



I - Sport, Kultur, Touristik

Sachstand Umsetzung Tourismuskonzept

Gremium	Status	Datum	Beschlussqualität
Ausschuss für Sport, Freizeit und Kultur	Ö	25.11.2015	Kenntnisnahme

Das erstellte Tourismuskonzept beleuchtet die touristischen Rahmenbedingungen und Trends in Wipperfürth und liefert einen strategischen Handlungsrahmen, der die touristische Schwerpunktsetzung in den nächsten Jahren beschreibt. Mit Ratsbeschluss vom 28.04.2015 (siehe Vorlage vom 28.04.2015 TOP 1.5.5) wurde die Tourismusbeauftragte mit der Umsetzung des Strategiepapiers beauftragt.

Es wurde empfohlen, kurzfristig mit folgenden sieben Startprojekten zu beginnen:

1. Installation Arbeitskreis Tourismus
2. Touristische Ausschilderung an der Bahntrasse
3. 5-7 Wipperfürther Top-Produkte zusammenstellen
4. Top-Produkte in Print und Online bewerben und die Nahdistribution sicherstellen
5. Touristische Informationsstelle außerhalb der Öffnungszeiten des Rathauses in der Innenstadt sicherstellen (mindestens eine Prospektauslage)
6. Beteiligung an regionalen touristischen Arbeitskreisen (z. B. Trassentreffen)
7. Etablierung einer touristischen Wort- und Bildmarke (Corporate Design)

Für weiterführende Informationen zu den Ergebnissen des Tourismuskonzeptes wird auf die Vorlage vom 25.03.2015 (TOP 1.6.1) verwiesen.

Folgender Sachstand kann zu den einzelnen Startprojekten berichtet werden:

1. Installation AK Tourismus

Ein Arbeitskreis Tourismus wurde im Juni 2015 gegründet. Die 61 Mitglieder wurden gemeinsam mit Frau Stuntebeck vom Landhotel Napoleon ausgewählt. Am 23.06.2015 hat die konstituierende Sitzung stattgefunden. Hierbei wurden Frau Stuntebeck zur 1. Vorsitzenden und Herr Koppelberg (Hotel-Restaurant Koppelberg) zum 2. Vorsitzenden gewählt. Frau Körber übernimmt weiterhin die administrativen Aufgaben (Einladungen, Protokolle, Räumlichkeiten, etc.). Der Arbeitskreis wird aufgrund der heterogenen Zusammensetzung im Wechsel vormittags und nachmittags stattfinden. Außerdem werden auf Wunsch entsprechend der anstehenden Themen kleinere Projektgruppen gebildet.

2. Touristische Ausschilderung an der Bahntrasse

Neben den Beschilderungsmaßnahmen (WC-Hinweis und Schaukasten-Marktplatz) galt es die Versetzung der E-Bike-Station anzuregen. Da die neuen Hinweisschilder nicht nur auf das gastronomische Angebot am Marktplatz verweisen sollen, sondern auch die E-Bike-Ladestation mit aufzeigen, liegen Entwürfe vor, die allerdings noch nicht vollendet sind. Zudem wird es kleine Abriss-Stadtpläne geben, die in der Basisstation auslie-

gen werden und die einzelnen Gastronomie- und Unternehmensebetriebe ausweisen. Die grafische Arbeit hierzu ist bereits geleistet.

3. 5-7 Wipperfürther Top-Produkte zusammenstellen

Zu den Highlights ist aussagekräftiges Bildmaterial gesammelt und z.T. neu erstellt worden. Diese Bildsammlung wird stetig erweitert. Zudem wurden bereits einige Themen mit Textmaterial hinterlegt. Diese Texte werden aktuell noch auf der Homepage integriert und werden sich auch in der Broschüre wiederfinden.

4. Top-Produkte in Print und Online bewerben und die Nahdistribution sicherstellen

In regelmäßigen Abständen werden die Wipperfürther Printprodukte an Nachbarkommunen und die Naturarena Bergisches Land GmbH mit der Bitte um Auslage versendet. So wird gewährleistet, dass stets auch dort Infomaterial vorhanden ist.

Die Top-Produkte wurden gesammelt und für eine Broschüre organisiert. Ein Grafiker sitzt bereits an einem entsprechenden Printprodukt das anschaulich aufzeigt, was Wipperfürth zu bieten hat und Lust darauf macht, weitere Informationen anzufordern. Gemeinsam wurden hierfür die Wipperfürther Highlights diskutiert. Voraussichtlich wird Ende des Jahres ein neues überblicksartiges Marketingprodukt druckfertig sein.

Eine Neustrukturierung der Homepage für die Rubrik Tourismus liegt vor. Hier hatten rein organisatorische und aktualisierende Maßnahmen höchste Priorität. Die Einarbeitung wird aktuell umgesetzt. Parallel werden einige Inhalte neu geschrieben und in ein neues Gewand gebracht. Zudem laufen erste Gespräche bezüglich einer vollständigen Auslagerung der Tourismushomepage. In diesem umfangreichen Prozess sind der IT-Bereich, der Bereich Werbung und Marketing sowie die Verwaltung integriert.

5. Touristische Informationsstelle außerhalb der Öffnungszeiten des Rathauses in der Innenstadt sicherstellen

Dieser Punkt wurde noch nicht angegangen.

6. Beteiligung an regionalen touristischen Arbeitskreisen

Nach wie vor besteht eine aktive Teilnahme an verschiedensten Sitzungen, die die Kommunen untereinander im kleineren wie auch im großen Kreis abhalten. Hierzu zählen die fortlaufenden Sitzungen des Städte- und Gemeindebeirats und des Trassen-Treffens. Neu dazugekommen sind die touristischen Arbeitsgruppen der Naturarena Bergisches Land, die neben dem breiter angelegten Städte- und Gemeindebeirat die gezielte Stärkung der jeweiligen Potenziale im Fokus haben.

7. Etablierung einer regionalen touristischen Wort- und Bildmarke (Corporate Design)

Im Rahmen der Broschüreneerstellung ist direkt ein Grafiker ausgewählt worden, der bereits einige touristische Erfolgsprodukte aus dem Bergischen aufweisen kann. Die Zusammenarbeit hinsichtlich der Broschüre hat direkt die Entwicklung einer Marke als nächstes Etappenziel. So wurden direkt anhand der ersten Broschüre Profithemen gefiltert, die identifikationsstiftend sind und zu den bereits mittels des Tourismuskonzeptes bestimmten Zielgruppen passen. Ein emotionsgeladener touristischer Auftritt der Hansestadt Wipperfürth rückt somit bereits näher.