

PROTOKOLL

DIALOGVERANSTALTUNG MELSUNGEN 2040

Touristischer Hotspot im Melsunger Land?

13. März 2019

15.00 Uhr

CENTRINUM Altstadt-Hotel

I. Ablauf und Begrüßung

Herr Haensch eröffnet die Dialogveranstaltung „Touristischer Hotspot im Melsunger Land?“ und begrüßt die insgesamt 14 Teilnehmer (siehe Teilnehmerliste).

Als Input und Grundlage zur Diskussion hält Herr Haensch eine Präsentation zur Bedeutung, Funktion und Entwicklungsmöglichkeiten Melsungens als touristische Destination. Die Präsentation gliedert sich in drei Teile: Einleitend wird der Ist-Zustand des Tourismus in Melsungen anhand von Daten und Fakten sowie Ergebnissen der Bürgerbefragung Melsungen 2040 zu touristischen Qualitäten präsentiert. Darauf aufbauend folgt die Vorstellung eines touristischen Profils für Melsungen 2040. Untermuert wird dieses Profil im dritten Teil mit Ideen und Vorschlägen zur touristischen Weiterentwicklung.

Nach jedem der drei Abschnitte erfolgt eine Diskussion gemeinsam mit den Teilnehmern.

II. Diskussion Teil 1: INPUT – Daten, Fakten und das Meinungsbild der Bürger

Nach Vorstellung der Daten und Fakten zur touristischen Einordnung Melsungens sowie des Meinungsbildes der Bürgerinnen und Bürger haben die Teilnehmer die Möglichkeit, in Kurzstatements ihre Einschätzung zu den soeben vorgestellten Informationen zu äußern. Die wesentlichen Erkenntnisse sind:

- Das Fachwerk wird als Qualitätsmerkmal gewürdigt, die Teilnehmer rechnen diesem jedoch eine unterschiedliche touristische Anziehungskraft zu. Während einige Teilnehmer argumentieren, dass es in der Region schönere Fachwerkstädte gibt, betonen andere die Einzigartigkeit des zusammenhängenden Ensembles. Nach Erfahrungen eines Stadtführers der Stadt Melsungen kommen viele Besucher gezielt aufgrund dieser städtebaulichen Qualitäten nach Melsungen.
- Bisher ungenutztes Potenzial sehen die Teilnehmer in der Lage der Stadt und insbesondere der Innenstadt an der Fulda. Bisher ist der Fluss kaum erfahrbar. Durch die Entwicklung am Sand wird hier zwar ein attraktives Angebot geschaffen, es bestehen jedoch weitere Potenziale hinsichtlich der Schaffung von Naturerfahrungsmöglichkeiten.
- Früher hatte Melsungen als Luftkurort zudem eine besondere Anziehungskraft. Einige der den Kuren zugeführten Wege und Gebäude existieren noch heute.
- Das geteilte Meinungsbild hinsichtlich des gastronomischen Angebotes in der Innenstadt, wie es in den Ergebnissen der Bürgerbefragung deutlich wird, spiegelt sich auch unter den Teilnehmern

wider. Während einige das Angebot attraktiv finden, ist die Gastronomie für die Mehrheit jedoch maximal mittelklassig. Es wird kritisiert, dass gehobene Gastronomie sowie auch Ausgehmöglichkeiten fehlen. In diesem Zusammenhang wird angemerkt, dass in den vergangenen Jahren einige gastronomische Betriebe (u.a. ein Sternebetrieb und das Haus am Fluss) weggefallen sind. Es werden Bedenken geäußert, dass Melsungen (wie auch anderen Städten der Größenordnung) zukünftig ein weiterer Wegfall gastronomischer Betriebe bevorsteht.

- Hinsichtlich des Übernachtungsangebots werden die erheblichen Auslastungsunterschiede im Jahresverlauf angesprochen. Während Beherbergungsbetriebe im Sommer regelmäßig ausgebucht sind und Touristen auf umliegende Orte ausweichen müssen, sind die Wintermonate deutlich ruhiger. Dies erschwert eine adäquate Bedarfsabschätzung.
- Kritisiert werden zudem die Rad- und Wanderwege. Zum einen wird bemängelt, dass entlang der Rad- und Wanderwege weder bewirtschaftete Einkehrmöglichkeiten noch Rastmöglichkeiten vorhanden sind. Zum anderen wird angeführt, dass Radwanderer teilweise (bspw. vom Bahnhof kommend) an der Innenstadt Melsungen vorbeigeführt werden.
- Zusammenfassend lautet das einheitliche Fazit, dass die Basis für eine touristisch attraktive Destination gegeben ist, hier jedoch Nachholbedarfe bestehen.

III. Diskussion Teil 2: Touristisches Profil Melsungen 2040

Als touristisches Profil für Melsungen 2040 wird die Kombination aus der Stärkung der Basis des Tourismus, welche sich aus den Qualitäten der Region (Melsunger Land und Grimmheimat Nordhessen) mit dem Motto „Kultur entdecken und Natur erleben“ zusammensetzt, und der Entwicklung einer Spezialisierung in Form eines Alleinstellungsmerkmals in der Region empfohlen. Ausgehend von vorhandenen Anknüpfungspunkten aus dem medizinischen und gesundheitlichen Bereich wird eine touristische Spezialisierung unter dem Thema „Faszination Gesundheit“ vorgestellt.

Die Teilnehmer haben im Anschluss die Möglichkeit, den Vorschlag des touristischen Profils für Melsungen 2040 zu kommentieren. Es herrscht Konsens, dass sich die Basis aus Natur und Kultur zusammensetzt und dieser Ansatz einer weiteren Stärkung und Ausarbeitung bedarf. Eine touristische Spezialisierung unter dem Thema „Faszination Gesundheit“ wird grundsätzlich als passender und interessanter Ansatz für Melsungen angenommen. Es werden die nachfolgenden Anmerkungen beigetragen:

- Unter dem Thema Gesundheit können touristische Angebote geschaffen werden, die eine Spezialisierung ermöglichen, aber gleichzeitig die Basis (Natur + Kultur) aufgreifen, sodass sich ein stimmiges Gesamtbild ergibt.
- Die Region Nordhessen vermarktet sich u.a. als Gesundheitsregion Nordhessen. Innerhalb der Region gibt es einige Orte, die sich touristisch auf Gesundheit ausrichten, dies sind jedoch vorwiegend Kurorte (bspw. Bad Bildungen). Nordhessen ist jedoch auch Standort mehrerer Unternehmen im Bereich Medizintechnik, eine touristische Vermarktung dieser Qualitäten ist bisher nicht gegeben und würde sich in Melsungen als Standort der Firma B.Braun anbieten. Diese touristische Profilierung würde sich demnach auch in die Region einfügen und diese unterstützen.
- Weiterer Anknüpfungspunkt ist das Spezialitätenfestival „Nordhessen Geschmackvoll“. Hier wird ausschließlich „slow food“ angeboten, was eine Verbindung zum Thema „Gesunde Ernährung“ schafft.

IV. Diskussion Teil 3: Ideen und Vorschläge

Die Ideen und Vorschläge zur touristischen Weiterentwicklung Melsungens entsprechend des zuvor diskutierten Profils stammen aus den nachfolgenden vier Bereichen:

- Faszination Gesundheit
- Natur erleben und Kultur entdecken
- Hotellerie und Gastronomie
- Marketing und Organisation

Faszination Gesundheit:

Hinsichtlich der Umsetzung der Spezialisierung „Faszination Gesundheit“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert und angemerkt:

- Ein Museum bzw. eine Erlebniswelt zum Thema Gesundheit in moderner Konzeption unter der Verbindung von Infotainment und Edutainment wird als passender und attraktiver touristischer Anziehungspunkt gesehen. Zum einen ist Gesundheit ein interessantes Thema, welches sich aus der Stadt(-geschichte) ableitet und ausreichend „Masse“ bietet, zum anderen befindet sich in Melsungen derzeit kein attraktives, modernes Museum.
- Es wird betont, dass es sich bei einem solchen Museum bzw. Erlebniswelt nicht um ein reines Museum zur Geschichte der Fa. B.Braun Museum handeln sollte. Medizintechnik und Unternehmensgeschichte im Zusammenspiel mit Stadtgeschichte können ein Baustein dieses Museums bilden, jedoch sollten auch andere Unternehmen und Angebote aus dem Gesundheitsbereich mit einbezogen werden sowie das Thema Gesundheit umfassend behandelt werden.
- Es wird angemerkt, dass es bei Projekten dieser Größenordnung wichtig ist, dass die Politik dieses Projekt trägt und gänzlich hinter einem solchen Vorhaben steht und dieses vorantreibt.
- Als Reaktion auf den Anstieg psychischer Erkrankungen (u.a. Erschöpfung, Burn-Out, etc.) plant die Grimmheimat Nordhessen Projekte unter dem Motto „Entschleunigung durch Digitalisierung“. Ziel ist hierbei die Verbindung von Innovation und Regeneration. Mit der Fa. B.Braun als innovativem Unternehmen wäre Melsungen ein idealer Standort für entsprechende Projekte.
- Es wird beigetragen, dass es in Melsungen mehrere Initiativen und Akteure gibt, die das Thema Gesundheit ergänzend zur Erlebniswelt / Museum bespielen könnten und würden.

Natur erleben und Kultur entdecken:

Hinsichtlich des Vorschlags einer „Qualitätsoffensive Wanderwege“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- Für die Teilnehmer sind attraktive Wanderwege eine Pflichtsache. Es wird jedoch angemerkt, dass in Melsungen vor einer tatsächlichen Qualifizierung das Thema der Pflege und Instandhaltung behandelt werden muss.
- Für den Erhalt und die kontinuierliche Pflege bestehender Wanderwege einschließlich Schutzhütten etc. müssen entsprechende Mittel im Haushalt eingeplant werden, was bisher noch nicht geschieht. Der Pflege, Unterhaltung und Sauberkeit von Wanderwegen werden derzeit von Seiten der Politik nach Ansicht mehrerer Teilnehmer zu wenig Bedeutung beigemessen.
- Es wird kritisiert, dass entlang der Wanderwege keine Einkehrmöglichkeiten gegeben sind. Falls diese wirtschaftlich nicht tragbar sind, wäre die Schaffung von Wanderhütten eine Alternative. Als Beispiel wird hier eine Wanderhütte aus Spangenberg angeführt, die für jedermann offen ist und sich durch die „soziale Kontrolle“ der Dorfbewohner durchweg in einem guten Zustand befindet.
- Derzeit bestehen Planungen, den Ars Natura Rundweg in Melsungen aufzuwerten; auch hier muss die kontinuierliche Pflege geregelt werden.
- Als kompliziert gestaltet sich zudem, dass Wanderwege in der Regel Gemeindegrenzen überschreiten und entsprechende Absprachen zur Instandhaltung und Qualifizierung mit den umliegenden Kommunen getroffen werden müssen.
- Es wird darauf hingewiesen, dass nicht mehr nur noch die klassischen Qualitätsmerkmale wie Beschreibung, Wegeführung und Beschaffenheit einen attraktiven Wanderweg ausmachen. In Zeiten von Social Media steigern Instagram-taugliche fotografische Hotspots etc. die Attraktivität eines Wanderweges und generell touristischer Angebote.

Hinsichtlich der Idee eines „Naturerlebnisparks“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- Die Teilnehmer wünschen sich ein Angebot im Freiraum mit (regionaler) Anziehungskraft und befürworten die Idee eines Naturerlebnisparks
- Für einen Baumwipfelpfad wird das bestehende Angebot in der Region und damit die Konkurrenz als zu groß eingeschätzt.
- Insgesamt sehen die Teilnehmer insbesondere Potenzial, am Fuldaufer weitere Naturerlebnisse zu schaffen. Mit der Entwicklung am Sand wird das Ufer im direkten Innenstadtbereich entwickelt,

sowohl nördlich wie auch südlich davon und auf der gegenüberliegenden Flussseite wären weitere Angebote denkbar. Hier ergibt sich die Chance, ein „Erlebnisband an der Fulda“ zu entwickeln.

- Die Idee eines Fuldabades und einer Surf-Welle nach Münchener Vorbild stoßen auf Interesse. Hinsichtlich eines Fuldabades werden Bedenken deutlich, dass damit eine zu große Konkurrenz für das Waldschwimmbad geschaffen wird. Die Surf-Welle erscheint einigen Teilnehmern „zu groß“ für Melsungen. Zudem muss für beide Projekte zunächst die Wasserqualität der Fulda und eine technische Umsetzbarkeit geprüft werden.
- Unter den Teilnehmern herrscht Konsens, dass die Möglichkeiten des Kanufahrens und der Floßfahrten sehr attraktiv sind, gut angenommen werden und über einen Ausbau bzw. eine Ausweitung dieses Angebotes nachgedacht werden sollte. Bisher sind Floßfahrten lediglich Flussaufwärts zwischen Melsungen und Morschen möglich. Mit Verweis auf die teilweise nur geringe Tiefe der Fulda wird angeregt zu prüfen, inwiefern dies auch flussabwärts angeboten werden konnte. Mit der Entwicklung des Sands entstehen hier zudem zwei Kanu-Anlegestellen.
- Als weiterer Standort für mögliche Angebote im Freien wird das Grasbahngelände genannt. Dieses wird nur an einigen wenigen Tagen im Jahr für Veranstaltungen genutzt (u.a. Melsunger Wies'n, Motorsport-Weekend).

Hotellerie und Gastronomie:

Schwerpunkt der Diskussion um Hotellerie und Gastronomie ist die Frage, welche Angebote aus dem Bestand heraus entstehen können. Ein weiteres Hotel der Größenordnung wie das Ibis-Hotel wird für die bestehenden inhabergeführten Betriebe mit Verweis auf die teilweise wirtschaftlich schwierigen Wintermonate kritisch gesehen. In diesem Zusammenhang wird erläutert, dass es durchaus Pensionsbetreiber in Melsungen gibt, die gerne erweitern würden.

Zudem wird über ein Projekt in Anlehnung an die nordhessische Spezialität „Ahle Wurst“ diskutiert, welches schon seit mehreren Jahren in Melsungen angedacht ist. Ein in Melsungen ansässiger Metzger und Hersteller der „Ahle Wurst“ benötigt eine neue Produktionsstätte und hätte Interesse, in der alten Produktionsstätte in der Melsunger Innenstadt ein Erlebnishaus „Ahle Wurst“ zu errichten. Ein solches Projekt wird von den Teilnehmern als Gewinn für Melsungen und Besuchermagnet bewertet. Für die Realisierung werden Standort, Investor, Betreiber sowie die Unterstützung der Kommune benötigt.

Hinsichtlich des Vorschlags einer „Qualitätsoffensive Privatunterkünfte / Pensionen“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- Es wird angemerkt, dass Melsungen die meisten qualifizierten Unterkünfte in der Region aufweist. Dennoch herrscht Konsens, dass einige der Unterkünfte in Melsungen nicht mehr den Qualitätsstandards entsprechen.
- Kritisch hinterfragt wird, inwiefern und mit welchen Mitteln Betreiber motiviert werden könnten, in ihre Betriebe zu investieren.

Hinsichtlich des Vorschlags eines „Albergo Diffuso für Melsungen“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- Das Konzept des organisatorischen Zusammenschlusses in der Innenstadt verteilter Unterkünfte können sich die Teilnehmer auch für Melsungen vorstellen.
- Ein ähnliches Projekt wird in der Grimmheimat unter dem Namen „Märchenstuben“ verfolgt. Hierbei werden regionaltypische Ferienwohnungen (bspw. in Fachwerk) gefördert. Um eine solche „Märchenstube“ zu werden müssen bestimmte Qualitätsstandards erfüllt werden.

Hinsichtlich des Vorschlags einer „Jugendherberge“ werden die nachfolgenden Punkte angemerkt:

- Seit den 1950er Jahren gab es in Melsungen eine Jugendherberge. Nachdem bestimmte Auflagen nicht mehr erfüllt werden konnten, wurde die Jugendherberge Mitte 2012 geschlossen; damit einher ging ein deutlicher Einbruch der Übernachtungszahlen in der Stadt (ca. 13.000 Übernachtungen).
- Die Teilnehmer befürworten die Errichtung einer neuen Jugendherberge, um Melsungen auch für junge Leute attraktiv zu machen. Dies ist derzeit ein aktuelles Thema beim Melsunger Land e.V.

Hinsichtlich des Vorschlags einer „Gastronomie im Elektrizitätswerk“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- Eine gastronomische Nutzung des Elektrizitätswerks wird von nahezu allen Teilnehmern befürwortet. Die exponierte Lage und die Attraktivität des Gebäudes werden als touristisch wertvoll angesehen, sodass eine intensivere Nutzung als derzeit durch das Heimatmuseum gegeben ist angestrebt werden sollte.
- Es wird vorgeschlagen, für das Heimatmuseum einen Alternativstandort zu finden. In diesem Zusammenhang wird angemerkt, dass für das Heimatmuseum ein Fachwerkgebäude passender wäre als das Elektrizitätswerk. Vielfach wurde von Besuchern der Stadt kritisiert, dass es in Melsungen keine Möglichkeit gibt, Fachwerk von innen zu sehen und zu erleben. Durch eine entsprechende Neuaufstellung könnte dies im Heimatmuseum geboten werden.

Zum Abschluss des Blocks Gastronomie und Hotellerie erläutert eine Teilnehmerin ein von ihr geplantes touristisches Projekt. In Anlehnung an die „Einladenden Gärten“ beabsichtigt sie in ihrem privaten Garten die Errichtung eines „Tiny House“ - einer kleinen, schlichten und naturnahen Unterkunft für zwei Personen. Unter den Teilnehmern entsteht die Idee, dieses Projekt auf die Ortsteile auszuweiten – ggf. finden sich weitere Interessenten für derartige Unterkünfte.

Marketing und Organisation:

Hinsichtlich des Vorschlags einer „Neuaufstellung der Touristen-Information“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- Die Touristen-Information befindet sich derzeit in einer unterschiedlich zu bewertenden Situation. Auf der einen Seite wird die Lage der Touristen-Info am Marktplatz wertgeschätzt. Realisiert werden konnte dies, indem sich die Touristen-Information und die Sparkasse die Räumlichkeiten teilen. Die Mietkosten werden von der Sparkasse und der Stadt Melsungen getragen. Die Touristen-Information schätzt die Lage und Kostenübernahme der Miete durch die Stadt Melsungen. Auf der anderen Seite ergeben sich aus der kombinierten Nutzung Nachteile. So wird erläutert, dass die Räumlichkeiten aufgrund der Sparkassenautomaten bis 23.00 Uhr zugänglich sind, wodurch es in Vergangenheit regelmäßig zu Vandalismus / Verschmutzung kam.
- Gerne würde sich die Touristen-Information in den Räumlichkeiten am Marktplatz größer und interessanter aufstellen, aufgrund des gemeinsamen Mietverhältnisses mit der Sparkasse ist dies jedoch derzeit nicht möglich.

Hinsichtlich des Vorschlags einer „Organisation Stadtmarketing Melsungen“ werden die nachfolgenden Punkte diskutiert:

- In der Bildung einer Stadtmarketingorganisationseinheit als Zusammenschluss von Tourismus, Citymanagement und Wirtschaftsförderung wird die Chance gesehen, Kompetenzen zu bündeln, Synergien zu schaffen und Zuständigkeiten zu regeln.
- Es wird betont, dass der Tourismus die öffentliche Hand als Unterstützung braucht. Mit einer schlagkräftigen Organisationseinheit für Melsungen wird auch die Chance gesehen, dem Tourismus zu einem höheren Stellenwert in Melsungen zu verhelfen.

Protokollführung: Luise Küpper (cima)