

**Stadt Bergisch Gladbach
Der Bürgermeister**

Federführender Fachbereich Wirtschaftsförderung		Drucksachen-Nr. 41/2008
		<input checked="" type="checkbox"/> Öffentlich
		<input type="checkbox"/> Nichtöffentlich
Beschlussvorlage		
Beratungsfolge ▼	Sitzungsdatum	Art der Behandlung (Beratung, Entscheidung)
Ausschuss für die Gleichstellung von Frau und Mann	29.01.2008	
Hauptausschuss	19.02.2008	

Tagesordnungspunkt

Tourismus in Bergisch Gladbach

Beschlussvorschlag:

@->

Die Verwaltung wird beauftragt, die Möglichkeiten der Umsetzung von kurz- und mittelfristigen Maßnahmen gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren des Tourismusmarktes zu prüfen und ggfs. einzuleiten. Die in der Vorlage vorgestellten Maßnahmen sind zu einem Konzept „Tourismus in Bergisch Gladbach“ zu verfeinern. Maßnahmen aus dem Konzept sind den entsprechenden Fachausschüssen gemäß Zuständigkeitsordnung sukzessive zur Beschlussfassung vorzulegen.

<-@

Sachdarstellung / Begründung:

@->

1. Relevanz des Tourismus für die Stadt Bergisch Gladbach

Bergisch Gladbach ist mit 110.000 Einwohnerinnen und Einwohnern nicht nur eine Wohn- und Industriestadt, sondern auch ein touristisch interessantes Ziel.

Dies betrifft zum einen das Geschäftsreise- und Messegeschäft, insbesondere durch die Nähe zu Köln, zum anderen aber auch den Kurzreise- und Erholungstourismus.

Die verbindende Lage zwischen der Großstadt Köln im Westen und dem Bergischen Land (der heutigen „Naturarena“) im Osten macht Bergisch Gladbach zu einem beliebten Kurzreiseziel, insbesondere für Gäste aus der Rheinschiene (Köln, Bonn, Düsseldorf), dem Ruhrgebiet und dem östlichen Bereich der Benelux-Staaten.

Der Tourismus wird in den Fachkreisen als Zukunftsmarkt gesehen. Vor diesem Hintergrund soll sowohl die aktuelle Situation in der Stadt, als auch die notwendige und wünschenswerte Entwicklung in dieser Hinsicht analysiert und aufgezeigt werden.

2. Bergisch Gladbach als touristisches Ziel heute

2.1. Die Übernachtungsbasis

Im Segment der kleineren Hotels wie Hotel Malerwinkel, Hotel Gronauer Tannenhof, Hotel Arnold, Hotel Bremer, Privatzimmern und Ferienwohnungen sowie im Top-Segment der Vier- und Fünf-Sterne-Häuser hat Bergisch Gladbach ein durchaus reizvolles Angebot mit angemessenen Kapazitäten.

Insgesamt verfügt die Stadt Bergisch Gladbach seit 2004 über 26 Unterkunftsbetriebe mit 9 und mehr Gästebetten, die folgende statistische Zahlen liefern:

Tabelle 1. Anzahl der Betten und der Übernachtungen:

Jahr	Bettenzahl	Übernachtungen
2004	1.402	166.424
2005	1.403	167.910
2006	1.414	172.304

Quelle: Statistikdienststelle der Stadt Bergisch Gladbach 2007

Die Bedeutung der touristischen Branche für die Stadt Bergisch Gladbach stellt folgende Tabelle dar:

Tabelle 2. Beherbergung im Reiseverkehr in Bergisch Gladbach:

Jahr	Anzahl aller Gäste	Veränderung in %
2004	80.702	
2005	82.584	+ 2,3
2006	84.276	+ 2,0

Erfasst sind hierbei nur Beherbergungsbetriebe mit mehr als 9 Betten. Die nicht unerheblichen Übernachtungszahlen bei Privatvermietern bleiben statistisch unberücksichtigt, dürfen aber auf keinen Fall unterschätzt werden.

Tabelle 3. Arbeitsplätze und die Touristikbranche:

Jahr	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Bergisch Gladbach	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe
2004	30.061	773
2005	29.460	809
2006	29.490	839

Quelle: Statistikdienststelle der Stadt Bergisch Gladbach 2007

Die amtliche Statistik verfügt nicht über die Zahlen der geringfügig Beschäftigten und die dort beschäftigten Familienangehörigen, so dass die endgültige Aussage nicht möglich ist. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Anzahl der Beschäftigten noch höher ist.

Beim Betrachten der Daten wird deutlich, dass die Zahl der Beschäftigten im Gastgewerbe seit 2004 zugenommen hat, obwohl die Anzahl aller Beschäftigten in der Stadt gesunken ist.

Die gesammelten und in den Tabellen vorgestellten statistischen Daten zeigen deutlich, dass Tourismus ein nicht unbedeutender Wirtschaftsfaktor für unsere Stadt ist. Der Tourismus gehört zu den wenigen Wirtschaftsbereichen in unserer Region, dem deutliche Wachstumschancen zugerechnet werden. Neben der Beherbergung, Gastronomie und Freizeitwirtschaft entstehen weitere Effekte weit in den Einzelhandel und die Zulieferbetriebe hinein (z.B. Lebensmittel, Tankstellen, Andenken, Reiseutensilien). Erfahrungsgemäß geben Touristen etwa 10% ihres Budgets im örtlichen Einzelhandel aus.

2. 2. Sehenswürdigkeiten

Bergisch Gladbach ist eine Stadt, die sehr viel zu bieten hat. U.a.:

- überregional bekannte Bauten des Architekten Gottfried Böhm - des ersten und bisher einzigen Deutschen, der den Pritzker Architecture Prize (weltweit renommiertester Preis im Bereich der Architektur) erhalten hat:
 - Rathaus Bensberg
 - Bürgerhaus Bergischer Löwe
 - Herz-Jesu Kirche in Schildgen
 - Kinderdorf Bethanien
- Schloss Bensberg und Schloss Lerbach mit den international bekannten Meisterköchen
- Museen: Papiermühle Alte Dombach, Bergisches Museum für Bergbau, Handwerk und Gewerbe, Schulmuseum Katterbach, Städtische Galerie Villa Zanders, Bauernhaus-Museum der Familie Clemens und das Kindergartenmuseum
- Sauna-, Bade- und Fitnessanlage Mediterana
- Geopfad (Korallenwanderweg im Schladetal)

2.3. Touristische Vermarktung heute

Der RheinBerg Tourismus e.V. ist der wichtigste Impulsgeber im Bereich der touristischen Wirtschaft im Rheinisch-Bergischen Kreis.

In den 90-er Jahren hat die Stadt Bergisch Gladbach wie auch die anderen Kommunen aus Kostengründen die Mitgliedschaft bei o.a. Verein gekündigt. Die kommunalen Interessen im Bereich Tourismus sollten durch den Rheinisch-Bergischen Kreis wahrgenommen werden.

Im Oktober 2007 hat die Gesellschafterversammlung der Rheinisch-Bergischen Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW) die Entscheidung getroffen, die Mitgliedschaft für die Kommunen des Kreises zu übernehmen und pro Kommune einen Beitrag in Höhe von 1.000 € zu zahlen. Aus diesem Grund ist der Geschäftsführer der RBW in Zukunft „geborenes“ Mitglied des Vorstandes von RheinBerg Tourismus e.V. Konkrete kommunale Einflussnahme ist deshalb nur über die Organe der RBW möglich.

Die von den Kreisen Rhein-Berg und Oberberg, dem Tourismusverband Oberberg und RheinBerg Tourismus im Frühjahr 2005 gegründete Tourismusgesellschaft Naturarena Bergisches Land GmbH ist sehr daran interessiert, dass die Stadt Bergisch Gladbach ihre Aktivitäten im Bereich Tourismus ausweitet. Die Zusammenarbeit der Kommunen mit der Naturarena GmbH erfolgt über den Kommunalbeirat der Naturarena, in dem sich die Verantwortlichen für Tourismus in den Städten und Gemeinden der beiden Kreise treffen und gemeinsame Maßnahmen planen. Das Gebiet der Naturarena umfasst aktuell 21 Städte und Gemeinden, wobei bereits 3 Kommunen aus dem Rhein-Sieg Kreis ihr Interesse an einer weitergehenden Zusammenarbeit geäußert haben.

Im Jahr 2007 wurden von der Naturarena in Zusammenarbeit mit den Kommunen und RheinBerg Tourismus mehrere touristische Publikationen herausgegeben, in denen auch Informationen zur Stadt Bergisch Gladbach enthalten sind:

berg.ruhe als Gästeverzeichnis

berg.zeit als Imagezeitung für das Bergische Land

berg.wege als Wanderführer u.a. mit dem Korallenwanderweg durch die Schlade

berg.ziele als Faltplan mit Sehenswürdigkeiten im Bergischen Land

berg.moment als Imagebroschüre in deutsch /englisch

Weihnachtsmarktflyer 2007

Karnevalflyer 2007

Die dafür erforderlichen Informationen wurden vom FB 8 - Wirtschaftsförderung zusammengestellt, bearbeitet und an die Naturarena Bergisches Land GmbH geliefert.

Der teilweise bestehende Eindruck, die gesamten touristischen Aufgaben lägen bei der Naturarena Bergisches Land GmbH, ist falsch. Das touristische Marketing ist mehrstufig aufgebaut und bedingt auch die Einbindung und das Engagement der Stadt Bergisch Gladbach. Die Naturarena Bergisches Land GmbH kann aus personellen und wirtschaftlichen Gründen keine kommunalen Aufgaben übernehmen. Touristischer Service wird faktisch immer direkt vor Ort geleistet und dies wird auch in Zukunft so bleiben.

Die Zuständigkeit des Marketings sieht wie folgt aus:

a. Regionales Tourismusmarketing

Die Naturarena sorgt primär für das regionale Marketing. Dazu gehören Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Region und ihrer 21 Städte und Gemeinden, der Schaffung und Vermittlung von Reiseanlässen, der Erstellung von regionalem Informationsmaterial und dessen Distribution (z.B. Versand auf telefonische, elektronische oder schriftliche Anfrage von Gästen, Gruppen und Geschäftsreisenden). Darüber hinaus ist die Naturarena die zentrale Anlaufstelle für alle touristischen Anfragen und das dazu angehörende Buchungsgeschäft mit zwei unterschiedlichen Reservierungssystemen.

Eine weitere Aufgabe liegt bei der Unterstützung der Kommunen im Bereich touristischer Produktentwicklung und dem Absatz der Angebote.

b. Lokales Tourismusmarketing

Ein weiterer wichtiger Baustein im touristischen Marketing sind die lokale Betreuung der Gäste und die eigene touristische Vermarktung in den Städten und Gemeinden unter einem gemeinsamen wieder erkennbaren Logo.

Die lokale Gästebetreuung in Bergisch Gladbach wurde früher durch die „Tourist-Information“ in der Villa Zanders sichergestellt. Seit deren Schließung im Frühjahr 2005 haben Gäste und Geschäftsreisende (letztere machen einen hohen Anteil der Übernachtungszahlen in Bergisch Gladbach aus) keine Anlaufstelle mehr.

Ein Ersatz besteht momentan nicht. Zu den üblichen Öffnungszeiten der Verwaltung wird auf die Pressestelle verwiesen. Es ist eine wichtige kommunale Aufgabe dafür zu sorgen, dass ankommende Gäste mit einer entsprechenden Erwartungshaltung mit ausreichenden Informationsmaterialien und notwendigen Auskünften versorgt werden.

Das Vorhandensein einer Tourist Information in einer Stadt mit 110.000 Einwohnerinnen und Einwohnern ist aus Sicht der städtischen Wirtschaftsförderung und der Naturarena Bergisches Land GmbH unabdingbar. In kaum einer anderen Stadt vergleichbarer Größe fehlt eine solche Einrichtung. Will man den Tourismus als Wirtschaftszweig in Bergisch Gladbach entwickeln, sollte schnellstens eine Lösung gefunden werden.

Ein großes Problem stellt die Tatsache dar, dass die Stadt Bergisch Gladbach zur Zeit über keine eigenen touristischen Printprodukte verfügt: keine touristische Karte, kein Faltplan außer dem amtlichen Stadtplan und auch keine fremdsprachigen Informationen.

Das ist für eine Stadt mit 110.000 Einwohnern und dem Ruf als „Gourmet-Hauptstadt Deutschlands“ kaum nachvollziehbar und wird von anfragenden Gästen auch stets mit Unverständnis quittiert.

Vor dem Hintergrund, dass der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Bergisch Gladbach ist, wird die Naturarena auch bei Erstellung der Angebote für verschiedene Zielgruppen helfen. Sinnvoll wäre z.B. eine Differenzierung nach: älteren Menschen, Jugendlichen, Sportbegeisterten, Kulturinteressierten, Tagungsreisenden und Familien.

Zur Differenzierung der Zielgruppen einige Anmerkungen:

- Senientourismus: zu beachten ist, dass aufgrund der demografischen Entwicklung die Zahlen der reisenden Senioren in Zukunft steigt. Die Mehrzahl der Reisenden werden Frauen sein. Da viele ältere Menschen große Entfernungen zwischen Wohn- und Urlaubsort vermeiden und den deutschsprachigen Raum bevorzugen, wäre hier ein besonderes Entwicklungspotenzial für die Region nutzbar.
- Touristische Angebote für Familien: viele Eltern mit Kindern vermeiden den Besuch von Hotels oder Restaurants, da dies häufig mit Stress verbunden ist, denn nur wenige Anbieter sind auf Kinder eingestellt. Ein Blick in die Niederlande zeigt, wie die touristische Situation für Familien verbessert werden kann. Mit guten Konzepten für Familien könnte die Region als kinder- und familienfreundliche Region Vorreiterin sein.

Maßnahmenkatalog für bessere touristische Vermarktung der Stadt Bergisch Gladbach

1. Tourismus-Info (kurzfristig)

Für die Einrichtung einer Tourist Information sind zahlreiche Vorgaben zu berücksichtigen. Die wichtigsten Punkte sind kundenfreundliche Öffnungszeiten, eine zentrale und behindertengerechte Lage, die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und das Vorhalten von diversen touristischen Informationen für die Angebote im Stadtgebiet.

Die schnellste Lösung für die Einrichtung einer Tourist Information würde das Bürgerbüro Stadtmitte bieten.

(Die Naturarena Bergisches Land GmbH sagt der Stadt Bergisch Gladbach bei der Einrichtung ihre Unterstützung in Form von Einrichtungs- und Betriebsberatung sowie Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu).

Es wird geprüft, ob eine verwaltungsinterne Lösung möglich ist, oder eine externe Zusammenarbeit mit Dienstleistern vor Ort in die Wege geleitet werden kann.

2. Tourismusbroschüre (kurzfristig)

Mit Unterstützung des Stadtgrafikers, des Pressebüros und des RheinBerg Tourismus e.V. sowie der Naturarena sollte eine Image- und Informationsbroschüre erstellt werden, die sämtliche

- Sehenswürdigkeiten, Museen
 - Ausflugsziele
 - Gästeführungen
 - Wanderangebote
 - SGV -Wanderungen
 - Radwege
 - Wellnessangebote
 - Einkaufsmöglichkeiten
 - Übernachtungsmöglichkeiten für verschiedene Zielgruppen
 - Stadtevents und vieles mehr
- enthält und bewirbt.

3. Freizeitkarte (mittelfristig)

Erstellung einer Freizeitkarte mit allen Angeboten im Stadtgebiet:

(Standorte und Öffnungszeiten für Minigolf, Tummel-Dschungel, Naturfreundehaus Hardt, Schwimmbäder, (Mediterrana, u.s.w.), Eissporthalle, Kinos, Konzerte, Theater, 3-Sterne Köche -Restaurants, Museen, Karneval, Wochenmärkte).

4. Beschilderungssystem (mittelfristig)

Wenn eine Tourist Information (wieder) vorhanden ist, muss diese auch gefunden werden, so dass eine entsprechende Beschilderung im Innenstadtbereich vonnöten ist. Dies betrifft sowohl die Hauptanfahrtswege als auch den Bereich der Fußgängerzone, ab dem S-Bahnhof/Busbahnhof.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist eine einheitliche Hotelausschilderung nach Standardvorgaben. Dies hilft zum einen den bereits gebuchten, ortsunkundigen Gästen bei der Anfahrt (nicht jeder hat ein Navigationssystem), zum anderen auch denjenigen, die noch kein Hotel gefunden haben, bei der Suche.

5. Parkplatz für Wohnmobile (mittelfristig)

Im Sommer 2007 wurden auf dem Parkplatz des Kombibades Paffrath Parkplätze für Wohnmobile ausgewiesen und ausgeschildert. Diese Parkplätze sind in den Fachzeitschriften vorgestellt worden und auch per Navigationssysteme zu finden. Diese Parkplätze besitzen keine Anschlüsse (Strom, Wasser), es handelt sich hierbei um einfache Abstellmöglichkeiten für Wohnmobile mit geregelter Abfallentsorgung. Zum Thema Strom- und Wasseranschlüsse als auch Entsorgungsmöglichkeiten werden zur Zeit Gespräche geführt. Für den kommenden Sommer soll der Parkplatz aufgewertet werden.

6. Alleenstraße (mittelfristig)

Die Landesregierung plant neue touristische Höhepunkte in NRW anzubieten. Dazu soll die Alleenstraße: von Wuppertal, Lennep und Dabringhausen unweit des Altenberger Doms auf rheinisch-bergisches Kreisgebiet – auf der Landesstraße 101 an der Burscheider Stadtgrenze entlang laufen. Dann geht es weiter über Bechen, Spitze und Herkenrath, am Bensberger Schloss vorbei in Richtung Rösrath.

Mit den Alleenstraßen sollen besonders Wochenend- und Tagestouristen angelockt werden. (Ausschilderung, Öffentlichkeitsarbeit). Denkbar wären z.B. Rundfahrten für Oldtimer sowie Motorradfahrer.

7. Kletterwald (kurzfristig/ mittelfristig)

Dem FB 8 wurde von der Fa. Forest Adventures Deutschland GmbH aus Hofheim der Vorschlag unterbreitet, einen Kletterwald an der Saaler Mühle einzurichten. Für die Umsetzung des Projektes werden 3 Monate reine Bauzeit und ein Monat für die Planungsphase gebraucht.

Somit würde eine familienfreundliche Ergänzung zu den in Bergisch Gladbach bereits vorhandenen Freizeitgestaltungsmöglichkeiten entstehen.

8. Mediterana Thermalbad (mittelfristig)

Die geplante Erweiterung des Mediterana und die Ergänzung um ein Thermalbad ist unter touristischen Aspekten sehr zu begrüßen. Im Zusammenhang mit einem möglicherweise entstehenden Hotelneubau kann hierdurch das touristische Angebot in Bergisch Gladbach um eine qualitativ hochwertige Komponente erweitert werden. Das notwendige Thermalwasser soll aus entsprechenden Tiefbrunnen auf dem eigenem Gelände gewonnen werden.

9. Geotop Schlade und Geo-Lehrpfade (mittelfristig)

Das Geotop Schlade gehört laut Akademie der Geowissenschaften in Hannover zu den bedeutendsten Geotopen Deutschlands. Es handelt sich hierbei um einen Geo-Pfad mit Korallenriff, Kalkbrennerei und einem Fundort fossiler Fische.

Im Jahr 2006 wurde der Stadt eine entsprechende Urkunde durch die Akademie der Geowissenschaften überreicht.

Der Sauerländische Gebirgsverein (SGV) hat für das Geotop mehrere Schautafeln aufgestellt und Geländer gebaut.

Im Rahmen der regionalen Zusammenarbeit innerhalb der Naturarena besteht die Möglichkeit mehrere Geo-Lehrpfade künftig zu verbinden, dafür müssten Beschriftungen und Infotafeln angeschafft werden.

10. Gourmetpakete + Kultur (mittelfristig)

Schon heute bieten die Sterneköche in den Schlössern Lerbach und Bensberg Gourmetpakete mit den Möglichkeiten der Übernachtung in den Schlosshotels.

Eine Erweiterung des Angebotes mit den Möglichkeiten nicht nur im Schloss zu verweilen, wäre denkbar.

Es sind auch andere Kombinationen von Angeboten der Hotellerie, guter Restaurants und evtl. aus den Bereichen Wellness und Kultur, denkbar. Dies kann auch im regionalen Rahmen geschehen.

11. Strunde – Zukunftsperspektiven (mittelfristig)

Durch die Maßnahmen im Rahmen der Regionale 2010 wird die „Kultur- und Landschaftsachse“ für Wandernde und Radfahrende an Bedeutung gewinnen.

Geplant sind mehrere Maßnahmen, die die Strunde mit ihren vielen kulturhistorischen, landschaftlichen, geographischen und historischen Anziehungspunkten sowie ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung Bergisch Gladbach im Bewusstsein der Bevölkerung verankern sollen. Auf dem Stadtgebiet gibt es drei Schwerpunktbereiche, die entwickelt werden sollen. Herrenstrunden als Quellbereich, die Stadtmitte mit der Öffnung der Strunde und Gestaltung des Buchmühlenparks sowie die Entwicklung des Wachendorfgeländes im Westen als durchgängiger Grünzug entlang der Strunde.

Unter dem Leitmotto „Strunde-KulTour“ sollen die Erlebnispunkte „in Wert“ gesetzt werden. Zu den Erlebnispunkten zählen: Gut Schiff, Burg Zweifel, Zugänge zu geologisch und kulturhistorisch interessanten Stätten wie dem alten Steinbruch. Die Fassung von

Wegen und das Erlebarmachen etwa des Quellbereichs der Strunde wären für die touristische Inwertsetzung sinnvoll. Von wesentlicher Bedeutung sind darüberhinaus

Informationspunkte zur Industrie und Wirtschaftsgeschichte der Strunde mit entsprechenden Präsentationsmöglichkeiten. Dieser Aspekt besitzt eine deutliche Relevanz u.a. für die Zielgruppen Schüler und Jugendliche.

Der End- und Startpunkt des Rad- und Fußweges befindet sich in Herrenstrunden und erstreckt sich bis zur Einmündung in den Rhein.

12. Qualitäts-Gütesiegel „Service Q“ (mittelfristig)

Im Jahr 1995 wurde über das Thema Qualität in der Tourismusbranche in der Schweiz nachgedacht und eine Qualitätsoffensive gestartet.

Beim Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus wurden von Anfang an die Prozesse in touristischen Betrieben beachtet. Das Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus hat seine Relevanz für den Deutschen Markt schon bestätigt. Einige Bundesländer in Deutschland zertifizieren bereits ihre Leistungsträger nach dem Modell des Schweizer Gütesiegels. Zu den Bundesländern zählen:

- Baden-Württemberg
- Rheinland-Pfalz
- Thüringen
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Brandenburg
- Niedersachsen.

In einem Zusammenschluss aller Bundesländer hat man sich im Jahr 2005 auf ein gemeinsames Logo geeinigt, das sich je nach Bundesland in der Farbe unterscheidet und mit dem jeweiligen Bundesland-Logo im „Q“ versehen wird.

NRW- Tourismus plant eine Einführung des Qualität-Gütesiegels „Service Q“ und die Naturarena Bergisches Land GmbH hat sich als Pilotregion in NRW angeboten.

Das Qualitäts-Gütesiegel-Programm wird von den touristischen Dachverbänden der teilnehmenden Bundesländer koordiniert und unterstützt. Hier liegt eine Chance, mit Unterstützung von Außen, das Thema „Qualität und Service im Tourismus“ in die Strukturen der Betriebe in Bergisch Gladbach zu transportieren.

13. Sonstige denkbare Maßnahmen (kurzfristig)

a) Durchfahrt für Bus-Stadtrundfahrten an Wochenenden am Rathaus

Bei den Bus-Stadtrundfahrten in oder durch Bergisch Gladbach gibt es keine günstigen Möglichkeiten im Zentrum der Stadt anzuhaltend, auch die Durchfahrt von der Paffrather Straße an den Stadthäusern vorbei bis zur Gohrsmühle ist leider nicht möglich.

Wenigstens an den Wochenenden müsste eine andere Regelung gefunden werden.

b) Info- Einzelhandel für Touristen

Vereinbarung von Kernöffnungszeiten des Einzelhandels in den Bergisch Gladbachern Stadtteilen und Veröffentlichung in den touristischen Infomaterialien.

c) Kutschfahrten von Schlosshotel Lerbach

Seit Jahren werden vom Schlosshotel Lerbach Kutschfahrten organisiert. Es gibt leider keine Rundfahrtsmöglichkeiten durch den Lerbacher Wald. Hier ist zu prüfen, ob die Ausweisung eines Weges für diesen speziellen Zweck möglich ist.

Fazit

Die Tourismus-Branche hat sich in den letzten Jahren in Bergisch Gladbach gut entwickelt. Sie stellt einen zunehmend wichtiger werdenden Wirtschaftsfaktor dar, der im Rahmen der kommunalen Wirtschaftsförderung intensiver bearbeitet werden sollte als bisher. Dies auch deshalb, da es sich um einen der letzten wirklichen Wachstumsmärkte handelt. Bergisch Gladbach hat gute Chancen sich einen Teil dieses Zukunftsmarktes im regionalen Kontext zu sichern.

Für die Verbesserung der Situation und die bessere touristische Vermarktung unserer Stadt sollte ein Konzept ausgearbeitet werden, das in dieser Vorlage punktuell und im Sinne einer Auflistung von denkbaren, nicht abschließend aufgeführten Maßnahmen grob skizziert wird.

Die Zusammenarbeit mit den Akteuren im Feld „Tourismus“, hier insbesondere die Naturarena Bergisches Land GmbH und dem Rhein-Berg Tourismus e.V., ist ebenso zu intensivieren, wie die mit den örtlichen Vertretern des Gastgewerbes (DeHoGa e.V). Der Tourismus sollte stärker als bisher als Aufgabenfeld der kommunalen Wirtschaftsförderung begriffen werden und mit den entsprechenden Ressourcen ausgestattet werden.

<-@

Finanzielle Auswirkungen:	
1. Gesamtkosten der Maßnahme:	
2. Jährliche Folgekosten:	
3. Finanzierung:	
- Eigenanteil:	
- objektbezogene Einnahmen:	
4. Veranschlagung der Haushaltsmittel:	
5. Haushaltsstelle: -	