



Industrie- und Handelskammer
Bonn/Rhein-Sieg

Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg



Masterplan für den Zeitraum 2020 - 2024

Inhalt

Einleitung 05

Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg

Die Akteure (Beschreibung des Gastgewerbes/des Touristiksektors) 06

Touristische Highlights der Region 08

Touristische Netzwerke in der Region 10

Handlungsfelder des Masterplans

1. Touristische Wahrnehmung 12
 Wie es ist | **Wie es sein sollte**

2. Touristische Zielgruppen 13
 Wie es ist | **Wie es sein sollte**

3. Touristische Inhalte und Angebote 14
 Wie es ist | **Wie es sein sollte**

4. Touristische Infrastruktur 15
 Wie es ist **Wie es sein sollte**

5. Rahmenbedingungen für den Tourismus in der Region 16
 Wie es ist | **Wie es sein sollte**

Potenzial Ludwig van Beethoven 17
 Wie es ist | **Wie es sein sollte**

Zeitplan 18



Einleitung

Die Region Bonn/Rhein-Sieg hat im Tourismus viel zu bieten. Die Touristiker und die Bevölkerung können sich glücklich schätzen, so viele Sehenswürdigkeiten vor ihrer „Haustür“ zu haben. Während jedoch in vergangenen Zeiten viele Touristen schon allein deshalb zu uns kamen, weil Bonn Bundeshauptstadt war, ist das heute – rund 30 Jahre nach dem Umzugsbeschluss – nicht mehr selbstverständlich. Die Schwerpunktfelder der touristischen Entwicklung haben sich deshalb auch verlagert. Heute fragen Touristen zunehmend die Themen Kultur, sowie Natur und Aktiv nach. Auch haben sich die Reiseanlässe hin zu mehr Spontanität, Individualität und Regionalität verändert. Die Region muss heute im Wettbewerb mit vielen anderen Destinationen um die Touristen werben. Das wird besonders deutlich, wenn man sich einmal das Image der Region in entsprechenden Untersuchungen ansieht. Darin findet sich nicht selten das Bild einer wenig attraktiven Region ohne nennenswerte Attraktionen wieder.¹ Und daran gilt es zu arbeiten. Bonn/Rhein-Sieg muss es in den nächsten fünf Jahren gelingen, als attraktiver und moderner und vor allem lohnenswerter Tourismusstandort wahrgenommen zu werden. Viele Voraussetzungen dafür wurden geschaffen und sind bereits vorhanden.

Die Schlussfolgerung lautet daher: Es gibt Defizite, die die Region beseitigen muss. Der vorliegende Masterplan wurde unter Mitwirkung der touristischen Leistungsträger der Region erarbeitet, soll die Defizite benennen und Lösungen aufzeigen, wie und vor allem wer an deren Beseitigung arbeiten kann und muss. Bonn und der Region muss es gelingen, das wirtschaftliche Potenzial des Tourismus zu heben und in nationalen wie internationalen Rankings einen guten Platz zu belegen. Mit der Umsetzung dieses Masterplans kann das bis 2024 gelingen.



Ruth Maria van den Elzen
Vizepräsidentin
der IHK Bonn/Rhein-Sieg



Prof. Dr. Stephahn Wimmers
Geschäftsführer
der IHK Bonn/Rhein-Sieg



¹Vgl. Ergebnisse der Umfrage „Marktforschungsoffensive Nordrhein-Westfalen – Kernergebnisse der Marktforschung für Bonn“, Fachhochschule Westküste, 2016

Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg

Die Akteure

Am Standort Bonn/Rhein-Sieg (Stand: 31.12.2018) gibt es 253 Hotelbetriebe (mit mehr als 10 Betten) und 2.439 Gastronomiebetriebe. Des Weiteren sind 473 Betriebe des Reisegewerbes und 197 Betriebe des Eventgewerbes zu nennen. Insgesamt beschäftigen diese Unternehmen etwa 12.500 Mitarbeiter sozialversicherungspflichtig und erzielen einen zu versteuernden Gesamtumsatz von etwa 1,2 Milliarden Euro.



253

Beherbergungsbetriebe



2.439

Gastronomiebetriebe



473

Betriebe des Reisegewerbes



197

Betriebe des Eventgewerbes

Organisationen zur Förderung des Tourismus

In der Region sind zudem zahlreiche Organisationen zur Förderung des Tourismus eingesetzt.² Es handelt sich um:

Tourismus & Congress GmbH

Regionaler Dachverband/Destinationsvermarkter
Förderung des Tourismus für Bonn und die Region
www.bonn-region.de

Tourismus Siebengebirge GmbH / Rhein-Voreifel-Touristik / Naturregion Sieg

Regionale Tourismusorganisationen
www.siebengebirge.com
www.rhein-voreifel-touristik.de
www.naturregion-sieg.de

Bonn-Information

Städtisch angedockte Touristen-Information
www.bonn.de

bergisch hoch vier

Regionale Tourismusorganisation, die sich seit 2018 am Rheinisch-Bergischen- und Oberbergischen Kreis mit den Kommunen Lohmar, Much, Neunkirchen-Seelscheid und Ruppichterath orientiert.
www.bergisch-hoch-vier.org

Die Tourismus & Congress GmbH vermarktet den Tourismusstandort übergreifend, während die regionalen Organisationen neben einer zusätzlichen Vermarktungstätigkeit die touristischen Angebote und Produkte liefern. Im Folgenden werden diese zusammenfassend als **Destination Marketing Organisationen (DMOs)** bezeichnet.



Sehenswürdigkeiten und öffentliche Einrichtungen

Aus dem touristischen Angebot sind die folgenden naturräumlichen Sehenswürdigkeiten und öffentlichen Einrichtungen nicht wegzudenken:

Nationale Kultureinrichtungen

- Beethoven-Haus
- Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland
- Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland

Regionale Kultureinrichtungen

- August-Macke-Haus
- Deutsches Museum Bonn
- Glasmuseum Rheinbach
- Kunstmuseum Bonn
- Museum Alexander Koenig

- Römerkanal-Infozentrum Rheinbach
- Rheinisches Landesmuseum
- Schumannhaus Bonn
- Siebengebirgsmuseum
- Stadtmuseum Bonn
- Stadtmuseum Siegburg

Naturräumliche Sehenswürdigkeiten

- Drachenfels
- Siebengebirge
- Sieg
- Rhein

Vielfach sind die genannten naturräumlichen Sehenswürdigkeiten sowie genannten Einrichtungen Teil der touristischen Angebote in der Region. Letztere arbeiten im Verbund mit dem Gastgewerbe.



Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg

Highlights der Region

Die Region Bonn/Rhein-Sieg bietet einige besondere touristische Attraktionen, die im Umland, aber auch national einen Bekanntheitsgrad aufweisen.

Zu nennen sind insbesondere:

Nationaler und teilweise internationaler Bekanntheitsgrad **1**

- August-Macke-Haus
- Beethoven-Haus
- Drachenfels und das Siebengebirge
- Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland
- Kanzlerbungalow
- Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland
- Petersberg
- Plenarsaal im Bundesviertel
- Plenarsaal des Bundesrates im Bundesviertel
- Der romantische Rhein
- Villa Hammerschmidt

- Nürburgring
- Rheinisches Landesmuseum
- Römerkanal-Wanderweg
- Rolandsbogen
- Siebengebirgsmuseum
- Siegtal
- Stadtmuseum Bonn
- Stadtmuseum Siegburg
- Venusberg und Waldau
- Wahner Heide

u. a.

Kompetenzfelder mit Blick auf kongresstouristische Gäste **3**

- Internationale Kongresse – Bonn als Stadt der Nachhaltigkeit
- Wissenschaftliche Kongresse – Bonn als Forschungsstandort
- Kunst/Marketing – Bonn als Stadt der Kultur

Die genannten Attraktionen ziehen je nach Bekanntheitsgrad internationale, nationale, regionale Touristen sowie lokale Ausflügler an. Überwiegend sind es jedoch regionale Touristen, die die Attraktionen besuchen. Der Tagestourist steht dabei im Vordergrund.

Die Region Bonn/Rhein-Sieg ist indes auch ein bekannter Kongressstandort geworden und ist der einzige UN-Standort in Deutschland. Viele hiesige Hotels sind auf Kongresse und Tagungen spezialisiert. Durch das World Conference Center Bonn ist im Jahr 2015 ein besonders attraktives Angebot hinzugekommen.

Regionaler Bekanntheitsgrad **2**

- Adenauerhaus in Rhöndorf
- Apfelroute
- Arp-Museum Bahnhof Rolandseck
- Bonner Münster
- Burg Blankenberg
- Burg Windeck
- Deutsches Museum Bonn
- Ennert
- Godesburg
- Insel Grafenwerth
- Klostersruine Heisterbach
- Kottenforst
- Kunstmuseum Bonn
- Museum Alexander Koenig

Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg

Netzwerke und Kooperationen in der Region

In Bonn/Rhein-Sieg haben die touristischen Akteure zahlreiche Netzwerke gegründet und kooperieren in vielfältiger Weise.

Zunächst arbeiten die Tourismus & Congress GmbH, die Bonn Information, die Naturregion Sieg, die Rhein-Voreifel-Touristik, die Siebengebirgs Tourismus GmbH und Bergisch Hoch 4 eng miteinander, um den regionalen Tourismusstandort zielgerichtet zu vermarkten.

Dazu leisten auch die Wirtschaftsförderungen von Kreis und Stadt wichtige Beiträge.

Zwei weitere wichtige Player sind der Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Nordrhein), die Hotel- und Gaststätteninnung und die Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg (IHK). DEHOGA Nordrhein und IHK übernehmen auch die politische Interessenvertretung der Tourismusbranche in der Region.

Ein bedeutendes Netzwerk bilden seit 20 Jahren auch die fünf Museen an der Museumsmeile. Die teilnehmenden Museen bereiten das überregional wirkende Museumsmeilenfest vor und bereiten gemeinsame Aktionen vor.

Besonders hervorzuheben ist der Tourismus Förderverein Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler e.V., der einen erheblichen Teil der Betriebskosten der T & C GmbH finanziert und die Belange der privaten Tourismuswirtschaft im Aufsichtsrat vertritt. Als wichtige Institution der Meinungsbildung ist insbesondere der Ausschuss für Kultur und Tourismus der IHK Bonn/Rhein-Sieg zu nennen, dessen über 50 Mitglieder aus Hotellerie, Gaststätten und Kultureinrichtungen als Experten die Vollversammlung der IHK beraten.

Hinzu kommen zwei Erfahrungsaustauschkreise der Hoteliers – der sog. Erfa I- und der Erfa II-Kreis. Im Erfa I treffen sich die Direktoren der größten Hotels und im Erfa II die kleinen und mittelgroßen Hotels, um wichtige Fragen des Gastgewerbes zu diskutieren.

Auf überregionaler Ebene arbeiten viele der genannten Institutionen und Netzwerke in der Kooperationsrunde Kultur der Region KölnBonn e.V. gemeinsam an touristischen Herausforderungen.



Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg

1. Touristische Wahrnehmung

Wie es ist³

- Bonn/Rhein-Sieg wird als „verschlafene, spießige Region“ ohne „Puls“ wahrgenommen. Viele jüngere Menschen attestieren Bonn/Rhein-Sieg ein wenig attraktives Image.
- In der touristischen Wahrnehmung liegt das Übergewicht auf der Stadt Bonn. Der Rhein-Sieg-Kreis hingegen wird viel zu wenig als touristisch attraktiv erkannt.
- Für viele Touristen ist Bonn/Rhein-Sieg nicht das Tor zum Mittelrhein, obwohl es in der Region gerne so gesehen wird.
- Für die Touristiker stellt sich insbesondere die Stadt Bonn als konzeptlos dar. Eine klare Vision, wo Bonn steht, fehlt. Der Stadt fehlt eine Identität wie sie andere Städte haben und sie steht im „Schatten“ von Köln.



Wie es sein sollte

- Die Region (Stadt Bonn, Rhein-Sieg-Kreis, Kommunen/ Touristiker/DMOs) muss festlegen, mit welchen touristischen Attributen sie künftig wahrgenommen werden will. Wichtig ist, dass sich die Region künftig als **besonders, dynamisch** und mit einem **klaren Image** präsentiert.
- Bonn und der Rhein-Sieg-Kreis müssen von den DMOs künftig stärker als **touristische Einheit** präsentiert werden. Ohne die Attraktionen (z.B. Siebengebirge und Siegtal) im Kreis wäre die touristische Wahrnehmung der Stadt Bonn zumindest bei den Tagestouristen aus der Region sehr gering.
- Die Region Bonn/Rhein-Sieg muss sich als **Teil des Rheinlandes** insgesamt verstehen. Insofern ist eine – teilweise auch bereits stattfindende – Zusammenarbeit in der Metropolregion Rheinland, aber auch mit den angrenzenden Regionen in Rheinland Pfalz zu suchen.
- Viel stärker als bisher sollte deutlich werden, dass die Region Bonn/Rhein-Sieg in geringer Entfernung von touristisch attraktiven Städten wie z.B. Amsterdam, Brüssel, Düsseldorf, Frankfurt a.M., Köln und Luxemburg liegt und im Laufe einer Tagesreise besucht werden kann sowie über einen international angebundenen Flughafen verfügt. Keinesfalls sollten die genannten Städte „kopiert“ werden, sondern die Region beispielsweise als Ruhepol und Abwechslung beworben werden.

³Die nachstehende Wahrnehmung wurde in einem Workshop mit den touristischen Akteuren, überwiegend aus der Wirtschaft, in der Region erarbeitet und mit Ergebnissen der Umfrage „Marktforschungsoffensive Nordrhein-Westfalen – Kerneergebnisse der Marktforschung für Bonn“, Fachhochschule Westküste, 2016, ergänzt.

2. Touristische Zielgruppen

Wie es ist

- Die Region Bonn-Rhein-Sieg erreicht zurzeit in erster Linie Geschäftsreisende und Tagestouristen aus der näheren Region.
- Vor allem junge Singles und junge Paare besuchen die Region vergleichsweise selten. Auch Kinder, Jugendliche und Schüler finden nicht so häufig den Weg nach Bonn/Rhein-Sieg.
- Durch das Beethovenfest und die Museumsmeile ist Bonn/Rhein-Sieg attraktiv für kulturraffine Besucher. Es fehlen hingegen – sieht man einmal von Rhein in Flammen ab – Eventtouristen, die in Bonn/Rhein-Sieg auch übernachten.
- Durch das Vorhandensein historischer Gebäude und Orte ist die Region attraktiv für meist ältere Besucher, die die Bonner Zeit der Bundesrepublik Deutschland noch miterlebt haben. Am Demokratiegeschehen sind jedoch auch jüngere Besucher interessiert.
- Busreisende und Teilnehmer an Flusskreuzfahrten halten zumindest für einen kurzen Stadtrip in der Region. Jedoch nutzt dieses Gästesegment aktuell kaum die gastronomischen und touristischen Angebote.
- Vor allem Bonn ist ein beliebter Anlaufpunkt für Medizintouristik, obwohl die Nachfrage zuletzt spürbar nachgelassen hat.

Wie es sein sollte

- Die DMOs müssen sich noch stärker als bisher auf **Geschäftsreisende und Gäste des MICE (Meetings Incentives Conventions Exhibitions)-Segmentes** konzentrieren. Dafür bietet die Region nahezu ideale Voraussetzungen (z.B. WCCB, Hotelangebot).
- Die Region muss mehr als bisher **Familien, Kinder, Jugendliche, Schüler** und **junge Singles** in den Blick nehmen. Das müssen vor allem die DMOs in der Region bei ihren Webauftritten berücksichtigen. Auch das Gastgewerbe sollte sich in seinen Gremien mit dieser Herausforderung auseinandersetzen.
- Folgende Zielgruppen müssen von den DMOs stärker als bisher adressiert werden: **junge Paare, mobile Ehepaare (Ü 40, Ü 50 und Ü 60), Rentner, Aktive** und **Best-Ager** sowie **Menschen mit Behinderung**.
- Insbesondere **Genussreisende** und **„Best-Ager“ mit höherem Einkommen** müssen in der Vermarktung durch die DMOs stärkere Aufmerksamkeit erfahren.
- **Neuen Bürgern** in der Region sollten die touristischen Ziele und Freizeitangebote besser bekannt gemacht werden.
- Es müssen **mehr Musikveranstaltungen** auch außerhalb der Hochkultur angeboten werden. Dazu bedarf es auch einer zusätzlichen Förderung bestehender Formate wie z.B. Schumann- oder Jazzfest. Vor allem Konzerte auf dem Kunstrasen könnten mehr Übernachtungsgäste anziehen, wenn die Künstler überregional bekannt sind.



3. Touristische **Inhalte und Angebote**

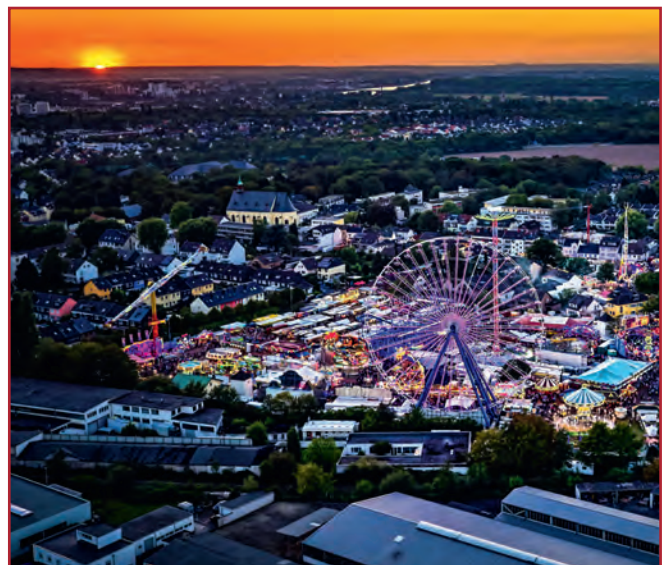
Wie es ist

Die Region Bonn/Rhein-Sieg hält ein vielfältiges Tourismusangebot sowie entsprechende Inhalte vor.

- Als Inhalte sind in erster Linie zu nennen: Ludwig van Beethoven, Bonn als Ort der Geburt und Entwicklung des heutigen politischen Systems und die Rheinromantik.
- Weitere, weniger bekannte Inhalte sind: der Maler August Macke, der Bonner Professor Ernst Moritz Arndt.
- Als weitere Angebote sind zu nennen: Die Museumslandschaft, das Siebengebirge, das Siegtal, Theater, Konzerte, Varieté, Kabarett, die Kirschblüte, die Universität, der Alte Friedhof sowie die regionale und internationale Kulinarik.

Wie es sein sollte

- Die Region Bonn/Rhein-Sieg muss durch die DMOs besser vermarktet werden. Dabei sollte der Blick auf **Kernthemen** gerichtet werden. Allein „Vielfalt“ zu vermarkten, ist nicht zielgerichtet. Kernthemen müssen stetig definiert werden und in Form von Dialogkommunikation mit entsprechenden Gästesegmenten auf Aktualität überprüft werden.
- Folgende Angebote bedürfen einer stärkeren Aufmerksamkeit: **Brauchtumsveranstaltungen** wie Pützchens Markt und der **Karneval** sowie die **Naturregion Sieg**. Das sollte von den DMOs stärker beworben werden.
- Als neue bzw. neuere Produkte sollten qualitative **hochwertige Shopping-Angebote** (mit Gepäck- und Einkaufsaufbewahrung), **Kultur- und Sportveranstaltungen**, **Wellnessangebote** und **Weinfeste** entwickelt werden. Geprüft werden sollte auch die Einrichtung eines **Schiffpendelverkehrs** zwischen rechts- und linksrheinischen Freizeitangeboten. Diskutiert werden sollte auch eine Wiederbelebung der **Museumsmeilenkonzerte**. Hierzu sollten sich die DMOs, die Gewerbevereine, Stadt und Kreis sowie die Kommunen im Kreis verständigen.
- Sichtbarer müssen werden: **Ludwig van Beethoven** (z.B. mehr Beschriftung), der **„Weg der Demokratie“** und die Nachhaltigkeit. Das sollte auch bei „Sightseeing“-Angeboten noch stärker als bisher herausgestellt werden.



4. Touristische Infrastruktur

Wie es ist

- Während der mittlere Rhein-Sieg-Kreis bislang noch gut an die Fernstraßen und die Fernverbindungen angebunden ist, gestaltet sich die Erreichbarkeit der Stadt Bonn mit dem PKW oder der Bundesbahn zunehmend schwieriger. Teilweise sind touristische Orte nicht oder nur schwer erreichbar, was teilweise dazu geführt hat, dass die Touristen sich zunehmend lautstark darüber beklagen. Am Rhein gibt es bislang nur wenige Flusskreuzfahrt-Anlegestellen.
- In der Region herrscht an vielen Stellen ein Problem mit der Sauberkeit. In den Räumen rund um die Bahnhöfe bzw. Busbahnhöfe ist die Infrastruktur vielfach wenig einladend. Insbesondere am Busbahnhof in Bonn werden nationale und internationale Gäste von gesellschaftlichen Randgruppen „begrüßt“.
- Insbesondere in Bonn ist eine echte Anbindung der Innenstadt an den Rhein nicht gegeben. Entlang des Rheins fehlen an vielen Schiffsanlegern entsprechend gastronomische und touristische Angebote.
- In der gesamten Region sind Angebote für Wander- und Radtouristen noch nicht hinreichend sichtbar. Vielfach werden Wegeleitsysteme nicht nachhaltig gepflegt und Instand gehalten. Es fehlen sanitäre Anlagen für Besucher – nicht zuletzt an Haltestellen für Fernbusse.
- Orte aus der politischen Vergangenheit sind immer noch vergleichsweise schwer zugänglich – teilweise auch wegen gestiegener Sicherheitsanforderungen. Vielfach müssen Besichtigungen zuvor auf „bürokratischem Wege“ angefragt werden.



Wie es sein sollte

- Die Region – vor allem aber die Stadt Bonn – benötigt ein **gut ausgebautes Verkehrsnetz**. Das betrifft sowohl die Straße, als auch die Schiene sowie die Radwege. Für die Erreichbarkeit des Tourismusstandorts sind die Instandhaltung, der Ausbau und die Erweiterung der Verkehrsinfrastruktur unabdingbar. Dazu gehört auch der konsequente Ausbau des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) und des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) mit ausreichenden und attraktiven Park&Ride-Angeboten. Ergänzend sollten hinreichende Gepäckaufbewahrungsmöglichkeiten geschaffen werden. Dafür sollten sich die Stadt Bonn, der Rhein-Sieg-Kreis sowie die IHK einsetzen.
- Für die touristische Vermarktung des Rheins bedarf es **weiterer Anleger für Flusskreuzfahrten**. Dafür sollte sich die Stadt Bonn einsetzen.
- Auch müssen qualitativ **hochwertige gastronomische wie touristische Angebote entlang des Rheinufer** geschaffen bzw. vorhandene Angebote aufgewertet werden. Dies wird eine Daueraufgabe für die hiesigen Gastronomen und Hoteliers sein. Dazu bedarf es aber der Unterstützung durch die Verwaltung.
- Insbesondere die Stadt Bonn muss ihre Innenstadt besser an den Rhein anbinden.
- Mit Blick auf die Sauberkeit sollten zunächst bonnorange und die entsprechenden Einrichtungen im Rhein-Sieg-Kreis „Hot Spots“ identifizieren. Mit den Behörden sollten dann entsprechende Maßnahmen überlegt und umgesetzt werden. Insbesondere an den Bahnhöfen und Busbahnhöfen muss die **Infrastruktur besser Instand und sauber gehalten werden**. Dies wird Aufgabe der Stadt und der Kommunen sowie der Deutschen Bahn sein.
- Gesellschaftlichen Randgruppen müssen bessere und vor allem andere Aufenthaltsangebote gemacht werden. Bonn und der Rhein-Sieg-Kreis sollten dafür in den Dialog treten.
- Alle **touristischen Infrastrukturangebote** müssen **besser kenntlich gemacht werden**. Das betrifft z.T. die Wander- und Radwege. Auch die Pflege und Instandhaltung von Wegweisern ist verbesserungswürdig. Schließlich empfiehlt es sich, vor allem **Orte mit „politischer Vergangenheit“ leichter zugänglich zu machen** – ohne die Sicherheitsanforderungen zu lockern. Es wird Aufgabe der Stadt und der Kommunen im Rhein-Sieg-Kreis sein, sich dafür beim Bund einzusetzen.
- Der **Fernbusbahnhof** in Bonn sollte künftig wieder **stadtnäher** angesiedelt werden. Auch muss die Stadt Bonn hinreichende und gut erreichbare sanitäre Anlagen für Touristen schaffen.
- Angebote wie **E-Scooter** und **Leihfahrradsysteme** müssen in touristische Angebote einbezogen werden.

5. Rahmenbedingungen für den Tourismus in der Region

Wie es ist

- In Bonn und einigen Kommunen des Rhein-Sieg-Kreises wird eine Beherbergungssteuer gezahlt. Für die Hoteliers entsteht dadurch ein bürokratischer Mehraufwand, der nicht zu rechtfertigen ist.
- Insbesondere in Bonn sind in der kürzeren Vergangenheit erhebliche Hotelneubauten hinzugekommen. Das erleichtert es, das WCCB besser zu vermarkten. Da jedoch die Auslastung der Hotels gerade an den Wochenenden nicht ausreichend ist, ergibt sich ein erheblicher Preisdruck gerade für die mittelständische Hotellerie.
- Viele Hoteliers und Gastronomen stehen vor der Herausforderung, ihre Gebäude qualitativ aufwerten zu müssen. Nicht selten werden sie daran aufgrund strenger Denkmalschutzauflagen gehindert. Das verteuert nicht zuletzt notwendige Investitionen oder verzögert diese.
- Baugenehmigungen dauern vor allem in Bonn viel zu lange. Veraltete Bebauungspläne und ein entsprechender Personalmangel führen dazu, dass investitionswillige Betriebe oft monatelang auf eine Entscheidung warten müssen.
- Zunehmend stoßen touristische Ereignisse auf den Widerstand, zumindest einiger Bürger (z. B. Kirschblüte/Klangwelle). Auch in Bonn/Rhein-Sieg gibt es erste Anzeichen des „Overtourism“.
- Das Gastgewerbe leidet unter zunehmenden Bürokratielasten, welche zur Erfüllung von Bundes- und Landesgesetzen sowie kommunaler Auflagen anfallen.



Wie es sein sollte

- In Bonn und in den Kommunen des Rhein-Sieg-Kreises sollte die **Beherbergungssteuer umgehend abgeschafft werden**.
- Bei der Genehmigung von Hotelneubauten sollte berücksichtigt werden, dass die Hotellerie an den Wochenenden vielfach zu wenig ausgelastet ist. Es müssen dann **entsprechende Events an den Wochenenden stattfinden**, die mehr Touristen in die Region locken. Hier ist insbesondere die Betreibergesellschaft des WCCB gefordert. Das Gastgewerbe sollte in seinen Gremien diskutieren, wie mehr Events an den Wochenenden erreicht werden können. Die Stadt und die Kommunen sowie die DMOs sollten dies unterstützend begleiten.
- Die Modernisierungswünsche des Gastgewerbes sollten von der Unteren Denkmalbehörde positiv begleitet werden. Architekten und Betriebe benötigen hierbei die **wohlwollende Unterstützung der Behörden sowie einen Denkmalschutz mit Augenmaß**. Veränderungen, die modernen Anforderungen genügen (z.B. Brandschutz, Design, Sicherheit), sollten leichter genehmigt werden.
- **Baugenehmigungen** sollten vor allem im Planungsamt der Stadt Bonn **viel schneller als bisher erteilt werden**. Eine entsprechende Personaldecke sollte vorgehalten werden. Bauwillige Betriebe sollten größtmögliche Unterstützung erfahren.
- Die DMOs müssen in die Lage versetzt werden, die Vorteile des Tourismus auch gegenüber der Bevölkerung zu kommunizieren. Gleichzeitig müssen **die Sorgen der betroffenen Bürger ernst genommen werden**.
- Die Stadt Bonn muss dringend Konzepte entwickeln, **wie die Infrastruktur in Bonn an den Bedarf angepasst werden kann**.
- Die Behörden in der Stadt Bonn, des Rhein-Sieg-Kreises und der kreisangehörigen Kommunen sollten prüfen, **bei welchen Auflagen weniger Bürokratie anfallen kann**. Die IHK wird diesen Prozess unterstützend begleiten.

Potenzial Ludwig van Beethoven

Wie es ist

- In Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis ist Ludwig van Beethoven nicht flächendeckend wahrnehmbar. Nur vereinzelt tauchten Hinweise auf den berühmten Komponisten auf. Ein entsprechendes Konzept ist nicht erkennbar.
- Der Komponist Ludwig van Beethoven gilt weder regional, national noch international als Identitätsprägend für die Region Bonn/Rhein-Sieg. Anderen Städten/Regionen (z.B. Salzburg) gelingt das besser.
- Das Bonner Beethovenfest ist ein gelungenes Format, um regionale und nationale Kulturinteressierte in die Region zu bringen. Den Stellenwert der Wagner-Festspiele in Bayreuth oder der Salzburger Festspiele erreicht das Bonner Fest jedoch bislang nicht.
- Bonn fehlt nach wie vor ein Festspielhaus, in welchem Konzerte in einer modernen, ansprechenden Art und Weise erlebt werden können. Zwar wird die Bonner Beethovenhalle saniert und akustisch ertüchtigt. Jedoch handelt es sich nach wie vor um eine Mehrzweckhalle.



Wie es sein sollte

- Beethoven muss in Bonn und Rhein-Sieg **an jeder Stelle auffallen**. Ansätze dafür bieten sich an nahezu jeder öffentlichen Begegnungsstätte an. In erster Linie sind dies der Flughafen, der Hauptbahnhof und der Busbahnhof. Benötigt wird ein **flächendeckendes Merchandising** z.B. unter Einbezug des Einzelhandels. Das sollte die Stadt Bonn mit den DMOs und den Touristikern vereinbaren.
- **Beethoven muss sichtbarer werden**, z.B. durch ein Beethoven-Café, in dem es Beethoven-Kaffee gibt. In allen Schaufenstern, aber auch in nach außen gelegenen Fenstern sollte ein Beethovenkopf erkennbar sein. In Bonner Weinhandlungen und im Lebensmitteleinzelhandel sollte es Beethovenwein zu kaufen geben. Auch sollte es einen Foto-Stop geben, wo Aufnahmen der Besucher mit Beethoven angefertigt werden können (Beethoven und Ich).
- Insgesamt sollte Ludwig van Beethoven, **witziger und charismatischer sowie weniger ernst** dargestellt werden. Angebracht wäre auch ein modernes Storytelling.
- Für den Touristen sollte **Beethoven erlebbarer werden**. Das kann beispielsweise durch „Mitsing“-Konzerte im Hofgarten oder in der Rheinaue geschehen.
- Als besondere Form der Darstellung bieten sich **„Street Art“-Aktionen** durch Bonner Künstler an. Ebenso kann eine überdimensionale Beethovenfigur in einem „Oldtimer“ durch die Stadt gefahren werden.
- Um die Identifikation in der Region weiter zu fördern, können **Beethoven-Workshops** in Schulen und Kitas sowie in Museen angeboten werden. Weitere Produkte könnten ein Beethoven-ÖPNV-Ticket, eine App für ein Besucherleitsystem sowie eine **stärkere Bespielung der sozialen Medien** sein.

Tourismusstandort Bonn/Rhein-Sieg



Zeitplan Masterplan

Der Masterplan sollte in den nächsten fünf Jahren umgesetzt bzw. mit den identifizierten Maßnahmen begonnen werden. Zu Beginn des Prozesses sollte ein Treffen der Tourismusorganisationen, der Stadt Bonn, des Rhein-Sieg-Kreises, des Tourismus Fördervereins, der Hotel- und Gaststätteninnung, DEHOGA und der IHK Bonn/Rhein-Sieg stattfinden. Anlässlich des Treffens sollten zunächst die „Quick-wins“, also die schnell und ohne großen Aufwand umsetzbaren Maßnahmen identifiziert werden. Für die längerfristig umzusetzenden Maßnahmen sollte ein Zeitplan erarbeitet werden.



Impressum

Herausgeber	© IHK Bonn/Rhein-Sieg Bonner Talweg 17 53113 Bonn Tel: +49 (0) 228 2284-0 E-Mail: info@bonn.ihk.de
Redaktion und Ansprechpartner	Prof. Dr. Stephan Wimmers Geschäftsführer Handel, Verkehr, Tourismus und Kultur Till Bornstedt Referent Handel, Tourismus, Verkehr
Gestaltung, Titel	Elisabeth Mantouvalou em@mantouvalou.de
Stand	Februar 2020

Bildnachweise Titel: Beethoven Grafik: UGChannel/shutterstock.com, Grafik: SimpLine/Adobe Stock, Foto: Sina Ettmer/Adobe Stock Seite 4: oben: Giacomo Zucca/Bundesstadt Bonn, Mitte: Dieter Schütz/pixelio, unten: Gerd Pfaff/pixelio Seite 7: oben von links nach rechts: Dieter Schütz/pixelio, Dirk Sanne/pixelio, Giacomo Zucca/Bundesstadt Bonn / unten von links nach rechts: ToLo46/Wikipedia, Giacomo Zucca/Bundesstadt Bonn, Michael Sondermann/Bundesstadt Bonn Seite 8: oben: Michael Sondermann/Bundesstadt Bonn, Mitte: Wolkenkratzer/Wikipedia, unten: Michael Sondermann/Bundesstadt Bonn Seite 12: Michael Sondermann/Bundesstadt Bonn Seite 13: links: Michael Sondermann/Bundesstadt Bonn, rechts: Thilo Beu/Theater Bonn Seite 14: links: Giacomo Zucca/Bundesstadt Bonn, rechts: Michael Sondermann/Bundesstadt Bonn Seite 15: Giacomo Zucca/Bundesstadt Bonn Seite 16/17: Michael Sondermann/Bundesstadt Seite 18: links: Giacomo Zucca/Bundesstadt Bonn
---------------	---



Industrie- und Handelskammer
Bonn/Rhein-Sieg