



Tourismuskonzept für Stadt Blankenberg

Bericht

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Fon (03 31) 2 00 83 40
Fax (03 31) 2 00 83 46

www.ift-consulting.de

Tourismuskonzept Stadt Blankenberg

Bericht

Köln, 9.11.2018

Ihr Ansprechpartner:

Jan-F. Kobernuß
Geschäftsführer *ift* GmbH
(02 21) 98 54 95 03
kobernuss@ift-consulting.de

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

www.ift-consulting.de

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	4
2.	Situationsanalyse	5
2.1	Touristische Infrastruktur	5
2.2	Touristische Organisationsstruktur und aktuelle Vermarktung	8
2.3	Innensicht: Ergebnisse der Expertengespräche	9
2.4	Außensicht: Ergebnisse der Gästebefragung	10
3.	Trends	17
3.1	Allgemeine Trends	17
3.2	Gegentrends	18
4.	SWOT-Analyse	20
5.	Ziele, Leitlinien, Strategien und Positionierung	23
5.1	Ziele und Strategien	23
5.2	Themen und Zielgruppen	25
6.	Handlungsempfehlungen und Maßnahmen	27
6.1	Handlungsfelder im Überblick	27
6.2	Maßnahmen im Handlungsfeld Infrastruktur	28
6.3	Maßnahmen im Handlungsfeld Betriebe	40
6.4	Maßnahmen im Handlungsfeld Angebote	46
6.5	Maßnahmen im Handlungsfeld Vermarktung, Vertrieb	55
7.	Regionale 2025	64

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Integration von Stadt Blankenberg auf der Website der Stadt Hennef	8
Abbildung 2: Als was für eine Art Aufenthalt würden Sie den gegenwärtigen am ehesten bezeichnen?	11
Abbildung 3: Welche Stichworte fallen Ihnen zu Stadt Blankenberg als Reise- bzw. Ausflugsziel ein? Was verbinden Sie spontan mit dem Ort?	12
Abbildung 4: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie bereits bzw. werden Sie noch sicher während Ihres jetzigen Aufenthaltes unternehmen?	13
Abbildung 5: Was hat Ihnen während Ihres Aufenthaltes in Stadt Blankenberg am besten gefallen?	15
Abbildung 6: Was hat Sie während Ihres Aufenthaltes in Stadt Blankenberg gestört oder was haben Sie vermisst? Was hat Ihnen nicht gefallen?	15
Abbildung 7: Schema zur Erreichung des Kernziels	23
Abbildung 8: Touristische Themen für Stadt Blankenberg	26

1. Einführung

Für Stadt Blankenberg wird seit Frühjahr 2017 ein Integriertes Handlungskonzept (InHK) als strategisches Planungs- und Steuerungsinstrument der Stadtentwicklung erstellt. Besondere Themen dabei sind Verkehr, Städtebau, Sanierung, Denkmalschutz, Freizeit und Tourismus.

Im Rahmen der Erarbeitung gab es einen Bürgerworkshop, weitere Abstimmungsrunden sowie einen Expertenworkshop. Im Rahmen der Gespräche ist deutlich geworden, dass das Thema Freizeit und Tourismus für die Stadtentwicklung, aber auch für die Bürgerinnen und Bürger in Stadt Blankenberg, einen ganz besonderen Stellenwert hat und deshalb fachlich und inhaltlich vertiefend betrachtet und bearbeitet werden soll.

Zielsetzung ist es nun, ein Tourismuskonzept für Stadt Blankenberg zu entwickeln, das unter Beachtung der Balance zwischen den Interessen und Bedürfnissen der Einheimischen und der Nutzung der wirtschaftlichen Chancen durch attraktivere und neu ergänzte Angebote in Stadt Blankenberg den Weg für die weitere Entwicklung aufzeigt und dazu konkrete Maßnahmen benennt.

Dabei sollen diese **Fragen** im Zuge der Projektbearbeitung beantwortet werden:

- ▶ Welches Selbstverständnis haben die Akteure von „ihrer“ Stadt Blankenberg als Tourismusort? Welche Zukunftsvisionen gibt es und welche sollen gemeinsam verfolgt werden?
- ▶ Wie ist das aktuelle Angebot fachlich zu bewerten? Welche Angebotslücken sollten durch Investitionen geschlossen werden? Wie können Marktchancen genutzt werden?
- ▶ Wie ist es um die Qualität der Angebote bestellt?
- ▶ Wie ist die bisherige Vermarktung fachlich zu bewerten? Mit welchen Erlebnisthemen für welche Zielgruppen kann sich Stadt Blankenberg zukünftig erfolgreich am Markt positionieren? Was ist im Bereich Marketing und Vertrieb zu tun?
- ▶ Was müssen Stadt und Betriebe tun, um den gestiegenen Anforderungen in Bereichen wie Qualität oder Digitalisierung gerecht zu werden?
- ▶ Wie ist die örtliche und regionale Zusammenarbeit im Tourismus zu bewerten? Was muss ggf. ausgebaut oder optimiert werden?
- ▶ Wie steht es um die Akzeptanz des Tourismus unter den Bürgern und was muss getan werden, um diese zu erhöhen?

Das Tourismuskonzept gibt damit allen touristischen Akteuren (Politik, Verwaltung, Vereine, Betriebe) Orientierung hinsichtlich der künftigen Schwerpunktthemen, Strategien und zentralen Handlungserfordernissen zur maßvollen Weiterentwicklung des Tourismus in Stadt Blankenberg.

2. Situationsanalyse

Stadt Blankenberg mit seinen 623 Einwohnern¹ ist ein Ortsteil der Stadt Hennef im Rhein-Sieg-Kreis. Der Bestandteil „Stadt“ des Ortsnamens zeugt noch heute davon, dass der Ort von 1245 bis 1805 eine selbständige Stadt war. Der Ort ging aus einer Burg hervor, die Mitte des 12. Jahrhunderts als Sitz der Grafen von Sayn errichtet wurde.

Stadt Blankenberg liegt rund 5,5 km östlich des Hennefer Stadtkerns auf einem steilen Bergkamm oberhalb einer Schleife des Flusses Sieg. Die Höhe im nördlichen Bereich des Ortes bzw. der Burgruine beträgt 152 m ü.NN. Unterhalb von Stadt Blankenberg, am Fuß des Berges, liegt der Ortsteil Stein.

2.1 Touristische Infrastruktur

Erreichbarkeit

Stadt Blankenberg ist aus westlicher Richtung mit dem Pkw über die A560 erreichbar, deren Anschluss rund 4,5 km vom Kernort entfernt liegt.

Zudem besteht eine S-Bahn-Anbindung aus Richtung Köln oder Au. Der S-Bahn-Haltepunkt Blankenberg (Sieg) liegt etwas 1,6 km vom Ortskern entfernt im Tal. Der Fußweg führt über die Landesstraße durch den Ortsteil Stein und auf einem Fußweg entlang des Burgberges in den Ort.

Ortskern, Kultur, Museen

Stadt Blankenberg ist geprägt von einer über 800-jährigen Geschichte. Die Burganlage aus dem 12. Jahrhundert war einst eine der mächtigsten Befestigungsanlagen im westdeutschen Raum. Heute bietet die Anlage mit vier Türmen und Stadtmauer noch das Bild einer kompakten Burganlage. In den vergangenen Jahren wurde ihr Zustand gesichert und die Ruinen bis 2006 weitestgehend restauriert. Die Burganlage umfasst eine Vorburg und die Hauptburg. Die Vorburg ist in Privatbesitz und nicht zu besichtigen. Die Hauptburg dagegen befindet sich im Eigentum der Stadt Hennef. Aus ihrer Mitte ragt der Bergfried als höchste Erhebung, der allerdings nicht bestiegen werden kann. Ansonsten kann die Hauptburg von März bis Oktober tagsüber kostenlos besichtigt werden. Vom südlich gelegenen St.-Georgs-Turm hat man einen schönen Ausblick ins Ahrenbachtal und ins Siegtal.

1987 wurde der Ortskern von Stadt Blankenberg in seiner Gesamtheit als sog. Denkmalbereich unter Denkmalschutz gestellt. Mit seiner umfassenden Burganlage, die bereits 1985 unter Denkmalschutz gestellt wurde, und dem fachwerklichen Ortskern ist Stadt Blankenberg immer noch ein mittelalterliches Kleinod. Die meisten Fachwerkhäuser stammen aus dem 18. Jahrhundert. Südlich außerhalb der Burgmauern befindet sich dörfliche Bebauung, der Nordteil des Berges fällt steil in das bewaldete Siegtal ab, wo der Blick auch heute noch auf bewaldete Höhen und kleine Dörfer fällt.

¹ Stand Januar 2018: Hennef: Wohnplatzverzeichnis, Einwohnermeldeamt der Stadt Hennef

Seit 2008 gehört Stadt Blankenberg zum Denkmalsbereich „Historische Kulturlandschaft Unteres Siegtal: Stadt Blankenberg – Bödingen“. Der Bereich umfasst als wesentliche Komponenten einerseits Stadt Blankenberg mit der Burg und andererseits den Wallfahrtsort Bödingen mit der Wallfahrtskirche „Zur schmerzhaften Mutter“. Neben dem Burgberg von Stadt Blankenberg und dem gegenüberliegenden Marienberg mit Bödingen gehört dazu auch die gesamte dazwischenliegende, beide Seiten verbindende Siegaue.

Sehenswert in Stadt Blankenberg ist auch die Kirche St. Katharina. Erbaut im 13. Jahrhundert, wurde sie 1983 bei einem Brand fast vollends zerstört. Der Turm musste zum Einsturz gebracht werden, das Dach des Langhauses stürzte ein. Die wertvollen mittelalterlichen Wandmalereien wurden zum Teil zerstört oder erheblich angegriffen. Bis 1987 wurde die Kirche wiederaufgebaut.

Der Katharinenturm, ein Torturm aus dem 13./14. Jahrhundert, beherbergt das Turmmuseum. Es informiert als Heimatmuseum auf vier Stockwerken über die Geschichte von Stadt Blankenberg, der Stadt Hennef und der Region. Seit 2012 bildet die Wiederbelebung alter Handwerkstechniken im 4. Stock des Turmmuseums einen neuen Schwerpunkt. Regelmäßig finden Vorführungen am Webstuhl, einem Spinnrad sowie einer alten Schuhmacherwerkstatt statt.

In den Kellerräumen des Runenhauses unweit des Katharinenturms befindet sich das Weinbaumuseum, welches an die Weinbaugeschichte in Stadt Blankenberg und im Siegtal erinnert. Die dort untergebrachte Sammlung von Weinbaugerätschaften wird ergänzt durch einen kleinen, seit 1985 bestehenden privaten Weinberg unterhalb der südlichen Stadtmauer und eine dort vor einigen Jahren aufgestellte historische Baumkelter aus dem 17. Jahrhundert.

Die Museen sind an den Sonntagen von April bis Ende Oktober von 15.00 Uhr bis 17.00 Uhr geöffnet.

Naturraum, Landschaft, Erschließung

Die Naturlandschaft um Stadt Blankenberg ist gekennzeichnet durch das Siegtal sowie das Naturschutzgebiet Ahrenbachtal. Unberührte Auenlandschaften, Streuobstwiesen sowie alte Burgen und Klöster prägen das Landschaftsbild des Siegtals. Der besondere Reiz liegt im engen Nebeneinander flusstypischer Pflanzen- und Tierwelt und kulturhistorisch bedeutenden Orten.

Stadt Blankenberg ist an zahlreiche Wanderwege angebunden. Hier ist vor allem der Natursteig Sieg zu nennen, ein Qualitätswanderweg mit rund 200 km Länge, der auf 14 Etappen von Siegburg bis Mudersbach nahe Siegen verläuft. Stadt Blankenberg ist hierbei Zielpunkt der 2. und Startpunkt der 3. Etappe des Natursteigs Sieg.

Weitere Wanderwege in und um Stadt Blankenberg sind der Burgweg (5,8 km), der Dreitälerweg (17 km) sowie der Weinwanderweg. Der Weinwanderweg führt durch die ehemaligen Weinberge ins Ahrenbachtal und weiter zum Kelterhaus nach Stein. Durch das untere Drittel des Burgberges führt der Weg wieder hinauf zurück in den Ort.

Seit 2006 hat der Verein „Freundeskreis Burggarten Blankenberg“ die Bastionsfläche der Burganlage in einen Kräutergarten umgestaltet. Angepflanzt werden hier über 200 Heil- und Küchenkräutern. Der Burggarten ist während der Öffnungszeiten der Burganlage jederzeit zugänglich. Der Verein bietet zudem regelmäßig Seminare und Führungen durch den Burggarten an. Von Februar bis Oktober lädt der Freundeskreis zudem interessierte Helfer und Helferinnen zur gemeinsamen Gartenarbeit ein.

Beherbergung, Gastronomie

Stadt Blankenberg verfügt über zwei Unterkünfte mit Gastronomie. Das Haus Sonnenschein mit 24 Betten liegt inmitten des historischen Ortskerns. Das Landhaus Süchterscheid mit 11 Betten liegt im Ortsteil Süchterscheid südöstlich von Blankenberg.

Neben den Restaurants im Haus Sonnenschein und im Landhaus Süchterscheid bieten vier weitere Gastronomiebetriebe in Stadt Blankenberg ein vielfältiges Speisenangebot. Das Restaurant Zum alten Turm befindet sich nahe dem Katharinentor und betreibt neben dem Restaurantbetrieb eine eigene Eismanufaktur. Das Panoramacafé Krey, ebenfalls im Kernort gelegen, bieten neben Kuchen und Windbeuteln auch Backwaren aus der eigenen Bäckerei. Im Weincafé Alt Blankenberg im Ortszentrum können Gäste ausgesuchte Weine aus den Regionen Mosel, Ahr und Rhein sowie hausgemachte Blechkuchen und Brote zu sich nehmen. Im Ortsteil Stein befindet sich die Mühle zu Blankenberg, die über rustikales Ambiente und einen gemütlichen Biergarten verfügt.

Beide Beherbergungsbetriebe sowie die Gastronomiebetriebe im Kernort sind als Qualitätsgastgeber SieG zertifiziert und bieten sich als Unterkunft oder Einkehr auf der Wanderung auf dem Natursteig SieG an.

Freizeitangebot, Shopping, Events

Das Freizeitangebot in Stadt Blankenberg ist vor allem durch das gut ausgebaute Wanderwegenetz gekennzeichnet. Speziell für Familien mit Kindern wurde der Kindererlebnisweg entwickelt. An acht Stationen rund um und durch Stadt Blankenberg müssen die Kinder Rätsel lösen und die Lücken eines geheimnisvollen Pergamentes füllen, um den Ort vor dem Untergang zu retten. Ganz nebenbei kommen die jungen Besucher dabei an zahlreichen historisch bedeutsamen Orten der Stadtgeschichte wie der Kirche St. Katharina, der Altstadt oder der Burganlage vorbei.

Eine weitere Möglichkeit, Stadt Blankenberg zu entdecken, ist eine Führung oder geführte Wanderung. Die Tourist-Information Hennef bietet interessierten Gästen mehrere Führungen durch Stadt Blankenberg an, z.B. Kostüm- und Erlebnisführungen, Frauen im Mittelalter, die Schummel-Tour für Rätefuchse, eine Kinderführung, 1.000 Jahre Weinbau an der SieG, Lyrik in alten Mauern und einen Rundgang durch die Geschichte des kleinen, liebevollen „Burgstädtchens“. Für Gruppen werden zudem Naturwanderungen sowie Erlebniswanderungen angeboten, die beispielsweise eine anschließende Weinprobe enthält.

Das Shopping-Angebot in Stadt Blankenberg beschränkt sich auf das Kelterhaus zu Blankenberg in Stein. „Liebe Dinge“ heißt der kleine Laden, der auch solche verkauft: Wohnaccessoires, Deko-Artikel, Damenschmuck sowie Geschenkartikel. Bei „ansichts-sachen Schmuckdesign“ in der Galerie des Kelterhauses können Einzelstücke aus eigener Kreation erworben werden.

Des Weiteren befindet sich im Kelterhaus zu Blankenberg die NaturWerkstatt Hennef. Hier werden Kurse in den Bereichen Schmieden, Bogenschießen, Bronzegießen, Bernsteinschleifen u.v.m. angeboten. Für Kinder werden Geburtstagsfeiern und Ferienfreizeiten durchgeführt.

Mehrere Events ziehen jedes Jahr eine Vielzahl an Besuchern nach Stadt Blankenberg. Besonders beliebt ist der Mittelaltermarkt, der jährlich im November stattfindet. Weitere Events sind der regelmäßige Trödelmarkt sowie das Weinfest, das alle zwei Jahre für einen guten Zweck stattfindet. Beim Stadt Blankenberger Adventskalender zeigt sich jeden Tag ein anderes Fenster in Stadt Blankenberg besonders inszeniert und in Szene gesetzt. Seit 2012 findet zudem auf dem Gelände der Hauptburg jährlich eine Kunstausstellung unter dem Titel „Kunst auf Burg Blankenberg“ statt. Die

dabei ausgestellten meist modernen Skulpturen kommen in dem historisch anmutenden Ambiente der Burg besonders zur Geltung.

2.2 Touristische Organisationsstruktur und aktuelle Vermarktung

Die touristische Vermarktung von Stadt Blankenberg erfolgt durch die Tourist-Information der Stadt Hennef. Seitens der Stadt Hennef gibt es keinen eigenen Auftritt für Stadt Blankenberg. Informationen zu den Sehenswürdigkeiten, Wanderwegen und Veranstaltungen sind in den Printprodukten der Stadt Hennef integriert. Auch auf der touristischen Website der Stadt Hennef wird Stadt Blankenberg als sehenswertes Besuchsziel beschrieben.

Abbildung 1: Integration von Stadt Blankenberg auf der Website der Stadt Hennef



Quelle: <https://www.tourismus-hennef.de/index.php?id=150>

In Stadt Blankenberg selbst gibt es noch den Heimat- und Verkehrsverein, der zur Erhaltung und Pflege des Ortsbildes beiträgt. Im Detail übernimmt der Verein u.a. die folgenden Aufgaben:

- ▶ Anregung und Mitwirkung bei den denkmalpflegerischen Bemühungen
- ▶ Sicherung und Pflege von Kulturgütern
- ▶ Einrichtung und Unterhaltung des Turmmuseums und des Weinbaumuseums
- ▶ Einrichtung und Unterhaltung des Wanderwege-Netzes (u.a. Weinwanderweg), Wandertafeln

- ▶ Aufstellen von Ruhebänken
- ▶ Kennzeichnung denkmalwerter Gebäude
- ▶ Pflege von Spiel- und Bolzplatz, von Wegen und Rasenflächen
- ▶ Durchführung von Wanderungen "Rund um Stadt Blankenberg"
- ▶ Durchführung von kulturellen Veranstaltungen (Verzällovend, Vorträge)
- ▶ Veröffentlichung von Schriften und Wanderkarten, Herausgabe des Mitteilungsblattes "Muuren on Tüen" für die Bevölkerung
- ▶ Erstellung der Vorlage zur erweiterten Denkmalbereichssatzung Historische Kulturlandschaft "Unteres Siegtal" (Stadt Blankenberg-Bödingen) gemeinsam mit dem Heimatverein Bödingen e.V.

2.3 Innensicht: Ergebnisse der Expertengespräche

Zur Ermittlung der Binnensicht auf Stadt Blankenberg und das touristische Angebot sowie die aktuelle Vermarktung wurden Expertengespräche mit den touristischen Akteuren in Stadt Blankenberg geführt. Zu den Gesprächspartnern zählten die beiden Hoteliers im Ort, mehrere Gastronomen, Gästeführer sowie Vertreter des Heimat- und Verkehrsvereins, des Turmmuseums und des Kelterhauses in Stein.

Bezüglich der Wahrnehmung Stadt Blankenbergs als Destination kam zum Ausdruck, dass das Ortsbild häufig von Touristen gelobt wird und die Burg als Wahrzeichen des Ortes gesehen wird. Dies zeigt auch, dass die Regionale 2010 viel bewirkt hat. Stadt Blankenberg wird als „Ort der Sehnsucht“ beschrieben, der Romantik ausstrahlt. Große Potenziale für Stadt Blankenberg werden von allen Gesprächspartnern in den Bereichen Wander- und Radtourismus gesehen.

Negativ hervorgehoben wurde die Konzentration des Tourismus auf schöne Tage am Wochenende und die damit einhergehende aktuelle Parkplatzsituation bzw. die Überlastung Stadt Blankenbergs an hoch frequentierten Tagen sowohl durch laufenden als auch durch ruhenden Verkehr. Die Konzentration des Tourismus auf die Wochenenden erschwert zudem das wirtschaftliche Betreiben von Gastronomie- und Einzelhandelsbetrieben. Des Weiteren ist die S-Bahn-Station sehr abgelegen vom Ortskern, was auch von Gästen häufig bemängelt wird. Bezüglich der Wanderwege wurde der (witterungsbedingte) Zustand einiger Wege sowie die teils verwirrende Beschilderung kritisiert.

Als konkrete Handlungserfordernisse im Bereich Infrastruktur wurden verschiedene Aspekte von den Gesprächspartnern eingebracht. Wichtigster Ansatzpunkt für die touristischen Akteure ist die Lösung der Parkplatzsituation durch die Schaffung weiterer Parkplätze. Hinsichtlich der Wanderwege wird die Notwendigkeit der Verbesserung des Wegezustands sowie der Besucherlenkung gesehen. Vor allem die Ausschilderung der öffentlichen Toiletten ist aktuell nicht hinreichend. Um die Attraktivität der Burg zu steigern, sei es wichtig, freie Sicht aus allen Richtungen auf die Burg zu schaffen. Ist die Burg weithin sichtbar, zieht es Besucher in den Ort. Angeregt wurde, hierbei die historische Kulturlandschaft als Vorbild für die zukünftige Gestaltung zu nehmen, jedoch begrenzen die bestehenden Naturschutzgebiete den Handlungsspielraum bei der Umsetzung. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Verbesserung der Wegeverbindung von der S-Bahn-Station in den

Ort sowie der Ausbau des ÖPNV-Angebotes. Bislang gibt es lediglich die Möglichkeiten, ein Anrufsammeltaxi (AST) zu nutzen.

Als aktuell attraktive touristische Angebote wurden das gastronomische Angebot, die Rundwanderwege sowie Kräuterwanderungen und Wanderungen für Kinder genannt. Zusätzlicher Bedarf wird bei den bisher nicht vorhandenen Schlechtwetterangeboten sowie im Angebot von Informationen und Souvenirs vor Ort gesehen. Des Weiteren sind die Öffnungszeiten der Museen sehr kurz und die Bekanntheit verbesserungswürdig.

Handlungsbedarf im Bereich der Angebotsentwicklung sehen die touristischen Akteure hauptsächlich Stärkung der Nebensaison und der Steigerung der Bekanntheit. Als Ideen sind z.B. neue Gastronomiekonzepte, besondere Führungen, standesamtliche Trauungen in mittelalterlichem Ambiente und neue Events wie Oldtimertreffen, Sommerfest, Ausstellungen und Lesungen genannt worden. Weiteres Potenzial liegt darin, das mittelalterliche Ambiente stärker zu nutzen und zu inszenieren sowie die Burg stärker für Veranstaltungen zu nutzen. Die Themen „Stadtgeschichte“ und „Weinbau an der Sieg“ bieten Potenzial zum Ausbau der Angebote.

Auch bei der Zusammenarbeit der touristischen Akteure mit der Stadt Hennef wird Verbesserungspotenzial gesehen. Die Kooperationen beschränken sich oftmals bisher nur auf Prospektservices. Ein konkretes Vermarktungskonzept fehlt bisher. Die touristischen Akteure wünschen sich eine verstärkte Vermarktung Stadt Blankenbergs durch die Stadt Hennef und die Unterstützung bei der Durchführung und Bewerbung von Events.

Grundsätzlich wird die Notwendigkeit gesehen, das Tourismusbewusstsein der Bewohner Stadt Blankenbergs zu stärken. Hierzu ist vor allem im Rahmen der Planungen des Tourismuskonzeptes eine verträgliche Tourismusedwicklung wichtig.

2.4 Außensicht: Ergebnisse der Gästebefragung

Um auch die Außensicht auf die Destination Stadt Blankenberg zu ermitteln, wurde eine persönliche Gästebefragung vor Ort durchgeführt. Hierbei wurden 300 Besucher Stadt Blankenbergs zu ihrem Besuchsgrund, dem Informations- und Anreiseverhalten, Aktivitäten vor Ort, ihren Ausgaben, der Wiederbesuchsabsicht sowie zu Interessen und Wünschen für das zukünftige Angebot in Stadt Blankenberg befragt. Die Interviews wurden im November 2017 während des Mittelaltermarktes, in den Osterferien 2018 sowie an den Feiertagen und Wochenenden im Mai 2018 durchgeführt. Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse der Befragung dargestellt. Die komplette detaillierte Auswertung liegt dem Auftraggeber gesondert vor.

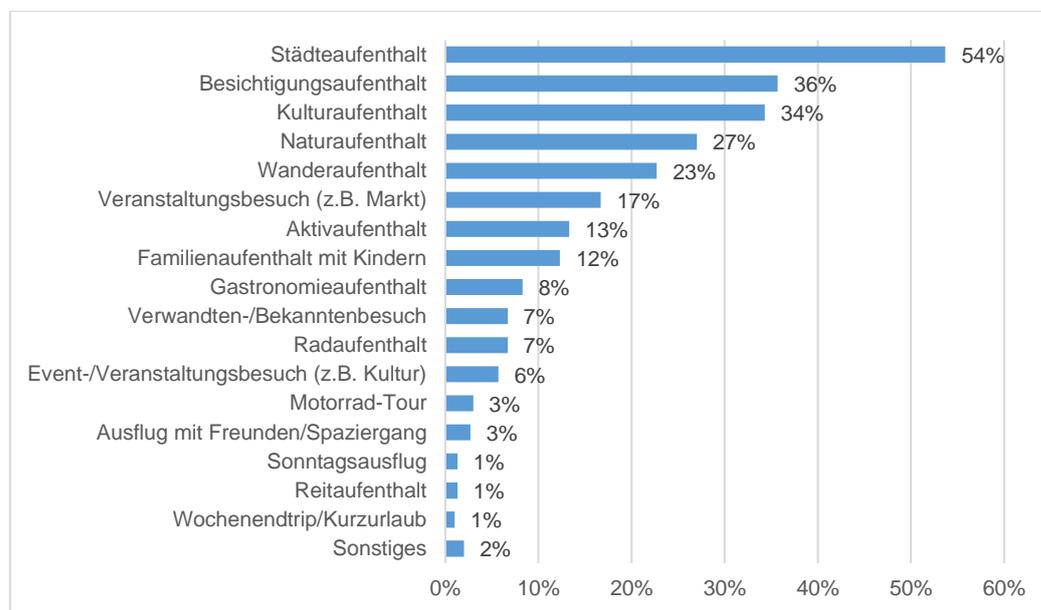
Die befragten Besucher sind zu 47% weiblich und zu 53% männlich. Fast 50% der Befragten sind zwischen 30 und 49 Jahre alt, weitere 37% sind zwischen 50 und 69 Jahre alt. Nur 8% der Teilnehmer sind unter 29, 6% sind über 69 Jahre alt. 98% der Besucher wohnt in Deutschland, wobei der Großteil aus dem PLZ-Bereich 53 (Bonn, Rhein-Sieg-Kreis, Ahrweiler, Vulkaneifel, Neuwied, Euskirchen) stammt. Ebenfalls häufig vertreten sind Besucher aus den PLZ-Bereichen 50 (Rhein-Erft-Kreis, Köln) und 51 (Köln, Leverkusen, Burscheid, Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergischer Kreis). 1,3% der Befragten stammt aus den Niederlanden. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass der Großteil der Besucher Stadt Blankenbergs aus dem näheren Umland anreist.

Über die Hälfte der Befragten ist mit dem Partner/der Partnerin in Stadt Blankenberg unterwegs. Knapp 30% hat die Kinder oder Enkel dabei und ein Viertel ist mit Freunden und Bekannten unterwegs. 13% der Befragten besuchen Stadt Blankenberg allein.

Ganze 99% der befragten Gäste in Stadt Blankenberg sind als Tagesgast dort und entsprechend von ihrem Wohnort angereist. Lediglich 1% der Befragten ist Übernachtungsgast, wovon zwei direkt in Stadt Blankenberg und einer in Eitorf untergebracht sind.

Über die Hälfte der Befragten bezeichnet ihren Aufenthalt in Stadt Blankenberg als Städteaufenthalt, gefolgt von Besichtigungs- und Kulturaufenthalten. Aber auch über ein Viertel ist aufgrund der Natur in Stadt Blankenberg und knapp ein Viertel würde den Aufenthalt als Wanderaufenthalt bezeichnen.

Abbildung 2: Als was für eine Art Aufenthalt würden Sie den gegenwärtigen am ehesten bezeichnen?



Quelle: ift GmbH; n = 300

Bei der Frage nach dem Informationsverhalten der Gäste vor ihrem Aufenthalt in Stadt Blankenberg gaben 60% die eigene Erfahrung an, was darauf hindeutet, dass sie Stadt Blankenberg in der Vergangenheit bereits einmal besucht haben. Rund ein Viertel gab an, sich über Freunde, Bekannte und Verwandte informiert zu haben. Nur wenige Besucher informierten sich vorab über Internetsuchmaschinen, Reiseführer oder die Tourist-Information.

Zur Anreise nutzen über 70% der Besucher Stadt Blankenbergs das Auto. 14% reisten mit der Bahn bzw. dem ÖPNV an. Weitere 7% sind mit dem Fahrrad und 3% mit dem Motorrad angereist. Als Grund für den Verzicht auf die Anreise mit der Bahn/dem ÖPNV wurden vor allem die zu lange und umständliche Anfahrt, eine zu große Entfernung sowie der Preis genannt.

Die Besucher wurden auch nach ihren ersten Assoziationen zu Stadt Blankenberg befragt. Abbildung 3 verdeutlicht, welche Begriffe hierbei am häufigsten genannt wurden. Vor allem die Burg

sowie die Altstadt mit ihrer Fachwerkarchitektur sind die ersten Stichworte, die den meisten Befragten zu Stadt Blankenberg einfallen. Aber auch die Historie sowie die Landschaft und Natur wurden häufig genannt.

Abbildung 3: Welche Stichworte fallen Ihnen zu Stadt Blankenberg als Reise- bzw. Ausflugsziel ein? Was verbinden Sie spontan mit dem Ort?

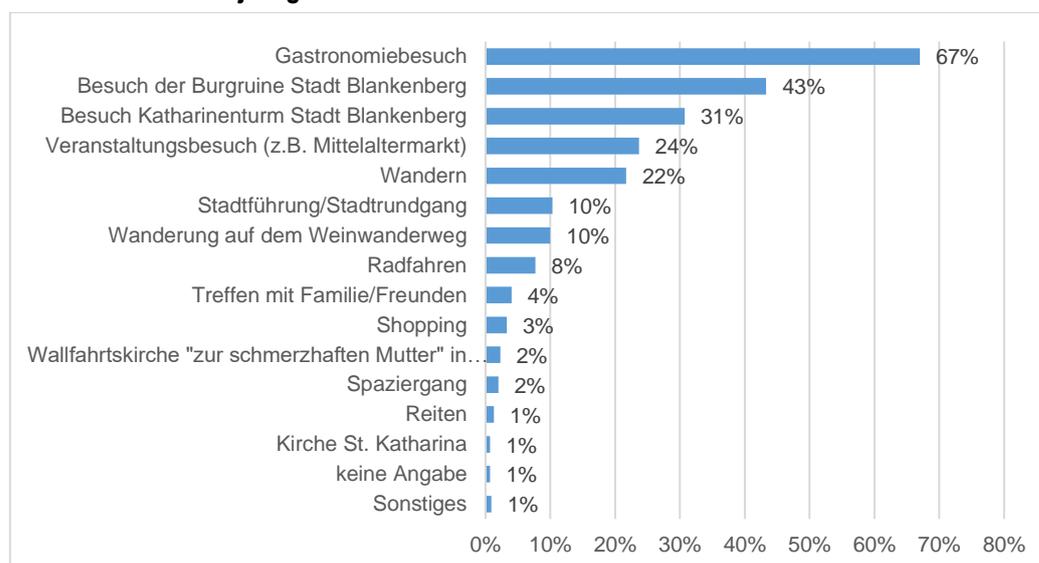


Quelle: ift GmbH; n = 288

Weiterhin wurden die Besucher gefragt, ob sie touristische Attraktionen oder Sehenswürdigkeiten in Stadt Blankenberg kennen. Knapp drei Viertel der Befragten nannten hierbei die Burg bzw. Burg-ruine als touristische Attraktion. Knapp ein Drittel nannte zudem den historischen Stadtkern. Turm, Kirche und der Mittelaltermarkt waren weitere häufige Nennungen.

Die Abbildung 4 zeigt auf, welche Aktivitäten die Besucher in Stadt Blankenberg unternehmen. An erster Stelle steht bei rund zwei Dritteln der Befragten ein Besuch der örtlichen Gastronomie. 43% besuchten die Burgruine, 31% den Katharinenturm. Knapp ein Viertel der Gäste hat eine Veranstaltung wie den Mittelaltermarkt besucht. Über 20% unternimmt eine Wanderung in und um Stadt Blankenberg, weitere 10% eine Stadtführung oder einen Stadtrundgang.

Abbildung 4: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie bereits bzw. werden Sie noch sicher während Ihres jetzigen Aufenthaltes unternehmen?



Quelle: ift GmbH; n = 300

Die Gäste wurden auch befragt, welche Ausgaben sie vor Ort während ihres Besuches tätigen. Die Tagesbesucher geben im Durchschnitt 19,58 € in Stadt Blankenberg aus, wobei 11,10 € auf Ausgaben in Restaurants oder Cafés entfallen. Weitere 5,26 € werden für Shopping und Einkäufe (keine Lebensmittel) ausgegeben, 2,43 € für die Verpflegung im Rahmen einer Veranstaltung, z.B. an einem Marktstand. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Ausgaben der Befragten auf dem Mittelaltermarkt im November mit eingeflossen sind.

Die Besucher wurden zudem zu ihrer Einschätzung bzgl. der Gegebenheiten und Angebote in Stadt Blankenberg befragt. Die Erreichbarkeit des Ortes wird von 76% der Befragten als gut bis sehr gut eingeschätzt. Die Verfügbarkeit von Parkplätzen wird von 42% der Befragten als gut bis sehr gut beschrieben, jedoch beurteilen 26% die Kapazität nur mit ausreichend bis mangelhaft. Das gastronomische Angebot wird von rund zwei Dritteln der Befragten als gut bis sehr gut empfunden. Die mit Abstand besten Bewertungen erhielten die Landschaft/Natur sowie das Ortsbild mit jeweils über 70% „Sehr gut“ und über 20% „gut“. Auch die Gastfreundlichkeit der Stadt Blankenberger wird von 79% der Befragten als gut bis sehr gut wahrgenommen. Die Sehenswürdigkeiten bzw. das Kulturangebot erhalten von 65% der Gäste eine gute bis sehr gute Bewertung. Die Aktiv- und Freizeitmöglichkeiten vor Ort werden von nur rund 20% positiv bewertet, wobei zwei Drittel der Befragten hierzu keine Einschätzung abgegeben hat. 5% der Befragten schätzen die Aktiv- und Freizeitmöglichkeiten als ausreichend bis mangelhaft ein. Auch Angebote für kleine Kinder und Familien werden von knapp 10% der Befragten als ausreichend bis mangelhaft beurteilt, wobei nur jeweils unter 20% aller Teilnehmer eine Beurteilung dazu abgaben. Das Wanderangebot wird von 35% der Befragten als gut bis sehr gut beschrieben. Hier gab es nahezu keine negativen Bewertungen, da über 60% der Befragten keine Beurteilung des Wanderangebotes vornehmen konnte bzw. die Angebote nicht in Anspruch nahm. Die mit Abstand negativste Beurteilung erhielt das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten. 18% der Befragten schätzen dieses als mangelhaft

ein, weitere 8% als ausreichend. Nur 9% der Befragten beurteilte das Angebot als gut oder befriedigend. 65% gab keine Beurteilung ab.

Insgesamt gaben 86% der Besucher Stadt Blankenbergs an, dass ihre Erwartungen an den Aufenthalt erfüllt wurden. In 10% der Fälle wurden die Erwartungen sogar (stark) übertroffen. Nur 2% der Besucher war enttäuscht vom Aufenthalt in Stadt Blankenberg.

In der Folge gaben zwei Drittel der Befragten an, dass sie Stadt Blankenberg ihren Freunden und Bekannten sicher als Reise- oder Ausflugsziel weiterempfehlen werden. Weitere 20% haken ihre Weiterempfehlung für wahrscheinlich. Lediglich 3% der Befragten hält es für eher unwahrscheinlich, Stadt Blankenberg weiterzuempfehlen.

88% aller Befragten können sich vorstellen, Stadt Blankenberg in Zukunft noch einmal zu besuchen, 73% sogar in den nächsten 12 Monaten. 6% der Befragten wird Stadt Blankenberg eher nicht noch einmal besuchen, 3% wird keinesfalls noch einmal wiederkommen.

Für den Fall eines erneuten Besuchs äußerten 87% der Befragten großes bis sehr großes Interesse an Themenangeboten im Bereich Natur. Jeweils drei Viertel der Befragten interessiert sich für Angebote im Bereich Geschichte und Kulinarik. 68% würde gern Themenangebote im Bereich Kunst, Kultur und Musik in Anspruch nehmen. Über die Hälfte der Befragten zeigt großes bis sehr großes Interesse an Wanderangeboten, 27% an Angeboten für Radfahren oder Radwandern. Ein Bauernmarkt oder kulinarischer Markt wäre zukünftig ebenfalls für knapp die Hälfte der Befragten interessant. Der Einkauf von Souvenirs, Kunsthandwerk und regionalen Produkten reizt rund ein Drittel der Befragten. Ein Edutainment-Angebot für Erwachsene (interessant/interaktiv präsentierte Geschichte etc.) ist für 33% der Befragten interessant, ein entsprechendes Angebot für Kinder würden 10% der Befragten begrüßen. Überhaupt würden 12% der Befragten gern Kinder- und Familienangebote in Anspruch nehmen.

Die Besucher wurden auch danach gefragt, was ihnen während ihres Aufenthaltes in Stadt Blankenberg am meisten bzw. was ihnen nicht gefallen hat. Darüber lassen sich die Stärken und Schwächen Stadt Blankenbergs aus der Sicht der Gäste vor Ort definieren. Am besten gefallen hat den Befragten in Stadt Blankenberg die Burg, gefolgt von der Natur sowie dem Flair und der Atmosphäre des Ortes. Aber auch das Stadtbild mit seiner Architektur und dem Fachwerk wurden häufig genannt. Der Mittelaltermarkt sowie die schöne Aussicht und das gastronomische Angebot schnitten ebenfalls sehr gut ab. Abbildung 5 veranschaulicht die häufigsten Nennungen noch einmal grafisch.

Analog werden in Abbildung 6 die von den Besuchern identifizierten Schwächen dargestellt. Grundsätzlich gaben nur 113 Besucher überhaupt an, dass sie etwas an ihrem Aufenthalt in Stadt Blankenberg gestört hat. Als negativ fielen vor allem der Verkehr sowie die begrenzten Parkmöglichkeiten ins Gewicht. Die Qualität und das Fehlen von Rad- und Waldwege wurden ebenfalls von einigen Besuchern bemängelt. Weitere Schwächen sind die schwierige Anfahrt, die Beschilderung sowie die Beleuchtung. Auch das gastronomische Angebot wird von einem kleinen Teil der Gäste als verbesserungswürdig betrachtet.

Abbildung 5: Was hat Ihnen während Ihres Aufenthaltes in Stadt Blankenberg am besten gefallen?



Quelle: ift GmbH; n = 284

Abbildung 6: Was hat Sie während Ihres Aufenthaltes in Stadt Blankenberg gestört oder was haben Sie vermisst? Was hat Ihnen nicht gefallen?



Quelle: ift GmbH; n = 113

Für das zukünftige (touristische) Angebot in Stadt Blankenberg wünschen sich 20 Befragte mehr Einkaufsmöglichkeiten, 15 würden einen Bauernmarkt oder anderen Markt begrüßen. Jeweils 10 Befragte wünschen sich mehr Parkmöglichkeiten sowie ein ausgebautes oder verbessertes gastronomisches Angebot. Weitere Nennungen gab es beispielsweise für einen Shuttle in den Ort, mehr Veranstaltungen, einen Spielplatz, bessere Beschilderung und Beleuchtung, einen Kiosk sowie öffentliche Toiletten.

3. Trends

Die Entwicklung von Destinationen unterliegt Entwicklungen und Trends, aus denen sich regelmäßig Chancen ableiten lassen. Nachfolgend wird eine Übersicht über maßgebliche Trends, die Auswirkungen auf den Tourismus haben, gegeben. Sie geben Impulse für die Entwicklung oder Anpassung von Infrastrukturen und Angeboten. Weiterhin sind sie Grundlage für einige Strategien.

3.1 Allgemeine Trends

► Demographischer Wandel

In den Industrieländern und speziell in Deutschland wird der demographische Wandel in den kommenden Jahrzehnten so stark sein wie noch nie zuvor. Zwar wird sich die Bevölkerungszahl in den kommenden ein bis zwei Jahrzehnten kaum verändern, doch führen Geburtenrückgang und steigende Lebenserwartung zu einer Verschiebung der Altersstruktur. Im Zusammenhang mit dem demographischen Alterungsprozess soll auch auf die Gruppe der Menschen mit Behinderung bzw. **eingeschränkter Mobilität** hingewiesen werden: Aufgrund steigender öffentlicher Aufmerksamkeit und Akzeptanz wird diese Gruppe an Präsenz in der Gesellschaft und auch auf dem Markt zunehmen. Dies betrifft auch touristische Betriebe: Barrierefreier Zugang zu touristischen Urlaubs- und Freizeitangeboten wird zunehmend vorausgesetzt und gewinnt an Wichtigkeit. Dies bedeutet, dass Komfort und Barrierefreiheit im Gastgewerbe, bei Freizeitangeboten und in öffentlichen Räumen unabdinglich ist. Es bedarf neuer Ideen für Ältere, Menschen mit Handicap und Familien (Mehrgenerationenangebote).

► Klimawandel

Der Tourismus wird von den sich ändernden Klimabedingungen beeinflusst. Insbesondere der Winter(sport)tourismus ist direkt von den Wetter- und Schneebedingungen betroffen. Doch auch sommerliche Temperaturen beeinflussen Buchungen für einen Sommerurlaub innerhalb des Landes. Davon profitieren Regionen ohne Hitzestress (Küste, Mittelgebirge). Der Trend zur Saisonverlängerung wird durch den Klimawandel gestützt (höhere Temperaturen auch außerhalb des Sommers). Städte werden im Hochsommer weniger attraktiv.

► Digitalisierung

Die zunehmende Digitalisierung äußert sich im Tourismus durch eine schnell wachsende Zahl an digitalen Reiseangeboten und Reisemedien. Urlaubs- und Freizeitangebote werden immer häufiger über das Internet gebucht. Auch die Anzahl digitaler Bewertungsportale wie z.B. Tripadvisor oder Reiseblogger, die Reisetipps über Social Media Kanäle wie YouTube oder Facebook vergeben, steigt stetig. Das Internet ist inzwischen das wichtigste Medium für die Vorbereitung, Buchung und Nachbereitung (Bewertung) einer Reise. Grundsätzlich sind Netzverfügbarkeit, flächendeckendes W-LAN und Online Marketing-Maßnahmen wichtig. In den Unternehmen in Gastgewerbe und Freizeitwirtschaft werden digitale Angebote und Prozesse immer bedeutender, um Prozesse zu optimieren, Personalengpässe zu kompensieren sowie Vertrieb und Service zu verbessern.

► **Alles immer schneller, kürzer und sofort**

Auch dieser Trend wirkt sich direkt auf das Reiseverhalten der Gesellschaft aus. Die Reisen werden tendenziell immer kürzer, was sich durch eine erhöhte Nachfrage an Kurz- und Städtetrips, Wochenendausflügen und spontanen Reisen wie Last-Minute-Angeboten ausdrückt.

► **Fachkräftemangel**

Der Tourismus ist stark vom Fachkräftemangel betroffen. Die Nachfrage nach gut ausgebildetem Fachpersonal zum Beispiel in Hotellerie und Gastronomie steigt. Diese Entwicklung ist auf den Demografischen Wandel, aber auch auf die wachsenden Ansprüche der sogenannten Generation Y zurück zu führen. Dies führt dazu, dass Begriffe wie Employer Branding (der Aufbau einer Arbeitgebermarke) und arbeitnehmerfreundliche Human-Ressource-Konzepte an Bedeutung gewinnen. Für touristische Betriebe gilt es daher, die Vorteile der (Ausbildungs-)Berufe im Tourismus wie Karrieremöglichkeiten und die Internationalität der Berufe an die junge Generation zu kommunizieren und so um geeignetes Fachpersonal zu werben.

3.2 Gegentrends

Zusätzlich zu den oben beschriebenen Trends gibt es die sogenannten „Gegentrends“. Also Entwicklungen und Bedürfnisse, die genau gegensätzlich zu den oben vorgestellten Trends verlaufen und als Gegenreaktionen auf einen Megatrend entstehen.

► **Heimat**

Als Gegenbewegung zur Globalisierung und dem Zusammenrücken der Welt zeichnet sich ein steigendes Bedürfnis nach Heimat und Lokalität sowie überschaubaren Strukturen ab. Der Trend der Regionalität wirkt sich auf verschiedene Bereiche aus, insbesondere auf die starke Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln, die inzwischen sogar die Nachfrage nach Bio-Produkten überholt hat. Auch im Bereich der Architektur ist „Heimat“ sichtbar: regional-typische Bauweise und Materialien bieten Identität und helfen bei der Differenzierung von Wettbewerbern.

► **Slow Food, Slow Living, Slow Tourism**

Das Bedürfnis nach bewusstem und regionalem Essen, wie es die Slow Food Bewegung vorsieht, zeigt eine Gegenbewegung zu dem Trend des globalisierten Fast Food und des „alles immer schneller, kürzer und sofort“. Slow Food, genau wie Slow Living drückt eine Entschleunigungs-Bewegung aus, die sich auch auf den Tourismus (Slow Tourism) ausbreitet und sich in einer wachsenden Nachfrage nach „Auszeit-Urlauben“, Schweigekloster-Aufenthalten oder Meditations-Angeboten ausdrückt. Auch der Erfolg des Pilgerns bzw. des spirituellen Tourismus erklärt sich hieraus ein Stück weit.

► **Offline gehen**

Ähnlich entsteht zunehmend das Bedürfnis nach mehr „offline-Momenten“ - direkter Gegen-trend zur Digitalisierung. Die Anzahl der Menschen, die sich aufgrund der konstanten Erreichbarkeit gestresst fühlen, wächst stetig und wird durch eine erhöhte Nachfrage nach Angeboten zum Thema „Digitale Entgiftung“ bestätigt. Auch die Bewegung „Digital Detox“, die einen be-

wussteren Umgang mit dem Smartphone und anderen Online-Medien vermittelt, ist bei Studenten ebenso wie Managern sehr gefragt. Einige Unternehmen reagieren inzwischen auf diese Entwicklung indem sie über Nacht ihre Mail-Server abstellen.

► **Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit ist fast schon kein „Gegentrend“ mehr, sondern ein „Megatrend“. Nachhaltigkeit gibt es in vielen Bereichen: Nachhaltigkeit kann sich unter anderem auf den Anbau von Lebensmitteln, auf eine nachhaltige Produktion zum Beispiel von Kleidung, auf soziale Nachhaltigkeit, auf ein nachhaltiges Management oder eine nachhaltige Nutzung von touristischen Angeboten beziehen. Nachhaltigkeit stellt anstelle der kurzfristigen Effizienz die langfristige oder dauerhafte Nutzung eines Systems in den Vordergrund. Wichtig sind hierbei künftig die Schaffung klimaneutraler Angebote oder das Thema Regionalität in den Vordergrund zu stellen. Auch die Betriebsdauer von Investitionen sollte beachtet werden.

► **Gemeinwohl und Crowdlösungen**

Statt konsumorientiertem Egoismus geht es hier um eine neue Wertschätzung von Gemeinsamkeit. Deutlich wird dies an der wachsenden Bedeutung von Tauschmodellen und bürger-nahen Geschäftsmodellen wie Couchsurfing, AirBnB, Uber, Mitfahrzentralen und Apps für Mitfahrer oder Crowdfunding. Auch das beispiellos umfassende Engagement in Deutschland im Rahmen der Integration und Betreuung von Flüchtlingen ist ein Kennzeichen dafür.

4. SWOT-Analyse

Auf Basis der Analyseergebnisse, Vor-Ort-Besichtigungen, der Expertengespräche und der Gästebefragung sowie der Erkenntnisse aus dem ersten Workshop vor Ort wurde eine zusammenfassende SWOT-Analyse erstellt.

Stärken	Schwächen
<p>Lage, Naturräume, Ort</p> <ul style="list-style-type: none"> + Teil einer attraktiven Tourismusregion Siegtal + Mehr als 800-jährige Geschichte + Historische Burganlage, Stadtmauer, Burggarten + Ortsbild: gepflegter Eindruck, besondere Atmosphäre des Ortskerns (Fachwerk) + Mittelalterliches Ambiente + Events mit Potenzial (Mittelaltermarkt, Weinfest, Kunst auf Burg Blankenberg) + Historische Kulturlandschaft + Teil des Natursteigs Sieg (Qualitätswanderweg) + Weitere attraktive Wanderwege als Rundwege + Ortsführungen + Führungen durch Natur- und Kulturlandschaft + Burggarten mit Führungen 	<p>Lage, Naturräume, Ort</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stadtbild: eingeschränkte Aufenthaltsqualität an zentralen Plätzen (Sitzgelegenheiten etc.), unattraktive Ortseingänge, Vernetzung Burgareal – Ortsmitte - z.T. keine freie Sicht auf die Burg (Sichtbeziehungen) - temporärer Parkplatzmangel, fehlende Busparkplätze - Führung von Verkehr durch das Siegtal, anstatt über Süchterscheid - keine ÖPNV-Anbindung in den Ort, außer AST - Wegeverbindung von der S-Bahn-Station in den Ort ist optimierungsbedürftig (Wegeführung, Beschaffenheit, Beleuchtung etc.) - Rad-, Wanderwegesystem: Pflegezustand der Wege, Beschilderung teils verwirrend - fehlende Radwege - Keine ausreichende Besucherlenkung, Beschilderung WC - Einzelhandel: keine Geschäfte im Ort, fehlendes Angebot an der Burg (Kiosk, Eisverkauf) - Konzentration der Nachfrage auf Wochenende und Schönwetter, schwache Nebensaison - Keine Schlechtwetterangebote - Öffnungszeiten Turmmuseum - keine Barrierefreiheit

Stärken	Schwächen
<p>Image, Bekanntheit</p> <ul style="list-style-type: none"> + Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“ + Romantik pur + mittelalterliches Ambiente 	<p>Image, Bekanntheit</p> <ul style="list-style-type: none"> - trotz besonderer Merkmale nur regionale Bekanntheit, vorrangig als Ausflugsziel
<p>Beherbergung, Gastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> + Zertifizierung der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe als Qualitätsgastgeber Sieg + Gute und sehr gute Bewertungen in den Portalen + Das gastronomische Angebot entspricht vielen Geschmäckern + Engagierte Betreiber 	<p>Beherbergung, Gastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gastronomie: Öffnungszeiten, z.B. kaum Frühstücksangebot - Das gastronomische Angebot ist etwas „hinter der Zeit“ - Nachfolgeproblematik
<p>Touristische Aufgabenwahrnehmung, Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> + Engagierte Betriebe, Vereine, Ehrenamtler 	<p>Touristische Aufgabenwahrnehmung, Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zusammenarbeit mit der Tourist-Information Hennef beschränkt sich auf Prospektservice - Nachwuchsprobleme bei Vereinen/Ehrenamt - Fehlendes Verständnis, Tourismusbewusstsein der Anwohner - Mehr Unterstützung durch die Stadt Hennef gewünscht, Betriebe fühlen sich allein gelassen
<p>Vermarktung, Kommunikation, Vertrieb</p>	<p>Vermarktung, Kommunikation, Vertrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keine Info für Touristen vor Ort (außer Schilder, Tafeln) - Fehlendes Vermarktungskonzept

Chancen	Risiken
<p>Markt</p> <ul style="list-style-type: none"> → Ausflugsnachfrage stabil → Weiter steigende Nachfrage Rad und Wandern → E-Biking → Regionalität (Ambiente, Produkte, Küche), Kultur, Heimat, Authentizität, Entschleunigung, Naturerlebnis → Nächste Regionale Bergisches Rheinland 2025 <p>Ort</p> <ul style="list-style-type: none"> → Umsetzung InHK, Fördermittel → Neuer Panoramaweg für Wandergäste → Burggelände: Potenzial für Events, Mittelalterthema → Emotionales „Storytelling“ für die Geschichte(n) → Thema „Weinbau“ + Kulinarik → Mehr und bessere Kooperation → Mehr, kreativere Vermarktung und Verkauf → Stadt Blankenberg als Aushängeschild des Siegsteigs, regionales Tourismus-/Infozentrum → Mehr Bekanntheit durch neue Eventformate → Neue Gastronomiekonzepte 	<ul style="list-style-type: none"> - Naturschutzgebiete begrenzen Handlungsmöglichkeiten - z.T. geringes Tourismusbewusstsein der Bevölkerung - Wegfall von Gastronomie und Beherbergung (Nachfolge, Fachkräftemangel) - Nachwuchs in den Vereinen fehlt (bürgerschaftliches Engagement, Infrastrukturfürsorge, Führungen)

5. Ziele, Leitlinien, Strategien und Positionierung

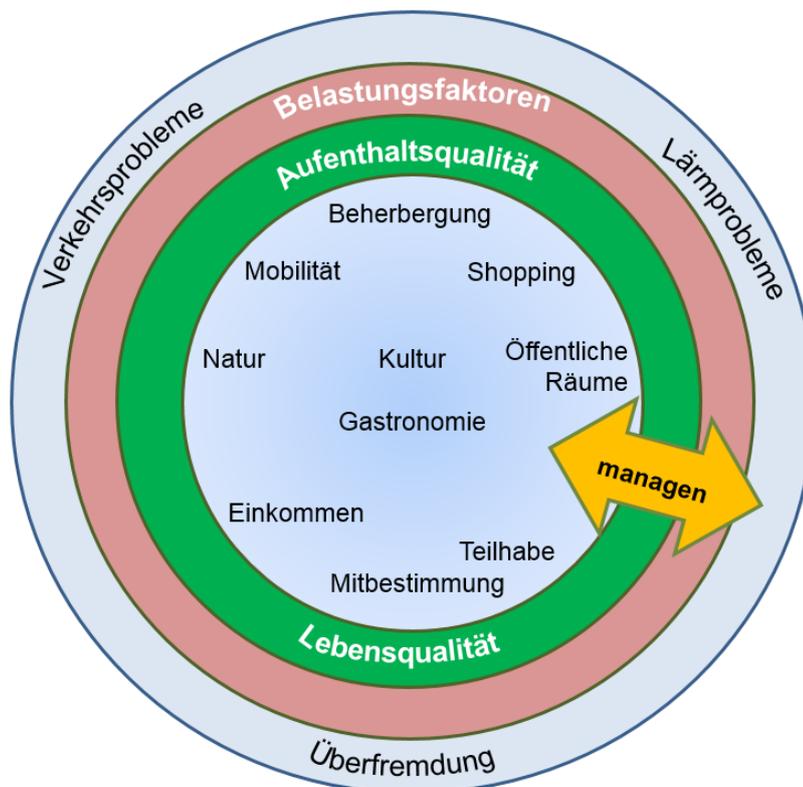
5.1 Ziele und Strategien

Die Zieldefinition erfolgte auf Basis von *ift*-Vorschlägen in einer Diskussions- und Abstimmungsrunde im Rahmen eines Workshops mit Akteuren aus Stadt Blankenberg.

Das Kernziel ist dabei: Nachhaltige Tourismusedwicklung - Balance von Lebens- und Aufenthaltsqualität!

Das Spannungsfeld zwischen Aufenthalts- und Lebensqualität sowie die damit einhergehenden Errungenschaften aber auch Belastungsfaktoren sind in Abbildung 7 dargestellt. Im Bereich Aufenthaltsqualität spielen vor allem die Gestaltung öffentlicher Räume, Beherbergung, Shopping, Kultur, Gastronomie aber auch Mobilität und Natur eine Rolle. Für die Lebensqualität der Einheimischen spielen vor allem Einkommen, Teilhabe und Mitbestimmung eine große Rolle. Doch nicht nur Touristen und Besucher profitieren von Investitionen in das Angebot Stadt Blankenbergs. Auch Einheimische nutzen kulturelle und gastronomische Angebote, halten sich in Natur und an öffentlichen Plätzen auf. Die Erhöhung der Aufenthaltsqualität trägt also auch zur Lebensqualität der Bewohner bei. Jedoch entstehen dadurch auch Belastungsfaktoren wie Verkehrsprobleme, Lärmprobleme sowie Überfremdung. Diese gilt es einzudämmen. Es geht also im Großen und Ganzen darum eine Balance zwischen der Weiterentwicklung der Aufenthalts- und Lebensqualität einerseits und den Belastungsfaktoren andererseits zu erreichen.

Abbildung 7: Schema zur Erreichung des Kernziels



Quelle: eigene Darstellung *ift* GmbH

Um das Kernziel, eine nachhaltige Tourismusedwicklung, zu verfolgen, wurden konkrete Ziele formuliert. Diese lassen sich in qualitative – nicht direkt in Zahlen messbare – und quantitative – direkt messbare – Ziele unterteilen.

Qualitative Ziele

- ▶ Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit (Infrastruktur, Attraktionen, Betriebe)
- ▶ Steigerung der Angebots- und Servicequalität – zufriedenerer Gäste
- ▶ Nachhaltige Tourismusedwicklung (ökonomisch – sozial – umweltgerecht), Förderung eines sanften Tourismus
- ▶ 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

Im Rahmen des Workshops wurde allerdings deutlich, dass eine Erhöhung der Zahl der Tagestouristen nicht angestrebt werden soll.

Mit jeder Maßnahme, die zum übergeordneten Ziel beiträgt, soll auch ein Mehrwert für die Bürger Stadt Blankenbergs geschaffen werden.

Die folgenden **Strategien** sollen bei der Umsetzung der für Stadt Blankenberg definierten Ziele helfen und die nachhaltige Entwicklung des Tourismus unterstützen:

- ▶ **Angebot sichern und gezielt ausbauen**
bestehende Standorte in Wert setzen (Burg) + Grundangebot sichern (Beherbergung, Gastronomie) + inhaltliche Attraktionen (Kultur, Natur & Bildung)
- ▶ **Konzentration auf den Ausbau der Erlebbarkeit der herausragenden authentischen Potenziale**
Natur, Ortsbild, Geschichte, Burg, Mittelalterambiente: Zugänglichkeit, Inszenierung, „organisierbare Angebote“

- ▶ **Besucher lenken**
Wegeführung innerhalb und außerhalb des Kernortes, Entlastung, zeitliche Lenkung
- ▶ **Erreichbarkeit / Mobilität sichern**
S-Bahn-Anbindung, ÖPNV, Parkmöglichkeiten
- ▶ **Sehnsüchte der Gäste erfüllen**
Gemeinschaftserlebnisse, Unterhaltung, Erholung, Konsum, Identität, draußen sein, genießen...

Als **weitere Strategien** wurden im Workshop erarbeitet:

- ▶ Längere Aufenthalte fördern
- ▶ Verkehrsprobleme in den Griff bekommen
- ▶ Storytelling
- ▶ Gute Gastronomie
- ▶ Selbst erleben, aktiv werden, selber machen ermöglichen

5.2 Themen und Zielgruppen

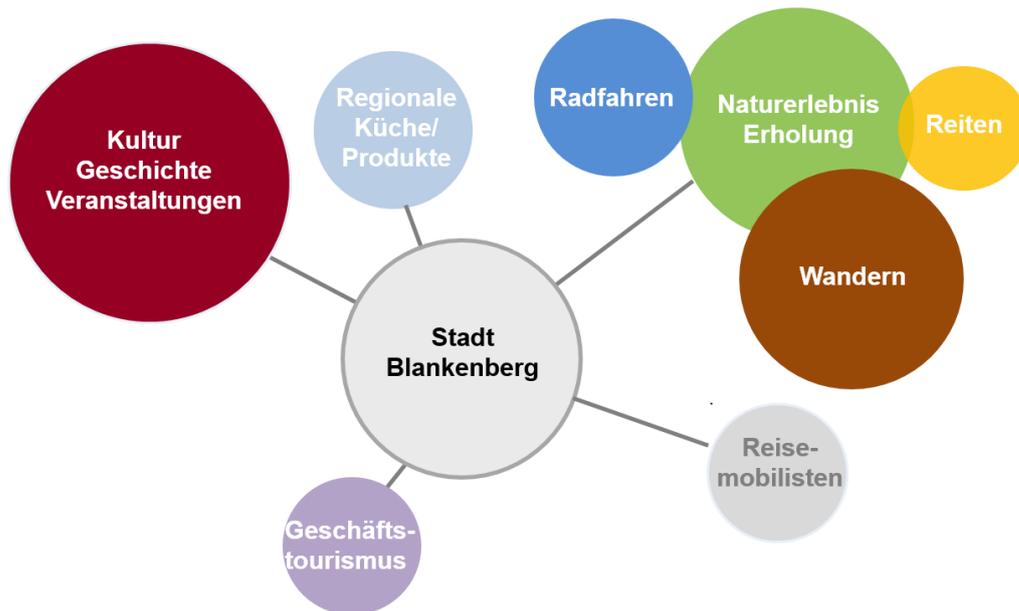
Um sich im Wettbewerb der touristischen Destinationen zu profilieren, unterscheidbar und erkennbar zu sein für Gäste, bedarf es einer möglichst klaren Positionierung. Die Positionierung drückt aus, welche Themen und Attraktionen eine besondere Rolle spielen.

Stadt Blankenberg wird vor allem charakterisiert durch seine Lage auf einer Anhöhe an der Sieg sowie durch seine Historie. Daraus leitet sich ein Fokus auf die Themen „Kultur und Geschichte“ sowie „Naturerlebnis und Erholung“ ab:

- ▶ **Kultur, Geschichte, Veranstaltungen:** Burgruine, Türme und Stadtmauer, Kulturerlebnis, Fachwerkkernstadt, historische Gebäude, Museen, kulturelle Veranstaltungen und Events, kulturelle und geschichtliche Führungen
- ▶ **Naturerlebnis, Erholung:** Natur und Landschaft erleben, Lage an der Sieg, Siegtal, Rad- und Wanderwege, Natursteig Sieg, naturpädagogische Veranstaltungen, geführte Wanderungen, Burgarten, Reiten

Zwei weitere Themen, welches die Kernthemen flankieren, sind der „Geschäftsreisetourismus“ - Tagungen, Seminare und Incentives in historischem Ambiente sowie der Reisemobiltourismus, der bundesweit eine steigende Nachfrage verzeichnet. Alle Themen werden begleitet durch einen regionalen Bezug im Hinblick auf Kulinarik, Gastlichkeit und Produkte.

Abbildung 8: Touristische Themen für Stadt Blankenberg



Quelle: ift GmbH

Auch in den zu fokussierenden Zielgruppen und Urlaubertypen sind die dargestellten Themen wiederzufinden. Neben den Kultur- und Städtetouristen ist der Aktive Erholungsurlauber eine wichtige Zielgruppe. Stadt Blankenberg möchte zukünftig verstärkt Besucher mit besonderem Themeninteresse ansprechen, die z.B. auch für einen mehrtägigen Aufenthalt außerhalb des Wochenendes zu begeistern sind.

Als weitere Zielgruppe – mit wachsendem Potenzial – sind neben Geschäftsreisenden auch Wohnmobilreisende zu berücksichtigen.

6. Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

Unter Berücksichtigung der im Workshop definierten Ziele, Strategien, Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken sowie der Priorisierung von Themen und Zielgruppen, wurden konkrete Handlungsansätze entwickelt. Diese Handlungsempfehlungen sollen im Rahmen der Realisierung des Tourismuskonzeptes umgesetzt werden.

Die nachfolgend aufgeführten Handlungsfelder und Maßnahmen sind gleichzeitig der Rahmen für künftige konkrete Maßnahmen der Stadt und Betriebe zur weiteren nachhaltigen Entwicklung des Tourismus. Sie geben den nötigen Spielraum, um jeweils individuelle Lösungen zu erarbeiten. Je stärker der Beitrag eines einzelnen Projektes oder einer Maßnahme zur Erreichung der Ziele und Umsetzung der Strategien ist, desto sinnvoller ist dieses Projekt oder diese Maßnahme. Ziele und Strategien können zur Bewertung des Beitrags zur Destinationsentwicklung durch Projekte und Maßnahmen insofern auch als Checkliste dienen.

Es wurden Projekte und Maßnahmen für die Bereiche „Infrastruktur“, „Betriebe/Tourist-Info“, „Angebote“ und „Vermarktung, Vertrieb“ erarbeitet.

6.1 Handlungsfelder im Überblick

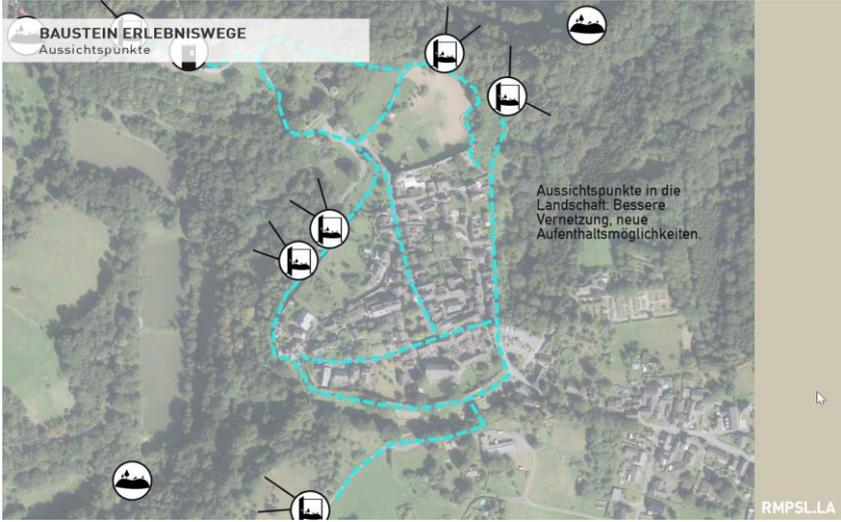
Stadt Blankenberg			
Projekte und Maßnahmen			
Infrastruktur	Betriebe	Angebote	Vermarktung, Vertrieb
1. Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten	8. Übernachten im Weinfass/Schäferwagen	12. Events	20. Vermarktungskonzept, Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef
2. Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg	9. Neue Gastronomiekonzepte	13. Besondere Führungen	21. Themenmarketing „Weinbau an der Sieg“
3. Aufwertung Hauptburg	10. Kulinarische Aktionen in der Gastronomie, als Märkte	14. Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente	22. Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“
4. Licht und Beleuchtung, Inszenierung	11. Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort (Kooperationskonzept)	15. Kräuterseminare im Burggarten	23. Gezielte Vermarktung
5. Ausbau (Themen)Wanderwege und Wanderparkplatz		16. Themenangebote Kunst, Kultur, Musik	
6. Radweg Süchterscheid – Stadt Blankenberg		17. Themenangebote Geschichte	
7. Anbindung S-Bahn-Haltepunkt		18. Themenangebote Natur	
		19. QR-Codes, Beacons, Info-Filme	

Quelle: ift GmbH

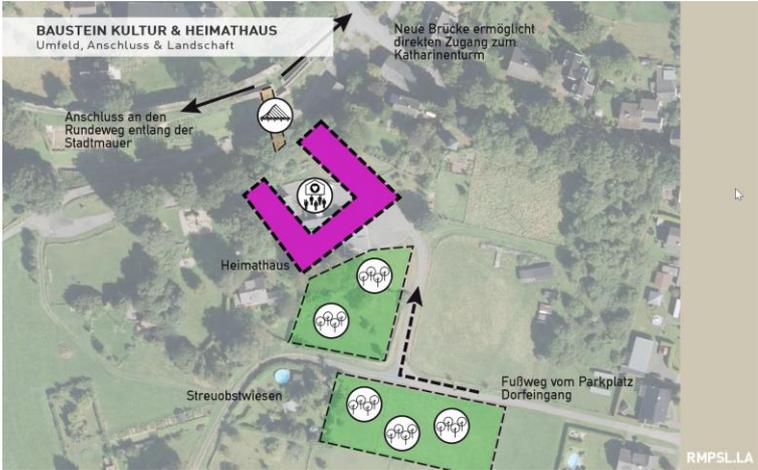
6.2 Maßnahmen im Handlungsfeld Infrastruktur

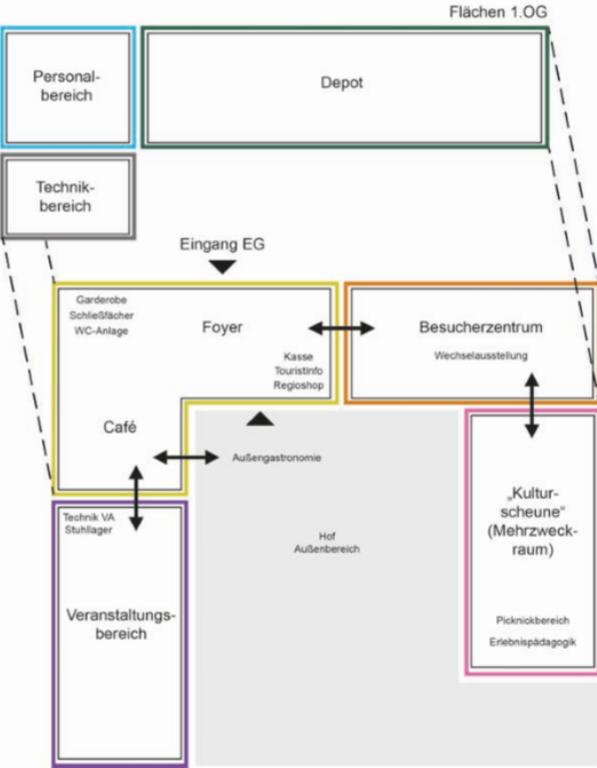
Im Folgenden werden die einzelnen Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld Infrastruktur im Detail vorgestellt. Hierbei sind übergreifende Themen wie Mobilität, Parkraum, öffentliche Toiletten, und Beschilderung sowie die Pflege öffentlicher Flächen immer mit zu berücksichtigen. Die Pflege öffentlicher Flächen meint beispielsweise die Pflege von Grünflächen, aber auch die Sauberkeit von Plätzen und Parks etc. Ein wichtiger Punkt ist ebenso die Besucherlenkung bzw. eine eindeutige Beschilderung, die alle wichtigen Ziele abdeckt (S-Bahn-Station, Sehenswürdigkeiten, Routen, öffentliche Toiletten etc.) und verschiedene Zielgruppen bedürfnisgerecht lenkt (Fußgänger/Wanderer, Radfahrer, Autofahrer). Die Beschilderung ist regelmäßig zu prüfen und weiterzuentwickeln.

Name	#1: Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schaffung einer neuen Attraktion durch die Fußgängerbrücke und Aussichtspunkte ▶ Lenkung des Fußgängerverkehrs außerhalb des Kernortes, zumindest für den Hin- oder Rückweg
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <u>Panoramaweg</u> <ul style="list-style-type: none"> - Besucherlenkung um die Kernstadt herum durch einen neu konzipierten Panoramaweg - Start am Kultur- und Heimathaus bzw. am Katharinentor, wo die Besucher im besten Fall parken - Einbindung der Stadtgeschichte durch Führung der Besucher entlang der Stadtmauern um den Kernort sowie zur Burgruine - Schaffung von drei Aussichtspunkten entlang des Weges sowie zweier Aussichtspunkte als Abstecher und einem Abstecher zur Burgruine  <p>Quelle: ift GmbH</p>

Name	#1: Panoramaweg entlang der Mauern mit Fußgängerbrücke und Aussichtspunkten
	<ul style="list-style-type: none"> - Bau einer Fußgängerbrücke zwischen Spielplatz und Stadtmauer - Einbindung des Spielplatzes als Aufenthaltspunkt während der Route - Schaffung von Sitzgelegenheiten an den Aussichtspunkten für eine Rast auf dem Weg und zum Genießen der Aussicht <p>Darstellung des geplanten Wegeverlaufs in türkis</p>  <p>Quelle: RMP</p>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Eingriff in Natur prüfen ▶ konkrete Planung, Bau und Beschilderung des Panoramaweges
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef, Fördermittel

Name	#2: Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schaffung eines Veranstaltungsortes mit ausreichend Kapazitäten ▶ Entlastung des Turmmuseums ▶ Schaffung einer neuen Ankerattraktion mit Parkflächen als Ausgangspunkt für Besucher ▶ Vorhaltung von Informationsmaterial vor Ort (als Alternative zur Einrichtung einer Tourist-Information)
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Infoecke und Ausstellungsräume <ul style="list-style-type: none"> - Exponate zur Geschichte von Burg und Stadt Blankenberg - Informationen zum Denkmalbereich Historische Kulturlandschaft „Unteres Siegtal: Stadt Blankenberg – Bödingen“ - Informationen zu den Themen Wandern, Natur und Siegtal - Fläche für thematische Wechselausstellungen (Stell- und Wandflächen) - Museumsshop zum Verkauf von Karten, Literatur, Merchandising etc. - Lagerraum für Stellwände und Lagermöglichkeiten für Wechselausstellungen ▶ Außerschulischer Lernort <ul style="list-style-type: none"> - Raum für interaktive Lern-Angebote für Kindergärten und Schulen als außerschulischer Lernort („grünes Klassenzimmer“) - Ggf. kleines Labor ▶ Fachbibliothek <ul style="list-style-type: none"> - Forschungs-Bibliothek zur Geschichte von Burg und Stadt Blankenberg (Sammlung vorhandener Titel sowie kontinuierlicher Erwerb weiterer Literatur zu Stadt Blankenberg, der historischen Kulturlandschaft sowie zur Geschichte des Herzogtums Berg und weiterer für die Geschichte von Stadt Blankenberg relevanter Themen) ▶ Versammlungs-/Veranstaltungsraum für 150-200 Personen <ul style="list-style-type: none"> - kleine Bühne, kleiner Flügel, Künstlergarderobe, zweckmäßige Ton- und Lichttechnik, Tisch- und Stuhllager - Foyer mit Ausschank sowie einer kleinen Küche - Der Veranstaltungsraum sollte eine Fensterfront zur Aussicht auf die historische Stadt haben und möglichst komplett abgedunkelt werden

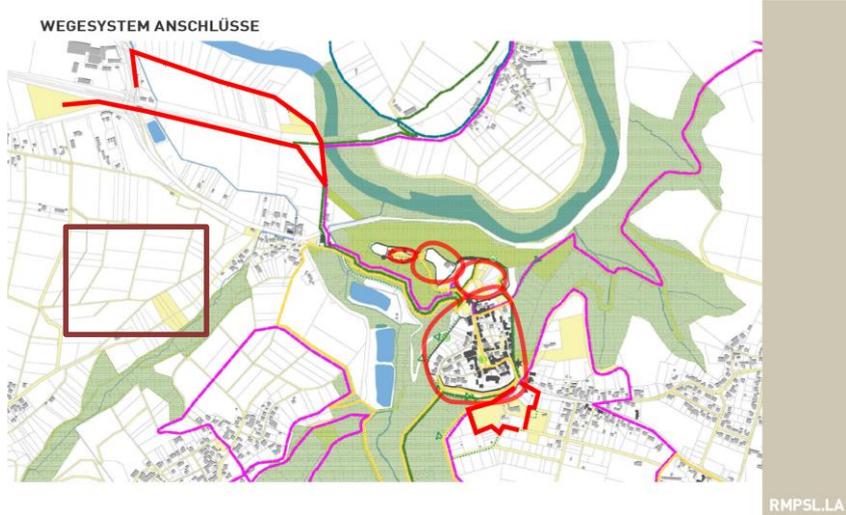
Name	#2: Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg
	<p>können; im Idealfall sollte die Fensterfront sich zu einer Terrasse öffnen lassen, die man bei Veranstaltungen ggf. mit nutzen kann</p> <ul style="list-style-type: none"> - als Veranstaltungsort + Schulungsort für Feuerwehr und Vereine nutzbar (Nutzung für Vereine muss bezahlbar sein) <p>▶ Café / Cafeteria</p> <ul style="list-style-type: none"> - ggf. an den Veranstaltungsraum gekoppelt - mit Außengastronomie <p>▶ Kulturscheune</p> <p>als weiterer Baustein für das Gesamtkonzept, als Mehrzweckfläche nutzbar für</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungen - Ausstellungen (z.B. historisches landwirtschaftliches Großgerät) <p>▶ Notwendige Nebenräume</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eingangsbereich mit Zugang zu allen weiteren Einrichtungen und Zugang zum Aufzug - Büroräume für Mitarbeiter und Hausmeister - Garderobe für Besucher des Hauses (Schränke) - sanitäre Einrichtungen - Lagerflächen <p>▶ Nutzung Parkplätze und Zufahrt durch Feuerwehr</p> <p>▶ Gewährleistung Barrierefreiheit</p>
	<p>▶ Planungsunterlagen Kultur- und Heimathaus</p>  <p>Quelle: RMP</p>

Name	#2: Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg
	<p>Kultur- und Heimathaus (KHH) Funktion: Besucherinformation, Versammlungsort im Dorf, Depot für Heimatverein Betreiber: Stadt Hennef</p>  <p>Ausschuss Dorfgestaltung und Denkmalschutz 26.09.2018 Integriertes Handlungskonzept Stadt Blankenberg Konzeptfortschreibung und Machbarkeitsstudie Kultur- und Heimathaus</p> <p>Quelle: neubig hubacher</p>
	<p>► Inszenierung der Inneneinrichtung, v.a. der Infoecke mit regionalen Besonderheiten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fototapete Siegtal - natürliche Materialien (Holz etc.)

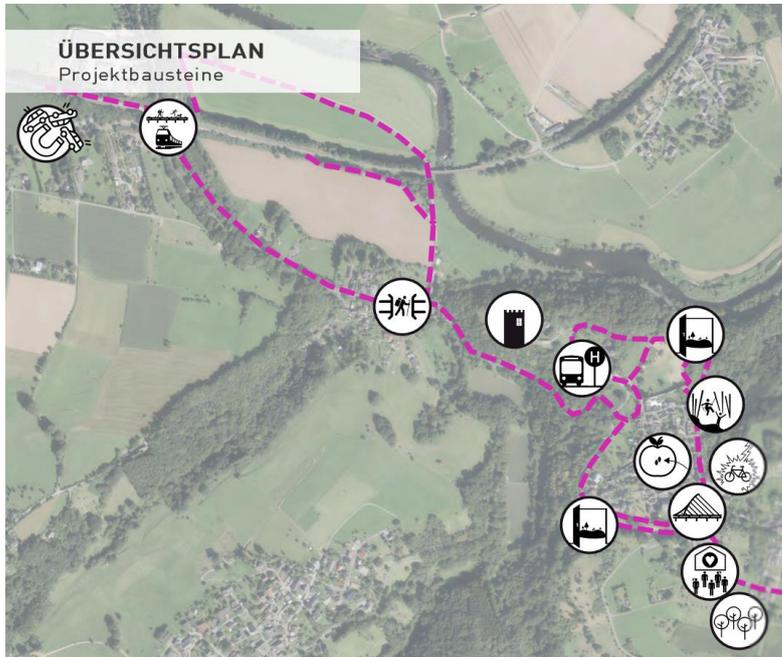
Name	#2: Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg
	<p>- Beleuchtung</p>  <p>Quelle: www.bilderwelten.de</p>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Umsetzung eines Architektenwettbewerbs zur Planung des Kultur- und Heimathauses ▶ Klärung einer möglichen Förderung (Regionale 2025)
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef, Fördermittel

Name	#3: Aufwertung Hauptburg
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktivitätssteigerung der Burgruine als Besuchsziel ▶ Verbesserung der Aufenthaltsqualität auf dem Burggelände ▶ Einbindung der Hauptburg in Veranstaltungskonzepte
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Burg freistellen, Sichtbezüge schaffen (aus Richtung Eitorf, Bödingen, Auel) ▶ Verbesserung der Wegeverbindung vom Ortskern zur Burg, Vernetzung der Areale ▶ Kräutergarten als Wanderwegausgangspunkt nutzen ▶ ggf. Schaffung eines Weinberges am Burgberg (unter Berücksichtigung der Möglichkeiten bzgl. des Naturschutzes) ▶ evtl. Schaffung eines saisonalen Angebotes auf dem Burggelände (kleiner Kiosk, Eiswagen o.ä.) ▶ Möblierung des Burgareals aufwerten (Sitzgelegenheiten etc.) ▶ kleine Freilichtbühne/Heimatbühne auf der Hauptburg ▶ aber: keine Infrastruktur (Strom, Wasser etc.), keine Barrierefreiheit, Vertrag mit Eigentümern der Vorburg schränkt Nutzung ein
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Prüfung der Möglichkeiten zur Verbesserung der Sichtbeziehungen unter dem Gesichtspunkt des Naturschutzes ▶ Prüfung der Möglichkeiten zur Nutzung des Geländes während Events, Gespräche mit Eigentümern der Vorburg führen
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#4: Licht und Beleuchtung, Inszenierung
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Inszenierung des Ortes und der Burg, Nutzung des mittelalterlichen Ambiente ▶ Belebung der Abendstunden
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Beleuchtung der Attraktionen (Burgruine, Katharinenturm, Stadtmauer, Ortsmitte) in Maßen ▶ Warme gedämpfte Farbe ▶ zu bestimmten Anlässen auch Nutzung von Feuerschalen oder Fackeln für ein authentisches mittelalterliches Ambiente ▶ Ökologisch vertretbare Lösung, Folgekosten bedenken (z.B. Nutzung von LED-Beleuchtung) ▶ Licht & Klang als Event andeuten <div style="text-align: center;">  <p>Quelle: www.pixabay.de</p> </div>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Beleuchtungskonzept erarbeiten
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#5: Ausbau (Themen)Wanderwege und Wanderparkplatz
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktivitätssteigerung der vorhandenen Wege ▶ thematischer Ausbau ▶ Einrichtung eines Wanderparkplatzes
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ keine weiteren neuen Wanderwege konzipieren, abgesehen vom Panoramaweg (siehe dazu auch Maßnahme #1) ▶ vorhandene Wege ausbauen und Qualität verbessern (Wegebeschaffenheit, Beschilderung, Informationen) ▶ Schließen der Lücke an der Kreisstraße, damit Wanderer nicht auf der Straße gehen müssen ▶ Ausbau der thematischen Gestaltung der Wanderwege (inhaltlich, z.B. Weinwanderweg) ▶ Errichtung eines Wanderparkplatzes unterhalb des Burgbergs <div style="text-align: center;">  <p>Quelle: RMP</p> </div>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Prüfung des Wegezustands der vorhandenen Wege sowie der Beschilderung in Zusammenarbeit mit dem Heimat- und Verkehrsverein
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input checked="" type="checkbox"/> Sonstige: Heimat- und Verkehrsverein
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef, Heimat- und Verkehrsverein

Name	#6: Radweg Süchterscheid - Blankenberg
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lücke im Radwegenetz zwischen Süchterscheid und Blankenberg schließen
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bau eines Radweges zwischen Süchterscheid und Blankenberg, um die Lücke im Radwegenetz zu schließen und die aktuell gefährliche Situation für Radfahrer zu verbessern
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planung der Wegeführung
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#7: Anbindung S-Bahn-Haltepunkt
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verbesserung der Anbindung Blankenbergs an den ÖPNV ▶ Verbesserung der Wegeverbindung für Fußgänger vom S-Bahn-Haltepunkt in den Ortskern
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verbesserung der ÖPNV-Anbindung <ul style="list-style-type: none"> - S-Bahn Frequenz erhöhen - AST, E-Bike, Shuttlebus – Anbindung ▶ Verbesserung der Wegeverbindung für Fußgänger <ul style="list-style-type: none"> - Fußweg in Stand setzen - Gehweg + Parkstreifen schaffen - Wegebreite ausbauen - Straßenquerung für Fußgänger sicher gestalten, Wegelücke schließen - ggf. neue Wegeverbindung schaffen - Radweg von Merten anbinden - Infopoints, Bänke, Beleuchtung, Mülleimer - Erlebnisstationen auf dem Weg konzipieren
	 <p>ÜBERSICHTSPLAN Projektbausteine</p> <p>Quelle: RMP</p>

Name	#7: Anbindung S-Bahn-Haltepunkt
Meilensteine, nächste Schritte	▶ Planung der neuen Wegeführung
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Stadt Hennef

6.3 Maßnahmen im Handlungsfeld Betriebe

Name	#8: Übernachten im Weinfass / im Schäferwagen
Typ	<input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Angebote rund um das Thema Wein ausbauen und das Produkt mit allen Sinnen erlebbar machen ▶ Außergewöhnliche Übernachtungsmöglichkeiten schaffen ▶ Touristische Wertschöpfung erhöhen ▶ Synergien mit außerschulischen Lernangeboten
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Als weitere Attraktion zum Thema Wein können Übernachtungsmöglichkeiten im Weinfass oder im Schäferwagen neu geschaffen werden. ▶ Als Standort dafür sind ggf. die beiden Grundstücke der Gemeinde am Ortsrand neben dem Feuerwehrgelände geeignet. ▶ Dann könnte der Sanitärbereich im Kultur- und Heimathaus nebenan genutzt werden und auch die Bewirtschaftung und Rezeptionstätigkeit von dort erfolgen. Außerhalb der Öffnungszeiten des Kultur- und Heimathauses könnte ggf. die Gastronomie neben dem Katharinenturm als Ausweichrezeption dienen ▶ Ein Beispiel für diese Art der Bewirtschaftung ist das Schäferwagenhotel in Wildberg; Sanitär und Rezeption erfolgen über den angrenzenden Campingplatz. Ein weiteres Beispiel gibt es in Clebronn.
	
	Quelle: Wikimedia

Name	#8: Übernachten im Weinfass / im Schäferwagen
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Konzeptidee für Übernachtungsmöglichkeiten im Weinfass oder Schäferwagen weiter ausarbeiten, Businessplan erstellen ▶ Genehmigungsfähigkeit prüfen, ggf. Alternativstandorte ermitteln ▶ Betreiber und Investoren akquirieren
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Privat, ggf. erweiterter Sanitärbereich im Kultur- und Heimathaus über Kommune

Name	#9: Neue Gastronomiekonzepte
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ergänzung kulinarischer Angebote mit regionalem Bezug ▶ Verbesserung der gastronomischen Qualität und Vielfalt ▶ Authentisches, regionales Erlebnis für Gäste schaffen ▶ Förderung der örtlichen Gastronomie
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Trendthema Außengastronomie aufgreifen <ul style="list-style-type: none"> - Bestehende Außengastronomien aufwerten - Neue Außengastronomien schaffen (Marktplatz, am Ortsrand, ggf. auch temporär als „Foodtruck“ am Wochenende und bei Veranstaltungen) ▶ Für die Region typische Gerichte anbieten, wie z.B. Flammkuchen, Kräutervariationen, mittelalterliche Gerichte ▶ Etablierung neuer Gasthäuser mit regionalem Ambiente: z.B. ein Brauhaus oder mittelalterliches Restaurant, in dem das Personal mittelalterlicher Kleidung trägt ▶ Kochkurse mit Kräutern anbieten
	
	Quelle: www.pixabay.de
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aktualität der bestehenden Konzepte prüfen ▶ Durchführung einer IST-Analyse: <ul style="list-style-type: none"> - Welche Konzeptideen können mit geringem Aufwand bereits integriert werden? - Wo besteht Potenzial? ▶ Verbesserung des Austausches mit Gastronomen

Name	#9: Neue Gastronomiekonzepte
	<ul style="list-style-type: none"> - DEHOGA einladen und Info/ Inspirations-Workshop für Gastronomen veranstalten - Gespräche der Wirtschaftsförderung mit Gastronomen ▶ Orte für mögliche neue Gastronomiekonzepte identifizieren
Zuständigkeit	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Betriebe, private Investoren

Name	#10: Kulinarische Aktionen in der Gastronomie, als Märkte
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Förderung der örtlichen Gastronomie ▶ Weitere Positionierung Blankenbergs als Veranstaltungsort ▶ Wunsch nach regionalen, frischen Lebensmitteln nutzen
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung neuer Aktionen und Märkte zum Thema Kulinarik: <ul style="list-style-type: none"> - Weinfest mit Verkostung von regionalem Wein, Genussständen mit regionalen Produkten (Brot mit Kräutern, Käse, etc.) und evtl. Musikbühne - Markt mit Foodtrucks und Ständen, welche zum Teil durch regionale Gastronomen betrieben werden können - Verkaufsmärkte mit lokalen Ständen und Verkostung (Stände mit Kräuterprodukten, Wein, Käse; mittelalterliches Flair o. eine Art Bauernmarkt) - Interkultureller Markt mit Köstlichkeiten aus verschiedenen Ländern
	 <p>Quelle: <i>ift</i></p>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Arbeitskreis mit der Gastronomie gründen (welche Ideen für kulinarische Aktionen haben die Gastronomen, Brainstorming und Filtern der relevanten Konzepte) ▶ Ausarbeitung neuer Veranstaltungsformate mit den Gastronomen
Zuständigkeit	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Betriebe, Veranstalter

Name	#11: Tourist-Info, Souvenirladen vor Ort (Kooperationskonzept)
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ansprache von Zielgruppen, Vermittlung der touristischen Themen, Themeninseln, auch über die Innenarchitektur ▶ Gäste sollen emotional „gepackt“ werden (Erlebniswelt, „Storys“, Emotionen). ▶ Verbesserung der Sichtbarkeit von Blankenberg als attraktives Tourismusziel in der Region
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Tourist-Info kann im neuen Kultur- und Heimathaus am Ortsrand angesiedelt werden und wird nur am Wochenende mit einem Counter besetzt. Hier sollte man mit dem Museum zusammenarbeiten, sodass kein zusätzliches Personal benötigt wird. ▶ In der Woche reichen Info-Punkte in verschiedenen touristisch relevanten Einrichtungen (z. B. im Museum, in einer der Gastronomien, an der Burg), dazu sollte ein frei zugänglicher Info-Bereich vorhanden sein ▶ Qualitativ hochwertige Prospektauswahl (Erstellung durch Tourismus-Mitarbeiter der Stadt Hennef)
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erstellung eines Betriebskonzepts (Öffnung nur am Wochenende, ggf. über zentrale Tourist-Info in Hennef steuern) ▶ Entsprechende qualifizierte Schulung des Personals ▶ Erstellung hochwertiges Info-Material ▶ Partner ins Boot holen (z.B. Verkehrsunternehmen, Ticketpartner, etc.)
Zuständigkeit	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Kooperationsmodell entwickeln

6.4 Maßnahmen im Handlungsfeld Angebote

Name	#12: Events
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Weitere Positionierung Blankenbergs als Eventlocation. ▶ Austragung von Events auf der Burg zur Entlastung des Zentrums
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung kleinerer, neuer Eventformate mit regionalem Bezug: <ul style="list-style-type: none"> - Oldtimertreffen in der Stadt - Sommerfest mit (Kunst-)Ausstellung - Osteraktion für Kinder (mit Bastelaktion, Gewinnspielen, Ostereiersammeln, Ostereier bemalen etc. – Aktionen können beispielsweise durch Vereine organisiert werden) - Lesungen (ggf. mit regionalem Bezug - im Kultur- und Heimathaus) - Events auf der Burg (Bühne auf der Burg kann für Vereine zur Präsentation genutzt werden)  <p>Quelle: ift</p>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Brainstorming zu den einzelnen Veranstaltungsformaten <ul style="list-style-type: none"> - Was sind unsere Zielgruppen? - Welches Format hat welche Wirkung? - Wo haben wir Kontakte zu Ausstellern, Vereinen, Akteuren? - Welche Ressourcen können wir nutzen? - Welche Veranstaltungsorte bieten sich an? - Welche Ideen sind umsetzbar?

Name	#12: Events
	▶ Filtern der Auswahl nach Umsetzbarkeit und Relevanz für die Zielgruppen
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input checked="" type="checkbox"/> Sonstige: Veranstalter
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Veranstalter

Name	#13: Besondere Führungen
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Storytelling, Emotionen wecken: Geschichte Blankenbergs für Gäste und Einheimische erlebbar machen ▶ Geschichte und Tradition lebendig halten ▶ Besucher emotional mit dem Ort verbinden ▶ Portfolio an Stadtführungen der Hennefer KulTouren ergänzen
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadtführungen zu verschiedenen Themenbereichen <ul style="list-style-type: none"> - Führung zum Thema Mittelalter: Nachtwächterführung, Henkerführung, Rittermal, Kostüm- und Erlebnisführung, z.B. durch Ehepaar Herr und Frau Schlüssel - Führung zum Thema Weinbau (Ansprechpartner: Walter Keuenhof als Besitzer eines kleinen Weinberges) - Kulinarische Führungen (z.B. Einführung in die Heil- und Küchenkräuter für den Hausgarten im Burggarten Blankenberg) - Natur/Umwelt, Kooperation mit der biologischen Station (Siegthal) ▶ Mitmachgeschichten für Gäste (angelehnt an Stadtgeschichte, vgl. Stadtführung für Kinder „Rettet Stadt Blankenberg“)
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Arbeitskreis mit verschiedenen Akteuren vor Ort gründen (Stadtführer der Hennefer KulTouren, Burg Blankenberg, Weinbauer, Gastronomen, Touristiker Stadt Hennef) ▶ Weitere Themen brainstormen, kleinere Arbeitskreise für einzelne Themen gründen; Recherche und Sammlung von Informationen zu den verschiedenen Themenführungen
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input checked="" type="checkbox"/> Sonstige: Gästeführer
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef (Entwicklung, Fortbildung Gästeführer) ▶ Privat (Gästeführer)

Name	#14: Standesamtliche Trauungen in besonderem Ambiente
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Besondere Angebote schaffen, die Menschen mit Blankenberg verbinden ▶ Blankenberg als Ort für außergewöhnliche Trauungen positionieren und die Wahrnehmung als idyllischer Sehnsuchtsort stärken
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Weitere Locations könnten beispielsweise der Katharinenturm oder das Kultur- und Heimathaus sein ▶ Trauungen im mittelalterlichen Ambiente anbieten
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Arbeitsrunde relevanter Akteure in Stadt Blankenberg (Stadtverwaltung Hennef, Gastronomen, Heimat und Verkehrsverein Stadt Blankenberg e.V.) zur Festlegung Standort Standesamt, ergänzende Dienstleistungen ▶ Vermarktungskonzept für Trauungen in Stadt Blankenberg
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input checked="" type="checkbox"/> Sonstige: Heimat und Verkehrsverein Stadt Blankenberg
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#15: Kräuterseminare im Burggarten
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Trend zu Regionalität und Landlust aufgreifen ▶ Regionalen Bezug stärken
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kräuterseminare für Touristen und Einheimische anbieten <ul style="list-style-type: none"> - Führungen durch den Kräutergarten, Erläuterungen zu den verschiedenen Kräutern und ihren Anwendungsgebieten heute und früher (in der Küche und der Heilpraxis), Kochen mit Kräutern, Kräuter am Geschmack erraten - Die Seminare sollten als Tagesveranstaltung, vorrangig in der Woche angeboten werden - Wanderung mit ausgebildeten Kräuterpädagogen (Bsp. Eifeler Kräuterpfad von Nettersheim nach Bad Münstereifel) - Ein geeigneter Startpunkt wäre der mittelalterliche Gemeinschaftsgarten auf der Bastionsfläche der Burg Blankenberg  <p>Quelle: ift GmbH</p>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gründung eines Arbeitskreises mit dem Verein „Freundeskreis Burggarten Blankenberg“ ▶ Programminhalte für das Seminar konzipieren ▶ Seminarleitung ggf. durch Stadtführer (Ausbildung zum Kräuterpädagogen)
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input checked="" type="checkbox"/> Sonstige: Freundeskreis Burggarten Blankenberg
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef ▶ Privat (Gästeführer)

Name	#16: Themenangebote Kunst, Kultur, Musik
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Themenfelder stärken, welche die Stadt Blankenberg charakterisieren ▶ Niederschwelliges Kulturangebot für Bewohner schaffen ▶ Kultur erlebbar machen
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schaffen von kleineren Kultur-Programmen, welche den Kern der Marke stärken und sich mit relativ geringem Aufwand umsetzen lassen <ul style="list-style-type: none"> - Lesungen - Kleine Konzerte - Poetry-Slam - Vorstellungen von Künstlern aus der Region - Ausstellungen - Töpferkurse (Bastelraum im Kultur und Heimathaus) - (Jazz-)Frühshoppen am Sonntag - Nutzung der großen Bühne in der Altstadt ▶ Allgemein: kleinere Geschichten als Tagesveranstaltungen und vorrangig in der Woche
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ggf. eine Umfrage in den kulturellen Einrichtungen vor Ort durchführen, welches ergänzende Angebot gewünscht wird oder eine Benchmark-Analyse der Angebote in vergleichbaren Orten durchführen ▶ Vernetzung mit verschiedenen Akteuren aus der Region ▶ Gründung einer Arbeitsgruppe zur Ausarbeitung einzelner Programme gemeinsam mit den Touristikern aus Hennef (Brainstorming zu weiteren Ideen, Filtern der Ideen, inhaltliche Ausarbeitung, Verteilung der Zuständigkeiten)
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#17: Themenangebote Geschichte
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Themenfelder stärken, welche die Stadt Blankenberg charakterisieren ▶ Stadtgeschichte lebendig gestalten
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schaffen von kleineren Projekten und Geschichts-Programmen, welche den Kern der Marke stärken und sich mit relativ geringem Aufwand umsetzen lassen <ul style="list-style-type: none"> - Lehrwege - Führungen - Workshops, tendenziell eher in Richtung Mitmach-Aktionen - Angebote kreieren wie z.B. „ein Wochenende wie im Mittelalter verbringen“ - Historischen Ortskern mit Fachwerkhäusern miteinbeziehen - Die Burg mit ihrer 800-jährigen Geschichte inszenieren - Als Inspiration zu diesem Thema können Angebote in anderen Geschichtsorten wie z.B. Monschau dienen ▶ Allgemein: ebenfalls kleinere Geschichten als Tagesveranstaltungen und vorrangig in der Woche
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Vernetzung mit verschiedenen Akteuren aus der Region (Stadtführer, Kultur) ▶ Ausarbeitung einzelner Geschichts-Programme gemeinsam mit den Touristikern aus Hennef und weiteren relevanten Akteuren wie den Stadtführern (Brainstorming zu weiteren Ideen, Filtern der Ideen, inhaltliche Ausarbeitung, Verteilung der Zuständigkeiten)
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input checked="" type="checkbox"/> Sonstige: Heimat- und Verkehrsverein
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Stadt Hennef

Name	#18: Themenangebote Natur
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Themenfelder stärken, welche die Stadt Blankenberg charakterisieren ▶ Angebote schaffen, welche die Stadt als idyllischen Sehnsuchts-Ort weiter positionieren ▶ Naherholung für Einwohner und Gäste bieten
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schaffen von kleineren Naturerlebnisprogrammen und -angeboten, die für Besucher wie Einheimische interessant sind: <ul style="list-style-type: none"> - Mitmach-Führungen für Schulklassen, VHS und weitere Gruppen, Einbindung biologische Station (Siegtal) - Erlebnispfad mit Storytelling (z.B. Sagengeschichten aus der Region erzählen, Flora und Fauna erforschen, Landwirtschaftlicher Erlebnispfad mit interaktiven Thementafeln) - Weitere Beispiele, die als Inspiration für verschiedene Themenführungen dienen können, finden sich auch auf den Internetseiten vom Naturpark Schwarzwald und Nationalpark Eifel
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Vernetzung mit verschiedenen Akteuren aus der Region (Naturparks, biologische Station Siegtal, Gästeführer) ▶ Umsetzbarkeit eines Erlebnispfads prüfen
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input checked="" type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#19: QR-Codes, Beacons, Info-Filme
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input checked="" type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Geschichte und Kultur im öffentlichen Raum einbinden ▶ Neue Medien nutzen, um verschiedene (auch jüngere) Zielgruppen anzusprechen
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mit Hilfe von QR-Codes, Beacons und Info-Filmen kann die ganze Stadt in eine Art Geschichts- und Kulturerlebnis verwandelt werden ▶ QR-Codes an Häuserwänden können beispielsweise mehr zur Historie der Fachwerkhäuser erzählen; dazu können Geschichten der Einheimischen einbezogen werden und als Audio oder Filmdatei wiedergegeben werden ▶ Ein Beispiel für einen Rundwanderweg auf dem QR-Codes zum Storytelling eingesetzt werden ist der Heinrich-Böll-Weg in Bornheim - auf dem Weg können über QR-Codes interessante Zeitzeugeninterviews abgerufen werden (diese wurden von Schülern der dortigen Europaschule mit Mertener Bürgern aufgezeichnet haben, welche Heinrich Böll noch persönlich kennen gelernt haben) ▶ Ein Beispiel für die Anwendung von Beacons im Stadtgebiet ist die „Beacon Mile“ in Minden – rund 75 Sender im Stadtgebiet schicken Push-Nachrichten an die Smartphones und informieren über interessante Angebote im Einzelhandel und Tourismus sowie in der Kultur und Gastronomie (die Altstadtroute in Minden wird auf diese Art als Podcast auf das Smartphone gespielt)
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Brainstorming verschiedener technischer Ideen <ul style="list-style-type: none"> - Was sind unsere Zielgruppen? - Welches Format hat welche Wirkung? - Welche Ressourcen können wir nutzen? - Wer kann bei der Umsetzung unterstützen? - Welche Formate sind umsetzbar? ▶ Geschichten aus der Region sammeln ▶ Finanzierungsmöglichkeiten
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	▶ Stadt Hennef

6.5 Maßnahmen im Handlungsfeld Vermarktung, Vertrieb

Name	#20: Zusammenarbeit Akteure + TI/Stadt Hennef
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Stadt Blankenberg mehr mit der Touristinformation in Hennef vernetzen ▶ Eine gemeinsame Strategie für die Außenpräsentation entwickeln
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zusammenarbeit der TI in Hennef und der Stadt Blankenberg stärken <ul style="list-style-type: none"> - Regelmäßige gemeinsame Treffen veranstalten - Abstimmung bei der Außenpräsentation - Gemeinsame Angebote und Programme erstellen - Insgesamt mehr miteinander kooperieren, z.B. auch bei der Betreuung eines TI Counters in Blankenberg (eventuell temporäre Unterstützung durch Hennef) und der Gestaltung von Prospektmaterial ▶ Weitere Aktivitäten auf das Angebot in der Woche konzentrieren, da am Wochenende bereits genügend Angebot besteht <ul style="list-style-type: none"> - Mit dem Angebot unter der Woche auch Einheimische vermehrt ansprechen - Mit Kunst-, Kultur- und Musikangeboten gehobenes Publikum ansprechen
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Jour-fixe mit Touristikern der Stadt Hennef planen (dazu jeweils eine Tagesordnung mit Besprechungsthemen erstellen)
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt Hennef

Name	#21: Themenmarketing „Weinbau an der Sieg“
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Weinbau als touristisches Thema im Außenmarketing stärker nutzen ▶ Angebote rund um das Thema Wein ausbauen und das Produkt mit allen Sinnen erlebbar machen
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zum Thema Wein gibt es in Blankenberg bereits ein Weinbaumuseum im Kellergeschoss des Runenhauses mit Sammlung von Weinbaugeräten, einen seit 1985 bestehenden privaten Weinberg unterhalb der südlichen Stadtmauer mit Weinkelter aus 17. Jahrhundert sowie einen Weinwanderweg durch die ehemaligen Weinberge ▶ Zudem gibt es bereits ein Weinfest, das alle zwei Jahre für einen guten Zweck durchgeführt wird ▶ Zu dem bestehenden Angebot könnten folgende Projekte ergänzt werden: <ul style="list-style-type: none"> - ggf. einen weiteren Weinberg als Schau-Weinberg und einen Lehrpfad zum Thema Wein anlegen, - Themen-Führungen und kulinarische Führungen anbieten - Übernachtungsmöglichkeiten im Weinfass schaffen (siehe Maßnahme #8) - Sommer-Weinfest künftig jährlich veranstalten
	
	Quelle: <i>ift</i>
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Website der Stadt Blankenberg überarbeiten und das Thema emotionaler vermarkten (ansprechende Bilder – Qualität, Ästhetik, mit Zielgruppen - nutzen und Text reduzieren) ▶ Möglichkeiten prüfen einen weiteren Schau-Weinberg anzulegen

Name	#21: Themenmarketing „Weinbau an der Sieg“
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tourist-Information (Stadt Hennef) ▶ oder privat

Name	#22: Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Wahrnehmung der Stadt Blankenberg als Sehnsuchtsort nach außen stärken ▶ Die Stärken und Alleinstellungsmerkmale der Stadt Blankenberg bei den Bewohnern stärker ins Bewusstsein rücken und nach außen darstellen ▶ Einheitliches touristisches „Branding“ der Destination
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Das Bild von Natur und Dorfgemeinschaft – der „heilen Welt“ – als zentrales Thema für die Vermarktung aufgreifen ▶ Bildsprache: Landleben, Natur, viel grün, Familien, Dorfgemeinschaft, Märkte, Fachwerk, Weinberge, klarer Bezug zur Region ▶ Entwicklung einer Wort-Bild-Marke zur Nutzung aller touristischer Anbieter, Kultur-Anbieter, Einzelhändler ▶ Storytelling unter Einbeziehung der Einwohner ▶ Aspekte, die auf den Markenkern einzahlen sind: Landlust, Leben auf dem Land, Regionale Produkte, Dorfgemeinschaft, authentische, lokale Veranstaltung, Geschichten der Dorfbewohner und der Dorfentwicklung, Geschichte der Kräuterfrauen, Kräutergarten an der Burg ▶ Neben der grafischen Weiterentwicklung auch textliche Profilierung: Schlüsselbegriffe definieren und gezielt und wiederholt einsetzen, über möglichst alle Kanäle transportieren ▶ Blankenberg stärker in die Vermarktung von Hennef einbinden
	 <p>Quelle: www.wikipedia.de</p>

Name	#22: Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Einen aussagekräftigen Slogan zum Thema „Natur und Dorfgemeinschaft“ entwickeln ▶ Website überarbeiten (neue Texte und Fotos) ▶ Image-Bewusstsein bei den Bewohnern stärken
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tourist-Information (Stadt Hennef)

Name	#23: Gezielte Vermarktung
Typ	<input type="checkbox"/> Infrastruktur/Bau/Investition <input type="checkbox"/> Produkte/Veranstaltungen/Services <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Kommunikation & Vertrieb
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schärfung des Profils der Stadt Blankenberg und bessere Ausschöpfung der Potenziale ▶ Mehr Aufmerksamkeit bei bestimmten Zielgruppen ▶ Belebung der Stadt Blankenberg insbesondere während der Woche ▶ Gemeinsame Vermarktung mit Hennef
Beschreibung, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Instrumente bei der Vermarktung: <ul style="list-style-type: none"> - Print - Online/Social Media - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit <p>Gezielte Ansprache bisheriger und neuer Zielgruppen mit zielgruppenspezifischen Angeboten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Geschäftsreisende: <ul style="list-style-type: none"> - Künftige Veranstaltungsräume für Meetings und Tagungen (z.B. im Kultur- und Heimathaus) gezielt vermarkten - Kurze 1-2 stündige Kultur- oder Geschichtsprogramme als Begleitprogramm zu Tagungen/Seminaren vermarkten (insbesondere innerhalb der Woche, nachmittags, abends) ▶ Wohnmobilreisende: <ul style="list-style-type: none"> - Naturerlebnis vermarkten (Wege, Natursteig, neue Lehrpfade) - Kostenlose Portale wie: https://stellplatz.info nutzen, um das Angebot sichtbar und bekannt zu machen ▶ Kultur- und Städtetouristen: <ul style="list-style-type: none"> - Angebote im Kultur- und Heimathaus vermarkten (in Veranstaltungskalendern, regionalen Portalen etc.) - Gemeinsame Vermarktung und Vernetzung der Angebote mit Hennef - Informationen zur Stadt Blankenberg als Ausflugsziel in den Tourist-Informationen im Umkreis vorhalten ▶ Aktive Erholungsurlauber: <ul style="list-style-type: none"> - Vermarktung der Natur- und Kulturprogramme - Blankenberg als „Idyll“ und „Auszeit vom Alltag“ vermarkten

Name	#23: Gezielte Vermarktung
	<ul style="list-style-type: none"> - Kontaktaufnahme mit Magazinen wie z. B. Landlust, mein schönes Land etc. um ggf. einen redaktionellen Artikel über Stadt Blankenberg in einem der Magazine zu platzieren ▶ Einheimische, Ausflügler: <ul style="list-style-type: none"> - Angebote im Kultur- und Heimathaus ausbauen und vermarkten - Ausbau Angebote für Familien, z. B. als besondere Aktion die Stadtführung „Rettet Stadt Blankenberg“ für Kinder als Wettbewerb mit Belohnung veranstalten - Besondere Aktionen mit Vergünstigungen für Einheimische - Aufruf in der Zeitung, dass Einheimische sich mit Wünschen zum Veranstaltungsprogramm beim Kultur- und Heimathaus einbringen können ▶ Steigerung der Bekanntheit der Destination <ul style="list-style-type: none"> - Stärkere Vermarktung von Stadt Blankenberg durch die TI Hennef (Sichtbarkeit auf der Internetseite erhöhen, besondere Aktionen und Veranstaltungen in Stadt Blankenberg vermarkten) - Erhöhen der Online-Präsenz und Reichweite durch die Nutzung von Social Media Kanälen, u. a. Facebook ▶ Emotionalisierung des Marketings, z.B. durch Storytelling <ul style="list-style-type: none"> - Storytelling ist eine Kommunikationsmethode, bei der mit Hilfe von kreativen Geschichten Informationen, Werte und Wissen transportiert werden. Sachtexte können dabei in Geschichten verpackt werden, um bereits vor dem Besuch der Destination Emotionen und Interesse beim Besucher zu wecken. - Themen für das Storytelling können sein: Geschichten im Mittelalter, Weinbau, Menschen aus der Stadt Blankenberg (Best-Practice-Beispiel: Unter der Kampagne #NRWneuentdecken präsentiert der Tourismus NRW spannende Persönlichkeiten aus Nordrhein-Westfalen und deren Geschichten). ▶ Relevante Fragestellungen für die Konzipierung von Marketingbotschaften <ul style="list-style-type: none"> - Wie kann ich mich von anderen abheben? - Wie kann ich mit meinem Angebot/Produkt Emotionen erwecken? - Wie kann ich meine persönliche Botschaft und meine Werte vermitteln? ▶ Neu-Gestaltung der Website Hennef für den Bereich Stadt Blankenberg (Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit der Website (responsive Design), Contentausbau und bessere Auffindbarkeit der Inhalte)

Name	#23: Gezielte Vermarktung
	<ul style="list-style-type: none"> - Professionelles Webdesign (Benchmark andere Destinationen) - Qualitativ hochwertige Fotos, die das landschaftliche Idyll zeigen und beim Besucher der Website den Wunsch wecken, die Destination zu bereisen - Storytelling für die Darstellung der Angebote nutzen (Texte weniger sachlich, mehr emotional gestalten) - Einsatz von interaktiven Karten (Rad-, Wanderwege, Touren) - Erweiterung der Themen-Rubriken auf der Website um z. B. „5 Geheimtipps für den perfekten Tag in Blankenberg“ - Veranstaltungskalender ergänzen - Interaktionsangebote schaffen (für Gäste, Einheimische und touristischen Akteuren, entweder über website oder über social media Auftritt) <p>► Erweiterung der Inhalte zu folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Natur + Kultur + Geschichte - Weinregion - Kleine Auszeit auf dem Land - Sich selbst verwöhnen - Eindrucksvolle Highlights der Geschichte kennenlernen - Idyllische Landschaft - Mittelalterambiente mit Burg - Dorfgemeinschaft <p>► Vernetzung der Angebote und Programme, um Anreize für Halbtages- und Tagesausflüge zu geben</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorschläge entwickeln, wie Besucher einen halben Tag oder einen ganzen Tag in Stadt Blankenberg ideal gestalten können - Vernetzung von Kultur-, Geschichts- und Naturprogrammen - Lokale Veranstaltungen mit einbeziehen, damit diese auch von externen Besuchern wahrgenommen werden - Kombination: Gästeführung mit Gastronomiebesuch (Beispiel: Stadtrundgänge mit kombinierten Angeboten in der Stadt Rheinberg) <p>Um eine nachhaltige Entwicklung der Vermarktungsaktivitäten zu gewährleisten, empfehlen wir, das Personal für die zuvor genannten Aufgaben mit einer ¼ - ½ Stelle aufzustocken.</p>

Name	#23: Gezielte Vermarktung
Meilensteine, nächste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Inhaltliche Konzepte für die Vermarktung erstellen (Kooperation mit Hennef) ▶ Relaunch Website (Bildmaterial, Textgestaltung, Layout) ▶ Ansprache möglicher Kooperationspartner ▶ Auswahl geeigneter Vermarktungskanäle und Aufbereitung der Informationen für die möglichen Zielgruppen ▶ Finanzielle Mittel für die Vermarktung einplanen
Zuständigkeit	<input type="checkbox"/> Betriebe <input checked="" type="checkbox"/> Stadt/Stadtverwaltung <input checked="" type="checkbox"/> Tourist-Information <input type="checkbox"/> Land <input type="checkbox"/> Naturregion Sieg <input type="checkbox"/> Sonstige: ...
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 4 J.)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tourist-Information (Stadt Hennef)

7. Regionale 2025

Im Jahr 2025 wird das Bergische RheinLand zeitgleich mit der benachbarten Region Südwestfalen die REGIONALE 2025 des Landes Nordrhein-Westfalen ausrichten. Das Ziel des Regionalentwicklungsprogramms ist „die attraktiven Vorzüge des Lebens auf dem Lande wie hohe Wohn- und Lebensqualität in landschaftlicher Umgebung mit städtischen Lebensstilen und Qualitäten zu kombinieren“. Dabei geht es um ein neues Modell von Stadt-Land-Beziehung, in dem die wechselseitigen Stärken von Zentrum, Umland und Peripherie genutzt werden, um den Menschen aller Altersklassen nach ihren individuellen Wünschen eine optimale Verbindung von Wohnen, Arbeiten und Leben zu bieten.

Kernziel der Regionale ist die Sicherung von Wertschöpfung, Beschäftigung und Lebensqualität. Die Stadt Blankenberg kann sich dabei als „Ort der Sehnsucht“ mit landschaftlicher Idylle einbringen und positionieren.

Innerhalb der Regionale 2025 sind unter anderem die Themen „Mobilität, Digitalisierung und Zukunftsdörfer“ von Bedeutung, zu denen das Tourismuskonzept für die Stadt Blankenberg konkrete Vorschläge macht: Im Bereich Mobilität sind die beiden Maßnahmen „Radweg Süchterscheid – Stadt Blankenberg“ und „Anbindung S-Bahn-Haltepunkt“ anzusiedeln. Das Thema Digitalisierung wird in den Maßnahmen „QR-Codes, Beacons, Info-Filme“ und „Gezielte Vermarktung“ aufgegriffen und kann auch beim Thema „außerschulischer Lernort“ eine wichtige Rolle spielen. Im Themenfeld der Zukunftsdörfer spielt vor allem das Konzept zum „Kultur- und Heimathaus Stadt Blankenberg“ als Anlaufpunkt für Bewohner und Gäste eine tragende Rolle. Zusätzlich werden die Maßnahmen in den Bereichen „Events“, „Themenangebote Kunst, Kultur, Musik, Geschichte, Natur“, und „Image stärken: Stadt Blankenberg als „Ort der Sehnsucht“ zur positiven Entwicklung des Angebots in der Stadt Blankenberg für Bewohner beitragen.

Die REGIONALEN sind ein Strukturentwicklungsprogramm des Landes NRW, mit dem zielgerichtet Impulse für wichtige Entwicklungen in den ausrichtenden Regionen gegeben werden. Dies wird durch das Land auch mit Fördermitteln aus den gängigen Programmen unterstützt, wobei REGIONALE-Projekte, die erfolgreich einen mehrstufigen Auswahl- und Qualifizierungsprozess durchlaufen haben, bevorzugt werden.

Aufgabe der Stadt Blankenberg ist es jetzt, sich mit den Maßnahmen in den zuvor genannten Bereichen Mobilität, Digitalisierung und Zukunftsdörfer in die REGIONALE 2025 einzubringen und sich für die Projektaufrufe zu bewerben bzw. gezielte Fördermittelunterstützung für wichtige Projekte zu erlangen.

Da insbesondere auch Kooperationen und Wechselwirkungen zwischen ländlichen und städtischen Räumen gefördert werden sollen, ist auch die gemeinsame Vermarktung bzw. die Zusammenarbeit mit den Akteuren der TI und Stadt Hennef sowie dem Raum Bonn-Köln ein wichtiger Aspekt.