

Öffentliche Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung

Am Dienstag **28.11.2023** um 19:00 Uhr findet in der Mark-Twain-Stube des Rathauses, Hauptstraße 17, 69434 Hirschhorn, eine öffentliche Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung mit nachfolgender Tagesordnung statt:

1. Mitteilungen
2. Antrag der CDU-Fraktion vom 26.10.2023 zur Gehweggestaltung der neuen Eisenbahnbrücke in der Langenthaler Straße
3. Strategie für die Neuausrichtung des Tourismus in Hirschhorn
4. Anfragen

Gemäß § 19 Abs. 2 Geschäftsordnung der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Hirschhorn (Neckar), enden Sitzungen spätestens um 22.00 Uhr. Sitzungen *können* nach Abschluss der Beratung des laufenden Tagesordnungspunktes unterbrochen werden, wenn nach 22.00 Uhr weitere Punkte auf der Tagesordnung stehen.

Die Sitzung würde dann am Folgetag um 19.00 Uhr oder zu einem noch zu bestimmenden Termin mit, an gleicher Stelle, der Beratung und Beschlussfassung der übrigen Tagesordnungspunkte fortgesetzt (GO § 19 Abs. 4).

Gemäß § 58 (6) HGO mache ich diese Sitzung bekannt.

Hirschhorn (Neckar) 21.11.2023

Carsten Ahlers, Vorsitzender des Ausschusses für Stadtentwicklung

21.11.2023

AZ: 6214/10 (AK + AE)

Sitzungsvorlage

Antrag der CDU-Fraktion vom 26.10.2023 zur Gehweggestaltung der neuen Eisenbahnbrücke in der Langenthaler Straße

Beratung erfolgt	TOP	Sitzung am	Öffentlichkeitsstatus
Ausschuss für Stadtentwicklung	2.	28.11.2023	ÖFFENTLICH
Stadtverordnetenversammlung		14.12.2023	öffentlich

Sachverhalt:

Die CDU-Fraktion reichte am 27. Oktober einen Antrag zur Gehweggestaltung der neuen Eisenbahnbrücke in der Langenthaler Straße ein. Dieser TOP konnte in der vergangenen Stavo-Sitzung aufgrund von zu wenigen anwesenden Stadtverordneten nicht auf die Tagesordnung genommen werden, so dass eine Beratung in der jetzigen Sitzungsrunde ansteht.

Kurze Chronologie des Sachverhalts zu den Gehwegen Hainbrunner und Langenthaler Straße:

1. Bereits im Jahr 2014 wurde das Thema von Herr Thalmann von Hessen Mobil thematisiert, wie das Schreiben an die DB Netz AG, Karlsruhe, vom 08.08.2014 belegt (Anlage 1).
2. In Bezug auf die Stellungnahme von Hessen Mobil, gab die Stadt Hirschhorn mit Schreiben vom 04.12.2014 ebenfalls an die DB Netz AG, Karlsruhe, zur Erneuerung der Eisenbahnbrücke (EÜ) in der Hainbrunner Straße (Anlage 2) eine Stellungnahme ab.
3. Im Rahmen der Haushaltsplanberatungen für das Jahr 2021 in der Stavo-Sitzung am 25.03.2021, wurde das Thema erneut diskutiert und die Fraktion Profil Hirschhorn brachte einen Änderungsantrag ein (Anlage 3). Im Anschluss entstand eine lebhafte Diskussion darüber und im Zuge des Gesprächs zog die Fraktion Profil Hirschhorn den vorgelegten Antrag zur Gehwegsanieuerung in der Hainbrunner Straße wieder zurück.
4. Mailanfrage vom Bauamt am 15.04.2021 an Hessen Mobil (Herr Scheurich) zur möglichen Verbreiterung des Gehwegs und die Antwort von Herr Sahin von Hessen Mobil vom 28.04.2021 (Anlage 4).

5. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 29.07.2021:

„Stadtv.-vorsteher Dr. Kleinmann: Gibt es schon eine Mitteilung zur Verbreiterung der Gehweg beim Neubau der Bahnbrücke in der Hainbrunner Straße?“

BM Berthold: Nach Aussagen von Hessen Mobil am Anfang des Jahres war dies nicht mehr möglich, die erneute Anfrage wurde von Seiten des Sachbearbeiters bei Hessen Mobil noch nicht beantwortet, da er z.Zt. in Urlaub ist.

6. Auszüge aus Stavo-Sitzung vom 23.09.2021:

„Vor Einstieg in die Tagesordnung stellte die Fraktion Profil Hirschhorn den Antrag, die Tagesordnung um den neuen Punkt „Gehweg unter der Eisenbahnüberführung in der Hainbrunner Straße“ zu erweitern.

Ziel ist es, die Gehwegbreite zu Lasten der Straßenbreite im Bereich der Eisenbahnüberführung zu verbreitern, um somit die Verkehrssicherheit für die Fußgänger im Bereich der neuen Brücke mit der größeren breite des Gehweges zu erhöhen. Der Verkehrsfluss würde hierbei nur gering beeinflusst werden, da man bereits beim jetzigen Ampelverkehr feststellen kann, dass es zu keinem größeren Rückstau kommt.

Abstimmungsergebnis: **Einstimmig angenommen**

29 *Gehweg unter der Eisenbahnunterführung in der Hainbrunner Straße*

Es wurden viele Ideen und Vorschläge zu der Gehwegführung unter der Eisenbahnüberführung in der Hainbrunner Straße von allen Fraktionen eingebracht.

Es ist Konsens, dass eine Gehwegverbreiterung angestrebt werden soll. Hierbei ist der gesamte Verlauf des Gehweges von der Hauptstraße bis zum EDEKA-Markt mit zu berücksichtigen. Aus Sicht der Fraktionen, ist eine Verkehrsverengung an dieser Stelle tragbar. Dies begründet sich in der momentanen Ampelsituation, welche auch zu keinen größeren Verkehrsproblemen führt.

Da die Bahn nach der Baustelle die Gehwege wiederherstellen muss, sollte dies genutzt werden, um bei der Verbreiterung der Gehwege Kosten zu sparen.

Hierbei ergab sich die Frage, ob die Verwaltung vor der Baustelle eine Dokumentation der örtlichen Lage vorgenommen hat, um im Nachhinein die Beschädigungen u.a. an den Gehwegen nachweisen zu können.

Im Zuge der Beratungen wurde auch die zweite Eisenbahnbrücke, welche in zwei Jahren auch saniert werden soll und welche auch eine Gehwegproblematik hat, mit angesprochen. Diese soll bei den Überlegungen zur Gehwegverbreiterung mit beachtet werden. Schließlich wurde über folgenden Beschlussvorschlag abgestimmt:

Die Verwaltung wird beauftragt, zeitnah ein barrierefreies (rollstuhlgerechtes) Konzept für die Gehwegführung von der Hauptstraße bis zum EDEKA-Markt zu erstellen. Dieses soll mit den betroffenen Behörden abgestimmt werden.

Abstimmungsergebnis: **Einstimmig angenommen“**

7. Mailantwort von Hessen Mobil (Herr Scheurich) vom 21.10.2021 als Nachgang zum Ortstermin 05.10.2021 (Anlage 5).

8. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 28.10.2021:

„Stadtv. Reichert: Aktueller Stand bezüglich geplanter Gehwegverbreiterung in der Hainbrunner Straße unter der Eisenbahnunterführung in Verbindung mit den Brückenbaumaßnahmen der Bahn

BM Berthold: Es fand ein Ortstermin mit Hessen Mobil statt. Die Behörde könnte mit bestimmten Auflagen der Maßnahme zustimmen. Das involvierte Ingenieurbüro erarbeitet ein Konzept mit möglichen Alternativen für eine mögliche Verbreiterung des Gehwegs.“

9. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 09.12.2021:

„Stadtv. Reichert: Wie ist der Sachstand für eine Verbreiterung der Gehweg an der neuen Bahnunterführung?

BM Berthold: Ein Büro wurde bereits beauftragt, sich dem Thema anzunehmen. Vor kurzem fand auch ein Gespräch mit der Bahn statt. Allerdings werden die Gehwege bis zur Sanierung der zweiten Brücke 2023 nur provisorisch hergestellt. Es wird versucht, rechtzeitig vor der Sanierung ein Abstimmungsgespräch mit dem beauftragten Büro, der Bahn und der Verwaltung zu arrangieren. Bei der zweiten Brücke muss man sich allerdings aufgrund der Enge für eine Seite entscheiden, wo der Gehweg breiter werden soll.

Stadtv. Reichert: Bei der sanierten Brücke werden gerade Bundsandsteine angebracht, die ca. 40 cm Platz in der Tiefe benötigen. War dies notwendig?

BM Berthold: Eine Variante mit schmälere Steinen wurde geprüft, aber von der Denkmalbehörde verworfen. Sie kam letztendlich zu dem jetzigen Ergebnis, dass nun unterhalb der neuen Brücke baulich umgesetzt wird.“

10. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 19.05.2022:

„Stadtv. Reichert: Wie sieht es mit den Bürgersteigen bei den Brücken Hainbrunner Straße und Langenthaler Straße aus?

BM Berthold: Das zuständige Ingenieur-Büro hat die Entwürfe fast fertig, sobald diese vorliegen werden die Gremien informiert.“

11. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 21.07.2022:

„Stadtv. Reichert: Sachstand Ortsbegehung Eisenbahnbrücke, barrierefreie Fußgängerwege und Querungssituation.

BM Berthold: Planung liegt vor, Vorstellung soll nach der Sommerpause erfolgen.“

12. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 22.09.2022:

Im Zuge der Beantwortung von Anfragen unter dem TOP Mitteilungen des Magistrats:
„Die Vorstellung des Projekts „Gehwege Altstadt bis Edeka“ in der Stadtverordnetenversammlung, kann aus personaltechnischen Gründen des beauftragten Ingenieurbüros doch nicht in der Oktoberversammlung stattfinden. Sie verschiebt sich um eine Sitzungsrunde in den Dezember.“

13. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 15.12.2022:

„113 *Barrierefreie Gehwege Altstadt bis Edeka-Markt, Hainbrunner Straße; Vorstellung der Maßnahme*

Frau Simone Rell vom Ingenieurbüro E. Schulz GmbH stellte die aktuell möglichen Planungen im Zuge einer Präsentation vor. Währenddessen wurden viele Fragen von Seiten der Stadtverordneten gestellt. Es kristallisierte sich heraus, dass der aktuelle Stand der Planungen noch viele zu klärende Punkte enthält, sodass hier genauere Untersuchungen erfolgen müssen, um eine Entscheidung über die Maßnahme zu treffen.

Sodann wurde von der Sitzungsvorlage Kenntnis genommen, ein Beschluss wurde hier nicht gefasst.“

14. Auszug aus Stavo-Sitzung vom 20.07.2023:

„Stadtv. Reichert: Erfolgt eine Verbreiterung des Gehweges bei der Eisenbahnbrücke in der Langenthaler Straße?

BM Hölz: Seit der Präsentation im Dezember 2022 gab es bezüglich des Themas mit dem Ingenieurbüro kein Kontakt mehr.

Stadtv. Schilling: Eine Möglichkeit für einen breiteren Gehweg, wäre nach den Umbaumaßnahmen die Einrichtung eines Vorrangverkehrs mit entsprechenden Schildern und einer daraus resultierenden Fahrbahnverengung.

Stadträtin Stenger: Die Problematik sollte auch bei einer Verkehrsschau, bei der alle relevanten Behörden etc. dabei sind, angesprochen und diskutiert werden.“

Beschlussvorschlag :

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen, den Magistrat zu beauftragen, mit der Deutschen Bahn und Hessen Mobil Verhandlungen aufzunehmen, bei der Wiederherstellung der Gehwege im Bereich der Eisenbahnbrücke in der Langenthaler Straße die Gehwege zumindest auf der einen Straßenseite so zu gestalten, dass sie mit einem Kinderwagen bzw. einem Rollator oder Rollstuhl begangen werden können. Hierzu sollte die Fahrbahn verengt werden. Ferner soll mit den Beteiligten verhandelt werden, dies in der Hainbrunner Straße noch nachträglich entsprechend einzurichten.

ges.: Bgm	Hauptamt	Bauamt
	Datum 20.11.2023	Datum 20.11.2023

EINGEGANGEN AM 27. OKT. 2023



CHRISTLICH - DEMOKRATISCHE - UNION



Herrn
Stadtverordnetenvorsteher
der Stadt Hirschhorn (Neckar)
Herrn Dr. Joachim Kleinmann
Hauptstraße 17
69434 Hirschhorn (Neckar)

CDU - FRAKTION

In der
Stadtverordneten-Versammlung
69434 Hirschhorn (Neckar)

26.10.2023

Sehr geehrter Herr Dr. Kleinmann,

die CDU Fraktion stellt folgenden Antrag:

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen, den Magistrat zu beauftragen, mit der Deutschen Bahn und Hessen Mobil Verhandlungen aufzunehmen, bei der Wiederherstellung der Gehwege im Bereich der Eisenbahnbrücke in der Langenthaler Straße die Gehwege zumindest auf der einen Straßenseite so zu gestalten, dass sie mit einem Kinderwagen bzw. einem Rollator oder Rollstuhl begangen werden können. Hierzu sollte die Fahrbahn verengt werden. Ferner soll mit den Beteiligten verhandelt werden, dies in der Hainbrunner Straße noch nachträglich entsprechend einzurichten.

Begründung:

Die Gehwege im Bereich der Eisenbahnüberführungen in der Langenthaler Straße und in der Hainbrunner Straße sind so schmal, dass sie für Menschen mit Kinderwagen oder aber mit Rollator oder Rollstuhl nicht begangen bzw. befahren werden können.

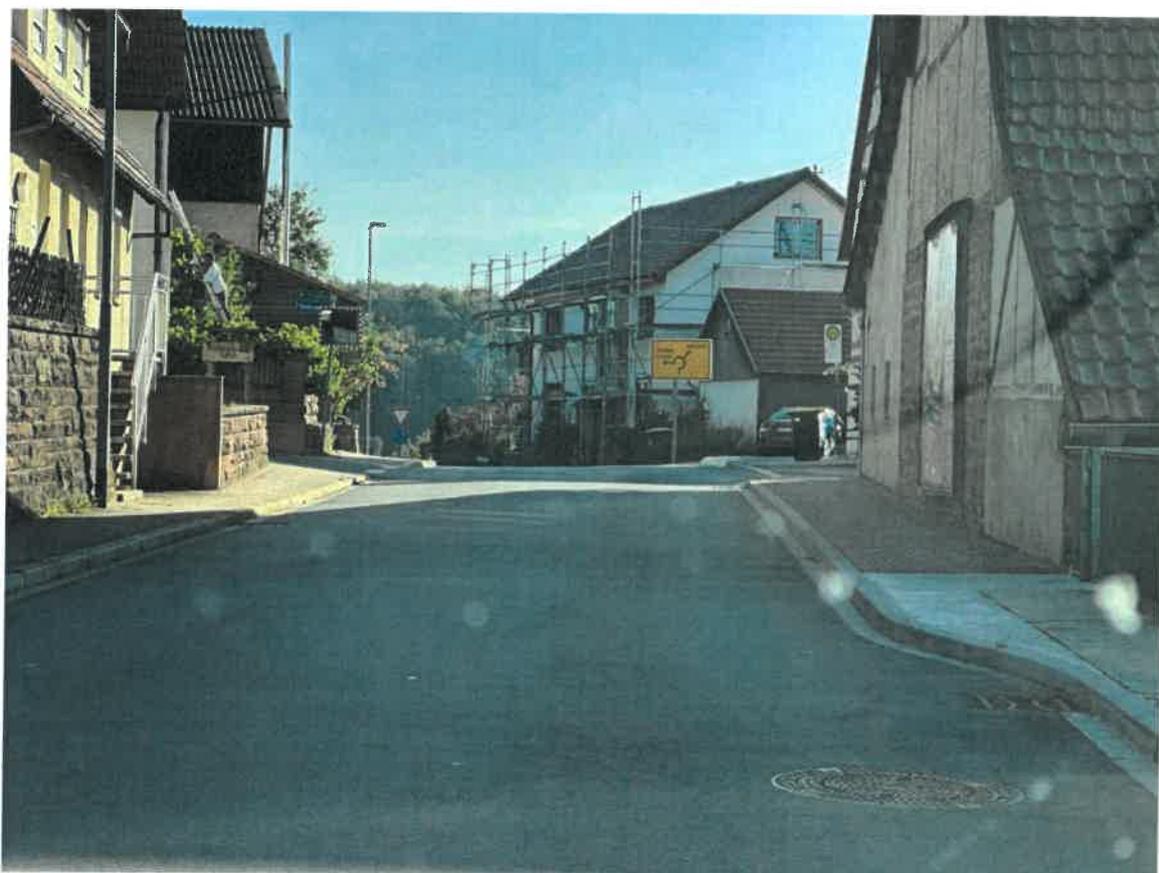
Ein Verkehrskonzept hierfür wurde zwar erstellt, weist aber bereits in der Bestandsaufnahme Mängel auf bzw. ist nur aufwendig mit vielen Fahrbahnquerungen bzw. Fußgängerüberwegen realisierbar. Eine praktikable Lösung ließe sich unseres Erachtens erzielen, wenn die Fahrbahn so verengt würde, dass zumindest auf einer Seite genügend Raum für einen breiteren Gehweg zur Verfügung steht. In anderen Gemeinden wurde dies auch bei Ortsdurchfahrten so praktiziert, siehe Foto.

Ziel muss es sein, dass die in diesem Bereich angesiedelten Geschäfte und Supermärkte auch für Fußgänger mit Kinderwagen oder mit Rollator oder Rollstuhl gefahrlos erreicht werden können. Zudem würde eine solche Maßnahme zur Verkehrsberuhigung in unserer Stadt beitragen.

Die Vorfahrtsregelung an der Engstelle wäre unseres Erachtens so einzurichten, dass jeweils in der besser einzusehenden Fahrtrichtung hin zur Kreuzung Langenthaler Straße / Hainbrunner Straße / Hauptstraße mittels Verkehrszeichen 208 dem Gegenverkehr Vorrang eingeräumt und dieser Vorrang in der Gegenrichtung mittels Verkehrszeichen 308 dargestellt wird.

Wir bitten um Mitteilung in der Stadtverordnetenversammlung, falls Hessen Mobil nicht zu zielführenden Verhandlungen bereit ist, damit entschieden werden kann, ob ein rechtmittelfähiger Bescheid erbeten werden soll.

Wir bitten ferner um Abstimmung zu Beginn der Sitzung am 2. November, ob dieser Tagesordnungspunkt noch aufgenommen werden kann, falls dies nicht der Fall sein sollte bitten wir um Behandlung in der nächsten Sitzungsrunde.



Mit freundlichen Grüßen

Wolfgang Schilling
Fraktionsvorsitzender

16.11.2023

AZ: 7011/01 (SF)

Sitzungsvorlage

Strategie für die Neuausrichtung des Tourismus in Hirschhorn

Beratung erfolgt	TOP	Sitzung am	Öffentlichkeitsstatus
Ausschuss für Stadtentwicklung	3.	28.11.2023	ÖFFENTLICH
Magistrat der Stadt Hirschhorn	3.	30.11.2023	NICHTÖFFENTLICH
Stadtverordnetenversammlung		14.12.2023	öffentlich

Sachverhalt:

Zu dieser Vorlage

Diese Vorlage ist in 5 Kategorien unterteilt und formuliert grundlegende Darstellungen und Überlegungen zur Gestaltung und Neuausrichtung des Tourismus Angebot der Stadt Hirschhorn. Sie können als Strategie- bzw. Handlungsempfehlungen verstanden werden.

1. Einleitung

Wie bekannt, sind durch verschiedene - entweder bereits eingetretene oder in naher Zukunft eintretende - äußere wie auch innere Faktoren die Sachverhalte Tourist-Info, Museum und Bücherei neu zu regeln und zu ordnen (auf die Details hierzu wird später unter den jeweiligen Kategorien genauer eingegangen). Es gibt verschiedene Wege, Ideen und Lösungsmöglichkeiten, die einzelnen Sachverhalte zu regeln, diese könnte man bspw. isoliert betrachten und angehen. Seitens der Verwaltung favorisiert wird eine Kombinationslösung aus der Verlegung der Tourist-Info weg vom Haus des Gastes ins Rathaus und im Umkehrschluss den Umzug der Bücherei aus der Kaffeemanufaktur in die bisherigen Räume der Tourist-Info. Allein durch die Verlegung der Tourist-Info ins Rathaus sollen verschiedenste, bisher brachliegende Synergieeffekte aufgedeckt und durch die Konstellation „Tourist-Info-Cafe-Rathaus“ genutzt werden.

Eine potentielle Verlegung der Tourist-Info ins Rathaus muss nicht zwingend mit einer Änderung der Öffnungszeiten des Museums einhergehen. Vielmehr können durch technische oder organisatorische Maßnahmen die Öffnungszeiten in angemessenem Rahmen adaptiert werden.

Vielmehr sind die Synergien einer Verlegung der Tourist-Info ins Rathaus in den Mittelpunkt zu rücken. Hierbei seien beispielhaft genannt: die kurzen Wege innerhalb des Rathauses, mögliche Vertretungsregelungen in beide Richtungen (Verwaltung-Tourist-Info und umgekehrt), vermehrte Laufkundschaft durch die Gäste der Kaffeemanufaktur, die Barrierefreiheit, usw.) Es besteht jetzt, bedingt durch externe wie auch interne Faktoren, einmalig für ein gewisses Zeitfenster die Gelegenheit, neue Dynamiken in der Tourismusentwicklung in Hirschhorn zu verwirklichen.

2. Tourist-Info

2.1 Ist-Zustand -Konzeption, Inhalte, Zielgruppen und Statistik

2.1.1 *Konzeption und Inhalte - Status Quo*

Die Tourismusgestaltung in Hirschhorn wird noch in der Logik einer Verwaltungseinrichtung umgesetzt. Nach Eigenauskunft der Leiterin und einer weiteren Beschäftigten der Tourist-Info werden folgende Aufgabengebiete bearbeitet (teilweise zusammengefasst):

Infopost, Betreuung von Gästen sowie Hilfe bei Zimmersuche *, Verkäufe, Städtische Homepage, Verwaltungsaufgaben (Beschwerden, Umläufe, allg. Schriftverkehr), Konzeptionsentwicklungen **, Bestandshaltung von Büchern und Kartenmaterialien, Kontaktpflege mit Vermietern, Gästen, Gastronomie *, Stadtführungen, Stadtführer, Organisation und Abrechnung der Führungen, Veranstaltungen (Zusammenführen von Vereinen und Gewerbe, Koordination der Termine, Pflege Veranstaltungskalender, Romantische Vier, Geopark, Nibelungenland, Burgenstraße), Veröffentlichungen im Stadtanzeiger, Plakatwand, Flyer und Broschüren erstellen, Werbung, Texterstellung und Bewerbung von Sondermaßnahmen Hirschhorn, Auswahl und Bestellung von Printmedien zum Verkauf, Funk und Fernsehen (Verhandlungen und Organisation), Kooperation mit Tourismusverbänden, Gastgeberverzeichnis

2.1.2 *Zielgruppen*

Eine Herausarbeitung von möglichen Zielgruppen gab es in Hirschhorn bisher nicht. Es wird daher versucht, den ersten Entwurf einer Zielgruppenorientierung zu erstellen. Es bedarf einer Annäherung an das Thema, um den Tourismus zukünftig zielgerichteter aufzubauen.

In der Tourismuslehre lassen sich folgende Nachfragegruppen nach Reisemotiven unterscheiden (Freyer 2004):

- a. Erholungs- und Freizeittouristen
- b. Geschäftstouristen
- c. Kurtouristen
- d. Privattouristen
- e. Nicht-Reisende
- f. Weitere touristische Nachfragegruppen

Es wird davon ausgegangen, dass in Hirschhorn überwiegend Erholungs- und Freizeittouristen angesprochen werden sollen, die in der Tourismuslehre die Hauptnachfragegruppe des modernen Tourismus darstellen. Der Vollständigkeit halber muss ebenfalls erwähnt werden, dass die Region wesentlich mitentscheidet, wie lange sich Touristen an einem Ort aufhalten. Es wird in der Tourismuslehre davon ausgegangen, dass **Mittelgebirge vorwiegend von Kurzzeittourismus geprägt sind**. Langzeittouristen (eine Woche und mehr Verweildauer) sind – so die Einschätzung – eher selten in Hirschhorn anzutreffen, da es hierfür an Unterkunftsmöglichkeiten fehlt. Einzige Ausnahme mögen die Gäste auf dem Campingplatz darstellen.

Wenn wir die Zielgruppe der Erholungs- und Freizeittouristen genauer betrachten, können wir wiederum wichtige Schlüsse aus der folgenden Differenzierung ziehen und diese Gruppe in folgende zwei völlig unterschiedliche Untergruppen aufteilen:

- a. „50plus“ Generation, diese Gruppe bildet vor dem Hintergrund des demografischen Wandels eine der wichtigsten Zielgruppen in der Tourismuswirtschaft. Diese Gruppe stellt ebenfalls eine der kapitalkräftigsten Bevölkerungsgruppen dar. In dieser Gruppe dominiert der Inlandstourismus. Aus dieser Sicht ist diese Gruppe ein gewisser Garant für die Inlandsnachfrage. In der Regel werden dies in Hirschhorn Tagestouristen, vor allem Wohnmobilisten, sein, die sich i. d. R. 1-3 Tage vor Ort

aufhalten und die örtliche Gastronomie und die Sehenswürdigkeiten aufsuchen werden. Hier gilt es, auf die sich stellenden Fragen nach dem Angebot und dem Bedarf dieser Gruppen zu antworten.

- b. „Die jungen Erwachsenen und Familien“ – in dieser Gruppe wird vor allem der Event-Tourismus angesprochen werden, es gibt mindestens zwei sehr gute Beispiele, wieviel Potenzial diese Zielgruppe hat, dies zeigen uns der jährliche Fastnachtsumzug sowie das Lichterfest beim Stadtjubiläum, die mit 5000 bis 8000 Besuchern sehr gut besucht waren. Hier gilt es weitere Potenziale zu erschließen, wie z. B. eine aktive Beteiligung beim „Lebendiger Neckar“. Aber nicht nur Feierwillige sollen auf Ihre Kosten kommen, es könnten auch kulturelle Angebote oder Highlights wie Kabarett oder Vorträge im Bürgersaal mit anschließender „Museumsnacht“ forciert bzw. angeboten werden.

Grundsätzlich werden diese beiden Gruppen differenziert betrachtet, wobei durchaus bekannt ist, dass es hier eine nicht unerheblich große Schnittmenge zwischen diesen beiden wichtigen Zielgruppen gibt. Es muss allerdings auch erwähnt werden, dass die Gruppe der „50plus“ Generation die Beständige ist. Denn vor allem im Zielgruppenbereich der „Jungen Erwachsenen und Familien“ – ist eine extreme Schnelllebigkeit und die Abhängigkeit von sich rasch vollziehenden Zyklusverläufen erkennbar. Für Planung, Entwicklung und Marketing kann in diesem Bereich die Arbeit deshalb mit gewissen Risiken behaftet sein.

Um die Zielgruppe der „jungen Erwachsenen und Familien“ besser erreichen zu können, werden wir zukünftig verstärkt Events anbieten müssen. Diese touristischen Events werden speziell inszeniert und sind herausgestellte Ereignisse oder Veranstaltungen von begrenzter Dauer mit touristischer Ausstrahlung. Entsprechend haften Events etwas

- Einmaliges, Besonderes oder Seltenes,
- kurzfristiges (Vergängliches)
- aber auch Artifizielles an.

(vgl. Freyer 2004, S. 60).

Ein erfolgreiches Event kann sowohl eine Verbesserung Stadt-Images bewirken, als auch eine Erhöhung des Bekanntheitsgrades bedeuten. Darüber hinaus bietet dies für Städte wie Hirschhorn eine neue Möglichkeit, Gästepotentiale zu erschließen. Immer mehr Städte und Gemeinden sehen und nutzen diese Möglichkeit, das touristische Angebot um neu geschaffene Events zu ergänzen oder auch vorhandene Veranstaltungen verstärkt im touristischen Marketing einzusetzen. Dies erscheint auch für Hirschhorn sinnvoll, wie sich bereits beim „Lichterfest“ eindrucksvoll gezeigt hat. Zudem ist als Erkenntnis aus dem nahezu abgeschlossenen Jubiläumsjahr festzuhalten, dass es in Hirschhorn bereits sehr viele und vielfältige Veranstaltungen gibt. Hier stellt sich die Aufgabe, wie diese besser kommuniziert und seitens der Bevölkerung und der Touristen wahrgenommen werden können. Bestehende Strukturen und Angebote sind daher verstärkt in den Fokus zu rücken, um weitere Synergien zu entwickeln und zu nutzen.

Fazit Zielgruppendefinition:

Eine Zielgruppendefinition ist für die strategische Neuausrichtung des Tourismus ein wesentlicher Faktor. Angebote und Bedarfe für die genannten Gruppen können daraus ausgerichtet bzw. abgeleitet werden.

2.1.3 Statistik

* Es wurde vom Verfasser versucht, die Übernachtungszahlen für Hirschhorn (Quelle: Hess. Statistisches Landesamt) zu erhalten, leider sind seit 2021 keine Zahlen mehr gemeldet worden. Es wird daher vermutet, dass u. a.) Corona seinen Teil dazu beigetragen hat und b.) die Kommunikation und der Austausch zwischen Vermieter und Tourist-Info zumindest verbessert werden kann.

Statistik Besucheraufkommen Tourist-Info

Stand 01.01.2022 bis 31.12.2022

Monat	Besucher/Touristen	Hirschh. Bürger	Besucher Freitag Nachmittag	Besucher Samstag Vormittag	Besucher gesamt	Tage geöffnet	Durchschnitt Besucher/Öffnungstag
Januar	2	7	0	Geschlossen	9	0	0
Februar	5	19	0	Geschlossen	24	0	0
März	5	16	2	Geschlossen	23	0	0
April	47	120	19	Geschlossen	186	8	23,3
Mai	58	27	6	22	113	12,5	9
Juni	103	17	6	38	164	17	9,6
Juli	103	22	17	35	177	17	10,4
August	164	26	17	46	253	17,5	14,5
September	123	19	8	14	164	19	8,6
Oktober	55	14	2	Geschlossen	71	19	3,7
November	27	29	20	Geschlossen	76	16,5	4,6
Dezember	10	43	0	Geschlossen	53	13	4,1
Gesamt	702	359	97	155	1313	139,5	9,4

Interpretation der Statistik:

Anfang des Jahres 2022 war die Tourist-Info wegen Corona geschlossen, ab dem Frühjahr lief der Tourismus nach Corona wieder an, das könnte die hohen Zahlen im April erklären. Ansonsten pendeln sich die Besucherzahlen über die Sommermonate zwischen 9 und 14 Gästen täglich ein, bevor Sie in den Herbstmonaten wieder abfällt.

Kurzfasit – und Zukunftsvision

Auf die komplexen und vielfältigen Aspekte kann hier nicht weiters vertiefend eingegangen werden, es bleibt gleichwohl festzustellen, dass Verbesserungspotenziale für die Zukunft (inhaltliche Konzepte, Modernisierung und vor allem Digitalisierung) gesehen werden.

Die Bereitstellung von Basisinformationen über den Ort und die Destination erfüllen mittlerweile andere Medien früher und zum Teil besser. Die Gäste reisen oft bereits vollumfassend informiert an, wissen genau, was sie tun wollen und von ihrem Urlaub bzw. Kurztrip erwarten.

Als zukünftigen Auftrag an die Tourist-Info bedeutet dies, diesen Prozess zu unterstützen und auszubauen, die Digitalisierung des touristischen Angebotes vor Ort voranzutreiben und dafür zu sorgen, dass diese Informationen auch dort abgerufen werden können, wo der Gast nach ihnen sucht – mobil vor Ort, aber auch zuhause auf der Couch soll dies möglich sein.

Die Transformation hin zu einer modernen, digitalisierten und dienstleistungsorientierten Tourist-Info ist sehr facettenreich und wird nicht von heute auf morgen geschehen, es sollte jedoch mit folgenden Punkten beginnen.

- a. **Wichtig ist es, im Zeitalter der voranschreitenden Digitalisierung die Definition und Priorisierung von Aufgaben einer modernen Tourist-Info neu zu fassen, zu erarbeiten und umzusetzen.**
- b. **In naher Zukunft muss die Präzisierung und Entwicklung eines Zielgruppenkonzeptes weiter vorangetrieben werden, nur auf dieser Basis lassen sich alle weiteren Planungen und Events herausarbeiten.**
- c. **Die Organisationslogik ist von derjenigen einer Verwaltungseinheit hin zu einer stärker unternehmerisch ausgerichteten Logik zu verändern.**
- d. **Es wird ebenfalls eine überlegte räumliche Konzeption erfolgen müssen (einladender Lounge-Bereich mit digitalen und analogen Angeboten, gute und schnelle Sichtbarkeit im öffentlichen Bereich)**
- e. **Eine Besetzung der frei gewordenen Stelle in der Tourist-Info durch Fachpersonal, wie z. B. ein/e Tourismuskaufmann/frau oder Veranstaltungskaufmann/frau**
- f. **Unterstützung und Akzeptanz durch die kommunalpolitischen Gremien**

3. Tourist Info - Raumkonzept

3.1 Ist-Zustand

Die Tourist-Info befindet sich im Haus des Gastes, externalisiert von der Verwaltung. Als Örtlichkeit ist die Tourist-Info im Haus des Gastes im lokalen Bewusstsein verankert. Wichtig zu erwähnen ist, dass das Gebäude nicht barrierefrei ist. Hier ist ebenfalls ein Umdenken unsererseits erforderlich, weil die Gruppe der mobilitätsbehinderten Menschen in den kommenden Jahren gerade durch die Zwangsläufigkeit des demographischen Wandels wachsen wird. Die unter **Punkt 2.1.2** (Zielgruppen) genannten Ausführungen zu den Kaufkraftpotenzialen der „50plus“-Generation, machen zusätzlich deutlich, dass in der Schaffung entsprechender barrierefreier Angebote im Tourismus, nicht nur eine politische Aufgabe, sondern mindestens ebenso ein bisher noch wenig erschlossenes ökonomisches Potenzial für diese Zielgruppe liegt.

Nicht erst durch das Inkrafttreten des Behindertengleichstellungsgesetzes (BGG) sollte es ein durchgängiger Anspruch unsererseits sein, „...die gleichberechtigte Teilhabe von behinderten Menschen am Leben in der Gesellschaft zu gewährleisten ...“ (§1 BGG). Es soll dabei auf Barrierefreiheit besonderen Wert gelegt werden (§4 BGG).

(Quelle: Demografischer Wandel im Tourismus, Reuber, Paul und Wolkersdorfer, Günther)

Der räumliche Ist-Zustand wird in den nachfolgenden Bildern dargestellt:



Außenansicht Haus des Gastes: repräsentatives Gebäude, doch nicht barrierefrei, keine alternative Zugänglichkeit.



Eingangsbereich: kein oder nur kaum Tageslicht, beengte Raumverhältnisse



Tourist Info: Tageslicht durch Fensterfronten,



Separater Raum: ohne eigene spezifische Funktionalität, Lagerraum, eingerichteter Büroarbeitsplatz

3.2 Strategien- Weiterentwicklung - Visionen

Ende Mai 2018 trafen sich 250 Touristiker*innen in Hamburg, um im Rahmen des Destinationcamps 2018, Visionen Ideen und Lösungen für den Tourismus zu diskutieren.

Eine wichtige Frage, welche von den Touristikern gestellt wurde, war: „Wozu sollte ein Gast bei all der Digitalisierung noch die physische Tourist-Info vor Ort besuchen?“

Dieser Frage ging eine spannende Session zum Abschluss des Destinationcamps 2018 nach. Schnell war klar: Aller Wahrscheinlichkeit nach wird in einigen Jahren nicht mehr jeder Ort, jede Stadt eine eigene Tourist-Information brauchen. Die Destination aber braucht Begegnungsräume als emotionale Markenkontaktpunkte an zentralen Orten und POIs (Points of interest).

Die Tourist-Info unterliegt daher einer Transformation, von der Verwaltungs-TI wie wir sie kennen und die bei den vielen Städten und Gemeinden derzeit Standard ist, hin zu einem „Flagshipstore“. Wichtig dabei ist vor allem ein wesentlicher Wandel im Selbstverständnis der Tourist-Info:

„Der Gast geht nicht mehr in eine Tourist-Info, weil er etwas braucht, sondern weil er etwas bekommt. Die TI wird immer mehr zum Treffpunkt und Ort der Inspiration.“

Schaut man sich einmal um, wie andere starke Marken diesem Bedürfnis ihrer Community gerecht werden, kann man vieles davon auf den Tourismus übertragen. So braucht auch der Technologiekonzern Apple eigentlich keine physischen Stores, denn Apple-Kund*innen können alle denkbaren Services online abwickeln.

Das Erfolgsrezept klingt so simpel wie revolutionär: Interaktion. In den Stores gibt es keine klassischen Ladenregale oder Counter mehr. Stattdessen können Kund*innen die Produkte ausprobieren, sich mit anderen austauschen oder Fachleute zu speziellen Themen befragen. Auch die Tourist-Info der Zukunft könnte viel stärker ihrer Funktion als Treffpunkt, Interaktionsort und Inspirationsquelle gerecht werden.

Das hört sich alles noch sehr theoretisch an, wird aber über kurz oder lang der Weg sein, den es zu gehen gilt.

Im Rahmen des Destinationcamps wurde auch ein neues innovatives Konzept entworfen, was die Gestaltung und inhaltliche Ausrichtung einer TI vor dem Hintergrund dieser künftigen Entwicklungen neu denkt:

Das fängt bereits beim Namen an, der im besten Fall nun nicht mehr Tourist-Info lauten soll, denn eine Informationsstelle im klassischen Sinne, ist dort ja nicht mehr zu finden. Vielmehr muss die Bezeichnung dieser „Markenerlebniswelt“ lokale Besonderheiten aufgreifen und den Gast sofort auf die thematischen Schwerpunkte der Region aufmerksam machen. Das kann in einem Ort eben die „Genusswelt“ sein, in der anderen das „Active Center“ oder „Eventschmiede“, etc.

Tritt ein Gast in eine solche „Markenerlebniswelt“ ein, dann begrüßen ihn nicht Counter und Co., sondern ein einladender „Loungebereich“ mit „Showroom“, in dem vor allem die Inspiration im Mittelpunkt steht. Die inhaltliche Ausrichtung des Showrooms kann sehr unterschiedlich ausfallen. Beispielsweise können in einem Shopbereich regionale Produkte probiert und erworben werden. In Themeninseln werden die Highlights der Destination mithilfe modernster digitaler Technologien erlebbar gemacht: Warum nicht die Mountainbike-Strecke oder Wanderweg bereits vorab schon einmal durch die VR-Brille auf Schwierigkeitsgrad testen. Oder nicht zugängliche Orte durch 360-Grad-Videos begehbar machen. Wichtig ist dabei, nicht bei der bloßen Abbildung des Angebotes – vergleichbar mit den heutigen Flyersammlungen – stehen zu bleiben, sondern dem Gast Lust auf die Region zu machen und einen echten Mehrwert zu den bereits vorhandenen Informationen zu bieten.

Herzstück des Flagshipstores ist die „Local Genius Bar“. Hier werden alle Fragen kompetent und individuell beantwortet. Die TI-Mitarbeiter*innen werden zum „Local Genius“, die sich als weit mehr verstehen als eine Auskunftsstelle – sie sind, Impulsgeber und Berater. Die Beratung in der „Local Genius Bar“ setzt genau dort an, wo die Information im Internet aufhört: bei echten Problemen, individuellen Fragen und ganz

persönlichen Empfehlungen. Das alles soll auf Augenhöhe stattfinden, ohne künstliche Barrieren durch Counter oder Theke.

Vision Zukunft

Quelle: <https://www.destinationcamp.com/>

Einige Tourist-Infos haben diese räumlichen Konzepte und Aufteilungen erfolgreich umgesetzt. Anbei ein Bild der Tourist-Info Engelberg. Zugegebener Weise liegt diese Tourist-Info in der Schweiz, beherzigt aber vieles, was im Grunde genau an diesen neuen Konzepten anschließt und sich an erfolgreichen Marken orientiert.



Tourist-Info Spandau





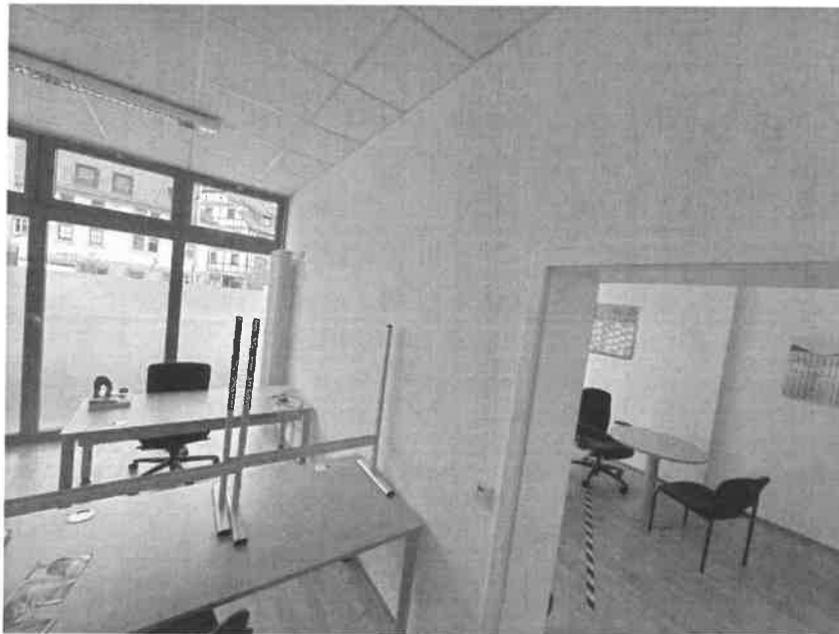
3.3 Fazit Raumsituation

Bauliche Situation Tourist-Info

Im Ergebnis bleibt festzustellen, dass die vorhandenen Räumlichkeiten im Haus des Gastes sich zukunftsorientiert nur eingeschränkt im Sinne der zuvor genannten Punkte als Tourist-Info nutzen lassen. Einer Modernisierung mit innovativen Konzepten stehen die verwinkelten Räume entgegen. Ferner sind keine nennenswerten Synergien erkennbar, was die Beibehaltung der Räumlichkeiten der Tourist-Info rechtfertigen würde. Die Korrelation Museum/Tourist-Info ist vorhanden, kann aber durch andere Konzeptionierungen wie z. B. die Einrichtung der Bücherei in der derzeitigen TI, zum Teil kompensiert werden. Die potentielle räumliche Änderung könnte auch zu neuen Impulsen und Anregungen in Hinblick auf die Belegung des Haus des Gastes, mit weiteren und wechselnden Angeboten, führen.

Räumlichkeiten im Erdgeschoss des Rathauses

Die Räumlichkeiten im Erdgeschoss des Rathauses würden sich sehr gut als Tourist-Info eignen. Es handelt sich um zwei mit Zwischentür getrennte Büroräume, die eine direkte Sichtverbindung auf den freien Platz nach draußen über bodenhohe Fenster zulassen. Eine Einteilung in einen Showroom mit „Loungebereich“ und eine „Local Genius Bar“ ließe sich leicht realisieren (in diesem Zusammenhang ist die analytische Differenzierung wichtig, nicht deren Bezeichnungen). Der sogenannte Showroom mit Multimedia Ausstattung könnte auch außerhalb der Öffnungszeiten zugänglich sein, um sich als Gast erste Informationen zu besorgen.



Synergieeffekte:

Als Synergieeffekte der potentiellen neuen Räumlichkeiten sind die kurzen Wege zwischen Verwaltung, Bürgermeister und der Tourist-Info sowie das generell hohe Aufkommen an Gästen, allein durch die Besucher*innen der Kaffeemanufaktur zu nennen. Vorteilhaft erweist sich die Barrierefreiheit, die Öffnung hin zum Freien Platz könnte durch den Einbau von Türen realisiert werden.



Ist-Zustand Bücherei

Die städtische Bücherei befindet sich gegenwärtig in einem Raum in der Kaffeemanufaktur im Rathaus. Hierzu besteht ein Dienstleistungsvertrag zwischen Magistrat und Kaffeemanufaktur, der bis Ende 2023 läuft. Räumlich ist die Bücherei zunehmend beengt; während der Saalfastnachten ist die Kinderbücherei stets auszuräumen.

Im Oktober 2023 war Herr Alexander Budjan, Leiter der Hessische Fachstelle für Öffentliche Bibliotheken, in Hirschhorn zu Gast. Er hat sich die Räumlichkeiten angesehen, mit der Mitarbeiterin der Bücherei und dem Bürgermeister gesprochen und auf die (Förder-)Angebote hingewiesen. Die Frist für die Antragseinreichung endet im Februar 2024, gefördert werden Baumaßnahmen, Einrichtungskosten, EDV-Anschaffung und Medien. Die Mindestausgaben müssen € 15.000 betragen, gefördert werden 50% der Kosten.

Kriterien zur Förderung Öffentlicher Bibliotheken und Büchereien:

Bestand:	mindestens 5.000 aktuelle Medien und zusätzlich digitale Angebote
Raum:	30 qm je 1.000 ME, (zentral gelegen und funktionsgerecht)
Personal:	Hauptamtlich fachliche Leitung und ausreichende Personalausstattung (Minijob grundsätzlich möglich)
Öffnungszeiten:	15 Stunden/Woche erwünscht

Ist-Zustand Museum

Das Langbein Museum befindet sich im 1. OG des Haus des Gastes. Das Museum ist nicht barrierefrei. Der Museumsverein investiert viel Zeit und Engagement für das Museum, die Resonanz der Besucherinnen ist qualitativ positiv, quantitativ jedoch gering. Ebenfalls durch den Museumsverein genutzt und angeboten wird der „Mark Twain Raum“ im EG. Das Hauptinteresse des Museumsvereins liegt an der Aufrechterhaltung der Öffnungszeiten für das Museum.

Vergleich der Öffnungszeiten

Museum	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	Feiertage
Museum Heppenheim	-	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	-	14:00-17:00 Uhr	14:00-17:00 auf Vereinbarung	
Museum Weinheim	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	10:00-17:00	
Museum Dossenheim	jeden 3. Sonntag im Monat von 10:00-17:00 Uhr	-	-	-	-	-	-	
Museum Darmstadt	-	-	-	-	-	14:00 Uhr - 16:00 Uhr	14:00 Uhr - 16:00 Uhr	
Museum Seeheim	-	-	-	-	-	-	15:00 Uhr - 17:00 Uhr	
Museum Bickenbach	-	-	-	-	-	-	15:00 Uhr - 17:00 Uhr	
Museum Eberbach	-	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	-	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	
Museum Neckargemünd	-	-	-	-	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	11:00 Uhr - 17:00 Uhr	
Museum Neckarsteinach	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	Januar&Februar geschlossen
Museum WaMiBa	-	-	-	-	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	11:00 Uhr - 18:00 Uhr	Nur von April bis Oktober
Museum Grasellenbach	nach Vereinbarung	-	-	-	-	-	-	
Museum Zwingenberg	-	-	-	-	-	-	14:30 Uhr - 17:30 Uhr	
Museum Lindenfels	-	-	-	-	-	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	Nur von April bis Oktober
Museum Viernheim	-	-	-	-	-	-	14:00 Uhr - 17:00 Uhr	
Museum Biblis	-	-	-	-	-	-	1. und 3. Sonntag im Monat 10:00 Uhr - 12:00 Uhr	

Interpretation der Öffnungszeiten

Es wird ersichtlich, dass wir mit der Kopplung der Öffnungszeiten an die Öffnungszeiten der Tourist-Info im Vergleich zu anderen Museen überdurchschnittlich sind.

Keine Förderhindernisse erkennbar

Aus dem Förderbescheid, welcher der Stadt vorliegt, ist nicht zu entnehmen, dass Förderungen an die Öffnungszeiten gekoppelt sind. Zudem sollte eine Einschränkung der Öffnungszeiten auch nicht zwingend notwendig sein, diese könnten wie bisher an die Öffnungszeiten der Tourist-Info geknüpft bleiben. Es müssten hingegen bspw. organisatorische Maßnahmen durch technische Maßnahmen ersetzt werden. Das dies funktionieren kann, wird jeder Besucher des Elfenbeinmuseums in Erbach bescheinigen können. Die Tickets werden im Laden gegenüber erworben. Der Zugang erfolgt dann über Barcode Scanner und die Führung mittels Audioguide.

Im Förderbescheid zum Umbau des Hauses des Gastes steht unter dem Punkt „Ergänzende Auflagen“ Ziffer 1:

„Träger und Betreiber der geförderten Tourismusinfrastruktureinrichtung haben dafür Sorge zu tragen, dass die geförderte öffentliche Infrastruktureinrichtung ab Fertigstellung mindestens 15 Jahre touristischen Zwecken dient. Eine vorzeitige anderweitige Nutzung bedarf der schriftlichen Zustimmung...“ Weitere Auflagen hinsichtlich der Nutzung sind nicht bekannt.

3.4 Konkrete Maßnahmen hieraus:

- a. Tourist-Info zukünftig in den beiden Räumen im Erdgeschoss des Rathauses betreiben, ein Raum auch außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist-Info für Besucher erlebbar machen (Showroom, Lounge).
- b. Zugang auch von außen über die Treppe ermöglichen. Einbau von Türen notwendig. Vermitteln des Eindrucks eines offenen Hauses.
- c. Nutzung von Synergien der kurzen Wege im Rathaus und des ohnehin gut besuchten Cafes, ferner ist Barrierefreiheit gegeben.
- d. Verlegung der Bücherei in die bisherigen Räumlichkeiten der Tourist-Info. In der Durchführung wird hier ebenfalls eine Transformation hin zu einer moderneren und digitalen Bücherei notwendig werden. Dies bedeutet eine Reduzierung von analogen Medien hin zu mehr digitalen Medien. Hierzu gibt es Fördermöglichkeiten aus Landesmitteln.
- e. Kündigung des Mietvertrages mit der SRH.

4. Personelle Voraussetzungen

Die Tourist-Info ist laut Stellenplan mit einer Stelle im Umfang von 39 Stunden/Woche und einer Stelle im Umfang von 15 Stunden/Woche im Stellenplan im THH 10 (Tourismus) ausgewiesen. Dies entspricht 1,38 Vollzeitstellenäquivalenten.

Vision: Die TI der Zukunft braucht andere Mitarbeiter*innen

*Damit wird deutlich: Die Tourist-Information ist auch in Zeiten der Digitalisierung nicht überflüssig. Sie muss nur anders gedacht werden. Damit dies gelingt, braucht sie auch künftig noch gute Mitarbeiter*innen – allerdings Mitarbeiter*innen mit anderen Kompetenzen als wir sie heute noch oft in den Informationsstellen vieler Orte finden. Für den Flagshipstore der Zukunft sind begeisterte Markenbotschafter*innen gesucht, die offen und kommunikativ sind, eine hohe Produktkompetenz haben und damit auch individuelle Geheimtipps an die Gäste weitergeben können. Dafür zählt weniger die fachliche Ausbildung als vielmehr die Leidenschaft für die Destination selbst.*

Quelle: Destination Camp Hamburg (Treffen von 250 Touristikern) Visionen einer TI in der Zukunft

Personalkonzeption Tourist-Info

Unter Beachtung der beiden Hauptzielgruppen von Tourismus in Hirschhorn wurde folgende Personalkonzeption erarbeitet:

Kernaufgaben

- a. Touristische und kulturelle (Weiter-) Entwicklung der Stadt Hirschhornunter Einbeziehung bestehender und neuer Konzepte
- b. Innovative Weiterentwicklung der Tourist-Info mit Sicherstellung der Servicequalität
- c. Information und Beratung von Gästen
- d. Digitalisierung der touristischen Angebote
- e. Planung, Durchführung und Nachbereitung von eigenen Veranstaltungen und Events sowie Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen anderer Institutionen wie Vereine und Verbände.

- f. Verkauf von Werbeartikeln und Veranstaltungskarten
- g. Vertrauensvolle Zusammenarbeit und Kommunikation mit kommunalen Gremien, Institutionen und Partnern

Erforderliche Kompetenzen

- a. Ausbildung zum/zur staatlich geprüften Tourismuskaufmann/-frau, Ausbildung zum/zur staatlich geprüften Veranstaltungskaufmann/-frau oder vergleichbare Ausbildung mit einschlägiger Berufserfahrung im Bereich Tourismus
- b. Bereitschaft zum Einsatz auch außerhalb der regulären Arbeitszeit
- c. Umfassende Kenntnisse in der Informationstechnik und Anwendung der gängigen Office-Programme
- d. Erfahrung im Projekt- oder Eventmanagement in den Bereichen Tourismus, Eventmarketing oder Künstlermanagement
- e. Kommunikative, freundliche und engagierte Persönlichkeit
- f. Eigenständige und gewissenhafte Arbeitsweise

Entwurf des Ausschreibungstextes für die Stelle in der Tourist-Info (Langversion):

Die Stadt Hirschhorn mit ihren 3.450 Einwohnern will ihre Stärke als touristischen Standort weiterentwickeln, um die Anziehungskraft zwischen den Metropolregionen Rhein-Neckar und Rhein-Main, auszubauen. Sie ist ein attraktiver Ort zum Leben und Arbeiten – modern, offen, traditionsbewusst.

Eingebettet in den Geo-Naturpark finden unsere Besucher eine reizvolle Landschaft die zum Wandern und Radfahren einlädt. Ein umfangreiches Angebot an Stadt(ver)führungen, mit unseren zertifizierten Gästeführern, informiert über die erstaunliche historische Vergangenheit. Wer gerne feiert, ist bei uns ebenfalls genau richtig. Klassik- und Rockkonzerte, Feste und Ausstellungen. Für jeden ist das richtige Event dabei.

Für den kreativen Austausch und die Beratung von Gästen und die Eventplanung sucht die Stadt Hirschhorn für die Tourist-Info zum nächstmöglichen Zeitpunkt ein / eine



Sachbearbeiter/in (m/w/d) für die Tourist-Information

in Vollzeit, vollzeitnaher Teilzeit oder in Teilzeit

DAS AUFGABENGEBIET UMFASST IM WESENTLICHEN FOLGENDE BEREICHE:

- Touristische und kulturelle (Weiter-) Entwicklung der Stadt Hirschhorn unter Einbeziehung bestehender und neuer Konzepte
- Innovative Weiterentwicklung der Tourist-Info mit Sicherstellung der Servicequalität
- Information und Beratung von Gästen
- Digitalisierung der touristischen Angebote
- Planung, Durchführung und Nachbereitung von eigenen Veranstaltungen und Events sowie Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen anderer Institutionen wie Vereine und Verbände.
- Verkauf von Werbeartikeln und Veranstaltungskarten
- Vertrauensvolle Zusammenarbeit und Kommunikation mit kommunalen Gremien, Institutionen und Partnern

IHR PROFIL

- Ausbildung zum/zur staatlich geprüften Tourismuskaufmann/-frau, Ausbildung zum/zur staatlich geprüften Verkaufskaufmann/-frau oder vergleichbare Ausbildung mit einschlägiger Berufserfahrung im Bereich Tourismus
- Bereitschaft zum Einsatz auch außerhalb der regulären Arbeitszeit
- Umfassende Kenntnisse in der Informationstechnik und Anwendung der gängigen Office-Programme
- Erfahrung im Projekt- oder Eventmanagement in den Bereichen Tourismus, Eventmarketing oder Künstlermanagement
- Kommunikative, freundliche und engagierte Persönlichkeit
- Eigenständige und gewissenhafte Arbeitsweise

WIR BIETEN

- Tätigkeit in einem engagierten, motivierten Team
- Zukunfts- und krisensicherer Arbeitsplatz
- Leistungsorientierte Bezahlung, Jahressonderzahlung, vermögenswirksame Leistungen, betriebliche Zusatzversorgung (ZVK) nach den Regelungen des TVöD
- Gute Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Flexible, familienfreundliche Arbeitszeitmodelle
- Job-Ticket in Form des Deutschlandtickets

Die Aufzählungen sind nicht abschließend. Änderungen des Aufgabengebietes sind möglich.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Falls ja, senden Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung bitte bis zum ??? an den

Magistrat der Stadt Hirschhorn
Hauptstraße 17
69434 Hirschhorn

oder per E-Mail in einer PDF-Datei an personalamt@hirschhorn.de

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Die Bewerbungsunterlagen werden nicht zurückgesandt, wir bevorzugen daher Bewerbungen als PDF-Datei per Mail (max. 10 MB). Bitte fügen Sie keine Originale und Bewerbungsmappen vor. Mit der Abgabe der Bewerbung willigt die Bewerberin/der Bewerber in eine Speicherung der personenbezogenen Daten während des Bewerbungsverfahrens ein. Ein Widerruf dieser Einwilligung ist möglich. Ihre Bewerbungsunterlagen werden nach Abschluss des Bewerbungsverfahrens gelöscht, bzw. vernichtet.

5. Zusammenfassend können sich aus den Punkten 2-4 folgende Realisierungsmöglichkeiten und Strategien der Tourismus-Neukonzeption ableiten lassen:

Lfd. Nr.	Maßnahme	Umsetzung	Mittel (geschätzt)
	Inhaltliche Konzeption und Zielgruppendefinition		
1	Gründung einer Steuerungsgruppe zur zielgerichteten und transparenten Bearbeitung der Herausforderungen im Zuge der Neuausrichtung des Tourismus in Hirschhorn TN: 1 Stadtverordnete*r/Fraktion, 1 Magistratsmitglied/Fraktion, Verwaltungsmitglieder, ggf. weitere Stakeholder	2024	Nein
2	Präzisierung und Entwicklung eines Zielgruppenkonzeptes, nur auf dieser Basis lassen sich alle weiteren Planungen und Events herausarbeiten.	2024	Nein
3	Im Zeitalter der voranschreitenden Digitalisierung die Definition und Priorisierung von Aufgaben einer modernen Tourist-Info neu zu fassen, zu erarbeiten und umzusetzen.	2024	Nein
4	Gestaltungskonzept für die beiden Räumen im EG des Rathauses	2024	Nein
	Räumliche Konzeption		
5	Tourist-Info zukünftig in den beiden Räumen im Erdgeschoss des Rathauses unterbringen, ein Raum auch außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist-Info erlebbar Zunächst 2024 Mittel für Renovierung und Umzug der Räume parallel oder 2025 Mittel für Beginn Digitalisierung, Beschaffung von Möbeln	2024-2025	2024 3.000 € 2025 12.500 €
6	Zugang auch von außen über die Treppe ermöglichen. Einbau von Türen notwendig.	2025	5.000 €
7	Nutzung von Synergien der kurzen Wege im Rathaus und des ohnehin gut besuchten „Cafes“, ferner ist Barrierefreiheit gegeben.	2024	Nein
8	Verlegung der Bücherei in die bisherigen Räumlichkeiten der Tourist-Info. In der Durchführung wird hier ebenfalls eine Transformation hin zu einer moderneren und digitalen Bücherei notwendig werden. Dies bedeutet eine Reduzierung von analogen Medien hin zu mehr digitalen Medien. Hierzu gibt es Fördermöglichkeiten aus Landesmitteln.	2024 2025	1.500 € 5.000 €
9	Ideensammlung: Belebung des Haus des Gastes durch Vereine, Aktionen, etc.	2024	Nein
	Politische Rückendeckung		

10	Kündigung des Mietvertrages für die beiden Räume im Erdgeschoss mit der SRH. Wegfall der Monatsmiete in Höhe von 500 € (6.000 €/Jahr).	2024	-6.000€
11	Bereitstellung eines Budgets in Höhe von 2.500 € für das HH-Jahr 2024 für einen Entwicklungsworkshop Stadtmarketing (Branding) – Durchführung des Workshops nach Besetzung der Stelle in der TI	2024	2.500 €

Beschlussvorschlag :

1. Der Stadtverordnetenversammlung wird empfohlen, die Verwaltung zu beauftragen, die Neuausrichtung des Tourismus in Hirschhorn wie unter Ziffer 5 Nr. 1-11, umzusetzen.
2. Für die Herrichtung der Räumlichkeiten im Erdgeschoss des Rathauses und den Umzug der Bücherei in die Räumlichkeiten der Tourist-Info, werden für das Haushaltsjahr 2024 Mittel in Höhe von 4.500 € bereitgestellt.
3. Für die Erstellung eines Entwicklungskonzepts im Rahmen eines Workshops „Stadtmarketing“ sollen für das Haushaltsjahr 2024 Mittel in Höhe von 2.500 € bereitgestellt werden.
4. Die Mitglieder des Workshops sollen neben einer professionellen Leitung aus Vertretern der Verwaltung sowie der Stadtverordnetenversammlung bestehen.
5. Die Kündigung der vermieteten Räumlichkeiten im Erdgeschoss an die SRH soll zum nächstmöglichen Zeitpunkt erfolgen (voraussichtlich August 2024).

	Abteilung F	Stadtkasse	Abteilung H	Abteilung B	Abteilung O	Tourist Info
ges.: Bgm	Datum Handz.					