



## ► Tourismuskonzept für Stadt Blankenberg

**Dorfausschuss Stadt Blankenberg**

Hennef, 13.6.2018

Jan-F. Kobernuß

**ift GmbH**

Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Tel: 0221 - 98 54 95 01  
Fax: 0221 - 98 54 95 50  
info@ift-consulting.de

Gutenbergstraße 74  
14467 Potsdam  
Tel: 0331 - 200 83 42  
Fax: 0331 - 200 83 46  
potsdam@ift-consulting.de

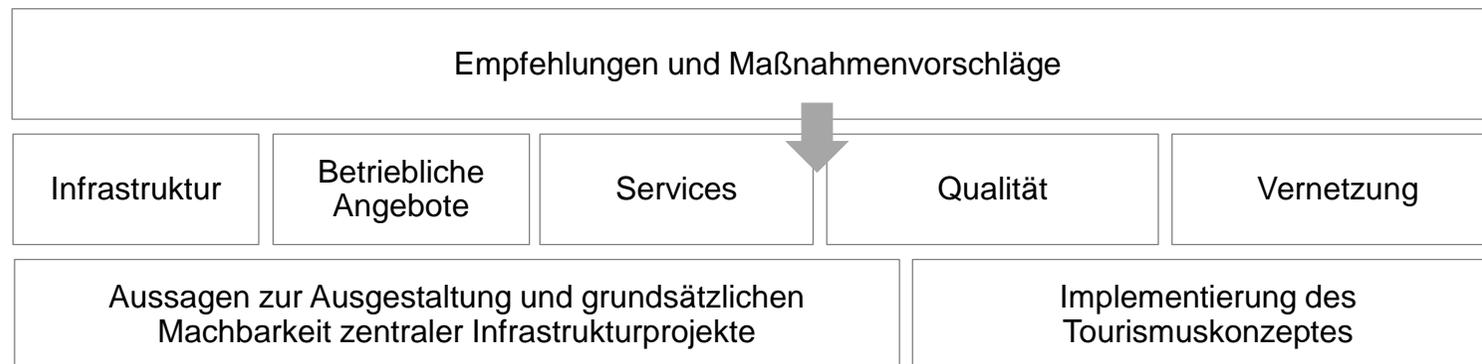
## Modul 1. Analyse der Ist-Situation



## Modul 2. Ziele und Strategien



## Modul 3. Tourismuskonzept konkrete Schlüsselprojekte und Maßnahmen



**Auftakt-  
gespräch mit  
Lenkungs-  
gruppe**

20.11.2017

**Experten-  
gespräche**

Januar/  
Februar

**Bereisung**

**Gäste-  
befragung**

Nov  
2017,  
April/Mai  
2018

**Workshop I**

17. Mai

**Workshop II**

12. Juni

**Lenkungs-  
gruppen-  
sitzung**

Juni / Juli

**Abschluss-  
präsentation**

# Situation Analyse





- Lage, Anbindung, Erreichbarkeit
- Ortsbild, Verkehr, Parken
- Naturräume, Landschaften, Klima
- Touristische Wegenetze
- Besuchereinrichtungen, Museen  
Führungen
- Beherbergung, Gastronomie
- Einzelhandel, Shopping
- Tagen & Feiern
- Umland, Ortsteile, Region
- Touristische Aufgabenwahrnehmung,  
Kooperation
- Vermarktung

Ergänzung im Workshop

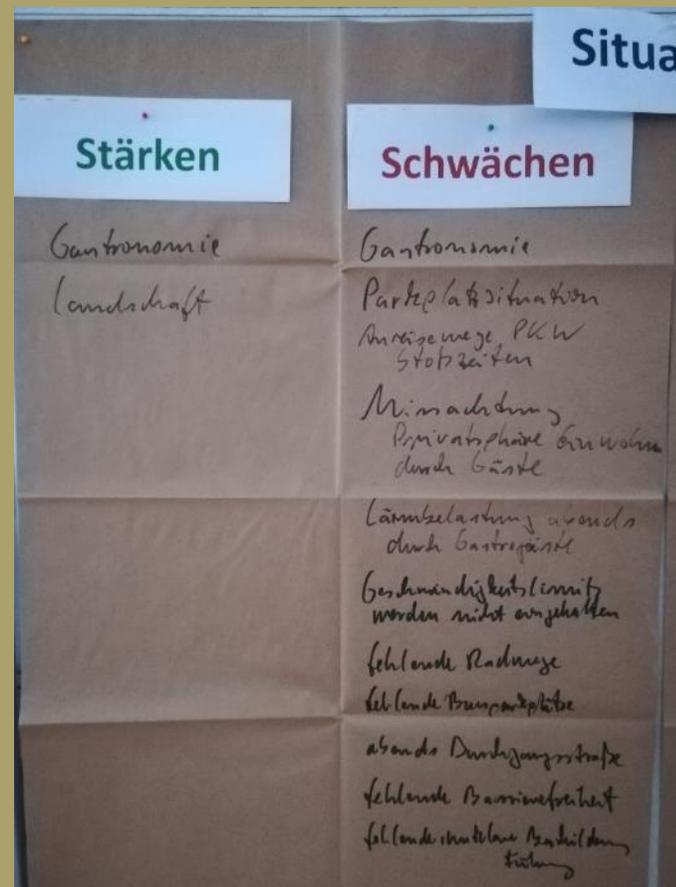
## Situation

### Stärken

- Gastronomie
- Landschaft

### Schwächen

- Gastronomie
- Parkplatzsituation
- Anreisewege PKW, Stoßzeiten
- Missachtung der Privatsphäre Einheimischer durch Gäste
- Lärmbelästigung abends durch Gäste in der Gastronomie
- Geschwindigkeitslimits werden nicht eingehalten
- Fehlende Radwege
- Fehlende Busparkplätze
- Abends Durchgangsstraße
- Fehlende Barrierefreiheit
- Fehlende, nutzlose Beschilderung, Führung



Ergänzung im Workshop

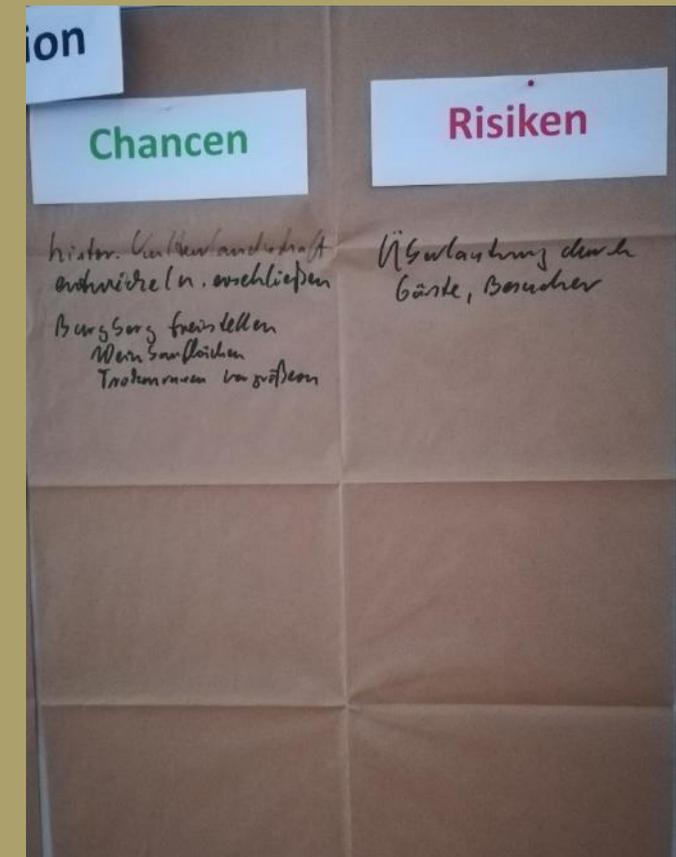
## Situation

### Chancen

- Historische Kulturlandschaft entwickeln, erschließen
- Burgberg freistellen (Weinbauflächen, Trockenrasen vergrößern)

### Risiken

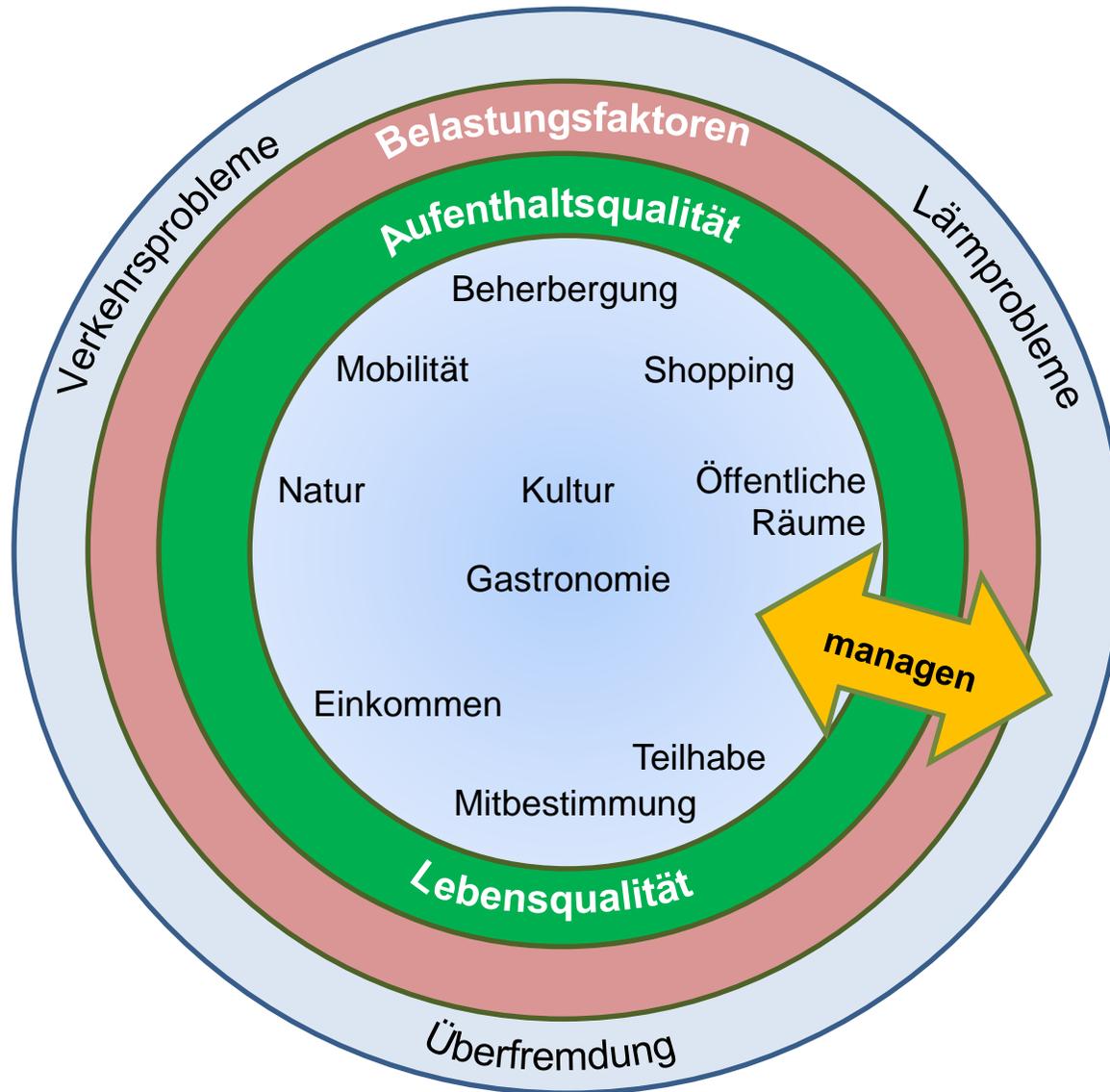
- Überlastung durch Gäste, Besucher



# Ziele

**Kernziel: Nachhaltige Tourismusedwicklung - Balance von Lebens- und Aufenthaltsqualität!**





## Kernziel: Nachhaltige Tourismusedwicklung - Balance von Lebens- und Aufenthaltsqualität!

### Qualitative Ziele

- ▶ Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit (Infrastruktur, Attraktionen, Betriebe)
- ▶ Steigerung der Angebots- und Servicequalität – zufriedenerer Gäste
- ▶ Nachhaltige Tourismusedwicklung (ökonomisch – sozial – umweltgerecht)
- ▶ Mehr Tourismusbewusstsein (Betriebe, Politik, Verwaltung, Einheimische)
- ▶ Beitrag leisten, das Gleichgewicht aus Lebens- und Aufenthaltsqualität zu halten

### Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ Verträgliche Weiterentwicklung touristischer Angebote (Infrastruktur, Betriebe, Freizeit)
- ▶ Mehr Umsätze, mehr Wertschöpfung (Löhne, Einkommen, Gewinne)
- ▶ Mehr Arbeitsplätze

grundsätzlich durch Erhöhung ...

- ▶ Höhe der Tagesausgaben
- ▶ Zahl der Übernachtungen
- ▶ Zahl der Tagestouristen
- ▶ Aufenthaltsdauer
- ▶ Auslastung bestehender Kapazitäten

- „Touristen statt Autos“
- Sanfter Tourismus
- Keine Erhöhung der Zahl der Tagestouristen
- Mehrwert für Bürger durch jede der Maßnahmen



# Strategien

1. **Angebot sichern und gezielt ausbauen**

bestehende Standorte in Wert setzen (Burg) + Grundangebot sichern (Beherbergung, Gastronomie) + inhaltliche Attraktionen (Kultur, Natur & Bildung)



2. **Auf den Ausbau der Erlebbarkeit der herausragenden authentischen Potenziale konzentrieren**

Natur, Ortsbild, Geschichte, Burg, Mittelalterambiente: Zugänglichkeit, Inszenierung, „organisierbare Angebote“



3. **Besucher lenken**

Wegeführung innerhalb und außerhalb des Kernortes, Entlastung; zeitliche Lenkung



4. **Erreichbarkeit / Mobilität sichern**

S-Bahn-Anbindung, ÖPNV, Parkmöglichkeiten



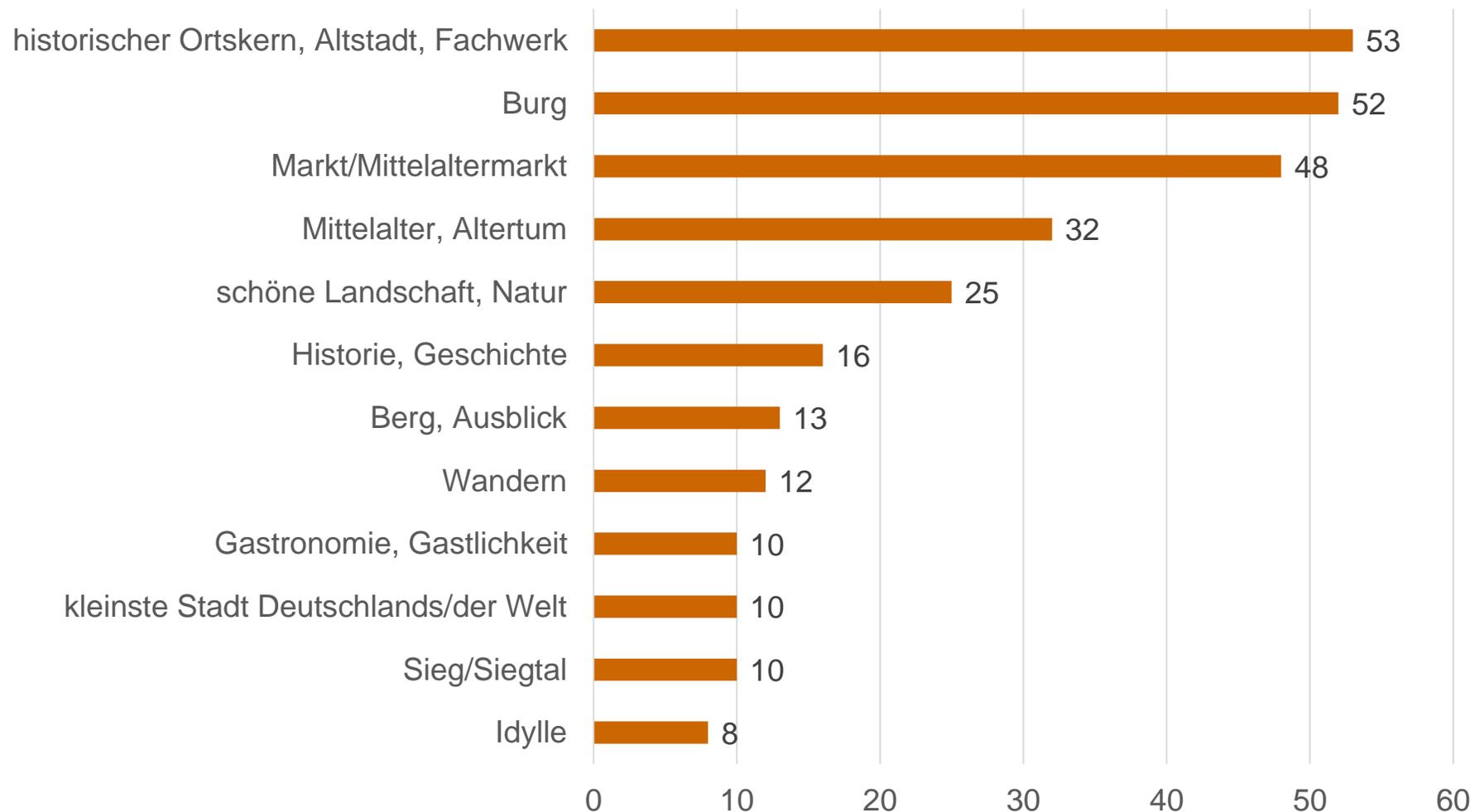
5. **Sehnsüchte der Gäste erfüllen**

Gemeinschaftserlebnisse, Unterhaltung, Erholung, Konsum, Identität, draußen sein, genießen ...

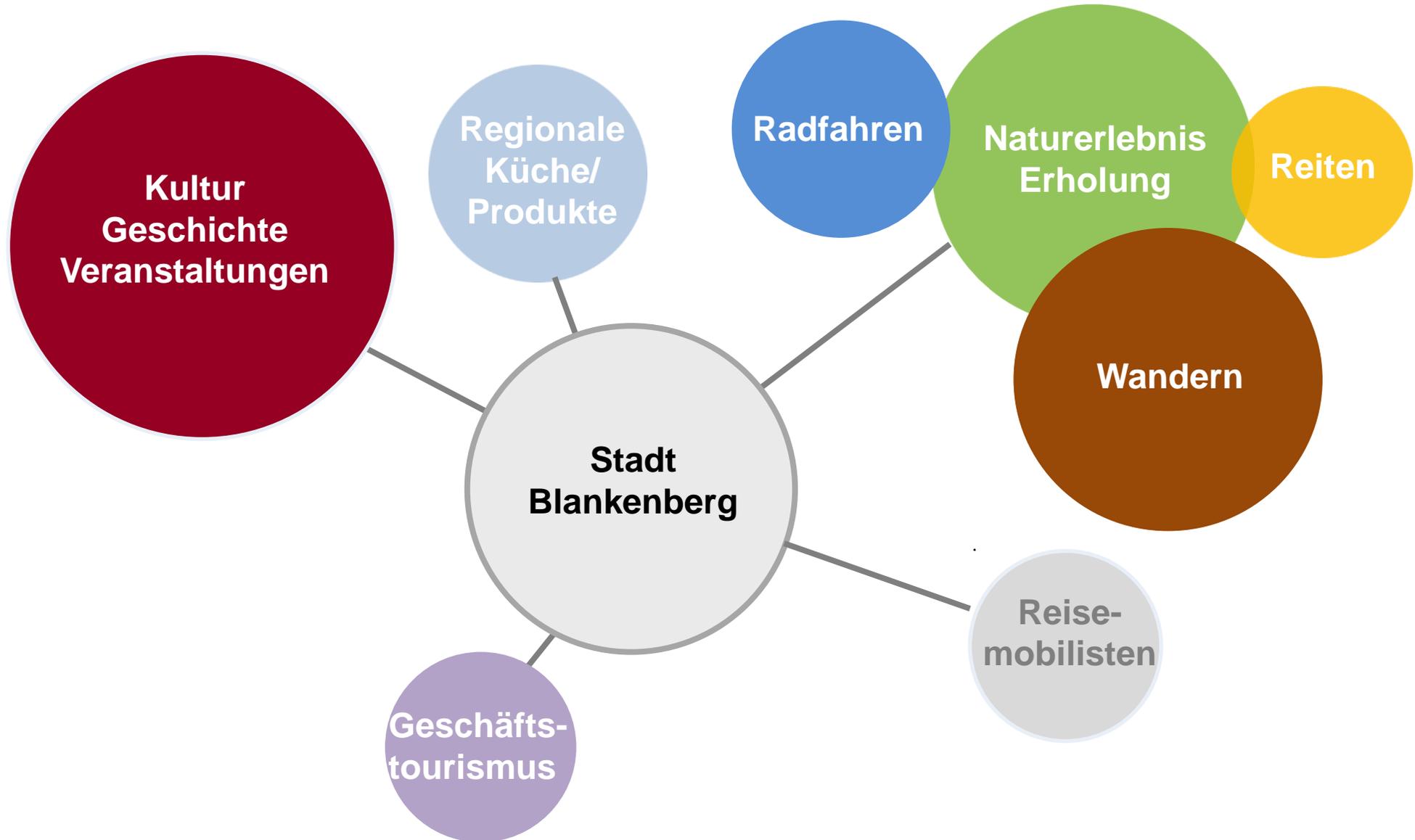


# Positionierung

## 8. Welche Stichworte fallen Ihnen zu Stadt Blankenberg als Reise- bzw. Ausflugsziel ein? Was verbinden Sie spontan mit dem Ort?



Quelle: ift GmbH; n = 192



**Infrastruktur**

**Betriebe**

**Angebote**

**Vermarktung, Vertrieb**

## Infrastruktur

Panoramaweg entlang der  
Mauern mit Fußgängerbrücke  
und Aussichtspunkten

Kultur- und Heimathaus Stadt  
Blankenberg

Aufwertung Hauptburg

Licht und Beleuchtung,  
Inszenierung

Weitere zertifizierte  
Themen-Wanderwege  
und Wanderparkplatz

Anbindung S-Bahn-Haltepunkt

## Betriebe

## Angebote

## Vermarktung, Vertrieb

### InHK

- Analyseergebnisse
- Pläne und Projekte

## Infrastruktur

**Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten**

**Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg**

**Aufwertung Hauptburg**

**Licht und Beleuchtung, Inszenierung**

**Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz**

**Anbindung S-Bahn-Haltepunkt**

## Betriebe

**Neue Gastronomiekonzepte,**  
z.B. Flammkuchen,  
mittelalterliche Kleidung,  
Kooperation Kräutergarten mit  
Gastronomie

**Kulinarische Aktionen**  
in der Gastronomie, als Märkte

**Tourist-Info, Souvenirladen  
vor Ort** (Kooperationskonzept)

## Angebote

**Events:** Oldtimertreffen,  
Sommerfest mit Ausstellung,  
Osteraktion für Kinder,  
Lesungen  
→ Burg einbinden

**Besondere Führungen,**  
z.B. Henkerführung

**Standesamtliche Trauungen  
in besonderem Ambiente**

## Vermarktung, Vertrieb

**Vermarktungskonzept,  
Zusammenarbeit Akteure  
+ TI/Stadt Hennef**

**Themenmarketing:  
„Weinbau an der Sieg“**

**Image stärken: Stadt  
Blankenberg als „Ort der  
Sehnsucht“**

## Binnensicht

- Vereine, Bürger
- touristische Anbieter
- Verwaltung

## Infrastruktur

**Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten**

**Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg**

**Aufwertung Hauptburg**

**Licht und Beleuchtung, Inszenierung**

**Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz**

**Anbindung S-Bahn-Haltepunkt**

## Betriebe

**Neue Gastronomiekonzepte**, z.B. Flammkuchen, mittelalterliche Kleidung, Kooperation Kräutergarten mit Gastronomie

**Kulinarische Aktionen** in der Gastronomie, als Märkte

**Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort** (Kooperationskonzept)

## Angebote

**Events:** Oldtimertreffen, Sommerfest mit Ausstellung, Osteraktion für Kinder, Lesungen  
→ Burg einbinden

**Besondere Führungen**, z.B. Henkerführung

**Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente**

**Naturerlebnisprogramme und Kulturprogramme** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

**Kräuterseminare im Burggarten** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

## Vermarktung, Vertrieb

**Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef**

**Themenmarketing: „Weinbau an der Sieg“**

**Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“**

**Rahmenbedingungen, Trends, Markt**

## Infrastruktur

**Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten**

**Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg**

**Aufwertung Hauptburg**

**Licht und Beleuchtung, Inszenierung**

**Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz**

**Anbindung S-Bahn-Haltepunkt**

## Betriebe

**Neue Gastronomiekonzepte**, z.B. Flammkuchen, mittelalterliche Kleidung, Kooperation Kräutergarten mit Gastronomie

**Kulinarische Aktionen** in der Gastronomie, als Märkte

**Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort** (Kooperationskonzept)

## Angebote

**Events:** Oldtimertreffen, Sommerfest mit Ausstellung, Osteraktion für Kinder, Lesungen  
→ Burg einbinden

**Besondere Führungen**, z.B. Henkerführung

**Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente**

**Naturerlebnisprogramme und Kulturprogramme** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

**Kräuterseminare im Burggarten** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

## Vermarktung, Vertrieb

**Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef**

**Themenmarketing: „Weinbau an der Sieg“**

**Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“**

**Außensicht  
Gäste und Besucher**



## Infrastruktur

**Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten**

**Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg**

**Aufwertung Hauptburg**

**Licht und Beleuchtung, Inszenierung**

**Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz**

**Anbindung S-Bahn-Haltepunkt**

## Betriebe

**Neue Gastronomiekonzepte**, z.B. Flammkuchen, mittelalterliche Kleidung, Kooperation Kräutergarten mit Gastronomie

**Kulinarische Aktionen** in der Gastronomie, als Märkte

**Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort** (Kooperationskonzept)

## Angebote

**Events:** Oldtimertreffen, Sommerfest mit Ausstellung, Osteraktion für Kinder, Lesungen → Burg einbinden

**Besondere Führungen**, z.B. Henkerführung

**Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente**

**Naturerlebnisprogramme und Kulturprogramme** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

**Kräuterseminare im Burggarten** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

## Vermarktung, Vertrieb

**Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef**

**Themenmarketing: „Weinbau an der Sieg“**

**Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“**

**Außensicht  
Gäste und Besucher**

## Infrastruktur

**Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten**

**Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg**

**Aufwertung Hauptburg**

**Licht und Beleuchtung, Inszenierung**

**Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz**

**Anbindung S-Bahn-Haltepunkt**

## Betriebe

**Neue Gastronomiekonzepte**, z.B. Flammkuchen, mittelalterliche Kleidung, Kooperation Kräutergarten mit Gastronomie

**Kulinarische Aktionen** in der Gastronomie, als Märkte

**Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort** (Kooperationskonzept)

## Angebote

**Events:** Oldtimertreffen, Sommerfest mit Ausstellung, Osteraktion für Kinder, Lesungen → Burg einbinden

**Besondere Führungen**, z.B. Henkerführung

**Standesamtliche Trauungen** in besonderem Ambiente

**Naturerlebnisprogramme und Kulturprogramme** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

**Kräuterseminare im Burggarten** als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

**Themenangebote Kunst, Kultur, Musik**

**Themenangebote Geschichte**

**Themenangebote Natur**

## Vermarktung, Vertrieb

**Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef**

**Themenmarketing: „Weinbau an der Sieg“**

**Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“**

**Außensicht  
Gäste und Besucher**

## Infrastruktur

Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten

Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg

Aufwertung Hauptburg

Licht und Beleuchtung, Inszenierung

Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz

Anbindung S-Bahn-Haltepunkt

Radweg Süchterscheid - Blankenberg

## Betriebe

Neue Gastronomiekonzepte, z.B. Flammkuchen, mittelalterliche Kleidung, Kooperation Kräutergarten mit Gastronomie

Kulinarische Aktionen in der Gastronomie, als Märkte

Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort (Kooperationskonzept)

## Angebote

Events: Oldtimertreffen, Sommerfest mit Ausstellung, Osteraktion für Kinder, Lesungen → Burg einbinden

Besondere Führungen

Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente

Naturerlebnisprogramme und Kulturprogramme als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

Kräuterseminare im Burggarten als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

Themenangebote Kunst, Kultur, Musik

Themenangebote Geschichte

Themenangebote Natur

QR-Codes, Beacons, Info-Filme

## Vermarktung, Vertrieb

Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef

Themenmarketing: „Weinbau an der Sieg“

Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“

Gezielte Vermarktung

das jetzt weiter ausarbeiten



## Infrastruktur

- 7 ✓ Gehwege + Parkstreifen
- 6 S-Bahn Frequenz erhöhen  
AST, E-Bike, Shuttlebus -  
Anbindung, Wegebreite  
Straßenquerung sichern; neue  
Wegeverbindung; Fußweg in Stand  
setzen; Bänke; Beleuchtung;  
Mülleimer; Wegehölzer schließen;  
Radweg von Herten anbinden; Info-  
point; S;
- 5 keine weiteren Wanderweg, aber  
Hölzer an der K schließen; vorhande-  
ne Wege besser ausbauen!
- 4 Beleuchtung nur in Maßen; warme  
gedämpfte Farbe; ökologisch vertretbar;  
Tolgo Kostenbedenken, Licht & Klang  
als Event?
- 3 kleine Freilichtbühne  
Heimatbühne auf der Hauptburg  
kontra  
Heimatmuseen sollen zusammenbleiben  
Stadt-Wohnung andersartig nutzen  
Kräutergarten als Wanderweg Ausgangs-  
punkt
- 3 aber: keine Infrastruktur, keine Barriere-  
freiheit, Vertrag mit Eigentümern der  
Vorbaug Schwärmk Nutzungen; Zuwegung  
verbesserbar?  
Burgfreistellen, auch am Rüdung Eitorf
- 2 Feuerwehrstandort mit bedarfsdienlichen;  
Tavernplatz & Zufahrt mit nutzen  
Feuerwehr muß als Standort erhalten &  
ausgebaut werden  
K&A-Haus als Veranstaltungsort + Schulungs-  
ort für Feuerwehr & Vereine  
ca 150-200 Sitzplätze; ca 50-100 ST  
Counter, Cafeteria, Küche, Museum; Haus &  
"Schuune; Lagerflächen  
Nutzung für Vereine muß bezahlbar sein  
Spielplatz mit nutzen! ! !
- 1 Eingriff in Natur müssen  
Bordstein an der K als Folgenkiller

## Infrastruktur

Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten

Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg

Aufwertung Hauptburg

Licht und Beleuchtung, Inszenierung

Weitere zertifizierte Themen-Wanderwege und Wanderparkplatz

Anbindung S-Bahn-Haltepunkt

Radweg Süchterscheid - Blankenberg

## Betriebe

Neue Gastronomiekonzepte, z.B. Flammkuchen, mittelalterliche Kleidung, Kooperation Kräutergarten mit Gastronomie

Kulinarische Aktionen in der Gastronomie, als Märkte

Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort (Kooperationskonzept)

## Angebote

Events: Oldtimertreffen, Sommerfest mit Ausstellung, Osteraktion für Kinder, Lesungen → Burg einbinden

Besondere Führungen

Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente

Naturerlebnisprogramme und Kulturprogramme als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

Kräuterseminare im Burggarten als Tagesveranstaltungen, vorrangig in der Woche

Themenangebote Kunst, Kultur, Musik

Themenangebote Geschichte

Themenangebote Natur

QR-Codes, Beacons, Info-Filme

## Vermarktung, Vertrieb

Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef

Themenmarketing: „Weinbau an der Sieg“

Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“

Gezielte Vermarktung

das jetzt weiter ausarbeiten

## Modul 1. Analyse der Ist-Situation



## Modul 2. Ziele und Strategien



## Modul 3. Tourismuskonzept konkrete Schlüsselprojekten und Maßnahmen

