

## Mitteilungsvorlage

**aktueller Sachstand Tourismus in Remscheid - ergänzende Ausführungen zur Stellenplanvorlage**

---

### Beratungsfolge

	Gremium	Sitzungstermin	Beratungsform
1	Rat	21.05.2026	Kenntnisnahme

### Öffentlichkeit

Die Beratung erfolgt in öffentlicher Sitzung.

---

### Federführung

4.80 Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus

### Beteiligte Stellen

0.11 Personal und Organisation

### Finanzielle Folgen und Auswirkungen

#### Voraussichtlicher Aufwand und voraussichtliche Auszahlungen im laufenden Jahr und in Folgejahren

keine

#### Die erforderlichen Haushaltsmittel sind im Ergebnis- und Finanzplan enthalten

entfällt

### Produkt(e)

15.02.01 Stadtmarketing

## **Zeit- und Personalkostenaufwand**

(Nur für die Beantwortung von Anfragen!)

## **Mitteilung der Verwaltung**

Die nachfolgende Information wird zur Kenntnis genommen.

## **Tourismus in Remscheid**

Die touristische Positionierung und damit auch überregionale Wahrnehmung der Stadt Remscheid als attraktiver Standort ist eher gering. Lange Jahre fehlte es an Bewusstsein und auch an einem Alleinstellungsmerkmal. Innerhalb der Stadt wurde immer auf ein DOC/Outlet gesetzt und touristische Planungen wurden in die Zukunft verschoben.

Dabei hat Remscheid nach innen und außen so viel zu bieten:

- Wir verbinden Geschichte, Innovation und Natur zu einem einzigartigen Erlebnis.
- Wir sind nicht gewöhnlich; Remscheid ist ein emotionaler Schatz voller Tradition, Technik, Natur und lebendiger Geschichte.
- Wir haben wunderschöne Landschaften inmitten der Hügel des Bergischen Landes.
- Wir bieten herausragende Wander- und Bikemöglichkeiten – in klimaresilienter Lage.
- Auf unseren Trassen verknüpfen wir Natur und Industriekultur.
- Auf unserem Stadtgebiet findet sich die erste Trinkwassertalsperre Deutschlands, die Eschbachtalsperre; historisches Bauwerk und idyllisches Naherholungsgebiet zugleich.
- Als Wiege der deutschen Werkzeugtradition ist bei uns das Deutsche Werkzeugmuseum beheimatet und macht die Innovationskraft der Bergischen erlebbar. Das Haus konnte im vergangenen Jahr ebenfalls mit einer einzigartigen Tillmanns-Ausstellung punkten.
- Unsere wunderschöne Lennepers Altstadt lässt die Geschichte des Bergischen Landes sehen und fühlen.
- Das moderne Deutsche Röntgen-Museum, inmitten der Lennepers Altstadt, steht heute für Innovation und Technik.
- Ein technisches Meisterwerk ist auch die Müngstener Brücke, die höchste Eisenbahnbrücke Deutschlands – auf dem Weg zum Weltkulturerbe. Der dazugehörige Brückenpark verbindet wiederum Natur und Technik.
- Über allem thront an unserer Stadtgrenze majestätisch Schloss Burg und erzählt von unserer bewegten Vergangenheit.
- Remscheid ist verkehrstechnisch hervorragend mitten in NRW gelegen.
- Flankiert wird das alles von einer abwechslungsreichen Kultur- und Veranstaltungsszene und einem umfassenden Gastronomieangebot.

Dieses Wissen um unsere Stadt sollten wir selbstbewusst nach außen tragen und eigenständig vermarkten. Nur so kann es gelingen, uns als touristisches Highlight für Tagestouristen bzw. Wochenendtouristen zu positionieren. Der fehlende Magnet, mit dem wir überregional größere Aufmerksamkeit erlangen könnten, ist das geplante Outlet Remscheid.

Innerhalb der Stadtverwaltung Remscheid ist das Thema Tourismus beim Stadtmarketing verankert; jedoch gibt keine Stellenanteile dafür. Insofern werden hier aktuell nur rudimentär strategische Aufgaben wahrgenommen.

Überregional wird die Stadt Remscheid auf dem Tourismussektor von der Bergisch Land Marketing Tourismus GmbH (BLTM) unter dem Titel „Die Bergischen Drei“ vertreten. Die BLTM

wird im Wesentlichen von den Städten Remscheid, Solingen und Wuppertal als Hauptgesellschafter getragen.

### **regionale Entwicklungen im Bereich Tourismus**

Die touristische Sichtweise hat sich mittlerweile auf die Region des Bergischen Städtedreiecks verschoben: In den letzten Jahren gab es eine sehr positive Entwicklung der Region insgesamt. Nennenswert sind sicherlich insbesondere die herausragende Sanierung Schloss Burg, der Prozess des Weltkulturerbes Müngstener Brücke (auch mit dem Brückensteig und der Frage der Befahrbarkeit des Brückenstegs), eine mögliche Hängebrücke in Burg, die Entwicklung verschiedener Museen, die Trassen-Radwege, das Schwebodrom, das Visodrom und der Prozess um die BUGA in Wuppertal. Ein für Remscheid besonders bedeutender Baustein ist das geplante Outlet in Remscheid mit der direkten Anbindung an die wunderschöne historische Altstadt Lennep und das ebenfalls herausragende Deutsche Röntgen-Museum. Insgesamt wurden in den vergangenen Jahren eine Vielzahl an erlebens- und sehenswerten Erlebnissen geschaffen bzw. sind in Planung.

Die Tourismusverantwortlichen in den drei Städten und insbesondere auch die Oberbürgermeister sehen es als konsequent und zwingend erforderlich an, dass das Bergische Städtedreieck sich künftig stärker als Region vermarktet. Einzelne sind wir alle attraktiv, aber kein herausragendes Tourismusziel. Wir müssen uns heute auf den Weg machen, den Status Quo und die in der Planung befindlichen großartigen Entwicklungen unserer Region zu verzahnen und touristisch nutzbar zu machen, um uns langfristig gemeinsam als Tourismusregion zu positionieren und gegenseitig von unseren Bemühungen zu profitieren. Die drei herausragenden regionalen Anker sind dabei sicherlich das Weltkulturerbe Müngstener Brücke, die BUGA in Wuppertal und das Outlet Remscheid. Aber auch die Möglichkeit, dass NRW mit der Region Rhein/Ruhr und der in unserer unmittelbaren Nähe liegenden Leading-City Köln zum Austragungsort der Olympiade in 2036, 2040 oder 2044 werden könnte, sollte unbedingt mitgedacht werden. Ein ebenfalls derzeit diskutiertes Zukunftsprojekt im Bereich Tourismus ist ein gemeinsames "Bergisches Besucher-Informationszentrum" im Bereich des Brückenpark Müngsten mit geplanter Bewerbung der Region im Hinblick auf eine erfolgreiche Ernennung der Müngstener Brücke zum Weltkulturerbe. Auch ist weiterhin die Ansiedlung eines Tourismusbüros in unmittelbarer Nähe des Outlet Remscheids angedacht. Der Investor des Outlets zeigt sich gesprächsbereit in Sachen Tourismusmarketing und verweist auf entsprechende Konzepte, die er bereits in seinem Outlet in Montabauer verfolgt. Hier ist die Besonderheit mitzudenken, dass insbesondere auch für Nachbarkommunen im Rheinisch-Bergischen und im Oberbergischen eine touristische Vermarktung angeboten werden kann. Um hier flexibel zu sein, wurde der touristische Internet-Auftritt der Stadt Remscheid ([www.remscheid-tourismus.de](http://www.remscheid-tourismus.de)) beim letzten Relaunch bereits vom Verwaltungsauftritt ([www.remscheid.de](http://www.remscheid.de)) getrennt.

### **Status Quo BLTM**

Überregional wird Remscheid, gemeinsam mit Wuppertal und Solingen, unter dem Titel „Die Bergischen Drei“ durch die Bergisch Land Tourismus Marketing GmbH (BLTM) vertreten. Für die Mitgliedschaft in der BLTM zahlen alle drei Städte jährlich jeweils 20.000 Euro. Die Arbeiten der BLTM als regionaler Tourismusvermarkter sind sicherlich ausbaufähig, insbesondere da dort in den letzten Jahren die Stelle der Geschäftsführung und auch andere Stellen immer wieder vakant waren. Derzeit ist eine 0,5 VZÄ-Besetzung der Geschäftsführung vorhanden. Zusätzlich gibt eine Mitarbeiterin für Social Media/Mitgliederbetreuung, eine Stelle aus einem Digitalisierungsprojekt im Tourismussektor (Tourismus Data Intelligence Initiative NRW) sowie die Koordinationsstelle Bergische PanoramaRadwege.

Spricht sich die Stadt Remscheid für eine geänderte Aufgabenwahrnehmung der BLTM aus, erfordert dies vorab eine Positionierung seitens der Städte Remscheid, Solingen und Wuppertal. Es muss geklärt werden, wie wir uns als Region vermarkten wollen. Die drei bergischen Oberbürgermeister\*innen haben sich bereits mehrfach öffentlich positioniert, und wollen künftig verstärkt auf eine regionale Vermarktung setzen. Auch die Tourismusverantwortlichen arbeiten bereits eng zusammen und zielen auf eine gemeinsame Darstellung und Bewerbung des Bergischen Städtedreiecks. Die am Ende daraus resultierenden konkreten Aufgaben der BLTM müssen im Prozess klar definiert und in der Folge sicherlich auch gesteuert und rückgespiegelt werden.

## **Grobskizze weitere Vorgehensweise Tourismus mit einer Tourismusstelle in Remscheid**

### **Folgendes Grobkonzept zur weiteren Vorgehensweise ist angedacht:**

1. Auftaktgespräch OBs/Beigeordnete, Tourismusverantwortliche, BLTM  
Ziel: Festlegung von lokalen und regionalen Zielen, Schwerpunkten und Aufgaben für die Etablierung der Tourismusregion „Bergisches Städtedreieck“ – daraus resultierend ein Arbeitsauftrag für ein gemeinsames Strategiepapier (Erarbeitung und Ausformulierung durch die Tourismusverantwortlichen ggfs. ergänzend Begleitung durch externe Tourismus-Experten). Anschließend sollten die entsprechenden Fachausschüsse in den drei Mitgliedsstädten über das Ergebnis des Auftaktgespräches und den daraus resultierenden Arbeitsauftrag in einer gemeinsamen Vorlage informiert werden.
2. Im Rahmen der lokalen und regionalen Strategieentwicklung sind dann jeweils u. a. folgende Themen zu klären: Mit welchen Highlights aus den drei Städten wollen wir uns künftig gemeinsam vermarkten, unter welchem Logo, wer sind unsere Zielgruppen, wo wollen wir präsent sein, welche nationalen und internationalen Formate wollen wir bedienen, welche Messgrößen haben wir, welche Strukturen sind erforderlich, an welchen lokalen Örtlichkeiten, welche Einzelmaßnahmen, Veranstaltungs- und Programmformate können wir gemeinsam anbieten (z. B. Presse- und Influencerreisen, touristische Besuchspakete, regionale Tourismuskarte, etc...), welche Rolle und Aufgaben liegen bei den jeweiligen Städten, welche Rolle hat künftig die BLTM, Finanzierungsfragen.
3. Durchführung eines gemeinsamen Workshops (ggfs. unter organisatorischer Leitung eines Tourismus-Fachbüros, der Tourismusverantwortlichen und interessierten Mandatsträgern, um deren Vorstellungen und Wünsche mit aufzunehmen.
4. Umfrage unter Stakeholdern aus dem bergischen Tourismus-Bereich, um deren Vorstellung und Wünsche zu erfragen, ebenfalls gleichzeitig Angebot eines gemeinsamen Workshops
5. Rückkopplung des Prozesses mit den OB/Beigeordneten – Ergebnis: abgestimmter Entwurf gemeinsames Tourismuskonzept
6. Politische Beschlussfassung in den drei Städten
7. Öffentlichkeitsarbeit
8. Umsetzung

### **Personelles:**

Innerhalb der Stadtverwaltung Remscheid ist das Thema Tourismus beim Stadtmarketing verankert; jedoch gibt keinerlei Stellenanteile dafür. Die Stellenausstattung im Bereich Stadtmarketing ist insgesamt deutlich unterhalb des durch Orga-Untersuchung festgestellten Stellenbedarfes (s. Antrag auf Stelleneinrichtung im Bereich Stadtmarketing). Aus diesem Grunde können im Bereich Tourismus aktuell nur rudimentär strategische Aufgaben wahrgenommen werden.

Die strategische Entwicklung/Konzeptionierung einer regionalen touristischen Ausrichtung und die Steuerung der BLTM obliegt der Fachdienstleitung und der zuständigen Abteilungsleitung. Tourismus im Tagesgeschäft (z. B. Anfragen touristischer Art, Schaffung touristischer Angebote, Prospekt- und Werbematerial, touristische Homepage, Betreuung der lokalen touristischen Destinationen und Werbeträgern, Schaffung von Paketangeboten etc.) kann aufgrund nicht vorhandener personeller Kapazitäten nicht wahrgenommen werden.

**Neben dem dargestellten strategischen Prozess muss jedoch lokal ein Augenmerk darauf gelegt werden, dass Remscheid als kleinste Stadt im Städtedreieck so schnell wie möglich touristisch auch eigenständig wahrgenommen wird. Es ist aus Sicht der Verwaltung zwingend erforderlich, unabhängig von der Frage der regionalen Ausrichtung, aktuell diese Stelle für die lokalen Aufgaben der Stadt Remscheid im Bereich Tourismus einzurichten.**

Peter Heinze  
Beigeordneter

Wolf  
Oberbürgermeister