



I - Sport, Kultur, Touristik

Sachstand Umsetzung Tourismuskonzept

Gremium	Status	Datum	Beschlussqualität
Ausschuss für Sport, Freizeit und Kultur	Ö	16.11.2016	Kenntnisnahme

Mit Ratsbeschluss vom 28.04.2015 (siehe Vorlage vom 28.04.2015, TOP 1.5.5) ist die Tourismusbeauftragte mit der Umsetzung des Tourismuskonzeptes beauftragt worden. Das Tourismuskonzept beinhaltet die touristischen Rahmenbedingungen der Stadt und weist Trends in Wipperfürth auf. Das Konzept soll als Leitlinie für die kommunale Tourismusedwicklung in den nächsten Jahren dienen.

Aufgrund personeller Veränderungen (siehe TOP 1.9.5) und der Organisation des Stadtjubiläums 2017 sowie des 34. Westfälischen Hansetages musste die Umsetzung des Tourismuskonzeptes etwas zurückgestellt werden. Nächstes Jahr soll parallel zur Jubiläums-Planung das Tourismuskonzept aber verstärkt weitergeführt werden.

Zur Umsetzung des Strategiepapiers wurde empfohlen mit den sieben Startprojekten zu beginnen:

1. Installation Arbeitskreis Tourismus
2. Touristische Ausschilderung an der Bahntrasse
3. Etablierung einer touristischen Wort- und Bildmarke (Corporate Design)
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)

Nachfolgend informiert die Tourismusbeauftragte über den aktuellen Sachstand bezüglich der sieben Startprojekte.

1. Installation AK Tourismus

Der Arbeitskreis Tourismus wurde im Juni 2015 gegründet. Auf dem ersten und einzigen Treffen des Arbeitskreises, mit insgesamt 61 Mitgliedern, wurden mit Frau Stuntebeck und Herr Koppelberg die Vorsitzenden gewählt. Die Tourismusbeauftragte soll für den Arbeitskreis die administrativen Aufgaben (Einladungen, Protokolle, Räumlichkeiten etc.) übernehmen.

Hinsichtlich des ersten Treffens des touristischen Arbeitskreises hat sich herausgestellt, dass sich eine kleinere Gruppe für einen effektiveren Informationsaustausch und für einen einfacheren Ausbau sowie der schrittweisen Professionalisierung der touristischen Angebote Wipperfürths besser eignet. Hierfür bietet es sich an, ähnlich wie

bei dem „Runden Tisch Tourismus“, der zur Entwicklung des Tourismuskonzeptes ins Leben berufen worden ist, aus den verschiedenen Bereichen Gastronomie, Hotel, Wirtschaft, Tourismus, Vereine etc. je zwei bis drei Vertreter einzuladen. Der Arbeitskreis stellt so eine heterogene Zusammensetzung sicher und bietet zugleich die Möglichkeit ein touristisches Netzwerk zu schaffen und entsprechend der anstehenden Themen weitere kleinere Projektgruppen mit weiteren Akteuren zu bilden.

2. Touristische Ausschilderung an der Bahntrasse

Der Bahntrassenradweg verfügt bereits über eine gute Ausstattung in Form von Informationstafeln, die den Radfahrer über Natur, Kultur und Geschichte informieren. Es fehlt allerdings eine touristische Vollwegweisung, die sowohl den Radfahrer als auch den Fußgänger über die Einkehr- und Einkaufsmöglichkeiten in der Wipperfürther Innenstadt aufmerksam macht.

Diesbezüglich sind neue Hinweisschilder entlang der Bahntrasse bis zur Innenstadt geplant. Die Schilder sollen bereits im neuen Corporate Design (siehe Punkt 3) entworfen werden, so dass diese sofort als touristisches Produkt der Stadt Wipperfürth erkennbar sein werden.

Auf den Schildern wird neben dem Hinweis „City“ auch die Meter-Angabe bis zum Marktplatz sowie die Piktogramme für Gastronomie, Cafés, Toilette, E-Bike-Ladestation abgebildet werden. Zu beachten ist bei der Wahl sowie bei der Größe der Piktogramme, dass diese auch bei einer gewissen Geschwindigkeit und aus größerer Entfernung von Radfahrern schnell wahrgenommen werden können. Des Weiteren ist zusätzlich zu den Hinweisschildern eine weitere Kennzeichnung für Fußgänger in Form von Fußabdrücken in Richtung Innenstadt angedacht.

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

Im August erschien die neue Imagebroschüre der Hansestadt Wipperfürth. Für die Tourismus-Broschüre wurde im Vorfeld eine touristische Wort- und Bildmarke (Corporate Design) entwickelt, die das Aussehen aller touristischer Print- und Onlineprodukte der Stadt Wipperfürth eindeutig erkennbar machen soll. Ein erstes Printprodukt ist die neue Tourismus-Broschüre, welche in Zusammenarbeit mit dem Grafiker Torsten Ehrhardt entworfen worden ist. Die Broschüre beinhaltet einen kurzen geschichtlichen und kulturellen Überblick und veranschaulicht die vielfältigen Attraktionen und die möglichen Aktivitäten der Region – die zahlreichen Wander- und Radtouren werden ausführlich beschrieben. Zudem soll Wipperfürth als Stadt der Talsperren die Erholungssuchenden in das Bergische Land locken. Ein weiterer Bestandteil der Broschüre sind einige der Wipperfürther Hotels, die unter der Rubrik Bergische Gastfreundschaft aufgeführt werden.

In Absprache wird zukünftig das neue touristische Logo mit dem städtischen Schriftzug Eurostile kombiniert.

Das entwickelte Corporate Design dient nun als Rahmen für alle weiterfolgenden touristischen Produkte. Wie bereits unter Punkt 2 erwähnt, werden auch die neuen Hinweisschilder bereits das neue Design mit Logo aufweisen. Zudem wurden weitere Profilt Themen anhand des Tourismuskonzeptes entwickelt, die identifikationsstiftend für die Hansestadt Wipperfürth sind.

4. 5-7 Wipperfürther Top-Produkte zusammenstellen

Zu den im Tourismuskonzept vorgeschlagenen Top-Produkten Radweg Bahntrasse, Marktplatz, Wandern und Talsperren wurde aussagekräftiges Bildmaterial zusammengestellt. Des Weiteren wurden zu diesen Themen ansprechende Texte verfasst, welche auch in der neuen Tourismusbroschüre vorzufinden sind.

Das Thema Stadtführungen hat Herr Erich Kahl zunächst übernommen. Hinsichtlich des Stadtjubiläums im Jahr wird es einen höheren Bedarf an Stadtführungen geben. Für die Ausbildung zum Stadtführer hat es von Herrn Kahl einen Aufruf in der Bergischen Landeszeitung gegeben, dem insgesamt 25 Interessenten gefolgt sind. Herr Kahl hat im Oktober/November 2016 mit „Probe-Altstadt-Führungen“ begonnen, um den zukünftigen Stadtführern den historischen und inhaltlichen Hintergrund zur Geschichte der Hansestadt zu vermitteln. Insgesamt wird es drei verschiedene Termine für diese Probe-Stadtführungen geben. Nach diesen drei Terminen wird sich herausstellen, wie viele von den Interessenten tatsächlich die Rolle der Stadtführer übernehmen wollen. Diese werden anschließend zusätzlich zu den historisch fundierten Hintergründen von Herrn Kahl auch noch schriftliche Bausteine erhalten, aus denen dann eigene individuelle Stadtführungen gestaltet werden können.

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

Im Rahmen der Modernisierung der städtischen Homepage wird es eine eigenständige Seite nur für den Bereich Tourismus geben. Die Seite gliedert sich in die Bereiche Aktivitäten, Sehenswertes, Kultur, Hansestadt & Geschichte, Gastgeber und Service. Potenzielle Interessenten bekommen so einen schnellen Überblick über das gesamte touristische Angebot der Hansestadt Wipperfürth und Umgebung.

Zudem ermöglicht die Rubrik Termine und Veranstaltungen eine intensivere und übersichtlichere Vermarktung der stattfindenden Aktionen. Auf der Startseite gibt es sechs weitere Top Themen, die Neuigkeiten sowie besondere Ereignisse in den Vordergrund stellen sollen.

Die Inhalte der Top-Produkte wurden bereits in der Tourismus Broschüre als erstes Printprodukt veröffentlicht und beworben. Die bereits bestehenden Printprodukte werden in regelmäßigen Abständen an Nachbarkommunen sowie an die Naturarena „Das Bergische“ mit der Bitte um Auslage versendet.

Hinsichtlich des Jubiläumjahres 2017 und der Ausrichtung des 34. Westfälischen Hansetages ist für den Bereich Tourismus die Auflage eines Hanseflyers im Gespräch. Da das Thema Hanse und älteste Stadt im Bergischen Land auch Teil des Tourismuskonzeptes ist, bietet sich ein derartiges Printprodukt im neuen Corporate Design insbesondere für nächstes Jahr, aber auch darüber hinaus hervorragend an.

Darüber hinaus ist auch ein Kirchorfflyer in Planung, der die jeweiligen Besonderheiten der einzelnen Kirhdörfer rund um Wipperfürth hervorheben soll. Für das Layout wird auch hier die neue Wort- und Bildmarke der Tourismusbroschüre aufgegriffen um Schritt für Schritt die neue Markenidentität für den touristischen Bereich der Hansestadt Wipperfürth zu stärken.

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

Bestandteil des Tourismuskonzeptes war es, touristische Informationsstellen auch außerhalb der Öffnungszeiten des Rathauses in der Innenstadt zu sichern, da die Nachfrage insbesondere an Wochenende so nicht gedacht werden konnte.

Im Bereich der Innenstadt wurden mit der Buchhandlung Colibri in der Marktstraße und der Bergischen Buchhandlung am Marktplatz zwei Anlaufstellen für Touristen organisiert, bei denen Informationsmaterial der Hansestadt Wipperfürth ausgelegt werden.

7. Beteiligung an regionalen touristischen Arbeitskreisen

Die Teilnahme an verschiedenen touristischen Arbeitskreisen hat nach wie vor hohe Priorität. So findet beispielsweise zweimal jährlich im Rahmen der Naturarena der Stadt- und Gemeindebeirat statt, in dem die Hansestadt Wipperfürth aktiv mitarbeitet. Ein weiteres Beispiel ist das „Bergische Trassen-Treffen – mit dem Fahrrad durch 11 Städte“, bei dem die Stadt Wipperfürth eng mit den teilnehmenden Kommunen zusammenarbeitet. Zudem finden in regelmäßigen Abständen Treffen mit den benachbarten Kommunen Hückeswagen und Radevormwald statt um gemeinsam neue touristische Produkte zu entwickeln und das Angebot in der Region zu stärken.

Des Weiteren wird je nach Bedarf der Wirtestammtisch einberufen. Auch hier steht die Entwicklung neuer touristischer Produkte, insbesondere in Form von Pauschalen, im Fokus.