

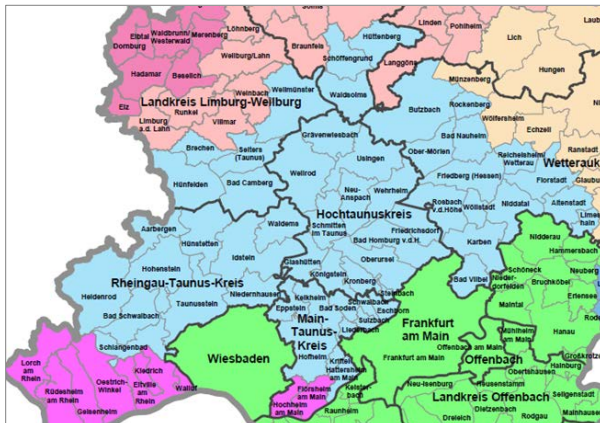
TTS, touristischer Dachverband der Region Taunus – Tätigkeitsprofil

1. Tätigkeitsdefinition lt. HMWVL, für den touristischen Dachverband:

Der TTS ist die touristische Dachorganisation der gesamten Destination „Taunus“, eine der Destinationen in Hessen. Der TTS ist zuständig für die touristische Bewerbung und der Bildung der Destination „Taunus“ mit den beteiligten Stellen und Akteuren in Hessen.

2. Struktur des TTS

- Unternehmensform: e.V., seit 2011 als umsatzsteuerpflichtig eingestuft (FA Bad Homburg)
- Budget: Jahresbeiträge der Mitglieder (in 2012 rd. 240.000€ brutto)
- Die Taunusregion:
reicht vom Main bis zur Lahn sowie aus der Wetterau (Bad Nauheim/Bad Vilbel) im Osten bis einschl. Bad Camberg und Idstein im Westen
- Das Gebiet umfasst **6 Landkreise, 51 Mitglieder**, bestehend aus:
 - 35 Städten und Gemeinden
 - 2 Landkreise HTK & MTK (Gründungspartner)
 - 14 Einrichtungen & Institutionen (z.B. IHK, Hessenpark, Opelzoo uvm.)



Im Vergleich:

- ➔ Gebiet Taunus/TTS: blau
- ➔ Gebiet Rheingau/RTKT: pink (unten links)

- Geschäftsstellen:
 - Taunus-Informationszentrum (Verwaltung)
 - Taunus-Informationszentrum (große Tourist-Info)
- Das TTS-Team:
 - 1 GF, 4 Mitarbeiterinnen
 - 3 Azubis („Kaufmann/-frau f. Tourismus & Freizeit; Bürokaufmann/-frau)

- Der Vorstand

Vorsitzende:

Erster Vorsitzender: **Roland Seel**, Bürgermeister Grävenwiesbach, HTK

Zweiter Vorsitzender: **Michael Cyriax**, Landrat des Main-Taunus-Kreises

Zweite Vorsitzende: **Getrud Stöckl**, Vorsitzende Hotel- und Gaststättenverband Taunus

Ehrevorsitzender: **Wolfgang Knoll**, Kreisbeigeordneter des Main-Taunus-Kreises a.D.

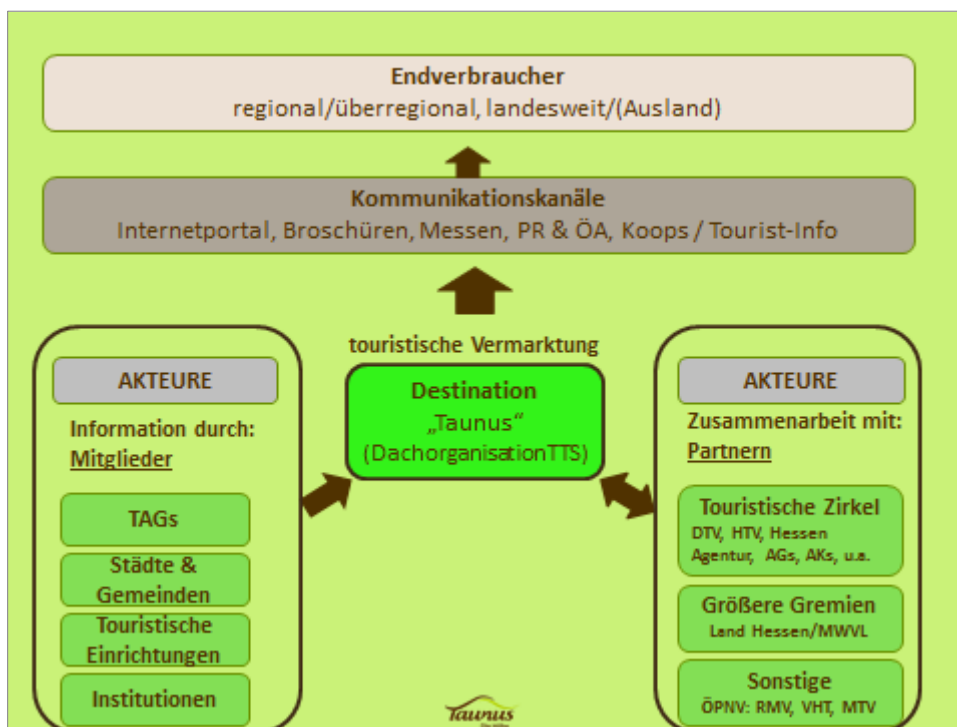
10 weitere Vorstandsmitglieder:

- **Bürgermeister Norbert Altenkamp**
(Bad Soden am Taunus, Main-Taunus-Kreis)
- **Burkhard Bigalke**
(Prokurist/Marketingleiter Kur- u. Kongreß-GmbH, Bad Homburg v.d. Höhe, Hochtaunuskreis)
- **Bürgermeister Hans-Georg Brum**
(Oberursel (Taunus), Hochtaunuskreis)
- **Geschäftsführerin Katja Heiderich**
(Bad Nauheim Stadtmarketing und Tourismus GmbH, Wetteraukreis)
- **Bürgermeister Leonhard Helm**
(Königstein im Taunus, Hochtaunuskreis)
- **Bürgermeister Marcus Kinkel**
(Schmitten, Hochtaunuskreis)
- **Kurdirektor Bodo Schäfer**
(Bad Camberg, Kreis Limburg-Weilburg)
- **Bürgermeisterin Gisela Stang**
(Hofheim am Taunus, Main-Taunus-Kreis)
- **Bürgermeister Klaus Temmen**
(Kronberg im Taunus, Hochtaunuskreis)
- **Geschäftsführerin Sylvia Westermann**
(Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, Rheingau-Taunus-Kreis)
- **Geschäftsführerin** des Taunus Touristik Service e.V. ist Daniela Pompe.

3. Herausforderung bei der Bewerbung des Taunus

- **Größe** der zu bewerbenden Region (reicht in 6 Landkreise)
- **Unterschiedliche Landschaftsabschnitte:** Mittelgebirge, Wälder, Täler, Weinberge, stark besiedelter Vordertaunus (Kultur), ländliche Gegenden mit anderen Angeboten (Natur)
- **Themenvielfalt** von Natur, Kultur, Freizeitangeboten
- **Geschichtsvielfalt:** Kelten, Römer, Hugenotten, Mittelalter, neuere Geschichte & Kaiserzeit u.ä.
- **Geschichts- und Kulturregion:** 6 Dach-Themen für Kommunikation, Media, PR & ÖA, Werbemaßnahmen, Messen uvm.
- **Breite & unterschiedliche Zielgruppen:** alle Altersstufen/versch. Interessen

4. Das Umfeld, in dem der TTS agiert



5. Destinationsportrait Taunus (komprimiertes Leitthema)

„Taunus. Die Höhe.“ Das einzige deutsche Mittelgebirge, das an einer Metropole liegt: Direkt an das quirlige Frankfurt am Main grenzt der Taunus mit seiner erlebnisreichen Natur- und Kulturlandschaft. Ideal für zahlreiche Freizeitaktivitäten.

Mit dem Rückzug der Römer aus dem Taunus verschwand auch sein ursprünglich keltischer Name. Erst Jahrhunderte später wurde „Taunus“ wiederentdeckt. In der Zwischenzeit nannten die Menschen das Mittelgebirge schlicht „die Höhe“. Damals bezog es sich auf die drei weithin sichtbaren Gipfel und den Höhenzug, der sich von Main, Rhein, Lahn und Wetterau aus erhebt.

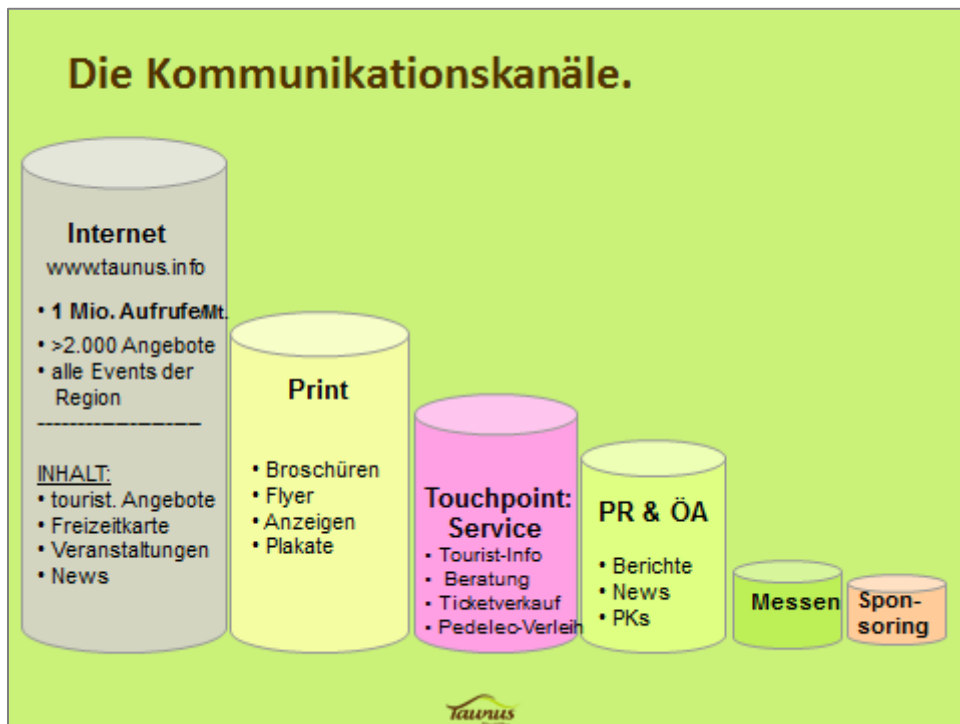
Tiefe Wälder voller Naturdenkmäler. Prominente Gipfel und weitläufige Täler. Geheimnisvolle Spuren vergangener Kulturen. Heilbäder, Heilquellen und charmante Ortschaften. Schlendern durch historische Altstädte, Verweilen in einer der zahlreichen Straußenwirtschaften, Apfelweinlokale oder gehobenen Restaurants. Der Taunus bietet seinen Besuchern die spannende Kombination interessanter Ausflugsziele umgeben von teils unberührter Naturlandschaft.

Heute trägt die gesamte Region ihre beiden historischen Bezeichnungen gleichzeitig:

„Taunus. Die Höhe.“ Weil er voller Höhepunkte ist — und vieles auf hohem Niveau bietet.

Natur, Kultur, Attraktionen, Sport, Erholung und Genuss.

6. Die Kommunikationskanäle, die das TTS-Marketing bedient



7. Themen-Rubriken des Taunus-Tourismus

Für ein gezieltes Marketing über sämtliche Kommunikationskanäle bedarf es einer klaren Dachkonzepts: Die mehrere Tausend umfassenden touristischen Angebote aus sechs Landkreisen müssen für den Endverbraucher klar verständlich zu erfassen sein: Wir haben dies gebündelt in sechs Rubriken.

Diesen Themen sind sämtliche Tourismusangebote zugeordnet und werden bei der Vermarktung je nach Zielgruppe und Medium kommuniziert (Internet, Print, Messen, PR & ÖA, Anzeigenschaltung/Media):

1. **Natur & Erlebnis**
2. **Sport & Outdoor**
3. **Familie & Attraktionen**
4. **Kunst & Kultur**
5. **Wellness & Gesundheit**
6. **Essen & Trinken**

8. Geschäftsstelle/Verwaltung: Destinationsmarketing im Überblick (stark komprimiert)

- **Betreuung & Beratung** der Mitglieder aus 6 Landkreisen
- **regionales & überregionales Informieren über/ und Repräsentieren der** touristischen Region auf zahlreichen Plattformen/Messen/Gremien/Internet/Medien/Vorträge/Zielgruppen/
- **Umfangreiche Marketing- u. Kommunikationsstrategie:** Definition, Konzepterarbeitung und -Weiterentwicklung, Image/Design, Bildwelt & Kommunikation
- **Imagewerbung, Anzeigen & Broschüren** (in enger Abstimmung mit Agentur)
- **Zahlreiche weitere touristische Projekte: Konzeption, Planung, Leitung & Umsetzung**
z.B.: Veranstaltungskalender (interaktiv & Print, Verknüpfung d. ges. Region); Hessenprojekte, z.B. „Hessentag“ oder „Taunus-Wandern mit HR-Kamerateam, Veranstaltungen, Broschüren, Kooperationsprojekte mit Partnern
- **Konzept, Umsetzung & Betreiben des Internetportals mit allen Service-tools**
- **Presse- & Öffentlichkeitsarbeit** (regional & überregional in: Tagespresse, Fachmagazinen, Internet, Journalisten-Kooperationen)
- **Präsenz** auf Messen und Veranstaltungen, Gremien und Vorträgen
- **Klassifizierungen & Sterne-Vergabe** mit dem DTV (Ferienwhg., Pensionen)
- **Mitglied und Mitarbeit in zahlreichen Gremien** (Marketingbeirat Hessen Agentur für das HMWVL, Deutscher Tourismusverband, Hessischer Tourismusverband, Hotel- u. Gaststättenverband, IHK, Touristische AGs, Arbeitskreise, Kulturkreise, uvm.)
- **Repräsentation Taunus-Informationszentrum** (Betrieb Tourist-Info & Pedelecverleih, Bewerbung)
- **Pedelec-Vernetzung: 56 Räder im Taunus mit rund 19 Verleih- u. Akkuwechselstationen**

- **ADMINISTRATION, ORGANISATION, FINANZABWICKLUNG:** Vor-/ Nachbereitung der Vorstands- und Mitgliederversammlungen, Finanz-Handling (Wirtschaftsplan, Prüfberichte, Jahresrechnung, Geschäftsbericht, Protokolle, Überweisungen/Buchungen, Beitrags-Handling, vorbereitende umfangreiche Buchhaltung für Jahresabschluss und mtl. Umsatzsteuervoranmeldungen), detaillierte Abstimmung mit den Teilnehmern der beiden Kreise HTK & MTK sowie Steuerberater und Rechtsservice, Formalien lt. Satzung, uvm.

9. TIZ Tourist-Info: Tätigkeiten

- **Geöffnet:** 6 Tage/Woche inkl. Sonn- u. Feiertags, 2 Mitarbeiter/Schicht!!
- **Besucherzahlen TIZ:** ca. 40.000 in einem Jahr (gezählte Besucher nur i.d. Tourist Info)

>> *Beratung: persönlich, telefonisch, per E-Mail* <<

>> *Pedelec-Verleih (Sommersaison)* <<

- **Auskunft und Beratung zur Freizeitplanung im Taunus:**
Sehenswürdigkeiten, Übernachtungsmöglichkeiten, Gastronomie, Bahn- und Busverbindungen sowie Anfahrten zu den Sehenswürdigkeiten, über TIZ, TTS und Naturpark Hochtaunus.
- **Betreuung TIZ-Erlebnisausstellung**
- **Verkauf von Tickets, Fach-/Freizeitliteratur, Wanderkarten, Taunus Give-aways**
- **8-16 Pedelecs: Handling** (Verleih, Prüfung/Pflege Räder, Orga Abgabe/Rücknahme/Bezahlung, Reservierung, Touren etc.)
- **Liefer- u. Lager-Management für Broschüren etc. aus gesamter Region**
- **Bedienung & Abrechnung Kassensystem** (Pedelec-Verleih, Verkauf Literatur u.a.).

10. Großprojekte 2011 (Auszug)

- **Neuer Taunus-Kommunikationsauftritt** für Print und Online „Taunus. Die Höhe“:
Broschüren, Give-aways, Anzeigen, Design/Logo/Texte, Internet, Give-aways, PR, uvm.
- **!!! Neues Internetportal mit individueller Technologie zur Verknüpfung der Region mit interaktiver Karte und Veranstaltungskalender – einmalig in Hessen !!!!**
!!! 1 Million Seitenaufrufe/Monat, über 2.000 Angebote, 6 Rubriken, interaktive Karte mit Luftbildansichten, Veranstaltungskalender, individuelle Online-Freizeitplanung möglich!
- Konzept, Bauumsetzung und Eröffnung **Taunus-Informationszentrum** mit Tourist-Info
- **Hessentag 2011** in Oberursel (10.06 – 19.06.2011) 3 Standorte (Unterstützung durch HTK)
- Finanzen/Steuern (Umsatzsteuerpflicht, rückwirkende Erklärungen für 9 Jahre)

11. Messen und Veranstaltungen in 2011

- Präsenz auf ca. 7 Messen im In- und Ausland
- Orga bei ca. 6 TTS-eigenen Veranstaltungen (selbst ausgerichtet/organisiert) (bspw. Schulungen d. Mitglieder bzgl. Datenbankeingaben, etc.)

12. Statistik 2011 (Auszug)

Steigerung des Taunus-Tourismus um 16% in 2011, durch neue Kommunikations- und Marketinglinie sowie entsprechende Aktivitäten: Breite Präsenz des Taunus und Festigung eines frischeren Images. Im Jahr 2011 verzeichnete das Statistische Landesamt folgenden Zahlen für den Taunus:

- Ankünfte:	862.539
- Übernachtungsgäste:	3.092.725
- Tagestouristen:	30.927.250
- Bettenauslastung:	44%
- Ausgaben pro Person/Tag:	202,60€ (der Hessen-Durchschnitt liegt bei ca. 95,-€)*

*) Vom DWIF ermittelte Zahl

FAZIT:

Der Tourismus bedient zahlreiche Wirtschaftszweige der Region, von Gastronomie (Essen & Trinken) über Hotellerie (Übernachtungen), von Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen (Eintrittspreise) über Dienstleistungen (ÖPNV, etc.) bis hin zum sog. „Shopping-Tourismus (Ausgaben in Geschäften).

Die Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft der Region liegt auf der Hand. Leider ist dies einem Teil der Akteure noch nicht vollumfänglich bewusst. Der Tourismus wird als „freiwillige Leistung“ oder als „weicher Faktor“ eingestuft und damit in der Bedeutung und Wirkung – vor allem in der Nachhaltigkeit – unterschätzt.

Anders als andere Branchen sind Tourismus oder Marketing nicht linear messbar, sondern sind auf lange Sicht in ihrer Wirkung zu betrachten.

Als touristischer Dachverband des Taunus erhält der TTS nicht immer die notwendige Unterstützung aus der Region, da vielerorts die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsförderfaktor noch nicht hinreichend im Bewusstsein der Beteiligten verankert ist.

Für die Region kann es nur von Vorteil sein, wenn die Zusammenarbeit weiter intensiviert und die Bedeutung des Tourismus – gerade unter dem Aspekt der positiven Auswirkungen auf die Wirtschaftsförderung – weiterhin hervorgehoben wird.

Der TTS kann als kleiner Verein die vielen Erwartungen und Anforderungen dauerhaft nur erfüllen, wenn er die entsprechende Unterstützung aus der Region erhält. Nur gemeinsam kann es gelingen, neben anderen großen Destinationen auf Augenhöhe Präsenz zu zeigen.

Der TTS verfügt nicht in ausreichendem Umfang über die finanziellen und personellen Mittel, um dauerhaft die hohen Erwartungen in Gänze zu erfüllen: Nach der rasanten Entwicklung des Deutschland- bzw. Hessen-Tourismus i.d. letzten Jahren steht der TTS als Verein mittlerweile mit geringem Budget einem riesigen Tätigkeitsfeld gegenüber, das unter den derzeitigen Rahmenbedingungen nur beschwerlich bewältigt werden kann.