Kooperationen an Informations- und Verkaufsbörsen	310.679	2,4%	152.430	3,2%	4	3,3%
Gesamt	12.849.798	100,0%	4.715.475	100,0%	122	100,0%

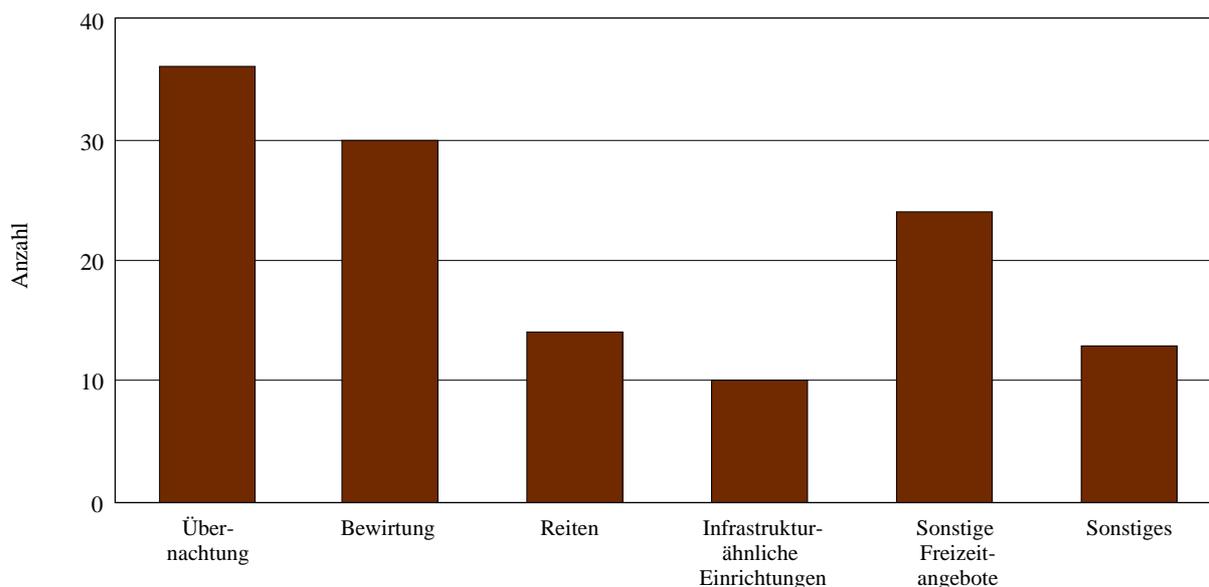
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Förderdaten.

Tabelle s5 zeigt, dass der Schwerpunkt der Umsetzung mit 58 % der umgesetzten Projekte und 69 % der eingesetzten Fördermittel im Bereich „Neu-, Aus- und Umbaumaßnahmen zum Aufbau eines an regionalen Besonderheiten und zeitgemäßen Erfordernissen orientierten Landtourismusangebots“ (5.4.2.3) lag. Darüber hinaus war auch die „Schaffung geeigneter Tourismuseinrichtungen“ (5.4.2.2) sowie zumindest hinsichtlich der Zahl der realisierten Projekte die „Erarbeitung konzeptioneller Grundlagen“ (5.4.2.1) von Bedeutung.

Die einzelnen Fördergegenstände ermöglichten eine breite inhaltliche Vielfalt. Um einen Überblick über die inhaltliche Ausrichtung der Projekte zu erhalten, wurden sie anhand der Maßnahmebeschreibung in Kategorien eingeteilt. Hierbei wurden die bereits in der

Aktualisierung der Halbzeitbewertung verwendeten Kategorien übernommen. Projekte, die eine Planung zur Realisierung eines konkreten Projekts oder eine Machbarkeitsstudie beinhalteten, wurden den entsprechenden inhaltlichen Kategorien zugeordnet. Abbildung s1 zeigt die Anzahl der Projekte der einzelnen Kategorien.

Abbildung s1: Anzahl von Projekten nach Kategorien



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Förderdaten.

Die Abbildung zeigt, dass, wie in der Aktualisierung der Halbzeitbewertung, der größte Teil der Projekte den Bereichen Übernachtung und Bewirtung zugeordnet werden kann. Ein weiterer Schwerpunkt stellten sonstige Freizeiteinrichtungen gefolgt von Maßnahmen des Reittourismus dar.

Zu den sonstigen Freizeitangeboten zählen so unterschiedliche Angebote wie die Errichtung und Einrichtung eines Kneipp-Gesundheitshofes, der Ausbau des Fahrradpools Weser-Diemel oder der Bau einer Spiel- und Märchenscheune als Erweiterung des Ferienbauernhofes. Zu den infrastrukturähnlichen Einrichtungen zählen u. a. die Einrichtung eines Informationszentrums, die Errichtung von Informationstafeln oder die Digitalisierung der Multivisionsschau eines Touristikzentrums. Unter der Kategorie „Sonstiges“ wurden so unterschiedliche Projekte wie z. B. die Durchführung eines Landtourismuskongresses, die Teilnahme an der Grünen Woche oder die Erstellung einer Broschüre mit landtouristischen Angeboten von Frauen für Frauen, zusammengefasst.

Zuwendungsempfänger

Als Zielgruppe für Maßnahmen wurden sowohl öffentliche als auch private Zuwendungsempfänger genannt. Wie Tabelle s6 zeigt, wurde der überwiegende Teil der Projekte von

privaten Zuwendungsempfängern realisiert. Der Anteil der öffentlichen Zuwendungsempfänger an der Anzahl der realisierten Projekte hat allerdings im Vergleich zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung von 15 auf 20 % zugenommen.

Tabelle s6: Anteil der verschiedenen Zuwendungsempfänger an der insgesamt realisierten Anzahl von Projekten und an den eingesetzten Mitteln

Art des Trägers	eingesetzte Fördermittel		förderfähige Gesamtkosten		Projekte	
	in Euro	in %	in Euro	in %	Anzahl	in %
kommunale Körperschaft	768.227	16	1.875.660	15	19	16
öffentlich-rechtlicher Zusammenschluss	322.164	7	644.329	5	5	4
privatrechtliche Person	3.625.084	77	10.329.809	80	98	80
Gesamt	4.715.475	100	12.849.798	100	122	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Förderdaten.

Eine Differenzierung der Projekte nach Landwirten und Nichtlandwirten ist aus den Projektdaten nur begrenzt möglich. Aus den Projektbeschreibungen lässt sich allerdings ableiten, dass über ein Drittel der Projekte von Landwirten realisiert wurde.

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung zeigen, dass unter den privaten Trägern knapp die Hälfte Privatpersonen und rund ein Drittel Unternehmer oder Unternehmenskooperationen sind (vgl. Tabelle s7). Knapp 15 % der befragten Träger sind Vereine.

Tabelle s7: Art der Zuwendungsempfänger der schriftlichen Befragungen

Art des Trägers	Prozent		
	up-date (n=27)	Ex-post (n=50)	Gesamt (n=77)
Privatperson	44	40	42
Unternehmen oder Unternehmenskooperation	33	26	29
Verein	15	4	8
öffentl. Körperschaft	7	30	22
Gesamt	100	100	100

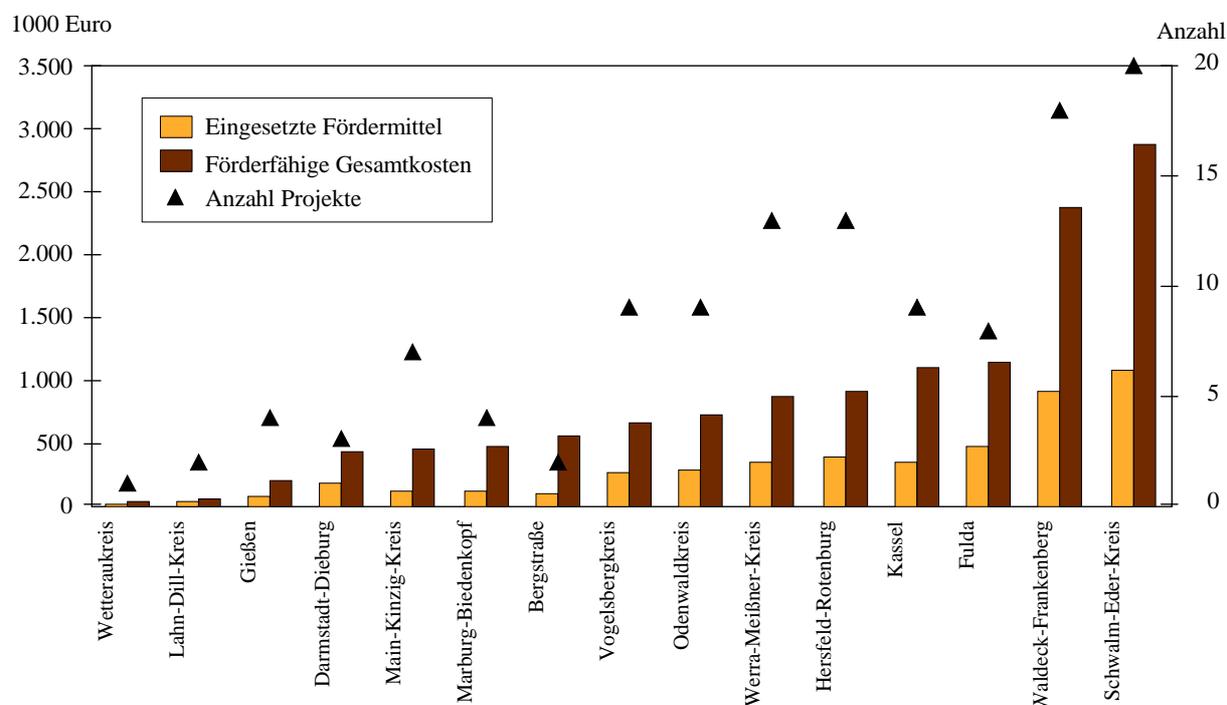
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Befragungsergebnisse.

Regionale Verteilung

Wie Abbildung s2 zeigt, lag der Schwerpunkt der Umsetzung eindeutig in den strukturschwächeren nordhessischen Landkreisen. Die meisten Fördermittel wurden in den Landkreisen Schwalm-Eder-Kreis, Waldeck-Frankenberg und Fulda eingesetzt. In diese drei Kreise sind rund 50 % der gesamten Fördermittel geflossen. Die höchste Anzahl von Projekten wurde in den Landkreisen Schwalm-Eder-Kreis (20), Waldeck-Frankenberg (18), Werra-Meißner-Kreis und Hersfeld-Rotenburg (je 13) realisiert. In Waldeck-Frankenberg

und im Schwalm-Eder-Kreis hat sich die Anzahl der umgesetzten Projekte seit der Aktualisierung der Halbzeitbewertung damit verdoppelt.

Abbildung s2: Verteilung der Fördermittel und der Projekte nach Landkreisen



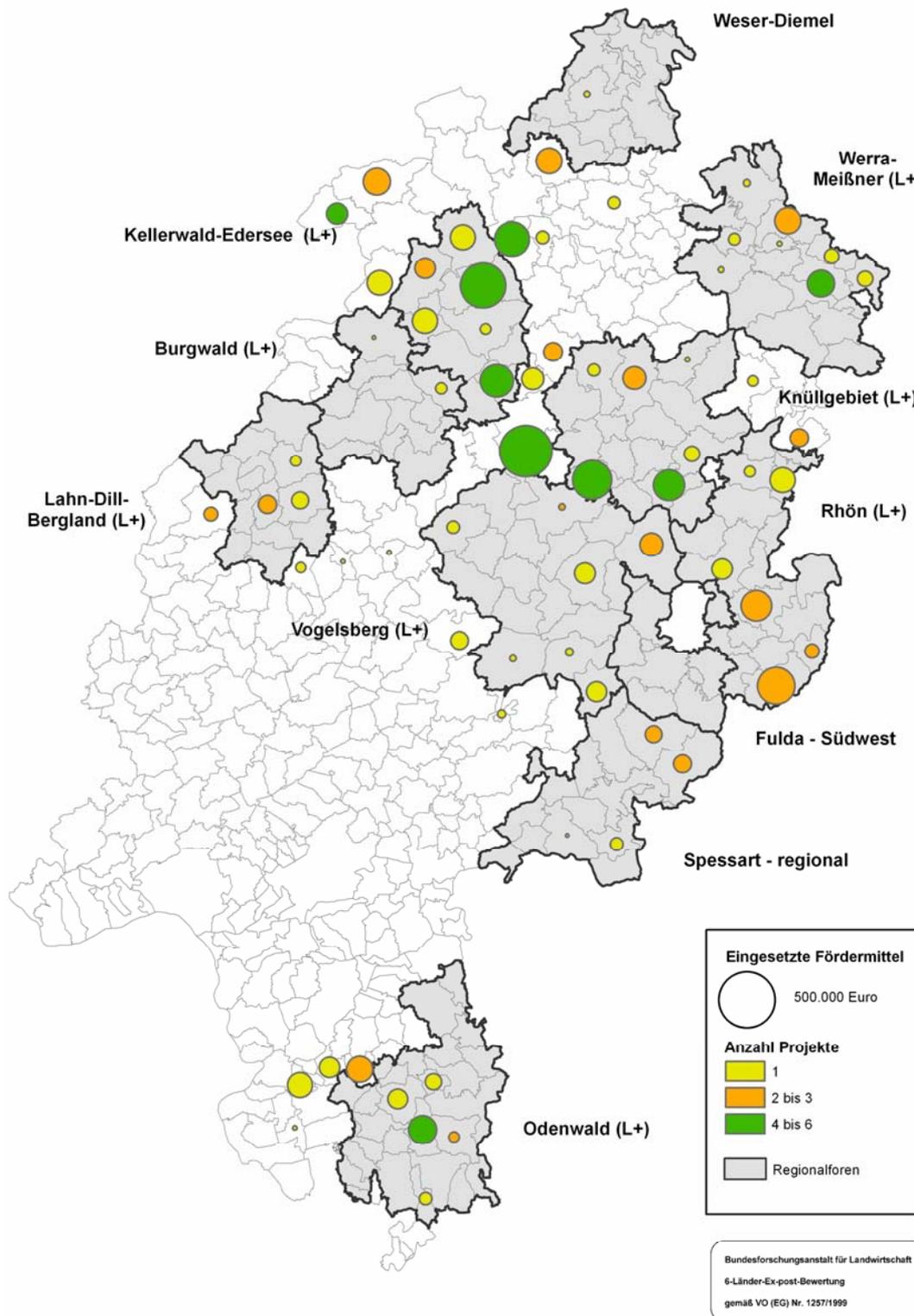
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Förderdaten.

Einbindung in regionale Entwicklungsstrategien und Verknüpfung zu anderen Projekten

Eine Voraussetzung zur Förderung von Projekten war die Einbindung in eine regionale Tourismuskonzeption oder Entwicklungsstrategie bzw. die befürwortende Stellungnahme eines Regionalforums. Hierbei sollten im Rahmen der EPLR-Förderung vor allem Maßnahmen in den Nicht-LEADER+-Regionen gefördert werden. In LEADER+-Regionen sollte die Förderung von innovativen Projekten über das LEADER+-Programm und eine ergänzende Förderung über Maßnahmen aus dem EAGFL-Garantie erfolgen.

Karte s1 zeigt die Verteilung der geförderten Projekte auf die Gemeinden sowie die Gebiete der Regionalforen. Die Größe der Punkte stellt dabei die eingesetzten Fördermittel dar, die Farbe der Punkte weist auf die Anzahl der in der Gemeinde umgesetzten Projekte hin.

Karte s1: Anzahl der Projekte und Verteilung der Fördermittel (EAGFL + national) nach Gemeinden und Gebieten der Regionalforen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Förderdaten, (DVS, 2004; HMULV, 2005b).

In der Karte wird deutlich, dass der größte Teil der Projekte (63 %) in LEADER+-Regionen realisiert wurde. Hierfür wurden 62 % der Fördermittel eingesetzt (siehe Tabelle s8). Allerdings wurde in den LEADER+-Regionen Burgwald und Lahn-Dill-Bergland nur eine sehr geringe Anzahl von Projekten realisiert. In den Gebieten der drei Regionalforen, die nicht LEADER+-Region sind, wurden 6 % der Projekte umgesetzt, die sich allerdings sehr unterschiedlich auf die Regionen verteilen. Zudem sind hier in den letzten beiden Jahren der Förderperiode keine neuen Projekte durchgeführt worden.

Tabelle s8: Eingesetzte Fördermittel (EAGFL-Garantie + national) und geförderte Projekte in Regionalforen und anderen ländlichen Gebieten

Art der Region	eingesetzte Fördermittel		Projekte	
	in Euro	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
LEADER+- Regionen (n=8)	2.932.106	62%	77	63%
Regionalforen (ohne LEADER) (n=3)	129.305	3%	7	6%
keiner Region zugeordnet	1.654.064	35%	38	31%
Gesamt	4.715.475	100%	122	100%

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Förderdaten.

Die relativ geringe Inanspruchnahme der Maßnahme in den Gebieten der Regionalforen (ohne LEADER+) überrascht etwas, da sowohl für die Region Weser-Diemel als auch für die Region Spessart – regional von einer touristischen Zielsetzung ausgegangen werden kann.

31 % der Projekte mit 35 % der eingesetzten Fördermittel wurden außerhalb der bestehenden Regionen realisiert. Hierbei handelt es sich vor allem um bauliche Investitionen (Ferienwohnungen, Bewirtung). Der größte Teil dieser Projekte befindet sich in angrenzenden Gemeinden. Zum Teil, wie z. B. im Landkreis Waldeck-Frankenberg, liegen die Gemeinden in touristischen Regionen, für die auch ein Tourismuskonzept vorliegt.

Auch im Rahmen der schriftlichen Befragungen wurde nach der Einbindung in regionale Entwicklungsstrategien oder Tourismuskonzeptionen und nach dem Zusammenhang zu anderen geförderten Projekten gefragt. Im Vergleich zur Befragung zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung hat sich der Anteil der befragten Zuwendungsempfänger die angaben, dass ihr Projekt in eine regionale Entwicklungsstrategie eingebunden ist, deutlich von 52 auf 66 % erhöht.

38 % der befragten Zuwendungsempfänger gaben an, dass eine Verbindung zwischen ihrem Projekt und anderen Projekten besteht. Bei diesen Verbindungen handelt es sich in erster Linie um die Vernetzung von Angeboten bzw. um ergänzende Angebote, in je einem

Fall um ein Folgeprojekt und um eine gemeinsame Vermarktung. Die Verknüpfung von Projekten ist in Maßnahme s damit deutlich ausgeprägter als in Maßnahme n.² Allerdings zeigt sich kein Zusammenhang zwischen der Verbindung mit anderen Projekten und Erfolgsgrößen wie z. B. der Entwicklung der Besucherzahlen oder der Einkommensentwicklung.

Zielgruppe

Rund 32 % der in der Befragung erfassten Projekte richten sich in erster Linie an Touristen mit längerer Aufenthaltsdauer, 21 % eher an Tagestouristen. Knapp 17 % der befragten Zuwendungsempfänger gaben an, das ihr Projekt sich gleichermaßen an Tagestouristen und Urlauber richtet.

Im Vergleich zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung richtet sich ein deutlich größerer Teil der Projekte an Familien (36 % gegenüber 15 %), und ein deutlich geringerer Teil an keine bestimmte Zielgruppe (8 % gegenüber 30 %). Insgesamt gaben 13 % der Zuwendungsempfänger an, dass sich ihr Projekt an Senioren richtet. Jugendliche als Zielgruppe wurden einmal benannt. Darüber hinaus wurden als Zielgruppen Reiter und Wanderer aber auch Menschen mit Behinderungen, gesundheitsbewusste Menschen oder Motorradfahrer genannt.

s 9.5 Administrative Umsetzung

Die administrative Umsetzung wurde bereits in den vergangenen Bewertungen untersucht. Anfang des Jahres 2005 erfolgte zum einen die Kommunalisierung der Ämter für den ländlichen Raum, zum anderen trat zum 01.04.2005 eine neue Richtlinie zur Förderung der ländlichen Entwicklung in Hessen in Kraft, die einige Änderungen hinsichtlich der hier betrachteten Maßnahme beinhaltet (vgl. Kapitel s 9.1.1). Aufgrund einer Übergangsregelung wurden Bewilligungen bis Juni 2005 noch nach der alten Richtlinie erteilt. Für die Maßnahme s erfolgte daher nur in einem Fall die Anwendung der neuen Richtlinie für mit EU-Mitteln geförderte Projekte. Sie wurde bisher in erster Linie bei mit Landesmitteln geförderten Projekten angewandt. Die ersten Erfahrungen mit der Anwendung der neuen Richtlinie entsprechen den in Kapitel n 9.5 genannten Aspekten und werden an dieser Stelle nicht noch einmal dargestellt.

² Bei Maßnahme n gaben nur 22 % der befragten Zuwendungsempfänger an, dass eine Verbindung zwischen ihrem Projekt und anderen Projekten besteht.

Information möglicher Zuwendungsempfänger

Hinsichtlich der Bedeutung der verschiedenen Informationsquellen bestehen keine grundsätzlichen Unterschiede im Vergleich zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung. Der Kontakt zu den zuständigen Behörden war auch in den letzten Jahren der Förderperiode mit Abstand die wichtigste Informationsquelle. Zugenommen hat die Bedeutung des Regionalmanagements und von Bürgerversammlungen, zurückgegangen ist die Bedeutung sonstiger Informationsquellen (vgl. Tabelle s9). Im Gegensatz zu Maßnahmen spielte das Internet für die Information der Zuwendungsempfänger bei Maßnahmen kaum eine Rolle.

Tabelle s9: Antworten auf die Frage: „Woher haben Sie erfahren, dass Sie Förderung für Ihr Projekt beantragen können?“

Antwortkategorie	Anteil Nennungen	
	up-date	Ex-post
Bürgerversammlung	3,8%	10,4%
Regionalmanagement	23,1%	37,5%
Kontakte zu Behörden	61,5%	58,3%
Informationen durch Nachbarn oder Freunde	7,7%	10,4%
Internet	0,0%	2,1%
Informationsbroschüren	3,8%	6,3%
Fachpresse	3,8%	2,1%
Örtliche Presse	0,0%	4,2%
sonstiges	23,1%	14,6%

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Befragungsergebnisse (n = 77).

Zufriedenheit der Zuwendungsempfänger mit der Förderung

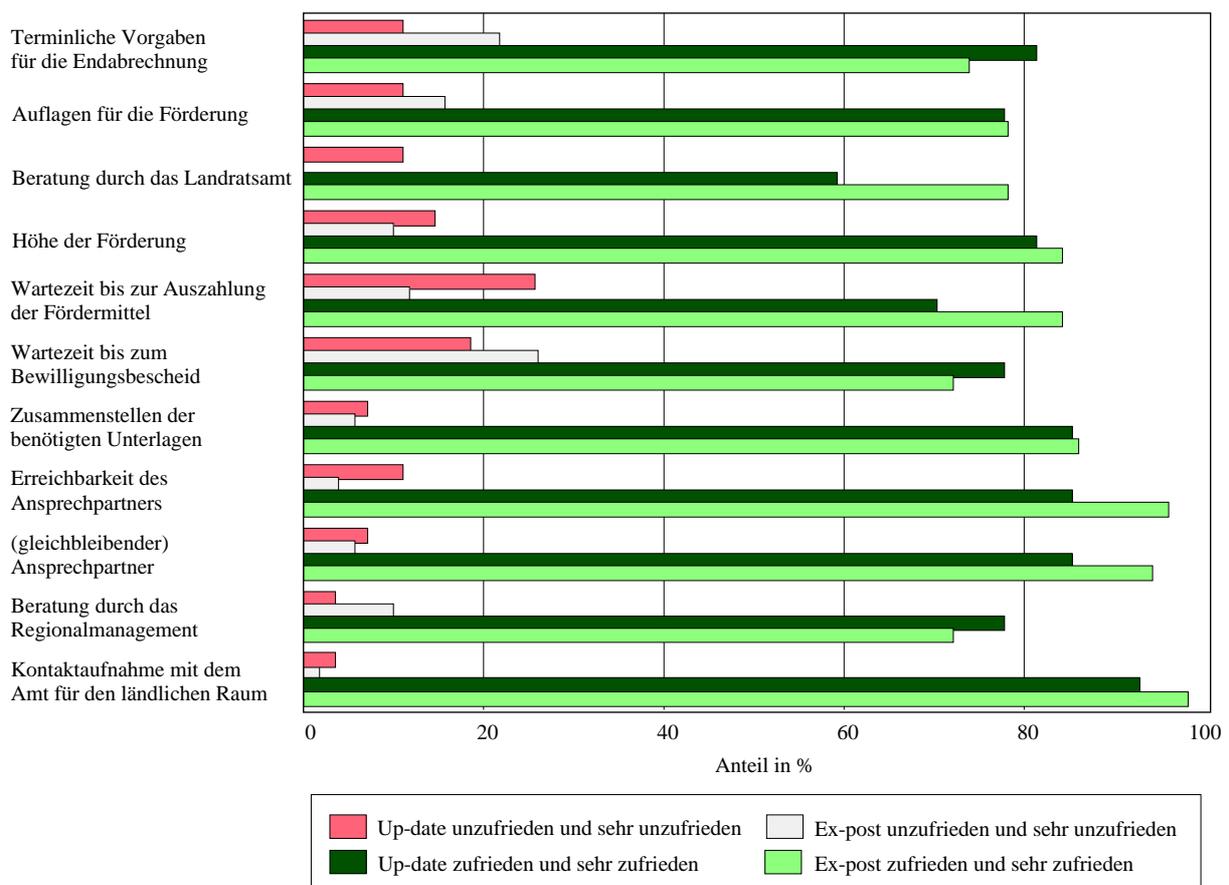
Bei der Betrachtung der Zufriedenheit der Zuwendungsempfänger mit dem Ablauf des Förderverfahrens werden insbesondere die Veränderungen in der Einschätzung im Vergleich zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung dargestellt.

Abbildung s3 zeigt, dass der Anteil der sehr zufriedenen und zufriedenen Zuwendungsempfänger bei fast allen im Fragebogen enthaltenen Aspekten des Verfahrens zugenommen hat. Die im Vergleich zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung positivere Bewertung bei fast allen Aspekten, die die Kommunikation und Beratung betreffen, deutet darauf hin, dass mit zunehmender Erfahrung die Verwaltungsabläufe besser und reibungsloser funktionierten. Auch die im Jahr 2005 erfolgte Kommunalisierung der Ämter für den ländlichen Raum scheint sich hier nicht negativ ausgewirkt zu haben. Allerdings ist die Zunahme der mit der Beratung durch das Landratsamt zufriedenen Zuwendungsempfänger vor allem darauf zurückzuführen, dass in der Befragung zur Ex-post-Bewertung ein deut-

lich geringerer Teil der Befragten diese Frage nicht beantwortet hatte.³ Hinsichtlich der Beratung durch das Regionalmanagement ist allerdings eine Zunahme des Anteils unzufriedener bzw. sehr unzufriedener Projektträger festzustellen.

Deutlich zugenommen hat die Unzufriedenheit mit der Wartezeit bis zum Bewilligungsbescheid sowie mit den terminlichen Vorgaben für die Endabrechnung und den Auflagen für die Förderung.

Abbildung s3: Wie zufrieden waren Sie mit folgenden Aspekten der Förderung?



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Befragungsergebnisse.

Als konkrete Kritikpunkte wurden in der Befragung zur Ex-post-Bewertung u. a. der bürokratische Aufwand, insbesondere im Verhältnis zur Höhe der Förderung, unzureichende Informationsangebote, mangelnde Transparenz der Auflagen sowie die Unterschiede in den Fördersätzen im Vergleich zu Thüringen genannt. Zur Vereinfachung des Verfahrens

³ Auf die Darstellung des Anteils der Befragten, die bei einzelnen Aspekten keine Angaben gemacht haben, wurde aus Gründen der Übersichtlichkeit verzichtet.

wurde z. B. die Verlagerung der Bewilligung von kleineren Projekten zu den Landräten vorgeschlagen.

s 9.6 Beantwortung der kapitelspezifischen Bewertungsfragen

In diesem Kapitel erfolgt die Beantwortung der kapitelspezifischen Bewertungsfragen der EU-Kommission. Dabei werden im Gegensatz zur Halbzeitbewertung nur noch die für die Maßnahme s relevanten Kriterien, Indikatoren und Ergebnisse dargestellt. Hintergründe, warum bestimmte Indikatoren in der gewählten Form beantwortet werden oder nicht, wurden in der Halbzeitbewertung ausführlich diskutiert. Sie werden daher nicht noch einmal aufgeführt.

s 9.6.1 Frage IX.1 – In welchem Umfang ist das Einkommen der ländlichen Bevölkerung erhalten oder verbessert worden?

	Beantwortet	Nicht relevant
Kriterium IX.1-1. Erhaltung/ Verbesserung des Einkommens aus landwirtschaftlichen Tätigkeiten		X
Kriterium IX.1-2. Erhaltung/ Verbesserung des Einkommens aus nichtlandwirtschaftlichen Tätigkeiten	X	
Indikator IX.1-2.1. Anteil des aufgrund der Beihilfe erzielten Bruttoeinkommens von nicht in landwirtschaftlichen Betrieben tätigen Begünstigten		X
Indikator IX.1-2.2. Anteil der ländlichen, nichtlandwirtschaftlichen Bevölkerung, die Einkommen aus Transaktionen/ Beschäftigungsverhältnissen bezieht, welche aufgrund von Beihilfen in nichtlandwirtschaftlichen Sektoren getätigt wurden bzw. entstanden sind	X	
Indikator IX.1-2.3. Erhalt/Verbesserung des Einkommens der nichtlandwirtschaftlichen Bevölkerung als indirekte Wirkung der Attraktivitätssteigerung der ländlichen Räume	X	

Zusammenfassung

Rund 67 % der befragten privaten Zuwendungsempfänger gingen von einer Zunahme ihres Einkommens aufgrund der Fördermaßnahme aus. Vor dem Hintergrund der, in der Ergänzungsstudie Tourismus festgestellten, überwiegend negativen Einkommensentwicklung vieler Übernachtungsanbieter, ist dies ein ausgesprochen positives Ergebnis. Aufgrund der Projektbeschreibungen kann vermutet werden, dass ein erheblicher Teil dieser Einkommenseffekte zu Gunsten landwirtschaftlicher Betriebe aufgetreten sein dürfte.

Neben den direkten können langfristig auch indirekte Einkommenswirkungen auftreten. Diese wurden neben der Steigerung der Attraktivität der Regionen für Besucher durch neue und verbesserte Freizeitangebote vor allem durch Projekte zur Vermarktung der touristischen Angebote, z. B. des Reittourismus gefördert. Der Umfang dieser langfristigen Einkommenseffekte hängt allerdings auch von gesamtwirtschaftlichen Einflussfaktoren und der Entwicklung des Tourismussektors insgesamt ab.

Kriterium IX.1-2. Erhaltung/ Verbesserung des Einkommens aus nichtlandwirtschaftlichen Tätigkeiten

Wie bereits in Abschnitt s 9.4 dargestellt, konnte bei den Zuwendungsempfängern keine klare Trennung in Landwirte und Nichtlandwirte vorgenommen werden. Daher erfolgt die Betrachtung der Einkommenswirkungen insgesamt für alle privaten Zuwendungsempfänger. Wie Tabelle s10 zeigt, hat der Anteil der befragten privaten Zuwendungsempfänger die eine bedeutende Zunahme ihres Einkommens erwarten, im Vergleich zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung deutlich zugenommen. Gleichzeitig ist allerdings auch der Anteil derjenigen die keine Einkommensveränderung erwarten, erheblich gestiegen. Insgesamt erwarteten rund 67 % der befragten privaten Zuwendungsempfänger eine Zunahme ihres Einkommens. Vor dem Hintergrund der, in der Ergänzungsstudie Tourismus festgestellten, überwiegend negativen Einkommensentwicklung vieler Übernachtungsanbieter, ist dies ein ausgesprochen positives Ergebnis. Die Einkommenswirkungen entstanden mit einer Ausnahme nur in Projekten, die Neu-, An- bzw. Umbaumaßnahmen in den Bereichen Übernachtung und Bewirtung und Schaffung oder Erweiterung neuer Freizeitangebote realisiert haben.

Tabelle s10: Antworten der befragten privaten Projektträger auf die Frage: „Hat das geförderte Projekt zu einer Veränderung Ihres Einkommens geführt bzw. erwarten Sie eine Veränderung ihres Einkommens?“

Antwortkategorie	Anteil der Nennungen		
	up-date (n=22)	Ex-post (n=33)	Gesamt (n=55)
Nein, keinerlei Veränderungen des Einkommens	9,1%	24,2%	18,2%
Ja, das Einkommen hat/wird jährlich:			
bedeutend zunehmen (mehr als 10.000 Euro)	18,2%	24,2%	21,8%
geringfügig zunehmen (bis zu 10.000 Euro)	54,5%	39,4%	45,5%
geringfügig abnehmen (bis zu - 10.000 Euro)	0,0%	0,0%	0,0%
bedeutend abnehmen (mehr als 10.000 Euro)	0,0%	0,0%	0,0%
keine Angabe	18,2%	12,1%	14,5%

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Befragungsergebnisse.

Insgesamt wurde in 51 % der befragten Projekte privater Träger durch die Förderung die wirtschaftliche Tragfähigkeit nachhaltig verbessert. 30 % der Befragten gaben aber auch an, dass zur langfristigen Sicherung weitere Investitionen erforderlich sind.

Neben den direkten Einkommenswirkungen für die geförderten Zuwendungsempfänger entstanden auch positive Einkommenseffekte für nicht direkt Begünstigte, z. B. durch im Rahmen der Förderung geschaffene Arbeitsplätze (vgl. Frage IX.3). Aufgrund der geringen Beschäftigungseffekte pro Projekt dürften diese allerdings eher gering ausfallen.

Indirekte Wirkungen

Ein großer Teil der geförderten Projekte zielt darauf ab, die Attraktivität der ländlichen Gebiete insbesondere für Touristen zu steigern und somit letztendlich positive Einkommenseffekte zu erzielen. 36 % der Befragten gaben an, dass durch das geförderte Projekt ein neues Freizeitangebot geschaffen wurde. Hierbei handelt es sich z. B. um erlebnispädagogische Angebote, Wanderwege, Theaterangebote oder originelle und günstige Übernachtungsmöglichkeiten.

Darüber hinaus können indirekte Wirkungen auf die Entwicklung der Besucher- und Übernachtungszahlen vor allem von Informations- und Vermarktungsinitiativen erwartet werden. Beispielhaft können hier die sich ergänzenden Projekte Erstellung einer Internetpräsenz „Reiten in Hessen“ (www.reiterland-hessen.de) und die Qualitäts- und Vermarktungsoffensive „Reittourismus in Nordhessen“ (www.reiten-nordhessen.de) genannt werden. Aber auch Qualifizierungs- und Schulungsmaßnahmen sowie die Teilnahme an und Organisation von touristischen Messen und Veranstaltungen kann langfristig durch die Stärkung der Kompetenz und Vernetzung zu indirekten Wirkungen führen. Insgesamt können 12 Projekte diesem Bereich zugeordnet werden. Die Wirkungen der hier skizzierten Maßnahmen zeigen sich allerdings erst langfristig.

s 9.6.2 Frage IX.2 – In welchem Umfang sind die Lebensbedingungen und das Wohlergehen der ländlichen Bevölkerung als Ergebnis der sozialen und kulturellen Aktivitäten, durch bessere Freizeitangebote oder durch die Verringerung der Abgelegenheit erhalten worden?

	Beantwortet	Nicht relevant
Kriterium IX.2-1. Verringerung der Abgelegenheit		X
Kriterium IX.2-2. Erhaltung/ Verbesserung der sozialen und kulturellen Einrichtungen, insbesondere für Jugendliche und junge Familien	X	
Indikator IX.2-2.1. Anteil der ländlichen Bevölkerung, die Zugang zu sozialen/kulturellen/sportlichen und freizeitbezogenen Aktivitäten hat, die von geförderten Einrichtungen abhängen	X	
Indikator IX.2-2.2. Anteil der Einrichtungen, die soziale/kulturelle/sportliche und freizeitbezogene Aktivitäten anbieten und in Tourismusregionen liegen	X	
Indikator IX.2-2.3. Hinweise auf Projekte, die im besonderen die Bedürfnisse von Jugendlichen und älteren Menschen berücksichtigen	X	
Kriterium IX.2-3. Erhaltung/ Verbesserung der öffentlichen Einrichtungen in der unmittelbaren Umgebung, Erhaltung/ Verbesserung der Wohnbedingungen	X	
Indikator IX.2-3.1. Anteil geförderter Wege, die einen Beitrag zur Verbesserung der Freizeitaktivitäten leisten		X
Indikator IX.2-3.2. Anteil der Unterbringungsmöglichkeiten im ländlichen Raum, die aufgrund der Beihilfe geschaffen wurden oder sich verbessert haben	X	
a) davon ländlicher Tourismus	X	
b) davon zur Wohnraumnutzung		X
Indikator IX.2-3.3. Hinweise auf Aktivitäten, die den Zugang zu Flächen/natürlichen Gebieten mit Freizeitaktivitäten verbessern helfen	X	
Indikator IX.2-3.4. Hinweise auf die Verbesserung des Wohnumfeldes bzw. der Wohnstandortqualität		X

Zusammenfassung

Da die hier geförderten Maßnahmen in erster Linie touristisch ausgerichtet waren, leisteten sie nur einen geringen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen und des Wohlergehens der ländlichen Bevölkerung. Vereinzelt wurden durch die Förderung Freizeitangebote geschaffen, die auch der Naherholung der örtlichen Bevölkerung dienen können. In 30 % der Projekte (36 Projekte) wurden Ferienwohnungen oder Gästezimmer geschaffen.

Kriterium IX.2-2. Erhaltung/ Verbesserung der sozialen und kulturellen Einrichtungen, insbesondere für Jugendliche und junge Familien

Rund 31 % der Projekte beinhalten die Verbesserung oder Schaffung von Freizeitangeboten. Die Projekte richten sich in erster Linie an Touristen, wie z. B. der Kneipp Hof oder

die Spiel- und Märchenscheune auf einem Ferienbauernhof. Nur wenige geförderte Projekte beinhalten Angebote, die auch als Naherholungsangebote für die lokale Bevölkerung von Interesse sein können, wie z. B. ein Erlebniswanderweg oder ein geologischer Themenpfad. Zum Teil kann die Erweiterung von Angeboten des Reittourismus auch zu einer Verbesserung der Reitsportmöglichkeiten für die lokale reitinteressierte Bevölkerung führen.

Bezüglich des Indikators IX.2-2.2 ist festzustellen, dass der Landesentwicklungsplan Hessens keine offiziellen Tourismusregionen mehr vorsieht. Nach Einschätzung der Landesregierung ist auch die Tourismusintensität als Indikator zur Identifizierung touristischer Schwerpunktgebiete nur begrenzt hilfreich (Hessischer Landtag, 2002).

Wie bereits in Abschnitt 9.4 dargestellt, zeigen die Ergebnisse der schriftlichen Befragung, dass sich ein großer Teil der Projekte nicht an eine bestimmte Zielgruppe richtet. 13 % der befragten Zuwendungsempfänger gaben an, dass sich ihr Projekt an Senioren als Zielgruppe richtet, knapp 29 % richteten sich an Familien. Diese Projekte dürften auch die Bedürfnisse von Kindern besonders berücksichtigt haben.

Kriterium IX.2-3. Erhaltung/ Verbesserung der öffentlichen Einrichtungen in der unmittelbaren Umgebung, Erhaltung/ Verbesserung der Wohnbedingungen

Neben der Schaffung von Einkommensmöglichkeiten durch touristische Angebote leisten die Projekte der Maßnahme s nur einen geringen Beitrag zur direkten Verbesserung der Wohn- und Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung. In 30 % der Projekte wurden Ferienwohnungen und Gästezimmer geschaffen bzw. verbessert. Hierdurch wurde das Übernachtungsangebot für Feriengäste in den Regionen verbessert. Von den befragten Projekten gaben 18 % an, dass sich durch die Förderung ihre Übernachtungs- bzw. Bewirtungskapazitäten geringfügig (bis zu 25 %) und 23 %, dass sie sich deutlich (über 25 %) erhöht haben.

s 9.6.3 Frage IX.3 – In welchem Umfang sind die Beschäftigungsmöglichkeiten in ländlichen Gebieten erhalten worden?

	Beantwortet	Nicht relevant
Kriterium IX.3-1. Erhaltung/ Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für die landwirtschaftliche Bevölkerung		X
Kriterium IX.3-2. Die jahreszeitlichen Schwankungen der Tätigkeiten konnten wirksamer ausgeglichen werden		X
Kriterium IX.3-3. Die Diversifizierung der Tätigkeiten trägt zur Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für die nichtlandwirtschaftliche Bevölkerung bei	X	
Indikator IX. 3- 3. 1. Aufgrund der Beihilfe erhaltene/geschaffene Beschäftigungsmöglichkeiten für Begünstigte, die nicht in der Landwirtschaft tätig sind	X	
Indikator IX. 3- 3. 2. Kosten pro Arbeitsplatz, der für die nicht in der Landwirtschaft tätigen Personen erhalten/ geschaffen wurde	X	
Indikator IX.3-3.3 Erhalt/Verbesserung von Beschäftigungsmöglichkeiten für die nichtlandwirtschaftliche Bevölkerung als indirekte Wirkung der Attraktivitätssteigerung ländlicher Räume	X	
Indikator IX.3-3.4 Umfang der Beschäftigung in der Planungs- und Realisierungsphase von Projekten	X	

Zusammenfassung

In 56 % der befragten Projekte traten Beschäftigungswirkungen auf. Hierbei handelte es sich vor allem um gesicherte und geschaffene Arbeitsplätze für Frauen. Nach vorsichtigen Hochrechnungen kann für die gesamte Maßnahme von ca. 90 geschaffenen und ca. 59 gesicherten Vollzeitarbeitsplätzen ausgegangen werden.

Wie bereits bei Frage IX.1 dargestellt, sind indirekte Beschäftigungswirkungen langfristig aufgrund der Projekte zur Vermarktung der touristischen Angebote und durch die Schaffung neuer Freizeitangebote zu erwarten.

Kriterium IX.3-3. Die Diversifizierung der Tätigkeiten trägt zur Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für die nichtlandwirtschaftliche Bevölkerung bei

Wie bereits in Abschnitt 9.4 dargestellt, kann bei den Zuwendungsempfängern keine klare Trennung in Landwirte und Nichtlandwirte vorgenommen werden. Daher erfolgt die Betrachtung der Beschäftigungswirkungen insgesamt für alle Zuwendungsempfänger. In 43 der befragten Projekte (56 %) sind Beschäftigungswirkungen aufgetreten. Hierbei handelt es sich zum größten Teil um bauliche Investitionen (Übernachtung, Bewirtung,...). Wie Tabelle s11 zeigt, sind bei den befragten Projekten vor allem Arbeitplatzeffekte für Frauen zu beobachten. Sowohl bei den geschaffenen als auch bei den gesicherten Arbeitsplätzen handelt es sich überwiegend um Teilzeitstellen.

Tabelle s11: Beschäftigungswirkungen in den Projekten der befragten Projektträger (n=43)

	geschaffene Arbeitsplätze		gesicherte Arbeitsplätze	
	Vollzeit	Teilzeit	Vollzeit	Teilzeit
Männer	10	9	9	5
Frauen	14	57,5	9	34
Gesamt	24	66,5	18	39

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Befragungsergebnisse.

Unter der Annahme, dass zwei Teilzeitstellen einer Vollzeitstelle entsprechen, wurden insgesamt 57,25 Arbeitsplätze geschaffen und 37,5 gesichert. In den 43 Projekten mit Arbeitsplatzeffekten entstanden im Durchschnitt 1,3 Arbeitsplätze und 0,9 Arbeitsplätze wurden gesichert. Dies entspräche – bezogen auf die Gesamtheit aller geförderten Projekte – 90 geschaffenen und 59 gesicherten Arbeitsplätzen. Diese Zahlen können allerdings nicht als absolute Werte betrachtet werden, sondern dienen lediglich der groben Annäherung. Die durchschnittlichen Kosten pro Arbeitsplatz (geschaffen und gesichert) betragen bei den befragten Projekten mit Arbeitsplatzeffekten knapp 110.000 Euro.

Indirekte Wirkungen

Ein großer Teil der geförderten Projekte zielt darauf ab, die Attraktivität der ländlichen Gebiete insbesondere für Touristen zu steigern und somit letztendlich positive Einkommens- und Beschäftigungseffekte zu erzielen. 36 % der Befragten gaben an, dass durch das geförderte Projekt ein neues Freizeitangebot geschaffen wurde.

Darüber hinaus können indirekte Wirkungen auf die Entwicklung der Besucher- und Übernachtungszahlen vor allem von Informations- und Vermarktungsinitiativen erwartet werden. Aber auch Qualifizierungs- und Schulungsmaßnahmen sowie die Teilnahme an und Organisation von touristischen Messen und Veranstaltungen kann langfristig durch die Stärkung der Kompetenz und Vernetzung zu indirekten Beschäftigungswirkungen führen. Insgesamt können neun Projekte diesem Bereich zugeordnet werden.

Konjunkturelle Beschäftigungseffekte

Neben den o. g. indirekten Beschäftigungseffekten treten bei der Umsetzung investiver Maßnahmen auch vorübergehende Beschäftigungseffekte auf. Basierend auf den Ergebnissen der schriftlichen Befragung wurden für die Maßnahme s konjunkturelle Beschäftigungswirkungen in einem Umfang von 170 Beschäftigtenjahren ermittelt.

Die Auswertung der schriftlichen Befragung zeigt, dass der größte Teil der Aufträge an Unternehmen in der Region vergeben wurde und dadurch rund 80 % der konjunkturellen Beschäftigungseffekte in der Gemeinde bzw. im Landkreis des Projektstandortes auftraten.

s 9.6.4 Frage IX.4 – In welchem Umfang sind die Strukturmerkmale der ländlichen Wirtschaft erhalten oder verbessert worden?

	Beantwortet	Nicht relevant
Kriterium IX. 4- 1. Erhaltung/ Verbesserung der mit der Landwirtschaft in Zusammenhang stehenden Produktionsstrukturen		X
Kriterium IX. 4- 2. Das landwirtschaftliche Produktionspotenzial ist vor Naturkatastrophen geschützt bzw. nach Schädigung hierdurch wieder aufgebaut worden		X
Kriterium IX. 4- 3. Die Dynamik der Wirtschaftsteilnehmer im ländlichen Raum ist gefördert und das Potenzial für eine endogene Entwicklung im ländlichen Raum ist aktiviert worden	X	
Indikator IX.4-3.1 Hinweise auf eine verstärkte Dynamik/ein verbessertes Potenzial aufgrund der Fördermaßnahmen	X	
Kriterium IX. 4-4. Erhalt/Verbesserung der Standortfaktoren in ländlichen Gebieten	X	
Indikator IX.4-4.1 Hinweise auf Erhalt/Verbesserung der Standortfaktoren in ländlichen Gebieten	X	

Zusammenfassung

Die Projekte der Maßnahme s waren zu einem großen Teil Bausteine in der Umsetzung regionaler Entwicklungsstrategien bzw. Tourismuskonzepte und unterstützten damit eine endogene Entwicklung in den Regionen. Darüber hinaus leisteten die Projekte mit der Schaffung neuer Freizeitangebote einen Beitrag zur Inwertsetzung des endogenen Potenzials. Weiterhin können die Projekte dazu beitragen, die Einkommen landwirtschaftlicher Betriebe und die Auslastung vorhandener Infrastrukturen zu sichern.

Kriterium IX. 4- 3. Die Dynamik der Wirtschaftsteilnehmer im ländlichen Raum ist gefördert und das Potenzial für eine endogene Entwicklung im ländlichen Raum ist aktiviert worden

Die Einbindung von rund 61 % der Zuwendungsempfänger in überörtliche Entwicklungsprozesse deutet darauf hin, dass in den jeweiligen Regionen in gewissem Umfang eine eigenständige Entwicklung angestoßen wurde, in die auch die Förderung des ländlichen Tourismus eingebunden ist. Das Entstehen dieser Dynamik ist allerdings nicht auf die hier betrachtete Fördermaßnahme zurückzuführen. Die Maßnahme ist jedoch ein ergänzender Baustein in der Umsetzung regionaler Entwicklungsstrategien. Darüber hinaus leistet die Maßnahme einen Beitrag zur Inwertsetzung des endogenen Potenzials der Regionen über die Erschließung der touristischen Potenziale der Region und der damit verbundenen wirtschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten.

Kriterium IX. 4-4. Erhalt/Verbesserung der Standortfaktoren in ländlichen Gebieten

Die Förderung über Maßnahmen trägt zum Erhalt der Standortfaktoren im ländlichen Raum bei. Steigende Gästezahlen können insbesondere zu einer Verbesserung der Auslastung vorhandener Einrichtungen etwa der Gastronomie oder des Einzelhandels führen und dadurch einen Beitrag zum Erhalt dieser Einrichtungen für die Bevölkerung leisten. Durch die Erweiterung oder Neuaufnahme touristischer Aktivitäten auf landwirtschaftlichen Betrieben entstehen zusätzliche Einkommensmöglichkeiten, die zu einer Sicherung der landwirtschaftlichen Betriebe beitragen.

Im Rahmen der Ergänzungsstudie Tourismus (Kapitel 5-E) konnten für eine Reihe von touristisch relevanten Standortfaktoren Verbesserungen festgestellt werden. Insbesondere bei Aspekten, die die Besonderheiten des ländlichen Raums bzw. regionsspezifische Besonderheiten aufgreifen, wie die Attraktivität von Natur und Landschaft, die Ausweisung von National- oder Naturparks oder ein regionaltypisches gastronomisches Angebot, konnten bei Befragten aus Gemeinden, in denen eine Förderung im Rahmen der Maßnahmen n, o, s oder des LEADER+-Programms erfolgt ist, deutlich größere Verbesserungen festgestellt werden, als in „nicht-geförderten“ Gemeinden. Diese Wirkungen können nicht einer einzelnen Fördermaßnahme zugeordnet werden, sondern sind auf die Gesamtheit der in den ländlichen Regionen realisierten Projekte zurückzuführen.

s 9.6.5 Frage IX.5 – In welchem Umfang ist die Umwelt im ländlichen Raum erhalten oder verbessert worden?

	Beantwortet	Nicht relevant
Kriterium IX. 5- 1. Verbesserungen in der Landwirtschaft haben Umweltvorteile bewirkt		X
Kriterium IX. 5- 2. Vermeidung von Verschmutzung/ Emissionen, besserer Ausnutzungsgrad von natürlichen/ nicht erneuerbaren Ressourcen		X
Kriterium IX. 5- 3. Erhaltung/ Verbesserung nichtlandwirtschaftlicher Flächen im Sinne von biologischer Vielfalt, Landschaften oder natürlichen Ressourcen		X
Kriterium IX. 5- 4. Verbesserte Kenntnisse über Umweltprobleme und -lösungen im ländlichen Raum bzw. größeres Bewusstsein hierfür		X

Bezüglich der Umweltsituation in ländlichen Gebieten waren keine direkten Wirkungen der Fördermaßnahme zu erwarten und auch nicht intendiert. Indirekte Wirkungen der Fördermaßnahme sind aufgrund der Stärkung des Potenzials für einen naturnahen Tourismus denkbar. Diese Wirkungen treten aber eher zufällig auf und können nicht direkt der Maßnahme zugeschrieben werden.

Darüber hinaus war nach Angaben des Fachreferates für private Zuwendungsempfänger die Beteiligung an Klassifizierungssystemen der Tourismusbranche Voraussetzung für die Förderung. Diese Klassifizierungssysteme enthielten auch Kriterien hinsichtlich des sparsamen Umgangs mit natürlichen Ressourcen (z. B. Wasser) und andere umweltrelevanter Aspekte. Die Förderung konnte somit dazu beitragen, dass die Betriebe höhere Ansprüche an den Umweltschutz erfüllten.

s 9.7 Gesamtbetrachtung der angebotenen Maßnahme hinsichtlich der Inanspruchnahme und der erzielten Wirkungen

Das operationelle Ziel der Maßnahme von ca. 50 Tourismusprojekten unterschiedlicher Art und Größe wurde mit den 122 realisierten Projekten weit überschritten. Daraus lässt sich schließen, dass das operationelle Ziel des EPLR sehr zurückhaltend angesetzt wurde, da Probleme in der Anfangsphase und der deutlich unter dem ursprünglichen Ansatz liegende Mittelabfluss durchaus in eine andere Richtung deuten.

Insgesamt hat die Förderung wichtige Impulse zur Realisierung landtouristischer Projekte gegeben. Wie Tabelle s12 zeigt, hätten rund 52 % der Befragten ihr Projekt ohne Förderung nicht durchgeführt und 29 % hätten es nur zum Teil durchgeführt. Mitnahmeeffekte sind in der Förderung von Maßnahme s kaum aufgetreten.

Tabelle s12: Antworten auf die Frage: „Was hätten Sie gemacht, wenn Sie keine Förderung für Ihr Projekt erhalten hätten?“

Antwortkategorie	Anzahl der Nennungen	Anteil in %
Ich hätte es nicht durchgeführt	40	51,9%
Ich hätte es nur zum Teil durchgeführt	22	28,6%
Ich hätte es in veränderter Form durchgeführt	10	13,0%
Ich hätte es zu einem späteren Zeitpunkt durchgeführt	2	2,6%
Ich hätte es auch ohne Förderung durchgeführt	1	1,3%
keine Angabe	2	2,6%

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Befragungsergebnisse (n = 77, Mehrfachnennungen möglich).

Hinsichtlich der Oberziele

- (1) Sicherung und Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Hessen,·
- (2) Auslösung positiver Arbeitsmarkt- und Einkommenseffekte und
- (3) Stärkung strukturschwacher Regionen in Hessen

haben die geförderten Projekte mit Sicherheit einen Beitrag geleistet. Dieser lässt sich allerdings nicht näher bestimmen. Hinsichtlich des Ziels (3) Stärkung strukturschwacher Regionen in Hessen lässt sich festhalten, dass ein räumlicher Schwerpunkt der Förderung in den strukturschwächeren Regionen Nord- und Mittelhessens lag. Direkte positive Beschäftigungs- und Einkommenseffekte lassen sich bei einer Mehrheit der geförderten privaten Zuwendungsempfängern feststellen. Im Vergleich zu den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Entwicklungen am Arbeitsmarkt sind diese Effekte allerdings vom Umfang her von untergeordneter Bedeutung.

Wie in der Ergänzungsstudie Tourismus dargestellt, war die touristische Entwicklung in vielen Landkreisen im Zeitraum 2000 bis 2006 durch rückläufige Übernachtungszahlen gekennzeichnet (vgl. Abbildung s-E-A 1). Das im EPLR aufgeführte Ziel einer Steigerung der Übernachtungszahlen konnte angesichts der touristischen Entwicklung in Hessen insgesamt nicht erreicht werden. Bereits in der Aktualisierung der Halbzeitbewertung wurde darauf hingewiesen, dass die Förderung der Maßnahmen allenfalls einen Beitrag zur Begrenzung des Rückgangs der Übernachtungszahlen leisten kann.

Im Rahmen der Ergänzungsstudie Tourismus konnten bei einer Reihe touristisch relevanter Standortfaktoren Verbesserungen festgestellt werden, zu denen auch die Förderung der Maßnahmen beigetragen haben dürfte. Angesichts der schwierigen Entwicklung des Tourismus in den ländlichen Räumen Hessens hat sich diese positive Entwicklung allerdings kaum in zunehmenden Übernachtungszahlen niedergeschlagen.

Defizite bestanden aus Sicht der Evaluatorin in den begrenzten Möglichkeiten der Förderung öffentlicher Zuwendungsempfänger. Die Erfahrung anderer Bundesländer haben gezeigt, dass Maßnahmen kommunaler Träger einen wichtigen Beitrag zur Schaffung ergänzender touristischer Einrichtungen, z. B. im Bereich Freizeitangebote, Information und Vermarktung, Ausschilderung und Erstellung von Kartenmaterial für Rad-, Reit- und Wanderwege leisten können. Dadurch kann die Attraktivität einer Region deutlich gestärkt werden und so die Entwicklung landtouristischer Angebote (Ferien auf dem Bauernhof) für landwirtschaftliche Betriebe attraktiver machen.

s 9.8 Maßnahme s im Zusammenhang mit der GAP-Reform, WRRL, Natura-2000

entfällt

s 9.9 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Insgesamt besteht für den ländlichen Tourismus in Hessen eine besondere Herausforderung darin, sich am Markt zu profilieren, da zum einen besondere Alleinstellungsmerkmale kaum vorhanden sind, und zum anderen der Wettbewerb zwischen den Destinationen im ländlichen Raum in Deutschland zunimmt. Der Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur insbesondere zur Verbesserung des Angebots an naturnahen Freizeitaktivitäten, der Bündelung und Intensivierung überbetrieblicher Vermarktungsaktivitäten und der Verbesserung der Kooperation zwischen den für den Tourismus relevanten Akteuren, sowohl auf kommunaler als auch auf regionaler Ebene kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu. In diesen Bereichen wurde auch von den im Rahmen der Ergänzungsstudie Tourismus befragten Übernachtungsanbietern der größte Bedarf gesehen. Mit der Maßnahme 313 „Förderung des Fremdenverkehrs“ mit den Projektbereichen

- Investitionen für kleine Infrastrukturmaßnahmen,
- Aufbau landtouristischer Unternehmenskooperationen,
- Vermarktung von Tourismusprodukten durch Kooperation,

wird dieser Bedarf im Hessischen Entwicklungsplan für die Förderperiode 2007 bis 2013 aufgegriffen.

Auch die Bündelung der Maßnahmen in den Regionen wird durch die geforderte Einbindung der Projekte in regionale Entwicklungskonzepte bzw. Tourismuskonzepte sowohl für die oben genannte Maßnahme 313 als auch für die einzelbetriebliche Förderung landtouristischer Projekte in Maßnahme 311 B sichergestellt.

Insgesamt ist es für die oben genannten Maßnahmen zur Messung der Zielerreichung sowohl auf Programmebene als auch in den Regionen erforderlich, konkrete Ziele zu benennen und messbare Indikatoren zu definieren. Hier bestehen auch im neuen Programm noch Verbesserungsmöglichkeiten.

Im Rahmen der Evaluierung sollte in Zukunft der Schwerpunkt auf der Betrachtung der Umsetzung der regionalen Entwicklungskonzepte insgesamt und der Erfassung der Wirkungen der Gesamtheit aller in den Regionen realisierten Projekte liegen und weniger auf

der Aggregation einzelner Projektwirkungen. Diese regionale Betrachtung muss allerdings durch maßnahmespezifische Untersuchungsansätze ergänzt werden.

Literaturverzeichnis

- Bergs, R.; RWI, Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung und Research voor Beleid International (2003): Bericht zur Halbzeitevaluierung des Ziel-2-Programms Hessen 2000-2006 gemäß Artikel 42 der Verordnung (EG) 1260/1999 des Rates vom 21. Juni 1999. Bad Soden, Essen, Leiden.
- BMVEL, Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (2004): Indikativer Finanzplan Deutschland gemäß Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 und deren geltende Durchführungsverordnung, Bundestabelle mit zugehörigen Länderfinanztabellen. Schriftliche Mitteilung am 17.12.2004.
- DVS, Deutsche Vernetzungsstelle LEADER+ (2004): Liste der Gemeinden in LEADER+-Regionen. Telefon/Email am 13.09.2004.
- Hessischer Landtag, Dieter Posch (2002): Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage betreffend Entwicklung des Tourismus in Hessen sowie der hessischen Kur- und Heilbäder und der länderübergreifenden Tourismusprojekte, Drucksache 15/3658. Wiesbaden.
- HMULF, Hessisches Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Forsten (2000): Entwicklungsplan für den ländlichen Raum. Wiesbaden.
- HMULV, Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz (2005a): Expertengespräch zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung. Gespräch am 12.04.2005.
- HMULV, Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz (2005b): Karte der Regionalforen. Internetseite HMULV http://www.hmuly.hessen.de/laendlicher_raum/foerderung/massnahmen_laendlich/prog_rl/
- HMULV, Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz (2005c): Programm und Richtlinien zur Förderung der ländlichen Entwicklung in Hessen. Internetseite HMULV http://www.hmuly.hessen.de/imperia/md/content/internet/pdfs/landraum/richtlinie_re.pdf
- HMULV, Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz und HMWVL, Hessisches Ministerium für Wirtschaft Verkehr und Landesentwicklung Referat Flurneuordnung (2005): Ergebnisworkshop zur Aktualisierung der Halbzeitbewertung der Artikel-33-Maßnahmen. Workshop am 07.07.2005.
- HSL, Hessisches Statistisches Landesamt (2002): Hessische Gemeindestatistik. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2001. Wiesbaden.
- HSL, Hessisches Statistisches Landesamt (2004): Hessische Gemeindestatistik 2004. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2003. Wiesbaden.

s-E Stärkung ländlicher Regionen als Tourismusstandort – Effekte der Förderung der ländlichen Regionalentwicklung im Rahmen des Hessischen EPLR

s-E 1 Hintergrund und Ziele der Untersuchung

s-E 1.1 Einleitung

Die vorliegende Untersuchung ist Bestandteil der Ex-post-Bewertung des Artikel 33 des EPLR Hessen 2000 bis 2006. Zentrales Anliegen der Ex-post Bewertung ist die Erfassung und Bewertung der mit der Förderung erzielten Wirkungen.

In der Förderung der ländlichen Entwicklung wird der Tourismus als wichtiger Faktor der wirtschaftlichen Entwicklung ländlicher Räume gesehen. So strebte auch die Förderung der Artikel-33-Maßnahmen des Hessischen EPLR die Erschließung von Einkommensquellen aus dem endogenen Potenzial der ländlichen Gebiete an und legte hierbei einen Schwerpunkt auf die Entwicklung des ländlichen Tourismus (vgl. HMULF, 2000). Innerhalb des Hessischen EPLR gab es neben der auf den ländlichen Tourismus explizit ausgerichteten Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ weitere Maßnahmen, die Wirkungen auf die touristisch relevante Infrastruktur haben (konnten).

Die Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ setzte sowohl auf direkte als auch auf indirekte Wirkungen. Zuwendungsempfänger waren in erster Linie private Träger, die vor allem Projekte in den Bereichen Übernachtung und Bewirtung realisiert haben.

Weitere Maßnahmen des Hessischen EPLR wirkten vor allem indirekt über die Verbesserung der Infrastruktur bzw. der Attraktivität von Orts- und Landschaftsbild. Daneben gab es weitere Förderprogramme, z. B. LEADER+ oder das Ziel-2-Programm, die auch tourismusrelevante Maßnahmen bzw. Projekte enthielten.

Daher ist zum einen eine isolierte Betrachtung der Wirkung einzelner Maßnahmen auf die touristische Entwicklung wenig sinnvoll, zum anderen können festgestellte Wirkungen in der Regel nicht kausal einer Maßnahme zugeschrieben werden (Zuordnungslücke).

Vor diesem Hintergrund wurde ein Untersuchungsdesign entwickelt, das maßnahmeübergreifend die Entwicklung touristisch relevanter Standortfaktoren in den ländlichen Gemeinden zum Inhalt hatte.

s-E 1.2 Ziele und Fragestellung der Untersuchung

Um die bisherigen Lücken der Bewertungsstudien in der Wirkungserfassung zu verringern, wurde mit der vorliegenden Untersuchung ein Ansatz entwickelt, der eine breitere Erfassung der touristischen Entwicklung in den ländlichen Räumen und Rückschlüsse auf den Beitrag der Förderung ermöglicht. Dieser Zielsetzung wurde anhand von zwei grundlegenden Fragen nachgegangen:

Welche touristischen Entwicklungen und damit verbundenen wirtschaftlichen Impulse können in den ländlichen Gemeinden beobachtet werden?

Hierbei geht es zum einen um die Betrachtung von „Erfolgsgrößen“ wie Übernachtungszahlen, Einkommen und Zufriedenheit der Übernachtungsanbieter, und zum anderen um die Veränderung wichtiger Standortfaktoren für die Entwicklung des ländlichen Tourismus. Dabei standen ländliche Gebiete außerhalb der Verdichtungsräume im Vordergrund.

Wie weit können Zusammenhänge zwischen touristischer Entwicklung und Förderung hergestellt werden?

Der Fokus lag dabei auf den Artikel-33-Maßnahmen Förderung des ländlichen Tourismus und Dorfentwicklung, ergänzend wurde auch die Maßnahme Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung und touristisch relevante LEADER+-Maßnahmen einbezogen.

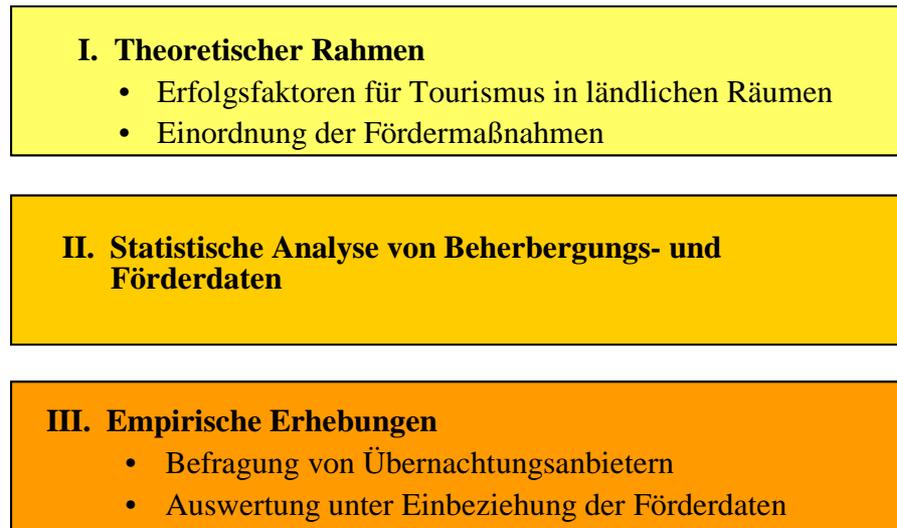
s-E 1.3 Bausteine des Untersuchungsdesigns

Das Untersuchungsdesign setzt sich aus drei Bausteinen zusammen (vgl. Abbildung s-E1).

- I. Ausgehend von der Überlegung, dass die touristische Entwicklung einer Region auf einer Vielzahl von Faktoren beruht, wurde zunächst ein theoretischer Rahmen erarbeitet, der die zentralen Bestandteile und Erfolgsfaktoren des Tourismus im ländlichen Raum konkretisiert. Dieser Rahmen diente als Grundlage für die weitere Analyse. Mit der Zuordnung der Artikel-33-Maßnahmen und weiterer Fördermaßnahmen und Politiken zu den Erfolgsfaktoren wird ein Überblick gegeben, in welchem Umfang und in welchen Bereichen die betrachteten Maßnahmen Einfluss auf die touristischen Standortfaktoren nehmen könnten.
- II. Als erste Annäherung an die Erfolgsgrößen und den Einfluss der Förderung auf deren Entwicklung wurde ausgehend von den Angaben der amtlichen Statistik untersucht, wie weit sich ein statistischer Zusammenhang zwischen Erfolgs-Kennziffern, wie Entwicklung der Übernachtungszahlen oder der Gästeankünfte und der Förderung im Rahmen der oben genannten Maßnahmen des Hessischen EPLR und LEADER+ feststellen lässt.

III. Wie sich die Situation touristischer Anbieter in den Gemeinden darstellt, wie weit die Förderung von diesen wahrgenommen wird und wie weit tatsächlich ein Einfluss auf die touristisch bedeutsamen „Standortfaktoren“ festgestellt werden kann, wurde im Rahmen einer schriftlichen Befragung von 167 Übernachtungsanbietern in 40 Gemeinden untersucht.

Abbildung s-E1: Bausteine des Untersuchungsdesigns



Quelle: Eigene Darstellung.

Das gewählte Untersuchungsdesign beschränkt sich auf den Übernachtungstourismus. Angesichts der Bedeutung des Tagestourismus in Hessen (vgl. Kapitel 2) kann so nur ein Ausschnitt der gesamten touristischen Entwicklung des Landes dargestellt werden.⁴

Zunächst erfolgt in Kapitel 2 ein kurzer Überblick über die Entwicklung des Tourismus in Hessen von 1999 bis 2006. In Kapitel 3 werden die zentralen Bestandteile und Erfolgsfaktoren des Tourismus im ländlichen Raum konkretisiert und die Artikel-33-Maßnahmen und weitere Fördermaßnahmen und Politiken den Erfolgsfaktoren zugeordnet. Kapitel 4 enthält die statistische Analyse der Beherbergungs- und Förderdaten. Die Ergebnisse sowie die Methodik der Durchführung und Auswertung der empirischen Erhebung sind in

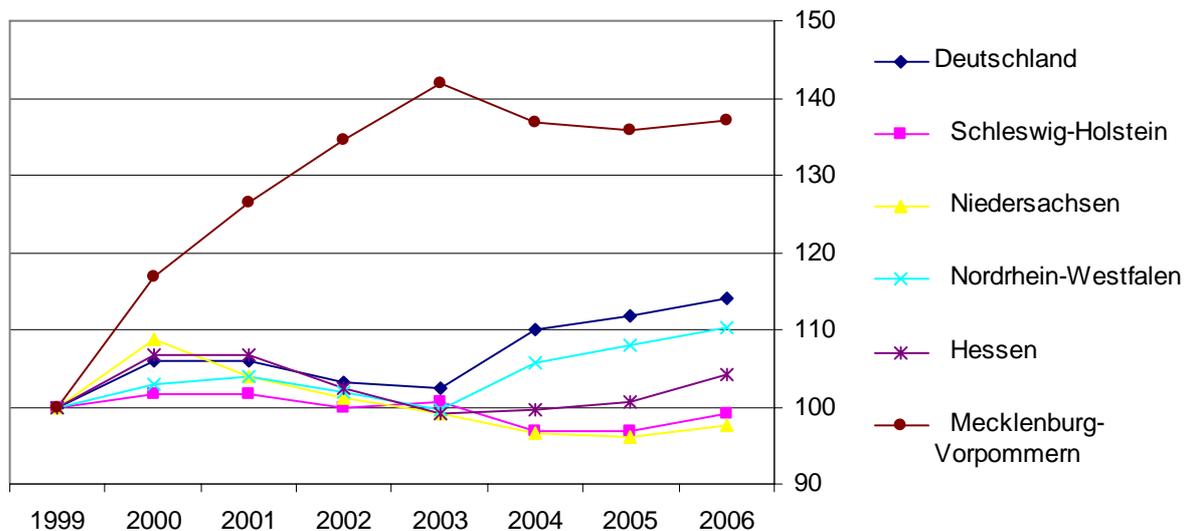
⁴ Diese Beschränkung ist darauf zurückzuführen, dass der Bereich des Tagestourismus nur schwer abzugrenzen und zu erfassen ist. Daten zum Umfang von Tagesreisen liegen nur aus einzelnen Studien auf einer hohen räumlichen Aggregationsebene vor und werden nicht kontinuierlich erhoben, sodass eine räumliche Differenzierung kaum möglich ist und Entwicklungen nicht abgebildet werden können. Auch die Abgrenzung der Anbieterseite steht vor Problemen, da hier eine Vielfalt unterschiedlicher Akteure, z. B. Gastronomie, Freizeit- und Kulturangebote, Einzelhandel, etc. berücksichtigt werden müsste und bei einzelnen Akteursgruppen, wie z. B. Gastronomie, die Abgrenzung von eher touristisch ausgerichteten zu eher an der Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichteten Anbietern nur schwer möglich ist.

Kapitel 5 dargestellt. Den Abschluss bildet in Kapitel 6 die zusammenfassende Betrachtung der Ergebnisse der vorliegenden Studie und die Ableitung von Schlussfolgerungen.

s-E 2 Tourismus in Hessen

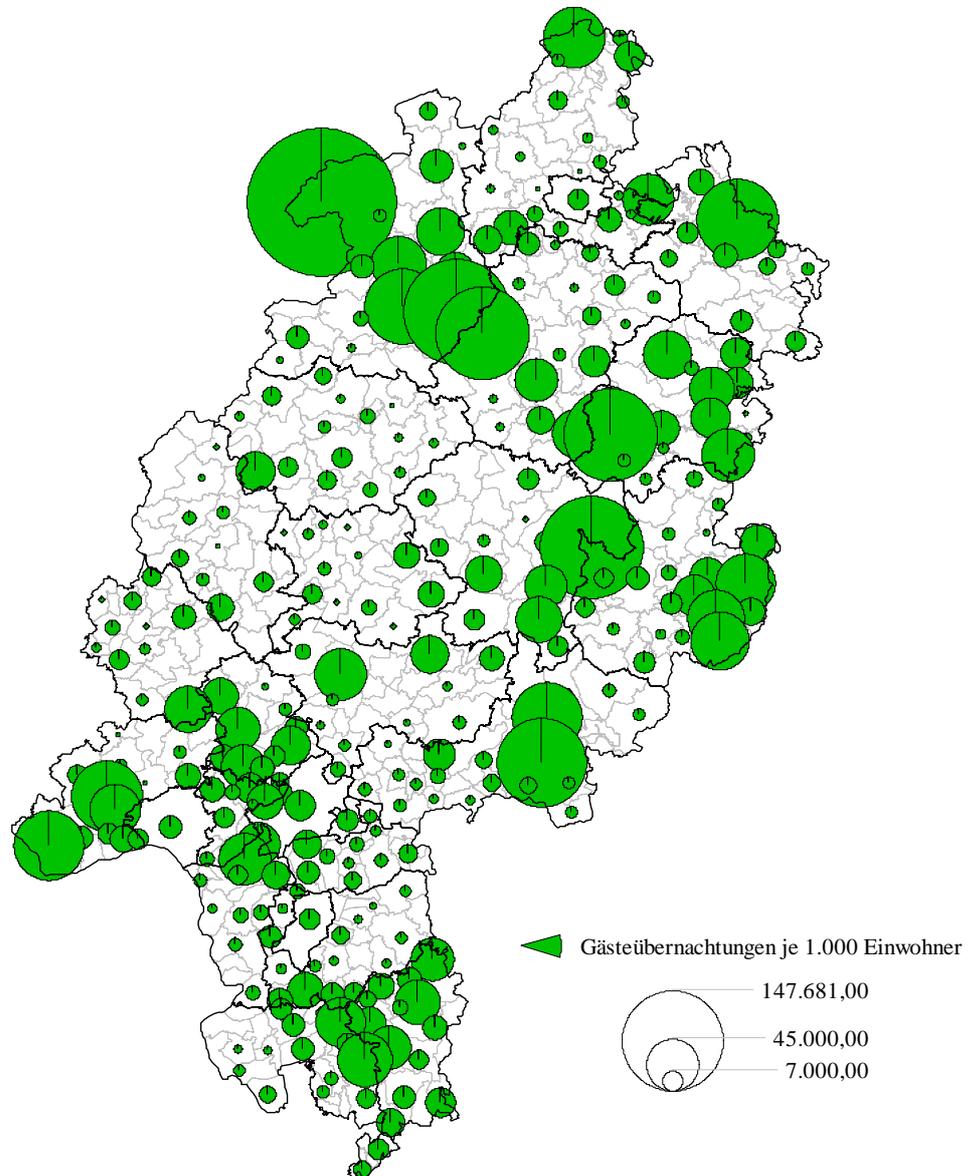
Der Tourismus stellt in Hessen v. a. für einzelne Städte und Gemeinden oder Regionen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Nach einer Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif) wurden in diesem Sektor in Hessen 2004 3,77 % des Volkseinkommens erwirtschaftet (Maschke, 2005). Damit liegt Hessen geringfügig unter dem Bundesdurchschnitt von 3,81 %. Den größten Beitrag lieferte mit rund zwei Dritteln der Tagesreiseverkehr. Hinsichtlich der in der amtlichen Statistik erfassten Übernachtungen lag Hessen mit 25,2 Mio. Übernachtungen im Jahr 2005 im innerdeutschen Vergleich nach Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen an fünfter Stelle.

Abbildung s-E2: Entwicklung der Übernachtungszahlen in ausgewählten Bundesländern und Deutschland von 1999 bis 2006 (1999=100)



Quelle: Eigene Berechnungen nach SÄBL (2007).

Karte s-E1: Tourismusintensität in den Gemeinden Hessens, 2001



Minimum: Vellmar (215)
 Maximum: Willingen, Upland (147.681)
 Land Hessen Durchschnitt (4.216)

Quelle: Statistisches Landesamt: Hessische Gemeindestatistik (2002).

Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft
 6-Länder-Halbeitzbewertung
 gemäß VO (EG) Nr. 1257/1999

In den 1990iger Jahren war der Tourismus in Hessen durch rückläufige Übernachtungszahlen gekennzeichnet, die zum großen Teil auf den durch die Gesundheitsreform verursachten Rückgang des Gesundheits- und Kurtourismus zurückzuführen waren. Dem folgte eine kurze Erholung um die Jahrtausendwende, an die sich seit 2001 wieder rückläufige Übernachtungszahlen und Umsatzrückgänge anschlossen (vgl. Abbildung s-E2). Hier ist der Entwicklungstrend in Hessen vergleichbar mit dem anderer Bundesländer, die mit Ausnahme Mecklenburg-Vorpommerns ebenfalls Rückgänge zu verzeichnen hatten.⁵ Seit 2005 ist allerdings eine leichte Trendwende zu beobachten, die u. a. auf die Fußballweltmeisterschaft zurückzuführen sein dürfte.

Die Tourismusintensität (Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner) misst die relative Bedeutung des Tourismus für eine Region. Die meisten Übernachtungen pro EinwohnerIn und somit die relativ höchste Bedeutung des Fremdenverkehrs verzeichnete 2001 der Landkreis Waldeck-Frankenberg, gefolgt vom Kreis Hersfeld-Rotenburg, der Stadt Frankfurt am Main, dem Rheingau-Taunus-Kreis sowie dem Werra-Meißner-Kreis. Differenzierter ist eine Betrachtung auf Gemeindeebene. Hier wird deutlich, dass sich der Tourismus auf die Städte, die Mittelgebirge und Weinbaugegenden konzentriert (vgl. Karte s-E1).

In den einzelnen Regionen verlief die Entwicklung zum Teil sehr unterschiedlich. So ist die leicht positive Entwicklung der Übernachtungszahlen in den letzten Jahren v. a. auf Zuwächse in den großen Städten zurückzuführen, während die Entwicklung in Nordhessen, aber auch in einigen Landkreisen Südhessens, deutlich verhaltener war. Eine detaillierte Darstellung der Entwicklung der Übernachtungszahlen in den hessischen Landkreisen und Städten zeigt Abbildung s-E-A1 im Anhang.

Neben dem Übernachtungstourismus spielt auch der Tagestourismus in Hessen eine bedeutende Rolle. Dieser trug mit 3,3 Mrd. Euro im Jahr 2004 rund doppelt soviel zum Volkseinkommen bei wie der Übernachtungstourismus (vgl. Maschke, 2005). Schwerpunkte des Tagestourismus sind Frankfurt mit dem Main-Taunus-Raum (36 % aller Tagesgäste) und Nordhessen (hier vor allem die Stadt Kassel (Dokumenta)). Da zum Tagestourismus nur einzelne Untersuchungen vorliegen, können hier keine Angaben zu Entwicklungstendenzen gemacht werden.

Die touristische Infrastruktur in Hessen setzt sich aus vielen Bausteinen zusammen. Beispielhaft genannt seien 31 Heilbäder und Kurorte, zehn Naturparks und seit 2004 der Nationalpark Kellerwald-Edersee, die sich zusammen über mehr als ein Drittel der hessischen

⁵ Der Anstieg der Übernachtungszahlen in Nordrhein-Westfalen sowie in Gesamtdeutschland ab 2004 beruht auf der Einbeziehung der Übernachtungen auf Campingplätzen in die amtliche Statistik.

Landesfläche erstrecken. Daneben gibt es Möglichkeiten für wassergebundenen Tourismus z. B. im Waldecker Land auf dem Edersee und seinen Nachbarn Diemeltalsperre, Twistensee und Affolderner See. Bislang ist der Tourismus in Hessen stark auf die Städte und die Kur- und Heilbäder konzentriert. Es gibt jedoch erste Ansätze, gerade den naturgebundenen Tourismus auszubauen. Beispielhaft können hier die sich ergänzenden Projekte Erstellung einer Internetpräsenz „Reiten in Hessen“ (www.reiterland-hessen.de) und die Qualitäts- und Vermarktungsoffensive „Reittourismus in Nordhessen“ (www.reiten-nordhessen.de) genannt werden.

s-E 3 Erfolgsfaktoren und Einordnung der Fördermaßnahmen

Die durchgeführte Untersuchung konzentriert sich auf wesentliche Erfolgsfaktoren für die touristische Entwicklung ländlicher Regionen, die in den folgenden Ausführungen beschrieben und in den Kontext von Fördermaßnahmen eingeordnet werden. Für die empirischen Erhebungen wurden, basierend auf den Erfolgsfaktoren, Merkmalskomplexe gebildet (vgl. Kapitel s-E 5, Tabelle s-E3).

Um auf dem enger werdenden Markt wahrgenommen zu werden, potenzielle Kunden zu erreichen und letztendlich zufriedene Gäste zu haben, müssen eine Vielzahl von Faktoren zusammenwirken. Vor allem für den Tourismus in ländlichen Räumen, denen häufig besondere Alleinstellungsmerkmale fehlen, ist es erforderlich, die einzelnen Angebotselemente zu einem Gesamtkonzept zusammenzufassen, das der Region eine nach außen wahrnehmbare Identität und Anziehungskraft verleiht (vgl. Haart und Steinecke, 1995). Entscheidende Elemente sind hier zum einen das regionaltypische Unterkunfts- und Gaststättengewerbe als touristisches Basisangebot, sowie ein den Erwartungen an einen ländlichen Tourismus entsprechendes Bild von Umgebung (Kulturlandschaft) und Siedlungsstruktur (Dorfcharakter). Darauf aufbauend ist eine touristische Infrastruktur erforderlich, die Freizeitmöglichkeiten bietet, naturnahe Erholungs- und Aktivitätsmuster unterstützt, aber auch Bedürfnissen wie Einkaufen, kulturelle Anregungen, bequeme Anreise etc. gerecht wird. Diese „physische“ Ausstattung muss so aufbereitet werden, dass sie auf dem Tourismusmarkt wahrgenommen wird und gegenüber anderen in- und ausländischen Angeboten attraktiv ist. Dies beinhaltet die Gestaltung attraktiver Produkte sowie überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten. Grundlage hierfür sind effiziente Organisationsstrukturen und die Zusammenarbeit der tourismusrelevanten Akteure.

Zusammenfassend lassen sich als zentrale Elemente und damit Erfolgsfaktoren für den Tourismus im ländlichen Raum benennen (in Anlehnung an Haart und Steinecke, 1995):

- (1) Regionaltypisches Unterkunfts- und Gaststättengewerbe,
- (2) Kulturlandschaft,
- (3) Dorfcharakter,
- (4) touristische Infrastruktur,
- (5) Tourismusorganisation,
- (6) Markt und das Produkt.

Im Folgenden werden die einzelnen Erfolgsfaktoren kurz erläutert. Es wird dargestellt, wie Politiken und Fördermaßnahmen in Hessen an diesen Faktoren ansetzen, um die touristische Entwicklung zu unterstützen.

s-E 3.1 Regionaltypisches Unterkunfts- und Gaststättengewerbe

Beherbergung und Verpflegung sind zentrale Elemente des touristischen Angebots. Ein sowohl quantitativ als auch qualitativ ansprechendes Angebot ist eine wichtige Voraussetzung für die touristische Entwicklung im ländlichen Raum. Aufgrund der zunehmenden Reiseerfahrung der Deutschen sind insbesondere die Ansprüche an die Ausstattung und den Service in den vergangenen Jahren gestiegen. Die Anbieter im ländlichen Raum müssen hier mit den Angeboten anderer in- und ausländischer Urlaubsregionen „mithalten“ können. Neben einem besonders ländlichen, naturnahen Image des Unterkunftsangebots bietet die Schaffung besonderer Angebote für bestimmte Zielgruppen, z. B. besonders familien-/kinderfreundliche Ausstattung oder auf Radfahrer oder Wanderer ausgerichtete Ausstattungen und Serviceangebote, eine Möglichkeit zur Produktprofilierung und Verbesserung der Attraktivität.

Für Landurlaub/Urlaub auf dem Bauernhof ist das gastronomische Angebot im Hinblick auf die Attraktivität einer Region von großer Bedeutung (N.I.T., 2006). Hinsichtlich der Urlaubsaktivitäten steht der Konsum landestypischer Spezialitäten mit an der Spitze (N.I.T., 2004). Ein regionaltypisches gastronomisches Angebot kommt diesen Ansprüchen entgegen und bietet zudem die Chance der Stärkung der regionalen Wertschöpfung. Die hier skizzierten Aspekte eines „Regionaltypischen Unterkunfts- und Gaststättengewerbes“ wurden im Rahmen der Befragung mit den Merkmalskomplexen *Unterkunftsangebot* und *Gastronomie* aufgegriffen.

Politiken und Fördermaßnahmen:

Die Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ des Hessischen EPLR beinhaltete u. a. die Schaffung bzw. Verbesserung von Übernachtungs- und Gastronomieangeboten mit landwirtschaftlichem Bezug. In diesem Bereich wurden in den Jahren 2000 bis 2006 knapp 70 Projekte gefördert. Eine ausführliche Darstellung dieser Maßnahmen findet sich in Kapitel 9 dieses Materialbands.

Neben bundesweiten Zertifizierungs- bzw. Klassifizierungssystemen, z. B. des Deutschen Tourismusverbandes, der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (Urlaub auf dem Bauernhof/Landurlaub) oder des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (Fahrradfreundlicher Betrieb), betreibt der Bauernhof- und Landurlaub e.V. (BaLuH) eine intensive Beratung und Unterstützung seiner Mitglieder zur Qualitätssicherung.

Vom Land Hessen wurde 2005 ein beim Landesbetrieb Landwirtschaft angesiedeltes Beratungsprojekt initiiert, das sich u. a. an Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof wendet und Unterstützung in den Bereichen Angebotsgestaltung, Angebotsverbesserung, Wirtschaftlichkeit und Vermarktung anbietet.⁶

s-E 3.2 Kulturlandschaft

Die Basis des ländlichen Tourismus in einer Region ist die Kulturlandschaft (vgl. Smith, 2000). Hierzu zählen neben der naturräumlichen Ausstattung auch die historisch gewachsenen Landschafts- und Siedlungsstrukturen und die damit verbundene Geschichte. Die Eignung einer Kulturlandschaft für Erholung und Tourismus setzt zu allererst ihre Erlebbarkeit voraus (Burggraaff und Kleefeld, 1998). Dies umfasst die Aspekte:

- Attraktivität (Vielfalt, Eigenart, Naturnähe);
- Erhalt und Erschließung (z. B. Erhalt von Strukturelementen, zugänglich machen durch freizeitorientierte Wegenetze, Maßnahmen zur aktiven Nutzung (Broschüren, Beschilderung, Information));
- Interpretation (Vermittlung, Schaffung von Erlebnischarakter/-möglichkeiten).

Im Rahmen der Befragung wurde der Aspekt der Attraktivität unter der „Überschrift“ *Umgebung* aufgegriffen. Der Aspekt der Erschließung und Interpretation wurde im Merkmalskomplex *Freizeitangebote* über die Frage nach naturnahen Aktivitätsmöglichkeiten sowie nach Naturerlebnisangeboten aufgegriffen. Der eher kulturelle Aspekt von Kultur-

⁶ Vgl. www.llh-hessen.de

landschaft ist im Merkmalskomplex *Kulturangebot* in der Frage nach Schlössern, Museen, Denkmälern enthalten.

Politiken und Fördermaßnahmen:

Auf den Erhalt der natürlichen Kulturlandschaft wirkten u. a. Maßnahmen, die Einfluss auf die landwirtschaftliche Nutzung nehmen, wie z. B. Ausgleichszulage, Agrarumweltmaßnahmen, insbesondere Vertragsnaturschutz und Flurneuordnung (z. B. durch Erhalt, Schaffung von Strukturelementen, Renaturierung von Fließgewässern). In den Förderkapitelbewertungen finden sich vielfältige Aussagen zum Aspekt Kulturlandschaft. In Kapitel 10 (Tabelle 10.26) sind die Ergebnisse zusammengefasst.

Auf den Zugang zur Kulturlandschaft sowie ihre Erlebbarkeit wirkten verschiedenste Maßnahmen, u. a.:

- Optimierung von Radwegesystemen im Rahmen des Landesprogramms Radwege.
- Im Rahmen von LEADER+ realisierte Projekte in den Themenbereichen Erhalt des ländlichen Kulturguts sowie Erhalt und Aufwertung des kulturellen Erbes (Albrecht; Königstein und Driessen, 2005).
- Vereinzelt wurden auch in der Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ Projekte gefördert, die auf den Erlebnischarakter von Kulturlandschaft wirken, z. B. die Konzeption eines archäologischen Wanderweges.
- In der Maßnahme „Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung“ geförderte Projekte, die eher kulturelle Aspekte aufgreifen, wie z. B. die Einrichtung kulturhistorischer Museen oder Themenpfade.

s-E 3.3 Der Dorfcharakter

Für eine klare Produktprofilierung des ländlichen Tourismus sind ländliche Siedlungsstrukturen mit einem attraktiven Ortsbild unabdingbarer Bestandteil. Allerdings sollte hierbei nicht eine ahistorische Rekonstruktion erfolgen, sondern eigenständige lebendige Siedlungsformen erhalten und weiterentwickelt werden. Im Rahmen der Befragung wurden diese Aspekte im Merkmalskomplex *Ort* aufgegriffen.

Als Fördermaßnahme zielte hier in erster Linie die Dorferneuerung auf den Erhalt und die Weiterentwicklung des Dorfes als Wohn- und Lebensraum. Dies beinhaltete, neben dem Erhalt ortsbildprägender Bausubstanz, auch die Gestaltung von Freiflächen und die Schaffung soziokultureller Infrastruktur. Eine ausführliche Darstellung dieser Maßnahme findet sich in Kapitel 9 dieses Materialbands.

s-E 3.4 Touristische Infrastruktur

Die touristische Infrastruktur beinhaltet die Einrichtungen bzw. Angebote, die der Besucher/Gast nutzt bzw. nutzen kann. Die Infrastrukturausstattung bestimmt daher entscheidend die Erlebnismöglichkeiten und damit die Zufriedenheit der Gäste. Für die ländlichen Räume ist vor allem das Angebot naturnaher Freizeitaktivitäten, wie Radfahren, Wandern, Reiten und thematischer Naturerlebnisangebote zu regionalen Besonderheiten, von Bedeutung. Da häufig besondere oder spektakuläre Anziehungspunkte fehlen, bilden sie den Kern des Tourismusangebots im ländlichen Raum. Darüber hinaus haben aber auch witterungsabhängige und kulturelle Freizeitangebote einen Einfluss auf die Attraktivität einer Region und die Zufriedenheit von Gästen. Ergänzend sind auch die Einkaufsmöglichkeiten vor Ort oder der Zugang zu urlaubsrelevanten Informationen sowie die Erreichbarkeit sowohl mit dem PKW als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln von Bedeutung. Die hier skizzierten Aspekte wurden in den Merkmalskomplexen *Freizeitangebote*, *Kulturangebote*, *Sonstiges* und *Erreichbarkeit* aufgegriffen.

Politiken und Fördermaßnahmen:

Die Förderung touristischer Infrastruktur erfolgte vor allem im Rahmen des Schwerpunktes 4 des Ziel-2-Programms. In diesem Schwerpunkt wurden u. a. der Bau von Erlebnisbädern, Informationszentren, Mountain-Bike-Wegenetzen oder die touristische Weiterentwicklung des Werratalsees gefördert (vgl. HMWVL, 2008; RWI, 2003).

Im Hessischen EPLR wurden in der Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ mehrere Projekte zur Verbesserung der Angebote im Reittourismus sowie einzelne Projekte zur Schaffung/Verbesserung anderer Freizeitangebote gefördert (vgl. Kapitel s 9). In der Maßnahme „Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung“ wurden u. a. Projekte zur Verbesserung des regionalen kulturellen Angebots gefördert, wie z. B. Museen und Kulturzentren und -stationen, die auch für die touristische Entwicklung von Bedeutung sind (vgl. Kapitel n 9).

Auch ein großer Teil der im Rahmen des LEADER+-Programms realisierten Projekte beinhaltete die Schaffung bzw. Verbesserung naturnaher Freizeitangebote sowie ergänzender Einrichtungen.

s-E 3.5 Tourismusorganisation

Die Bedeutung klarer Organisationsstrukturen und sinnvoller räumlicher Einheiten für die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Deutschland wird von zahlreichen Autoren betont (vgl. Neumann, 2005). Kritisiert wird u. a. eine organisatorische Zersplitterung. Häufig bestehen zum einen nach Verwaltungsgrenzen, zum anderen nach Destinationen glieder-

te parallele Organisationsstrukturen sowie eine „Kleinfürsten-Mentalität“ einzelner Fremdenverkehrsämter und Bürgermeister. Insbesondere in ländlichen Räumen ist die Zusammenarbeit aller privaten und öffentlichen Akteure und die gemeindeübergreifende Kooperation in größeren regionalen Zusammenhängen von großer Bedeutung, um Ressourcen zu bündeln und ein klares wahrnehmbares Profil zu entwickeln. Um diese zu erreichen, ist nach Haart und Steinecke (1995) eine gemeinsame Leitbildentwicklung und Zieldefinition sowie die Bearbeitung von Schnittstellen zu anderen Wirtschafts- und Gesellschaftsbereichen erforderlich. Diese Aspekte wurden im Merkmalskomplex *Organisationsstrukturen im Tourismus* aufgegriffen.

Politiken und Fördermaßnahmen:

In den Jahren 2000/2001 wurde ein umfangreicher Prozess zur Neuorientierung des Tourismus in Hessen begonnen. Dieser beinhaltete u. a. die Entwicklung der einzelnen Landschaften Hessens zu Markenzeichen sowie seit 2005 eine Bündelung der touristischen Vermarktungsaktivitäten über die Hessen-Agentur (vgl. Weber; Wegge und Jörg, 2002). Parallel dazu erfolgte die Entwicklung/Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen auf Destinationsebene und die Loslösung von Verwaltungseinheiten. Aufgrund der Binnenlage Hessens kommt hierbei auch der länderübergreifenden Destinationsentwicklung und –vermarktung eine wichtige Rolle zu. Beispiele hierfür sind z. B. die Rhön und der Odenwald. Im Bereich des Bauernhof- und Landurlaubs bildet die Arbeitsgemeinschaft Bauernhof- und Landurlaub in Hessen e. V. die organisatorische Klammer für die in regionalen Urlaubsringen organisierten Anbieter.

Im Rahmen des LEADER+-Programms wurden Projekte zur Vernetzung der Akteure im Tourismus und zur Erarbeitung von Tourismuskonzepten realisiert. Darüber hinaus bestanden/bestehen in vielen LEADER+-Regionen und Regionalforen Arbeitskreise zum Thema Tourismus, die zu einer Verbesserung der Kommunikation und Vernetzung der Akteure beitragen.

Im Hessischen Ziel-2-Programm wurde die Maßnahme „Erarbeitung regionaler touristischer Leitbilder einschließlich Marktuntersuchungen“ zwar angeboten, jedoch kaum in Anspruch genommen, da touristische Leitbilder in den hessischen Tourismusregionen bereits vor der Genehmigung des Ziel-2-Programms erstellt worden waren (HMWVL, 2008).

s-E 3.6 Markt und Produkt

Die Kommunikation der tourismusrelevanten Ausstattung einer Region nach außen und das Erreichen potenzieller Zielgruppen über entsprechende (Vermarktungs-)Aktivitäten ist in den vergangenen Jahren aufgrund des starken Wettbewerbs sowohl zwischen inländischen Destinationen als auch gegenüber ausländischen Reisezielen zunehmend schwieriger.

ger geworden. Neben den klassischen Vermarktungswegen hat die Bedeutung des Internets sowohl zur Information über als auch zur Buchung von Urlaub an Bedeutung gewonnen. Um aktuelle und potenzielle Zielgruppen zu erreichen, ist die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Angeboten und Angebotspaketen erforderlich, sowie eine weitere Qualitätsverbesserung und Professionalisierung (Neumann, 2005, S. 139). Die hier skizzierten Aspekte wurden im Merkmalskomplex *Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten* aufgegriffen.

Politiken und Fördermaßnahmen:

Im Rahmen der Maßnahme „Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten“ des EPLR wurden einzelne Projekte gefördert, wie z. B. die Entwicklung von Vermarktungsinstrumenten zum Reittourismus oder die Präsentation von Regionen auf der Grünen Woche. Im Rahmen von LEADER+ wurden einige Projekte realisiert, die die Entwicklung von „neuen“ Angeboten, touristische Internetauftritte einzelner Regionen oder Qualifizierungsmaßnahmen zum Inhalt hatten.

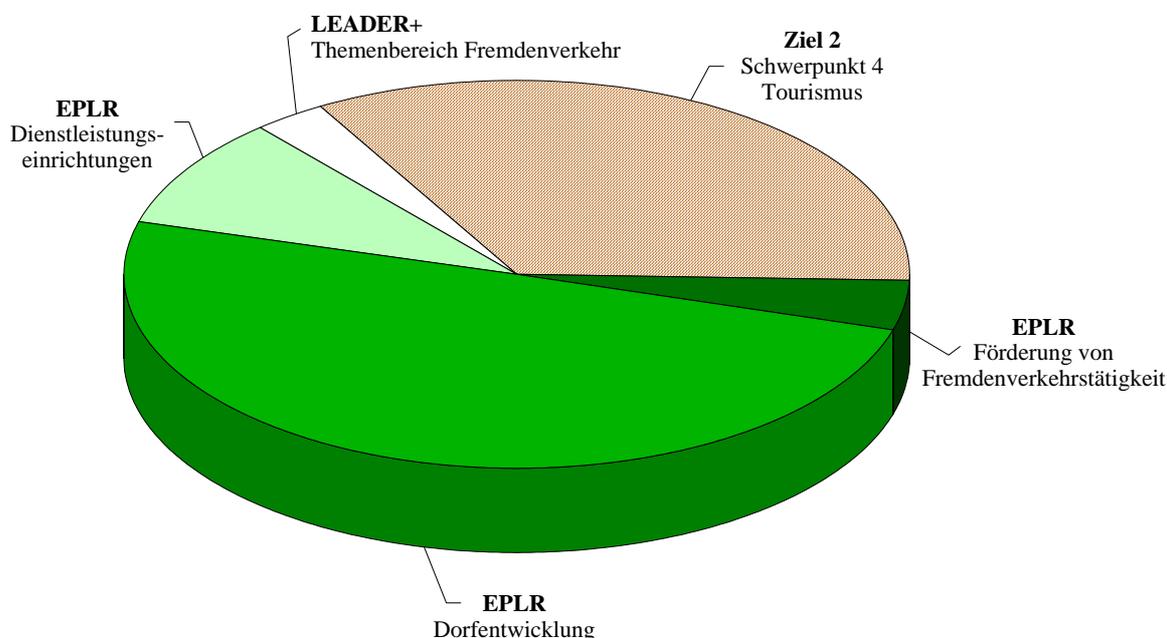
In der Maßnahme „Regionale Marketing- und Vertriebsprojekte“ des Ziel-2-Programms wurden u. a. zwei projektbezogene Marketingaktionen sowie eine Machbarkeitstudie zur touristischen Vermarktung des Produkts „Märchenland der Brüder Grimm“ gefördert.

Die landesweiten Vermarktungsaktivitäten strebten neben der Entwicklung der einzelnen Landschaften zu Markenzeichen u. a. die Vernetzung von Tourismus und kulturellen und sportlichen Angeboten sowie den Ausbau des Freizeit- und Aktivtourismus an (Weber; Wegge und Jörg, 2002).

Einen Überblick über den Umfang der eingesetzten EU-Mittel in den tourismusrelevanten Maßnahmen des EPLR, in LEADER+ und im Ziel-2-Programm gibt Abbildung s-E3. Diese Abbildung dient aber nur der groben Orientierung hinsichtlich der Größenordnungen der verschiedenen Maßnahmen, da ohne EU-Mittel geförderte Maßnahmen und Förderprogramme nicht berücksichtigt wurden.

Aus Abbildung s-E3 lässt sich allerdings ablesen, dass ein erheblicher Anteil der EPLR-Förderung vor allem Einfluss auf die Attraktivität des Ortsbildes und den dörflichen Charakter entfaltete, ein weiterer Bereich ist die touristische Infrastruktur, wo vor allem das Ziel-2-Programm, aber auch LEADER+ ansetzte. Im Vergleich ist die Maßnahme Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten im Hinblick auf die EU-Mittel von untergeordneter Bedeutung.

Abbildung s-E3: Ausgezählte EU-Mittel in touristisch relevanten Fördermaßnahmen im Hessischen EPLR, dem Ziel-2-Programm und LEADER+, 2000 bis 2006⁷



Quelle: Eigene Darstellung nach Förderdaten EPLR (2000 bis 2006) und HMWVL (2008).

Neben den hier dargestellten Maßnahmen erfolgte durch das Wirtschaftsministerium die Förderung des Tourismus im Rahmen der GRW mit Bundes- und Landesmitteln sowie durch das Landesprogramm Tourismus. Auch in den hier dargestellten EPLR-Maßnahmen wurden Projekte außerhalb der EU-Förderung mit nationalen Mitteln umgesetzt. Hierzu liegen allerdings keine differenzierten Daten vor. Darüber hinaus gab es weitere Förderungen des Landes für Heilbäder und Kurorte (HMWVL, 2007b).

s-E 4 Statistische Analyse von Beherbergungs- und Förderdaten

Als erste Annäherung an die Erfolgsgrößen und den Einfluss der Förderung auf deren Veränderung wurde eine Varianzanalyse durchgeführt. Über die Verknüpfung der amtlichen Beherbergungsstatistik der Jahre 1999 bis 2006 und der vorliegenden Förderdaten wurden Zusammenhänge zwischen der Förderung aus den Maßnahmen Dorferneuerung, Fremden-

⁷ Für das Ziel-2-Programm und LEADER+ umfasst die Abbildung nicht alle in der Förderperiode 2000 bis 2006 eingesetzten Mittel, da die Abwicklung dieser Programme und damit die Auszahlung von Fördermitteln noch bis Ende 2008 erfolgen kann.

verkehrstätigkeiten und Dienstleistungseinrichtungen sowie touristisch orientierter LEADER+-Projekte und der Entwicklung von Übernachtungszahlen, Bettenzahlen und Ankünften untersucht. Ergänzend wurden weitere Variablen in die Analyse einbezogen, z. B. zur Abbildung der „Ländlichkeit“ der siedlungsstrukturelle Kreistyp und für den Faktor „regionale Vernetzung“ die Zugehörigkeit zu einer LEADER+-Region. Eine detaillierte Darstellung der einzelnen Variablen befindet sich in Tabelle s-E-A2 im Anhang.

In einem ersten Schritt erfolgte eine Betrachtung der Verteilung der Gemeinden⁸ auf die Gruppen A (Förderung EPLR, LEADER+) und B (ohne Förderung EPLR, LEADER+). Hierbei zeigte sich, dass die Gruppen extrem unterschiedlich besetzt waren. Daher wurden die Gemeinden in einem zweiten Schritt nach dem Umfang der Förderung in folgende Gruppen C und D eingeteilt (vgl. Tabelle s-E1):

- Gruppe C: In der Gemeinde wurden im Rahmen der EPLR-Maßnahmen Dorfentwicklung, Fremdenverkehrstätigkeiten und Dienstleistungseinrichtungen mindestens 300.000 Euro förderfähige Gesamtkosten (FFK) investiert, und/oder in LEADER+ mindestens 100.000 Euro FFK.
- Gruppe D: Gemeinden, in denen kaum, d. h. weniger als in Gruppe C bzw. gar keine Förderung im Rahmen der hier betrachteten Maßnahmen realisiert wurde.

Tabelle s-E1: Anzahl der Gemeinden mit Angaben von Betten- und Übernachtungszahlen und Gästeankünften in 2000 und 2006

Gruppe	Anzahl Gemeinden	Gruppe	Anzahl Gemeinden
Gruppe A (Förderung in den Maßnahmen DE, Fremdenverkehr, Dienstleistungseinrichtungen LEADER+)	123	Gruppe B (keine Förderung in den Maßnahmen DE, Fremdenverkehr, Dienstleistungseinrichtungen und LEADER+)	20
Gruppe C (hohe Förderung)	62	Gruppe D (geringe bzw. keine Förderung)	81

Quelle: Eigene Darstellung.

⁸ Hierbei erfolgte eine Beschränkung auf Unterzentren und ländliche Zentralorte nach BBR (2006b) sowie der Ausschluss der Gemeinden in den hochverdichteten Landkreisen Bergstraße, Darmstadt-Dieburg, Groß-Gerau, Hochtaunuskreis und Main-Taunus-Kreis.

Im Rahmen einer mehrfaktoriellen Varianzanalyse wurde geprüft, ob die Zugehörigkeit zu den Gruppen A und B bzw. C und D sowie die weiteren Variablen einen Beitrag zur Erklärung der Entwicklung der Übernachtungszahlen 2000 bis 2006 liefert.⁹ Sowohl beim Vergleich der Gruppen A und B als auch beim Vergleich der Gruppen C und D konnte weder ein Erklärungsbeitrag der Gruppenzugehörigkeit, noch der anderen o. g. Faktoren festgestellt werden.

Diese Gruppeneinteilung wird auch für die Analyse im Rahmen der in Kapitel s-E 5 dargestellten empirischen Erhebung verwendet.

Über die Verknüpfung der amtlichen Beherbergungsstatistik der Jahre 2000 bis 2006 und der vorliegenden Förderdaten wurde untersucht, wie weit Zusammenhänge zwischen der Gruppenzugehörigkeit (mit/ohne bzw. viel/wenig Förderung aus den Maßnahmen Dorferneuerung, Fremdenverkehrstätigkeiten, Dienstleistungseinrichtungen sowie touristisch orientierter LEADER+-Projekte) und der Entwicklung von Übernachtungszahlen, Bettenzahlen und Gästeankünften bestehen. Ergänzend wurden weitere Variablen in die Analyse einbezogen, z. B. zur Abbildung der „Ländlichkeit“ der siedlungsstrukturelle Kreistyp und für den Faktor „regionale Vernetzung“ die Zugehörigkeit zu einer LEADER+-Region bzw. der Region eines Regionalforums. Eine detaillierte Darstellung der einzelnen Variablen befindet sich in Tabelle s-E-A 1 im Anhang.

Im Rahmen einer mehrfaktoriellen Varianzanalyse wurde geprüft, ob die Zugehörigkeit zu den Gruppen A und B bzw. C und D sowie die o. g. weiteren Variablen einen Beitrag zur Erklärung der Übernachtungsentwicklung 2000 bis 2006 liefert.¹⁰ Sowohl beim Vergleich der Gruppen A und B als auch beim Vergleich der Gruppen C und D konnte weder ein Erklärungsbeitrag der Gruppenzugehörigkeit, noch der anderen o. g. Variablen festgestellt werden.

Aus statistischen Analysen auf der Grundlage der amtlichen Beherbergungsstatistik und der vorliegenden Förderdaten können wenig Aussagen zu potenziellen Wirkungszusammenhängen abgeleitet werden. Dies ist zum einen auf die Beschränkungen der verfügbaren Daten zurückzuführen. Die öffentlich zugängliche amtliche Statistik erfasst nur Übernachtungen in Betrieben mit mehr als acht Betten und enthält aus Datenschutzgründen in kleinen Gemeinden mit weniger als drei gewerblichen Anbietern keine Daten. Aber auch die Förderdaten bilden nur einen Teil der tourismusrelevanten Förderung ab, da Angaben hierzu für Maßnahmen, die außerhalb des Hessischen EPLR, LEADER+ und des Ziel-2-

⁹ Extremwerte wurden von der Analyse ausgeschlossen.

¹⁰ Extremwerte wurden von der Analyse ausgeschlossen.

Programms realisiert wurden, nicht vorlagen. Daher wurde als zentrales Element dieser Untersuchung eine schriftliche Befragung von Übernachtungsanbietern durchgeführt.

s-E 5 Empirische Erhebung

s-E 5.1 Methodik

Auf der Grundlage des konzeptionellen Rahmens sowie anderer Befragungen mit ähnlicher Fragestellung¹¹ wurde ein halbstandardisierter Fragebogen entwickelt (vgl. Anhang), der sich in fünf Teile gliedert. Um eine Verknüpfung der Befragungsergebnisse mit den vorliegenden Förderdaten sowie der Beherbergungsstatistik zu ermöglichen, wurden die Fragebögen mit Postleitzahlen kodiert.

Der **erste und zweite Teil** des Fragebogens dienen der Einordnung und Charakterisierung der Befragten sowie der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in der Gemeinde, der **dritte Teil** bezieht sich auf die Entwicklung des touristischen Angebots und erfasst Tendenzen der Entwicklung von Gäste- und Übernachtungszahlen, Einkommen sowie die Zufriedenheit des Befragten mit der Entwicklung.

Um die Wirkungen der Förderung zu „erfassen“, wurden in der Befragung zwei Ansätze verfolgt:

- In **Teil Vier** wurde, basierend auf den Einflussfaktoren für die Entwicklung des ländlichen Tourismus, eine Liste von Faktoren zusammengestellt, die auch weitere für den Anbieter u. U. wichtige Aspekte enthält, auch wenn sie durch die Förderung nicht oder kaum berührt werden, wie z. B. die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und PKW. Für diese Einflussfaktoren wurde nach dem aktuellen Zustand sowie den Veränderungen innerhalb der letzten fünf Jahre gefragt. Die Einflussfaktoren gliedern sich nach den Komplexen: Unterkunft, Gastronomie, Ort, Umgebung, Freizeitangebot, Kulturangebot, Sonstiges, Erreichbarkeit, überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten und Organisationsstrukturen im Tourismus (vgl. Tabelle s-E3 in Kapitel s-E 5.4). Dieser Fragenkomplex dient
 - der Ermittlung von Hinweisen auf Stärken und Defizite der erfassten Gemeinden hinsichtlich touristisch bedeutsamer Standortfaktoren

¹¹ Anregungen wurden insbesondere von einer Studie der Sächsischen Landesanstalt für Landwirtschaft (2005) aufgenommen.

- der Erfassung von Veränderungen, insbesondere von Verbesserungen, die in Verbindung mit den Förderdaten Rückschlüsse auf die Wirkung von Fördermaßnahmen zulassen.
- In **Teil Fünf** des Fragebogens wurde direkt nach dem Kenntnisstand und der Einschätzung der Bedeutung von Fördermaßnahmen für die touristische Entwicklung des eigenen Betriebs/der Gemeinde gefragt. Hierbei wurde konkret nach den Förderbereichen Dorferneuerung, größere Infrastrukturprojekte, freizeitorientierte Wegenetze, Vermarktungsaktivitäten und Tourismusleitbilder, LEADER+ sowie „Andere“ gefragt. Ergänzend wurde erhoben, ob die Befragten für ihren eigenen Betrieb Förderung erhalten haben und wie weit sich diese auf ihr Einkommen ausgewirkt hat.

Die Verfahren zur Auswertung der einzelnen Fragenkomplexe sind in den jeweiligen Abschnitten beschrieben. Grundsätzlich erfolgte ein Vergleich der Antworten zwischen den Gruppen A und B, ergänzt durch weitere Gruppierungsvariablen, wie z. B. die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Gemeinde des Befragten.

s-E 5.1.2 Auswahl der Gemeinden

Es wurden per Zufallsauswahl¹² 29 Gemeinden ausgewählt, in denen im Zeitraum 2000 bis 2005 Projekte im Rahmen der Maßnahmen Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten, Dienstleistungseinrichtungen und Dorferneuerung sowie touristisch relevante LEADER+-Projekte gefördert wurden. Daneben wurden elf Gemeinden ausgewählt, in denen im Zeitraum 2000 bis 2005 keine Projekte im Rahmen der o. g. Maßnahmen realisiert wurden. Die Verteilung der Gemeinden auf die hessischen Landkreise zeigt Tabelle s-E-A2 im Anhang.

Die Adressen der Unterkunftsanbieter wurden durch Anfrage bei den örtlichen Tourismusinformationen bzw. aus dem Internet ermittelt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass nicht alle Unterkunftsanbieter bei den Tourismusinformationen (bzw. in den Gastgeberverzeichnissen aufgeführt sind). Insgesamt standen 851 Adressen zur Verfügung. Hiervon wurden 398 befragt. In Gemeinden, zu denen bis zu zehn Anbieteradressen vorlagen, wurden alle Adressen in die Befragung einbezogen. Bei Gemeinden, zu denen mehr als zehn Adressen vorlagen, wurde jeweils eine Zufallsstichprobe von zehn bis 30 Adressen gezogen. Die Befragung wurde im vierten Quartal 2006 durchgeführt. Zur Verbesserung des Rücklaufs wurde ein Erinnerungsschreiben versandt. Tabelle s-E2 gibt einen Überblick über den Umfang und Rücklauf der Befragung.

¹² Gemeinden aus verdichteten und hochverdichteten Kreisen in Agglomerationsräumen gemäß BBR (BBR, 2006a) wurden nicht in die Untersuchung einbezogen.

Tabelle s-E2: Umfang der schriftlichen Befragung und Rücklauf

Versandte Fragebögen	398	
Nicht zustellbar (unbekannt)	6	
Beteiligung abgelehnt bzw. Vermietung eingestellt	11	
doppelt	1	
Keine Antwort eingegangen	205	
Eingegangene Fragebögen	175	(44%)
Davon nicht einbezogen, da nur Gastronomie	6	
Auswertbare Fragebögen	169	(42 %)

Quelle: Eigene Darstellung.

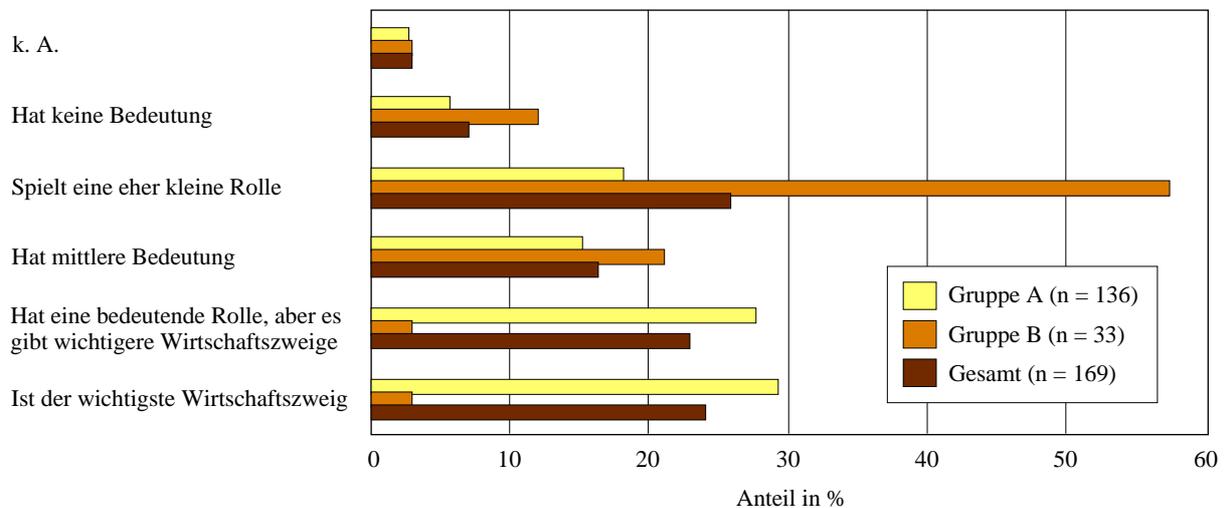
Von den Befragten sind 136 (80 %) der Gruppe A und 33 (20 %) der Gruppe B zuzuordnen. Die Verteilung der Befragten auf die hessischen Landkreise zeigt Tabelle s-E-A3 im Anhang.

s-E 5.2 Charakterisierung der Befragten und der Gemeinden

In den folgenden Abschnitten wird ein Überblick über die befragten Übernachtungsanbieter und ihre Gemeinden gegeben. Zunächst wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus anhand der Einschätzungen der Befragten dargestellt. Ergänzend wird die Tourismusintensität in den erfassten Gemeinden betrachtet. Anschließend erfolgt die Charakterisierung der Anbieter hinsichtlich der Art ihres Angebots, der Spezialisierung auf bestimmte Zielgruppen, des Einkommensbeitrags des touristischen Angebots sowie die Mitgliedschaft in einer touristischen Organisation als Hinweis auf die „Professionalität“ des Angebots.

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den in der Befragung erfassten Gemeinden

Für fast die Hälfte der Befragten war der Tourismus in ihrer Gemeinde der wichtigste oder ein bedeutender Wirtschaftszweig (vgl. Abb. s-E4). Für rund 15 % hat er eine mittlere Bedeutung und für etwas mehr als 30 % hat der Tourismus eine eher kleine bis keine Bedeutung. In der Gruppe B war die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus deutlich geringer als in Gruppe A.

Abbildung s-E4: Welche wirtschaftliche Rolle spielt der Tourismus in Ihrer Gemeinde?

Quelle: Schriftliche Befragung.

Neben der Zugehörigkeit der Befragten zu den Gruppen A bzw. B wurde die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Gemeinde bei der Analyse der weiteren Befragungsergebnisse insbesondere in Kapitel s-E 5.4 als möglicher erklärender Faktor für unterschiedliche Einschätzungen berücksichtigt.

Angebot und Ausrichtung der befragten Übernachtungsanbieter

Der überwiegende Teil (knapp 70 %) der Befragten bot Ferienwohnungen/-häuser an. Übernachtungsangebote in Hotels/Pensionen offerierten rund 30 % der Befragten. 16 % der Befragten hatten auch ein gastronomisches Angebot. Hierbei handelte es sich vor allem um Angebote der Hotels/Pensionen, in geringem Umfang auch um Angebote auf Bauernhöfen. Hinsichtlich des Angebots von Urlaub auf dem Bauernhof lag der Anteil in Gruppe A mit 15 % deutlich über dem Anteil in Gruppe B (9 %). In den anderen Kategorien unterschieden sich die Gruppen kaum. Weitere ergänzende Angebote (Verleihstation, Freizeitangebote, Sonstiges) boten rund 17 % der Befragten an.

Rund 31 % der befragten Anbieter waren auf bestimmte Zielgruppen spezialisiert. Auch hier unterschieden sich die Gruppen A und B kaum. Die wichtigsten Zielgruppen waren Familien, Radfahrer und Geschäftsreisende/Monteure. Darüber hinaus wurden von jeweils rund einem Viertel der spezialisierten Betriebe auch Senioren und Gruppenangebote genannt.

„Professionalität“

Das touristische Angebot hatte für den größten Teil der Befragten eine untergeordnete Bedeutung für ihr Einkommen. Für 68 % der Befragten war das touristische Angebot ein

Zusatzeinkommen (weniger als 30 % des Gesamteinkommens). Nur knapp 20 % der befragten Betriebe erwirtschafteten hiermit ihr Haupteinkommen (über 50 % des Gesamteinkommens). Der Anteil der Befragten, die mit dem touristischen Angebot ein Haupteinkommen erwirtschaften, war in Gruppe A allerdings deutlich höher (21 %) als in Gruppe B (12 %).

Zwei Drittel der Befragten waren Mitglied in einer tourismusbezogenen Organisation. Die größte Bedeutung hatten hierbei die örtlichen Tourismusverbände, in denen knapp 47 % der Befragten Mitglied waren. In einer regionalen Tourismusorganisation waren rund 33 % der Befragten organisiert. Der Anteil der Nichtorganisierten war in Gruppe B mit 33 % geringfügig höher als in Gruppe A (29 %). Mitglieder des BaLuH e. V. fanden sich ausschließlich in Gruppe A. Insgesamt waren das 7 % der Befragten.

s-E 5.3 Entwicklung des Tourismus in den erfassten Gemeinden

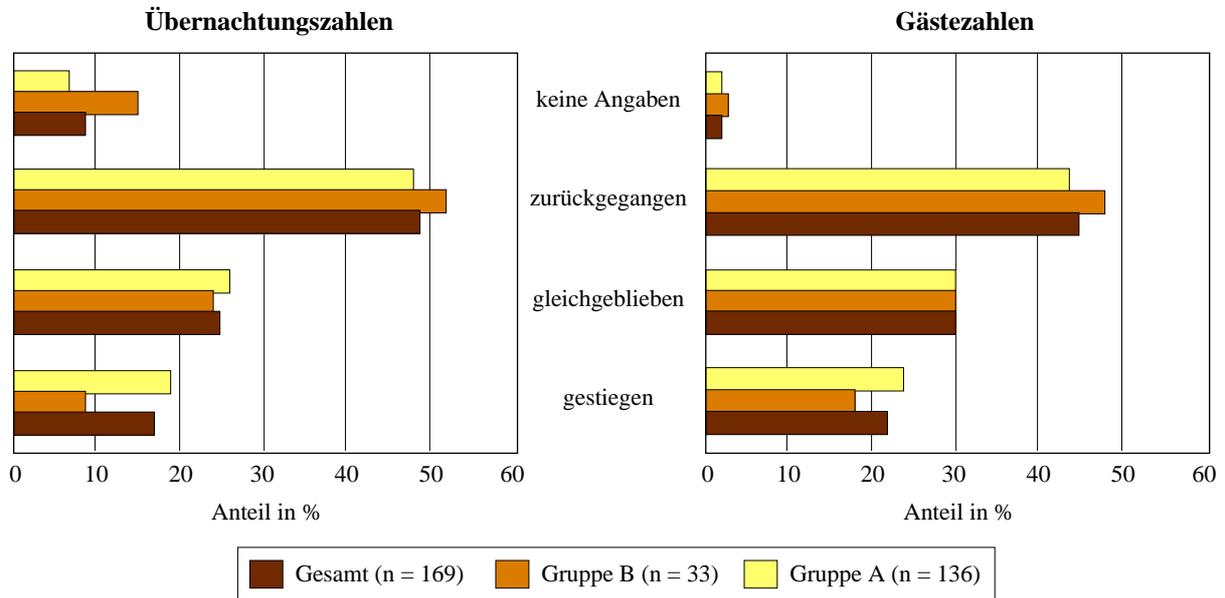
Abbildung s-E5 zeigt die Einschätzung der befragten Übernachtungsanbieter zur Entwicklung ihrer Gäste- und Übernachtungszahlen. Insgesamt gab fast die Hälfte der Befragten an, dass ihre Gäste- und Übernachtungszahlen in den vergangenen fünf Jahren zurückgegangen sind. Nur 17 % verzeichneten steigende Übernachtungszahlen. Die Befragten der Gruppe B schätzten die Entwicklung insgesamt etwas negativer ein als die Befragten der Gruppe A. Der Anteil der Befragten, die eine Zunahme der Gäste- bzw. Übernachtungszahlen festgestellt haben, lag hier bei 18 bzw. 9 % im Vergleich zu 24 % bzw. 19 % bei den Befragten der Gruppe A.

Die betriebliche Entwicklung der Übernachtungszahlen verläuft nicht immer parallel zum allgemeinen Trend. In Gemeinden mit rückläufigen Übernachtungszahlen gemäß amtlicher Statistik konnten befragte Betriebe auch steigende Übernachtungszahlen verzeichnen und umgekehrt.

Die überwiegend negative Einschätzung der Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen spiegelt sich auch in den Angaben zur Einkommensentwicklung wider (vgl. Abb. s-E6). Rund 40 % der Befragten gaben an, dass ihr Einkommen aus dem Tourismus in den letzten fünf Jahren gesunken ist. Auffallend ist der relativ hohe Anteil der Befragten mit einer stark schwankenden Einkommensentwicklung in Gruppe B.

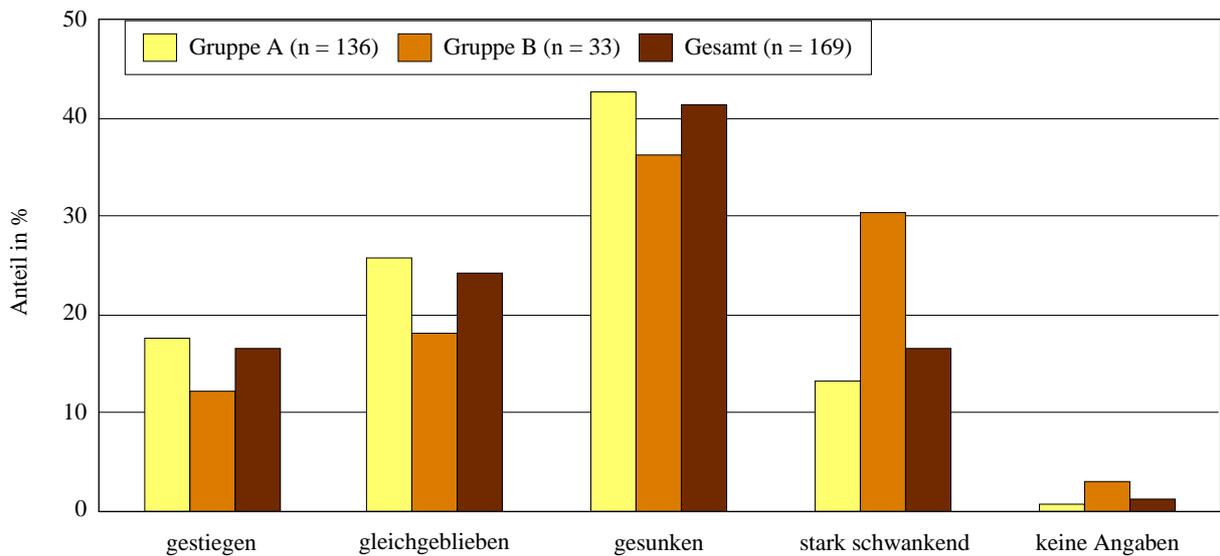
Einkommenszuwächse konnten vor allem die Befragten realisieren, in deren Gemeinden der Tourismus der wichtigste bzw. ein bedeutender Wirtschaftszweig ist. Allerdings lag auch in dieser Gruppe der Anteil der Befragten mit rückläufigem Einkommen bei 40 %. Zwischen spezialisierten und nicht spezialisierten Betrieben sowie nach der Art des Unterkunftsangebots unterschied sich die Einkommensentwicklung nicht.

Abbildung s-E5: Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen in den letzten fünf Jahren in den Betrieben nach Einschätzung der Befragten



Quelle: Schriftliche Befragung.

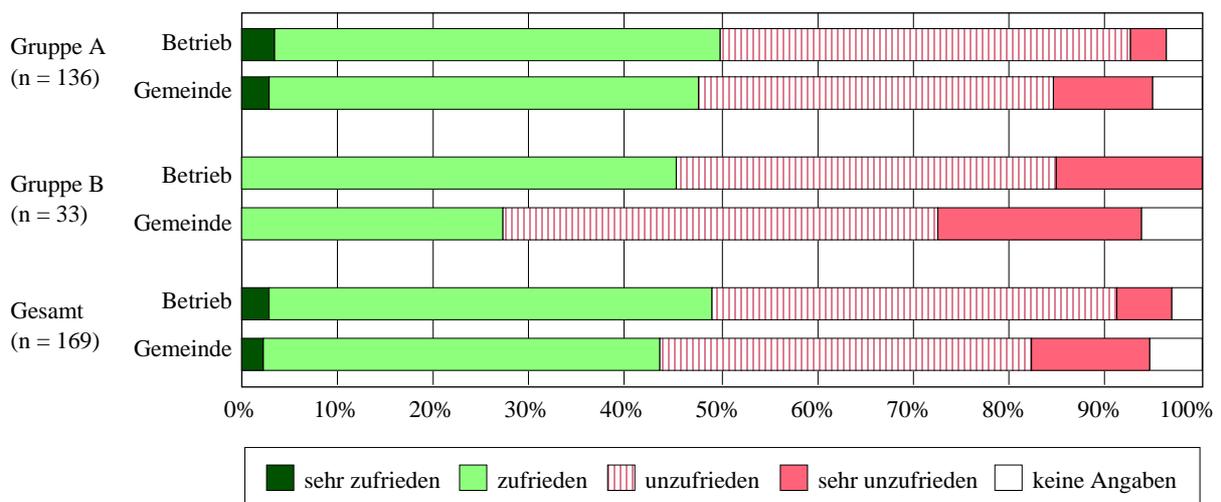
Abbildung s-E6: Angaben zur Entwicklung des Einkommens aus dem Tourismus in den letzten fünf Jahren



Quelle: Schriftliche Befragung.

In der Befragung wurde auch nach der Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung sowohl hinsichtlich des eigenen Angebots als auch hinsichtlich der Entwicklung in der Gemeinde gefragt. Insgesamt waren knapp 50 % der Befragten mit der Entwicklung ihres eigenen Angebots und 44 % mit der Entwicklung in ihrer Gemeinde zufrieden bzw. sehr zufrieden (vgl. Abb. s-E7). Allerdings war die Zufriedenheit mit der Entwicklung in ihrer Gemeinde bei den Befragten aus Gruppe B deutlich geringer (27 % gegenüber 48 %).

Abbildung s-E7: Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung im Betrieb und in der Gemeinde in den letzten fünf Jahren



Quelle: Schriftliche Befragung

Zwischen spezialisierten und nicht spezialisierten Betrieben gab es keine Unterschiede hinsichtlich der Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung. Bei der Betrachtung der verschiedenen Unterkunftsarten zeigte sich im Vergleich eine deutlich größere Zufriedenheit der Anbieter von Ferienwohnungen sowie eine größere Unzufriedenheit der Hotels mit der Entwicklung in ihrer Gemeinde. Auch in Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in der Gemeinde zeigten sich Unterschiede. So waren über 70 % der befragten Unterkunftsanbieter in Gemeinden mit einer geringen wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus sowohl mit ihrer eigenen betrieblichen Entwicklung als auch mit der Entwicklung in ihrer Gemeinde unzufrieden bzw. sehr unzufrieden.

Insgesamt unterschieden sich die Gruppen A und B hinsichtlich der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus sowie der Entwicklung der Übernachtungszahlen und des Einkommens. In Gruppe B war die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus kleiner. In Gruppe A lag der Anteil von Anbietern von Urlaub auf dem Bauernhof höher und es erwirtschafteten im Vergleich etwas mehr Befragte aus dem Tourismus ihr Haupteinkommen.

s-E 5.4 Einflussfaktoren für die touristische Entwicklung, aktueller Zustand und Veränderungen

Wichtige Erfolgsfaktoren der touristischen Entwicklung wurden für die Befragung in zehn Merkmalskomplexen abgebildet und mit einzelnen Merkmalen hinterlegt, die im Fragebogen systematisch abgefragt wurden (vgl. Tabelle s-E3).

Tabelle s-E3: Merkmale bzw. Merkmalskomplexe der Erfolgsfaktoren im Fragebogen

Erfolgsfaktor	Merkmalskomplex	Merkmal
Regionaltypisches Unterkunfts- und Gaststättengewerbe	Unterkunftsangebot	Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkünfte Besonders naturnahes Image Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien
	Gastronomie	Angebotsvielfalt Öffnungszeiten Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken
Dorfcharakter	Ort	Dörflicher Charakter Attraktives Ortsbild Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.
Kulturlandschaft	Umgebung	Attraktivität von Natur und Landschaft Besonderer Status des Gebiets z. B. Nationalpark, Naturpark
	Freizeitangebote	Rad- und Wanderroutennetz Angebote zum Reittourismus Wasserwandermöglichkeiten Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote Schlechtwetterangebote Andere
Touristische Infrastruktur	Kulturangebote	Theater/Konzerte/Kino Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler
	Sonstiges	Einkaufsmöglichkeiten Tourismusinformation im Ort Regionale Feste
	Erreichbarkeit	Anreisemöglichkeit mit PKW Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus
	Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten	Printmedien, Messeauftritte, etc. Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde Online-Buchungsmöglichkeiten Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter, z. B. Lammwochen, Kinderbauernhöfe Zielgruppenspezifische Angebote, z. B. für Senioren, Wanderer Pauschalangebote
Markt und Produkt	Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten	Printmedien, Messeauftritte, etc. Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde Online-Buchungsmöglichkeiten Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter, z. B. Lammwochen, Kinderbauernhöfe Zielgruppenspezifische Angebote, z. B. für Senioren, Wanderer Pauschalangebote
Tourismusorganisation	Organisationsstrukturen im Tourismus	Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde Regionale Kooperation Kooperation mit anderen Akteuren, z. B. Naturschutz Gemeinsames touristisches Leitbild

Quelle: Eigene Darstellung.

Für die Merkmale wurde nach der aktuellen Situation in der Gemeinde und den Veränderungen in den letzten fünf Jahren gefragt. Die Bewertung der aktuellen Situation der Merkmale erfolgte jeweils auf einer Skala von 1 (sehr gute Situation) bis 4 (sehr schlechte Situation), die Einschätzungen zur Veränderung wurden auf einer fünfstufigen Skala von ++ (deutliche Verbesserung) bis -- (deutliche Verschlechterung) erfasst.

Zur Auswertung wurden folgende Schritte durchgeführt:

1. Ermittlung von Häufigkeiten und Bildung von Mittelwerten für die gesamte Stichprobe sowie nach den Gruppen A und B bzw. C und D und Einordnung in eine Rangfolge;
2. Vergleich der Mittelwerte zwischen den Gruppen A und B bzw. C und D mittels t-Test;¹³
3. Berechnung von Zusammenhangsmaßen¹⁴ zwischen der Bewertung der Merkmale und der Bedeutung des Tourismus für das Einkommen der Befragten (Haupt-, Neben-, Zusatzeinkommen) und nach wirtschaftlicher Bedeutung des Tourismus in der Gemeinde;
4. Berechnung von Zusammenhangsmaßen zwischen den Einschätzungen zur aktuellen Situation und zu Veränderungen sowie zwischen Einkommen, Zufriedenheit, Entwicklung der Übernachtungszahlen und Einschätzungen der aktuellen Situation und von Veränderungen.

Bei der Betrachtung der Mittelwerte lag die Einschätzung der aktuellen Situation bei rund der Hälfte der Faktoren (17 von 35) zwischen 2 und 2,5, d. h. bei den meisten Faktoren wurde die Situation leicht positiv bewertet. Lediglich bei sechs Faktoren wurde die Situation als gut bis sehr gut eingeschätzt (Mittelwert zwischen 1 und 2). Hinsichtlich der Veränderungen variiert der Mittelwert insgesamt zwischen 1,03 und -0,02, d. h. im Mittel wurde bei zwei Faktoren eine geringfügige Verschlechterung wahrgenommen. Bei sechs Faktoren wurde eine deutliche (Mittelwert über 0,5) und bei knapp der Hälfte der Faktoren wurden geringfügige Verbesserungen wahrgenommen (Mittelwert zwischen 0,25 und 0,5).¹⁵ In den Tabellen s-E-A4 bis s-E-A7 im Anhang sind die Ergebnisse im Detail dargestellt.

Bei 20 Merkmalen war die Bewertung in der Gruppe A hinsichtlich des aktuellen Zustands positiver als in Gruppe B. Statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen A

¹³ Der t-Test ist ein statistisches Verfahren, das u. a. zum Vergleich der Mittelwerte zweier unabhängiger Stichproben eingesetzt wird (vgl. Bortz und Döring, 1995).

¹⁴ Für nominal skalierte Daten Lambda, für ordinal skalierte Daten Gamma (vgl. Benninghaus, 2001).

¹⁵ Bei einzelnen Faktoren gibt es eine relativ große Anzahl von keine Angaben bzw. weiß nicht, bei der Kategorie andere Freizeitangebote liegt dieser Anteil bei über 40 %. Dieser Faktor wurde daher bei der weiteren Auswertung nicht berücksichtigt.

und B konnten hinsichtlich der Einschätzung der aktuellen Situation bei 16 dieser Merkmale festgestellt werden, z. B. im Merkmalskomplex *überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten*. Bei der Einschätzung von Veränderungen war die Bewertung bei 24 Merkmalen in Gruppe A positiver als in Gruppe B. Statistisch signifikant sind diese Unterschiede bei 19 Faktoren. In den Tabellen A6 bis A11 sind diese Merkmale mit * bzw. ** markiert.

Die Unterschiede zwischen den Gruppen A und B sind allerdings zum Teil auf die größere wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den Gemeinden der Befragten der Gruppe A zurückzuführen (vgl. Kapitel 5.4.4).

Der Vergleich der Gruppen C und D lieferte keine zusätzlichen Erkenntnisse. Insgesamt waren hier die Unterschiede zwischen den Mittelwerten der beiden Gruppen kleiner als beim Vergleich der Gruppen A und B. Signifikante Unterschiede zwischen Merkmalen bestanden nur bei einem Teil der Merkmale, bei denen auch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen A und B bestanden. Auf eine Darstellung dieser Ergebnisse wird daher verzichtet.

s-E 5.4.1 Die aktuelle Situation in den Gemeinden

Tabelle s-E4 zeigt die Top 10 und die letzten zehn Plätze hinsichtlich der Bewertung der aktuellen Situation.

Besonders positiv wurden von fast allen Befragten, neben den Anreisemöglichkeiten mit dem PKW und dem Rad- und Wanderrouthenetz, die für einen ländlichen Tourismus grundlegenden Merkmale eines attraktiven Landschaftsbilds und einer dörflichen Siedlungsstruktur eingeschätzt. Aber auch die weiteren Merkmale, die Besonderheiten bzw. Spezifika des ländlichen Tourismus abbilden wie z. B. besondere zielgruppenspezifische Ausstattung des Unterkunftsangebots, regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken oder regionale Feste gehören hinsichtlich der Bewertung des aktuellen Zustands zum oberen Drittel.

Defizite zeigten sich vor allem bei Schlechtwetterangeboten und kulturellen Angeboten sowie hinsichtlich der Merkmale Wasserwandermöglichkeiten, thematische Internetauftritte und gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter. Aber auch die aktuelle Situation hinsichtlich der klassischen Vermarktungsaktivitäten¹⁶ und der Organisationsstrukturen im Tourismus wurde, mit Ausnahme der regionalen Kooperation, eher negativ bewertet. In Gemeinden, in denen der Tourismus eine größere wirtschaftliche Bedeutung hat, wurde die

¹⁶ Printmedien, Messeauftritte etc.

aktuelle Situation hinsichtlich der überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten und der Organisationsstrukturen im Tourismus allerdings deutlich positiver eingeschätzt.

Tabelle s-E4: Die ersten und die letzten zehn Plätze hinsichtlich der Einschätzung der aktuellen Situation (1= sehr gut bis 4=sehr schlecht)

Merkmal	Mittelwert	Platz	Standard- abweichung	Anzahl Wertungen
Die zehn „Besten“				160
Attraktivität von Natur und Landschaft	1,49	1	0,53	167
Anreisemöglichkeit mit PKW	1,68	2	0,56	127
Besonderer Status des Gebiets, z. B. Nationalpark, Naturpark	1,72	3	0,67	164
Rad- und Wanderrouthenetz	1,73	4	0,69	152
Dörflicher Charakter	1,95	5	0,49	160
Besonders naturnahes Image, z. B. Bauernhof	1,96	6	0,62	142
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken	2,11	7	0,62	145
Attraktives Ortsbild	2,13	8	0,64	146
Regionale Feste	2,13	9	0,64	151
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde	2,14	10	0,69	133
Die zehn „Schlechtesten“				
Schlechtwetterangebote	2,98	34	0,8	129
Theater/Konzerte/Kino	2,81	33	0,84	140
Wasserwandermöglichkeiten	2,78	32	0,91	118
Thematischer Internetauftritt	2,74	31	0,73	107
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter	2,74	30	0,87	110
Printmedien, Messeauftritte, etc.	2,73	29	0,77	107
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	2,62	28	0,78	136
Kooperation mit Akteuren aus anderen Bereichen wie Naturschutz, etc.	2,6	26	0,71	118
Gemeinsames touristisches Leitbild	2,6	27	0,77	125
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus	2,59	25	0,87	158

Quelle: Schriftliche Befragung.

Bei einzelnen Merkmalen zeigten sich deutliche regionale Unterschiede (vgl. folgenden Abschnitt).

Hinsichtlich der Organisationsstrukturen im Tourismus und der überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten sowie der Schlechtwetterangebote lässt sich aus dieser eher negativen Bewertung ein Handlungsbedarf ableiten, da hier deutliche Zusammenhänge zwischen der Einschätzung der Situation und der Zufriedenheit der Übernachtungsanbietern mit der touristischen Entwicklung ihrer Gemeinde besteht.

Stärken und Defizite regional

Für eine regional differenzierte Analyse der Einschätzungen der aktuellen Situation nach Landkreisen bzw. nach Regionalforen war die Anzahl der Befragten in einzelnen Landkreisen bzw. Regionen zu klein. Außerdem war die Besetzung der Gruppen sehr unterschiedlich. Daher wurden die Befragten in vier Regionen zusammengefasst:

- I Landkreis Kassel, Werra-Meißner-Kreis,
- II Landkreis Waldeck-Frankenberg, Schwalm-Eder-Kreis, Lahn-Dill-Kreis und Landkreis Marburg-Biedenkopf,¹⁷
- III Landkreise Fulda und Hersfeld-Rothenburg, Vogelsbergkreis,
- IV Odenwaldkreis und Main-Kinzig-Kreis.

Statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Regionen zeigten sich bei den Merkmalen

- Angebotsvielfalt des gastronomischen Angebots,
- dörflicher Charakter,
- Angebote zum Reittourismus,
- Wasserwandermöglichkeiten,
- Anreisemöglichkeiten mit Zug/Bus und
- gemeinsamen Aktionen mehrerer Anbieter.

Abb. s-E8 gibt einen Überblick über die Bewertung der aktuellen Situation dieser Merkmale in den vier Regionen.

Wie Abb. s-E8 zeigt, wurde die Angebotsvielfalt in der Gastronomie in der Region I (LK Kassel, Werra-Meißner) im Vergleich schlechter eingeschätzt als in den anderen Regionen. Der dörfliche Charakter der Orte wurde in der Region IV im Vergleich etwas besser eingeschätzt.

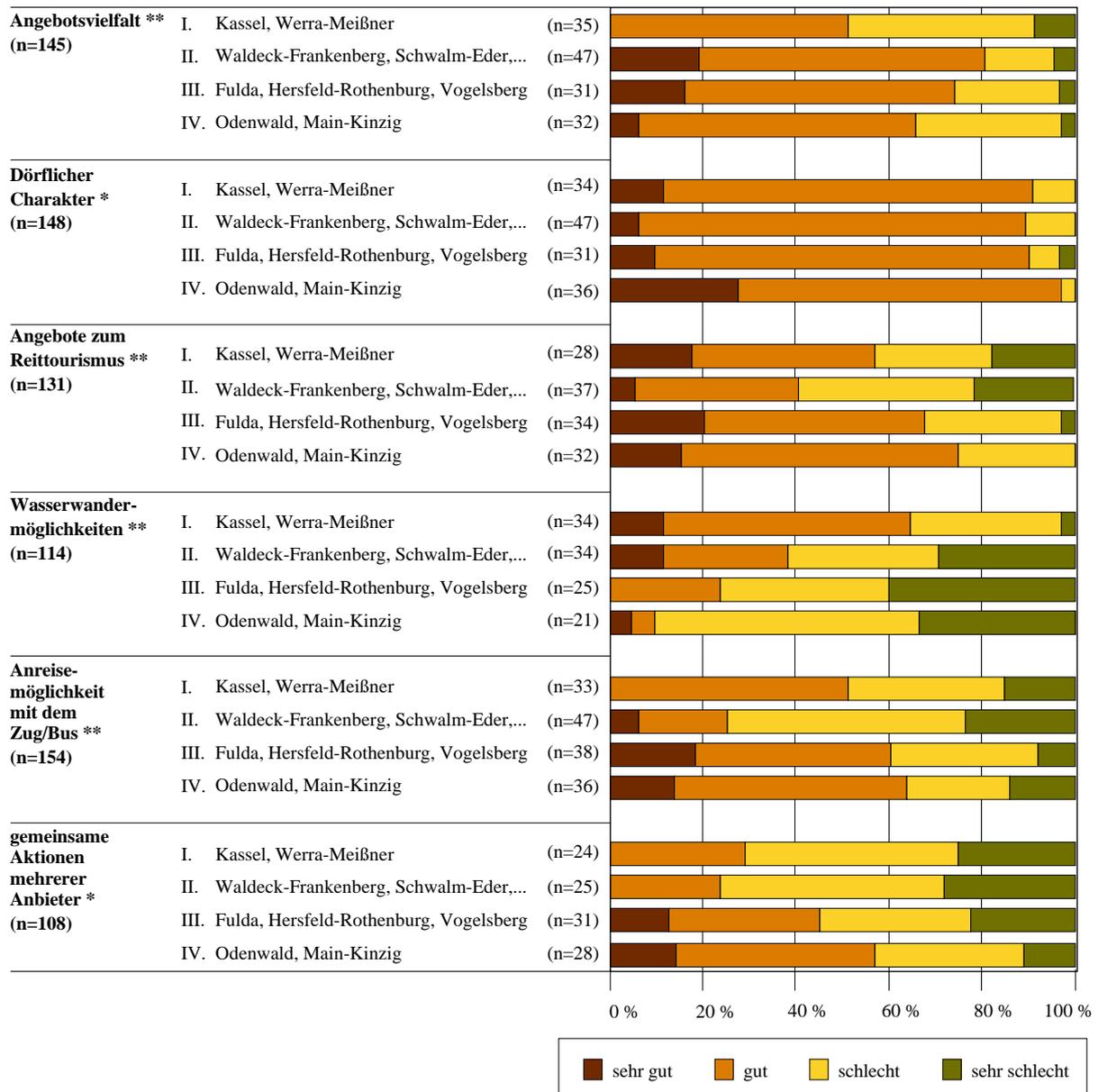
Angebote zum Reittourismus wurden vor allem in der Region IV (Odenwaldkreis und Main-Kinzig-Kreis) aber auch in der Region III (Fulda, Hersfeld-Rothenburg, Vogelsberg) besser, in der Region II (Waldeck-Frankenberg, Schwalm-Eder-Kreis) schlechter als von der Gesamtheit aller Befragten bewertet.

Die aktuelle Situation im Bereich der Wasserwandermöglichkeiten wurde in der Region I am besten eingeschätzt. Hier gaben knapp 65 % der Befragten an, dass sie die Situation als sehr gut bzw. gut bewerten. In den Regionen II und III liegt der Anteil der Befragten mit einer

¹⁷ Zu den Landkreisen Marburg-Biedenkopf und Lahn-Dillkreis lagen allerdings nur von jeweils drei Befragten Einschätzungen vor.

positiven Einschätzung bei 38 bzw. 24 %, in der Region IV schätzten nur knapp 10 % der Befragten die Situation als sehr gut bzw. gut ein.

Abbildung s-E8: Bewertung der aktuellen Situation nach Regionen, für sechs Merkmale mit statistisch signifikanten Unterschieden¹⁸



Quelle: Schriftliche Befragung.

¹⁸ **: Signifikanzniveau 1 %, *: Signifikanzniveau 5 %.

Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln war im Vergleich in Region II am schlechtesten. In dieser Gruppe schätzten nur 25 % der Befragten die Situation als sehr gut bzw. gut ein, während dieser Anteil in den anderen Regionen zwischen 50 und 63 % lag.

Hinsichtlich der gemeinsamen Aktionen mehrerer Anbieter wurde die aktuelle Situation in der Gruppe IV am besten eingeschätzt. Hier bewerteten fast 60 % der Befragten die Situation als gut bzw. sehr gut, während dies in den Regionen I und II weniger als 30 % waren.

s-E 5.4.2 Veränderungen der Merkmale in den letzten fünf Jahren

Die deutlichsten Verbesserungen wurden beim Rad- und Wanderrouthenetz wahrgenommen. 72 % der Befragten gaben an, dass sich dieses Merkmal verbessert bzw. sehr verbessert hat. Darüber hinaus wurden Verbesserungen vor allem in den Merkmalskomplexen Ort und Umgebung, beim Unterkunftsangebot sowie bei den Merkmalen Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde und Naturerlebnisangeboten wahrgenommen. Insgesamt waren bei knapp der Hälfte der Merkmale die Verbesserungen mit größerer wirtschaftlicher Bedeutung des Tourismus in der Gemeinde auch deutlich größer. Dies betrifft insbesondere die überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten, das Unterkunftsangebot, Schlechtwetterangebote und das Rad- und Wanderrouthenetz. Tabelle s-E5 zeigt jeweils die zehn Merkmale mit den deutlichsten bzw. geringsten Veränderungen.

Zu den Merkmalen mit den geringsten bzw. z. T. leicht negativen Veränderungen gehören u. a. die Schlechtwetterangebote sowie die Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde. Aber auch die klassischen Vermarktungsaktivitäten gehören zu den Merkmalen, bei denen die geringsten Veränderungen beobachtet wurden. Bei einzelnen Merkmalen zeigen sich deutliche regionale Unterschiede (vgl. folgenden Abschnitt).

Insbesondere bei den Schlechtwetterangeboten und beim thematischen Internetauftritt, aber auch im Merkmalskomplex Unterkunftsangebot, beim Rad- und Wanderrouthenetz und weiteren überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten wurden Verbesserungen in Gemeinden mit größerer wirtschaftlicher Bedeutung stärker wahrgenommen.

Tabelle s-E5: Die zehn Merkmale mit den deutlichsten bzw. geringsten Veränderungen (Skala von +2 bis -2)

Merkmals	Mittelwert	Platz	Standard- abweichung	Anzahl Wertungen
Die deutlichsten Veränderungen				
Rad und Wanderroutennetz	1,03	1	0,78	157
Attraktivität von Natur und Landschaft	0,79	2	0,79	149
Besonderer Status des Gebiets, z. B. Nationalpark, Naturpark etc.	0,69	3	0,91	143
Besonders naturnahes Image, z. B. Bauernhof	0,61	4	0,83	153
Attraktives Ortsbild	0,53	5	0,75	152
besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen, z. B. Radfahrer, Familien etc.	0,52	6	0,73	151
Dörflicher Charakter	0,47	7	0,72	152
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde	0,46	8	0,79	140
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote	0,46	9	0,91	136
Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkunft	0,43	10	0,84	150
Die geringsten Veränderungen				
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus	-0,02	34	0,81	153
Schlechtwetterangebote	-0,02	33	0,70	132
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.	0,04	32	0,89	132
gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter (z. B. Lammwochen...)	0,09	31	0,71	127
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	0,12	30	0,82	145
Printmedien, Messeauftritte, etc.	0,12	29	0,74	132
Thematischer Internetauftritt (z. B. Reiterland, BaLuH, etc.)	0,13	28	0,71	128
Wasserwandermöglichkeiten	0,15	27	0,77	128
Theater/Konzerte/Kino	0,16	26	0,70	141
Öffnungszeiten	0,17	25	0,86	150

Quelle: Schriftliche Befragung.

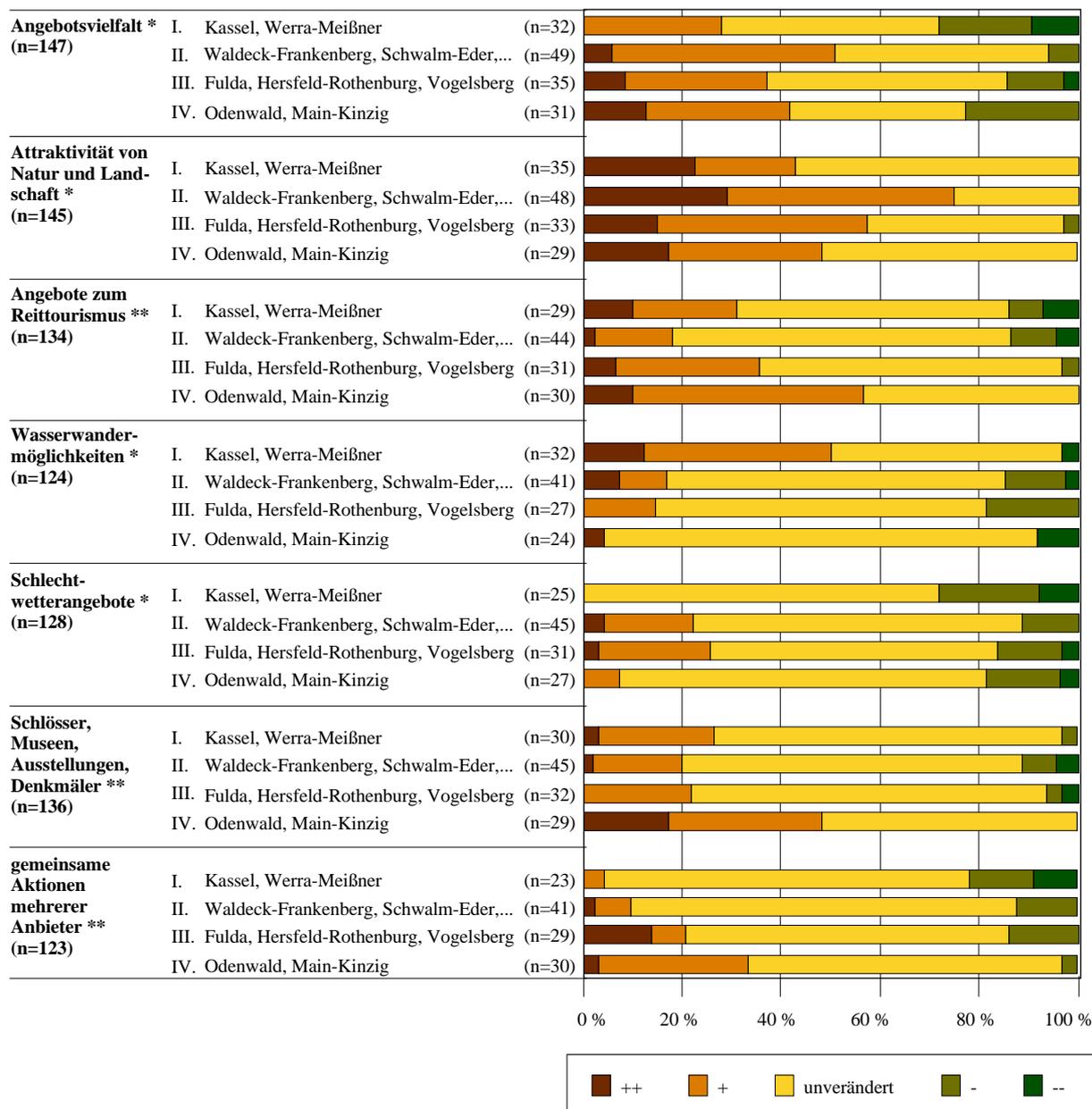
Veränderungen regional

Bei einer regional differenzierten Betrachtung zeigen sich bei folgenden Merkmalen statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Regionen:

- Angebotsvielfalt des gastronomischen Angebots,
- Attraktivität von Natur und Landschaft,
- Angebote zum Reittourismus,
- Wasserwandermöglichkeiten,
- Schlechtwetterangebote,
- Schlösser, Museen, Ausstellungen, Denkmäler und
- gemeinsamen Aktionen mehrerer Anbieter.

Abb. s-E9 gibt einen Überblick über die bei diesen Merkmalen beobachteten Veränderungen in den vier Regionen.

Abbildung s-E9: Wahrgenommene Veränderungen nach Regionen, für sieben Merkmale mit statistisch signifikanten Unterschieden¹⁹



Quelle: Schriftliche Befragung.

¹⁹ **: Signifikanzniveau 1 %, *: Signifikanzniveau 5 %.

Hinsichtlich der Angebotsvielfalt in der Gastronomie und der Attraktivität von Natur und Landschaft wurden Verbesserungen vor allem in Region II wahrgenommen, und dort zum großen Teil in Gemeinden, in denen der Tourismus der wichtigste Wirtschaftszweig ist.

Verbesserungen im Bereich Reittourismus gab es vor allem in der Region IV (Odenwald, Main-Kinzig), während die Wasserwandermöglichkeiten in erster Linie im Norden Hessens weiterentwickelt wurden.

Verbesserungen bei Schlechtwetterangeboten wurden, wenn auch in geringem Umfang, hauptsächlich in den Regionen II und III wahrgenommen. Auch hier fanden die Verbesserungen zum großen Teil in Gemeinden statt, in denen der Tourismus der wichtigste Wirtschaftszweig ist.

Hinsichtlich des Merkmals Schlösser, Museen, Denkmäler wurden in der Region IV von fast 50 % der Befragten Verbesserungen wahrgenommen, während dieser Anteil in den anderen Gruppen zwischen 20 und 30 % liegt..

Gründe für Veränderungen

Die Frage, worauf Veränderungen zurückzuführen sind, haben 44 % der Befragten beantwortet (75 Befragte). Der größte Teil der Antworten (54 %) bezog sich auf negative Veränderungen. Am häufigsten wurden Defizite in der Organisation, Kommunikation und Unterstützung durch die Gemeinde, z. T. auch auf Regionsebene (17 Nennungen) sowie die zunehmende Konkurrenz durch Billigflüge und günstige Auslandsreisen (11 Nennungen) und eine allgemein rückläufige Entwicklung des Tourismus, bedingt u. a. durch die ungünstige wirtschaftliche Lage, die Gesundheitsreform und den demographischen Wandel (14 Nennungen) genannt. Daneben wurden u. a. fehlendes Kapital für Investitionen, Defizite in der Werbung oder der Rückgang privater Übernachtungsangebote genannt.

Gründe für positive Veränderungen waren, nach Einschätzung der Befragten, hauptsächlich Verbesserungen der Freizeitinfrastruktur (17 Nennungen), vor allem Radwege und ergänzende Angebote zum Radtourismus, aber auch Reit- und Wasserwandermöglichkeiten sowie Freibäder. Daneben wurden besondere Gebietskategorien genannt (7 Nennungen), vor allem der Nationalpark Kellerwald, aber auch das Biospärenreservat Rhön und ein Naturpark. Weitere Antworten bezogen sich auf das Engagement der Gemeinde, regionale Kooperationen, Verbesserungen bei Vermarktungsaktivitäten, Fördermittel sowie die Eigeninitiative der privaten Akteure.

s-E 5.4.3 Entwicklung von Einkommen, Gäste- und Übernachtungszahlen und Erfolgsfaktoren

Um der Frage nachzugehen, wie stark eine positive subjektive Einschätzung der aktuellen Situation bzw. Verbesserung bei den Merkmalen auch mit positiven Veränderungen der Erfolgskennziffern Gäste- und Übernachtungszahlen und Einkommen verbunden ist, wurde das Assoziationsmaß Gamma berechnet (vgl. Benninghaus, 2001). Anders als in Niedersachsen, wo die gleiche Studie durchgeführt wurde, konnten kaum Zusammenhänge zwischen der aktuellen Situation bzw. Veränderungen der in der Befragung erfassten touristischen Standortfaktoren und der Entwicklung der oben genannten Erfolgskennziffern festgestellt werden. Während bei den Untersuchungen in Niedersachsen ein deutlicher Zusammenhang zwischen positiven Entwicklungen im Merkmalskomplex überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten, bei der Kooperation in der Region bzw. innerhalb der Gemeinde sowie im Rad- und Wanderroutennetz und gestiegenen Gäste- bzw. Übernachtungszahlen sowie einer Zunahme des Einkommens festgestellt werden konnte, bestand in Hessen lediglich für das Merkmal regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken ein derartiger Zusammenhang.

Mögliche positive Einflüsse durch die Verbesserung touristischer Standortfaktoren scheinen durch die ungünstigen Entwicklungstendenzen des ländlichen Tourismus insgesamt eher überlagert worden zu sein.²⁰ Vermutlich sind weitere intensive Anstrengungen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen und Standortfaktoren erforderlich, bis sich hier positive Effekte auf die Übernachtungsanbieter zeigen.

Allerdings besteht bei fast allen Merkmalen ein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen einer positiven Bewertung der aktuellen Situation und der Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung in der Gemeinde (vgl. Tabelle s-E-A 8 im Anhang). Hieraus lässt sich ableiten, dass für die Zufriedenheit der Befragten mit der touristischen Entwicklung in ihrer Gemeinde besonders folgende Merkmale relevant waren:

- im Merkmalskomplex Organisationsstrukturen im Tourismus die Merkmale
 - Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde,
 - Kooperation mit anderen Akteuren,
 - Gemeinsames touristisches Leitbild und
- im Merkmalskomplex Unterkunftsangebot die besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen.

²⁰ Besonders von Rückgängen der Übernachtungszahlen betroffen waren vor allem die nordhessischen Landkreise Werra – Meißner - Kreis und Schwalm – Eder – Kreis sowie in Südhessen der Odenwaldkreis und der Main-Kinzig-Kreis. Aus diesen vier Landkreisen kommen 45 % der Befragten.

Aber auch eine positive Situation der Merkmale Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkünfte, dörflicher Charakter des Ortes, Rad- und Wanderroutennetz, Pauschalangebote sowie Verbesserungen bei den Merkmalen Schlechtwetterangebote und thematischer Internetauftritt war im Vergleich für die Zufriedenheit der befragten Übernachtungsanbieter von größerer Bedeutung.

Hinsichtlich der Zufriedenheit der Befragten mit der Entwicklung ihres eigenen touristischen Betriebes/Betriebszweigs zeigte sich nur bei einigen Merkmalen ein statistisch signifikanter Zusammenhang. Für die einzelbetriebliche Entwicklung waren vor allem die Merkmale

- Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkünfte,
 - Schlechtwetterangebote,
 - regionale Feste sowie
 - die Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde
- relevant.

s-E 5.4.4 Analyse der aktuellen Situation, Veränderungen und Förderung

Bei einer Reihe von Merkmalen wurden sowohl hinsichtlich der Einschätzung der aktuellen Situation als auch der Wahrnehmung von Veränderungen statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen A und B festgestellt. Zum Teil sind diese Unterschiede auf die deutlich größere wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den Gemeinden der Befragten der Gruppe A zurückzuführen. Daher wurden der Vergleich zwischen den Gruppen A und B in einem zweiten Schritt auf die Befragten beschränkt, nach deren Einschätzung der Tourismus in ihrer Gemeinde eine mittlere, geringe oder keine wirtschaftliche Bedeutung hat.

Dabei zeigte sich, dass in den Merkmalskomplexen Ort, Umgebung, Sonstiges und überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten, aber auch im Bereich Kultur und Gastronomie, in Gruppe A statistisch signifikant größere Verbesserungen wahrgenommen wurden bzw. die Situation deutlich positiver eingeschätzt wurde als in Gruppe B. Tabelle s-E6 zeigt die Merkmale, bei denen ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen A und B festgestellt werden konnte, im Überblick.

Tabelle s-E6: Merkmale mit statistisch signifikanten Unterschieden zwischen den Gruppen A und B (Gemeinden mit mittlerer und geringer wirtschaftlicher Bedeutung des Tourismus)

<i>Merkmalskomplex</i>	Aktuelle Situation (Mittelwert)		Veränderung (Mittelwert)	
	A	B	A	B
<i>Gastronomie</i>				
Angebotsvielfalt	2,2*	2,5		
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken			0,7*	0,3
<i>Ort</i>				
Dörflicher Charakter			0,6*	0,4
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort	2,3*	3,0	0,2**	-0,6
<i>Umgebung</i>				
Attraktivität von Natur und Landschaft			0,8*	0,4
Besonderer Status des Gebiets z. B. Nationalpark, Naturpark			0,5*	0,1
<i>Kulturangebote</i>				
Theater/Konzerte/Kino			0,3*	0,1
<i>Sonstiges</i>				
Einkaufsmöglichkeiten	2,1*	2,4		
Tourismusinformation im Ort	2,4**	3,1	0,4**	-0,3
Regionale Feste	2,0*	2,3	0,6**	0,1
<i>Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten</i>				
Printmedien, Messeauftritte, etc			0,1**	-0,3
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde			0,4*	0,0
Thematischer Internetauftritt	2,8*	3,2		
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter	2,6**	3,3	0,2*	-0,1
Zielgruppenspezifische Angebote	2,3**	2,9		
* Signifikanzniveau 5 %, ** Signifikanzniveau 1 %		Skala: 1=sehr gut bis 4=sehr schlecht		Skala: +2 bis -2

Quelle: Schriftliche Befragung.

In den Merkmalskomplexen Ort, Umgebung, Sonstiges und überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten, aber auch im Bereich Kultur und Gastronomie sind in Gruppe A statistisch signifikant größere Verbesserungen wahrgenommen worden bzw. die Situation wurde deutlich positiver eingeschätzt als in Gruppe B. Bei diesen Merkmalen kann vermutet werden, dass die Förderung der Maßnahmen Dorfentwicklung, Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten und Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung und/oder touristisch relevante LEADER+-Projekte einen Beitrag zur Verbesserung in den jeweiligen Gemeinden geleistet hat.

s-E 5.5 Wahrnehmung und Bedeutung von Fördermaßnahmen in den erfassten Gemeinden

In einem weiteren Fragenkomplex wurde direkt nach dem Kenntnisstand und der Einschätzung der Bedeutung von Fördermaßnahmen für die touristische Entwicklung des eigenen Betriebs/der Gemeinde gefragt. Hierbei wurden konkret die Förderbereiche Dorferneuerung, größere Infrastrukturprojekte, Förderung freizeitorientierter Wegenetze, Vermarktungsaktivitäten und Tourismusleitbilder, LEADER+ sowie „Andere“ aufgelistet. Ergänzend wurde auch gefragt, ob die Befragten für ihren eigenen Betrieb Förderung erhalten haben, und wie weit sich diese auf ihr Einkommen ausgewirkt hat.

10 % der Befragten (17 Nennungen) gaben an, in den letzten fünf Jahren für ihren eigenen Betrieb Förderung erhalten zu haben.²¹ Hierbei handelte es sich vor allem um Modernisierungsinvestitionen und Kapazitätsausweitungen. Bei zehn Befragten hatte die geförderte Investition positive Wirkungen auf das Einkommen.

Bei allen Förderbereichen ist der Anteil der Befragten, die angaben, dass in ihrer Gemeinde touristisch bedeutsame Maßnahmen realisiert wurden, in den Gemeinden der Gruppe A deutlich größer (vgl. Abb. s-E10). Insgesamt 41 % der Befragten in dieser Gruppe (56 Nennungen) und 55 % der Befragten in Gruppe B (18 Nennungen) gaben an, dass in ihrer Gemeinde in den letzten fünf Jahren keine touristisch bedeutsamen Fördermaßnahmen realisiert wurden bzw. machten keine Angaben.²² Rund 40 % der Befragten kannten Projekte der Dorferneuerung und 34 % Projekte zur Förderung freizeitorientierter Wegenetze. An dritter Stelle folgen größere Infrastrukturprojekte mit 13 %.

Touristisch relevante Dorfentwicklungsmaßnahmen wurden insbesondere im Schwalm-Eder-Kreis und im Landkreis Hersfeld-Rotenburg, gefolgt von den Landkreisen Waldeck-Frankenberg und Fulda wahrgenommen, freizeitorientierte Wegenetze in den Landkreisen Waldeck-Frankenberg und Fulda sowie Hersfeld-Rotenburg und Werra-Meißner. Größere Infrastrukturprojekte wurden vor allem im Landkreis Waldeck-Frankenberg wahrgenommen. Dies verwundert nicht, da im Landkreis Waldeck-Frankenberg absolut die meisten Mittel in der EFRE-kofinanzierten Tourismusinfrastrukturförderung verausgabt wurden (siehe Abbildung 10.10 in Kapitel 10). Insgesamt wurden hier 26 Projekte im Zeitraum 2000 bis 2006 gefördert (HMWVL, 2007a).

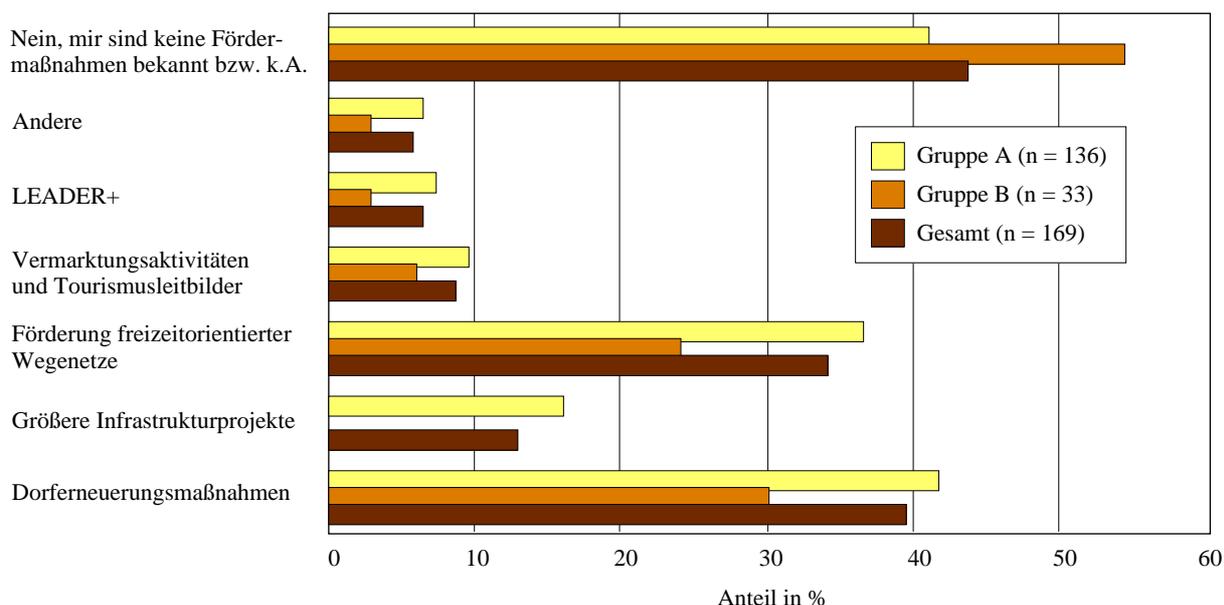
²¹ Nach der Herkunft der Förderung wurde nicht gefragt.

²² Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass der Einteilung der Gemeinden in die Gruppen A und B („mit“ bzw. „ohne“ Förderung) die Förderdaten der EPLR-Maßnahmen Dorfentwicklung, Fremdenverkehrstätigkeiten und Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung der zwischen 2000 bis 2005 abgeschlossenen Projekte sowie der bis Ende 2005 bewilligten tourismusorientierten LEADER+-Projekte zugrunde liegen.

124 Befragte wohnen in einer LEADER+-Region (vgl. Tabelle s-E-A14). Von diesen kannten nur 9 % touristisch bedeutsame LEADER+-Projekte. LEADER+-Projekte wurden vor allem in den Regionen Odenwald und Kellerwald-Edersee wahrgenommen.

Abbildung s-E10: Bekanntheitsgrad von Fördermaßnahmen, die eine Bedeutung für den Tourismus haben

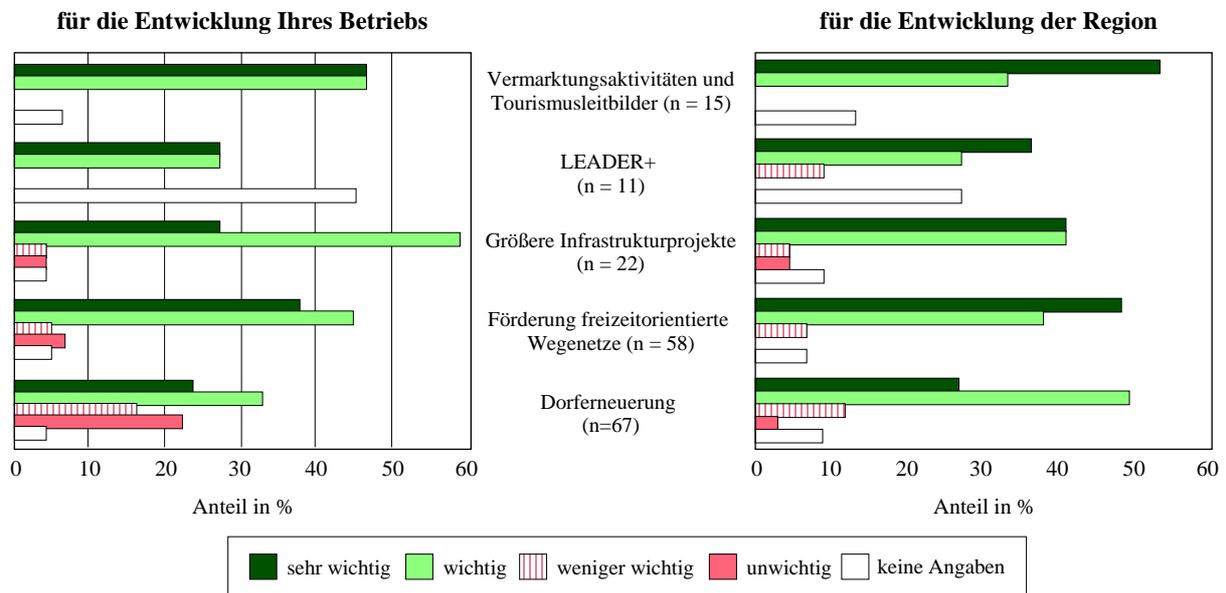
Wurden in den letzten fünf Jahren eine oder mehrere Fördermaßnahmen in ihrer Region realisiert, die eine Bedeutung für den Tourismus haben?



Quelle: Schriftliche Befragung

Abbildung s-E11 zeigt die Einschätzung der Befragten zur Bedeutung der Fördermaßnahmen für die touristische Entwicklung ihres Betriebes und der Region. In die Darstellung wurden nur die Befragten einbezogen, denen Fördermaßnahmen bekannt waren. Auf eine Differenzierung zwischen Gruppe A und B wurde aufgrund der geringen Fallzahl der Gruppe B bei dieser Frage verzichtet.

Abbildung s-E11: Wie wichtig sind/waren die Ihnen bekannten Fördermaßnahmen für die Entwicklung Ihres Betriebs bzw. der Region?



Quelle: Schriftliche Befragung.

Insgesamt wurden alle Maßnahmen von einem großen Teil der Befragten als wichtig und sehr wichtig eingeschätzt. Die Bedeutung der Fördermaßnahmen für die touristische Entwicklung der Region ist für die Befragten deutlich größer als für die einzelbetriebliche Entwicklung. Die Förderinstrumente freizeitorientierten Wegenetzen, größeren Infrastrukturprojekten und Vermarktungsaktivitäten sind im Vergleich für die einzelbetriebliche Entwicklung etwas wichtiger als Dorferneuerung und LEADER+.

Bei den größeren Infrastrukturmaßnahmen wurden u. a. der Nationalpark Edersee (4) sowie Infozentren im Nationalpark Kellerwald (2), die Werrataltherme (3) und eine Veranstaltungshalle (2), Schloss Neuenstein (2), Straßenbaumaßnahmen (4) und Schwimmbaderneuerung (2) angegeben.

Bei den freizeitorientierten Wegenetzen wurden vor allem Radwege (21) und Wanderwege (8) erwähnt. Darüber hinaus wurden konkrete regionale und überregionale Wege benannt, wie z. B. der Uplandsteig (4), der Kellerwaldsteig (2), Vulkanradweg (2). Einzelne Nennungen gab es für die Wege Diemelsteig, Urwaldsteig, Rothaarsteig, Schmetterlingsweg (Odenwald), Vulkanringwanderweg, Drachenweg, Milseburgradweg, Ederseeradweg. Darüber hinaus wurden Erlebnisangebote wie Nordic-Walking-Strecken (2), Mountainbike-Parcours, Lern- und Erlebnispfade und Wasserwandern genannt.

Fördermaßnahmen für Vermarktungsaktivitäten und Tourismusleitbilder waren nur 15 Befragten bekannt. Von diesen wurde die Bedeutung dieser Maßnahme fast vollständig als

wichtig bzw. sehr wichtig für die touristische Entwicklung des Betriebs bzw. der Region eingeschätzt. Beantwortet wurde diese Frage v. a. von Befragten aus dem Odenwaldkreis (4), Werra-Meißner-Kreis (4) und Waldeck-Frankenberg (3).

Von zehn Befragten wurden „andere“ Fördermaßnahmen benannt, u. a. Auftritte auf Tourismusmessen, attraktive Personenschiffahrt, Zusammenarbeit mit Gesundheitseinrichtungen, Kinderbauernhöfe oder Flurbereinigung. Zu diesen Maßnahmen wurde allerdings nur von drei Befragten eine Bewertung abgegeben.²³

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die bekannten Fördermaßnahmen in einem erheblichen Umfang als wichtig bis sehr wichtig für die touristische Entwicklung sowohl auf betrieblicher als auch auf regionaler Ebene eingeschätzt werden.

s-E 5.6 Weiterer Handlungsbedarf aus Sicht der Befragten

Am Ende des Fragebogens wurden die Befragten um ihre Einschätzung gebeten, welche Maßnahmen zur Förderung des Tourismus im Ort/in der Gemeinde, in der Region und überregional in den nächsten fünf Jahren realisiert werden sollten. Die Auswertung dieser Angaben erfolgte anhand der bereits definierten Merkmalskomplexe (siehe Tabelle s-E7).

²³ Sie schätzen die Maßnahmen als wichtig ein.

Tabelle s-E7: Welche Maßnahmen sollten aus Ihrer Sicht zur Förderung des Tourismus in den nächsten fünf Jahren realisiert werden?

Anteil der Befragten, die in den einzelnen Merkmalskomplexen einen Förderbedarf sehen, in %

Merkmalskomplex	Anteil der Befragten in %		
	im Ort/in der Gemeinde (n=92)	in der Region (n=67)	überregional/auf Landesebene (n=42)
Unterkunftsangebot	7	3	
Gastronomie	15	4	
Ort	8		
Umgebung	1	6	5
Freizeitangebote	48	36	7
Kulturangebote	3		
Sonstiges	8	1	
Erreichbarkeit	8	18	17
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten	26	48	40
Organisationsstrukturen im Tourismus	11	16	12
nicht zuzuordnen	17	15	43

Quelle: Schriftliche Befragung.

Insgesamt besteht der größte Bedarf nach Einschätzung der Befragten im Bereich Freizeitangebote sowie bei überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten.

Im Merkmalskomplex *Freizeitangebote* sahen die Befragten vor allem einen Bedarf beim weiteren Ausbau des Rad- und Wanderwegenetzes. Dies beinhaltet auch die Verbesserung der Ausstattung, z. B. durch Bänke, Papierkörbe, Beschilderung etc. sowie die Instandhaltung. Ein großer Teil der Befragten sah auch einen Bedarf in der Schaffung weiterer Freizeitangebote, z. B. einer Sommerrodelbahn, Personenschiffahrt auf der Weser, Kletterpark. Aber auch bei der Schaffung von Winterangeboten wie Skiliften, Loipen oder der Ausweisung eines Rodelhangs wurde Handlungsbedarf gesehen.

Hinsichtlich der *Vermarktungsaktivitäten* wurde vor allem eine Intensivierung und allgemeine Verbesserung der Werbung sowohl für das Bundesland Hessen insgesamt als auch stärker auf die Regionen bezogen gefordert. Daneben sollte auch eine stärkere Ausrichtung sowohl der Vermarktungsaktivitäten als auch der Angebotsgestaltung auf bestimmte Zielgruppen, wie Familien, Jugendliche oder Wanderer, erfolgen.

Im Merkmalskomplex *Organisationsstrukturen* wurde vor allem ein grundsätzlicher Bedarf für mehr Kooperation und Vernetzung der Akteure und Aktivitäten gesehen. Darüber hinaus wurde eine stärkere Einbindung touristischer Leistungsträger, die (Weiter-)Entwicklung von Tourismusleitbildern bzw. –konzepten sowie für einzelne Regionen wie

Rhön und Odenwald eine bundesländerübergreifende Kooperation für erforderlich gehalten.

Im Bereich *Gastronomie* sahen die befragten Übernachtungsanbieter vor allem einen Bedarf in der Schaffung bzw. dem Erhalt von gastronomischen Angeboten, in geringem Umfang in der Verbesserung der Öffnungszeiten und einem regionaltypischen Angebot.

Hinsichtlich der *Erreichbarkeit* wurden überwiegend Verbesserungen des ÖPNV gefordert, vor allem hinsichtlich der Erreichbarkeit von Rad- und Wanderwegen und Ausflugszielen mit Bussen. In geringerem Umfang wurde ein Bedarf im Ausbau des Straßennetzes und hier insbesondere im Ausbau des Autobahnnetzes, z. B. der A44, gesehen

Im Merkmalskomplex *Ort* bezogen sich die Nennungen hauptsächlich auf Verbesserungsbedarf hinsichtlich der Attraktivität des Ortsbildes, im Merkmalskomplex *Umgebung* vor allem auf regionsspezifische Aspekte wie das Wassermanagement des Edersees oder die Versalzung der Werra.

Die Nennungen, die keinem Merkmalskomplex zugeordnet werden konnten, beinhalten u. a. allgemein den Wunsch nach einer Förderung des Tourismus, die Verringerung von Abgaben und Gebühren und die Vereinfachung von Vorschriften.

Auffallend ist, dass keiner der Befragten expliziten Bedarf für eine einzelbetriebliche Förderung geäußert hat. Dies legt die Vermutung nahe, dass die Schaffung entsprechender Rahmenbedingungen (Infrastruktur, Vermarktungsaktivitäten, etc..) von zentraler Bedeutung ist und einzelbetriebliche Investitionen bei einem positiven Umfeld und günstigen Erfolgsaussichten auch ohne Förderung realisiert werden.

s-E 6 Resümee und Schlussfolgerungen

Basierend auf den durchgeführten Analysen werden im Folgenden die grundlegenden Fragestellungen dieser Untersuchung beantwortet:

Welche touristischen Entwicklungen und damit verbundenen wirtschaftlichen Impulse können in den ländlichen Gemeinden beobachtet werden?

Wie weit können Zusammenhänge zwischen touristischer Entwicklung und Förderung hergestellt werden?

Im Vergleich ergeben sich aus der amtlichen Statistik für die Übernachtungsentwicklung seit 2000 in Hessen folgende Tendenzen:

- Positive Entwicklungen im Städtetourismus,
- mit Ausnahme des Städtetourismus eine eher stagnierende bis rückläufige Entwicklung des Übernachtungstourismus,
- besonders von Rückgängen der Übernachtungszahlen waren die Landkreise Werra-Meißner und Schwalm-Eder in Nordhessen und Odenwaldkreis, Wetteraukreis, Main-Kinzig-Kreis und Bergstraße in Südhessen betroffen.

Auch die empirischen Erhebungen spiegeln die eher schwierige Situation wider. Bei rund 40 % der befragten Übernachtungsanbieter sank das Einkommen aus dem touristischen Betriebszweig, lediglich 17 % konnten positive Einkommensentwicklungen verzeichnen.

Im Rahmen der empirischen Erhebungen konnten bei einigen touristisch relevanten Standortfaktoren Verbesserungen festgestellt werden, und zwar insbesondere beim Rad- und Wanderroutennetz, aber auch bei den Merkmalen, die die Besonderheiten des ländlichen Tourismus abbilden, wie die Attraktivität von Ort und Landschaft, besondere Gebietscharakteristika, wie Naturpark oder Nationalpark oder ein besonders naturnahes Image des Unterkunftsangebots.

Handlungsbedarf scheint vor allem hinsichtlich der Organisationsstrukturen im Tourismus, der überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten und bei Schlechtwetterangeboten zu bestehen.

Bei einer Reihe von touristischen Standortfaktoren wurden Verbesserungen von den Befragten der Gruppe A deutlich stärker wahrgenommen als von den Befragten der Gruppe B. Diese Verbesserungen beruhen vermutlich auch auf den Wirkungen der Fördermaßnahmen Dorfentwicklung, Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten, Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung und/oder touristisch relevanten LEADER+-Projekten bzw. EFRE-Projekten.

Die regionalisierte Analyse liefert auch Hinweise darauf, dass die Förderung der o. g. Maßnahmen zur Verbesserung der einzelner Standortfaktoren beigetragen hat, wie z. B die Verbesserung des reittouristischen Angebots und im Bereich Schlösser, Museen, Ausstellungen, Denkmäler im Odenwaldkreis, die Verbesserung der Wasserwandermöglichkeiten in den nordhessischen Landkreisen Kassel und Werra-Meißnerkreis und die Verbesserungen in der Attraktivität von Natur und Landschaft in den Landkreisen Waldeck-Frankenberg und Schwalm-Eder-Kreis., die v. a. mit dem Nationalpark Kellerwald-Edersee in Verbindung stehen.

Die direkte Frage nach der Wahrnehmung und Bedeutung von Förderung zeigt, dass die Fördermaßnahmen, insbesondere die Dorfentwicklung, wahrgenommen wird und dass ihnen insbesondere für die touristische Entwicklung der Region eine große Bedeutung zukommt.

Angesichts der schwierigen Lage des Tourismus in den ländlichen Regionen Hessens, konnten die vorhandenen Wirkungen kaum zu positiven Entwicklungen der Erfolgskennziffern der einzelnen Übernachtungsanbieter führen. Hier sind weitere Anstrengungen erforderlich, um die hessischen Regionen auf dem enger werdenden Markt entsprechend zu positionieren. Erforderlich sind hier vor allem Verbesserungen in den überbetrieblichen Vermarktungsaktivitäten sowie in der Kooperation zwischen den verschiedenen Akteuren, insbesondere in den Gemeinden, aber auch auf allen anderen Ebenen, sowie die Weiterentwicklung der Freizeit- und Schlechtwetterangebote.

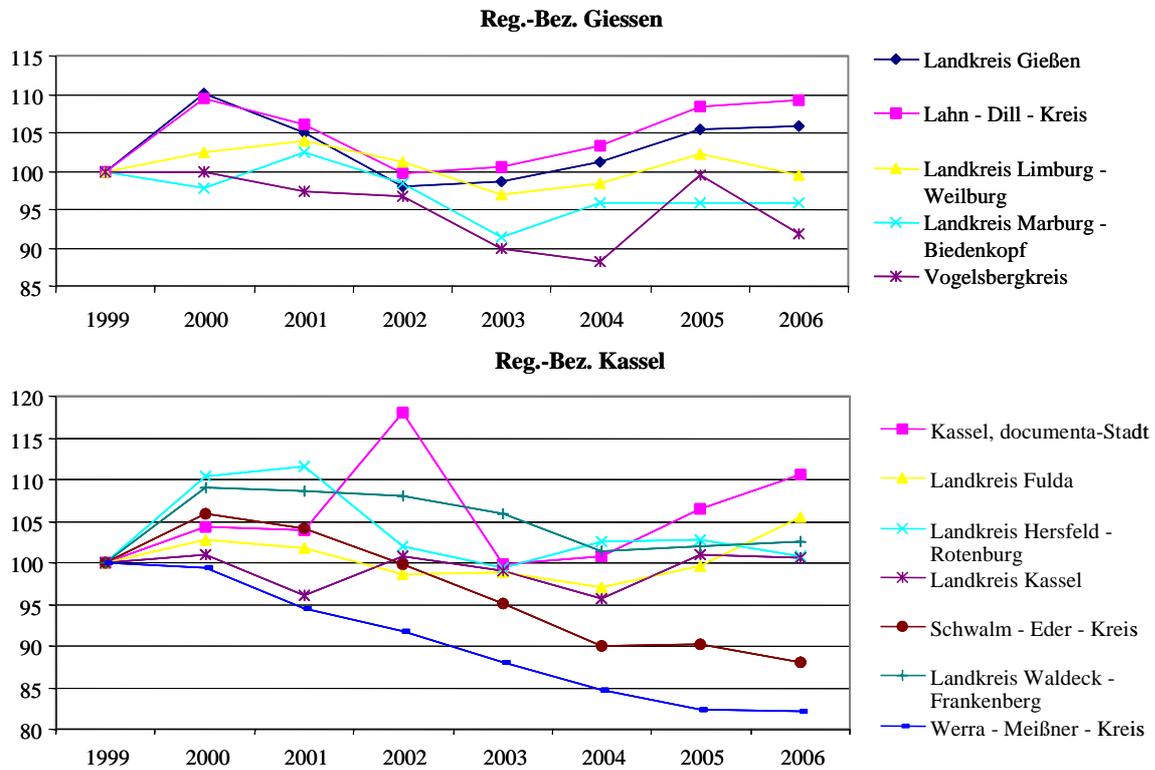
s-E Literaturverzeichnis

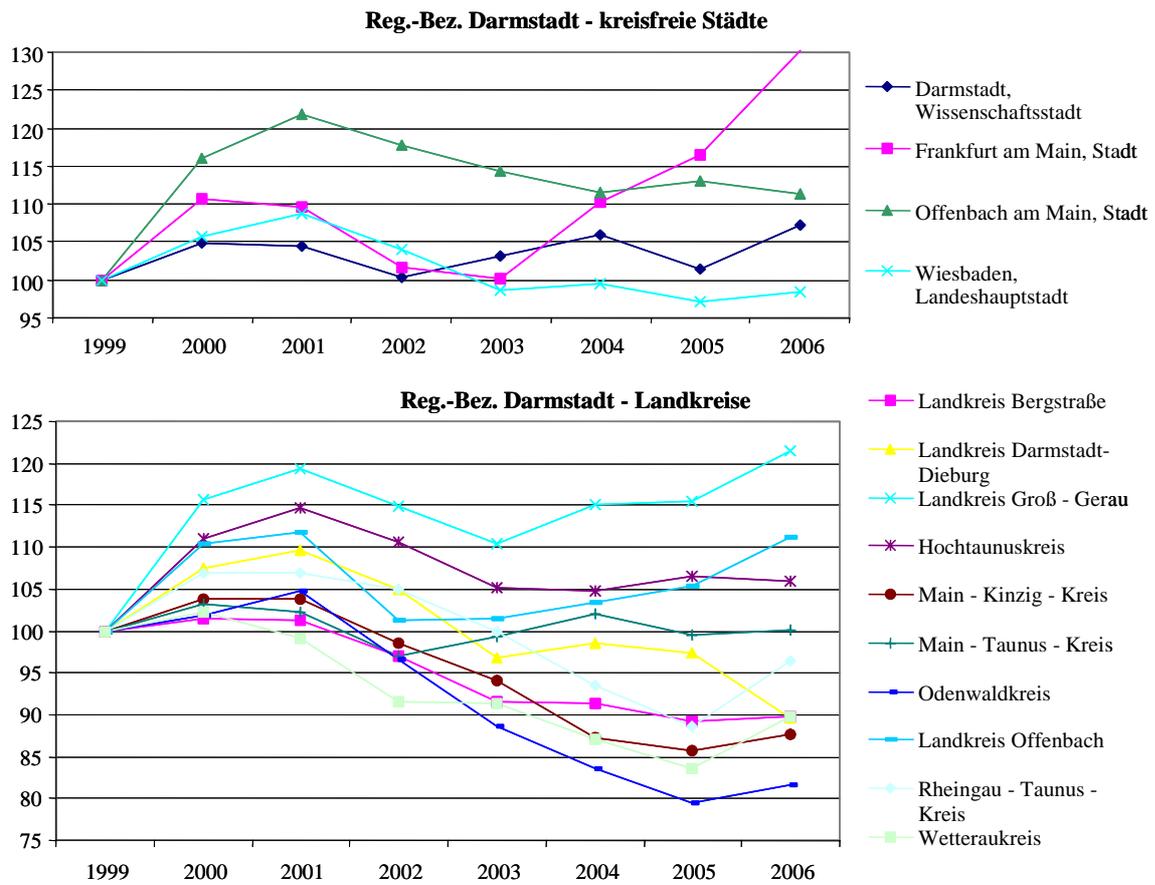
- Albrech, J., Königstein, K. und Driessen, N. (2005): Aktualisierung der Halbzeitbewertung der Gemeinschaftsinitiative LEADER+ in Hessen, Endbericht für das Hessische Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz. Trier.
- BBR, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (2006a): INKAR, Indikatoren und Karten zur Raumentwicklung. Bonn.
- BBR, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (2006b): Zentralitätsstufen der Gemeinden (Excel-Tabelle). e-mail vom 09.06.2006.
- Benninghaus, H. (2001): Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse. München.
- Bortz, J. und Döring, N. (1995): Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler. Berlin.
- Burggraaff, P. und Kleefeld, K. D. (1998): Historische Kulturlandschaft und Kulturlandschaftselemente. Angewandte Landschaftsökologie, H. 20. Bonn / Bad Godesberg.
- Haart, N. und Steinecke, A. (1995): Umweltschonender Tourismus - Eine Entwicklungsalternative für den ländlichen Raum in Europa? In: Moll, P. (Hrsg.): Umweltschonender Tourismus - Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. Bonn. S. 17-37.
- HMULF, Hessisches Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Forsten (2000): Entwicklungsplan für den ländlichen Raum. Wiesbaden.
- HMWVL, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (2007a): Finanzieller Vollzug des Hessischen Ziel-2-Programms 2000 bis 2006 (EFRE), Stand: 24.11.2007. Email vom 24.11.2007.
- HMWVL, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (2008): Ziel-2-Programm Hessen 2000 bis 2006. Jährlicher Durchführungsbericht 2006. Wiesbaden. Internetseite HMWVL: http://www.wirtschaft.hessen.de/irj/HMWVL_Internet?cid=7c27ac0c04b43f413e24fc0bc675bd01. Stand 19.06.2008.
- HMWVL, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (2007b): Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen 2007. Wiesbaden. Internetseite HMWVL: http://www.wirtschaft.hessen.de/irj/HMWVL_Internet?cid=b790d5488f5ff4b37159b1b56290c03d. Stand 19.06.2008b.
- Maschke, J. (2005): Tagesreisen der Deutschen. dwif Schriftenreihe, H. 50/2005. München.

- N.I.T., Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (2004): Urlaub auf dem Bauernhof/ Urlaub auf dem Lande; Studie für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz auf der Basis der Reiseanalyse RA 2004. Bonn.
- N.I.T., Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (2006): Urlaub auf dem Bauernhof/ Urlaub auf dem Lande; Studie für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz auf der Basis der Reiseanalyse RA 2006. Bonn.
- Neumann, C. (2005): Deutschland-Tourismus und seine Entwicklung. In: Becker, C. (Hrsg.): Trierer Tourismus Bibliographien, H. 15. S. 129ff.
- RWI, Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (2003): Multiplikatorwirkungen touristischer Infrastruktureinrichtungen in den hessischen Ziel-2-Regionen. Sonderuntersuchung im Rahmen der Halbzeitbewertung des Hessischen Ziel-2-Programms 2000 bis 2006. Essen.
- SÄBL, Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2007): Monatserhebungen im Tourismus. Internetseite SÄBL:
<https://www.regionalstatistik.de/genesis/online/logon>. Stand 23.05.2007.
- Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft (2005): Kapazitäten im Landtourismus.
- Smith, S. L. J. (2000): The Tourism Product. In: Tisdell, C. (Hrsg.): The Economics of Tourism, Volume I. Cheltenham. S. 357-370.
- Weber, H., Wegge, M. und Jörg, B. (2002): Branchenmonitoring Rheinland-Pfalz, Report Tourismus, Anhang 11: Politik und Tourismus. Kaiserslautern.

s-E Anhang

Abbildung s-E-A 1: Entwicklung der Übernachtungszahlen 2000 bis 2006 nach Landkreisen





Quelle: {HSL, 2007 4043 /id} verschiedene Jahrgänge

Tabelle s-E-A 1: In die statistische Analyse einbezogene Variablen

Erläuterung	Herkunft
Räumliche Zuordnung	
8-stellige GKZ	Amtl. Statistik
Gemeindenname	Amtl. Statistik
Kreiskennziffer (5-stellig)	Amtl. Statistik
Siedlungsstruktureller Kreistyp	BBR
Zentralität	BBR
Leader+-Region, 0=nein, 1=ja, Nummer der LAG, in der die Gemeinde liegt	
Beherbergungsstatistik	
Anzahl der Gästenankünfte, Jahr, Anzahl der Übernachtungen, Jahr	Amtl. Statistik
Anzahl gewerblicher Beherbergungsbetriebe: Anzahl Betten: durchschnittliches Angebot, Jahr	
Förderdaten auf Gemeindeebene	
Summe der förderfähigen Gesamtkosten der abgeschlossenen Maßnahmen und Anzahl der Projekte der Jahre 2000 – 2005 und 2000 - 2003	Förderdatenbank des MUNLV
Dorferneuerung, Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung (Richtlinien nr. ##	
Förderdaten auf Kreisebene	
Förderung von Fremdenverkehrstätigkeiten Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung (Richtlinien nr. ##	
Förderdaten zu LEADER+	
Von 2000 bis 2005 bewilligte touristisch relevante LEADER+-Projekte: Summe der förderfähigen Kosten auf Gemeindeebene Summe der förderfähigen Kosten je LAG Anzahl der touristisch relevanten LEADER+-Projekte je LAG	
Quelle: Eigene Darstellung	

Tabelle s-E-A 2: Verteilung der in die Befragung einbezogenen Gemeinden auf die hessischen Landkreise

Kreis	Gruppe A	Gruppe B	gesamt
Fulda	2	1	3
Gießen		1	1
Hersfeld-Rotenburg	2		2
Kassel	1	2	3
Lahn-Dill-Kreis		1	1
Main-Kinzig-Kreis	2	2	4
Marburg-Biedenkopf	2		2
Odenwaldkreis	4	2	6
Schwalm-Eder-Kreis	6	1	7
Vogelsbergkreis	2		2
Waldeck-Frankenberg	4		4
Werra-Meißner-Kreis	4	1	5
Gesamt	29	11	40

Quelle: Schriftliche Befragung

Tabelle s-E-A 3: Verteilung der beantworteten Fragebögen auf die hessischen Landkreise

Kreis	Gruppe B	Gruppe A	gesamt	in %
Fulda	3	16	19	11%
Hersfeld-Rotenburg		10	10	6%
Kassel	9	2	11	7%
Lahn-Dill-Kreis		3	3	2%
Main-Kinzig-Kreis	7	5	12	7%
Marburg-Biedenkopf		3	3	2%
Odenwaldkreis	7	19	26	15%
Schwalm-Eder-Kreis	3	11	14	8%
Vogelsbergkreis		10	10	6%
Waldeck-Frankenberg		35	35	21%
Werra-Meißner-Kreis	4	22	26	15%
Gesamt	33	136	169	100%

Quelle: schriftliche Befragung

Tabelle s-E-A 4: Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrer Gemeinde ein? Anzahl

	Sehr gut	gut	schlecht	Sehr schlecht	weiß nicht und k.A.
Ihre Unterkunft					
Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkunft	6	83	34	6	40
Besonders naturnahes Image z.B. Bauernhof.	28	94	18	2	27
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien.	10	88	30	7	34
Gastronomie in der Gemeinde					
Angebotsvielfalt	16	85	41	7	20
Öffnungszeiten	7	94	30	11	27
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken	18	96	28	3	24
Ort					
Dörflicher Charakter	21	119	11	1	17
Attraktives Ortsbild	17	97	28	4	23
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.	9	59	20	19	62
Umgebung					
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	84	74	2	1	8
Besonderer Status des Gebiets z.B. Nationalpark, Naturpark	49	66	10	2	42
Freizeitangebote					
Rad- und Wanderroutennetz	63	87	10	4	5
Reitwegenetz	19	61	40	14	35
Wasserwandermöglichkeiten	9	37	43	29	51
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote	17	69	30	19	34
Schlechtwetterangebote	3	33	57	36	40
Andere	2	23	28	10	106
Kulturangebote					
Theater/Konzerte/Kino	5	50	51	34	29
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler	17	64	37	26	25
Sonstiges					
Einkaufsmöglichkeiten	22	95	28	14	10
Tourismusinformation im Ort	15	86	35	22	11
Regionale Feste	17	103	26	5	18
Erreichbarkeit					
Anreisemöglichkeit mit PKW	60	101	5	1	2
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus	15	60	58	25	11
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten					
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	4	38	48	17	62
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde.....	17	86	24	6	36
Thematischer Internetauftritt (z.B. Reiterland, BaLuH, etc.)	2	40	49	16	62
Online-Buchungsmöglichkeiten	8	60	40	10	51
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter z.B. Lammwochen .	8	36	43	23	59
Entwicklung besonderer Angebote z.B. für Senioren, Wanderer	11	73	36	13	36
Pauschalangebote.....	5	50	45	12	57
Organisationsstrukturen im Tourismus					
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	6	59	52	19	33
Regionale Kooperation	2	67	44	10	46
Kooperation mit Akteuren z.B. Naturschutz.....	1	59	44	14	51
Gemeinsames touristisches Leitbild	4	60	43	18	44

Quelle: Schriftliche Befragung.

Tabelle s-E-A 5: Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrer Gemeinde ein? (1 = sehr gut, 4 = sehr schlecht) Mittelwerte

	Gesamt	% k.A.	Gruppe A MW	n	Gruppe B MW	n
Unterkunftsangebot						
Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkünfte.....	2,31	23,7	2,3	106	2,6	23
Besonders naturnahes Image.....	1,96	16,0	1,9	116	2,0	26
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien.....	2,25	20,1	2,2	108	2,5	27
Gastronomie						
Angebotsvielfalt	2,26	11,8	2,2	119	2,5	30
Öffnungszeiten	2,32	16,0	2,3	114	2,5	28
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken ..	2,11	14,2	2,1	116	2,2	29
Ort						
Dörflicher Charakter.....	1,95	10,1	2,0	119	1,9	33
Attraktives Ortsbild	2,13	13,6	2,1	117	2,1	29
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.	2,46	36,7	2,3	88	3,1	19
Umgebung						
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	1,49	5,3	1,5	127	1,5	33
Besonderer Status des Gebiets z.B. Nationalpark, Na- turpark	1,72	24,9	1,7	102	1,8	25
Freizeitangebote						
Rad- und Wanderroutennetz	1,73	3,0	1,7	132	1,8	32
Angebote zum Reittourismus	2,37	20,7	2,4	109	2,4	25
Wasserwandermöglichkeiten	2,78	30,2	2,8	92	2,9	26
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote	2,38	20,1	2,3	112	2,7	23
Schlechtwetterangebote	2,98	23,7	3,0	105	3,0	24
Andere	2,73	62,7	2,7	51	2,9	12
Kulturangebote						
Theater/Konzerte/Kino	2,81	17,2	2,8	115	3,1	25
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler	2,5	14,8	2,4	117	2,7	27
Sonstiges						
Einkaufsmöglichkeiten	2,21	5,9	2,2	129	2,5	30
Tourismusinformation im Ort	2,41	6,5	2,2	129	3,1	29
Regionale Feste	2,13	10,7	2,1	123	2,3	28
Erreichbarkeit						
Anreisemöglichkeit mit PKW	1,68	1,2	1,7	135	1,7	32
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus	2,59	6,5	2,6	128	2,5	30
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten						
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	2,73	36,7	2,6	85	3,0	22
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde	2,14	21,3	2,1	107	2,2	26
Online-Buchungsmöglichkeiten	2,74	36,7	2,7	87	3,1	20
Thematischer Internetauftritt (z.B. Reiterland, BaLuH, etc.)	2,44	30,2	2,4	97	2,7	21
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter z.B. Lammwochen, Kinderbauernhöfe	2,74	34,9	2,6	87	3,2	23
Zielgruppenspezifische Angebote z.B. für Senioren, Wanderer	2,38	21,3	2,3	108	2,8	25
Pauschalangebote.....	2,57	33,7	2,5	93	2,9	19
Organisationsstrukturen im Tourismus						
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	2,62	19,5	2,5	110	2,9	26
Regionale Kooperation	2,5	27,2	2,5	99	2,4	24
Kooperation mit anderen Akteuren, z.B. Naturschutz	2,6	30,2	2,6	96	2,8	22
Gemeinsames touristisches Leitbild	2,6	26,0	2,5	101	2,9	24

Quelle: Schriftliche Befragung.

Tabelle s-E-A 6: Bei welchen Faktoren hat sich die Situation in den letzten 5 Jahren in Ihrer Gemeinde verändert? Anzahl

	verbessert		0	verschlechtert		k.A.
	++	+		-	--	
Ihre Unterkunft						
Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkunft	13	57	65	12	3	19
Besonders naturnahes Image z.B. Bauernhof.	21	62	61	7	2	16
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien.	12	62	70	6	1	18
Gastronomie in der Gemeinde						
Angebotsvielfalt	11	50	65	21	4	18
Öffnungszeiten	7	44	72	22	5	19
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken	18	50	70	14	3	14
Ort						
Dörflicher Charakter	12	54	82	2	2	17
Attraktives Ortsbild	11	69	64	6	2	17
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.	7	23	81	10	11	37
Umgebung						
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	33	53	62	1		20
Besonderer Status des Gebiets z.B. Nationalpark, Naturpark	32	43	62	3	3	26
Freizeitangebote						
Rad- und Wanderroutennetz	44	77	33	2	1	12
Reitwegenetz	9	38	80	7	4	31
Wasserwandermöglichkeiten	8	21	85	10	4	41
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote	20	38	67	7	4	33
Schlechtwetterangebote	3	18	89	18	4	37
Andere	1	10	79	7	3	69
Kulturangebote						
Theater/Konzerte/Kino	4	32	92	9	4	28
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler	7	32	93	5	3	29
Sonstiges						
Einkaufsmöglichkeiten	11	54	63	17	5	19
Tourismusinformation im Ort	9	45	74	19	6	16
Regionale Feste	13	41	79	5	4	27
Erreichbarkeit						
Anreisemöglichkeit mit PKW	17	35	101	3	1	12
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus	6	23	93	24	7	16
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten						
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	5	25	88	9	5	37
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde.....	12	52	68	5	3	29
Thematischer Internetauftritt	5	22	91	5	5	41
Online-Buchungsmöglichkeiten	12	33	79	3	3	39
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter z.B. Lammwochen	7	15	90	13	2	42
Entwicklung besonderer Angebote z.B. für Senioren	8	33	79	8	1	40
Pauschalangebote.....	4	27	86	7	2	43
Organisationsstrukturen im Tourismus						
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	5	36	82	15	7	24
Regionale Kooperation	6	46	71	13	2	31
Kooperation mit Akteuren z.B. Naturschutz.....	8	38	83	8	2	30
Gemeinsames touristisches Leitbild	8	41	75	11	3	31

Quelle: Schriftliche Befragung

Tabelle s-E-A 7: Bei welchen Faktoren hat sich die Situation in den letzten 5 Jahren in Ihrer Gemeinde verändert? (+2 bis -2) Mittelwerte

	Gesamt MW	% k.A.	Gruppe A MW	n	Gruppe B MW	n
Unterkunftsangebot						
Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkünfte.....	0,43	11,2	0,5	121	0,1	29
Besonders naturnahes Image.....	0,61	9,5	0,7	123	0,3	30
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien.....	0,52	10,7	0,6	122	0,2	29
Gastronomie						
		0,0				
Angebotsvielfalt	0,28	10,7	0,4	122	0,0	29
Öffnungszeiten	0,17	11,2	0,2	122	0,0	28
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken ..	0,43	8,3	0,5	125	0,3	30
Ort						
Dörflicher Charakter.....	0,47	10,1	0,5	121	0,4	31
Attraktives Ortsbild	0,53	10,1	0,6	122	0,4	30
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.	0,04	21,9	0,2	108	-0,6	24
Umgebung						
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	0,79	11,8	0,9	120	0,4	29
Besonderer Status des Gebiets z.B. Nationalpark, Na- turpark	0,69	15,4	0,8	118	0,2	25
Freizeitangebote						
Rad- und Wanderroutennetz	1,03	7,1	1,1	126	0,8	31
Angebote zum Reittourismus	0,30	18,3	0,3	114	0,3	24
Wasserwandermöglichkeiten	0,15	24,3	0,1	104	0,3	24
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote	0,46	19,5	0,5	113	0,1	23
Schlechtwetterangebote	-0,02	21,9	0,1	109	-0,4	23
Andere	-0,01	40,8	0,0	81	-0,1	19
Kulturangebote						
Theater/Konzerte/Kino	0,16	16,6	0,2	117	-0,1	24
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler.....	0,25	17,2	0,3	115	0,2	25
Sonstiges						
Einkaufsmöglichkeiten	0,33	11,2	0,4	120	0,1	30
Tourismusinformation im Ort	0,21	9,5	0,3	124	-0,3	29
Regionale Feste	0,38	16,0	0,4	114	0,1	28
Erreichbarkeit						
Anreisemöglichkeit mit PKW	0,41	7,1	0,4	125	0,4	32
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus	-0,02	9,5	0,0	122	0,1	31
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten						
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	0,12	21,9	0,2	108	-0,3	24
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde	0,46	17,2	0,6	114	0,1	26
Thematischer Internetauftritt (z.B. Reiterland, BaLuH, etc.)	0,13	24,3	0,2	106	-0,1	22
Online-Buchungsmöglichkeiten	0,37	23,1	0,4	107	0,0	23
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter z.B. Lammwochen, Kinderbauernhöfe	0,09	24,9	0,1	104	-0,1	23
Zielgruppenspezifische Angebote z.B. für Senioren, Wanderer	0,30	23,7	0,4	107	0,0	22
Pauschalangebote.....	0,19	25,4	0,2	104	0,0	22
Organisationsstrukturen im Tourismus						
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	0,12	14,2	0,2	118	-0,2	27
Regionale Kooperation	0,30	18,3	0,3	114	0,3	24
Kooperation mit anderen Akteuren, z.B. Naturschutz	0,30	17,8	0,3	117	0,2	22
Gemeinsames touristisches Leitbild	0,29	18,3	0,3	116	0,2	22

Quelle: Schriftliche Befragung

Tabelle s-E-A 8: Zusammenhang zwischen Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung und Merkmalen der Erfolgsfaktoren

Zufriedenheit mit der touristischen Entwicklung	In der Gemeinde		Im eigenen Betrieb	
	Zustand	Veränderung	Zustand	Veränderung
Unterkunftsangebot				
Qualitätssiegel/Klassifizierung der Unterkünfte.....	0,42**	0,404**	0,393**	0,367**
Besonders naturnahes Image.....	0,325*	0,341**		
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen..	0,553**	0,51**	0,289*	0,275*
Gastronomie				
Angebotsvielfalt	0,285*	0,253*		
Öffnungszeiten	0,265*			
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken	0,304*			
Ort				
Dörflicher Charakter.....	0,402*	0,219	0,276	
Attraktives Ortsbild	0,222	0,341**		
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.	0,364**		0,154	
Umgebung				
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	0,375**		0,244	
Besonderer Status des Gebiets z.B. Naturpark	0,208			
Freizeitangebote				
Rad- und Wanderroustennetz	0,424**	0,28*	0,228	0,157
Reitwegenetz	0,316**		0,271*	
Wasserwandermöglichkeiten	0,304*	0,23		
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote	0,327**	0,209		
Schlechtwetterangebote	0,372**	0,508**	0,403**	0,314*
Kulturangebote				
Theater/Konzerte/Kino	0,371**	0,362**	0,251*	
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler.....	0,339**	0,23	0,299*	0,193
Sonstiges				
Einkaufsmöglichkeiten		0,207		
Tourismusinformation im Ort	0,374**	0,376**	0,218	0,204
Regionale Feste	0,328**	0,243*	0,42**	
Erreichbarkeit				
Anreisemöglichkeit mit PKW				
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus				
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten				
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	0,33**	0,199	0,313*	
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde.....	0,24	0,331**		
Thematischer Internetauftritt.....	0,293*	0,477**	0,269	0,311*
Online-Buchungsmöglichkeiten	0,258		0,163	0,159
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter	0,354**	0,316*	0,242	0,158
Zielgruppenspezifische Angebote	0,358**	0,29*	0,222	
Pauschalangebote.....	0,459**	0,391**	0,296*	
Organisationsstrukturen im Tourismus				
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde	0,605**	0,373**	0,331**	0,198
Regionale Kooperation	0,335*	0,268*	0,364*	
Kooperation mit anderen Akteuren,	0,542**	0,303*	0,194	
Gemeinsames touristisches Leitbild	0,553**	0,354**		

** signifikant auf einem Niveau von 0,01, * signifikant auf einem Niveau von 0,05

Quelle: Schriftliche Befragung

Bei einem Wert für Gamma > 0,15 wird von einem schwachen Zusammenhang ausgegangen, bei einem Werte > 0,3 von einem mittleren und bei. >0,5 von einem starken Zusammenhang. Die Tabelle zeigt die ermittelten Werte für Gamma, für die Merkmale, für die mindestens ein schwacher Zusammenhang vorliegt.

s-E Fragebogen

Ex-post-Bewertung 'Entwicklungsplan für den ländlichen Raum'

Befragung zum Ländertourismus – Hessen – 2006

«PLZ-Fragebogen»



Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen!

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen anschließend ohne jegliches Anschreiben im beiliegenden Rückumschlag (Briefmarke nicht erforderlich!) oder per Fax (Fax-Nr.: 0531 / 596-5599) bis Freitag, den 17. November 2006, an uns zurück. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die in der Fußzeile genannte Ansprechpartnerin.

Die im Fragebogen eingedruckte Postleitzahl dient der regionalen Darstellung der Befragungsergebnisse und der Verknüpfung mit unseren Daten über die Förderung. Bitte nicht durchstreichen.

1 Angaben zum Tourismus in Ihrer Region

1.1 Welche wirtschaftliche Rolle spielt der Tourismus in Ihrer Gemeinde?

- ist der wichtigste Wirtschaftszweig
 hat eine bedeutende Rolle, aber es gibt wichtigere Wirtschaftszweige
 hat mittlere Bedeutung
 spielt eine eher kleine Rolle
 hat keine Bedeutung

1.2 Wie zufrieden sind Sie mit der touristischen Entwicklung in Ihrer Gemeinde in den letzten 5 Jahren?

- sehr zufrieden zufrieden unzufrieden sehr unzufrieden

2 Angaben zu Ihrem touristischen Angebot

2.1 Was bieten Sie in Ihrem Betrieb an?

Art des Angebots:

- Hotel/Pension
 Ferienwohnung/-haus
 Privatzimmer
 Camping
 Gastronomie
- Besondere Angebotsmerkmale:
 Bauernhof
 Verteilstation (Rad, Kanu, ...)
 Freizeitangebot
 sonstiges und zwar:

2.2 Ist Ihr Betrieb auf bestimmte Zielgruppe(n) spezialisiert?

- Nein, keine Spezialisierung
 Ja, ich biete spezielle Angebote an für:
 Radfahrer
 Reiter
 Familien
 Geschäftsreisende/
 Monteur
- Kinder/Jugendliche
 Senioren
 Gruppenangebote
 sonstige und zwar:

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Baue - Bundesforschungsinstitut für Landwirtschaft (FAL) -
 Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) - Postfach 101550 - 34116 Kassel
 Tel.: 0531 / 596-5183 - Fax: 0531 / 596-5599 - e-mail: baue@fal.de

1

2.3 Welche Bedeutung hat der Tourismus für Ihr eigenes Einkommen?

- Haupteinkommen (mehr als 50 % vom Gesamteinkommen)
 Nebeneinkommen (ca. 30 bis 50 % vom Gesamteinkommen)
 Zusatzeinkommen (weniger als 30 % vom Gesamteinkommen)

2.4 Sind Sie Mitglied in einer tourismusbezogenen Organisation?

- Ich bin Mitglied im Bauernhof- und Landurlaub in Hessen e.V.
 Ich bin Mitglied in einer regionalen Tourismusorganisation
 Ich bin Mitglied in einem örtlichen Tourismusverband
 Ich bin nicht Mitglied in einer tourismusbezogenen Organisation

3 Entwicklung des Tourismus in den letzten 5 Jahren

3.1 Wie hat sich das Einkommen aus Ihrem touristischen Angebot in den letzten 5 Jahren entwickelt?

- gestiegen gleich geblieben gesunken stark schwankend

3.2 Wie haben sich Ihre Gäste- und Übernachtungszahlen in den letzten 5 Jahren entwickelt?

- gestiegen gleich geblieben zurück gegangen
 Die Zahl der Gäste ist
 Die Übernachtungszahlen sind

3.3 Wie sind Sie insgesamt mit der Entwicklung Ihres touristischen Angebotes in den letzten 5 Jahren zufrieden?

- sehr zufrieden zufrieden unzufrieden sehr unzufrieden

4 Einflussfaktoren für die touristische Entwicklung

Die Attraktivität einer Region für Gäste ist von vielen verschiedenen Faktoren abhängig. Für die folgenden drei Fragen haben wir eine umfassende Liste von Einflussfaktoren zusammengestellt. Wir möchten gerne von Ihnen wissen,

- wie Sie die aktuelle Situation in Ihrer Gemeinde einschätzen (Frage 4.1) und
- ob Sie in den letzten 5 Jahren Veränderungen (zum Besseren oder zum Schlechteren) bei den einzelnen Faktoren festgestellt haben (Frage 4.2).

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Baue - Bundesforschungsinstitut für Landwirtschaft (FAL) -
 Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) - Postfach 101550 - 34116 Kassel
 Tel.: 0531 / 596-5183 - Fax: 0531 / 596-5599 - e-mail: baue@fal.de

2

4.1 Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrer Gemeinde ein?

	sehr gut	gut	schlecht	Sehr schlecht	Weiß nicht
Unterkunftsangebot					
Qualitätsiegel/Klassifizierung der Unterkünfte.....	<input type="checkbox"/>				
Besonders naturnahes Image.....	<input type="checkbox"/>				
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien.....	<input type="checkbox"/>				
Gastronomie					
Angebotsvielfalt.....	<input type="checkbox"/>				
Öffnungszeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken.....	<input type="checkbox"/>				
Ort					
Dorflicher Charakter.....	<input type="checkbox"/>				
Attraktives Ortsbild.....	<input type="checkbox"/>				
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.....	<input type="checkbox"/>				
Umgebung					
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	<input type="checkbox"/>				
Besonderer Status des Gebiets z.B. Nationalpark, Naturpark.....	<input type="checkbox"/>				
Freizeitangebote					
Rad- und Wanderroutennetz.....	<input type="checkbox"/>				
Angebote zum Reittourismus.....	<input type="checkbox"/>				
Wasserwandermöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote.....	<input type="checkbox"/>				
Schlechtwetterangebote.....	<input type="checkbox"/>				
Andere.....	<input type="checkbox"/>				
Kulturangebote					
Theaterkonzerte/Kino.....	<input type="checkbox"/>				
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler.....	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges					
Einkaufsmöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Tourismusinformation im Ort.....	<input type="checkbox"/>				
Regionale Feste.....	<input type="checkbox"/>				
Erreichbarkeit					
Anreisemöglichkeit mit PKW.....	<input type="checkbox"/>				
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus.....	<input type="checkbox"/>				
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten					
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	<input type="checkbox"/>				
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde.....	<input type="checkbox"/>				
Thematischer Internetauftritt z.B. Reiterland, BaluH.....	<input type="checkbox"/>				
Online-Buchungsmöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter z.B. Lammwochen, Kinderbauernhöfe.....	<input type="checkbox"/>				
Zielgruppenspezifische Angebote z.B. für Senioren, Wanderer.....	<input type="checkbox"/>				
Pauschalangebote.....	<input type="checkbox"/>				
Organisationsstrukturen im Tourismus					
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde.....	<input type="checkbox"/>				
Regionale Kooperation.....	<input type="checkbox"/>				
Kooperation mit anderen Akteuren, z.B. Naturschutz.....	<input type="checkbox"/>				
Gemeinsames touristisches Leitbild.....	<input type="checkbox"/>				

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Reus - Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) - Institut für Tourismus (IT) - Bundesallee 50 - 38116 Braunschweig - Tel.: 0531 / 596-5183 - Fax: 0531 / 596-5588 - e-mail: reus@fal.de

4.2 Bei welchen Faktoren hat sich die Situation in den letzten 5 Jahren in Ihrer Gemeinde verändert?

	++	+	0	-	verschlechtert
Unterkunftsangebot					
Qualitätsiegel/Klassifizierung der Unterkünfte.....	<input type="checkbox"/>				
Besonders naturnahes Image.....	<input type="checkbox"/>				
Besondere Ausstattung für bestimmte Zielgruppen z.B. Radfahrer, Familien.....	<input type="checkbox"/>				
Gastronomie					
Angebotsvielfalt.....	<input type="checkbox"/>				
Öffnungszeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Regionaltypisches Angebot an Speisen und Getränken.....	<input type="checkbox"/>				
Ort					
Dorflicher Charakter.....	<input type="checkbox"/>				
Attraktives Ortsbild.....	<input type="checkbox"/>				
Ausweisung als Heilbad, Erholungsort, etc.....	<input type="checkbox"/>				
Umgebung					
Attraktivität von Natur und Landschaft.....	<input type="checkbox"/>				
Besonderer Status des Gebiets z.B. Nationalpark, Naturpark.....	<input type="checkbox"/>				
Freizeitangebote					
Rad- und Wanderroutennetz.....	<input type="checkbox"/>				
Angebote zum Reittourismus.....	<input type="checkbox"/>				
Wasserwandermöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Natur-Infozentren und Naturerlebnisangebote.....	<input type="checkbox"/>				
Schlechtwetterangebote.....	<input type="checkbox"/>				
Andere.....	<input type="checkbox"/>				
Kulturangebote					
Theaterkonzerte/Kino.....	<input type="checkbox"/>				
Schlösser/Museen/Ausstellungen/Denkmäler.....	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges					
Einkaufsmöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Tourismusinformation im Ort.....	<input type="checkbox"/>				
Regionale Feste.....	<input type="checkbox"/>				
Erreichbarkeit					
Anreisemöglichkeit mit PKW.....	<input type="checkbox"/>				
Anreisemöglichkeit mit Zug/Bus.....	<input type="checkbox"/>				
Überbetriebliche Vermarktungsaktivitäten					
Printmedien, Messeauftritte, etc.....	<input type="checkbox"/>				
Internetauftritt der Urlaubsregion/Gemeinde.....	<input type="checkbox"/>				
Thematischer Internetauftritt z.B. Reiterland, BaluH.....	<input type="checkbox"/>				
Online-Buchungsmöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>				
Gemeinsame Aktionen mehrerer Anbieter z.B. Lammwochen, Kinderbauernhöfe.....	<input type="checkbox"/>				
Zielgruppenspezifische Angebote z.B. für Senioren, Wanderer.....	<input type="checkbox"/>				
Pauschalangebote.....	<input type="checkbox"/>				
Organisationsstrukturen im Tourismus					
Kooperation mit/innerhalb der Gemeinde.....	<input type="checkbox"/>				
Regionale Kooperation.....	<input type="checkbox"/>				
Kooperation mit anderen Akteuren, z.B. Naturschutz.....	<input type="checkbox"/>				
Gemeinsames touristisches Leitbild.....	<input type="checkbox"/>				

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Reus - Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) - Institut für Tourismus (IT) - Bundesallee 50 - 38116 Braunschweig - Tel.: 0531 / 596-5183 - Fax: 0531 / 596-5588 - e-mail: reus@fal.de

4.3 Worauf führen Sie Veränderungen zurück?

5 Bedeutung von Förderprogrammen

5.1 Haben Sie in den letzten fünf Jahren selbst Förderung erhalten?

Ich habe Förderung erhalten für:

- Modernisierungsinvestitionen
- Kapazitätsausweitung
- Schaffung neuer Angebote
- Planungen, Vermarktungsaktivitäten
- Anderes und zwar: _____

Ich habe keine Förderung erhalten (weiter zu Frage 5.3)

5.2 Haben diese Maßnahmen zu einer Veränderung Ihres Einkommens geführt?

- Ja, das Einkommen ist deutlich gestiegen
- Ja, das Einkommen ist etwas gestiegen
- Nein, das Einkommen ist gleich geblieben
- Nein, das Einkommen ist gesunken

5.3 Wurden in den letzten 5 Jahren eine oder mehrere Fördermaßnahmen in Ihrer Region realisiert, die eine Bedeutung für den Tourismus haben? (Bitte geben Sie, wenn möglich, die Art des Projektes/der Projekte an)

- Dorferneuerungsmaßnahmen
- Größere Infrastrukturprojekte
- Förderung freizeitorientierter Wegenetze
- und zwar: _____
- Vermarktungsaktivitäten und Tourismusleitbilder
- LEADER+
- und zwar: _____
- Andere und zwar: _____
- Nein, mir sind keine Fördermaßnahmen bekannt (weiter zu Frage 5.6)

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Raue - Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) - Institut für Ländliche Räume (LR) Bundesallee 30 - 38116 Braunschweig - Tel.: 0531 / 396-5183 - Fax: 0531 / 396-5599 - e-mail: raue@fal.de

5.4 Wie wichtig sind/waren die Ihnen bekanntesten Fördermaßnahmen für die Entwicklung Ihres Betriebes?

	Sehr wichtig	wichtig	Weniger wichtig	unwichtig	Weiß nicht
Dorferneuerung.....	<input type="checkbox"/>				
Größere Infrastrukturprojekte	<input type="checkbox"/>				
Förderung freizeitorientierter Wegenetze	<input type="checkbox"/>				
Vermarktungsaktivitäten und Tourismusleitbilder	<input type="checkbox"/>				
LEADER+	<input type="checkbox"/>				
Anderes und zwar: _____	<input type="checkbox"/>				

5.5 Wie wichtig sind/waren die Ihnen bekanntesten Fördermaßnahmen für die Entwicklung des Tourismus in Ihrer Region?

	Sehr wichtig	wichtig	Weniger wichtig	unwichtig	Weiß nicht
Dorferneuerung.....	<input type="checkbox"/>				
Größere Infrastrukturprojekte	<input type="checkbox"/>				
Förderung freizeitorientierter Wegenetze	<input type="checkbox"/>				
Vermarktungsaktivitäten und Tourismusleitbilder	<input type="checkbox"/>				
LEADER+	<input type="checkbox"/>				
Anderes und zwar: _____	<input type="checkbox"/>				

5.6 Welche Maßnahmen sollten aus Ihrer Sicht zur Förderung des Tourismus in den nächsten fünf Jahren realisiert werden?

Im Ort/in der Gemeinde: _____

In der Region: _____

Überregional/auf Landesebene: _____

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Raue - Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) - Institut für Ländliche Räume (LR) Bundesallee 30 - 38116 Braunschweig - Tel.: 0531 / 396-5183 - Fax: 0531 / 396-5599 - e-mail: raue@fal.de

Raum für ergänzende Anmerkungen (zum Thema, zum Fragebogen, zu einzelnen Fragen):

***Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für die Beantwortung
des Fragebogens genommen haben!***

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bis zum 17. November 2006 zurück an:
Institut für Ländliche Räume der FAL,
z. H. Petra Raue,
Bundesallee 50,
38116 Braunschweig
Tel: 0531/596-5183, Fax: 0531/596-5599,
e-mail: petra.raue@fal.de

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: P. Raue - Bundesforschungszentrum für Landwirtschaft (FAL) -
Institut für Ländliche Räume (ILR) - Bundesallee 50 - 38116 Braunschweig -
Tel.: 0531 / 596-5183 - Fax: 0531 / 596-5599 - e-mail: petra.raue@fal.de

