Hansestadt Wipperfürth **M/2019/511**
Der Bürgermeister

I - Sport, Kultur, Touristik

80/1 - Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing

Vorstellung und Bericht des Tourismusbeauftragten

Gremium	Status	Datum	Beschlussqualität
Ausschuss für Sport, Freizeit und Kultur	Ö	06.11.2019	Kenntnisnahme

Tourismus und Stadtmarketing: Änderungen in Struktur und Personal 2019
Seit 2019 gibt es in Wipperfürth den neuen Bereich „Stadtmarketing“. Er ist organisatorisch angebunden an die WEG. Zusammengefasst sind hier die bisherigen Aufgaben von Tourismus, Wirtschaftsförderung und Citymanagement sowie Events. Für Wirtschaftsförderung und Citymanagement zeichnet Mery Kausemann verantwortlich. Tourismusbeauftragter ist seit Februar Martin Graffmann, nachdem diese Stelle seit Mitte 2018 vakant war. Ebenfalls zum Team Stadtmarketing zählte 2019 Franziska Killing, die bereits bis 2016 als Tourismusbeauftragte tätig war und im Januar 2019 schwerpunktmäßig den Bereich Veranstaltungen/Events übernahm bis sie wg. Mutterschutz im April wieder ausschied. Seit September 2019 unterstützt jetzt Jana Raffelsiefen als Assistenz den Bereich Stadtmarketing mit Schwerpunkt Tourismus und Veranstaltungen.

Umsetzung Tourismuskonzept
Bezugspunkt für alle Aktivitäten und Vermarktungen von Produkten und Angeboten im Tourismus ist das Tourismuskonzept. Die Analysen und Handlungsempfehlungen dieses Konzepts werden bei allen laufenden Maßnahmen, Schwerpunktsetzungen und Neu/Weiterentwicklungen von Produkten, Werbemitteln und Marketingmaßnahmen berücksichtigt.

Entsprechend der Empfehlung im Tourismuskonzept konzentriert sich der Tourismus in Wipperfürth auf die Vermarktungen der drei Themenfelder Aktives Naturerlebnis (Radfahren und Wandern), Geschichte (Hanse und älteste Stadt im Bergischen) sowie Innenstadt/Altstadt/Marktplatz und Eventkultur. Im Tourismuskonzept stehen dafür die Begriffe „Land“, „Zeit“ und „Flair“. Räumlich konzentriert sich die Vermarktung auf den Nah- und Regionaltourismus.

Folgende Aktivitäten wurden dazu 2019 durchgeführt:

Netzwerkarbeit

- Termine mit Gastgebern und touristischen Anbietern: Hotellerie, Gastronomie, Buchhandlungen, Einzelhändler, Kultur-Veranstaltern, Wanderführern-Wanderverband SGV; Unterstützung der touristischen Leistungsanbieter bei der Entwicklung von Produkten wie Pauschalen sowie der Bewerbung von Angeboten (Website, Printprodukte)

- Tourismusverband „Das Bergische /Naturarena“: Aktive Beteiligung im Stadt- und Gemeindebeirat (April und September); Mitgliederversammlung (November). Mitarbeit an der (Weiter)-Entwicklung von Produkten (Flyer Veranstaltungen), Zusammenarbeit bei Messeauftritten, Exkursionen, Tourismusmarketing

- Touristiker in den Nachbarkommunen: Gemeinsame Messeauftritte/Werbung, Koordination/Planung gemeinsamer Veranstaltungen wie „Bergisches Trassen-Treffen 2020 – mit dem Fahrrad durch 11 Städte“, gegenseitige Information und Unterstützung in der Bewerbung; Regelmäßige Zusammenarbeit u.a. mit den „Wasserquintett“-Kommunen Hückeswagen und Radevormwald, sowie Kürten und Lindlar

- Naturpark Bergisches Land: Regelmäßige Zusammenarbeit mit den beiden Wegemanagern Rad und Wandern; Pflege/Ergänzung/Ausbau von Beschilderung und Infrastruktur; Start des Projekts Wanderparkplatz-Tafeln

- RadRegionRheinlad: Teilnahme am Symposium

- Zusammenarbeit mit Vereinen (Heimat- und Geschichtsverein, Bürgervereine Kreuzberg, Thier, Agathaberg, Dohrgaul)

- Biologische Station Oberberg BSO: Infrastruktur Basisstation, Vogelbeobachtungsstation, Infomaterialien

- Weitere: Wupperverband, Milchbauernverband, LEADER Bergisches Wasserland, Tourismusverband „Die Bergischen Drei“

Events, Messen, Infoveranstaltungen
Der Tourismus koordinierte bzw. nutze 2019 folgende Veranstaltungen zur Tourismuswerbung mit Infoständen und Präsenz vor Ort oder durch Auslage von Materialien:

- Bergische 50: Die Bergische 50 am 27.04.19 war sowohl von der Teilnehmerzahl als auch von der Bedeutung die größte Veranstaltung 2019 für den Bereich Wandermarketing (siehe dazu gesonderten Bericht/Vorlage).

- Rund um Köln: Der Radrennklassiker am 02.06.2019 war die wichtigste Veranstaltung im Bereich Fahrrad. Neben der touristischen Werbewirkung spielen hier die Aspekte Sportförderung und lokales Freizeitangebot mit Spitzensport vor Ort eine Rolle (siehe dazu gesonderten Bericht/Vorlage).

- ADAC Radreisemesse am 17.03.19 in Bonn: Messestand mit Hückeswagen und Rade

- Bergische VELO am 31.03.19 in Wuppertal: Messeauftritt mit Hückeswagen, Rade und Das Bergische

- Stadtfest am 22.09.19.: Infostand auf dem Marktplatz

- Hansetag Warendorf (17.-19.05.19) und Hansefest Wesel (20.-22. 10.19)

- E-Bike-Tag in Egen (11.05.19)

Touristen, Information und Beratung
Ein Schwerpunkt ist die Beratung und Information sowie Vermittlung von Touristen – telefonisch, per Post und Mail und persönlich im Tourismusbüro im Alten Stadthaus. Durch das neue Büro im EG des Alten Stadthauses ist das Tourismusbüro leichter erreichbar. Diese direkte Kontaktmöglichkeit wird zunehmend von Gästen genutzt, ebenso wie von touristischen Leistungsanbietern und Bürgern.

Zusätzlich zu den Infomaterialien im Tourismusbüro sind zahlreiche Flyer und Broschüren sowie kostenpflichtige Artikel (darunter neu seit 2019 auch Wanderkarten) im Rathaus erhältlich. In den Buchhandlungen, in der Basisstation Wasserquintett sowie an zahlreichen weiteren Auslage- und Aushang-Stellen wird durch den Bereich Tourismus ständig aktuelles Material bereitgestellt.

2019 erfolgte eine systematische Bestandsaufnahme aller Materialien sowie ein System zur regelmäßigen Nachproduktion bzw. Nachbestellung bei den unterschiedlichen Herausgebern touristisch relevanter Infomaterialien der Region.

Stadtführungen
Ein wichtiger Baustein im Tourismusmarketing sind Stadtführungen. Sie zahlen auf den Vermarktungs-Schwerpunkt „Flair“ ein und entsprechen der Tourismuskonzept-Handlungsempfehlung „Älteste Stadt und Hansestadt erlebbar machen“. Zum Stadtjubiläum wurden bereits zahlreiche neue Stadtführer ausgebildet. 2019 wurden die Kontakte mit den Stadtführern erneuert und das Verfahren zur Vermittlung von Stadtführungen optimiert. Für die Zukunft ist eine weitere Ausweitung und Professionalisierung dieses Angebots geplant.

Fachspezifische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Die fachspezifische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist auch eine Aufgabe im Tourismus. 2019 gab es folgende Aktivitäten

- Erstellung Pressetexte und -fotos zu Veranstaltung und Messen
- Teilnahme an Presseterminen Rund um Köln und Bergische 50
- Kontinuierliche Überarbeitung und Aktualisierung der Website tourismus.wipperfuerth.de
- Erstellung von PR-Texte für Veröffentlichungen bei Medienkooperationen
- Pflege Pressekontakte; Beantwortung/Service von Medienanfragen
- Erstellung neue Fotos für Tourismuswerbung
- Beiträge zu Facebook und Wippernews, Wipp-App/Veranstaltungskalender,

Printprodukte und Corporate Design
Neben den Online-Informationen wurde 2019 an folgenden Print-Produkten gearbeitet:

- Der Flyer *„Wipperfürth auf eigene Faust“* ist gerade in der Überarbeitung. Inhalt und Gestaltung orientieren sich am Tourismuskonzept mit den Themen Hanse /

älteste Stadt und das Layout erfolgt im Corporate Design von Wipperfürth Tourismus.

- Aktualisierung Gastgeberverzeichnis Wipperfürth

- 2019 Aktualisierung und Neuauflage kostenloser Stadtpläne (Koop. Städteverlag)

- Mitarbeit bei der Aktualisierung verschiedener Flyer/Karten von Das Bergische

Werbemittel und Logoartikel
Das Angebot an Werbemitteln/Logo-Artikeln ist in Wipperfürth vergleichsweise groß. Bedarf besteht einerseits für Repräsentationszwecke (Geschenke, Ausstattung Mitarbeiter) sowie als Imageträger, andererseits zum Verkauf und als Give-aways. Zielgruppe sind neben Touristen auch die lokale Bevölkerung, die sich mit Wipperfürth identifiziert (Stadtmarketing, touristisch Binnenmarketing). 2019 wurden einige Artikel neu produziert, die insbesondere die Themen Aktiv/Natur sowie Nachhaltigkeit und Qualität in der Kommunikation transportieren sollen:

- NEU: Baumwolltaschen (Fairtrade)
- NEU: Softshell-Westen und Softshell-Jacken
- NEU: Hochwertiger Wipperfürther Wander-Rucksack von Deuter
- Bleistifte, Aufkleber

Wohnmobilstellplätze
Bei den Wohnmobilstellplätzen (Ohler Wiesen und am WSL-Bad) wurden 2019 die Informationen auf der eigenen Website sowie in verschiedenen Portalen aktualisiert/ergänzt. Der Flyer mit den Informationen zu den WOMO-Stellplätzen wird kontinuierlich verteilt. Die Plätze sind übers Jahr gut besucht und es gibt regelmäßig Anfragen/Beratung zu diesem Plätzen. Auch die Abrechnung der Einnahmen/Ausgaben für Strom und Wasser erfolgt durch den Tourismus.

Stadtmarketing
Zu den weiteren vom Tourismusbeauftragten im Feld Stadtmarketing wahrgenommenen Aufgaben gehörten 2019:

- Der Tourismusbeauftragte ist Mitglied des Gremium Verfügungsfonds im Rahmen des InHK

- Teilnahme an Entwicklung eines Leitsystems Innenstadt im Rahmen des InHK

- Beteiligung an touristisch relevanten Themen im Bereich Planung/Bau (InHK, Ladestationen E-bikes, Infostelen, Fahrradwege/Infrastruktur, Eröffnungsfeier Marktplatz)

- Teilnahme/Vorbereitung von Besuchsprogrammen in Wipperfürth (Schulpartnerschaft Tscheljabinsk/Russland, Sommertour NRW-Heimatministerin Scharrenbach, Exkursion Tourismusverband)

- Beteiligung an der Organisation von Veranstaltungen (Stadtfest, Marktplatzeröffnung, Sommerfest, verkaufsoffene Sonntage)

- Beteiligung an Terminen zum Thema Einzelhandelsverband/ Werbegemeinschaft/ESW sowie und an Workshops zur Ideen-/Konzeptentwicklung und Neugründung des Vereins „WippWerk“