



Das Bergische

Touristische Handlungsperspektive
für die Region „Das Bergische“

berg.konzept

30

An aerial photograph of a lush, green forested valley. The sun is setting, casting a warm, golden glow over the landscape. The sky is filled with soft, orange and yellow clouds. The forest is dense and covers rolling hills. In the distance, a small town or village is visible on a hillside.

Wir wollen die Tourismusregion sichtbar, zugänglich, erlebbar und buchbar machen!

Impressum

Herausgeber

Das Bergische GmbH
Bergisches Haus
Friedrich-Ebert-Straße 75 | 51429 Bergisch Gladbach
Telefon +49 2204 843000 | Telefax +49 2204 843005
info@dasbergische.de | www.dasbergische.de

Konzeption und Text

Dr. Wolfgang Isenberg
53859 Niederkassel | w@isenberg-net.de

Layout

Werbeagentur LAWRENZ – Die Qualität
www.qualitaeter.de

Bergisch Gladbach, Mai 2024





Sehr geehrte Damen und Herren,

im Jahr 2005 hatte sich die Mittelgebirgsregion Naturarena Bergisches Land auf den Weg gemacht, die für Deutschland einzigartige Standortnähe zu einwohnerstarken Metropolregionen an Rhein und Ruhr auch touristisch zu nutzen und sich als Ziel für Naherholung, Tagesausflüge und Kurzurlaube besser zu positionieren und sich an der Leitthese „Stärke die Stärken“ – also die Konzentration auf Kernkompetenzen und Kernpotenziale zu orientieren.

Nach 20 Jahren seit Gründung der Naturarena Bergisches Land GmbH ist „Das Bergische“ mit vielen Projekten und Aktivitäten deutlich sichtbar geworden, sowohl für die Menschen, die im Bergischen wohnen, als auch für Gäste. Zahlreiche Qualitätsangebote von überregionaler Strahlkraft unter der Marke „Das Bergische“ machen auf sich aufmerksam. Dazu gehören die Submarken „Bergisches Wanderland“, „einfach bergisch radeln“, „Das Bergische – Schwalbe RadfahrLand“ sowie „Das Bergische barrierefrei“. Das touristische Potenzial der Tourismusregion „Das Bergische“ sowie ihre wirtschaftliche Bedeutung und die Chancen des Tourismus werden immer mehr erkannt.

Nun gilt es, mit dem „berg.konzept 3.0“ das Profil der Tourismusregion „Das Bergische“ weiter zu schärfen und eine nachhaltige Perspektive für den Tourismus zu schaffen. Dazu dient auch die Umbenennung der „Naturarena Bergisches Land GmbH“ in „Das Bergische GmbH“ im Jahr 2024.

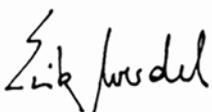
Einige Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahren verändert. Der Tourismus steht vor neuen Herausforderungen. Beispiele sind Digitalisierung, Mobilität, Klimaschutz und Klimawandelanpassung, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und Innovation. Das „berg.konzept 3.0“ greift diese Herausforderungen auf und gibt einen Rahmen mit strategischen Lösungsansätzen und Handlungsempfehlungen für die zukünftige touristische Schwerpunktsetzung vor. Dies ist nicht zuletzt vor dem Hintergrund einer ganzheitlichen Betrachtung der Gebietskulisse „Das Bergische“ relevant, um die Tourismusregion sichtbar, zugänglich, erlebbar und buchbar zu machen.

Dieser touristische Rahmen steht konsequent für eine nachhaltige Entwicklung der Region und fügt sich in die Zielsetzungen regionaler und überregionaler Entwicklungsstrategien ein. Das „berg.konzept 3.0“ erfüllt zudem eine wichtige Voraussetzung, um in den Förderperioden die finanzielle Unterstützung durch Fördermittel für die touristische Entwicklung abzusichern.

Mit dem „berg.konzept 3.0“ bekennt sich die Tourismusorganisation „Das Bergische“ zu ihrer Mitverantwortung für die Gestaltung der Destination. Das „berg.konzept 3.0“ bietet allen Akteuren einen Orientierungsrahmen für die Zusammenarbeit. Es ist unter Beteiligung der Partner und Stakeholder entstanden, die sich in Gesprächen, Workshops, Veranstaltungen und online eingebracht haben.

Für die zahlreichen Ideen, Anregungen und Beiträge bedanken wir uns sehr herzlich! Wir freuen uns, mit dem vorliegenden Konzept Empfehlungen zur touristischen Ausrichtung unserer Destination für die nächsten 10 Jahre geben zu können, sei es federführend, als Impulsgeber oder als Moderator für die beschriebenen Entwicklungen.

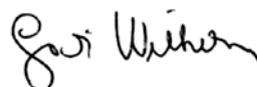
**Das Profil weiter schärfen
und eine nachhaltige
Perspektive für den
Tourismus schaffen**



Dr. Erik Werdel
Vorsitzender der
Gesellschafterversammlung
„Das Bergische GmbH“



Frank Herhaus
Stellv. Vorsitzender der
Gesellschafterversammlung
„Das Bergische GmbH“



Gabi Wilhelm
Geschäftsführerin
„Das Bergische GmbH“

Einleitung

Perspektiven des Wandels

Tourismus 2034

- Mit dem „berg.konzept 3.0“ gibt sich „Das Bergische“ für die kommenden 10 Jahre (2024 bis 2034) einen Handlungsrahmen für den Tourismus in der Region. Nach fünf Jahren ist eine Zwischenbilanz vorgesehen. Das „**berg.konzept 3.0**“ reflektiert die Zusammenhänge, in denen die Entwicklung des Bergischen Tourismus steht, skizziert seine Perspektiven, beschreibt die Art der Zusammenarbeit, die Ansprache von (neuen) Gästen oder die Formen der Wertschöpfung und des Marketings. Es strebt mit den Handlungsfeldern auch einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität an, die die Region bereits heute auszeichnet. So richtet sich das Konzept nicht nur an Gäste, die das Bergische besuchen, sondern auch an diejenigen, die im Bergischen leben und arbeiten.
- Mit der **Gründung der „Naturarena Bergisches Land GmbH“** im Jahr 2005 haben der Oberbergische Kreis und der Rheinisch-Bergische Kreis sowie die damaligen Vereine Touristikverband Oberbergisches Land und RheinBerg (die Vereine sind 2011 im „Naturarena Bergisches Land e.V.“ aufgegangen) ihre touristischen Aktivitäten mit denen der 21 kreisangehörigen Städte und Gemeinden sowie der touristischen Leistungsträger gebündelt. Seit 2019 ist auch der Rhein-Sieg-Kreis mit den bergischen Kommunen Lohmar, Much, Neunkirchen-Seelscheid und Ruppichteroth Gesellschafter von „Das Bergische GmbH“.
- Zur Profilierung und Stärkung des Tourismus im Bergischen erfolgt im Jahr 2024 eine **Umbenennung**. Aus „Naturarena Bergisches Land GmbH“ wird „Das Bergische GmbH“ und aus „Naturarena Bergisches Land e.V.“ soll „Das Bergische e.V.“ werden.
- Das Land NRW hat im Jahr 2008 insgesamt **12 touristische Regionen** ausgewiesen. Das Gebiet von „Das Bergische“ gehört gemeinsam mit Leverkusen zur „Tourismusregion Bergisches Land“. Gemessen an den geöffneten Betrieben bzw. den angebotenen Betten bildet die „Tourismusregion Bergisches Land“ zusammen mit den „Bergischen Drei“ („Bergisches Städtedreieck“) und mit „Siegen Wittgenstein“ („Siegerland-Wittgenstein“) die Gruppe der kleineren Tourismusregionen in NRW. Im Jahr 2022 entfielen auf die „Tourismusregion Bergisches Land“ 2,3 % der Gästeankünfte und 2,8 % der Übernachtungen in NRW.

Das „berg.konzept 3.0“
richtet sich sowohl an
Gäste als auch an
Einwohner.

1 | Vgl. www.nrw-tourismus.de/regionen-in-nrw und www.it.nrw
(Statistische Berichte Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr Nordrhein-Westfalens. Dezember 2023)

- Roland Berger hat 2010 unter dem Titel „**Berg.Konzept 2.0**“ ein Rahmenpapier für die touristische Entwicklung des Bergischen Landes erstellt und eine strategische Neuausrichtung empfohlen, und zwar vor allem die Orientierung an den Zielgruppendefinitionen des touristischen Masterplans NRW sowie die Fokussierung der Naturarena auf Marketing- und Vertriebsaufgaben. Diese Rahmenbedingungen haben sich inzwischen verändert.
- Der **Begriff Bergisches Land** lässt zunächst eine klare, geschlossene Gebietskulisse vermuten. Tatsächlich gibt es aber verschiedene räumliche Zuschnitte, die als Bergisches Land bezeichnet werden: z.B. „Die Bergischen Drei“ („Bergisches Städtedreieck“) mit dem Bergisches Land Tourismus Marketing e. V., die REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand, der Naturpark Bergisches Land oder die Kommunale Arbeitsgemeinschaft Bergisches Land. Neben der Tourismusregion „Bergisches Land“ haben zwei weitere Tourismusregionen in NRW Anteile am Kulturraum Bergisches Land. Dies sind die Regionen „Bergisches Städtedreieck“ sowie „Düsseldorf und Kreis Mettmann“. Erschwert wird die Einordnung durch unterschiedliche Bezeichnungen der touristischen Regionen: Tourismus NRW spricht von: „Die Bergischen Drei“ und IT.NRW von „Bergisches Städtedreieck“.
- Im **Schatten der Ballungsräume**, insbesondere der Rheinschiene, hat sich „Das Bergische“ vor allem als Tagesreiseregion positioniert. Nach den Ergebnissen der dwif-Studien zum Wirtschaftsfaktor Tourismus generieren Tagesgäste im Jahr 2022 für „Das Bergische“ einen Bruttoumsatz von 318,7 Mio. € und Übernachtungsgäste einen Umsatz von 198,0 Mio. €. Der Anteil der Tagesgäste am gesamten touristischen Umsatz beträgt damit rund 62 %. Der stark vom Geschäftsreiseverkehr geprägte Übernachtungstourismus hat sich nach Corona noch nicht vollständig erholt. Die Zeichen deuten auf eine weitere kritische Entwicklung hin, wenn es nicht gelingt, die Einflussfaktoren sowohl für den Geschäfts- und Tagungstourismus als auch für den Freizeittourismus stärker zu gestalten.
- Die **Gewässerlandschaft des Bergischen Landes** mit ihren charakteristischen Flüssen, Bächen und Talsperren hat neben ihrer wasserwirtschaftlichen Bedeutung zunehmend eine wichtige Funktion als Erholungsraum. Die Herausforderung besteht darin, die Belange der Gewässerökologie einerseits und das Erleben der Gewässerlandschaft andererseits in ein ausgewogenes Verhältnis zu bringen und unter Berücksichtigung von Anpassungsstrategien an den Klimawandel zukunftsfähig weiterzuentwickeln und Überlastungen zu vermeiden. Die Vielgestaltigkeit der Landschaft macht das Bergische Land zu einem interessanten Ökosystem.
- Um den Naturraum zu erhalten und zu entlasten, ist angesichts der zu erwartenden hohen Nachfrage in Spitzenzeiten ein ganzheitlich ausgerichtetes **Besuchermanagement** mit Zuganglenkung und Verteilung der Verkehrsströme erforderlich. Damit verbunden sind die Verbesserung und der Ausbau der Freizeitinfrastruktur sowie die Steigerung des Erlebniswertes der Kulturlandschaft und des kulturellen Erbes.
- Die Bereitschaft der Gäste, sich in der Freizeit an ökologischen Maßstäben zu orientieren, nimmt nur langsam zu. Daher haben Region und Betriebe eine besondere Verantwortung. Sie können Akzente bei der **Gestaltung der sozial-ökologischen Transformation** setzen und einen steuernden Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Region als Naturerlebnis- und Reiseziel sowie zur Orientierung am Gemeinwohl leisten.

Das Bergische hat sich vor allem als Tagesreiseregion positioniert.

**Attraktiver Ziel- und
Ausgangspunkt für
Freizeitaktivitäten aus
den angrenzenden
Ballungsräumen**

- Das Bergische Land ist **traditionell ein Ausgleichsraum** für die umliegenden Ballungszentren, dem es bisher nicht gelungen ist, ein eigenständiges touristisches Profil zu entwickeln. Persönliche Motive wie der Wunsch, dem Alltag zu entfliehen, sich zu bewegen, neue Erfahrungen zu sammeln oder aus gesundheitlichen Gründen aktiv zu sein, scheinen bedeutsamer zu sein als die Attraktionen und Angebote, die das Bergische Land zu bieten hat. Es gibt nur wenige Pull-Faktoren, die Gründe und Anknüpfungspunkte für einen Besuch der Region schaffen.
- Auch wenn das Bergische Land als freizeitbezogener Ergänzungsraum zu den Ballungszentren gesehen wird, ist zu berücksichtigen, dass es **industriell und gewerblich geprägte Siedlungsschwerpunkte** gibt, die den Erholungsfunktionen entgegenstehen. Dies führt zu einer heterogenen Struktur.
- Gleichwohl ist die Region aufgrund ihrer Lage, ihres vielfältigen industrie-kulturellen Erbes, des dichten Wander- und Radwegenetzes, der naturräumlichen Ausstattung und der landschaftlichen Vielfalt nicht nur ein **attraktiver Ziel- und Ausgangspunkt** insbesondere für Freizeitaktivitäten aus den angrenzenden Ballungsräumen. Darüber hinaus hat sie sich zu einem bevorzugten Wohn- und Lebensraum im Schatten der Rheinschiene entwickelt. Es ist mit weiteren Zuwanderungen zu rechnen und durch eine vorausgesagte Bevölkerungszunahme in der Rheinschiene ist auch von einer Zunahme des Tagesreiseverkehrs auszugehen.
- Die **Entwicklung des Tourismus** im Bergischen wird von verschiedenen Faktoren bestimmt. Dazu gehören die Kulturlandschaft mit ihren Erlebnismöglichkeiten sowie Nachfrage-trends und Megatrends, die sich auf die Gestaltung des Raumes auswirken. Auch spielen verschiedene raumrelevante Dachstrategien eine Rolle, die das Bergische Land formen wollen. Diese Vorgaben stellen Leitplanken für die touristische Planung dar. Obwohl die Projekte der REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand keine expliziten Naherholungs- oder Tourismusstrategien enthalten, gibt es zahlreiche Vorhaben, die aus touristischer Sicht relevant und bemerkenswert sind. Besonders deutlich wird dies an den programmatischen Initiativen, die im Zusammenhang mit dem Schwerpunkt „Fluss- und Talsperrenlandschaft“ entstehen. Sie unterstreichen, dass der „blaue Kosmos“ einer deutlich höheren Aufmerksamkeit bedarf als bisher.
- **Touristische Konzepte** sind auch angesichts sich wandelnder Erwartungen von Stakeholdern, Mitarbeitenden oder Gästen einem raschen Wandel unterworfen. Der Gast als Repräsentant nur einer homogenen Gruppe existiert längst nicht mehr. Touristische Angebote müssen, so die gängige Empfehlung, an den Erwartungen des Gastes anknüpfen, ihm authentische Erfahrungen vermitteln und ihn mit Erlebnissen überraschen. Folglich liefert die reine Ausweisung von Wanderwegen noch kein Alleinstellungsmerkmal.
- Im Mittelpunkt aller konzeptionellen Überlegungen steht **der Gast**: Wer kommt woher mit welchen Erwartungen und Wünschen? Wie lange hält er sich wo in der Region auf? Kehrt er zufrieden an seinen Ausgangspunkt zurück? Will er im Gespräch und in Kontakt bleiben? Hat ihn sein Aufenthalt so überrascht, dass er seine Reise verlängert, wiederkommt und/oder andere für einen Aufenthalt begeistert? Was hat ihn fasziniert – die Landschaft, das Angebot, die Atmosphäre, die Infrastruktur oder die Menschen und ihre Begeisterungsfähigkeit vor Ort?

Wo hält er sich gerne auf? Hat er gefunden, was er gesucht hat? Wurde er enttäuscht? Verändern sich seine Einstellungen und Erwartungen im Laufe der Zeit?

- Der Hinweis auf die Notwendigkeit einer konsequenten Orientierung an den **Erwartungen der Gäste** erscheint auf den ersten Blick selbstverständlich. Eine umfassende Ausrichtung beinhaltet jedoch sowohl die kontinuierliche Durchführung von Marktforschung, die sorgfältige Beobachtung des Gästeverhaltens als auch die Qualitätssicherung und Diversifizierung bestehender sowie die Entwicklung neuer Angebote. Diese sollten sich an den regionalen Stärken und Elementen wie Wasser, Wald, Wiese oder Wirtschaftsgeschichte orientieren.
- **Tourismus ist kein Selbstzweck.** Eine differenziert gestaltete und erlebnisorientierte Freizeitanlandschaft bietet Standortvorteile und schafft Mehrwerte für die Region. Der Beitrag zur regionalen Wertschöpfung oder die Gemeinwohlorientierung sind übergeordnete Aspekte.
- Die Aufgaben und Strategien von „Das Bergische“ befinden sich im Wandel. Entscheidend für die Zukunft ist **der Blick auf den Gesamttraum**, die Verständigung auf eine touristische Vision für das Bergische Land und die strategische Ausrichtung, um das Bergische sichtbar, zugänglich, erlebbar und buchbar zu machen. Dies spiegelt sich in den Handlungsfeldern des Unternehmens „Das Bergische“ wider. Es hat dafür Sorge zu tragen, dass mit dem „berg.konzept 3.0“ Antworten vor allem aus Sicht der Gäste und Einheimischen gegeben werden. Aber auch die Rahmenbedingungen, unter denen Tourismus stattfindet, spielen eine Rolle. Diese gilt es zu analysieren und zu reflektieren. Welche Auswirkungen hat die touristische Ausrichtung und welche Faktoren sind kontraproduktiv für den Erfolg?
- Mit dem „berg.konzept 3.0“ unterstreicht „Das Bergische“ seinen Beitrag zu einer verantwortungsvollen **Mitgestaltung der Destination**. Es richtet den Blick ganzheitlich auf das gesamte Ökosystem mit seinen sozialen, ökonomischen oder ökologischen Elementen, um ein großes Bild zu erkennen und betrachtet auch die entsprechenden Wechselwirkungen. „Das Bergische“ versteht sich aber angesichts seiner begrenzten Möglichkeiten als Mitglied und Impulsgeber in einem Netzwerk unterschiedlicher Akteure und differenzierter Verantwortlichkeiten. Seine Kompetenz liegt vor allem in der Kommunikation, in der touristischen Produktentwicklung, der Konzeption und Vermarktung von Erholungsräumen.
- In das „berg.konzept 3.0“ sind die Ergebnisse zahlreicher Gespräche mit unterschiedlichen Gruppen und Institutionen eingeflossen. Dazu gehörten u.a. Beratungen mit Planungsbüros, Biologischen Stationen, IHK, Kommunen, Landwirtschaft, Leistungsträgern, Naturschutzverbänden, (benachbarten) Tourismusverbänden, Wasserverbänden, Wirtschaftsförderungen. Das vorliegende Ergebnis bedarf der weiteren Beteiligung, Reflexion und Akzentuierung. Es ist auf Schwerpunktsetzung und Fortschreibung ausgelegt. Daher wird auf Kommunikation, Austausch und Beteiligungsverfahren mit der Einrichtung von Runden Tischen und auch mit dem Einsatz digitaler Instrumente großer Wert gelegt. Die zukünftige Arbeitsweise von „Das Bergische“ basiert folglich auf einer **Netzwerkstruktur**.

Der Tourismus bietet Standortvorteile und schafft Mehrwerte für die Region.

Inhalt

Vorwort	5
Einleitung Perspektiven des Wandels Tourismus 2034	6
Kapitel 1	
Dynamischer Wandel der räumlichen Strukturen	12
1.1 Räumliche Einordnung von „Das Bergische“	13
1.2 Räumliche Differenzierung des Bergischen Landes	17
1.3 Die Suburbanisierung im Bergischen Land	17
1.4 Entwicklung der Flächen für Naherholung und Naturschutz	22
1.5 Architektur und Identität – Das Bergische Siedlungsbild	24
1.6 Impulse für das Tourismuskonzept – Ein räumliches Narrativ	25
Kapitel 2	
Tourismus im Bergischen – Strukturen, Gäste, Geschichte	26
2.1 Der Tagesgast dominiert den Tourismus im Bergischen	28
2.2 Der Übernachtungstourismus im Bergischen	30
2.3 Stärken, Schwächen, Risiken des Tourismus im Bergischen	35
2.4 Gäste im Bergischen	38
2.5 Zufriedenheit der Gäste	40
2.6 Geschichte des bergischen Tourismus	42
Kapitel 3	
Das „berg.konzept 3.0“ – Vision, Ansatz, Strategie, Ziele	44
Kapitel 4	
Das Bergische – Potenziale, Themenfelder, Herausforderungen und Talente	48
4.1 Der blaue Kosmos. Das Bergische Blaue Land. Das Wasser	51
4.2 Natur [und naturbegegnende Erfahrungen]	55
4.3 Wandern: Naturerlebnis und körperliche Bewegung im Einklang	57
4.4 Radfahren – sportlich, genussvoll, aktiv, nachhaltig ...	59
4.5 Kultur und Kultur-Begegnungen. Das Bergische als kultureller Resonanzraum	60
4.6 Gesundheit – oder: Bergische Orte des Wohlfühlens, der Kraft, der Entschleunigung, der Resonanz	62
4.7 Reiten und Pferdeurlaub im Bergischen	64
4.8 Gastronomie. Kulinarische Vielfalt fördern und entdecken	65
4.9 Heimat genießen [mit regionalen Bergischen Produkten]	68
4.10 Übernachten im Bergischen	69
4.11 Golf – Sport und Erholung im Grünen	74
4.12 Faszination Winter	75
4.13 Konfliktthema: Motorradfahren im Bergischen	77

Kapitel 5

Querschnittsthemen des „berg.konzepts 3.0“: Zukunftsbilder 78

5.1	Klimaanpassung	80
5.2	Nachhaltigkeit – ökonomisch, ökologisch, sozial	81
5.3	Mobilität	82
5.4	Inklusion	84
5.5	Digitalisierung und digitale Transformation	85
5.6	Begleitung der touristischen Akteure, Leistungsträger und Kommunen	86
5.7	Netzwerke und Kooperationen	87
5.8	Besucherlenkung	88
5.9	Infrastruktur	90
5.10	Kundenorientierung	91
5.11	Erlebnisdesign	92
5.12	Innovationskultur	93

Kapitel 6

Management der Destination Bergisches Land 94

6.1	Das „berg.konzept 3.0“	95
6.2	„Das Bergische“ und seine strategische Ausrichtung: Leitlinien	95
6.3	Aufgabenbereiche der Organisation „Das Bergische“	96

Kapitel 7

Tourismus-Projekte im Bergischen 98

Anhang		
[Dach-]Strategien für das Bergische Land		100
Literatur		112
Abbildungen und Tabellen		113

Bildnachweise:

Dominik Ketz (Titelseite, Seite 2/3, Seite 20, Seite 26, Seite 29, Seite 31, Seite 41, Seite 44, Seite 48, Seite 50, Seite 79, Seite 94, Seite 97, Seite 100, Seite 112, Seite 116); Stefan Vornholt (Seite 4); Holger Hage für „Das Bergische“ (Seite 12, Seite 36/37, Seite 46/47, Seite 89; Oliver Meding Photato (Seite 34); Uwe Völkner/Fotoagentur FOX (Seite 72/73, Seite 114/115); :metabolon (Seite 78); Klaus Lawrenz (Seite 98)



1

Dynamischer Wandel der räumlichen Strukturen

Gefordert ist eine ganzheitliche Sichtweise, eine räumliche Gesamtperspektive, die versucht, das touristische Ökosystem als Ganzes zu erfassen und die Zusammenhänge zwischen verschiedenen räumlichen Elementen wie Landschaft, Architektur, Verkehr, Umwelt oder Infrastruktur zu erkennen.

Zunächst erfolgt ein Blick auf tourismusrelevante Raumstrukturen, die der Organisation und Strukturierung von Aktivitäten im Tourismus dienen.

1.1 Räumliche Einordnung von „Das Bergische“

Mit der Gründung der „Naturarena Bergisches Land GmbH“ im Jahr 2005 haben der Oberbergische Kreis und der Rheinisch-Bergische Kreis ihre touristischen Aktivitäten und die der 21 kreisangehörigen Städte und Gemeinden gebündelt. Neben den beiden Landkreisen ist der „Naturarena Bergisches Land e.V.“, in dem Leistungsträger und Kommunen Mitglied sind, Gesellschafter der „Naturarena Bergisches Land GmbH“. Seit 2019 sind auch die „bergischen“ Kommunen des Rhein-Sieg-Kreises (Lohmar, Much, Neunkirchen-Seelscheid, Ruppichteroth) über den Rhein-Sieg-Kreis als Mitgesellschafter vertreten.² Im Jahr 2024 erfolgt die bereits erwähnte Umbenennung: Die „Naturarena Bergisches Land GmbH“ wird zu „Das Bergische GmbH“.



² | In der NRW-Tourismusstatistik zählen die Orte aber weiterhin zum Rhein-Sieg-Kreis. Daraus ergeben sich gewisse Unschärfen bei der statistischen Betrachtung der Region.

Überregional ist „Das Bergische“ eingebunden in die Reisegebiete von Nordrhein-Westfalen. Tourismus NRW e.V. weist für das Bundesland insgesamt 12 touristische Regionen³ aus (vgl. Abb. 2). Drei davon haben Anteile am Bergischen Land:

1. Das Reisegebiet **„Bergisches Land“** besteht aus dem Rheinisch-Bergischen Kreis und dem Oberbergischen Kreis sowie der Stadt Leverkusen. Die Stadt Leverkusen ist aber kein Mitgesellschafter von „Das Bergische GmbH“. Nicht zu dem NRW-Reisegebiet „Bergisches Land“ gehören die „bergischen“ Gemeinden des Rhein-Sieg-Kreises. Da der Rhein-Sieg-Kreis aber Mitgesellschafter von „Das Bergische GmbH“ ist, werden die Gemeinden touristisch von „Das Bergische GmbH“ vertreten, statistisch werden sie aber der Region Bonn/Rhein-Sieg zugerechnet.
2. Die Region **„Die Bergischen Drei“** umfasst die Städte Remscheid, Solingen und Wuppertal sowie „die bergige, wald- und flussreiche Landschaft dazwischen“. („Entdecken Sie das Bergische Land auf Schusters Rappen.“ – heißt es in einer Veröffentlichung.)
3. Die Region **„Düsseldorf & Neanderland“** (Düsseldorf & Kreis Mettmann/Neanderland) betreut zehn Städte des Kreises Mettmann. („Das Neanderland beginnt unmittelbar vor den Toren der großen Metropolen an Rhein und Ruhr und erstreckt sich weit bis ins Bergische Land!“)



Abb. 2: Reisegebiete in Nordrhein-Westfalen

Quelle: Tourismusatlas. Statistische Ämter des Bundes und der Länder. Eigene Bearbeitung

3 | Vgl. www.nrw-tourismus.de/regionen-in-nrw und www.it.nrw
(Statistische Berichte Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr Nordrhein-Westfalens. Dezember 2023)

Etwas irritierend ist die unterschiedliche Bezeichnung der Reisegebiete in NRW. Tourismus NRW spricht von den Regionen „Die Bergischen Drei“ sowie „Düsseldorf & Neanderland“. Bei Information und Technik NRW/Statistisches Landesamt heißen die Reisegebiete „Bergisches Städtedreieck“ sowie „Düsseldorf und Kreis Mettmann“.

Auch wenn „Das Bergische“ mit 62,4 % den flächenmäßig größten Teil des Bergischen Landes ausmacht, ist es in der Kommunikation ein Absender unter mehreren und kann das Bergische Land nicht in seiner historisch gewachsenen räumlichen Dimension präsentieren. Eine größere räumliche Abdeckung erreichte bis 2004 der Verein **„Bergisches Land Tourismus Marketing e.V.“ (BLTM)**, der heute mit Sitz in Solingen aber nur noch die Angebote des Bergischen Städtedreiecks („Die Bergischen Drei“) vermarktet. Ende 2004 kündigten der Oberbergische Kreis und der Touristik-Verband Oberbergisches Land sowie der Rheinisch-Bergische Kreis und Rhein Berg Tourismus ihre Mitgliedschaft. Ausschlaggebend war die unterschiedliche Zielgruppenansprache der bergischen Großstädte Wuppertal, Solingen, Remscheid und der Kreise. Das Bergische Städtedreieck („Die Bergischen Drei“) und die „Das Bergische“ profilieren ihre touristischen Destinationen jeweils eigenständig und betonen eine bergische Identität.

Die Marke **„einfach bergisch radeln“** ist das Ergebnis einer erfolgreichen Kooperation. Unter der Federführung der Bergischen Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH startete 2016 das aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) geförderte Projekt „Bergische Panorama-Radwege Genussradeln auf ehemaligen Bahntrassen zwischen Ruhr, Rhein und Sieg“. Das Netz der Bergischen Panorama-Radwege verbindet die ehemaligen Bahntrassen im Bergischen Land, im südlichen Ruhrgebiet und im Sauerland miteinander und schafft Anschlüsse an die Flussradwege an Rhein, Ruhr und Sieg. Projektpartner sind „Das Bergische GmbH“, Kreis Mettmann/Neanderland, Bergisches Land Tourismus Marketing e.V./Die Bergischen Drei, der Ennepe-Ruhr-Kreis sowie die Stadt Leverkusen. Das Radwegemanagement für die Radregion Rheinland mit den dazugehörigen Themenrouten und dem Knotenpunktsystem hat der Naturpark für den Oberbergischen Kreis und den Rheinisch-Bergischen Kreis übernommen.

Das „Bergische Wanderland“ ist das touristische Aushängeschild.

Das **„Bergische Wanderland“** ist bis heute das touristische Aushängeschild im Rahmen der Vermarktung der Tourismusregion „Das Bergische“. Als Submarke „Bergisches Wanderland“ umfasst das 900 km lange Wanderwegenetz die beiden vom Deutschen Wanderverband mit dem Zertifikat „Wanderbares Deutschland“ ausgezeichneten Qualitätsfernwanderwege Bergischer Weg und Bergischer Panoramasteig sowie die 25 Bergischen Streifzüge als thematische Halb- und Ganztagestouren. Der Bergische Weg führt auf 259 Kilometern in 14 Etappen vom Ruhrgebiet durch die Naturparke Bergisches Land und Siebengebirge bis nach Königswinter. Auf 244 Kilometern durchquert der Bergische Panoramasteig in 12 Etappen den Naturpark Bergisches Land. Als 25. Streifzug wurde 2023 der Liewerfrauenweg in Solingen eröffnet. Der Naturpark Bergisches Land betreut das Wegemanagement des Bergischen Wanderlandes.

Der 1973 gegründete **Naturpark Bergisches Land** (Abb. 3) umfasst mit einer Fläche von 2.027 km² vor allem den ländlichen Teil des Bergischen Landes. Er ist einer der zwölf größten Naturparke in Deutschland. Mitglieder sind die kreisfreien Städte Köln, Remscheid, Solingen und Wuppertal sowie der Rheinisch-Bergische Kreis, der Rhein-Sieg-Kreis und der Oberbergische Kreis. Der Naturparkplan (2023) bildet mit der Beschreibung seiner Aufgaben-



**Abb. 3: Übersichtskarte
Naturpark Bergisches Land**

Quelle: Naturpark Bergisches Land
© Rheinisch-Bergischer Kreis, CC-BY 4.0

bereiche und Projektvorhaben die Grundlage für die strategische und konkrete Arbeit in den verschiedenen Handlungsfeldern im kommenden Jahrzehnt. Handlungsfelder sind Naturschutz und Landschaftspflege, Bildung für nachhaltige Entwicklung, Erholung und nachhaltiger Tourismus sowie nachhaltige Regionalentwicklung. Im Netzwerk der Akteure ist der Naturpark Bergisches Land ein wichtiger Partner zur Stärkung eines nachhaltigen Tourismus. Zu seinen Aufgaben gehört auch die Pflege der touristischen Infrastruktur.

Die **Kommunale Arbeitsgemeinschaft Bergisch Land e.V. (KAG)**, 1954 gegründet, repräsentiert durch ihre Mitglieder am ehesten die historische Dimension der Region Bergisches Land. Mitglieder sind die Großstädte Leverkusen, Remscheid, Solingen und Wuppertal sowie der Kreis Mettmann, der Oberbergische Kreis und der Rheinisch-Bergische Kreis. Die KAG ist u.a. auch verantwortlich für den Internetauftritt www.bergisches-land.de, der auf die touristischen Angebote von „Das Bergische“, „Die Bergischen Drei“, „Neanderland“ und „Leverkusen Tourismus“ verweist. Eigene touristische Ambitionen entwickelt die KAG nicht.

Festzuhalten bleibt, dass sich das Bergische Land in seiner historisch gewachsenen räumlichen Dimension nicht in Strukturen wiederfindet, die einen übergeordneten Einfluss auf die Raumentwicklung haben. Wenn nicht anders vermerkt, bezieht sich im Folgenden der Begriff „Bergisches Land“ auf die Gesamtregion und „Das Bergische“ auf die von der Destination Management Organisation (DMO) vertretene Gebietskulisse.

**Aus der „Naturarena
Bergisches Land GmbH“
wird „Das Bergische
GmbH“.**

Für die Wahrnehmung des „Tourismus aus einer Hand“ unter dem Dach von „Das Bergische“ wurde eine Namensänderung der „Naturarena Bergisches Land GmbH“ in „Das Bergische GmbH“ vollzogen. Insbesondere soll die Umbenennung auch zur Profilierung der Tourismusregion und Positionierung der Marke „Das Bergische“ beitragen. Der „Naturarena Bergisches Land e.V.“ steht ebenfalls vor der Umbenennung in „Das Bergische e.V.“ Der einheitliche Auftritt von „Das Bergische“ ist mit den Namensänderungen vollzogen.

1.2 Räumliche Differenzierung des Bergischen Landes

Für das Bergische Land sind zwei Faktoren von Bedeutung: zum einen die starke funktionale Ausrichtung auf die benachbarten Ballungsräume und zum anderen die deutliche Prägung durch den Naturraum. Die Erhebungen des Rheinischen Schiefergebirges verlaufen quer zur Hauptwindrichtung. Die mit dem Anstieg zum Bergischen Land verbundene Stauung und Abkühlung der Luftmassen führt zu hohen Niederschlägen. Durch die damit einhergehende Erosion verlaufen die größeren Täler überwiegend in Ost-West-Richtung. Charakteristisch für die Landschaft sind wasserreiche Systeme aus über 3.000 kleinen Flüssen, Bächen, Siefen, Quellen und Quellfluren. (Daraus erklärt sich die Formulierung „Region der tausend Täler“.)

Besiedlung und Verkehrswege konzentrierten sich zunächst auf die Höhenzüge und erst später auf die Täler. Grund für die Besiedlung des Bergischen Landes war vor allem der Ressourcenreichtum. Holz und Wasser prägten die vorindustrielle Entwicklung. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts lag der Schwerpunkt der Industrialisierung am Westrand des Bergischen Landes und in den Tälern, die in dieser Zeit durch Eisenbahnverbindungen (und damit später auch touristisch) erschlossen wurden.

Ein markantes Merkmal der Kulturlandschaft ist die funktionale Gliederung in Höhenrücken und Täler. Die mittleren und höheren Lagen sind durch eine bäuerliche Struktur mit kleinräumigen Siedlungsmustern und Landschaftselementen wie Gärten und Streuobstwiesen geprägt. Charakteristisch für das Landschaftsbild ist der Wechsel von Offenland und Wald. Die Täler sind durch Gewerbe-, Industrie- und Siedlungsbänder mit zahlreichen denkmalwerten Zeugnissen der Industrie- und Bergbaugeschichte charakterisiert.

Das Bergische mit seiner vielfältigen und großräumigen natur- und kulturräumlichen Ausstattung hat nicht nur als Naherholungs-, Ausflugs- und Reiseziel mit einem dichten Wander- und Radwegenetz eine hohe Anziehungskraft für die angrenzenden Ballungsräume, sondern auch als bevorzugter Lebensraum. Seine traditionelle Rolle besteht vor allem als funktionaler Ergänzungsraum zu den verdichteten Siedlungsräumen. Dies erschwert eine touristische Ausrichtung der Region. Häufig wird jedoch übersehen, dass das Bergische nicht ausschließlich Erholungsraum, sondern vor allem im Oberbergischen in Teilräumen auch (traditionelle) Industrielandschaft ist. Dies verweist auf die Differenziertheit der räumlichen Struktur des Bergischen.

Naherholungs-, Ausflugs- und Reiseziel mit einem dichten Wander- und Radwegenetz

1.3 Die Suburbanisierung im Bergischen Land

Im Ranking der sogenannten Big Seven, der sieben größten deutschen Metropolen, ist Köln eine „günstige“ Großstadt, auch wenn hier die Preise für Wohnraum im Jahr 2021 deutlich gestiegen sind. In Köln kostet der Quadratmeter nur halb so viel wie in München⁴. Als Folge der Preisentwicklung verlieren die Metropolen in Deutschland zunehmend Einwohner an das Umland. Den stärksten Bevölkerungsrückgang im Jahr 2021 verzeichnet Köln mit knapp 10.000 Einwohnern. Ausschlaggebend für die Abwanderung sind vor allem die hohen Wohnkosten. Gemeinden mit einer Pendeldistanz von bis zu einer Stunde ziehen daraus einen Vor-

4 | <https://www.postbank.de/themenwelten/bauen-wohnen/preisprognose-bis-2030-wo-steigen-immobilienpreise.html>

teil. Dieser aktuell bestehende Trend zur Suburbanisierung wirkt sich auch auf das Bergische Land aus. Im Jahr 2021 ziehen rund 1.800 Menschen aus Köln in das Rheinisch-Bergische Umland. Nur der Rhein-Erft-Kreis partizipierte in der Region noch stärker an der Abwanderung aus Köln. Der eher ländlich geprägte Oberbergische Kreis liegt im Ranking auf Platz 10 (von 47). Insgesamt wandern 281 Kölner im Jahr 2021 ins Oberbergische ab.

Die Postbank⁵ hat für das Jahr 2022 ermitteln lassen, wann sich ein Immobilienkauf im Kölner Speckgürtel rechnet und wann der Kostenvorteil aufgebraucht ist. Wer beispielsweise eine Wohnung in Leverkusen kauft und dann mit öffentlichen Verkehrsmitteln nach Köln pendelt, hat fast 38 Jahre lang einen Kostenvorteil. Ein Umzug von Köln nach Bergisch Gladbach würde sich rechnerisch nur für etwa 16 Jahre lohnen. Pendler aus Rösrath würden rund 13 Jahre profitieren, ÖPNV-Nutzer aus Leichlingen rund 12 Jahre. Ein Umzug nach Wermelskirchen würde sich nach der Berechnungsmethode im Vergleich am wenigsten lohnen: Der Kostenvorteil wäre nach etwa vier Jahren durch das Pendeln mit Bus und Bahn aufgezehrt.

Der Zuzug stellt die Umlandgemeinden vor die bereits bekannten Herausforderungen. Ein höheres Verkehrsaufkommen, ein steigender Bedarf an Bauland, wachsende Anforderungen an die Nah- und Energieversorgung sowie höhere Erwartungen an die Freizeitmöglichkeiten müssen zukünftig stärker berücksichtigt werden. Aber auch Themen wie Verkehrswende, Digitalisierung, Homeoffice oder bezahlbarer Wohnraum sind im Blick zu halten. Mit der Stadt-Umland-Wanderung verändern sich aber auch die Ansprüche an den Raum. Zugezogene Bevölkerungsgruppen erwarten Ruhe und Erholung. Auf störende Einflüsse, z.B. durch Landwirtschaft, Naherholung oder Tourismus, scheinen sie eher kritisch zu reagieren.

Mit der Stadt-Umland-Wanderung verändern sich auch die Ansprüche an den Raum.

Mit Hilfe der „KSK-Immobilien Wetterkarte im KSK-Marktgebiet – Bestandseigenheime 2023“ (Abb. 4) lassen sich deutlich verschiedene Speckgürtel um Köln (und Bonn) erkennen, die sich in der Höhe der Immobilienpreise unterscheiden. Günstigere Objekte finden sich an den Rändern der Region, vor allem im Oberbergischen. Die Pendeldistanz zu den Zentren Köln und Bonn beträgt hier mehr als 45 Minuten. Aber auch im ländlichen Raum gibt es kleinere Hochpreisgebiete.

Für die Zukunft ist mit weiteren Zuwanderungen in das Bergische zu rechnen. Infolge der Bevölkerungszunahme an der Rheinschiene ist gleichzeitig auch von einer erhöhten Nachfrage im Tagestourismus auszugehen. Die Frage der Tragfähigkeit ist entsprechend zu reflektieren. Auf eine in Zukunft mögliche konkurrierende Sogwirkung des Rheinischen Reviers ist hinzuweisen, ohne sie hier aber weiter bewerten zu wollen.

Je attraktiver eine Region für Touristen ist, desto höher ist auch der Freizeit- und Erholungswert für die Einwohnerinnen und Einwohner. Fragen, die im Zusammenhang mit der Ableitung von touristischen Handlungsfeldern zu überlegen sind:

- ➔ Welche Konsequenzen ergeben sich aus dem Trend zur Suburbanisierung für die touristische Entwicklung des Bergischen?
- ➔ Ist in den hochpreisigen Gebieten, im Speckgürtel der Ballungsräume, mit einer geringeren Akzeptanz touristischer Frequenzen zu rechnen?

5 | <https://www.postbank.de/unternehmen/medien/meldungen/2022/oktober/umzug-in-das-koelner-umland-lohnt-sich-das-pendeln.html>; https://www.empirica-regio.de/blog/221019_wanderungen_top7/

Die Zuwanderung in das Bergische Land erfolgt in Räume mit unterschiedlicher Entwicklungsdynamik. Die nach Kreisen aufgeschlüsselten Kennziffern des Prognos-Zukunftsatlas machen dies deutlich. Auch diese Daten zeigen, dass es sich beim Bergischen nicht um einen homogenen Raum handelt.

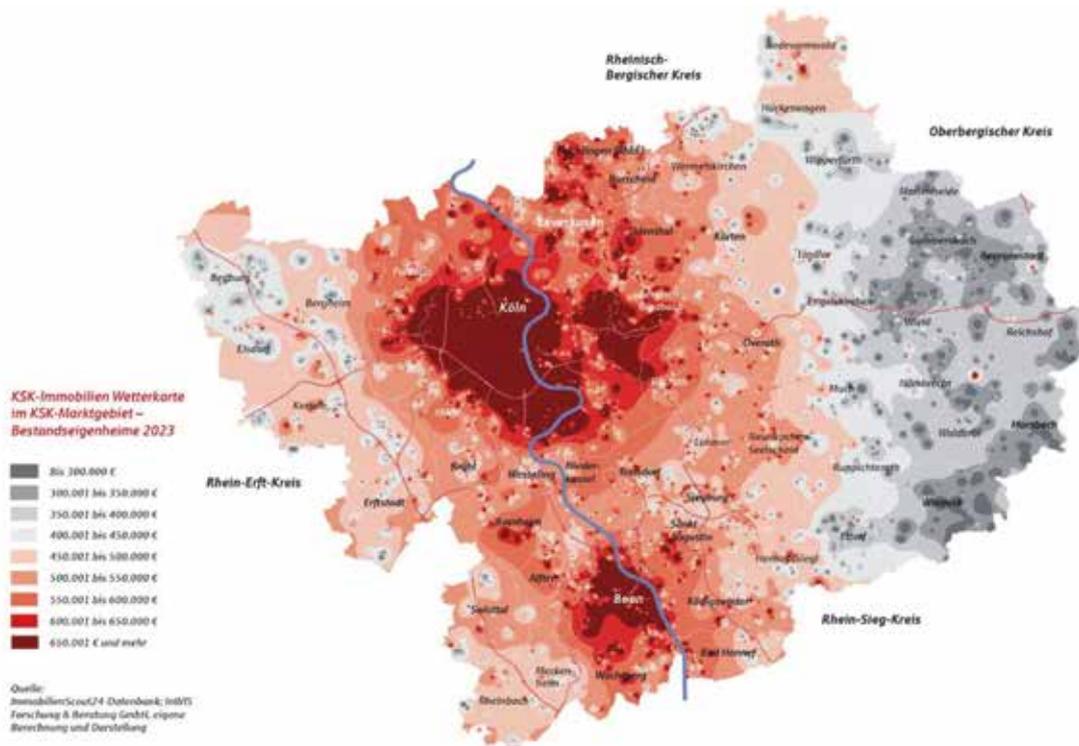


Abb. 4: KSK-Immobilienwetterkarte – Bestandseigenheime 2023

Quelle: KSK-Immobilien. Marktbericht 2024.

Oberbergischer Kreis⁶

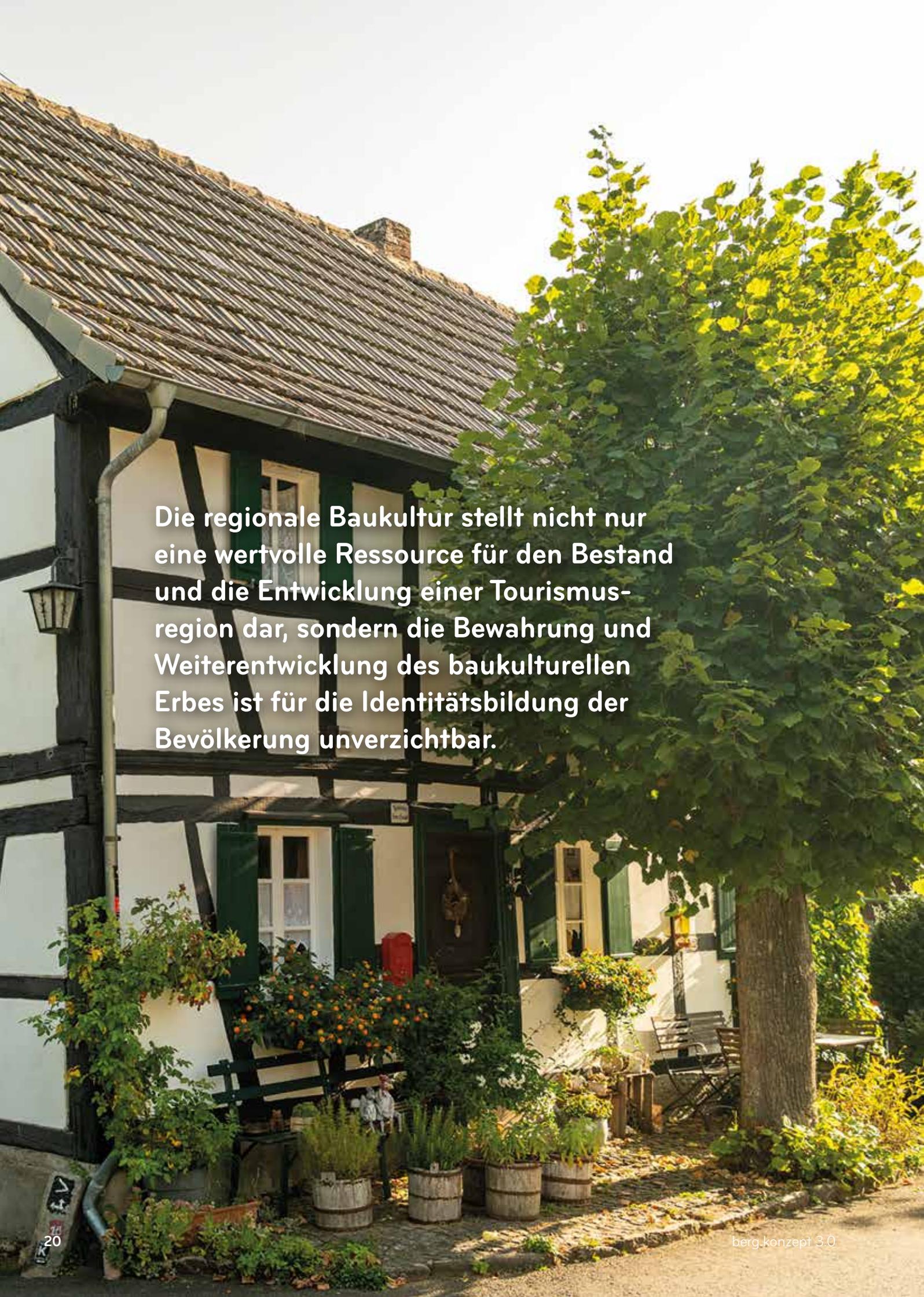
Im Jahr 2021 lag die Einwohnerzahl im Oberbergischen Kreis bei rund 271.600, was einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr bedeutete. Die höchste Einwohnerzahl wurde 2004 mit etwa 290.600 registriert. Die niedrigste Einwohnerzahl verzeichnete der Oberbergische Kreis im Jahr 2013. Insgesamt ist die Einwohnerzahl im Zeitraum von 1995 bis 2021 gesunken.

Rheinisch-Bergischer Kreis

Im Jahr 2021 lag die Einwohnerzahl im Rheinisch-Bergischen Kreis bei knapp 283.400, was einen minimalen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr darstellte. Die höchste Einwohnerzahl wurde 2018 verzeichnet. Im Jahr 1995 betrug die Einwohnerzahl des Rheinisch-Bergischen Kreises noch rund 269.500.

Zukunftschancen des Rheinisch-Bergischen Kreises, des Oberbergischen Kreises und des Rhein-Sieg-Kreises

6 | Landesdatenbank NRW.de/IT.NRW

A photograph of a traditional half-timbered house with a steep, tiled roof. The house features dark wooden beams and white plaster. The windows have green shutters. In the foreground, there is a large, leafy tree on the right and several potted plants in wooden barrels on the left. The scene is set in a rural, sunny environment.

Die regionale Baukultur stellt nicht nur eine wertvolle Ressource für den Bestand und die Entwicklung einer Tourismusregion dar, sondern die Bewahrung und Weiterentwicklung des baukulturellen Erbes ist für die Identitätsbildung der Bevölkerung unverzichtbar.

Rhein-Sieg-Kreis

Im Jahr 2021 lag die Einwohnerzahl im Rhein-Sieg-Kreis bei knapp 600.700, was einen leichten Anstieg im Vergleich zum Vorjahr darstellte. Im Jahr 1995 betrug die Einwohnerzahl im Rhein-Sieg-Kreis etwa 546.700.

In **Köln** wird die Bevölkerung weiterhin zunehmen. Die Bevölkerungsvorausberechnung für das Jahr 2050 liegt bei 1.137.177 Einwohnern, ausgehend von 1.085.903 im Jahr 2021.

Seit 2004 ermittelt der Prognos Zukunftsatlas im Dreijahrestakt die Chancen und Risiken aller Kreise und kreisfreien Städte Deutschlands anhand ausgewählter makro- und sozioökonomischer Indikatoren aus den Themenfeldern Demografie, Arbeitsmarkt, Wettbewerb und Innovation sowie Wohlstand und soziale Lage. Aus den Ergebnissen wird ein bundesweites Ranking erstellt. Der Vergleich mit anderen Städten und Kreisen spiegelt individuelle Stärken und Schwächen der Region.

Das Ranking der drei Landkreise hat sich im Laufe der Jahre verändert: Der Oberbergische Kreis lag 2022 bei den Zukunftschancen auf Rang 227 (2019:151; 2010: 227), der Rheinisch-Bergische Kreis 2022 auf Rang 157 (2019:87; 2010: 98) und der Rhein-Sieg-Kreis 2022 auf Rang 160 (2019: 161; 2010: 174). Leicht verbessert hat sich die Bewertung für den Rhein-Sieg-Kreis.



Abb. 5: Die Zukunftschancen und Risiken der Regionen im Deutschlandvergleich

Quelle: www.prognos.com/Zukunftsatlas

Die Home-Office-Quote trägt auch im Bergischen zu einem Anstieg der Tagesbevölkerung bei. Perspektivisch wird die fortschreitende Digitalisierung der Arbeit zu einem weiteren Zuwachs der Tagesbevölkerung mit entsprechenden Konsequenzen für die Auslastung der lokalen Infrastruktur führen. Im Übergang zwischen Wohnen und innerstädtischem Arbeiten kann dies die Herausbildung von Coworking-Schwerpunkten an Mobilitätsknotenpunkten zur Folge haben, die letztlich auch aus touristischer Sicht von Interesse sind.

Angesichts der deutlich unterschiedlichen Entwicklungsgeschwindigkeiten der Räume (vgl. Abb. 5) erscheint es sinnvoll, im Oberbergischen auf einen stärker strukturverändernden Tourismus zu setzen. Die ländlichen Räume im Schatten der Ballungszentren und ihrer Speckgürtel erfahren durchaus eine Aufwertung. Das Zukunftsinstitut sieht sie als „Progressive Provinz“, als Zukunftsräume, denen unter anderem der Tourismus eine „neue Resilienz“ verleihen kann: Ein „Resonanztourismus“, der nicht nur die Lebensqualität der Gäste, sondern auch die der Einwohnerinnen und Einwohner erhöhen kann.

Die Home-Office-Quote trägt auch im Bergischen zu einem Anstieg der Tagesbevölkerung bei.

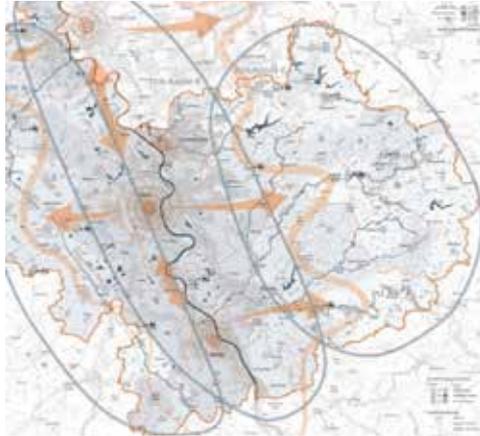


Abb. 6:
Entwicklungsdynamik der Rheinschiene
 Quelle: www.agglomerationsprogramm.de

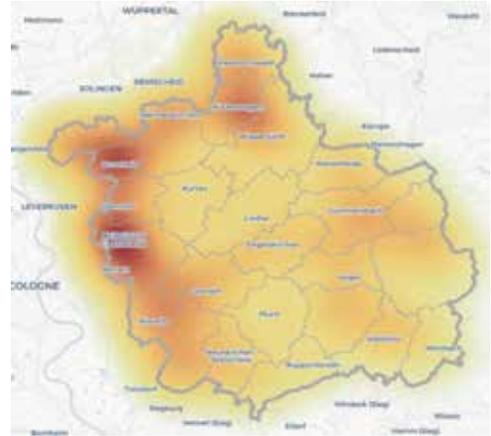


Abb. 7:
Touristische Schwerpunkte im Bergischen
 Quelle: Heatmap Michael Bauer Micromarketing GmbH

Zwei Speckgürtel um die Rheinschiene und Schrumpfungstendenzen im Bergischen

Abbildung 6 spiegelt die Entwicklungsdynamik der Rheinschiene wider und damit die Herausforderungen für die touristische Entwicklung des Bergischen Landes. Ein dynamischer Ballungsraum, die Rheinschiene, erzeugt einen immensen Druck mit einer hohen Nachfrage nach Wohn- und Gewerbeflächen. Dieser Marktdruck hat auch die zweite und dritte Reihe des Bergischen Landes erreicht und gleichsam zur Herausbildung zweier „Speckgürtel“ geführt. Gleichzeitig sind Teile des Bergischen Schrumpfungstendenzen ausgesetzt, denen z.T. mit der (nicht unproblematischen) Ausweisung von Einfamilienhaussiedlungen begegnet wird.

Die Heatmap (Abb. 7) zeigt auf Basis von App-Tracking-Daten die Verteilung der Gäste 2021 im Bergischen. Durch die Darstellung als eine Art Wärmebild werden die Bereiche farblich hervorgehoben, in denen sich die Gäste konzentrieren. Sie liefert einen ersten Überblick. Genauere Analysen über die räumliche Verteilung z.B. von Tagesbesuchern oder Übernachtungsgästen können erstellt werden. Erste Auswertungen der Datenbank zeigen ein unterschiedliches räumliches Verhalten der verschiedenen Besuchergruppen.

1.4 Entwicklung der Flächen für Naherholung und Naturschutz

Die Lebensqualität und Attraktivität einer Region sowohl für Einheimische als auch für potenzielle Gäste spiegelt sich in den vorliegenden Daten der Bertelsmann Stiftung zur Entwicklung der Naherholungsflächen pro Einwohner im Rheinisch-Bergischen Kreis und im Oberbergischen Kreis von 2008 bis 2021 wider.

- Im Jahr 2008 betrug die Anzahl der Naherholungsflächen pro Einwohner im Rheinisch-Bergischen Kreis 22,33 m², im Oberbergischen Kreis 24,64 m².
- Ab 2015 gibt es eine signifikante Steigerung der Naherholungsflächen pro Einwohner. Im Jahr 2021 erreichte der Rheinisch-Bergische Kreis einen Wert von 41,49 m² und der Oberbergische Kreis einen Wert von 74,77 m².

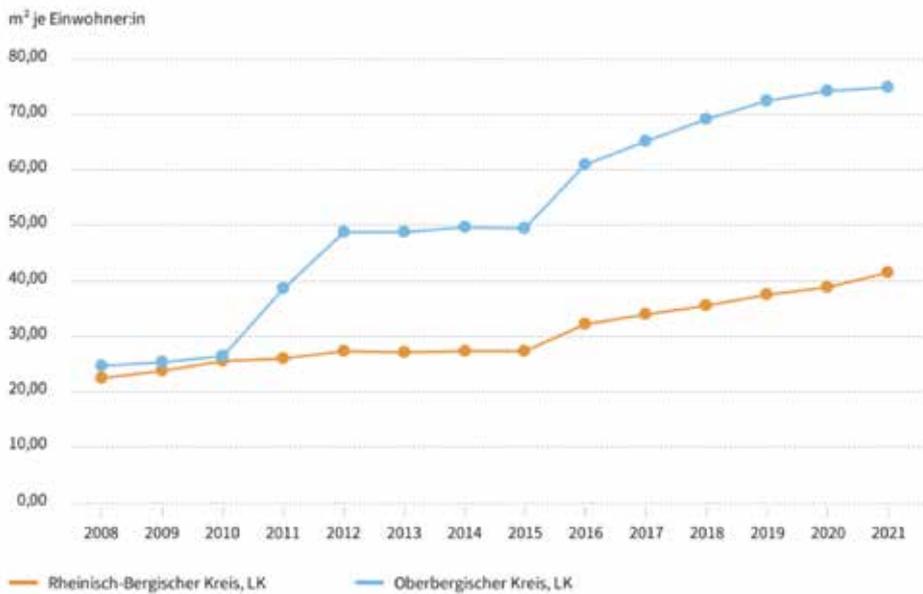
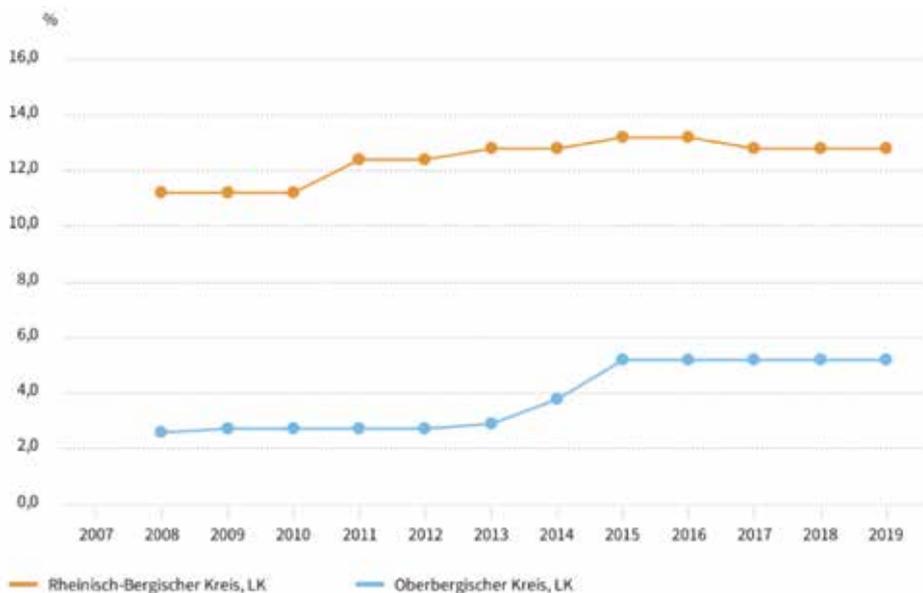


Abb. 8: Flächen für Naherholung im Rheinisch-Bergischen Kreis und Oberbergischen Kreis 2008–2021

Quelle: Statistische Ämter der Länder, ZEFIR, Bertelsmanns Stiftung



Der hohe Anteil an Naturschutzflächen steigert auch den Wohnwert im Rheinisch-Bergischen Kreis

Abb. 9: Naturschutzflächen im Rheinisch-Bergischen Kreis und im Oberbergischen Kreis 2008–2019

Quelle: Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e.V./Bertelsmann Stiftung

Die Abbildung 9 gibt Auskunft über den Anteil der Naturschutzflächen an der Gesamtfläche in den Kreisen Rheinisch-Bergischer Kreis und Oberbergischer Kreis in den Jahren 2008 bis 2019. Laut LeibnizInstitut für ökologische Raumentwicklung hatte der Oberbergische Kreis im

Jahr 2008 einen Anteil von 2,6 %, der Rheinisch-Bergische Kreis wies einen Anteil von 11,2 % Naturschutzflächen aus. Dieser Anteil blieb über die Jahre konstant zwischen 11,2 % und 13,2 %. Der hohe Anteil an Naturschutzflächen steigert auch den Wohnwert im Rheinisch-Bergischen Kreis.

1.5 Architektur und Identität – Das Bergische Siedlungsbild

Ein Charakteristikum der traditionellen bergischen Baukultur – die farbliche Gestaltung der Gebäude im Bergischen Dreiklang: weißer Putz, grauer Schiefer, grüne Fensterläden – hat im Laufe der Zeit viel von seiner prägenden Kraft und ästhetischen Wirkung verloren. In der Folge dominieren oft wenig ästhetisch gestaltete Gebäude die Region. Siedlungsränder und Dorfkonturen verschwimmen. Es besteht Handlungsbedarf für den „gebauten Alltag“. Die regionale Baukultur stellt nicht nur eine wertvolle Ressource für den Bestand und die Entwicklung einer Tourismusregion dar, sondern die Bewahrung und Weiterentwicklung des baukulturellen Erbes ist für die Identitätsbildung der Bevölkerung unverzichtbar.

Die Erfahrung zeigt, dass die architektonische und gestalterische Komposition sowie ausdrucksstarke Ortsbilder einen prägenden Einfluss auf das Raumerleben haben. Dies kann durch gut erhaltene und gepflegte traditionelle Bausubstanz oder durch moderne, ansprechende Architektur erreicht werden. Aus diesen Gründen ist es sinnvoll, das Ortsbild zu bewerten, um ein harmonischeres und attraktiveres Umfeld für Einheimische und Gäste zu schaffen und gestalterische Mängel zu beheben oder zu vermeiden. Das unmittelbare Erleben der gebauten Umwelt löst emotionale Reaktionen aus und erzeugt Resonanz.

Investitionen in das Ortsbild als Lebensraum für Einheimische und zugleich als Aufenthaltsraum für temporäre Bewohner (Gäste) schaffen Stimmungsbilder. Qualitätsvolles Planen und Bauen als touristisches Potenzial wird nur ansatzweise wahrgenommen bzw. zu wenig eingesetzt. Gerade in touristisch intensiv genutzten Gebieten scheint ein erhöhter Handlungsdruck zu bestehen. Nachholbedarf besteht auch im Bereich der Gastronomie- und Hotelarchitektur. Architektur kann als Markenträger dienen und zu einem unverwechselbaren Image beitragen (wie z.B. die von internationalen Architekten gestalteten Bushaltestellen in Völklingen), zumal das Bergische in weiten Teilen eine Wachstumsregion mit Flächenkonkurrenz und hoher Nachfrage nach Wohnstandorten ist.

**Landwirtschaft in
traditioneller Form wird als
Ausdruck regionaler
Identität erlebt.**

In der Tourismuskonzeption 2025 des Saarlandes ist die „Aufwertung der Ortsbilder“ eines der übergeordneten Handlungsfelder. Grundlage für die Förderung einer Ortsbildaufwertung ist ein vorgeschalteter „Atmosphären-Check“. Das Beratungsunternehmen FUTOUR hat in saarländischen Gemeinden die notwendigen „Atmosphären-Checks“ zur Bewertung der Atmosphäre und der gestalterischen Qualität von Orten durchgeführt mit dem Ziel, „Atmosphären-Killer“ oder „Atmosphären-Bringer“ aufzuspüren, um ein angenehmeres, harmonischeres und lebenswerteres Umfeld für Einheimische und Gäste zu schaffen.

Für das Erleben der Kulturlandschaft spielt die Landwirtschaft im Bergischen Land eine besondere Rolle. In ihrer traditionellen Form mit Weiden und Streuobstwiesen wird sie als Ausdruck regionaler Identität erlebt.

1.6 Impulse für das Tourismuskonzept – Ein räumliches Narrativ

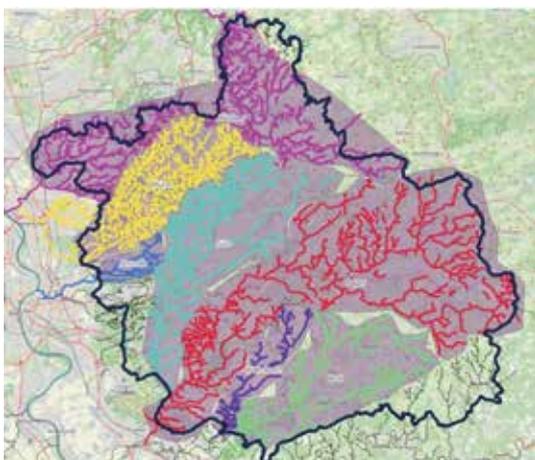
Die Täler des Bergischen Landes wurden durch den Reichtum an Wasser und Holz zu wirtschaftlichen Wachstumskernen. Entlang der Flüsse und Bäche siedelten sich verarbeitende Betriebe an. So entwickelten sich die Gewässer zu wichtigen Verkehrsachsen mit einer dichten Infrastruktur. Zugleich blieben aber auch Teile der Gewässer als Auenkorridore erhalten und prägten die offene Tallandschaft mit Wiesen und Gehölzen, die bis heute ein besonderes Naturerlebnis ermöglichen und eine touristische Relevanz haben. Die REGIONALE 2010 hat in ihrem Masterplan Grün die Bedeutung der kulturlandschaftlichen Vernetzung hervorgehoben.

Mit dem „berg.konzept 3.0“ bietet es sich an, im Destinationsmanagement auch eine qualitative und zukunftsorientierte Gestaltung des Raumes zu verfolgen. Die Erlebbarkeit und Qualität der Flusskorridore, ihre Geschichten, Herausforderungen, Entwicklungsmöglichkeiten und touristischen Potenziale könnten gemeinsam mit den Gemeinden untersucht und gestaltet werden. Diese räumliche Perspektive wird mit bestehenden oder geplanten Wanderwegen, Radwegen, Themenportalen (Geschichte, Kultur etc.), Hotels und Restaurants, regionalen Verkaufsstellen und Mobilitätsangeboten verknüpft. Das Ergebnis kann in der Ableitung eines Aktionsprogramms bestehen.

Die mögliche Kampagne „Das Bergische – die Region der 1000 Täler“ oder „Die Magie der 1000 Täler“ verdeutlicht die landschaftliche Vielfalt und Einzigartigkeit der Region mit ihren zahlreichen Tälern. Es hebt die Naturlandschaft hervor und bietet einen weiteren Vermarktungsansatz für das Bergische, der außerdem die Themen Wasser und Industriekultur stärkt. Dieser Ansatz fördert darüber hinaus die weitere Zusammenarbeit in der Region.

Abbildung 10 zeigt die verschiedenen Gewässersysteme des Bergischen Landes, darunter Wupper, Dhünn, Strunde, Sülz, Agger, Wahnbach und Bröl. Mit Hilfe von App-Tracking-Daten im Rahmen der aus REACT-Mitteln geförderten Besucheranalysen können aussagekräftige Informationen über die Besucherströme entlang dieser Gewässersysteme gewonnen werden. Diese Daten bilden die Grundlage für weitere Überlegungen zu den Umsetzungsmöglichkeiten der „1000 Täler Strategie“ und für eine differenziertere Zielgruppenansprache.

**Die Magie der 1000 Täler:
landschaftliche Vielfalt und
Einzigartigkeit der Region**



**Abb. 10: Das Bergische.
Die Region der 1000 Täler:
Das Gewässersystem Wupper,
Dhünn, Strunde, Sülz, Agger,
Wahnbach und Bröl**

Quelle: Michael Bauer Micromarketing GmbH 2022



2

Tourismus im Bergischen – Strukturen, Gäste, Geschichte



In Kapitel 1 wurden einige räumliche Rahmenbedingungen beleuchtet, die die touristische Entwicklung im Bergischen Land beeinflussen. Vor der Analyse des touristischen Umfeldes von „Das Bergische“ erfolgt noch ein kurzer Hinweis auf die touristischen Einheiten in der Region Köln/Bonn. Deutlich wird die Verzahnung von „Das Bergische“ mit den touristischen Organisationen innerhalb der Region Köln/Bonn (vgl. Abb. 11). Die vermeintliche Randlage bekommt eine andere Bedeutung, wenn man die Vernetzung mit den weiteren „Anrainern“ wie dem Bergischen Städtedreieck, dem Sauerland oder dem Westerwald als notwendige Perspektive für die touristische Zukunft sieht. Diese Regionen sind gleichzeitig auch Einzugsgebiete der Gäste für „Das Bergische“. Die folgende Analyse der touristischen Situation im Bergischen Land mit ihren Stärken, Schwächen, Risiken und Chancen liefert wichtige Erkenntnisse für die zukünftige Ausrichtung des Tourismus in der Region.



Abb. 11: Die touristischen Teilräume in der Region Köln/Bonn

Quelle: www.region-koeln-bonn.de/aufgaben/lebensqualitaet/tsk-territoriales-strategiekonzept

2.1 Der Tagesgast dominiert den Tourismus im Bergischen

Im Bergischen prägen die Tagesgäste wirtschaftlich das touristische Geschehen. Ausschlaggebend hierfür ist die günstige Lage zu den Ballungsräumen. Nach den Ergebnissen der dwif-Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus im Bergischen Land (Tab. 1) generieren die Tagesgäste im Jahr 2022 mit einem Bruttoumsatz von 318,7 Mio. € rund 62 % des gesamten touristischen Bruttoumsatzes. (Im Jahr 2019 lag der Anteil mit einem Bruttoumsatz von 293,0 Mio. € noch bei 57 %). Der Bruttoumsatz aus dem Tagestourismus steigt zwischen 2016 und 2022 um 35 %. Anders sieht die Entwicklung beim Übernachtungstourismus aus. Zwischen 2016 und 2022 beträgt das Wachstum lediglich 2,8%. Betrachtet man den Zeitraum zwischen 2019 und 2022 ist jedoch ein Rückgang von rund 10% zu verzeichnen.

„Tagestourismus braucht mehr Wertschätzung.“

Auch wenn das Gastgewerbe in geringerem Maße als der Einzelhandel von den touristischen Umsätzen der Tagesgäste profitiert, steigt sein Anteil zwischen 2016 und 2022 um rund 18 %. Die Bedeutung des Einzelhandels für den Tagestourismus ist nach wie vor hoch, nimmt aber ab (-11%), ebenso wie die Bedeutung der Dienstleistungen (-2%).

Angesichts der wirtschaftlichen Bedeutung des Tagestourismus für das Bergische empfiehlt es sich, die Erwartungen und Wahrnehmungen der Tagesreisenden aufmerksam zu verfolgen. Der dwif-Tagesreisemonitor analysiert zum Beispiel, wie Tagesgäste Beeinträchtigungen während ihres Ausflugs wahrnehmen:

- Überhöhte Preise, Menschenmengen sowie Verkehrsprobleme durch den motorisierten Individualverkehr oder die Parkplatzsituation sind die am häufigsten genannten Störfaktoren.
- Vor allem jüngere Reisende fühlen sich negativ beeinflusst. Mehr als die Hälfte der unter 30-Jährigen nimmt Störfaktoren wahr (53%). Bei den über 60-Jährigen sind es dagegen nur 29 %.
- Rund 78 % der befragten Tagesreisenden geben an, dass die empfundenen Beeinträchtigungen keinen Einfluss auf ihren Tagesausflug hatten, 16 % haben vor Ort alternative Aktivitäten unternommen, 4 % haben sich für ein anderes Ausflugsziel entschieden oder den Ausflug abgebrochen.
- Um Überlastungserscheinungen vorzubeugen, sind zwei Drittel der Tagesreisenden offen für Lenkungsmaßnahmen und bereit, Maßnahmen wie eine Voranmeldungspflicht oder Zugangsbeschränkungen zu akzeptieren.

Generell wird der hohe Anteil an Tagesgästen in verschiedenen Tourismuszentren zunehmend kritisch gesehen, sodass bereits für eine bessere Akzeptanz geworben wird. „Tagestourismus braucht mehr Wertschätzung“, heißt es. Im Zusammenhang mit dem Tagestourismus entstehen vielfältige Stadt-Umland-Verflechtungen, an denen auch die Bevölkerung im ländlichen Raum partizipiert. Angesichts seiner Bedeutung für die Entwicklung des Bergischen sollte dieses Segment aktiv bearbeitet werden.

Jahr	Tagesgäste			Übernachtungsgäste			Übernachtungsgäste		
	2016 ¹	2019 ²	2022 ²	2016 ¹	2019 ²	2022 ²	2016 ¹	2019 ²	2022 ²
Gastgewerbe	31,6 %	35,4 %	37,2 %	58,4 %	59,0 %	58,4 %	43,6 %	45,5 %	45,3 %
Einzelhandel	46,8 %	42,4 %	41,6 %	17,1 %	18,1 %	18,5 %	33,5 %	32,0 %	32,8 %
Dienstleistungen	21,6 %	22,2 %	21,2 %	24,5 %	22,9 %	23,1 %	22,9 %	22,5 %	23,1 %

Tab. 1: Direkte Profiteure des Tourismus

Quelle: dwif: Wirtschaftsfaktor Tourismus für „Das Bergische“ 2016, 2019 und 2022. München 2018, 2020 und 2023.

¹ Bergisches Land: Stadt Leverkusen, Oberbergischer Kreis und Rheinisch-Bergischer Kreis, 2 „Das Bergische“ inkl. Lohmar, Much, Ruppichteroth, Neunkirchen-Seelscheid

Umsätze	2016	2019	2021	2016 – 2022
Zahl der Übernachtungen gegen Entgelt	1,91 Mio. €	2,34 Mio. €	2,32 Mio. €	21,7 %
Bruttoumsätze Übernachtungstourismus	192,7 Mio. €	219,7 Mio. €	198,0 Mio. €	2,8 %
Zahl der Tagesgäste	12,4 Mio. €	14,8 Mio. €	14,1 Mio. €	13,7 %
Bruttoumsätze aus dem Tagestourismus	235,6 Mio. €	293,0 Mio. €	318,7 Mio. €	35,3 %
Bruttoumsätze gesamt	428,3 Mio. €	512,7 Mio. €	516,7 Mio. €	20,6 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	186,9 Mio. €	233,1 Mio. €	234,1 Mio. €	25,3 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	143,3 Mio. €	164,2 Mio. €	169,3 Mio. €	18,1 %
Bruttoumsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	98,1 Mio. €	115,4 Mio. €	113,3 Mio. €	15,5 %

Tab. 2: Kennziffern für Tagestourismus und Übernachtungstourismus im Bergischen

Quelle: dwif 2023. Wirtschaftsfaktor Tourismus für „Das Bergische“. 1 inkl. Lohmar, Much, Ruppichteroth, Neunkirchen-Seelscheid

Jahr**	Geöffnete Betriebe*	Angebotene Betten*
2013	200	10.818
2016	201	10.736
2019	192	10.866
2021	172	9.794
2022	172	9.984

Tab. 3: Geöffnete Betriebe und angebotene Betten im Bergischen Land 2013–2022

Quelle: IT NRW, * Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergischer Kreis, Stadt Leverkusen, **Stand jeweils Dezember des Jahres

2.2 Der Übernachtungstourismus im Bergischen

Zwischen 2013 und 2022 sinkt die Zahl der geöffneten Betriebe in der Destination Bergisches Land⁷ nach Angaben von IT.NRW von 200 auf 172 (-14 %) und die Zahl der Übernachtungsmöglichkeiten um 8 % von 10.818 (2013) auf 9.844 (2022). Die Zahl der Betriebe bleibt 2021 und 2022 konstant, verbunden mit einem leichten Wachstum im Bereich der angebotenen Betten.

Der Rückgang der Betriebe und der angebotenen Betten dürfte durch Corona beschleunigt worden sein. Der rückläufige Trend bei den Beherbergungsbetrieben zeichnete sich jedoch bereits in den Vorjahren ab. In Nordrhein-Westfalen sank die Zahl der Betriebe im gleichen Zeitraum um 12 %, die Zahl der angebotenen Betten stieg jedoch um 5 %. Von 2013 bis 2022 nimmt im Oberbergischen Kreis die Zahl der geöffneten Betriebe um 9 % und die Zahl der angebotenen Betten um 10,2 % ab. Im Rheinisch-Bergischen Kreis ging im gleichen Zeitraum die Zahl der geöffneten Betriebe um 25 % und die Zahl der angebotenen Betten um 5,2 % zurück. Zwischen 2021 und 2022 ist ein Anstieg der Betten um 3,5 % zu verzeichnen.

Der stärkste Rückgang sowohl bei der Zahl der geöffneten Betriebe als auch bei der Zahl der angebotenen Betten ist in der Hotellerie zu finden (vgl. Tab. 4). Diese rein prozentualen Berechnungen des Rückgangs können nicht die Dynamik und mögliche qualitative Veränderungen widerspiegeln, die im Laufe der Zeit stattgefunden haben. In vielen ländlichen Regionen ist das Bettenangebot in der Hotellerie im Vergleich zu 2019 zurückgegangen. Besonders deutlich zeigt sich dies im Bergischen Land, wo zwischen 2019 und 2022 rund 15 % der Hotelbetten verloren gingen.

Betriebsarten*	Geöffnete Betriebe			Angebotene Betten*		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Hotels	90	79	77	4.424	3.923	3.764
Gasthöfe	5	5	5	86	81	63
Pensionen	7	5	7	110	81	126
Hotels garnis	21	18	19	907	826	967
Erholungs-, Ferienheime	34	30	30	2.842	2.438	2.552
FeWo, Feriencentren	7	6	5	162	136	115
Hütten, Jugendherbergen	12	11	12	1.072	947	1.073
Vorsorge- und Reha-Kliniken	8	10	10	1.263	1.364	1.324
Campingplätze	8	8	7	k.A.	k.A.	k.A.

Tab. 4: Geöffnete Betriebe und angebotene Betten im Bergischen Land nach Betriebsarten

Quelle: IT NRW; * Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergischer Kreis, Stadt Leverkusen

⁷ | Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergische Kreis, Stadt Leverkusen. Die amtliche Statistik fasst diese Bereiche zum Reisegebiet Bergisches Land zusammen. Dies erschwert die Auswertung der Zahlen. Zur Differenzierung werden in einigen Tabellen die entsprechenden Zahlen der Kreise angegeben.

Landkreise	Geöffnete Betriebe*					Angebotene Betten*				
	2013	2016	2019	2021	2022	2013	2016	2019	2021	2022
Oberbergischer Kreis	100	103	99	93	91	5.746	5.545	5.680	5.281	5.162
Rhein.-Berg. Kreis	80	77	71	60	60	3.531	3.688	3.639	3.235	3.348

Tab. 5: Geöffnete Betriebe und angebotene Betten nach Landkreisen

Quelle: IT NRW, * Stand jeweils Dezember des Jahres

Betriebsarten*	Gästeankünfte				Übernachtungen			
	2009	2019	2021	2022	2009	2019	2021	2022
Hotels	263.867	345.258	134.656	217.117	470.645	612.333	275.361	407.396
Gasthöfe	4.531	3.516	k.A.	3.184	10.859	6.575	k.A.	5.984
Pensionen	2.846	3.486	1.159	5.152	8.065	12.582	7.469	14.080
Hotels garnis	52.850	57.815	29.591	42.606	98.237	126.046	83.698	111.461
Erholungs-, Ferienheime	131.448	158.397	51.078	120.916	320.543	334.308	120.013	260.348
FeWo, Ferienzentren	2.590	k. A.	2.316	k.A.	7.095	k. A.	9.179	k.A.
Hütten, Jugendherbergen	52.072	59.827	k.A.	46.285	127.878	134.183	k.A.	106.932
Vorsorge- und Reha-Kliniken	17.767	16.384	13.643	15.047	434.647	406.439	346.359	376.766
Campingplätze	14.166	k. A.	12.024	k.A.	23.106	k. A.	34.487	k.A.
Gesamt**	542.137	666.073	265.516	472.895	1.501.075	1.687.203	928.338	1.343.543

Tab. 6: Gästeankünfte und Übernachtungen nach Betriebsarten im Bergischen Land

Quelle: IT.NRW, *Bergisches Land: Stadt Leverkusen, Oberbergischer Kreis und Rheinisch-Bergischer Kreis

** Die Gesamtergebnisse enthalten die Zahlen aller Betriebsarten.

Landkreise	Gästeankünfte				Übernachtungen			
	2009	2019	2021	2022	2009	2019	2021	2022
Oberbergischer Kreis	268.363	297.825	124.594	225.281	882.396	888.598	502.598	725.872
Rheinisch-Bergischer Kreis	179.884	237.747	96.482	169.476	443.534	552.433	310.477	444.435

Tab. 7: Gästeankünfte und Übernachtungen nach Landkreisen

Quelle: IT.NRW

Die Zahlen der Gästekünfte und Übernachtungen im Jahr 2022 machen deutlich, dass im Vergleich zum „Normaljahr“ 2019 (wie auch in den anderen NRW-Reisegebieten mit Ausnahme des Münsterlandes) noch deutliche Verluste zu verzeichnen sind. Das Bergische Land konnte bei den Übernachtungen von 2021 auf 2022 um 44,7 % zulegen, in NRW lag der Zuwachs bei 60,6 %.

Im Oberbergischen Kreis gehen die Gästekünfte zwischen 2009 und 2022 um 16 % und die Übernachtungen um 18 % zurück (Tab. 7). Im Rheinisch-Bergischen Kreis verläuft die Entwicklung etwas günstiger: Die Zahl der Ankünfte sinkt um 5,8 %. Die Zahl der Übernachtungen blieb nahezu konstant. (Bei dieser Betrachtung muss natürlich immer wieder auf den Einfluss von Corona hingewiesen werden.)

Die einzelnen Werte für Ankünfte und Übernachtungen sind lokal sehr unterschiedlich.

- Frequenzbringer im Oberbergischen Kreis sind im Jahr 2022 Nümbrecht mit 140.350 Übernachtungen und Gummersbach mit 96.645 Übernachtungen.
- Der Rheinisch-Bergische Kreis hat 2022 ebenfalls zwei Frequenzbringer: Bergisch Gladbach mit 149.998 Übernachtungen und Leichlingen (Klinikstandort) mit 99.868 Übernachtungen.
- Mit Nümbrecht (2022: 140.350 Übernachtungen) und Reichshof (2022: 64.776 Übernachtungen) im Oberbergischen Kreis verfügt die Tourismusregion über zwei Heilklimatische Kurorte.
- Für Much, Neunkirchen-Seelscheid und Ruppichteroth (Rhein-Sieg-Kreis) werden aufgrund der geringen Zahlen von IT.NRW keine Daten veröffentlicht. Lohmar erzielt (2022) 17.435 Übernachtungen.

Bei den Übernachtungen dominieren nach wie vor Geschäftsreisende.

Bei den Übernachtungen dominieren nach wie vor Geschäftsreisende, die die Nähe zu den Ballungsräumen nutzen. Ein hoher Anteil an Geschäftsreisenden (ca. 60-70 %) wird durchgängig vermutet, kann aber hier nicht näher spezifiziert werden. Der Geschäftsreisemarkt erholt sich langsamer. Die Deutsche Bank⁸ sieht zwar eine Rückkehr zu alten Mustern und zitiert eine Studie, die davon ausgeht, dass spätestens Mitte 2024 das Niveau von 2019 wieder erreicht sein wird und nur noch 14 % aller Meetings virtuell stattfinden werden.

Übernachtungs- und Auslastungszahlen sind nach wie vor ein Maßstab für die Bewertung einer Destination, auch wenn eine Fixierung darauf zum Teil als nicht mehr zeitgemäß gilt und hinterfragt wird. Stattdessen wird vorgeschlagen, in Zukunft verstärkt auf nachhaltige, regenerative Kriterien zu setzen. Dazu zählen CO₂-Emissionen, Energieverbrauch, Anteil klimafreundlicher Mobilität, Zertifizierung von Leistungsbetrieben durch Green Labels etc. sowie soziale Indikatoren (Mitarbeiterzufriedenheit, regionaler Lebensqualitätsindex, Gendergerechtigkeit, New-Work-Modelle etc.), die die Lebensqualität aller verfolgen.

Mangels entsprechender Daten bleibt nur die Berücksichtigung derer zu Ankünften und Übernachtungen. Für den Zeitraum 2014 bis 2022 zeigt sich, abgesehen von den Pandemie Jahren, keine besondere Entwicklungsdynamik: Das Wachstum der Ankünfte in den Jahren 2014 bis

8 | Deutsche Bank, Perspektiven am Morgen, 13. Juni 2023

2019 liegt im Durchschnitt bei rund 2,27 %, wobei das stärkste Wachstum mit 5,43 % zwischen 2014 und 2015 und der einzige Rückgang mit -0,63% zwischen 2015 und 2016 zu verzeichnen ist.

Nimmt man die geöffneten Betriebe bzw. die angebotenen Betten als Messgröße für 2022, so bildet das Bergische Land zusammen mit dem Bergischen Städtedreieck und Siegerland-Wittgenstein die Gruppe der kleineren Reisegebiete in NRW. Auf das Bergische Land entfielen 2022 3,8 % der geöffneten Betriebe und 3,1 % der angebotenen Betten im Land.

Eine eher auf den Übernachtungstourismus ausgerichtete Strategie wird verstärkt neue Akzente im Geschäftsreiseverkehr setzen und sich dem Freizeitanteil der Übernachtungen zuwenden müssen. Eine der Schwierigkeiten dürfte in der Preissensibilität der Freizeitgäste liegen. Eine weitere Herausforderung stellt der geringe Anteil ausländischer Gäste dar: Das Bergische Land hatte 2022 mit 8,2 % nach dem Teutoburger Wald (6,6 %) den geringsten Anteil an Übernachtungen ausländischer Gäste (NRW 17,9 %)⁹. Strategische Vorteile ergeben sich für „Das Bergische“ aus der günstigen Lage zu den Benelux-Staaten. Für viele ist die A4 die Transitstrecke ins Sauerland.

Mit Bergisch Gladbach verfügt „Das Bergische“ 2022 über den stärksten Tourismusstandort: 17 Beherbergungsbetriebe (ab 10 Betten), 1.179 Betten, 67.983 Ankünfte und 149.998 Übernachtungen. Lindlar zählt 14 und Wipperfürth 11 Betriebe (vgl. Abb. 12). Alle anderen Orte haben weniger als zehn Betriebe.

Reisegebiete NRW	Geöffnete Betriebe	Angebote Betten	Übernachtungen 2022
Eifel und Region Aachen	358	19.039	2.973.543
Niederrhein	499	28.005	4.307.415
Münsterland	537	27.455	4.088.874
Teutoburger Wald	644	35.993	6.286.017
Sauerland	757	39.340	6.296.311
Siegerland-Wittgenstein	91	4.669	687.314
Bergisches Land*	172	9.984	1.343.543
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	209	18.193	2.622.679
Köln und Rhein-Erft-Kreis	361	4.3437	6.866.036
Düsseldorf und Kreis Mettmann	301	40.820	5.028.472
Ruhrgebiet	553	46.433	6.304.719
Bergisches Städtedreieck	72	5.923	729.698
Nordrhein-Westfalen	4.554	319.291	47.534.621

Tab. 8: Beherbergungskapazitäten und Übernachtungen nach Reisegebieten 2022

Quelle: IT.NRW; *Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergischer Kreis, Leverkusen. Stand Dezember 2022



**Im Bergischen prägen
die Tagesgäste das
touristische Geschehen.
Bei den Übernachtungsgästen
sind es vor allem Geschäfts-
reisende, die die Nähe zu den
Ballungsräumen nutzen.**

Stärken

- Lagegunst: besondere Nähe zu in- und ausländischen Quellmärkten, insbesondere zu den Ballungsräumen der Rheinschiene und des Ruhrgebiets sowie zu den Benelux-Staaten
- Wasserreiche Kultur- und Naturlandschaft mit landschaftlicher Vielfalt (Abwechslungsreiche und reizvolle Landschaft mit Wäldern, Flüssen, Bächen und Talsperren, z.T. kleinräumiger Wechsel zwischen Wald, Offenland und Siedlungen, die Weitblicke, Naturerlebnisse und Naturerfahrungen ermöglicht.)
- Gut erschlossene Infrastruktur mit Wander- und Radwegen
- Kulturelles Erbe und vielfältige Kulturlandschaft (Industrie- und Bergbautradition oder Zisterzienser-Klosterkultur in Altenberg)
- Gründung und Ausstattung der „Das Bergische GmbH“ als klares politisches Signal für die touristische Entwicklung und Vermarktung der Region
- Panarbora – Der Baumwipfelpfad des Naturerlebnisparks ist der längste barrierefreie Baumwipfelpfad Nordrhein-Westfalens, eine europaweit einzigartige Kombination aus Naturerlebnis und außergewöhnlichen Übernachtungsmöglichkeiten.

Schwächen

- Mangelnde Ausstattung mit Wohnmobil- und Campingplätzen
- Lücken im Gastronomie- und Beherbergungsangebot, geringe Vielfalt, veraltete Infrastruktur
- Z.T. geringe ÖPNV-Anbindung
- Parkplatzmangel an den Ankunftsorten
- Konzentration auf Hot-Spots
- Fehlende Themenverknüpfung in der touristischen Angebotsgestaltung (z.B. Radfahren/Kulturangebote)
- Fehlende Lösungsstrategien zum Thema Mountainbike im Bergischen
- Geringe Anzahl touristischer Leuchttürme (wie z.B. Panarbora)
- Fehlende Erlebnisinszenierungen (z.B. an Wanderwegen) und authentische Erlebnisse
- Anzahl und Abwicklung buchbarer Kundenerlebnisse, fehlende Angebotsformate und digital buchbare Angebote, fehlende Impulse, ins Bergische Land zu kommen
- Präsentation regionaler Spezialitäten jenseits der Bergischen Kaffeetafel
- Geringe Fokussierung auf die Kundenerwartungen
- Erlebnisqualität der Teilräume
- Geringe Zielgruppenorientierung der Angebote

Risiken

- Das Bergische Land wird als Destination nicht wahrgenommen.
- Geringe Akzeptanz des Tourismus bei der Wohnbevölkerung
- Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und die damit verbundenen Wertschöpfungskette wird unterschätzt.
- Veränderung der Gästestruktur: Können statt MICE-Gästen auch Freizeitgäste gewonnen werden?
- Geringe Zusammenarbeit mit dem (ehrenamtlichen) Naturschutz
- Management von Wassererlebnisräumen: aktive Hinweise, Spielangebote, Online-Buchbarkeit
- Der Nachfragedruck auf Freiräume im Naturraum erfordert Besucherlenkung.

Abb. 13: Stärken, Schwächen, Risiken und Chancen des Tourismus im Bergischen

Quelle: Zusammenstellung aufgrund von Recherchen und Gesprächen

Das Bergische

- Geringe touristische Entwicklungsdynamik
- Geringer Anteil ausländischer Gäste
- Fachkräftemangel im Gastgewerbe
- Wanderer, Reiter und Mountainbiker nutzen die Wege gemeinsam, aber mit unterschiedlicher Geschwindigkeit. Dies kann zu Konflikten führen.
- Erlebnisqualität der Teilräume
- Geringe Zielgruppenorientierung der Angebote

Chancen

- Entwicklung einer touristischen Gesamtperspektive für das Bergische zur Vermeidung einer kleinteiligen, selektiven Tourismusdiskussion
- Aufbau eines Besuchermanagements zum Ausgleich zwischen Nachfrage und Naturschutz
- Schaffung von Wassererlebnis- und Wasserlernwelten
- Umsetzung von Klimaanpassungsstrategien und Ausrichtung als nachhaltige Tourismusregion
- Mehrperspektivische Gestaltung des Themas Bergische Industriekultur, Steingewinnung und Bergbau: Das „Bensberger Erzrevier“, zwischen Bensberg, Engelskirchen, Overath, Rösrath und Lohmar gelegen, in dem verschiedene Erze und auch Braunkohle abgebaut wurden, hat die Region geprägt. Spuren, wie alte Fördertürme, Halden oder Stollen, sind noch heute sichtbar. Initiativen wie der Bergische Geschichtsverein Rhein-Berg, sorgen für eine weitere Profilierung des Themas.
- Gewinnung von Übernachtungsgästen bei Tagesausflügen
- Gäste aus dem Ausland für Übernachtungsaufenthalte gewinnen. Special-Interest-Angebote: Rennradfahrer
- Nutzung der bestehenden Kurorte als Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung von Gesundheitsangeboten
- Realisierung eines Trekkingplatz-Angebots
- Entwicklung von Kurzurlaubsangeboten
- Das Höhlenerlebniszentrum wird die Vermittlung des Naturraumes durch digitale Erlebnisse deutlich verbessern.
- Das geplante Grauwacke-Museum in Lindlar mit dem „ältesten Wald der Welt“ (bedeutender Fossilienfund), die Grauwacke-Steinbrüche und die Angebote für Fossilien-suche setzen besondere Akzente.
- Investitionen in den Tourismus sind standortrelevant: Nur eine attraktive Region wird auch im Wettbewerb um Fachkräfte erfolgreich sein.
- Historische Stadtkerne, Baudenkmäler, archäologische Denkmäler, Wegesysteme, Schlösser, Burgen, Klosterlandschaften, Gärten, Naturdenkmäler, Werke moderner Baukultur, Kulturerbe im Altbergbau oder in Höhlen, Erinnerungskultur, montane Kulturlandschaft, Künstlerinnen und Künstler, Literaten, Persönlichkeiten, Ereignisse, Geschichten ... bilden die kulturelle DNA einer Region.
- Touristische Angebote differenzieren sich zunehmend über die Vermarktung authentischer Erlebnisse.
- Die Tourismusorganisation der Zukunft ist beteiligt an der Integration und Koordination lokaler und regionaler Entwicklungsstrategien, der Inwertsetzung und Erlebbarkeit der Region.
- Erprobung neuer Angebotsformate – zum Beispiel Workation (Arbeit & Urlaub)
- Die Bevölkerung für die Angebotsformate von „Das Bergische“ gewinnen

2.4 Gäste im Bergischen

Um Erkenntnisse über Gästestrukturen zu gewinnen, geht „Das Bergische“ neue Wege in der Nutzung innovativer Datenquellen im Tourismus. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für strategische Entscheidungen zur nachhaltigen Entwicklung und Positionierung der Destination. So basieren die Betrachtungen auf Tracking-Daten von mobilen Apps aus den Bereichen Wetter, Spiele, Navigation, Fitness, News, Social Networks und liefern Antworten u.a. auf die Fragen: Wie viele Gäste reisen in die Region, woher kommen sie? Wie bewegen sie sich im Raum, welche Hot Spots bilden und besuchen sie? Wie sieht die Besucherstruktur nach Sinus-Milieus aus, wie steht es um ihre Kaufkraft oder Freizeitinteressen? Welche Orte werden von den Gästen im Bergischen Land bevorzugt aufgesucht? Oder welche anderen Orte werden von denen besucht, die beispielsweise nach Altenberg reisen? (Gäste in Altenberg sind hauptsächlich im Mediterana und in der Sülzau am Krewelshof/Bauerngut Schiefelbusch anzutreffen).

Die Tagesreisen umfassen sowohl primäre Tagesreisen (vom Wohnort) als auch sekundäre Tagesreisen (vom Urlaubsort inkl. Rundreisen). Alle Auswertungen basieren auf durchgeführten Reisen. Die Besonderheit dieser Datenquellen liegt in der räumlichen Zuordnung von Informationen, die Vergleiche zwischen Gästen und Einheimischen, Unterscheidungen nach Alter, Herkunft, Familien- und Sozialstruktur ermöglichen oder Informationen darüber liefern, wie sich die Besucher bestimmter Teilräume des Bergischen Landes voneinander und von den Einheimischen unterscheiden.

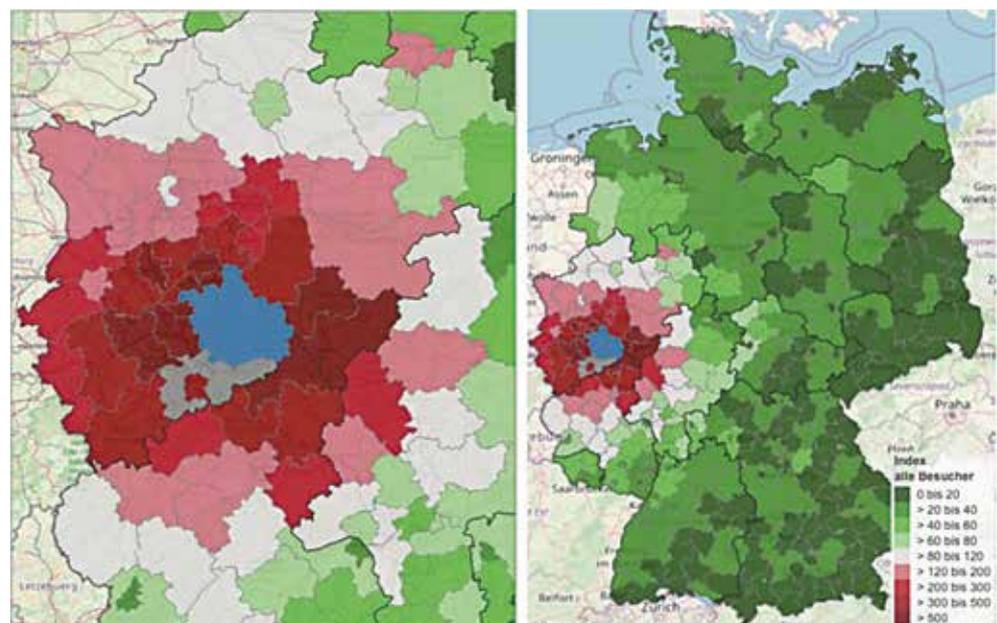


Abb. 14: Die Herkunft der Tages- und Übernachtungsgäste des Bergischen 2021 nach Kreisen

Quelle: Michael Bauer Micromarketing GmbH. Besucherdichteindex 2021

Die Abbildung 14 zeigt das ermittelte Einzugsgebiet der Tages- und Übernachtungsgäste. Relevant für die Betrachtung sind die Indexwerte über 100. Düsseldorf, Wuppertal, der Rhein-Erft-Kreis, Siegen-Wittgenstein, Altenkirchen, Olpe, Köln, Solingen, Leverkusen und Remscheid sind die Frequenzbringer für den Tages- und Übernachtungstourismus im Bergischen Land. Der größte Anteil der Gäste kommt somit aus den Nachbarkreisen in NRW, dem nördlichen Rheinland-Pfalz und dem westlichen Hessen. Im Vergleich zu anderen Regionen in NRW handelt es sich um ein sehr regionales, kompaktes Einzugsgebiet. Gäste aus dem Ausland stammen vorwiegend aus den Niederlanden.

Im Einzugsgebiet bis zu einer Stunde Fahrzeit von Bergisch Gladbach-Bensberg leben ca. 11,5 Mio. Menschen (Abb. 15), im Umkreis von 100 km sind es 14,8 Mio. Menschen (Abb. 16). Im Umkreis von 30 Minuten Entfernung leben 1,5 Mio., im Umkreis von 60 Minuten Entfernung 6,4 Mio. Menschen.

Der größte Anteil der Gäste kommt aus den Nachbarkreisen in NRW, dem nördlichen Rheinland-Pfalz und dem westlichen Hessen.



Abb. 15: Entfernungsradius eine Stunde ab Bergisch Gladbach-Bensberg

Quelle: Einzugsgebietsanalyse mit Openrouteservice 2023

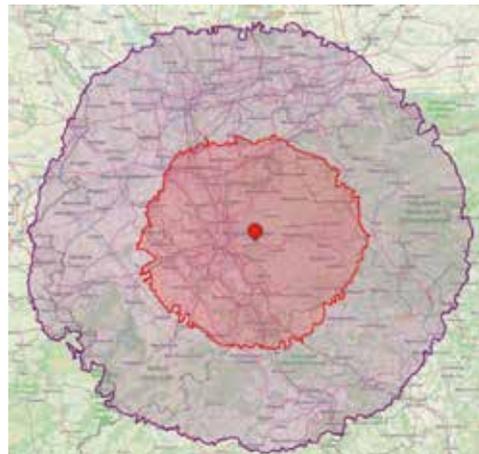


Abb. 16: Entfernungsradius 100 km ab Bergisch Gladbach-Bensberg

Quelle: Einzugsgebietsanalyse mit Openrouteservice 2023

Bei der Beobachtung der Besucherströme spielte immer wieder die Frage eine Rolle: Wie viele Kölner Gäste verlassen die Stadt, um einen Ausflug ins Bergische Land zu machen und wie viele Gäste aus dem Bergischen besuchen umgekehrt die Stadt Köln? Der Anteil derjenigen, die während ihres Aufenthaltes im Bergischen für einen Tag nach Köln fahren, ist etwa dreimal so hoch wie der Anteil derjenigen, die während ihres Aufenthaltes in Köln für einen Tag ins Bergische fahren.

Die Sinus-Milieus beschreiben die Befindlichkeiten und Orientierungen der Menschen, ihre Werte, Lebensziele, Lebensstile und Einstellungen sowie ihre soziale Lage vor dem Hintergrund des soziokulturellen Wandels. Sie zeichnen ein Bild der real existierenden Vielfalt in der Gesellschaft und spiegeln Veränderungen wider. Die meisten Gäste im Bergischen gehören zu den Konservativ-Gehobenen und Postmateriellen. Für die strategische Marketing- und Kommunikationsarbeit wird es immer wichtiger, Zielgruppen zu verstehen und differenziert anzusprechen. Die Abbildung 17 zeigt die aktuelle Milieulandschaft aller Besucher nach sozia-

ler Lage und Grundorientierung in der Gebietskulisse von „Das Bergische“. Je höher ein Milieu in der Grafik angesiedelt ist, desto höher sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter nach rechts, desto moderner im soziokulturellen Sinne ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus. Die Grenzen zwischen den Lebenswelten sind fließend. Lebenswelten sind nicht trennscharf abgrenzbar. Für die einzelnen Milieus liegen Informationen zum Reiseverhalten (z.B. gebuchte Unterkünfte, genutzte Verkehrsmittel, Ausgaben und Buchungsbestandteile), zur Urlaubsplanung und zu Urlaubserwartungen, aber auch zum Medienverhalten vor. Diese Informationen lassen sich für die Angebotsentwicklung nutzen.

Die Bergischen Sinus-Milieus unterscheiden sich von denen der Nachbarregionen, aber auch innerhalb des Bergischen zeigen sich Unterschiede. Die Ergebnisse des Destination Reports, des POI-Reports (Point of Interest) sowie der Besucheranalyse der Website „Das Bergische“ und der Heatmaps werden in einer eigenen Publikation vorgestellt und interpretiert.

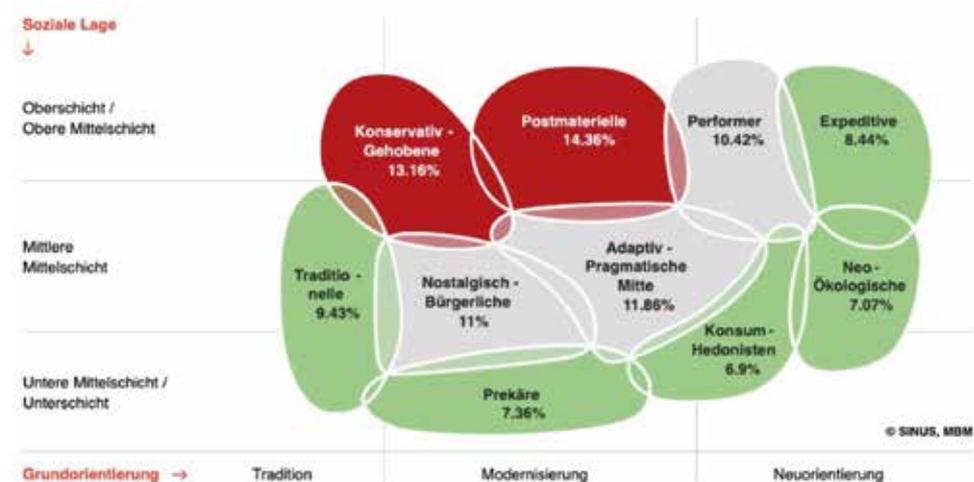


Abb. 17: Sinus-Milieus 2021 „Das Bergische“ – Tages- und Übernachtungsgäste

Quelle: Michael Bauer Micromarketing GmbH – Besucheranalyse 2021

2.5 Zufriedenheit der Gäste

Die Metasuchmaschine TrustYou erfasst Nutzerbewertungen zu Unterkünften in Deutschland auf einschlägigen Online-Portalen und bildet die Zufriedenheit mit den Beherbergungsbetrieben ab. Bei der Bewertung der Beherbergungsbetriebe insgesamt liegt Nordrhein-Westfalen seit Jahren auf Platz zwölf, die Gästezufriedenheit insgesamt ist rückläufig. Die Bewertung der Gäste macht deutlich, dass Investitionen in die Ausstattung und das äußere Erscheinungsbild der Betriebe notwendig sind. Aber auch innerhalb der 12 Reisegebiete in NRW zeigen sich laut TrustScore 2022 deutliche Unterschiede in der Zufriedenheit der Gäste mit den Beherbergungsbetrieben. Das Bergische Land erreicht mit 83,7 Punkten den 6. Platz in NRW. Mit 87,5 Punkten nimmt das Sauerland die Spitzenposition ein. Die Region Eifel und die Region Aachen belegen mit 86,2 Punkten den zweiten Platz. Köln und der Rhein-Erft-Kreis bilden mit 77,2 Punkten das Schlusslicht in NRW. Im Vergleich zu Deutschland insgesamt, das 86,4 Punkte erreicht, liegt das Bergische Land leicht unter dem Durchschnitt.

A large, traditional half-timbered house with white walls and dark wooden beams. The ground floor is constructed of stone. The house has several windows with bright green shutters. It is surrounded by lush greenery and trees, with a clear blue sky in the background.

Das Interesse an Sommerfrische und Tagesausflugszielen entstand mit der zunehmenden Industrialisierung der Rheinschiene, des Bergischen Städtedreiecks und des Ruhrgebiets.

2.6 Geschichte des bergischen Tourismus

Die Geschichte des bergischen Tourismus, die eigentlich ausführlicher betrachtet werden müsste, weist einige Besonderheiten auf. Dazu gehört das bereits frühe Interesse der Reisenden am Bergischen Land. Neben den landschaftlichen Schönheiten galt die Aufmerksamkeit der „forschenden“, alltagsweltlich orientierten Reisenden in besonderer Weise dem bergischen Handel, dem Gewerbe, dem religiösen Leben oder den Existenz- und Arbeitsbedingungen der Menschen im 18. und 19. Jahrhundert. Schließlich war das Bergische Land im 19. Jahrhundert Vorreiter der deutschen Industrialisierung. Daraus resultierte ein intensives Erkenntnis- und Beobachtungsinteresse. Es hinterließ einige aufschlussreiche Dokumente, die u. a. von Jürgen Reulecke und Burkhard Dietz 1978 und 1984 herausgegeben wurden.

Die touristische Entwicklung des Bergischen Landes ergab sich hauptsächlich aus einer Art „Arbeitsteilung“ mit den benachbarten Ballungsräumen.

Frühe Versuche zeigen die Bemühungen im Bergischen Land, den „Fremdenverkehr“ zu entwickeln, um „möglichst viele Fremden hierhin zu ziehen und zu halten“. Ein Journalist bemerkte 1892, dass es an dem „Renommé“ fehle, „die weiten Kreise der Vergnügungsreisenden anzuziehen“. Als Lösung zur Förderung eines „umfangreicheren Tourismus“ wurde 1891 in Ronsdorf der „Bergische Landesverein zur Aufschließung der heimischen Naturschönheiten“ gegründet.¹⁰ Das Interesse an Sommerfrische und Tagesausflugszielen entstand mit der zunehmenden Industrialisierung der Rheinschiene, des Bergischen Städtedreiecks und des Ruhrgebiets. Diese Entwicklung wurde durch die Erschließung des Bergischen Landes durch die Eisenbahn ermöglicht, die maßgeblich auf die gewerblich-industrielle Ausprägung der Region zurückzuführen ist.

Die touristische Entwicklung des Bergischen Landes ergab sich hauptsächlich aus einer Art „Arbeitsteilung“ mit den benachbarten Ballungsräumen. Besondere Beispiele für die Nutzung des Bergischen Landes im Gesundheitsbereich sind die Errichtung der Lungenheilstätten Ronsdorf (1901) und Rosbach (1902) sowie der Lungenheilstätte für Kinder in Aprath (1910). In diesem historischen Kontext bietet sich ein Rückgriff auf die Raumordnungskonzepte der 1970er Jahre an. Er trägt auch zur Klärung der heute zu beobachtenden Entwicklungen und Konzentrationen in den (wenig diskutierten) Bereichen Wochenendhaus- und (Dauer-)Camping bei. So weist zum Beispiel das Nordrhein-Westfalen-Programm 1975 (NWP 75) das Bergische Land gleichzeitig als Raum für „Naherholung“ und für „Wochenend- und Ferienerholung“ aus. Die Grundüberlegung geht von einer räumlichen Trennung der verschiedenen Erholungsarten aus (die eigentlich nie funktioniert hat und heute nicht mehr aufrechterhalten ist).

Das NWP 75 sieht für das Bergische Land die Naherholung im unmittelbaren Umfeld der Verdichtungsräume vor. So wird der nördliche und westliche Teil des Bergischen Landes als Naherholungsraum ausgewiesen. Im Bereich der Tageserholung sollen Schwerpunkte an der Saaler Mühle, im Sülztal und in Rath geschaffen werden. Reine Ferienggebiete sind im Oberbergischen Kreis mit den Schwerpunkten Eckenhagen/Reichshof, Homburg¹¹ und Marienheide/Lieberhausen vorgesehen. Die Förderung der touristischen Entwicklung erfolgt unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten zur „Schaffung außerlandwirtschaftlicher Arbeitsplätze im

¹⁰ | Das Bergische Land und die zukünftige Entwicklung seines Fremdenverkehrs. Solinger Kreis-Intelligenzblatt vom 21.9.1892.

¹¹ | Am 1.7.1969 wurde Nümbrecht mit Marienberghausen zu einer Gemeinde mit dem Namen Homburg zusammengeschlossen. Auf Antrag der Gemeinde erfolgte die Umbenennung in Nümbrecht.

ländlichen Raum". Durch die Konzentration auf räumliche Schwerpunkte wird eine Verstärkung der Effekte angestrebt. Der steigenden Nachfrage nach Ferien- und Wochenendhäusern soll insbesondere in der Nähe der geförderten „Wochenenderholungsstandorte“ Rechnung getragen werden. Zur Attraktivitätssteigerung wird, dem Zeitgeist der 1970er Jahre entsprechend, für NRW die Einrichtung von zwei „Großerholungsgebieten“ angestrebt. Das Bergische Land findet allerdings als möglicher Standort keine Erwähnung. Für „Caravanning und Dauercamping“ sollen laut NWP 75 neue Standorte innerhalb der „Ferienerholungsgebiete“ ausgewiesen werden. Bereits im NWP 75 wird eine zunehmende Bedeutung der „Erholung am Wasser“ festgestellt. Diese Nachfrage könne in NRW nur durch zusätzliche erholungsgerechte Wasserflächen befriedigt werden, nur durch „künstliche Seen“, wie sie z.B. durch Kiesabgrabungen entstehen, heißt es im NWP 75.

Zur Schaffung von Erholungsmöglichkeiten im Umland der Ballungsräume sind seit den 1960er Jahren auch im Bergischen Land neben Dauercampingplätzen zahlreiche Wochenendhaussiedlungen entstanden. Diese Entwicklung wird aus verschiedenen Gründen als nicht unproblematisch angesehen (z.B. temporäre Nutzung der Infrastruktur, Zersiedelung der Landschaft, Umwandlung in Dauernutzung).

Der Oberbergische Kreis gehörte (laut Zensus 2011) zu den sieben Kreisen in NRW, die mit 0,8% den höchsten Anteil an Ferien- und Freizeitwohnungen im Verhältnis zum Wohnungsbestand aufweisen. Die Anzahl der Ferien- und Freizeitwohnungen beträgt 1.113. Spitzenreiter sind Morsbach mit 2,1 % (102), Waldbröl mit 1,7 % (142), Reichshof 1,5 % (128) und Wiehl mit 1,1 % (127). Im Rheinisch-Bergischen Kreis liegt der Anteil der Ferien- und Freizeitwohnungen mit 0,4 % deutlich niedriger. Spitzenreiter ist Kürten mit 1,0% (90). Bergisch Gladbach hat mit 187 die meisten Ferien- und Freizeitwohnungen. Der Anteil liegt bei 0,3%. Mit Ausnahme von Lohmar weisen auch die bergischen Kommunen des Rhein-Sieg-Kreises hohe Anteile auf: Much (1,0%), Neunkirchen-Seelscheid (1,0%), Ruppichteroth (1,5%).

Touristische Entwicklungen und Initiativen sind nicht immer Erfolgsgeschichten. Verschiedene Märchenwälder wurden aufgegeben, der Wintersport mit Skispringen und Skifahren ist klimabedingt inzwischen weitgehend Geschichte, Hotelkonzepte, die auf Naturheilverfahren mit Felke oder Kneipp setzten, konnten sich nicht dauerhaft halten. Auf der Suche nach einer kostengünstigeren Alternative zu Motorradrennen auf dem Nürburgring berichteten Zeitungen 1932 über Initiativen zur Einrichtung einer Rennstrecke „Bergischer Ring“ in Dabringhausen. Eine 2007 vorgestellte ganzjährig nutzbare Outdoor-Sport- und Freizeitanlage in Wermelskirchen mit Liften, Beschneiungsanlage, Sommerrodelbahn, Kletterpark, Mountainbike-Strecken mit einem geplanten Investitionsvolumen von 40 Mio. € fand keine Zustimmung.

Eindeutige Erfolgsgeschichten sind dagegen z.B. der Aufbau des Bergischen Wanderlandes oder die Errichtung von Panarbora.

Seit den 1960er Jahren sind im Bergischen Land neben Dauercampingplätzen zahlreiche Wochenendhaussiedlungen entstanden.



3

Das „berg.konzept 3.0“ – Vision, Ansatz, Strategie, Ziele



Nach den bisherigen Ausführungen stellt sich zwangsläufig die Frage, wie die Ergebnisse der Recherchen, aber auch der zahlreichen Gespräche, Meinungen und Beobachtungen in ein Konzept gefasst werden können. Dieses Konzept muss, um anerkannt und erfolgreich zu sein, der Breite der Überlegungen und Erkenntnisse Rechnung tragen und vor allem zukunftsorientiert sein. Das bedeutet, sich einerseits intensiv mit Entwicklungen zu beschäftigen, andererseits aber auch Zukunftsbilder zu entwerfen, Bilder zuzulassen, die erzählen, wie die Zukunft aussehen könnte.

Der Slogan „Das Bergische. Leben. Wohnen. Arbeiten“ ist ein Vorschlag zur Neuorientierung. Er bringt die Kernaspekte des Lebens und des Bergischen auf den Punkt und transportiert gleichzeitig positive Emotionen und Bedeutungen: „Leben“ steht als Kategorie, die sowohl Gäste (Aufenthalte und Leben auf Zeit) als auch die örtliche Bevölkerung betrifft und „Arbeiten“ unterstreicht die Entwicklungen zu Homeoffice, New Work bzw. die Konzentration auf wohnortnahes Arbeiten. Und es umfasst das Arbeiten im Urlaub (Workation). Die „schönen Seiten“ stehen für Naturerfahrung, Kulinarik, Bewegung, Erlebnis, Gesundheit.

Das Bergische hat eine Zukunft als Freizeitlandschaft.

Mit dem „berg.konzept 3.0“ formuliert „Das Bergische“ seine Vision für die touristische Zukunft des Bergischen. Das „berg.konzept 3.0“ ...

- beschreibt konsequent Wege, die der Tatsache Rechnung tragen, dass das Bergische im Schatten der Ballungsräume eine Zukunft als Freizeitlandschaft und weniger als klassische Tourismusdestination hat.
- verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz und skizziert Erwartungen und Aufgabenzuweisungen an Tourismus, Naherholung und Unmittelbarerholung.
- sorgt für ein Ausbalancieren der Bedürfnisse von Gästen und örtlicher Bevölkerung, hat die Aufenthaltsqualität sowie die Erlebnisqualität im Blick.
- konzentriert sich auf das Arrangement von Erlebnissen, die in die Tiefe gehen und die die Authentizität des Bergischen einfangen und erfahrbar machen.
- zielt auf eine regionale Wertschöpfung und eine Steigerung der Lebensqualität.
- lässt Einheimische auf Zeit (Gäste) und Einheimische gleichermaßen an den Entwicklungen teilhaben.
- erprobt neue Formen der Zusammenarbeit und verfolgt Ansätze zum Aufbau sowie zur Nutzung digitaler Strukturen.
- steht konsequent für eine nachhaltige Entwicklung der Region und greift die Zielsetzungen regionaler und überregionaler Entwicklungsstrategien auf.

Das „berg.konzept 3.0“ geht von einem Aufgabenverständnis aus, in dem sich die handelnden Partner, zu denen u.a. die Tourismusakteure der Kreise und Kommunen, touristische Leistungsträger, Wirtschaftsförderungen, Forst- und Landwirtschaft, Wasserverbände, ÖPNV-Aufgabenträger, Naturpark Bergisches Land, Biologische Stationen, Wandervereine, Landtourismusverband, Region Köln-Bonn e.V., REGIONALE 2025 Agentur, Gästeführer, Politik etc. gehören, auf eine Zusammenarbeit verständigen. Die Vermarktung und Sichtbarmachung der Region bleibt eine zentrale Aufgabe für „Das Bergische“.

Das Bergische. Leben. Wohnen. Arbeiten.
Für die schönen Seiten des Lebens.
Momente, die zählen.

Vision

Das Bergische Land ist ein bevorzugter Lebens-,
Arbeits- und Freizeitraum

Ansatz

berg.konzept 3.0

Strategie

Handlungsfelder
(Themen & Querschnittsthemen)



Ziele & Agenda

- Steigerung der Lebensqualität
- Neue & verbesserte Erlebnisse in der Region
- Nachhaltiger Umgang mit den Ressourcen
- Bildung von Netzwerken
- Erhöhung der Sichtbarkeit des Bergischen
- Das Bergische als touristische Destination bekannter machen
- Zustimmung der Bevölkerung zum Tourismus erreichen
- Stärkung der Resilienz der Region
- Wertschöpfung

Dabei spielt die Schaffung von Erlebnissen eine entscheidende Rolle. Die Auswertung der durchgeführten Besucheranalysen sollte regelmäßig erfolgen, um neue Angebote passgenau zum Besucherverhalten zu entwickeln. Neue Formen der Kooperation und Vernetzung mit den verschiedenen Akteuren und Gruppen im regionalen Umfeld sind für die Bewältigung der Aufgaben grundlegend. Dazu wird die intensive Zusammenarbeit mit Kommunen, Leistungsträgern und Institutionen unter Nutzung einer digitalen Infrastruktur ausgebaut.

Das Kapitel 6 beschreibt ausführlicher die Perspektiven für die Managementstrategien von „Das Bergische“.

Abb. 18: „berg.konzept 3.0“ – Vision, Ansatz, Strategie, Ziele

Quelle: Eigene Darstellung



4

Das Bergische – Potenziale, Themenfelder, Herausforderungen & Talente

Die Gebietskulisse von „Das Bergische“ ist attraktiver Lebensraum für mehr als 624.000 Menschen. Für rund zwei Millionen Menschen in den angrenzenden Ballungsräumen bietet es sich als Naherholungsraum und darüber hinaus in einem gut erreichbaren Radius als Tourismusregion an.

Mit dem Bergischen werden vor allem Wandern, Radfahren, Wassererlebnisse (insbesondere an den Talsperren und einigen Flüssen) sowie Naturerlebnisse (Weitblicke) und Bewegung in Verbindung gebracht. Um diese Erfahrungen überhaupt sammeln zu können, sind im Bergischen besondere Voraussetzungen gegeben. Sie sind in der Abbildung 19 „Bergische Erfahrungen“ skizziert.

Im Folgenden werden die für das Bergische prägenden Angebots- und Themenfelder als Zukunftsoptionen diskutiert und durch Empfehlungen ergänzt. Diese Hinweise sollen zu weiteren Überlegungen anregen. Sie erheben nicht den Anspruch, alle umgesetzt zu werden. Sie können aber Entscheidungsprozesse vorbereiten, Perspektiven verändern und als Bausteine genutzt werden. Die Hinweise sind zum Teil aus den zahlreichen Diskussionen in den Fokusgruppen hervorgegangen, das Ergebnis verschiedener Recherchen und tourismusfachlicher Erwägungen. Priorisierungen und weitere Überlegungen sind ebenso notwendig wie Veränderungen in der Ausrichtung der Themenfelder.

Die Themenfelder sind Zukunftsoptionen.

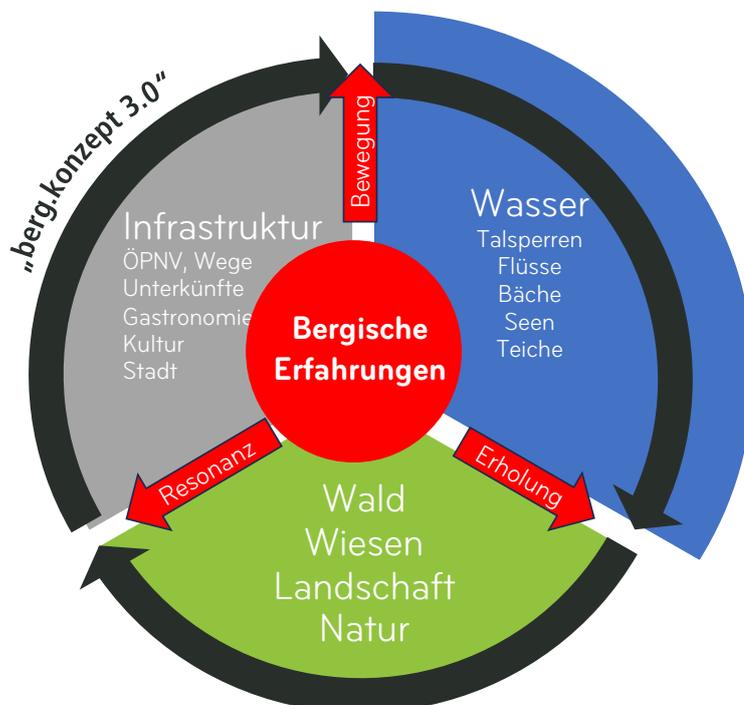


Abb. 19: Bergische Erfahrungen
Quelle: Eigene Darstellung

Die Themenfelder stehen in einem direkten Zusammenhang mit den Querschnittsthemen.

- Die in diesem Kapitel aufgeführten Themenfelder stehen in einem direkten Zusammenhang mit den in Kapitel 5 dargestellten Querschnittsthemen. Eine angemessene Berücksichtigung der Querschnittsthemen ist unabdingbar, auch wenn deren Einbeziehung die Komplexität des Vorgehens erhöht (vgl. Abb. 20: „berg.konzept 3.0“).
- Die Empfehlungen zu den Handlungsfeldern sind weit gefasst und gehen zum Teil über das hinaus, was „Das Bergische“ selbst leisten kann. Sie skizzieren aber wünschenswerte Zusammenhänge und lassen Bilder für die Gestaltung der Region entstehen. In vielen Fällen ist es die Aufgabe von „Das Bergische“, Ideen einzubringen, Prozesse anzustoßen, zu begleiten, Partner zu suchen oder Netzwerke zu knüpfen.
- Diese Übersicht kann nicht alle Akteure benennen, die bei Planungs- und Umsetzungsprozessen zu berücksichtigen und einzubeziehen sind. Adäquate Netzwerke sind die Voraussetzung für die Entwicklung und Umsetzung der Handlungsempfehlungen, die auch miteinander kombiniert werden können.
- Die Handlungsfelder liefern Entwürfe für die Zukunft. Sie machen deutlich, mit welchen Schwerpunkten „Das Bergische“ in die Zukunft gehen will.



Abb. 20: „berg.konzept 3.0“ – Themenfelder und Querschnittsthemen
Quelle: Eigene Darstellung

- „Das Bergische“ übernimmt nicht immer die Hauptverantwortung, ist aber in allen Bereichen aktiver Partner bei der Planung und Umsetzung der im „berg.konzept 3.0“ definierten Maßnahmen und Projekte (Handlungsempfehlungen). Die Umsetzung der Vorhaben, für die sich „Das Bergische“ verantwortlich sieht, ist abhängig von den genehmigten Wirtschafts- und Finanzplänen und den zur Verfügung stehenden finanziellen und personellen Mitteln. Der jährliche Haushaltsplan bildet somit den entscheidenden Rahmen für die zeitliche und finanzielle Umsetzung der Maßnahmen.
- Die „kurzfristigen“ Empfehlungen haben einen Umsetzungshorizont von 1 bis 3 Jahren, die „mittelfristigen“ von 3 bis 6 Jahren und die „langfristigen“ von 6 bis 10 Jahren. Teilweise wurden auch längere Vorlaufzeiten berücksichtigt, wenn eine kurzfristige Umsetzung nicht zu erwarten ist. Eine Evaluierung ist, wie eingangs erwähnt, nach 5 Jahren vorgesehen.

4.1 Der blaue Kosmos. Das Bergische Blaue Land: Das Wasser

Wasser ist zweifellos ein integraler Bestandteil der Natur. Im Bergischen Land wird es jedoch aufgrund seiner besonderen Bedeutung als eigenständiges Element betrachtet. Es prägt entscheidend das Bergische Land. Die hohen Niederschlagsmengen haben nicht nur zu einem differenzierten Gewässersystem mit Quellen, Bächen, Siefen, Teichen und Flüssen geführt, sondern auch zur Formung der Landschaft mit einem komplexen System von Tälern beigetragen.

Das vielfältige Gewässernetz (Abb. 10 und 21) hat der Region entscheidende Impulse und Standortvorteile für die wirtschaftliche Entwicklung gegeben. Die Wasserkraft wurde in den Tälern zum Betrieb von Mühlen und Hämmern genutzt. Etwa 1.000 ehemalige Standorte werden im Bergischen Land vermutet. Heute gibt es noch etwa 40 intakte Mühlen. Der Wasserreichtum führte zum Bau zahlreicher Talsperren. Die hohe Talsperrendichte (vgl. Abb. 22 und 23) dient sowohl der Hochwasserregulierung als auch der Wasserversorgung – auch der angrenzenden Ballungsräume. Für die zukünftige Raumentwicklung der „Stadt-Landschaft“ gilt der Wasserreichtum des Bergischen Landes als „eine der größten Stärken und Chancenfelder“.



Abb. 21: Gewässerlandschaft im Bergischen RheinLand

Quelle: REGIONALE 2025 Agentur 2021.
Kartengrundlage: Geoserver NRW/RBK
Online, REGIONALE 2025 Agentur

Wupperverband	Aggerverband:	Wahnbachtalsperrenverband
Bevertalsperre (1896-1898)	Aggertalsperre (1927-1929)	Wahnbachtalsperre* (1955-1957)
Bruchertalsperre (1913)	Genkeltalsperre (1950-1953)	
Eschbachtalsperre*(1891)	Wiehltalsperre*(1967-1973)	
Große Dhünntalsperre* (1960-1962/1975-1985)	Stauanlage Bieberstein (1935-1936)	
Lingesetalsperre (1897-1899)	Stauanlage Osberghausen (1955-1957)	
Neyetalsperre* (1905-1908)		
Panzertalsperre (1891-1893)		
Ronsdorfer Talsperre (1898-1899)		
Schevelinger Talsperre* (1938-1941)		
Wuppertalsperre (1982-1989)		
Stauanlage Beyenburg (1950-1953)		
Stauanlage Dahlhausen (1921-1922)		

Abb. 22: Talsperren und Stauanlagen im Bergischen Land, im Rhein-Sieg-Kreis und die zuständigen Wasserverbände

* Trinkwassertalsperren

Quellen: <https://www.umwelt.nrw.de/umwelt/umwelt-und-wasser/gewaesser/talsperren-und-stauanlagen> und eigene Zusammenstellung

Der vorhandene Wasserreichtum hat seit dem 19. Jahrhundert immer wieder Begehrlichkeiten der lokalen, regionalen und überregionalen Bevölkerung geweckt, die Gewässer erlebnisintensiv mit entsprechenden Grenzüberschreitungen zu nutzen. Dabei gilt es vor allem, einen Ausgleich zwischen den Ansprüchen der Freizeitnutzung und dem Trinkwasser- und Naturschutz zu finden.

Der Nachfragedruck nach Wassererlebnissen wird weiter steigen.

Mit den Auswirkungen des Klimawandels wird der Nachfragedruck nach Wassererlebnissen weiter steigen. Besonders wassertouristische Angebote haben eine hohe Bedeutung für den Tagestourismus in der Sommersaison. Als Standortfaktor leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Naherholung und Lebensqualität der lokalen und regionalen Bevölkerung. Aufgrund der saisonalen Übernutzung sind Ausweichflächen erforderlich. Das NWP 75 empfahl 1970 eine verstärkte Ausweisung alternativer Wasserflächen zur Freizeitnutzung.

Wasser hat eine starke emotionale Komponente. Es zieht magisch an. Im Tourismus ist es ein Erfolgsfaktor. Der Anblick von Wasser inspiriert, beruhigt. Bei den Deutschen ist die Affinität zum Wasser besonders ausgeprägt. Jeder zweite Inlandsurlauber hat schon einmal in einem natürlichen Gewässer gebadet, 28 % waren während ihrer Haupturlaubsreise im Schwimmbad oder Pool. In Deutschland bewegt man sich im Urlaub häufig am oder auf dem Wasser, sei es beim Spaziergehen, Schwimmen, Wandern oder Joggen. Restaurants und Cafés am Wasser werden besucht und der Blick auf Wasser, Schiffe, Sonnenuntergänge und vieles mehr wird geschätzt. Auch Radtouren am Wasser haben einen relevanten Erlebnis- und Marktanteil. Die REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand will im Rahmen ihres Handlungsfeldes Fluss- und Talsperrenlandschaft Impulse setzen, die sich auch auf die Freizeitnutzung beziehen. Mit dem Konzept Wasserquintett oder den Perspektiven WupperWandel, Dhünnkorridor, Dhünn-

hochflächen, Kulturlandschaft Agger Sülz sowie der Bergischen Wasserkompetenzregion :aqualon e.V., die das Ziel verfolgt, das Einzugsgebiet der Dhünn zu einer innovativen Modellregion für einen vorbildlichen und nachhaltigen Umgang mit Wasser und Raum zu entwickeln, hat die REGIONALE 2010 bereits wichtige Akzente gesetzt.

An den Brauchwassertalsperren Agger, Bever, Brucher, Lingese und Wupper sind wasserbezogene Aktivitäten wie Baden, Tauchen, Angeln und Wassersport möglich. Die Flüsse Agger, Dhünn, Sieg und Wupper können unter Beachtung der Schutzgebietsauflagen teilweise für erholungsorientierte Aktivitäten genutzt werden. Die zugänglichen Wasserflächen im Bergischen bieten ein interessantes touristisches Potenzial für Standup-Paddling, Kanuwanderungen, Swimrun oder Triathlonveranstaltungen. Diese Vielfalt an Wassersportmöglichkeiten trägt zur Attraktivität der Region für Outdoor-Aktivitäten bei.

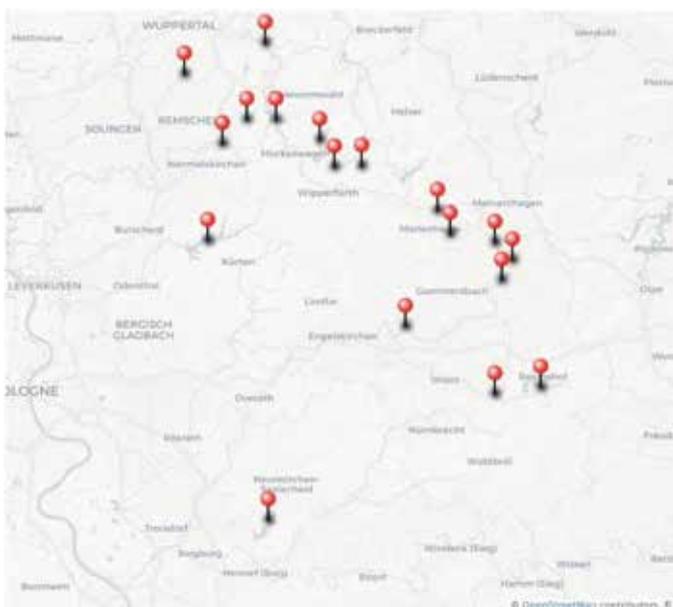


Abb. 23: Talsperren und Stauanlagen

Quelle: © OpenStreetMap contributors und eigene Bearbeitung

Das Thema Wasser im Bergischen bietet eine Vielzahl an Erlebnismöglichkeiten. Diese reichen von der Beobachtung und Wahrnehmung der Wasserlandschaften über gesundheitsfördernde Erlebnisse wie Kneipp-Anwendungen und meditative Momente bis hin zu Bildungssequenzen, beispielsweise in Form von Wasser-Lernlandschaften, sowie der Bedeutung von Wasser als Lebensmittel, insbesondere Trinkwasser. Darüber hinaus ergeben sich Möglichkeiten, Trinkwassertalsperren oder sensible Fließgewässer einzubeziehen, die zwar nur eingeschränkt zugänglich sind, sowie das Thema Wasser als Energielieferant zu behandeln. Abbildung 24 verdeutlicht die inhaltliche Tiefe und das Potenzial des Handlungsfeldes Wasser, das in seiner touristischen Relevanz noch ausbaufähig ist.

Interessant ist die Beobachtung, dass trotz des Wasserreichtums ein künstlerischer Umgang mit Wasser (z.B. die Anlage von Landschaftsgärten) vermutlich aufgrund anderer bestehender Herausforderungen und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen keinen Raum und keine Bedeutung gefunden hat.

Als Alleinstellungsmerkmal für das Bergische könnte der „Komplex Wasser“ in der Region noch stärker ganzheitlich gedacht werden. Die vielfältigen und über das gesamte Bergische Land verstreuten Aspekte ließen sich in ein raumübergreifendes Konzept integrieren. Vor dem Hintergrund der historischen Dimension der Wasserkraftnutzung (Mühlen, Hammerwerke), der zisterziensischen Wasserkultur, der Kahnweiher, der Teichkulturen, der Vielzahl der Talsperren und ihrer Ingenieurleistung, der Karstphänomene, von Wasser und Gesundheit (Kneipp) oder der Prozesse der Landschaftsveränderung durch Wasser ergibt sich ein besonderer Systemzusammenhang, der weiter betrachtet werden sollte. (Das wasserwirtschaftliche System der Stadt Augsburg ist beispielsweise als Welterbe anerkannt.)

Im unmittelbar an das Oberbergische angrenzenden Sauerland gibt es weitere fünf Talsperren, die sich unter dem Namen „Sauerland-Seen“ (www.sauerland-seen.de) zu einer Kooperation zusammengeschlossen haben und ebenfalls traditionell eine wichtige Rolle als Naherholungsraum und touristisches Ziel spielen.



Abb. 24: Bergische Wasserwelten

Quelle: Eigene Darstellung

Empfehlungen zum Handlungsfeld 1: Wasser

1	Initiierung, Kommunikation und Bündelung von (buchbaren) Wassererlebnisangeboten: Baden, Bewegen, Lernen, Meditieren, Entspannen ...	+
2	Der Schwerpunkt Wasser und Gesundheit (z.B. Kneipp und Felke) wird als Perspektive für die geplante Gesundheitslandschaft entwickelt.	+
3	Temporäre, schwimmende Kulturangebote (Musik, Literatur, Theater). Tage der Wasserliteratur (z.B. „Der Wasserteufel“ nach Montanus: Das Kloster Altenberg im Dhünthale und das Mönchswesen“. Solingen 1838).	++

1	<p>Organisation der „Talsperrenlandschaft“ im Bergischen Land: Entwicklung einer Gesamtperspektive mit Besucherlenkungssystem für die Wasserschutzzone und die Naturschutzgebiete. Ausweis und Schaffung von Ausweichflächen. Prüfung eines Kooperations- und Marketingverbundes „Bergische Seen“.</p> <p>→ Kommunen, Kreise, Naturpark, Wasserverbände</p>	++
2	<p>Die Schaffung einer hochwertigen Wasser(erlebnis)infrastruktur (öffentlich und privat) am und im Wasser. Dazu gehört auch das Freihalten und Aufwerten von Fernblicken und Sichtbeziehungen an sensiblen Gewässern, die Schaffung und qualitätsvolle Gestaltung von Ruhe- und Resonanzräumen. Auch temporäres Wohnen am Wasser (Camping, Caravaning, Tiny Houses) ist Teil des Konzepts.</p> <p>→ Kommunen, Kreise, Land- und Forstwirtschaft, Leistungsträger, Naturpark, Naturschutzverbände, REGIONALE 2025, Wasserverbände</p>	+++
3	<p>Lernlandschaft/Themenportal Wasser: Zerstörungskraft des Wassers, sinnliche Erfahrbarkeit (Sinneserlebnisse rund ums Wasser), Renaturierung von Gewässern, Rückkehr von Fauna und Flora, Teichkulturen (Lohmarer Teichlandschaft), künstlerische Projekte, Veränderungen durch den Bau der Talsperren (technische Aspekte, Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung), Wasserkraft als Voraussetzung für die Industrialisierung des Bergischen Landes ...</p> <p>→ :aqualon, Biologische Stationen, Freilichtmuseum Lindlar, Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land, Naturschutzverbände, REGIONALE 2025, Wasserverbände</p>	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

4.2 Natur [und naturbegegnende Erfahrungen]

Die Natur ist nach wie vor ein starker Sehnsuchtsraum. Sie dient einerseits als Kulisse für Freizeitaktivitäten, andererseits aber auch als Ort intensiver Naturerfahrungen. Diese Naturverbundenheit wird zur Quelle von Kraft und Inspiration. Körperliches, seelisches und soziales Wohlbefinden stellt sich ein. Oft wird dann von einem „Zurück zu sich selbst“ gesprochen. Eine von einem Reiseveranstalter vor Jahren in Auftrag gegebene Studie fragte nach Glückserlebnissen im Urlaub. Mit deutlichem Abstand wurden Momente in der Natur genannt. Für 94 % der deutschen Bevölkerung gehört Natur zum guten Leben. Dies zeigt die emotionale Prägung und soziale Bindungskraft der Natur. Der Erlebniswert einer Landschaft war und ist eine der wichtigsten Triebfedern des Tourismus. Dabei ist „Landschaft“ nicht unbedingt gleichbedeutend mit „Natur“ oder „unberührter Natur“.

Landschaft ist immer auch Kulturlandschaft: Wiesen, Felder, Waldränder, Hecken, Bäche, überschaubare Seen, kleine Ortschaften oder Bauwerke haben das Bild der Landschaft geprägt und geben ihr oft erst ihren Reiz. Landschaft sollte zugänglich und erlebbar sein. Eine lange Tradition, wie sie auch im Bergischen Land besteht, haben gestaltete Aussichtspunkte. Sie ermöglichen einen Blick in die Landschaft, der unseren Sehgewohnheiten in besonderer

Weise entspricht. Dieser Fern-Blick von Aussichtstürmen wird mit Naturerlebnis gleichgesetzt. Natur steht aber auch für einen aktiven Lebensstil, der zwangsläufig zu Übernutzungen und Konflikten führen kann. In diesen Fällen ist eine Besucherlenkung erforderlich. Für die Intensivierung des Schwerpunktes Natur ist neben dem Ausbau von Erlebnisangeboten vor allem die Weiterentwicklung von naturnahen Beherbergungsangeboten (wie Panarbora) von großer Bedeutung.

Naturbegegnende Erfahrungen bilden die eigentliche Basis für die Aufenthaltserlebnisse im Bergischen Land. Sie werden von den Gästen über Bewegungsformate wie Wandern oder Radfahren in Wert gesetzt. Gerade der Wunsch nach sinnlichen Erlebnissen lässt die Nachfrage nach Naturerfahrungen in Zukunft weiter steigen. Outdoor-Aktivitäten werden zu „sinnlichen Tankmomenten“ und Naturerlebnisse zu „Wohlfühloasen“ (Rheingold-Studie 2023). Die besondere Qualität des Aufenthalts in der Natur gewinnt dabei an Bedeutung. Die Trendforschung ist sich weitgehend einig, dass die Sehnsucht nach Naturparadiesen weiter zunehmen wird. Die damit einhergehende Entwicklung zur Individualisierung erfordert maßgeschneiderte Angebote und Konzepte. Wie kann das Naturerlebnis im Bergischen intensiviert und verbessert werden und wie können dabei sowohl die Interessen der Landwirtschaft als auch die Belange des Naturschutzes berücksichtigt werden?

Empfehlungen zum Handlungsfeld 2: Natur

1	Initiierung, Entwicklung und Bündelung von zentral buchbaren Naturerlebnisangeboten.	+
2	Entwicklung und Vermittlung neuer Gästelerlebnisse: Bewegung und Lernen in der Natur, naturbegegnende Exkursionen (z.B. Yoga im Wald, Sonnenauf- und Sonnenuntergangserlebnisse, Tierbeobachtungen, Naturfotografie), um so Resonanzräume in der Natur zu entwickeln.	+
3	Weiterentwicklung eines Konzepts „Essbare Landschaft“. Das Konzept nutzt (und fördert) natürliche Ökosysteme für die (angeleitete) Ernte von essbaren Pflanzen, Kräutern und Früchten in natürlicher Umgebung (z.B. entlang von Wanderwegen). Dies erfordert neben der Vermittlung von Kenntnissen über die lokale Flora auch nachhaltige Erntepraktiken.	++
1	Schaffung von Übernachtungsmöglichkeiten in der Natur. Baumhäuser, Schäferwagen, Naturcampingplätze oder z.B. ein Trekkingplatz geben der Region ein besonderes Profil. → Kommunen, Naturpark Bergisches Land, private Investoren	++
2	Landschaft gestalten: Sichtachsen erhöhen die Wahrnehmbarkeit, das ästhetische Erleben und die Empathie für die Landschaft. Insbesondere Fließgewässer erfordern häufig solche gestalterischen Eingriffe, die nicht unumstritten sind. → Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land, Wasserverbände	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

4.3 Wandern: Naturerlebnis und körperliche Bewegung im Einklang

Das „Bergische Wanderland“ ist 2012 mit großem Erfolg gestartet. Der „Bergische Weg“ und der „Bergische Panoramasteig“ sind zwei hochwertige Fernwanderwege durch die abwechslungsreiche und offene Kulturlandschaft der Region. Ergänzt werden die beiden Fernwanderwege durch 25 „Bergische Streifzüge“ (Tages- und Halbtagestouren). Sie sind zwischen 4 und 16 km lang und bieten Informationen zu naturkundlichen, literarischen oder historischen Themen. Ergänzt wird dieses Wegesystem durch bestehende Wanderwege z.B. des Sauerländischen Gebirgsvereins (SGV) oder verschiedener Kommunen (z.B. in Odenthal). Zum Bergischen Wanderland gehören auch die Bergischen Wandergastgeber, die bestimmte Kriterien erfüllen, um den Ansprüchen an Übernachtungs- und Einkehrmöglichkeiten gerecht zu werden.

Wandern gilt auf den ersten Blick als nachhaltige Aktivität. Bei näherer Betrachtung wird jedoch schnell deutlich, dass eine ganzheitliche Sichtweise erforderlich ist. So müssen z.B. die gewählten Verkehrsmittel für die An- und Abreise, die Fortbewegung vor Ort, aber auch die Wahl der Unterkunft oder der Verpflegung berücksichtigt werden, um von einer nachhaltigen Urlaubsform sprechen zu können.

„Das Bergische“ stellt das Thema Wandern besonders heraus. Das Problem: Auch die benachbarten Mittelgebirgslandschaften setzen auf das Angebot Wandern. Was unterscheidet das Wandererlebnis im Bergischen von dem im Sieger- oder Sauerland? Im Rahmen der Fördermöglichkeiten im Bergischen wird an einer Qualifizierung des bestehenden Angebotes gearbeitet. Neben einer Ausweitung des Wanderwegenetzes mit hohem Qualitätsanspruch bietet sich auch eine Attraktivierung der bereits vorhandenen Infrastruktur an. Wandern als nachhaltige und naturnahe Tourismusform eröffnet weiterhin große Chancen für das Bergische. Dazu tragen die wachsende Outdoor-Orientierung, die zunehmende Ganzjährigkeit der Nachfrage, die räumliche Nähe zu den Kundengruppen und teilweise die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln bei, die durch Mobilitätskonzepte verbessert wird.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 3: Wandern

1	Entwicklung von Angebotsformaten und Koordination von Wanderveranstaltungen unter Berücksichtigung der bestehenden vielfältigen regionalen Wanderangebote.	+
2	Initiierung, Erarbeitung und Zusammenstellung zentral buchbarer Angebote	+
3	Beteiligung am jährlichen Wandermonitor der Ostfalia Hochschule.	+

1	Entwicklung weiterer Bergischer Streifzüge als erlebnisreiche Themenrouten nach einheitlichen Kriterien, den Kriterien Wanderbares Deutschland. → Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land, Organisationen, die mit der Markierung von Wanderwegen beauftragt sind, Wanderverbände	+
2	Ausbau von Wanderwegen nach den Kriterien Wanderbares Deutschland zur Qualitätsregion Wanderbares Deutschland. → Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land	+
3	Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Gastronomie, Hotellerie und Landwirtschaft, um Lösungen für Einkehrmöglichkeiten und Wanderverpflegung im Bergischen zu finden. → Kommunen, Landwirtschaft, Leistungsträger	+
4	Steigerung der Erlebnisqualität durch eine Reattraktivierung von Wanderwegen (z.B. durch die Möblierung mit Holzsitzgarnituren), durch Verknüpfung mit gastronomischen Angeboten (Picknick, Aktion „Rastplatz im Grünen“, Selbstversorgerstationen, Automaten) und kulturellen, historischen oder gesundheitlichen Anknüpfungspunkten oder durch besondere Betonung von Naturerlebnis, Weitblick und Kraftschöpfen. → Handel, Kommunen, Landwirtschaft, Leistungsträger, Naturpark Bergisches Land	+
5	Klimagerechte Wegeggestaltung (Beschattung durch Begleitgrün, Schaffung geschützter Rastplätze, wetterabhängige dynamische Wegeführung, Trinkwasserbrunnen). → Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land	++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

Anregende Beispiele aus der Praxis

→ Der Zeitberg – Erlebnispunkt

Der Zeitberg (Bad Kohlgrub) ist seit 2013 ein besonderer Ort – zum Abschalten, Innehalten und das Leben spüren oder einfach die Natur wieder mit allen Sinnen wahrnehmen. Wer ungestört genießen will, schließt sein Handy in einem Schließfach am Gipfel ein. 3D-Naturkino, Lesecke, Massageliegen: Ein 4,3 Kilometer langer Rundwanderweg verbindet die einzelnen Stationen miteinander. Mehrere Schautafeln (Entstehung der Alpen, Alpengvögel oder Landwirtschaft in den Alpen) informieren.

www.ammergauer-alpen.de/poi/zeitberg

→ Eifelblicke – Logenplätze mit besonderer Fernsicht

Entlang vieler Rad- und Wanderwege in der Eifel gibt es besondere Rastplätze, die einen einzigartigen Blick auf die landschaftlichen Höhepunkte der Region versprechen. Der Naturpark Nordeifel hat diese Besonderheiten zum Angebot „Eifel-Blicke“ zusammengefasst und als „Marke“ entwickelt. Es hat die Form eines liegenden „E“ und lädt mit seiner praktischen Brotzeitablage zur Rast ein.

<https://nordeifeltourismus.de/aktivzeit/natur-erleben/naturpark-nordeifel/eifel-blicke>

4.4 Radfahren – sportlich, genussvoll, aktiv, nachhaltig ...

Der Rennradsport hat im Bergischen Land Tradition. Der Klassiker ist seit 1908 das Radrennen „Rund um Köln“. Für in- und ausländische Radsportinteressierte bietet das Bergische gute Trainingsbedingungen. Das Radfahren im Alltag und in der Freizeit hat stark an Bedeutung gewonnen. Das Radwegenetz ist überwiegend auf Tourenradeln ausgerichtet. Zunehmend wird es aber auch von E-Bikern genutzt. Einige der touristischen Routen sind aufgrund der Topografie eher für E-Biker geeignet. Für Familien und Genussradler bieten sich vor allem die Bahntrassenradwege an. Dazu gehören der Bergische Panorama-Radweg und der Panorama-Radweg Balkantrasse. Sie sind Teil des Projektes „einfach bergisch radeln“. Die Routen sind teilweise so stark frequentiert und touristisch gut angenommen (insbesondere auch von Gästen aus den Benelux-Staaten), dass es durchaus zu Nutzungskonflikten, so z.B. zwischen Familien mit Kindern und Rennradfahrern, kommen kann. „Das Bergische“ – „Schwalbe Radfahrland“ wirbt mit ausgeschilderten Radrouten. Nicht zuletzt aufgrund der schwierigen Topografie wurde im Bergischen in der Vergangenheit nicht konsequent auf den Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur gesetzt. Eine gewisse Herausforderung stellt das Knotenpunktnetz der Radregion Rheinland dar. Viele Routen verlaufen entlang stark befahrener Straßen, teilweise ohne eigenes Wegenetz. Hier könnten straßenbegleitende Radwege zu einem Qualitätsmerkmal werden. Eine weitere Aufgabe bleibt der angemessene Umgang mit dem Thema Mountainbiking in der Region. Im Gegensatz zum Mountainbiking dürfte vom Gravelbiking tendenziell eine geringere Belastung der Umwelt ausgehen, insbesondere dann, wenn es auf bestehenden Wegen ausgeführt wird. Gravelbiking hat an Popularität gewonnen und kann als aufstrebender Trend in der Radsportszene betrachtet werden. Es ermöglicht eine Mischung aus Straßen- und Geländefahrten, was es zu einer Option für Radfahrende macht. Neben der bekannten Motocross-Strecke bietet der „Bielsteiner Waldkurs“ auch einen Mountainbike-Rundkurs speziell für Mountainbiker. Sie wurde im Rahmen des ersten EMTB-Cross-Country-Weltcups in Deutschland eröffnet. Für die Zukunft sind weitere Rennen geplant. Das Gelände des Bielsteiner Waldkurs soll zu einem Bikepark ausgebaut werden. Der Bikepark auf :metabolon bietet einen asphaltierten Pumptrack und einen naturnahen Trailpark, wobei die Cross Country Mountainbike-Strecke des Trailparks vorerst geschlossen bleibt.

Das Bergische ist keine klassische Freizeitradregion, auch wenn es Traditionen im Radrennsport und im Freizeitradsport gibt. Aber bereits das Kölner Tourenbuch für Radfahrer von 1898 schlägt Tagesausflüge ins Bergische Land vor und verweist auf „eine gut aufgestellte Gastronomie“. An einer qualitativen und innovativen Weiterentwicklung des Radtourismus sollte gezielt gearbeitet werden. Abstimmungsprozesse haben zu dem Konzept „Regionale Fahrradinfrastruktur im Bergischen RheinLand“ geführt. Das Interesse an Radangeboten ist hoch. Radfahren ist neben Wandern die beliebteste Freizeit- und Urlaubsaktivität der Deutschen. Allerdings ist auch hier der Wettbewerb zwischen den Destinationen groß.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 4: Radfahren

1	Marketingkonzept „Radfahren im Bergischen Land“. Angebot für sportliche Zielgruppen (Rennrad, Gravel) sowie für Tourenradler. Gute Perspektiven bietet der ausländische Markt (Niederlande/ Belgien).	+
2	Initiierung, Entwicklung und Bündelung zentral buchbarer Angebote.	+
3	Schaffung attraktiver Freizeitrouten durch die Kombination mit Themen und Sehenswürdigkeiten. Beispiele für eine Einbindung: Bunte Kirchen, Bauernhöfe, regionale Produkte, Talsperren, Mühlen, Industriegeschichte, Gesundheitsförderung, kinder- und familienfreundliche Angebote ...	++
1	Einrichtung eines „Runden Tisches“ für ganzheitliche Beteiligungsverfahren, um die verschiedenen Radverkehrskonzepte zusammenzuführen. → Bergisches Städtedreieck, Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land (Knotenpunkt-system), Radregion Rheinland, Verbände	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

4.5 Kultur und Kultur-Begegnungen. Das Bergische als kultureller Resonanzraum

Altstadtkerne, Baudenkmäler, archäologische Denkmäler, historische Wegesysteme, Schlösser, Burgen, Kirchen, Klosterlandschaft Altenberg und Altenberger Dom, Naturdenkmale, Höhlen, Museen, Werke moderner Baukultur, Zeugnisse alter Bergwerkstätigkeiten, Wirtschaftsgeschichte, Sozialgeschichte und Industriekultur (z.B. Lederverarbeitung, Textilwirtschaft), sakrale Kunst (Bunte Kirchen, Hölzerne Arma-Christi-Kreuze), Bildende Kunst, Musik, das immaterielle Welterbe Bergisches Drehorgelmuseum, Kunst- und Literaturschaffende, Tüftler und Entwickler, bekannte Personen des öffentlichen Lebens, Unternehmerfamilien, Persönlichkeiten wie Böhm, Böll, Lasker-Schüler, Stockhausen oder die Brüder Zuccalmaglio oder der Aufenthalt Goethes in Bensberg, Literatur, Traditionen, Feste, politische Ereignisse, Geschichten ... diese Beispiele prägen die kulturelle DNA der Region. Sie bildet das kulturelle Kapital des Bergischen Landes und ist längst auch zu einem entscheidenden Standortfaktor für Bewohner und Investoren geworden. Im Tourismus werden kulturelle Orte und Themen zunehmend zu einem Differenzierungsmerkmal. Themenvielfalt, Erlebnisqualität, Vermittlungs- und Präsentationsformen oder Erreichbarkeit sind die Treiber für die touristische Relevanz. Die analogen Orte der Kultur werden in Zukunft noch mehr an Bedeutung gewinnen, insbesondere vor dem Hintergrund der fortschreitenden Virtualisierung und Digitalisierung der Gesellschaft.

Das Bergische ist eine Einheit von Natur- und Kulturraum. Viele Menschen haben mit ihren Ideen zum Ruf des Bergischen als Region der Erfinder und Tüftler beigetragen. Die Orte der frühen Industrialisierung sind heute interessante Erlebnisräume. Das Bergische bietet vielfältige, erlebnisorientierte und oft unerwartete kulturelle Zugänge, die noch intensiver für (touristische) Angebotsformate genutzt werden können. Die Gewinnung und Einbindung von Partnerinstitutionen, wie z.B. der Kulturämter der Kreise, ermöglicht anspruchsvolle Kooperationsformate und interessante thematische Zuschnitte. Im Rahmen der REGIONALE 2010 und der REGIONALE 2025 wurden hierfür Kontexte geschaffen, die zu entsprechenden Besuchen einladen. Insbesondere die Broschürenreihe „Neues Sehen. Unterwegs im Bergischen Land“ regt in besonderer Weise zum Entdecken an. Broschüren des Naturparks Bergisches Land (Bergische Orte, Bräuche, Berufe, Originale) wollen die Identifikation der Bewohnerinnen und Bewohner mit ihrer Region stärken.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 5: Kultur

1	Initiierung, Erarbeitung und Bündelung von zentral buchbaren Kulturangeboten.	+
2	Begleitung (z.B. Mühltage im Bergischen Land), Anregung und Entwicklung von Programmformaten. Beispiele für Neuentwicklungen: Bergisches Literaturfestival, Jazzfestival, Bergisches Festival (eine Komposition aus Jazz, Literatur, Gespräch, Kulinarik) ...	++
3	Entwicklung des buchbaren Programmformats „berg.exkursionen“. Die in der Reihe „Neues Sehen“ der REGIONALE 2025 beschriebenen besonderen Orte können z. B. zu einem (buchbaren) Exkursionsangebot aufbereitet werden. „Schräge“ Orte werden zu einem besonderen Merkmal der „berg.exkursionen“.	++
1	Gewinnung, Begleitung, Weiterbildung von „Kulturreiseleitungen“ und „Kulturinterpretationen“. → Naturpark Bergisches Land („Natur- und Landschaftsführende“), Vereine (z.B. Interessengemeinschaft der Gästeführerinnen und Gästeführer „Wir Bergischen“)	+
2	Einrichtung eines „Runden Tisches Kultur“ zur Zusammenarbeit mit den Trägern der Kulturarbeit in der Region → Kreise (Kulturämter), LVR, Museen, Vereine (Bergische Geschichtsvereine) u.a	+
3	Initiative zum Aufbau von Themenportalen (Förderprojekt), die wie ein Netz über das Bergische verteilt sind, wie z.B.: Textilindustrie, Lederindustrie, Bergbau oder Literatur. Sie verstehen sich als „Knotenpunkte“ im Rahmen einer inhaltsorientierten Erlebnisstrategie. Beispiele: Altenberg bietet sich mit dem Projekt Cisterscapes (Europäisches Weltkulturerbe) als Themenportal für Klosterlandschaften an und Waldbröl als ein Portal für Bergische Literatur. Denkbar sind auch Storytelling-Projekte wie die Geschichte des Herrenkonfektionärs Alfons Müller-Wipperfürth. → Kommunen, Kreise (Kulturämter), LVR, Museen, Vereine (Bergischer Geschichtsverein) u.a.	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets. „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen. Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

Eine erlebnisorientierte Gestaltung von „Kulturbegegnungen“, das Segment der Ausflüge und Aktivitäten, gewinnt an Bedeutung. Tages- und Übernachtungsgäste haben sich an Online-Ticketing oder mobile elektronische Zahlungsformen gewöhnt. Angesichts der (gestiegenen) Erwartungen der Gäste spielen neben der besonderen Qualität der Angebote auch die digitalen Zugänge und die Online-Sichtbarkeit eine Rolle.

4.6 Gesundheit – oder: Bergische Orte des Wohlfühlens, der Kraft, der Entschleunigung, der Resonanz

Der Megatrend Gesundheit ist als Grundwert tief im gesellschaftlichen Bewusstsein verankert. Das Thema Gesundheit nimmt bei Deutschen, wenn sie in sozialen Netzwerken unterwegs sind, eine zentrale Rolle ein. Es durchzieht alle Lebensbereiche. Auch für den Tourismus bietet Gesundheit als zentrales Lebensziel große Chancen und Impulse. Allerdings gibt es gute Gründe, den Begriff „Gesundheitsurlaub“ in touristischen Kontexten, in denen es eher um präventive Konzepte geht, nur sehr eingeschränkt zu verwenden und nach anderen Umschreibungen zu suchen. Für Destinationen ist es oft erfolgreicher, sich auf positive Aspekte zu konzentrieren, die Reisende ansprechen. Dies können beispielsweise einzigartige kulturelle Erlebnisse, interessante Landschaften, kulinarische Vielfalt oder attraktive Aktivitäten sein. Die Gesundheit spielt dann eher im Hintergrund eine Rolle.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 6: Gesundheit

1	Initiierung, Entwicklung und Bündelung von zentral buchbaren Angeboten: Outdoor- und Natursport (z.B. Waldbaden), Aktivitäten zur Förderung der psychischen Gesundheit.	+
2	Wiederbelebung und Neuausrichtung des Konzepts der Sommerfrische.	+
1	<p>Programmentwicklung „Bergische Orte des guten Lebens“: Die Vision „Orte des guten Lebens“ ist es, ein inspirierendes Umfeld zu schaffen, in dem Menschen die Schönheit der Natur genießen und ihre Gesundheit und Lebensfreude steigern können. Sie bildet die inhaltliche Klammer einer Gesamtplanung für „Das Bergische“ und ermöglicht es, Elemente des Kneipp-Konzeptes (Wasser, Bewegung, Ernährung, Kräuter, Balance) über den gesamten Raum zu verteilen. Gäste und lokale Bevölkerung werden mit den Angeboten gleichermaßen angesprochen. Resonanzorte und Kraftquellen, die „antworten“ und in der Begegnung mit ihnen Resonanz erzeugen. Als Leitthema lassen sich zunächst die „Wasserorte“ herausstellen, über die das Bergische Land in vielen Schattierungen verfügt: Talsperren, Bachläufe, Wasserspielplätze, mäandrierende Flussläufe, Mühlen, Fischteiche, Burgweiher oder Quellen. Es sind Orte, die Menschen emotional berühren und an denen sie zu sich selbst kommen können.</p> <p>→ Kommunen, Kreise, REGIONALE 2025</p>	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

Im Rahmen der REGIONALE 2025 wurde das Thema Gesundheit als Handlungsfeld identifiziert. Das Projekt „Gesundheitslandschaft südliches Bergisches RheinLand“ greift die bisherige Entwicklung der Heilklimatischen Kurorte Nümbrecht (Status seit 1987) und Reichshof-Eckenhagen (Status seit 1999) sowie des Erholungsortes Windeck-Herchen (Status seit 1984) auf und sucht nach einer durchgeführten Potenzialanalyse nach möglichen Perspektiven. Gerade diese Orte bilden eine gute Ausgangsbasis für gesundheitsorientierte Angebote. Die örtlichen Kliniken ergänzen und prägen das Image der regionalen Aktivitäten. Die hohe Besucherfrequenz bietet Möglichkeiten zur Ansprache für Gesundheitsvorsorgeangebote. Well-Aktiv-Tage eröffnen im Bergischen vielfältige Zugänge zu differenzierten gesundheitlichen Präventionsmöglichkeiten.

Das Bergische ist seit jeher ein beliebtes Naherholungs-, Ausflugs- und Reiseziel mit einer natürlichen und kulturellen Vielfalt sowie einer guten Erreichbarkeit für die angrenzenden Ballungsräume. Die abwechslungsreiche Landschaft mit ihren Wäldern, Flüssen, Bächen und Talsperren bildet eine tragfähige Basis für Tourismusformen, die mit ihren Angeboten und Produkten Wohlfühlen, Kraft tanken, Genießen, Ruhe an „schönen“ Plätzen, Geschichten erzählen, Zuhören, die Sinne erfahren, Sonnenuntergänge erleben oder mit der Natur und dem Wald in Resonanz gehen... ermöglichen. Dies gilt es zu nutzen und das südliche Bergische RheinLand als Region für Gesundheit, Bewegung, Stressabbau, Burnout-Prävention zu entwickeln. Medizinische Studien zeigen, dass der Aufenthalt im Wald auf Körper und Psyche beruhigend und entspannend wirkt. Er aktiviert das Immunsystem und hilft, Stress und psychische Belastungen abzubauen. Die Entwicklung von Kur- und Heilwäldern steht noch am Anfang und könnte für „Das Bergische“ besondere Chancen eröffnen. Der Referentenentwurf des Gesetzes zur Neuordnung des Bundeswaldgesetzes (2023) sieht die Ausweisung von Kur- und Heilwäldern als besondere Waldart vor.

Anregende Beispiele aus der Praxis

Aus der Fülle interessanter Beispiele werden zwei herausgegriffen:

- Die Stadt Lahnstein verfolgt das Projekt eines Kur- und Heilwaldes und weist dafür rund 240 Hektar Baumbestand aus. Das „Open-Air-Gesundheitsstudio“ wird der erste Kur- und Heilwald seiner Art in Rheinland-Pfalz sein. Ein acht Hektar großer Kinderheilwald wird 2021 als Teilabschnitt eröffnet. Im Mittelpunkt des Kinderheilwaldes steht die Wiederherstellung der Gesundheit von Kindern. Indikationen sind z. B. Übergewicht, Schlafstörungen sowie Konzentrations- und Aufmerksamkeitsstörungen. www.kurundheilwaldlahnstein.de
- Das Zentrum der „Lebensspur Lech“ bildet das Erleben der Kneipp'schen Gesundheitslehre mit ihren fünf Säulen: Wasser, Bewegung, Ernährung, Heilpflanzen, Balance. Der Lech steht dabei sinnbildlich für die Kraft und Heilwirkung der Natur. Ein grenzüberschreitender, gesundheitstouristischer Erlebnisraum zwischen dem österreichischen Tirol und dem bayerischen Allgäu verbindet die Partner Lechweg, Füssen im Allgäu, Lechtaler Auszeitdörfer und Holzgau/Tirol. www.lebensspur-lech.com

Die Zukunft liegt im Erleben von Resonanz. Resonanz bezeichnet das menschliche Grundbedürfnis nach Zugehörigkeit, nach Verbundenheit, nach Beziehung zu anderen Menschen, zur Umwelt ... und nach einer zutiefst menschlichen Gastfreundschaft. Vorgeschlagen wird ein Konzept mit dem Titel „Bergische Orte des guten Lebens“.

4.7 Reiten und Pferdeurlaub im Bergischen

Urlaubsformen rund ums Pferd sind im Bergischen Land eher ein Nischenthema. Der Rheinisch-Bergische Kreis hat eine lenkende Beschilderung der Reitrouten vorgenommen und verfügt über ein Reitroutenkonzept. Das Konzept besteht aus einer Sammlung von Reitgebieten. Im Oberbergischen Kreis ist das Reiten in der freien Landschaft und im Wald über den Gemeingebrauch an den öffentlichen Verkehrsflächen hinaus auf privaten Straßen und Wegen gegen Entrichtung einer Reitabgabe gestattet. Einschränkungen gelten u.a. auf besonders gekennzeichneten Wegen und in 22 Sperrbezirken. Querfeldeinreiten ist grundsätzlich nicht erlaubt.

Reiten und Reiterferien können nicht losgelöst von der Entwicklung der Landwirtschaft betrachtet werden. Viele landwirtschaftliche Betriebe haben sich mit der Pferdehaltung ein (zusätzliches) wirtschaftliches Standbein geschaffen. Die Pferdeklinik in Leichlingen bietet weitere Anknüpfungspunkte zu diesem Thema.

Trotz verschiedener Bestrebungen, den Ausbau eines Reitwegenetzes voranzubringen, besteht bisher kein reittouristisches Konzept für das Bergische. Reitausflüge, Reitstunden, geführte Pferdetouren, Wanderreiten, Reiterferien sind z.B. Angebotsformate, die Kinder, Jugendliche und Familien ansprechen.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 7: Reiten

1	Einrichtung einer Fokusgruppe „Pferdetourismus im Bergischen“. Zu klärende Fragen: Welchen Beitrag kann der Reittourismus zur Profilbildung des Bergischen leisten, wo liegen die Stärken und Schwächen, welche Initiativen sind notwendig, welche Synergien mit bestehenden Einrichtungen sind möglich, welche Erwartungen haben die Leistungsträger?	++
---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

4.8 Gastronomie. Kulinarische Vielfalt fördern und entdecken

Gastronomie trägt wesentlich zur positiven Wahrnehmung einer Destination bei, denn Vielfalt, Kreativität und Qualität der Kulinarik machen eine Region sinnlich erlebbar. Regionale Küche und lokale Spezialitäten sind ein wichtiger Teil der Kultur und Identität einer Destination. Reisende haben oft den Wunsch, die lokale Küche zu entdecken und authentische Geschmackserlebnisse zu genießen. Die Gastronomie kann eine wichtige Rolle bei der Förderung lokaler Produkte und Erzeuger spielen. Durch die Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten und Erzeugern unterstützt die Gastronomie die lokale Wirtschaft und trägt zur nachhaltigen Entwicklung der Region bei.

Die gastronomische Situation im Bergischen wird trotz vieler hervorragender Betriebe kritisch bewertet. Als problematisch werden u.a. die Öffnungszeiten, der Service und das Angebot angesehen. Aktuelle Entwicklungen wie Arbeitskräftemangel oder Kostensteigerungen verschärfen die Situation. Gerade das fehlende Angebot in der Fläche, auch angesichts des Wirtshaussterbens, da damit auch Treffpunkte für die örtliche Bevölkerung verloren gehen, muss durch kreative Initiativen ausgeglichen werden. Dazu gehören Pop-up-Restaurants, Straußwirtschaften, Foodtrucks, Genossenschaften, genossenschaftlich organisierte Dorfknuppen, Picknickplätze, Verkaufsstände lokaler Erzeuger oder Veranstaltungen mit kulinarischem Schwerpunkt.

Im Bergischen Land sorgt das Gütesiegel „Gastgeber Bergisches Wanderland“ für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe für eine Fokussierung auf die Bedürfnisse der Wandernden. Die Wiederbelebung einer Initiative für die Bergische Wirtshauskultur erscheint überfällig, nachdem der Verein „Bergische Gastlichkeit“ zur Pflege der Bergischen Küchenkultur seine Aktivitäten offensichtlich eingestellt hat.

Das im Naturparkplan Bergisches Land vorgestellte Projekt „Bergischer Proviant auf allen Wegen“ verspricht eine Entlastung bei der Suche nach gastronomischen Angeboten, die Schaffung einer Infrastruktur zur Versorgung von Gästen und Einheimischen sowie eine Steigerung der Aufenthaltsqualität.

Die Öko-Modellregion Bergisches RheinLand plant die Herausgabe eines Kochbuches. Die Leserinnen und Leser sollen erfahren können (und letztlich auch schmecken), welche Bio-Produkte in der Region vorkommen und wie sie erzeugt werden. Vorgesehen sind 12 „Portraits“ von Produkten mit entsprechenden Rezepten.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 8: Gastronomie

1	Initiierung, Entwicklung und Bündelung von zentral buchbaren Angeboten zur „Bergischen Genussskultur“ wie z.B. „Bergische Picknick-Tage“.	+
2	Einrichtung eines Gesprächskreises zur Zusammenarbeit der Akteure in der Gastronomie (u.a. Leistungsträger, Wirtschaftsförderung, DEHOGA). Mögliche Themen: Wiederbelebung von Gastronomie-Gütesiegeln oder Abstimmung von Öffnungszeiten und Ruhetagen, „Die klimafreundliche Speisekarte: Regional. Gesund. Lecker“, Vernetzung lokaler Produzenten mit Gastronomen aus der Region, saisonale und regionale Küche.	+
3	Diskussion und Ausbau der Zusammenarbeit „Bergische Esskultur“: z.B. Slow Food, engagierte Gastronomen, Bergischer Ernährungsrat, Regionalvermarktungsverein Bergisches Land „Bergisch Pur“.	+
4	Bergische Gasthaustradition: Sammlung, Vernetzung, Präsentation ausgewählter historischer Gasthäuser. Ähnliche Schwerpunkte können mit historischen Cafés, Bäckereien, Metzgereien oder besonderen Handwerksbetrieben gesetzt werden. So wird Heimatgenuss kuratiert.	+
5	Kampagne zur bergischen Kochkultur mit Rezepten, die von Vertretern aus der Region vorgestellt werden: Sommer-, Herbst-, Winter-, Frühlings- oder Backrezepte.	+
6	Initiierung und Entwicklung von Veranstaltungsformaten: z.B. berg.exkursion „Heimat schmecken“ – kulinarische Reise durch das Bergische Land; Genussmomente „Kartoffel“, „Bergische Forelle“, „Bergische Wildtage“; Präsentation regionaler, gesunder Produkte und Kochkunst an langen Tafeln und Genuss in fröhlicher Atmosphäre, die Einheimische und Gäste verbindet; Bergisches KulturMenü (Themenabende).	++
7	Thematische Inszenierung von (bestehenden) Rad- und Wanderwegen mit gastronomischen Konzepten.	+++
1	Anregung innovativer Gastronomiekonzepte (Pop-up-Restaurants, Food-Trucks, Verleih von Lastenrädern mit Picknick-Körben u.a.), um neben den klassischen Angeboten mit Festivalisierung und Outdoor-Orientierung authentische Erlebnisse zu gestalten und die Gäste zu begeistern. → DEHOGA, Kommunen, Leistungsträger, Wirtschaftsförderungen	++
2	Die Ideen- und Projektskizze für „Das Anton's“ (benannt nach Anton Wilhelm Florentin von Zuccalmaglio) umfasst die Entwicklung einer „Bergischen Markthalle“ mit einer Gastronomie, die regionale Produkte anbietet, sowie Einkaufsmöglichkeiten – inspiriert von erfolgreichen Konzepten wie Hobenköök in Hamburg und dem Genussmarkt Pur Südtirol. → DEHOGA, Leistungsträger, Wirtschaftsförderungen	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

Anregende Beispiele aus der Praxis

→ Picknick-Stationen im Windecker Ländchen

Gäste im Windecker Ländchen haben die Möglichkeit, ein individuelles Picknick-Arrangement zu buchen. Die vom Tourismusverein Windecker Ländchen angeschafften und an verschiedenen Standorten aufgestellten Boxen werden vom Eulenhof bewirtschaftet. Auf deren Internetseite kann der Inhalt der Box individuell zusammengestellt, gebucht und bezahlt werden. Mit einem zugesandten Code lässt sich die Box dann vor Ort öffnen.

www.windecker-laendchen.com

www.eulenhof.shop

→ Kräutercafé in Waldbröl

Das Käutercafé am Bergischen Panoramasteig bietet, neben gastronomischen Möglichkeiten (z.T. mit Wildkräutern) oder einem Verkauf von Kräuterprodukten, Kräuterwanderungen oder Wildkräuterführungen an. Ein Picknick-Rucksack kann ausgeliehen werden.

www.kraeutercafe.com

→ Das Restaurant Kuckucksstube im Coucou Hotel in Titisee-Neustadt

Im Dezember 2019 wurde die erste „Kuckucksstube“ eröffnet. Mit diesem Schritt möchte die Hochschwarzwald Tourismus GmbH gemeinsam mit der Bellini Gruppe Freiburg die regionale Küche beleben. Das Franchisekonzept kommt ohne ausgebildete Fachkräfte aus und verbessert gleichzeitig das gastronomische Angebot mit traditioneller Küche und regionalen Produkten im Hochschwarzwald. Auf der Speisekarte stehen Vespervariationen, traditionelle Schwarzwälder Gerichte, Flammkuchen und Burger sowie Desserts. Die Speisen werden in der Zentralküche der Bellini-Gruppe frisch zubereitet und per Elektro-LKW in die Restaurantküche der Kuckucksstube geliefert.

www.kuckucksstube.de

→ „Lass dir deinen Picknickkorb packen.“

Das Münsterland schafft besondere Picknick-Erlebnisse. Es wirbt mit Picknickkörben, die Gastronomen mit regionalen Spezialitäten füllen, einem Verzeichnis, das besondere Picknickplätze in der Region vorstellt, Picknickutensilien, wie z.B. eine Picknickdecke, die nachhaltig, hochwertig und regional in den Farben des Münsterlandes hergestellt werden, besondere Picknick-Events und die jährlich stattfindenden Picknick-Tage. Seit 2018 entwickelt das Münsterland die Picknickkultur zu einem Markenzeichen der Region. „Picknick³“ ist ein Kommunikationsprojekt, das die Marke Münsterland erlebbar machen soll. Die Betonung der Picknickkultur will die Lebensqualität und das Lebensgefühl im Münsterland unterstreichen und die Naturverbundenheit und Gemeinschaft der Münsterländer symbolisieren. Der Zusatz „hoch 3“ formuliert den Anspruch, dieses Lebensgefühl durch Veranstaltungen an ungewöhnlichen Orten sowie durch Kunst und Kultur sichtbar zu machen und zu verstetigen. „Regionalmarketing braucht Emotionen und Bilder, die sich gut transportieren lassen“, heißt es in der Begründung.

www.marke-msl.de

www.muensterland.com/tourismus/themen/erlebnis-region-muensterland/picknick/picknickkorb-gastronomen

→ Hobenköök: Einkaufen und Essen im Oberhafenquartier in Hamburg

Die große „Hafenküche“ mit Markthalle und Restaurant arbeitet streng saisonal und regional – mit Ausnahme des Weins. Produkte von über 200 norddeutschen Biohöfen und Privatmanufakturen werden in der ehemaligen Güterabfertigungshalle verkauft und verkocht. Es werden jeweils vier Gerichte angeboten: ein veganes, ein vegetarisches, ein Fisch- und ein Fleischgericht. Die Gerichte werden täglich frisch aus den saisonalen Produkten der Markthalle zubereitet.

www.hobenkoeek.de

4.9 Heimat genießen [mit regionalen Bergischen Produkten]

Das Angebot regionaler Produkte trifft den Nerv der Zeit. Die Sehnsucht nach traditionellen Werten und neuer Lebensqualität spiegelt sich auch im Verhalten wider: Authentizität und Bodenständigkeit werden gesucht. Regionale Angebote sind der ideale Anknüpfungspunkt. Durch die Integration regionaler landwirtschaftlicher, handwerklicher, künstlerischer oder sonstiger vor Ort hergestellter sowie entwickelter Produkte in die Angebotspalette kann die Region eine deutliche Aufwertung erfahren, indem gezeigt wird, was es hier alles gibt und worauf die örtliche Bevölkerung stolz sein kann. Das stärkt auch die Identifikation der Bürgerschaft mit der Region. Bergische Produkte bieten Anlässe für kommunikative Aktionen. Eine besondere Schnittstelle ergibt sich zur regionalen Landwirtschaft mit den zahlreichen Hofläden oder Automaten und Manufakturen. Diese Möglichkeiten gilt es sichtbar zu machen und die Gäste z.B. durch den Kontakt zu Direktvermarktern oder Produzenten von Bergisch Pur in die Vermarktungskette einzubinden und auch Absatzwege für Produkte aus ökologischem Landbau und artgerechter Tierhaltung zu eröffnen. Über eine neue Vermarktungsplattform können Produkte „Bergisch Pur“-Produzenten bestellt und zu festen Terminen in Sparkassenfilialen abgeholt werden.

Im Rahmen eines Workshops zu bergischen Regionalprodukten wurde eine „Customer Journey“ für „Das Bergische“ diskutiert. Unter „Customer Journey“ wird dabei der idealtypische Weg vom Erstkontakt über verschiedene Stationen und Etappen bis zum Kauf eines Produktes verstanden.

„Das Bergische“ sucht Anknüpfungspunkte, um bergische Produkte in seinen Marketingaktivitäten stärker herauszustellen und Produkterlebnisse zu schaffen, die den Gast zu „Markenbotschaftern“ werden lassen. Dabei geht es insbesondere, aber nicht ausschließlich, um landwirtschaftliche Produkte. Wenn der Gast aufgrund eines begeisternden Erlebnisses seinen Freunden davon erzählt, wird er durch den Informationsaustausch zum „Markenbotschafter“. Und: Stammgäste kommen gerne wieder – wenn sie gut integriert sind. Gerade im digitalen Zeitalter sind sie eine wichtige Basis. Daher ist es sinnvoll, die Kommunikation besonders auf bestehende Kontakte auszurichten und die Bindung weiter zu stärken. Die entscheidenden Zugänge sind aber nach wie vor tiefgehende, erlebnisorientierte Erfahrungen. Es gilt, die Angebote aus der Perspektive des Gastes zu denken und zu gestalten sowie die stra-

Empfehlungen zum Handlungsfeld 9: Bergische Produkte

1	Sammlung, Initiierung und Kommunikation von (buchbaren) Erlebnisformaten mit regionalen Produkten: Routen, „Butterfahrten“, Exkursionen, Obsternte und -verarbeitung. Aber auch Fossiliensuche im Grauwacke-Steinbruch, Märkte, Automatenverkauf, gastronomische Angebote, Agrotainment, Einkaufen auf dem Bauernhof, Verkostungsstationen etc. sind entsprechende Elemente.	+
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

tegischen Überlegungen und initiierten Projekte (Kooperation mit dem Regionalvermarktungsverein Bergisches Land „Bergisch Pur“) fortzuführen. Besondere Anknüpfungspunkte ergeben sich zur Landwirtschaft und zum Handlungsfeld Gastronomie. Neben der Qualität und Herkunft der Produkte steht das Einkaufserlebnis im Vordergrund. Erfolgreiche Anbieter werden ihre Läden inszenieren, Produkterlebnisse schaffen und sich über Begegnungs- und Kommunikationsorte differenzieren (müssen). Damit ist eine Aufgabenerweiterung verbunden, die unterstützt und begleitet werden muss, weil die Region davon profitieren wird. Der Blick in andere Branchen hilft. Durch den hohen Anteil an Tagesgästen kommt dem Einkauf regionaler Produkte eine hohe Bedeutung zu.

4.10 Übernachten im Bergischen

Der Beherbergungsmarkt ist vielfältig. Mehr Naturerlebnisse, Reiseziele abseits der touristischen Ballungszentren, authentische und individuelle Unterkünfte wie Ferienwohnungen oder Ferienhäuser stehen ganz oben auf der Wunschkala der Reisenden. Ferienwohnungsplattformen berichten von einem deutlich gestiegenen Interesse an außergewöhnlichen und individuellen Unterkünften. Reisende suchen nicht nur eine Unterkunft zum Übernachten. Sie suchen einen Ort, der Teil ihres Urlaubserlebnisses wird.

Auch für Hotels ergeben sich neue Perspektiven: Sie können zu einem Treffpunkt für die regionale Bevölkerung werden. Manche Gäste suchen den Austausch. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung und flexibler Arbeitszeitmodelle gewinnt die Verbindung von Arbeit und Urlaub weiter an Bedeutung. Um auf diese Entwicklung adäquat reagieren zu können, bedarf es einer entsprechenden Ausrichtung der touristischen Angebote, um „Workation“ attraktiv zu gestalten und zugänglich zu machen.

Der Ferienwohnungsmarkt im Bergischen ist marginal. Bestfewo, die größte Plattform für Ferienwohnungen und -häuser in Deutschland, weist für das Bergische Land nur rund 130 Ferienunterkünfte aus. Zum Vergleich: Im Sauerland bietet das Unternehmen 2.400 und in der Eifel 1.200 Ferienwohnungen an. Das Interesse potenzieller Anbieter, Unterkünfte auf den Markt zu bringen, scheint vorhanden zu sein. Ein Investitionsstau, eine restriktive Haltung der Verwaltungen oder die Befürchtung, mit Ferienwohnungen dem regulären Wohnungsmarkt Wohnraum zu entziehen, sind mögliche Gründe für die geringe Anzahl an Ferienwohnungen bzw. Hemmnisse, den Anteil an Ferienwohnungen zu erhöhen.

Auch Campingurlaub ist nach wie vor gefragt. Bevorzugt werden Plätze an Gewässern und in der Nähe von touristischen Routen und Attraktionen. In Deutschland verzeichnete der Campingsektor im Jahr 2022 mit rund 40,2 Millionen Übernachtungen einen neuen Rekord. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Übernachtungen um rund 22 %. Die steigende Nachfrage führt in vielen Regionen zu einem Ausbau der Campinginfrastruktur. Betreiber investieren, modernisieren und erweitern ihr Angebot. Mittlerweile werden nicht nur Stellplätze für Wohnmobile und Zelte angeboten, sondern auch komfortable Mobilheime oder Luxuszelte. Das Angebot auf den Campingplätzen wird immer umfangreicher.

Landkreis	Campingplätze	Stellplätze
Rheinisch-Bergischer Kreis	12	1.085
Oberbergischer Kreis	25	3.354
Rhein-Sieg-Kreis	8	904
Summe	41	5.343

Tab. 9: Camping- und Stellplätze im Bergischen nach Landkreisen

Quelle: Eigene Erhebung durch Auswertung von Internetseiten bzw. Satellitenbildern (Stand: April 2023)

Im Bergischen scheint die Entwicklung anders zu verlaufen. Die größte Herausforderung besteht darin, dass das Bergische Land überwiegend durch stark in die Jahre gekommene Dauercampingplätze geprägt ist. Eine Untersuchung des Regierungspräsidenten Köln zur Situation der Campingplätze aus dem Jahr 1988 ergab, dass über 90 % der Plätze als „Wochenendplätze“ genutzt werden, obwohl sie als Campingplätze ausgewiesen oder genehmigt sind. Darüber hinaus stellte der Maßnahmenplan des Naturparks Bergisches Land (1992) bei 26 Campingplätzen „große ökologische und landschaftliche Probleme“ fest. Der Naturparkplan Bergisches Land (2023) geht auf die Situation der Campingplätze aufgrund anderer Akzente nicht ein.

Um ein genaueres Bild der Situation zeichnen zu können, wurde eine eigene Bestandserhebung durchgeführt, die hier nur im Gesamtergebnis dargestellt wird: Abbildung 25 zeigt die Verteilung der Campingplätze im Bergischen. Über die meisten Plätze verfügt die Gemeinde Marienheide. Die Zahl der ermittelten Stellplätze im Bergischen, überwiegend für Dauercamper, beträgt 5.343. Im Vergleich dazu beläuft sich die Zahl der Hotelbetten auf 3.855 (Januar 2023) bzw. die Zahl der insgesamt angebotenen Betten auf 9.984. Eine Gesamtübersicht für das Bergische mit Anzahl der Stellplätze, Aufteilung der Angebote für Dauercamper, Zelt- oder Wohnmobilplätze, Größe, Ausstattung, Gastronomie oder Einkaufsmöglichkeiten liegt nicht vor.

Gefragt sind auch einfache Zeltplätze in der Natur (Trekkingplätze). Mit einer kleinen Anzahl von Trekkingplätzen könnte das Bergische auf diese Nachfrage reagieren, z.B. auf der Dhünnhochfläche. Die Eifel weist insgesamt 18 Trekkingplätze aus. Auf eine ähnliche Zahl kommt das Sauerland: Der Naturpark Sauerland Rothaargebirge verfügt über sechs, der Trekkingpark Sauerland über 9 und Winterberg über 3 Plätze.

Landwirtschaft und Tourismus gehen im Bergischen keine besondere Verbindung ein. Zwar sind Hofläden und Reitangebote weit verbreitet, aber nur 10 % der 104 Angebote im Verzeichnis „Die echten Landerlebnisse“ (2020) der Landwirtschaftskammer NRW bieten Ferienwohnungen oder Übernachtungsmöglichkeiten an.

Der Naturerlebnispark Panarbora mit seinen Baumhäusern, afrikanischen Hütten, asiatischen Jurten und südamerikanischen Stelzenhäusern oder dem 1,6 Kilometer langen barrierefreien Baumwipfelpfad mit 40 Meter hohem Aussichtsturm erfüllt die Erwartungen. 2019 zählte Panarbora 24.551 Übernachtungen. Im Jahr 2020 kamen 76.359 Tagesgäste.

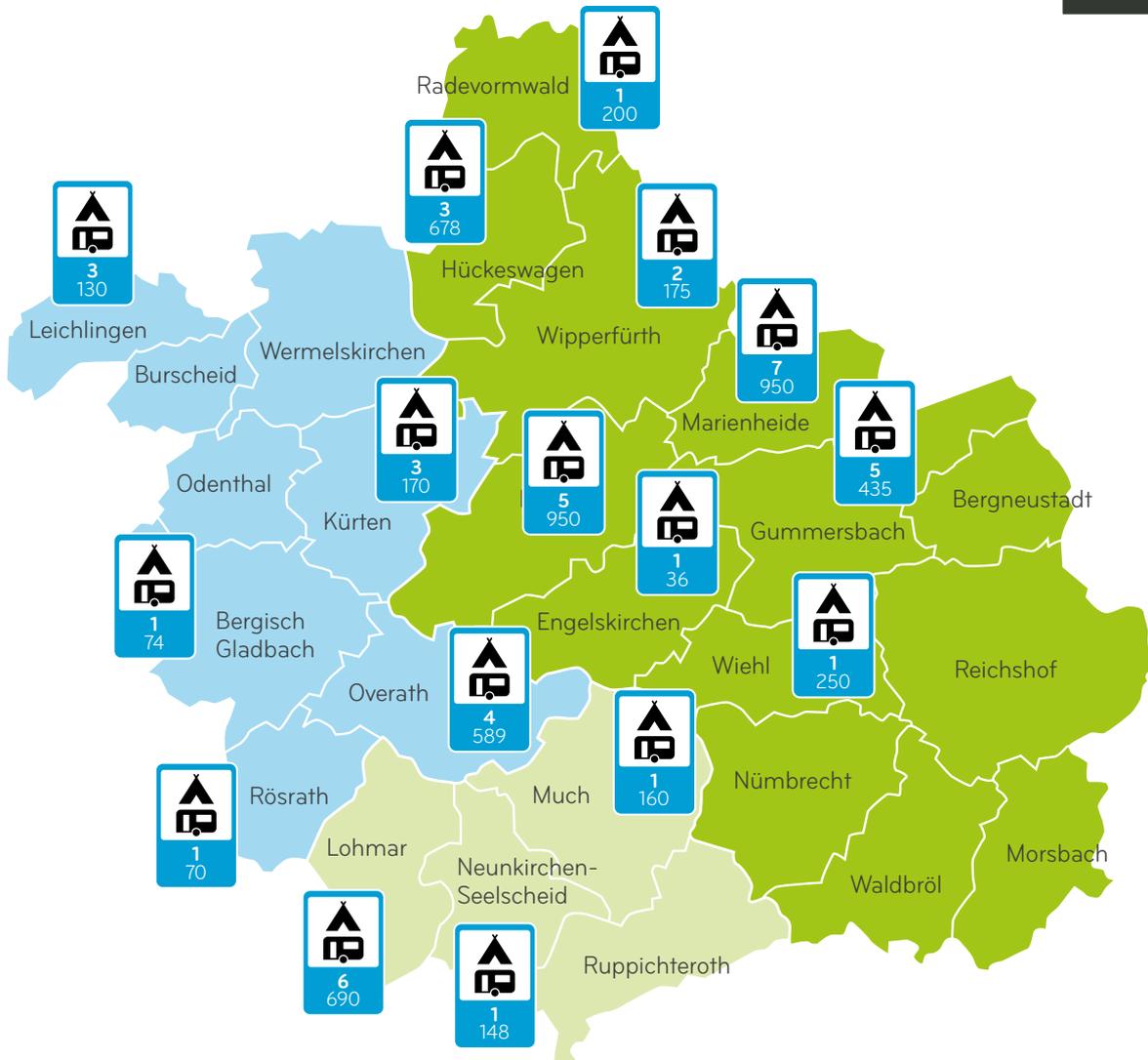


Abb. 25: Camping- und Stellplätze im Bergischen

Quelle: Erhebung durch Auswertung der Internetseiten der Campingplätze bzw. von Satellitenbildern (Stand: April 2023)

In Odenthal werden insgesamt 12 Baumhäuser geplant, von denen die ersten drei bereits bezugsfertig sind (September 2023).

Eine Herausforderung stellt das rückläufige Hotelangebot dar. Zur Verbesserung des Beherbergungsangebotes sind verschiedene strategische Ansätze notwendig. Dazu gehört neben einer Bedarfsanalyse für die Hotellerie auch eine Betrachtung der Auswirkungen und des Umgangs mit den seit den 1960er Jahren entstandenen Wochenendhausgebieten und Dauercampingplätzen. Hier sind Modernisierungsanstrengungen erforderlich.

An aerial photograph showing a large concrete dam in the foreground, with a reservoir extending into a valley. The valley is filled with dense green forests. In the background, there are rolling hills with patches of green fields and a small village. The sky is clear and blue.

Für die zukünftige Raumentwicklung der „Stadt-Landschaft“ gilt der Wasserreichtum des Bergischen Landes als „eine der größten Stärken und Chancenfelder“.

Anregende Beispiele aus der Praxis

→ Das Bergdorf LiebesGrün im Sauerland

Am Rande der Stadt Schmalleben, auf einem Sonnenplateau auf 465 m über NN am Fuße des Rothaarkamms, liegt das Bergdorf LiebesGrün mit Berghütten (10), Nestern (3) und Chalets (5) inmitten der Sauerländer Landschaft. Die Gesamtfläche des mehrfach prämierten Dorfes beträgt 36.000 m² mit Restaurant, kleinem Natur-Spielplatz und Pferdekoppel. Das Bergdorf ordnet sich dem 4- bis 5-Sterne-Bereich zu, Wohnen mit Hotelservice, das Frühstück wird zur Hütte geliefert, das Abräumen übernimmt der Service.

www.liebesgruen.de

→ Trekkingplätze in Winterberg

Drei neue Trekkingplätze bereichern das Outdoor-Angebot der Ferienwelt Winterberg seit 2023. Finanziert wurden Bau und Ausstattung durch Fördermittel der Leader Region Hochsauerland und Eigenmitteln der Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH. Die Trekkingplätze sind an ruhigen Standorten angelegt und bieten auf einer Holzplattform Platz für 1-2 Zelte (je Größe) oder Isomatten. Das nächste Dorf ist im Schnitt 2-3 km entfernt. Eine Ökotoilette steht an jedem Platz zur Verfügung.

www.winterberg.de/aktivitaeten-wohluehlen/sommer/wandern/trekkingplaetze

→ „One-Night-Camps“ für naturnahes Campen auf legalen Plätzen im Schwarzwald

Die Schwarzwald Tourismus GmbH baut dieses besondere Übernachtungsangebot aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach naturnahen Übernachtungsmöglichkeiten aus und arbeitet mit der Schweizer Camping-Plattform Nomady zusammen, die die Vision hat, echte Erlebnisse in und mit der Natur flächendeckend im Alpenraum zu ermöglichen. Ziel im Schwarzwald ist es, mit rund 150 buchbaren naturnahen Übernachtungsmöglichkeiten in die Saison 2024 zu starten.

www.schwarzwald-tourismus.info/one-night-camps

→ Plattformen und Stellplatzführer Wohnmobile

Um der steigenden Nachfrage nach „ausgefallenen“ Übernachtungsplätzen gerecht zu werden, sind in den letzten Jahren vermehrt Plattformen und Stellplatzführer für überwiegend private Stellplätze auf Feldern und Wiesen entstanden. Eine Auswertung der verschiedenen Empfehlungs- und Buchungslisten (Apps) lässt Rückschlüsse auf die konzeptionelle und strategische Ausrichtung der Angebote zu. Der „Winzeratlas“ nennt rund 200 Winzer, Weingüter und Winzergenossenschaften, die auf ihren Stellplätzen 24 Stunden zum Verweilen einladen. „Alpacacamping“ listet Erlebnis-Stellplätze abseits von Campingplätzen bei privaten Anbietern. Die Online-Plattform „staybetter“ bietet eine nachhaltige Alternative zum Wildcampen und vermittelt Stellplätze für Selbstversorger auf rund 100 Bauernhöfen in Deutschland. Die Übernachtung ist kostenlos, eine Spende an den Gastgeber, ein Einkauf auf dem Hof oder die Unterstützung einer Hofaktion (z.B. Futter für ein Hoftier) sind erwünscht. Mehr als 1.000 Übernachtungsangebote in Alleinlage, auf Bauernhöfen, Weingütern oder in der freien Natur bietet die Online-Plattform „Hinterland“. Hinterland sieht seine Aufgabe auch darin, das Übernachten in der Natur legal zu machen. Das deutschlandweite Angebot reicht von einsamen Plätzen am See bis hin zu verwilderten Gärten. Die Landvergnügen-App bietet Übernachtungsmöglichkeiten bei mehr als 1.400 landwirtschaftlichen Betrieben, darunter Brauereien, Imkereien, Käsereien und Weingüter. Für den kostenlosen Stellplatz kann man sich mit einem kleinen Einkauf im Hofladen revanchieren.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 10: Übernachten

1	Konzept, Strategie, Vorschläge für Reiserouten und Stellplätze für Wohnmobile.	+
2	Initiative zur Erhöhung und Verbesserung der Übernachtungskapazitäten im Bereich der Ferienwohnungen. Konzeptentwicklung des Projekts „berg.betten“ – analog zu den Kuckucksnestern im Schwarzwald oder den Grätzlhotels in Wien. Gründung einer „Innovationsgruppe ‚berg.betten‘“.	++
1	Strategie für Reisemobilstellplätze. → Campingplatzbetreiber, Kommunen, Kreise	+
2	Engagement für erlebnisorientierte und naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten im Bergischen (z.B. Trekkingplätze). → Kommunen, Kreise, Land- und Forstwirtschaft, Naturpark, Wasserverbände	++
3	Projekt „berg.betten“ – Attraktivierung von Ferienwohnungen im Bergischen. → Kommunen, Kreise, Leistungsträger, Wirtschaftsförderungen	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

4.11 Golf – Sport und Erholung im Grünen

Nach Angaben des Deutschen Golf Verbandes gab es im Jahr 2022 genau 729 Golfplätze in Deutschland und über 683.000 Menschen spielten aktiv Golf. Die meisten Mitglieder verzeichnen Bayern mit rund 144.000 und Nordrhein-Westfalen mit 143.000. Der „typische Golfspieler“ ist männlich und über 61 Jahre alt, das sind 42 % aller Golfspieler. Daraus ergeben sich besondere Herausforderungen für den Golfsport. Angesichts der relativ hohen Dichte von rund 40 Golfanlagen im Umkreis von nur 60 Kilometern haben KölnTourismus, die Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler, der Rhein-Erft Tourismus e.V. und „Das Bergische GmbH“ im Jahr 2011 das Portal „GolfNet Rheinland e.V.“ zur Förderung des Golftourismus in der Region Köln/Bonn gegründet. Im Rahmen des Tourismuswettbewerbs „Erlebnis.NRW“ hat das nordrhein-westfälische Wirtschaftsministerium 2012 ein Förderprojekt zur Positionierung des Rheinlandes als Golfregion mit rund 382.000 Euro bewilligt, um die Region national und international als attraktives Sport- und Reiseziel zu etablieren. Von dem Pilotprojekt „GolfNet Rheinland“ erhoffte sich das Wirtschaftsministerium auch eine Signalfunktion für andere Golfregionen in Nordrhein-Westfalen, ihre touristischen Potenziale optimal auszuschöpfen. Auf Beschluss der Mitgliederversammlung wurde der Verein im August 2020 aufgelöst.

Qualitativ hochwertige Golfanlagen haben einen erheblichen Einfluss auf die touristische Attraktivität einer Destination und können zu einer breiteren wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung beitragen. Der Bau und Betrieb von Golfanlagen erfordert zum Teil erheblichen Flächen- und Ressourceneinsatz. Im Bergischen Land hat der Golfsport Tradition. Bereits 1928 wurde in Wuppertal der erste Golfclub gegründet. „Das Bergische“ nennt acht Golfplätze, die sich durch ihre Naturkulisse und Panoramablicke, eingebettet in die natürliche Topografie, auszeichnen. Der Golfclub „Der Lüderich“ stellt seine Industriegeschichte in den Vordergrund. In der Grube Lüderich wurde bis 1978 Blei und Zink abgebaut. Das Fördergerüst des Hauptschachtes ist ein sichtbares Denkmal und gleichzeitig das Wahrzeichen des Golfclubs. Das ehemalige Maschinenhaus dient als Clubhaus.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 11: Golfen

1

Das Thema Golf ist trotz der Bedeutung der Anlagen im Bergischen in der touristischen Diskussion wenig präsent. Daher erscheint es sinnvoll, die Golfplatzbetreiber zu einem Austausch einzuladen, um Fragen, Bedarfe und Herausforderungen zu verfolgen und die Anforderungen an eine Vermarktung zu diskutieren.

+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets. „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen. Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

4.12 Faszination Winter

Das Oberbergische versuchte sich in den 1930er Jahren als Skigebiet zu positionieren. Meilensteine sind der Bau von Sprungschanzen in Engelnberg (Marienheide) 1930 oder in Kreuzberg (Wipperfürth) 1931. Für das Rheinland waren die oberbergischen Orte in den 1930er und ab den 1950er Jahren angesagte Skigebiete. Die Wintersportler kamen zunächst mit Sonderzügen. Einige Wintersportorte wie Kreuzberg gerieten in Vergessenheit. Von Anfang an kämpften die Orte in jeder Saison um ausreichend Schnee. Die Aussichten sind nicht besser geworden.

„Das Bergische“ benennt auf seiner Internetseite drei Skigebiete im Bergischen Land, die zum Teil aus mehreren Orten bestehen:

- Skigebiet Morsbach-Springe-Rom: Abfahrtshänge mit Schleppliften und Rodelhängen,
- Wintersportgebiet Blockhaus-Belmicke: Verschiedene Abfahrtshänge mit Schleppliften (Ski/Rodel), Rodelhänge und Langlaufloipen sowie Gastronomie (Skihütten),
- Önkfeld: Langlaufloipe.

Einen Ausblick gibt das Gutachten „Tourismus und Klimawandel in NRW“: Der Klimawandel mit steigenden Temperaturen in den Wintermonaten, abnehmender natürlicher Schneedeckendauer und längeren und häufigeren Tauwetterperioden stellt den Wintersporttourismus

vor Herausforderungen. Eine für die Ausübung verschiedener Schneesportarten (Ski alpin, Langlauf, Rodeln) ausreichende natürliche Schneedecke ist nur an wenigen Tagen im Jahr vorhanden. Ein früheres Saisonende und ein späterer Saisonbeginn verkürzen die Saison. Generell gilt ein Urlaub in den Monaten Dezember bis April nach wie vor als erstrebenswert, um sich an der frischen Luft aufzuhalten und winterliche Landschaften zu genießen. Besonders beliebt sind Aktivitäten wie Spaziergehen oder Winterwandern. Beliebtestes Reiseziel innerhalb Deutschlands ist Bayern mit 17 %, gefolgt von Nordrhein-Westfalen (9 %), wie eine Studie des Bayerischen Zentrums für Tourismus ergab.

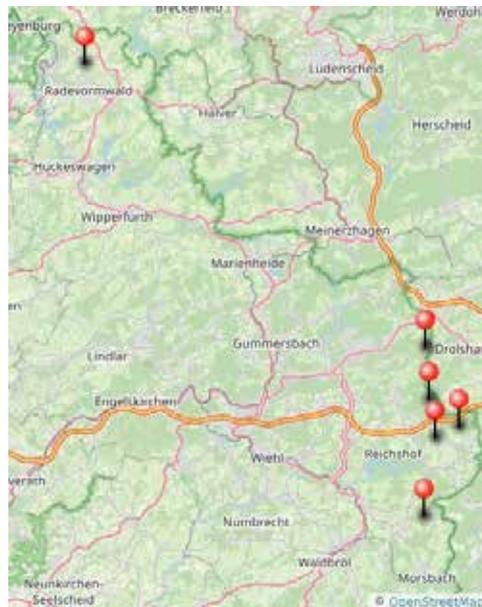


Abb. 26: Wintersportorte im Bergischen

Quellen: OpenStreetMap;
www.dasbergische.de, eigene Bearbeitung

Empfehlungen zum Handlungsfeld 12: Winter

1	Sammlung, Initiierung und Kommunikation von (buchbaren) Winter(erlebnis)angeboten.	+
1	Erforderlich ist eine Bestandsaufnahme der bestehenden Angebote sowie eine Bewertung des zu erwartenden Lebenszyklus unter dem Aspekt der Klimaanpassung. Eine Diversifizierung der Winterangebote und eine stärkere Ausrichtung auf das Thema Winterwandern bzw. Wintererlebnis ist erforderlich. Ziel ist zunächst eine Bestandsaufnahme, zu der „Das Bergische“ einladen könnte. → Kommunen, Kreise, Leistungsträger Winter	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

4.13 Konfliktthema: Motorradfahren im Bergischen

Ein sehr umstrittenes Thema. Für Motorradfahrer gilt das Bergische als „Paradies“. Kaum eine andere Region bietet eine solche Vielfalt, heißt es in den einschlägigen Medien. Der ADAC gibt „Tipps für die besten Motorradtouren“ im Bergischen Land und stellt fünf Routen vor, die jeweils inhaltliche Schwerpunkte setzen, mit Anregungen zur Erkundung der Region, Karten zur Orientierung oder Empfehlungen zu Hotels und Gastronomie. Die Zweiradfahrer werden immer mehr zum Wirtschaftsfaktor. Vor allem für die Tourismusbranche sind Motorradfahrer längst eine wichtige Kundengruppe. Viele Gastronomen und Hoteliers in landschaftlich reizvollen Regionen leben zu einem hohen Prozentsatz von dieser überdurchschnittlich kaufkräftigen Klientel. Mehr als die Hälfte der Zweiradfahrer ist zwischen 40 und 60 Jahre alt. Doch was für die einen Freizeitspaß und Freiheit bedeutet, empfinden andere als nervtötende Lärmbelästigung. Motorradlärm führt im Bergischen an beliebten Strecken immer wieder zu Konflikten. Klar ist aber auch, dass die Eingriffsmöglichkeiten für „Das Bergische“ begrenzt sind.

Empfehlungen zum Handlungsfeld 13: Motorradfahren

1	Die Handlungsmöglichkeiten von „Das Bergische“ sind begrenzt. Es kann die Aufstellung von Lärmdisplays unterstützen und das Thema begleiten. Erfahrungen in der Eifel oder an Standorten in Süddeutschland zeigen, dass sich durch die Installation von Displays die Lärmemissionen reduzieren lassen. → Kommunen, Kreise	+++
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.



5

Querschnittsthemen des „berg.konzepts 3.0“: Zukunftsbilder



Die Querschnittsthemen sind ein wesentlicher Bestandteil des „berg.konzept 3.0“. Sie ergänzen und profilieren die vorgesehenen Themenfelder und ermöglichen Innovationsprozesse, von denen alle Themenfelder profitieren. Es sind Zukunftsbilder, die Eckpfeiler für die Ausgestaltung der Themenfelder bilden. Die Berücksichtigung der Querschnittsthemen sorgt für eine stringendere Umsetzung der konzeptionellen Überlegungen. Die Landestourismusstrategie NRW oder das Territoriale Strategiekonzept für die Region Köln/Bonn arbeiten ebenfalls mit der Ausweisung von Querschnittsthemen.

Ein klarer Bezug zu Fragen der Nachhaltigkeit und Klimaanpassung ist heute in jedem Tourismuskonzept erforderlich.



Abb. 27: „berg.konzept 3.0“ – Themenfelder und Querschnittsthemen

Quelle: Eigene Darstellung

5.1 Klimaanpassung

In seinen Empfehlungen zur resilienten Anpassung an den Klimawandel gibt das Wirtschaftsministerium NRW 2022 auch konkrete Hinweise für die Tourismusentwicklung im Bergischen Land. Die folgenden Ausführungen verweisen auf wesentliche Aspekte und beziehen sich auf fünf benannte Handlungsfelder (Infrastruktur, Betriebe, Angebote/Produkte, Kommunikation, Organisation) mit 27 Empfehlungen. Ziel ist eine klimaangepasste Weiterentwicklung der Infrastruktur, der Betriebe und der Angebote im Outdoor- und Aktivtourismus. Die konkreten Vorschläge sind bereits in die jeweiligen Handlungsfelder eingeflossen. Daher folgen hier die eher grundsätzlichen Anmerkungen.

Der Klimawandel verändert die Übergänge und die Dauer der Jahreszeiten und damit die Zeitmuster im Tourismus:

- Die Winter werden kürzer, Frühling und Herbst länger.
- Die Bedingungen für Outdoor-Aktivitäten im Sommer verbessern sich.
- Die Bedingungen für Schneesportaktivitäten verschlechtern sich.
- Extremereignisse sind zu erwarten.

Die Folgen des Klimawandels wirken sich auch auf den Tourismus selbst aus, insbesondere dann, wenn es zu Veränderungen des Landschaftsbildes oder zu Schäden an der (touristischen) Infrastruktur kommt. Dies kann zu einer Beeinträchtigung der Attraktivität des Reiseziels, des Reiseerlebnisses oder der Erreichbarkeit einer Region führen.

Angesichts der Bedeutung des Tages- und Ausflugs-tourismus für das Bergische empfiehlt die Studie, Strategien und Maßnahmen für Outdoor-Angebote (Wandern, Radfahren) qualitativ zu entwickeln und auszubauen. Dies gilt insbesondere entlang der touristischen Routen und an den Talsperren. Die Rad- und Wanderwege sind auch klimaangepasst zu gestalten, z.B. durch Beschattung und die Möglichkeit einer schnellen Reparatur nach Starkregenereignissen oder Räumung nach Windwurf. Spezielle Routenempfehlungen für heiße Tage sind sinnvoll. Die E-Bike-Infrastruktur (z.B. an und von Bahnhöfen) ist gezielt auszubauen. Aufgrund der hohen Besucherkonzentration an Wochenenden und im Sommerhalbjahr an Gewässern, auf Wegen und Parkplätzen oder an bevorzugten Plätzen kommt der analogen und digitalen Besucherlenkung eine besondere Bedeutung zu (Besuchermanagement). Ziel ist es, eine höhere Resilienz und Zukunftsfähigkeit zu erreichen, um auf die Folgen des Klimawandels angemessen reagieren zu können. So soll zukünftig bei jeder Entscheidung geprüft werden, ob sie einen sinnvollen und wesentlichen Beitrag zur Klimaanpassung leistet. „Das Bergische“ kümmert sich um die touristische Kommunikation, aber auch um die Unterstützung der Betriebe bei der Angebots- und Produktentwicklung. Hinzu kommen Aufgaben der Wissensgenerierung, des Wissensmanagements und der Koordination. Vom Wirtschaftsministerium wird gefordert, dass sich alle Destinationsorganisationen verstärkt als Vordenker, Treiber und Vernetzer beim Thema Klimaanpassung verstehen.

Klimaanpassung ist der spezifische Teil einer Nachhaltigkeitsstrategie, der darauf abzielt, sich besonders auf die Herausforderungen des Klimawandels vorzubereiten. Im Klimawandelanpassungskonzept (KWAK), das der Oberbergische Kreis erarbeitet, ist der Tourismus eines der Handlungsfelder.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 1: Klimaanpassung

1	Das Thema Klimafolgenanpassung im Tourismus im Bergischen verfolgen, für den touristischen Kontext kommunikativ aufbereiten und kontinuierlich an Gäste und Leistungsträger kommunizieren.	+
2	Sammlung, Initiierung und Kommunikation von (buchbaren) Angeboten, die den Klimawandel und seine Auswirkungen auf die Landschaft thematisieren oder zu Aktivitäten einladen, die zur Beseitigung der Schäden beitragen. (z.B. „Aufforstungstouren“ statt herkömmlicher Wanderungen).	+
1	Analyse und Lösungsansätze für die Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismussektor: Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, Auswirkungen von Extremwetterereignissen auf touristische Infrastrukturen, umweltfreundliche An- und Abreisemöglichkeiten für Gäste. → Kommunen, Kreise, Wirtschaftsförderungen	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.2 Nachhaltigkeit – ökonomisch, ökologisch, sozial

Es gibt viele Ansatzpunkte für nachhaltige Strategien: Anreise, Fortbewegung im Zielgebiet, Aktivitäten, Unterkunft, Verpflegung oder Einkauf. Mess- und Vergleichsgrößen können sein: Ressourcenverbrauch, nachhaltig agierende Leistungsträger, Akzeptanz des Tourismus in der Bevölkerung, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit. Die Auswahl zeigt bereits, dass das Thema weit über den Konsum regionaler Produkte und die Nutzung von E-Mobilität hinausgehen sollte. Im Kern bedeutet nachhaltiges Reisen und Entdecken Respekt vor der Umwelt, den Menschen und der Kultur vor Ort.

Nachhaltigkeit ist längst zu einem wichtigen Standortvorteil für Tourismusregionen geworden und sichert so deren Wettbewerbsfähigkeit. Mit dem System TourCert beispielsweise können alle touristischen Aktivitäten einer Destination auf ihre Umwelt- und Sozialverträglichkeit hin überprüft werden. Berücksichtigt werden die Qualität der Produkte und Dienstleistungen, die Kundenorientierung, der schonende Umgang mit Ressourcen, die Barrierefreiheit und umweltfreundliche Mobilitätsangebote. Die Bewertungskriterien orientieren sich an den internationalen Richtlinien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC).

Die nachhaltige Entwicklung der Region wird zum Begründungskriterium für weiteres touristisches Wachstum. Bisher standen wirtschaftliche Parameter wie Übernachtungszahlen im Vordergrund. Künftig sollen Kriterien wie Nachhaltigkeit und Gemeinwohl deutlich stärker gewichtet werden.

„Das Bergische“ ist an der „Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW“ beteiligt, die das Thema Nachhaltigkeit als zentrale Zukunftsaufgabe für den Tourismus in NRW operationalisierbar machen will.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 2: Nachhaltigkeit

1	Ausrichtung des Geschäftsbetriebs von „Das Bergische“ an den Prinzipien der Nachhaltigkeit, wie sie z.B. das System TourCert vorschlägt.	+
2	Darstellung von Best-Practice-Beispielen aus dem Bergischen für Leistungsträger und Gäste.	+
3	Unterstützung und Begleitung der Leistungsträger und Mitgliedsbetriebe bei den laufenden Nachhaltigkeitsberatungen.	+
1	Etablierung eines Veranstaltungsformats, das sich differenziert mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt. → Kommunen, Kreise, Wirtschaftsförderungen	+
2	Prüfung der Initiierung eines Zertifizierungsprozesses (z.B. TourCert-Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel) für das Bergische und Sichtung relevanter Partner. → DEHOGA, Kommunen, Kreise, Leistungsträger	++
3	Konzeptentwicklung „Green Meetings“: Die Erwartungen der Unternehmen an die Nachhaltigkeitsorientierung von Geschäftsreisen steigen. Damit wächst auch die Bedeutung von umwelt- und klimafreundlichen Veranstaltungen, Meetings im Grünen sowie Outdoor-bezogenen Begleit- und Incentiveprogrammen. → DEHOGA, Leistungsträger, Wirtschaftsförderung	++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.3 Mobilität

Das Mobilitätsverhalten in den Tourismusdestinationen ändert sich nur langsam und je nach Zielgebiet unterschiedlich. Vor allem in ländlichen Räumen dominiert das eigene Fahrzeug bei der Anreise. Hier sind das Engagement und die Kreativität der Destinationen gefragt, gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen nachhaltige Mobilitätslösungen zu entwickeln und anzubieten oder auch intelligente Werbekampagnen zu gestalten. Zunehmend an Bedeutung gewinnt der fahrscheinlose Nahverkehr, bei dem die Leistungen des ÖPNV in Gästekarten integriert sind (vgl. Naturregion Sieg). Entdeckertouren entlang der ÖPNV-Linien, die entsprechend kommuniziert werden, führen zu einer verstärkten Nutzung. Das Deutschland-Ticket macht Tagesausflüge attraktiver, da es eine günstige und flexible Reisemöglichkeit bietet.

Eine Besonderheit im Bergischen sind touristische Buslinien. So wurde 2017 der Bergische FahrradBus initiiert, der zwischen Leverkusen und Marienheide entlang des Panorama-Radweges Balkantrasse und des Bergischen Panorama-Radweges pendelt. Seit 2010 gibt es den Bergischen WanderBus. Von April bis Allerheiligen verkehrt er an Wochenenden und Feiertagen im 2-Stunden-Takt auf der Strecke von Odenthal über Dabringhausen nach Wermels-

kirchen. Dabei hält er an einigen Punkten entlang der Wanderwege: Altenberg, Schöllerhof, Eifgen, Neuemühle.

Die RB25 fährt zwischen Köln und Marienheide durch das Bergische und ermöglicht so den Zustieg an verschiedenen Bahnhöfen entlang der Agger. Der Bahnhof Overath wurde 2019 zum „NRW-Wanderbahnhof des Jahres“ gewählt.

Ziel der Mobilstationen in den Kommunen des Bergischen RheinLandes ist die klimafreundliche Verknüpfung verschiedener Verkehrsangebote und die Vereinfachung von Umsteigevorgängen. Die Mobilitätsprojekte bieten gleichzeitig gute Perspektiven für die Entwicklung touristischer Angebote. Als erster Baustein der Mobilstationen im Rheinisch-Bergischen Kreis startete im Sommer 2020 das E-Bike-Verleihsystem der Regionalverkehr Köln GmbH (RVK). 103 Leihpedelecs des Anbieters nextbike können an 15 Standorten in acht Kommunen flexibel ausgeliehen und aufgeladen werden. Weitere Bausteine wie Fahrradboxen und E-Carsharing wurden bis Mitte 2022 umgesetzt. Die erste vollausgestattete Mobilstation konnte im März 2022 in Wermelskirchen eingeweiht werden. Mit der Einrichtung von 25 Mobilstationen in den sieben Kommunen des östlichen Rhein-Sieg-Kreises wurde das Projekt 2021 in einen weiteren Kreis übertragen. Auch der Oberbergische Kreis hat ein Feinkonzept für Mobilstationen in seinen Kommunen erarbeitet. Die Umsetzung liegt in der Verantwortung der Kommunen, die dafür Fördermittel beim Zweckverband go.rheinland beantragen können.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 3: Mobilität

1	Kampagne zur Hervorhebung des touristischen Potenzials der bestehenden Verkehrslinien im Bergischen. Ausflusstipps (Radfahren, Wandern) werden entsprechend der Haltestellen (Bahn/Bus) ausgegeben.	+
2	Einbindung der Mobilstationen zur Vermeidung von Individualverkehr in die touristische Kommunikation und Angebotsentwicklung.	+
3	Die Einführung sowie die Auswertung der Nutzung von Gästekarten mit ÖPNV-Integration ist eine effektive Strategie, um den Tourismus nachhaltig zu fördern, die regionale Wirtschaft zu stärken und ein positives Reiseerlebnis zu schaffen. Ziel ist es, mit der „Bergischen Mobilitätskarte“, einem verbesserten ÖPNV-Angebot und einer Landschaft von E-Mobilitäts- und Verleihstrukturen alle touristischen Highlights und Orte auch ohne eigenes Auto gut zu erreichen. Hierfür ist ein längerer und komplexer Prozess der vorbereitenden Organisation mit den zu beteiligenden Akteuren (Verkehrsunternehmen, Kreise, Kommunen, touristische Leistungsträger etc.) erforderlich.	++
1	„Runder Tisch“ mit den Verkehrsträgern zur Weiterentwicklung bestehender bzw. Einrichtung temporärer und anlassbezogener „Freizeitlinien“ oder Ausweisung regulärer Buslinien, die das touristische Profil des Bergischen Landes erlebbar machen. → ÖPNV-Aufgabenträger, Verkehrsträger (Intensivierung der Zusammenarbeit)	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

Anregende Beispiele aus der Praxis

- Werbeanzeige des VRS-Verkehrsverbundes Rhein-Sieg: „Zeitreisen geht nicht? Wir bringen euch zurück in die Welt um 1900 – mit einem Ausflug ins Freilichtmuseum Lindlar“
- Freizeitlinie 605: Die Freizeitlinie der Wuppertaler Stadtwerke ist an Himmelfahrt, Pfingsten und anlässlich des Brückenfestes unterwegs. „Im 30-Minuten-Takt geht es ohne Umwege zu den schönsten Zielen im Bergischen Land: dem Grünen Zoo, dem Arboretum und dem Müngstener Brückenpark.“
- Ähnlich wie die 100er Busse in Berlin eine beliebte und unkomplizierte Stadtrundfahrt ermöglichen, kann die Ausweisung von Buslinien, die eine bequeme und effiziente Erkundung des Bergischen Landes ermöglichen, den Zugang zum ÖPNV erleichtern.

5.4 Inklusion

Ein „Tourismus für Alle“ setzt voraus, dass die gesamte Dienstleistungskette berücksichtigt wird. Dies geht weit über den Blick auf die touristische Infrastruktur und die Zugänglichkeit von z.B. Unterkünften, Freizeitattraktionen oder touristischen Routen hinaus. Gefordert ist auch ein Marketing in der Inspirations- und Informationsphase, bei der Entwicklung von Inhalten oder im Rahmen einer neuen Zielgruppenansprache. Es bedarf der gezielten Entwicklung inklusiver Angebote und der Aufbereitung entsprechender Informationen. Inklusion ist eine gesellschaftliche Aufgabe, die die gleichberechtigte Teilhabe von Menschen in allen Lebensbereichen ermöglichen soll. Das bundesweite Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ basiert auf umfangreichen Kriterien zur Sicherung hoher branchenübergreifender Qualitätsstandards. Diese wurden gemeinsam von Betroffenen- und Tourismusverbänden erarbeitet. Mit dem Ziel, alle Menschen für das Bergische zu gewinnen und den Qualitätsanforderungen gerecht zu werden, setzte die Projektgesellschaft „Das Bergische gGmbH“ das EFRE-Förderprojekt „Alle

Empfehlungen zum Querschnittsthema 4: Inklusion

1	Sammeln, Initiieren und Kommunizieren von (buchbaren) Angeboten.	+
2	Gewinnung von Leistungsträgern, die sich nach den Kriterien von „Reisen für Alle“ auszeichnen lassen.	+
1	Erweiterung des bestehenden Wanderwegeangebots in Richtung Barrierefreiheit (Alle Inklusive Wandererlebnisse). → Kommunen, Naturpark Bergisches Land	++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

inklusive - barrierefrei & seniorengerecht" um. Es wurden zwei barrierefreie Erlebnisangebote in den Bereichen „Wandern“ und „Wasser“ entwickelt. In Marienheide entstand der „Barrierefreie See“ mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen. In Altenberg erfolgte die Umsetzung des „Bergischen Komfortspazierweges“. Beide Erlebnisbereiche wurden 2023 eröffnet.

Als weiterer Projektbaustein wurde im Jahr 2020 ein barrierefreier Heißluftballon angeschafft, der seitdem regelmäßig über das Bergische fährt und für jedermann buchbar ist. „Das Bergische“ hat im Rahmen des Projektes die Markteinführung übernommen. So bündelt und vermarktet „Das Bergische“ die Angebote unter der geschaffenen Marke „Das Bergische barrierefrei“. Einige Gastgeber im Bergischen sind bereits nach den Kriterien von „Reisen für Alle“ zertifiziert.

5.5 Digitalisierung und digitale Transformation

Digitale Infrastrukturen mit ihren Vernetzungsmöglichkeiten (Megatrend Konnektivität) verändern Leben, Arbeiten und Wirtschaften grundlegend. Mit den daraus resultierenden Kommunikationswegen, Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsprozessen stellt die Digitalisierung die Tourismusbranche vor Herausforderungen. Noch fremdelt die Branche mit dem digitalen Wandel. Laut Digitalisierungsindex 2022 des Bundeswirtschaftsministeriums liegt der Tourismus unter dem Durchschnitt. Er kann zwar bei den Geschäftsmodellen zulegen, verliert aber deutlich bei Prozessen und Produkten.

Der Prozess der Digitalisierung umfasst verschiedene Ebenen, die sich auf unterschiedliche Aspekte auswirken. Dazu gehören die Integration digitaler Konzepte und Denkweisen, ein umfassendes Datenmanagement, die Entwicklung digitaler touristischer Angebote sowie die ein-

Empfehlungen zum Querschnittsthema 5: Digitalisierung und digitale Transformation

1	Einführung und Anwendung von KI-gestützten Verfahren. Digitale Transformation von „Das Bergische“.	+
2	Unterstützung der Leistungsträger und Kommunen bei der Erhöhung der Datenqualität und Datenquantität sowie bei der Bereitstellung von lizenzfreiem Bild- und Textmaterial für den Data Hub NRW.	+
3	Unterstützung der Partner (Kommunen, Leistungsträger) bei der Digitalisierung der Angebote. Analoge Erlebnisse digital buchbar machen.	+
4	Aufbau einer digitalen Coworking-Plattform.	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

gehende Analyse verfügbarer Daten zum Nutzungsverhalten. Die Digitalisierung fungiert als Instrument, um bestehende Herausforderungen gezielter anzugehen, erfordert jedoch auch entsprechende personelle Ressourcen für ihre Umsetzung.

Die touristischen Regionen in Nordrhein-Westfalen sind für die Pflege ihrer lokalen und regionalen Inhalte verantwortlich. Der Data Hub NRW bündelt die touristischen Daten aus ganz Nordrhein-Westfalen, um dem Gast touristische Informationen und anderen B2B-Kunden kostenfreie, offene Daten zur weiteren Nutzung in eigenen Anwendungen zur Verfügung zu stellen. Das professionelle Datenmanagement ermöglicht deutlich höhere Reichweiten und damit mehr Sichtbarkeit für die Regionen und ihre Angebote.

KI wird den Tourismus und das Gastgewerbe grundlegend verändern. Als effektives Werkzeug im Tourismusmarketing zur Verbesserung des Gästelerlebnisses benötigen alle KI-Anwendungen vor allem eines: Daten. Jede künstliche Intelligenz kann nur dann die richtigen Antworten liefern, wenn ihr die entsprechenden Daten zur Verfügung stehen. Umso wichtiger ist es, offene Datenstandards zu nutzen.

Tourismus NRW startet ein Projekt (2024 – 2026) zur Erweiterung der digitalen Sichtbarkeit der Destination. „Das Bergische“ ist Projektpartner. Für „Das Bergische“ stellt sich die Herausforderung, Trends, Chancen und Risiken sowie die immense Bedeutung der Digitalisierung erfolgreich in der Region zu verankern. Ein professionelles Datenmanagement und die Digitalisierung der Angebote erfordern eine gemeinsame Initiative von Kommunen, Leistungsträgern und weiteren Partnern, um erfolgreich vorangetrieben zu werden.

Anregendes Beispiel aus der Praxis im Bergischen Land

- Das Naturfreibad Bruch überzeugt nicht nur mit seiner Wasserqualität, sondern auch mit 60 Fahrradstellplätzen und 12 (kostenfreien) Ladeboxen, neben 90 Parkplätzen für Autos. Eintritt-Tickets können ausschließlich online gebucht werden und vor Ort kann auch nur bargeldlos bezahlt werden.

5.6 Begleitung der touristischen Akteure, Leistungsträger und Kommunen

Die Bewältigung der Zukunftsaufgaben und die erfolgreiche Teilnahme am Marktgeschehen erfordern in besonderem Maße das Engagement und die Innovationskraft der touristischen Akteure und Leistungsträger. Angesichts der bestehenden Herausforderungen bedarf es geeigneter Formen der Begleitung und Unterstützung. Hier bieten sich Ansätze der kollegialen Beratung und anregende Begegnungen an, um Orientierung für die Gestaltung der Zukunft zu finden. Nur eine organische und vertrauensvolle Kultur des Miteinanders wird Unternehmen, Organisationen und Gremien in die Lage versetzen, die anstehenden Aufgaben zu meistern und mitzugestalten. Dies sind erforderliche Schritte, um die notwendigen Transformationsprozesse gemeinsam zu gehen.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 6: Begleitung der touristischen Akteure ...

1	Ermittlung und kontinuierliche Erfassung des Gesprächs- und Beratungsbedarfs.	+
2	Einrichtung von „Runden Tischen“ und informellen Treffpunkten an Orten mit hohem Aufmerksamkeitswert, um touristischen Themen mehr Gewicht zu verleihen.	+
3	Einladung zu thematischen Workshops und Trendexkursionen für touristische Akteure.	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.7 Netzwerke und Kooperationen

Netzwerke gelten als die Organisations- und Kooperationsformen der Zukunft. Sie ermöglichen Beteiligung, arbeitsteiliges und abgestimmtes Vorgehen, niedrighschwellige Formen der Zusammenarbeit und intensiven Erfahrungsaustausch. Digitale Kanäle erleichtern den Austausch und die Zusammenarbeit. „Das Bergische“ kann Beteiligungen suchen, Zusammenarbeit organisieren, Plattformen bilden oder sich mit anderen Regionen vernetzen, um so eine bessere Sichtbarkeit zu erreichen oder vorhandene Kulturangebote breiter erlebbar zu machen. Aufgaben und Aktivitäten werden möglich, die sonst nicht durchführbar gewesen wären. Eine enge Kooperation ergibt sich mit dem Naturpark Bergisches Land, der über ein breites Spektrum an Beteiligungen und Partnern verfügt, woraus sich zahlreiche Verknüpfungen ergeben, die aus touristischer Sicht durchaus relevant sind. Darüber hinaus ist der Naturpark Bergisches Land zuständig für die Qualitätssicherung und das Management der Wanderwege des Bergischen Wanderlandes sowie für das Radwegemanagement im Netz des Knotenpunktsystems der Radregion Rheinland und die Aufstellung von Wandertafeln.

Das Projekt „GRENZENLOS –Touristische Infrastruktur nachhaltig managen“, ein gemeinsames Modellvorhaben der REGIONALE 2025 Südwestfalen und der REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand, dient der langfristigen Qualitätssicherung von Wander- und Radwegen. Über Verwaltungsgrenzen hinweg soll ein digitales Infrastruktur-Managementsystem als Grundlage für die zukünftige Pflege entstehen. Hier werden vorhandene Elemente wie Erlebnisstationen, Bänke oder Wegweiser erfasst. Zahlreiche Akteure sind in die Umsetzung involviert. Die unterschiedlichen Bausteine sind arbeitsteilig zwischen den Projektträgern Naturpark Bergisches Land, Naturpark Sauerland Rothaargebirge und Sauerland Tourismus aufgeteilt. Der Naturpark Bergisches Land übernimmt die Abwicklung der Erfassung im Bereich der REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand.

Verschiedene Netzwerkformate haben sich bereits fest etabliert: so z. B.

- die Kooperationsrunde Naherholung und Tourismus der Region Köln/Bonn e.V.,
- das Arbeits- und Strategietreffen Tourismus auf der Gesellschafterebene von „Das Bergische“ (teilweise unter Beteiligung des Naturparks Bergisches Land),
- der touristische Austausch auf der Ebene des Bergischen RheinLandes innerhalb der REGIONALE 2025-Kulisse (Kreise, „Das Bergische“, Naturpark Bergisches Land, Naturregion Sieg),
- die Tagung des Stadt- und Gemeindebeirates auf Einladung von „Das Bergische“ an zwei Terminen im Jahr (als fachlicher Austausch oder als Fachexkursion),
- der Austausch mit den kommunalen Tourismusverantwortlichen auf Einladung der jeweiligen Kreise.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 7: Netzwerke und Kooperationen

1	Einrichtung verschiedener „Fokusgruppen“ mit unterschiedlichen touristischen und tourismus-relevanten Akteuren aus der Region zur Diskussion und Weiterentwicklung touristischer Themen. Austausch z.B. mit den touristischen Einheiten in den Nachbarregionen, Biologischen Stationen, Naturschutzbeiräten, öffentlichen und privaten touristischen Leistungsträgern, Landschaftsführenden oder Investoren. Entscheidend ist die Vielfalt der unterschiedlichen Sichtweisen auf den Tourismus. Das „berg.konzept 3.0“ nimmt dann Gestalt an, wenn Netzwerke entstehen, wenn sich unterschiedliche Akteure, Träger, Branchen (Handel) zu einem touristischen Akteursnetzwerk zusammenschließen. Das „berg.konzept 3.0“ lebt von Resonanz, Austausch und Kooperation.	+
---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.8 Besucherlenkung

Das Bergische ist nicht nur ein attraktiver Lebensraum, sondern auch eine gut erreichbare Freizeitregion. Auch in Zukunft ist mit einer steigenden Nachfrage zu rechnen. Dies führt zu einer weiteren Beanspruchung des Naturraumes und der Attraktionspunkte. Eine intensivere Nutzung wird das vorhandene Konfliktpotential erhöhen (vgl. Abb. 30). Im Sinne einer Besucherlenkung gilt es, Ausweichangebote zu stark frequentierten Orten zu schaffen. Besucherlenkung als Teil eines ganzheitlichen Qualitätsmanagements zielt auf eine möglichst harmonische Verteilung der Besucherströme innerhalb einer Destination ab. Aus Bayern und den deutschen Küstenregionen liegen inzwischen zahlreiche Erfahrungen (auch mit technischen Instrumenten) vor, die für einen ganzheitlichen Beteiligungsprozess und den Aufbau einer Besucherlenkung genutzt werden können. Tourismus NRW verfolgt gemeinsam mit den touristischen Partnerregionen das Ziel, Wissen in den Themenfeldern Besuchermanagement und Sensorik zu sammeln, um Informationen über die Auslastung verschiedener Standorte und Sehenswürdigkeiten den Gästen und Einheimischen digital zur Verfügung zu stellen. Obwohl die direkte Umsetzung einer Besucherlenkung nicht in den Aufgabenbereich von „Das Bergische“ fällt, wird eine Einschätzung und Begleitung als wichtig erachtet.



Unvergessliche Erlebnisse
und Begegnungen lösen
Resonanz aus, sie schaffen
Erinnerungen.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 8: Besucherlenkung

1	Sichtung und Beobachtung verschiedener Besucherlenkungskonzepte im Tourismus.	++
1	Mitwirkung bei der Entwicklung eines Besucherlenkungskonzeptes für das Bergische. → Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land	+++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.9 Infrastruktur

Erfolgreiche Infrastrukturprojekte schaffen optimale Voraussetzungen für unvergessliche Reiseerlebnisse (vgl. Panarbora) und fungieren selbst als Reiseanlass, was einen bedeutenden Einfluss auf die Entwicklung der Besucherzahlen hat. Sie werden zu einem wesentlichen Wettbewerbsfaktor und sind neben der natürlichen Umgebung und den kulturellen Highlights ein treibender Motor für die touristische Entwicklung. Für Kommunen wird die öffentliche touristische Infrastruktur, wie beispielsweise Museen oder die Gestaltung von Ortszentren, zu einem Steuerungsinstrument, um die Rahmenbedingungen für private Investitionen zu schaffen und Besucherströme zu generieren. „Das Bergische“ kann die Anregung von Infrastrukturprojekten fördern, die Umsetzung begleiten und beratend zur Seite stehen.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 9: Infrastruktur

1	Beobachtung der Nutzungsintensität und der (Re-)Attraktivierung der touristischen Infrastruktur.	+
2	Neue interessante Ziele innerhalb der Destination vorschlagen, um zusätzliche Anziehungspunkte zu schaffen, die auch zu einer besseren Verteilung der Gäste in der Region beitragen.	+
1	Erstellung einer Bedarfsplanung für die touristische Infrastruktur. → Kommunen, Kreise, Naturpark Bergisches Land	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.10 Kundenorientierung

Kundenorientierung ist der zentrale Eckpfeiler strategischen Handelns. Das Angebot aus Sicht der Kunden zu gestalten, lautet die Devise. Wer sind die Kunden? Was sind ihre Bedürfnisse? Was erwarten sie von Dienstleistungen und Produkten? Kundenorientierung bedeutet, starke Beziehungen zu den Gästen aufzubauen. Dazu gehört ein kontinuierlicher Dialog, der Vertrauen schafft und von Wertschätzung und Akzeptanz geprägt ist.

Forschungsergebnisse, wie beispielsweise die Erkenntnisse aus den Sinus-Milieu-Studien für „Das Bergische“, liefern wertvolle Hinweise und Ansatzpunkte zur Gestaltung von Angeboten. Neben der Analyse von Forschungsergebnissen und Marketingempfehlungen wird es jedoch auch darauf ankommen, die sozialen Lebenswelten durch eigene, kluge Beobachtungen zu erkunden und zu interpretieren. Das bedeutet, dass neben der formalen Informationsverarbeitung auch eigene, reflektierte Wahrnehmungen in sinnvolle und wertschöpfende Produkte umgesetzt werden müssen. Ziel ist eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden. Zufriedene Gäste können durch ihr Verhalten in den Medien eine wichtige Rolle im Marketingprozess übernehmen: Sie berichten in ihren Medienkanälen über interessante Orte und positive Erlebnisse.

Die Region steht vor der Herausforderung, den Tourismus im Einklang mit den Erwartungen der ansässigen Bevölkerung zu entwickeln. Dies erfordert eine ausgewogene Betrachtung des Bergischen als Lebens-, Freizeit- und Arbeitsraum.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 10: Kundenorientierung

1	Umsetzung der vorliegenden Erkenntnisse aus der digitalen Marktforschung und Ausrichtung des Marketings an den Ergebnissen des Zielgruppenmodells der Sinus-Milieus.	+
2	Konsequentes Monitoring der Angebote hinsichtlich ihrer Kundenbindung.	+
1	Entwicklung authentischer Angebote zur Schaffung von Kundenerlebnissen. → Kommunen	+

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.11 Erlebnisdesign

Geschichten, Träume, Erlebnisse, Atmosphäre, Emotionen, Begegnungen, Einzigartigkeit, Ereignisse ... das ist es, was Reisende und Tagesausflügler suchen. Es sind nicht nur Themen, die eine emotionale Nähe des Gastes zu einer touristischen Marke, einer Region oder eines Angebots erzeugen. Vielmehr sind es sinnstiftende Erlebnisse, Begegnungen mit anderen Gästen oder mit Einheimischen und lokalen Akteuren, die unvergessliche Erfahrungen, Erinnerungen und vor allem Resonanz auslösen.

Damit sich Angebote voneinander unterscheiden, müssen sie einen emotionalen Mehrwert bieten. Um die Aufmerksamkeit der Gäste zu gewinnen und einen Zugang zu ihrer Vorstellungswelt zu finden, ist eine permanente emotionale Aufladung der Angebote notwendig. Diese Emotionalisierung kann über verschiedene Wahrnehmungskanäle (Sprache, visuelle Zeichen, Farben, Geruch, Geschmack, Gehör oder Materialität) erfolgen. Die sich daraus ergebenden Aufgaben einer „Experience Economy“ betreffen alle Ebenen der touristischen Dienstleistungskette: Gastronomie, Hotellerie, Museen, Handel, Verkehrsbetriebe oder touristische Institutionen.

Die Gestaltung von Erlebnissen kann auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen. Es kann sich um einzelne Angebote (z.B. Ausflüge), um Räume (Tourist-Information), um Themenparks (Märchenwald) oder auch um eine Destination handeln. Zunehmend setzt sich im Tourismus die Erkenntnis durch, dass es auch um die Gestaltung von Beziehungen zu Menschen geht. Die steigende Nachfrage nach authentischen Erlebnissen und Resonanzerfahrungen bestätigt dies.

Gerade im Tourismus geht es bei der Produktentwicklung in besonderem Maße darum, unvergessliche Momente zu schaffen und Resonanz auszulösen. „Experience Design“ ist der Prozess der Gestaltung entsprechender Dienstleistungen. Das heißt, „Das Bergische“ wird zur Entwicklerin von qualitativen Erlebnissen. Experience Design umfasst die Gestaltung von Aufhalten, Angeboten und Erlebnissen.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 11: Erlebnisdesign

1	Entwicklung des Konzepts „Erlebnis(raum)gestaltung“: Welche Perspektiven und Schlussfolgerungen ergeben sich daraus?	+
2	Vorschläge zur Schaffung und Gestaltung von „Erlebnissituationen“ und „Erlebnisräumen“. Berücksichtigung des Ansatzes bei der Planung der verschiedenen Angebote.	++
1	Umsetzung von Strategien der „Erlebnisraumgestaltung“. → Kommunen, Kreise	++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.

„Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.

5.12 Innovationskultur

Innovation bleibt trotz der inflationären Verwendung des Begriffs weiterhin das zentrale Stichwort für die Entwicklung und Einführung neuer Ideen, Angebote, Methoden oder Verfahren sowie für die Fähigkeiten, neue Sichtweisen einzunehmen und Zukunftsperspektiven zu entwickeln. Es geht um einen Prozess, der Veränderungen anstrebt und umsetzt, der Denkmuster in Frage stellt, um Umbrüche zu erkennen, um z.B. Wertschöpfung zu generieren, Wettbewerbssituationen zu verbessern, Marktanpassungen vorzunehmen oder auf einen auslaufenden Produktlebenszyklus reagieren zu können. Diese Initiativen werden nur dann erfolgreich sein, wenn die Unternehmenskultur von einer entsprechend offenen, „innovativen“ Haltung geprägt ist. Wie kann „Neues“ in Organisationen eingeführt werden? Wie können Denkroutinen durchbrochen werden? Wie können Möglichkeitsräume erweitert werden? Der bestehende Innovationsdruck erfordert einen erweiterten Blick, eine Meta-Erkenntnis, eine nachhaltigere Perspektive, um zu wertvollen Einsichten zu gelangen. Das setzt einen Strategiewechsel voraus. Der Schlüssel zu Innovationen liegt zunächst in einem „Entziffern“, das in die Tiefe geht, das bei den Problemwahrnehmungen der Akteure und ihren Interpretationen der eigenen Lebenswelten bzw. deren „Wirklichkeit“ ansetzt. In der Qualität der Interaktion mit der Welt spiegelt sich dieses spezifische Innovationsverständnis wider. Und das hat auch Auswirkungen auf die Gestaltung der Arbeitswelten: Büros werden immer mehr zu Resonanz-Orten.

Empfehlungen zum Querschnittsthema 12: Innovationskultur

1	Schaffung der Voraussetzungen für die Gestaltung einer Innovationskultur durch den Aufbau eines Innovationsmanagements, das bewusst den Austausch mit Mitarbeitenden und externen Gesprächspartnern sucht.	+
1	Einrichtung eines „Innovationslabors“: Angebote für Mitarbeitende, Leistungsträger und Kommunen, um Entwicklungen frühzeitig zu verstehen und die Zukunft aktiv zu gestalten. → Kommunen, Kreise	++

„Das Bergische“ ist zuständig, setzt um und koordiniert im Rahmen der Beschlüsse und vorhandenen Budgets.
 „Das Bergische“ regt an, moderiert, ist bei der Umsetzung auf die Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.
 Empfohlen wird eine: + kurzfristige, ++ mittelfristige, +++ langfristige Realisierung.



6

Management der Destination Bergisches Land



6.1 Das „berg.konzept 3.0“

Die Eckpfeiler bilden die beschriebenen Themen- und Handlungsfelder (Kapitel 4) sowie die Querschnittsthemen (Kapitel 5). Abbildung 20 verdeutlicht die Verzahnung. Das Kapitel 6 ergänzt die Ausführungen zur Vision in Kapitel 3. Ausgangspunkt für die Bearbeitung sind die Präferenzen der Gäste, an denen sich die Themenfelder orientieren. Entsprechende Angebotsformate werden erlebnisorientiert entwickelt und kommunikativ hervorgehoben.

Dieses Kapitel bezieht sich auf die Organisation von „Das Bergische“. Es greift die verschiedenen Prämissen auf und empfiehlt Strategien und Handlungsfelder, um die Ziele erreichen zu können.

6.2 „Das Bergische“ und seine strategische Ausrichtung: Leitlinien

Die strategische Ausrichtung, zunächst auf 12 Schritte begrenzt, beschreibt Handlungsempfehlungen für „Das Bergische“ (Abb. 27). Es ist Aufgabe des Unternehmens, (Veränderungs-)Signale im Markt zu beobachten, zu interpretieren, zu bewerten und entsprechende Optionen zu erschließen: Ideen entwickeln, Chancen ergreifen, Neues wagen, was durchaus auch mit Grenzüberschreitungen verbunden sein kann. In den Arbeitsprojekten geht es darum, einen gesamtträumlichen Blick auf das Bergische zu kultivieren: Welche Konsequenzen ergeben sich für andere Standorte? Ist das Projekt skalierbar? Und das bedeutet auch, sich nicht nur auf touristische Aspekte zu konzentrieren. Hier kommt die Unterstützung des Destinationsmanagements ins Spiel. Darüber hinaus ist es wichtig, die „Denkrichtung“ zu ändern. Ausgangspunkt ist oft die Verbesserung des bestehenden Angebots. Vielleicht wollen die Gäste aber gar kein verbessertes Produkt, sondern ein anderes oder eine Dienstleistung. Um das herauszufinden, heißt es, mehr die Perspektive des Gastes einzunehmen, aus seiner Sicht zu denken. Diese Haltung ist nicht wirklich neu. Sie bleibt aber eine ständige Herausforderung.



Abb. 28: 12 Schritte zur strategischen Ausrichtung von „Das Bergische“

Quelle: Eigene Darstellung

Das Bergische Land wird sichtbar, erreichbar, buchbar und erlebbar – auf diese kurze Formel lässt sich die strategische Ausrichtung bringen. Die Ausgestaltung im Detail bedarf der weiteren Klärung.

6.3 Aufgabenbereiche der Organisation „Das Bergische“

Mit Blick auf die unternehmerischen Aufgaben einer Destination Management Organisation (DMO), wie sie durch „Das Bergische“ repräsentiert wird, ist in den letzten Jahren ein Umdenken festzustellen. Die reine Vermarktung einer Destination mit dem Ziel, ein hohes Gästeaufkommen zu generieren, ist nicht mehr die alleinige Aufgabe (siehe auch die Landestourismusstrategie NRW). Neben der Werbung rückt nun die Gestaltung des Leistungserlebnisses selbst in den Vordergrund sowie die Verantwortung für ein verbessertes Gesamterlebnis, das sowohl Gäste als auch die lokale Bevölkerung gleichermaßen anspricht. Die Zufriedenheit der Gäste und der Einheimischen wird immer entscheidender, da sie zunehmend selbst zu Botschaftern der Destination werden können, insbesondere im Kontext ihrer Social-Media-Aktivitäten.

Die in Abbildung 28 dargestellten Aufgabenbereiche leiten sich aus dem „berg.konzept 3.0“ und den darin beschriebenen Handlungsfeldern ab. Sie umfassen eine Vielzahl von Aspekten zur Gestaltung des Tourismus im Bergischen.

Dazu gehören unter anderem:

- die Nachhaltigkeit des Tourismus, die im Einklang mit den ökologischen, sozialen und ökonomischen Bedürfnissen der Region steht,
- eine Kundenorientierung, die die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste in den Mittelpunkt stellt und ein qualitativ hochwertiges und erlebnisreiches Angebot schafft,
- die Förderung der touristischen Infrastruktur, um die Attraktivität, Zugänglichkeit und Erreichbarkeit der Region zu verbessern,
- die Entwicklung innovativer Angebote, die die kulturellen, historischen oder naturräumlichen Besonderheiten, die DNA des Bergischen Landes zum Ausdruck bringen und Gäste sowie die lokale Bevölkerung dazu einladen, die facettenreiche Region intensiv zu erleben,
- die Bildung unterschiedlicher Netzwerke, um die Beteiligung an der touristischen Entwicklung zu ermöglichen und die entsprechende Akzeptanz zu schaffen.

Die Umsetzung der Handlungsfelder, Arbeitsmethoden und Empfehlungen erfordert Zeit und intensive Diskussionen intern und mit den verschiedenen Akteuren aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Dabei gilt es, die unterschiedlichen Perspektiven und Interessen zu berücksichtigen und gemeinsame Ziele zu definieren. Darüber hinaus erfordert die Umsetzung auch ein Nachdenken über die notwendigen Ressourcen.



Abb. 29: Aufgabenbereiche von „Das Bergische“
Quelle: Eigene Darstellung



7

Tourismus-Projekte im Bergischen

Im Bergischen entstehen mit Unterstützung verschiedener Förderprogramme oder durch private Investitionen beeindruckende und zukunftsweisende Projekte. Sie stärken die touristische Entwicklung der Region. Häufig wird eine Einbindung und inhaltliche Bezugnahme auf das „berg.konzept 3.0“ gefordert. Hier ist „Das Bergische“ hinsichtlich seiner Einschätzung gefragt. Für das „berg.konzept 3.0“ ergibt sich daraus ein wichtiger Resonanzraum.

Eine aktualisierte Liste der Projekte mit weiteren Hinweisen wird im Internetportal eingestellt, um eine weitere Vernetzung und Beteiligung zu ermöglichen.

An dieser Stelle erfolgt nur ein erster Hinweis auf einige ausgewählte Projekte, die sich in unterschiedlichen Planungsstadien befinden:

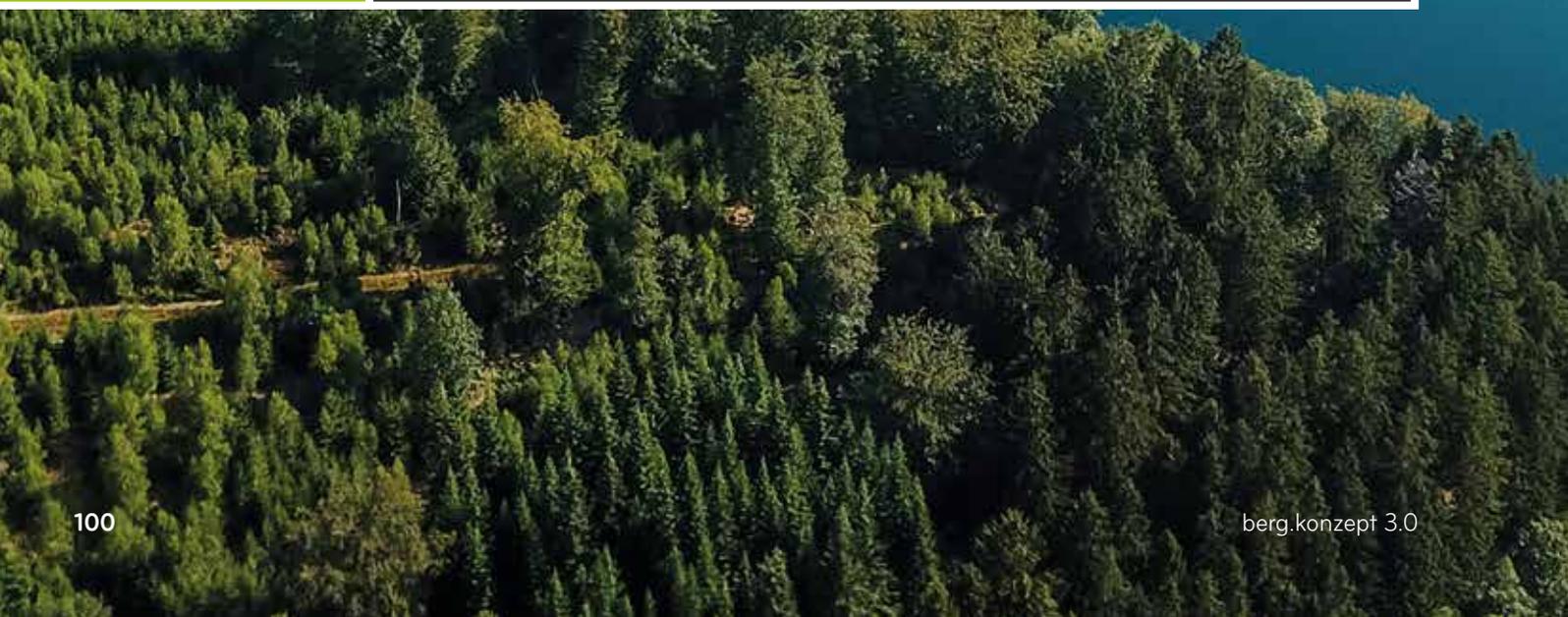
- HöhlenErlebnisZentrum Engelskirchen
- „Skybolon. Lehr- und Erlebnispfad“ am Standort :metabolon des Bergischen Abfallwirtschaftsverbandes
- Ausbau attraktiver Naherholungs- und Tourismusangebote in den LEADER-Regionen „Bergisches Wasserland“, „1000 Dörfer – eine Zukunft“ und „Vom Bergischen zur Sieg“
- Grenzenlos – Touristische Infrastruktur nachhaltig managen (REGIONALE 2025 Südwestfalen und REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand)
- Grauwacke-Museum in Lindlar
- Projekt Klosterlandschaft Altenberg (Cisterscapes)
- Zanders-Gelände in Bergisch Gladbach
- Heimatmuseum 2.0
- Bergischer Proviant auf allen Wegen
- Gesundheitslandschaft Südliches Bergisches RheinLand
- „Auf digitaler Zeitreise durch die Bergische Landschaft – Oberberg neu entdecken“
- Qualitätswanderregion „Das Bergische“
- ...

Private Investitionen

- Baumhaushotel in Odenthal
- Dorint Hotel Schloss Lerbach
- ...



Anhang
[Dach]Strategien
für das Bergische Land



Übersicht

1. Landesstrategien Nordrhein-Westfalen

- Landestourismusstrategie NRW
- Tourismus und Klimawandel in NRW
- Nachhaltigkeitsstrategie NRW

2. Regionale Strategien der Region Köln/Bonn

- Territoriales Strategiekonzept für die Region Köln/Bonn
- Agglomerationskonzept
- Klimawandelvorsorgestrategie für die Region Köln/Bonn

3. Themenspezifischer Ansatz

- Studie „Naturbezogene Naherholung und Tagestourismus in der Region Köln/Bonn“
- Handlungsleitfaden der Radregion Rheinland

4. Strukturförderprogramme

- LEADER – Förderprogramm der EU zur Stärkung und Entwicklung ländlicher Räume
- Regionales Wirtschaftsförderprogramm (RWP)
- REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand und Projektbeispiele aus der REGIONALE 2010
- EFRE Erlebnis.NRW

5. Programme auf Ebene der Kreise und Kommunen

- Mobilitätskonzepte
- Klimaanpassungskonzepte
- Kommunale Tourismuskonzepte
- ...

Verschiedene (Dach)Strategien nehmen Einfluss auf die Entwicklung des Bergischen. Diese strategischen Vorgaben geben Leitplanken für die touristische Planung und haben Bedeutung für die Beantragung von Fördermitteln.

1. Landesstrategien Nordrhein-Westfalen

Landestourismusstrategie NRW

Die Landestourismusstrategie „Vernetzt, digital, innovativ“ verfolgt vor allem die Stärkung der Standortentwicklung durch den Tourismus. Dementsprechend stehen die Themen Erhöhung der Wertschöpfung, Steigerung der Gästezufriedenheit, stärkere Vernetzung von Tourismus und Standortentwicklung sowie Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im Fokus. Auf Basis von Marktforschung, Profilierung, Internationalisierung, Innovation und Vernetzung sollen entsprechende Erfolge erzielt werden. Mit der Umsetzung von Schlüsselmaßnahmen (datenbasiertes Tourismusmanagement, Weiterentwicklung der Produktmarken zu einer themenorientierten Zielgruppenansprache oder Initiierung einer Content-Strategie) sollen Querschnittsthemen wie Nachhaltigkeit, Inklusion, Infrastruktur, Qualitätsmanagement, Arbeits- und Fachkräftemangel unterstützt werden. Zwei Aussagen verweisen auf einen Perspektivwechsel in der bisherigen Tourismusentwicklung: Tourismus schafft ein attraktives Umfeld, von dem Gäste, aber auch Einheimische profitieren sollen und Tourismus wird Teil einer ganzheitlichen Regionalentwicklung, eines ganzheitlichen Lebensraummanagements.

→ www.wirtschaft.nrw/sites/default/files/asset/document/2019-06-11-tourismus_nrw_final.pdf

Tourismus und Klimawandel in NRW

Der Klimawandel beeinflusst die natürlichen Rahmenbedingungen in NRW nachhaltig. Durch veränderte Temperatur- und Niederschlagsmuster sowie häufigere Extremwetterereignisse wirkt er sich auf Angebot und Nachfrage im Tourismus aus. Angesichts der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus, insbesondere des Tagestourismus, ist eine resiliente Anpassung an den Klimawandel erforderlich. Es zeichnet sich ab, dass das Bergische Land bei rechtzeitiger und vorausschauender Planung und Umsetzung von Maßnahmen durchaus von den Veränderungen des Klimas profitieren kann. Besondere Chancen ergeben sich in Angebotsbereichen mit starkem Außenbezug. Bei den überwiegend urbanen und innenorientierten Themen werden die Auswirkungen mit Ausnahme des Geschäfts- und MICE-Tourismus als vergleichsweise gering eingeschätzt. Äußerst kritisch sind die Aussichten jedoch für den Wintersporttourismus. Als Strategien für die Gestaltung der Zukunft des Tourismus in NRW werden folgende Empfehlungen gegeben:

- neue, angepasste Angebotsformate als Antwort auf den sich abzeichnenden Klimawandel,
- Profilierung als nachhaltiges Reiseziel,
- steigendes Nachhaltigkeitsbewusstsein als Innovationstreiber im Tourismus,
- stärkere Konzentration auf den Binnenmarkt in NRW.

Aus den strategischen Überlegungen ergeben sich fünf Handlungsfelder mit 27 Empfehlungen für Maßnahmen. Die Handlungsfelder beziehen sich auf die Themen: Infrastruktur (u.a. wassertouristische Angebote an zukunftsfähigen Standorten ausbauen), Betriebe (u.a. Nachhaltigkeitsmanagement in Betrieben),

Angebote/ Produkte (u.a. radtouristische Infrastruktur und Angebote ausbauen),
Kommunikation (u. a. Besucher analog und digital lenken),
Organisation (u. a. Wissensmanagement zu Tourismus und Klimawandel betreiben).

Regionsunabhängig sind die ausgeführten Empfehlungen, wenn es insbesondere um Vorschläge zur betrieblichen Nachhaltigkeit, Mobilität und Organisation geht. Eher ländlich geprägte Landschaftsräume, wie die „Bergische Region“, sollten künftig vor allem die klimangepasste Weiterentwicklung ihrer Infrastruktur, Betriebe und Angebote in den Bereichen Outdoor- und Aktivtourismus in den Vordergrund stellen

→ www.wirtschaft.nrw/system/files/media/document/file/2022_09_01_gutachten-tourismus-und-klimawandel-in-nrw_final.pdf

Nachhaltigkeitsstrategie NRW

Die erste Nachhaltigkeitsstrategie beschloss die Landesregierung NRW im Jahr 2016. Darin hat sie sich verpflichtet, die globalen Nachhaltigkeitsziele des New Yorker UN-Gipfels von September 2015 umzusetzen. Kern der Strategie ist ein Ziel- und Indikatorensystem für sieben Schwerpunktfelder und für 19 zentrale Handlungsfelder.

→ www.nachhaltigkeit.nrw.de/fileadmin/user_upload/Nachhaltigkeitsstrategie_PDFs/NRW_Nachhaltigkeitsstrategie_2020.pdf

2. Regionale Strategien der Region Köln/Bonn

Die Region Köln/Bonn setzt mit ihren Strategiepapieren perspektivisch regionale Orientierungs- und Handlungsrahmen, die im Kontext des „berg.konzept 3.0“ von Bedeutung sind.

Territoriales Strategiekonzept für die Region Köln/Bonn

Das Territoriale Strategiekonzept für die Region Köln/Bonn, erarbeitet von Akteur:innen aus den Bereichen Naherholung und Tourismus, liefert in enger Anlehnung an die Tourismusstrategie des Landes NRW die konzeptionelle Klammer für zukünftige Vorhaben der Region in den Bereichen Tourismus und Naherholung. Um die Attraktivierung als Destination für Tagesreisen, Nah- und Unmittelbarerholung sowie für Übernachtungsgäste im MICE- und Leisure-Bereich adäquat zu berücksichtigen und sie zukunftsfähig auszurichten, werden drei Handlungsfelder vorgeschlagen, die auf die regionalen Erfordernisse eingehen:

1. Orte der Identität: Der kulturellen DNA auf der Spur,
2. BalanceAkt: Tourismus und Naherholung im Einklang mit den Lebensräumen,
3. ZukunftLabor: Pilotprojekte für innovative Weichenstellungen in Tourismus und Naherholung.

Innerhalb der drei Handlungsfelder werden Projektlinien identifiziert, die zur Positionierung und Qualifizierung der Region als Tourismusstandort und der damit verbundenen regionalen Wertschöpfung und Standortsicherung beitragen sollen. Querschnittsthemen wie Nachhaltig-

keit, Mobilität, Digitalisierung und Inklusion, Arbeits- und Fachkräftesicherung sorgen für eine Präzisierung und weitere programmatische Ausgestaltung der Handlungsfelder. Die Berücksichtigung der im Territorialen Strategiekonzept aufgeführten Ziele, Handlungsfelder und Querschnittsthemen ist für die zukünftige EFRE-Förderung entscheidungsrelevant.

→ www.region-koeln-bonn.de/fileadmin/region-koeln-bonn/TSK_Region_KBN_18_02_22_klein_02.pdf

Agglomerationskonzept der Region Köln/Bonn

Das Agglomerationskonzept beschreibt Kernaussagen und Ziele für die zukünftige räumliche Entwicklung der Region Köln/Bonn. Es handelt sich um ein informelles Fachkonzept, das weit über die bisherigen Planungen hinausgeht, aber keine unmittelbare formelle Bindungswirkung für die Kommunen in der Region hat. Ausgangspunkt war die Erkenntnis, dass angesichts bestehender Nutzungskonkurrenzen im Raum neue Lösungen gesucht werden müssen, um die Standortqualitäten der Region zu sichern.

Im Zusammenhang mit dem „berg.konzept 3.0“ ist die regionale Teilstrategie Freiraum & Landschaft von Interesse, die auf die Sicherung und Vernetzung der regionalen Landschafts- und Erholungsräume abzielt. Die vielfältigen Freiräume und Landschaften bilden zusammen mit dem feinmaschigen Gewässernetz und den waldreichen Gebieten des Bergischen Rheinlandes das Rückgrat der Region Köln/Bonn.

Sie sind Grundlage für die regionale Nahrungsmittelproduktion, Trinkwasser- und Kaltluftversorgung, Lebensraum für Tiere und Pflanzen und dienen der Naherholung und dem Tourismus. Angesichts des zu erwartenden weiteren Siedlungswachstums und des sich abzeichnenden Klimawandels nimmt der Druck auf Freiräume und Landschaften zu. Die

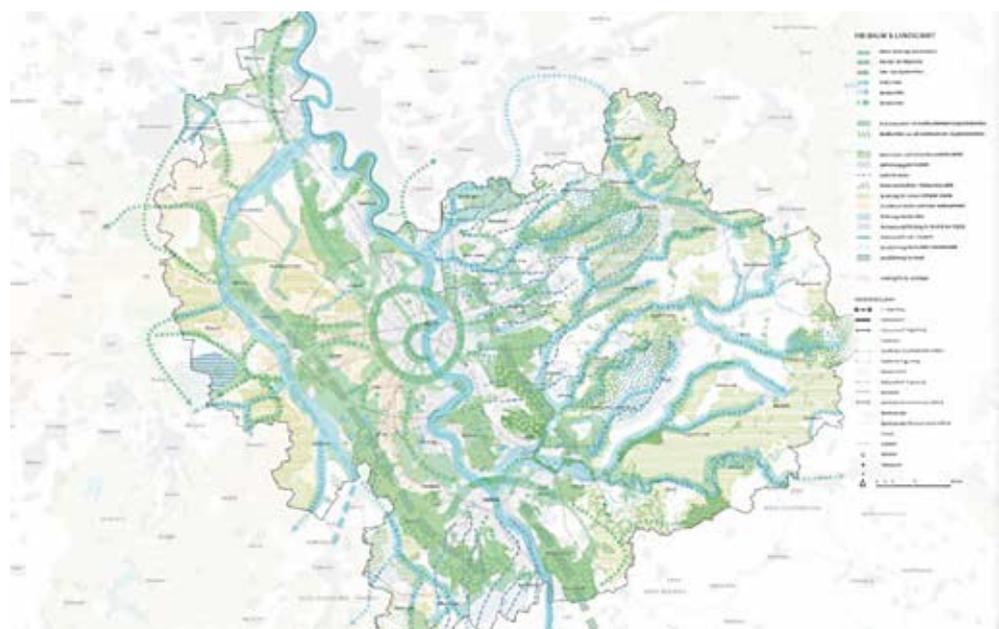


Abb. 30: Freiraum & Landschaft

Quelle: Region Köln/Bonn (Hrsg.)

Teilstrategie „Freiraum & Landschaft“ hat zum Ziel, die bestehenden Qualitäten der Freiräume zu stärken und diese entsprechend ihrer Potenziale weiterzuentwickeln. Ziel ist die Vernetzung der Landschaftsräume zu einer blau-grünen Infrastruktur für die Region Köln/Bonn, die auch überregionale Bezüge herstellt. Die blau-grüne Infrastruktur ist weiter zu qualifizieren und die Freiräume sind zur Gestaltung der Landschaft multicodiert. Die Abbildung Freiraum und Landschaft zeigt die räumliche Vernetzung anhand des Gewässernetzes.

→ www.agglomerationsprogramm.de

Klimawandelvorsorgestrategie für die Region Köln/Bonn

Auf der Grundlage einer Klimafolgenanalyse wurden für die Region Köln/Bonn räumlich differenzierte Planungshinweise und Maßnahmenvorschläge erarbeitet. Diese sollen einen Beitrag zur Anpassung der Region leisten. Die Ergebnisse machen deutlich, dass sich der Klimawandel in der Region u.a. in Form von Sturzflutgefahren, Trockenstress für die Land- und Forstwirtschaft, Hochwasserrisiken entlang der Flüsse oder Hitzeentwicklungen in den Städten zeigen wird.

Die Schwerpunkte der Wärmebelastung für die Wohnbevölkerung liegen in der Rheinschiene. Gleichzeitig wird für die Städte und Gemeinden in der Rheinschiene ein starkes Bevölkerungswachstum prognostiziert. Infolge des Klimawandels und des Bevölkerungswachstums werden die Wärmebelastungen im Rheinkorridor in Zukunft voraussichtlich sehr stark zunehmen. Im Bergischen RheinLand wird der Klimawandel mit Ausnahme der verdichteten Kernstädte nur zu einer moderaten Zunahme der Wärmebelastung führen. Die Zunahme der Hitzetage fällt hier geringer aus. Durch die weitere Siedlungstätigkeit werden sich die Schadenspotenziale im Bereich extremer Hochwasserereignisse entlang der Bergischen Mobilitätsachsen kumulieren.

→ www.klimawandelvorsorge.de

3. Themenspezifischer Ansatz

Studie „Naturbezogene Naherholung und Tagestourismus in der Region Köln/Bonn“

Die links- und rechtsrheinischen Naherholungsgebiete verzeichneten coronabedingt einen außergewöhnlichen Anstieg der Besucherzahlen. Es kam vermehrt zur Bildung von Hotspots, die in der Abb. 30 dokumentiert sind. Auffallend an den Befragungsergebnissen ist, dass ein Großteil der Gäste der Naherholungsgebiete die verschiedenen Beeinträchtigungen der örtlichen Schutzgüter oder auch die Konflikte zwischen den unterschiedlichen Nutzergruppen anders und als nicht so gravierend wahrnimmt, wie es die Expertinnen und Experten beobachten. Die Autoren kommen zu dem Schluss, dass die Attraktivität der Naherholungsregion entlang der Rheinschiene Köln/Bonn davon abhängt, ob die Verantwortlichen in Zukunft Wege und Mittel finden werden, um ein Nebeneinander von Erholung und Naturschutz zu gewährleisten. Vorgeschlagene Maßnahmen sind:

- übergreifende Koordination des Parkplatzangebotes,
- Ausweisung und Bewerbung alternativer Naherholungsgebiete zur Entzerrung der

Besucherströme, beispielsweise durch die Ausweisung von Vorrangflächen für Hunde oder die Schaffung von Mountainbikeparks.

- Fokussierung auf bestimmte Themen oder räumliche Trennung bestimmter Nutzergruppen,
 - Ausbau digitaler Kommunikationswege,
 - Verlagerung des Individualverkehrs,
 - regional abgestimmte Besucherlenkung.
- www.region-koeln-bonn.de/fileadmin/user_upload/Sonstiges/Naturbezogene_Naerholung_und_Tagestourismus_in_der_Region_K%3%B6ln.pdf

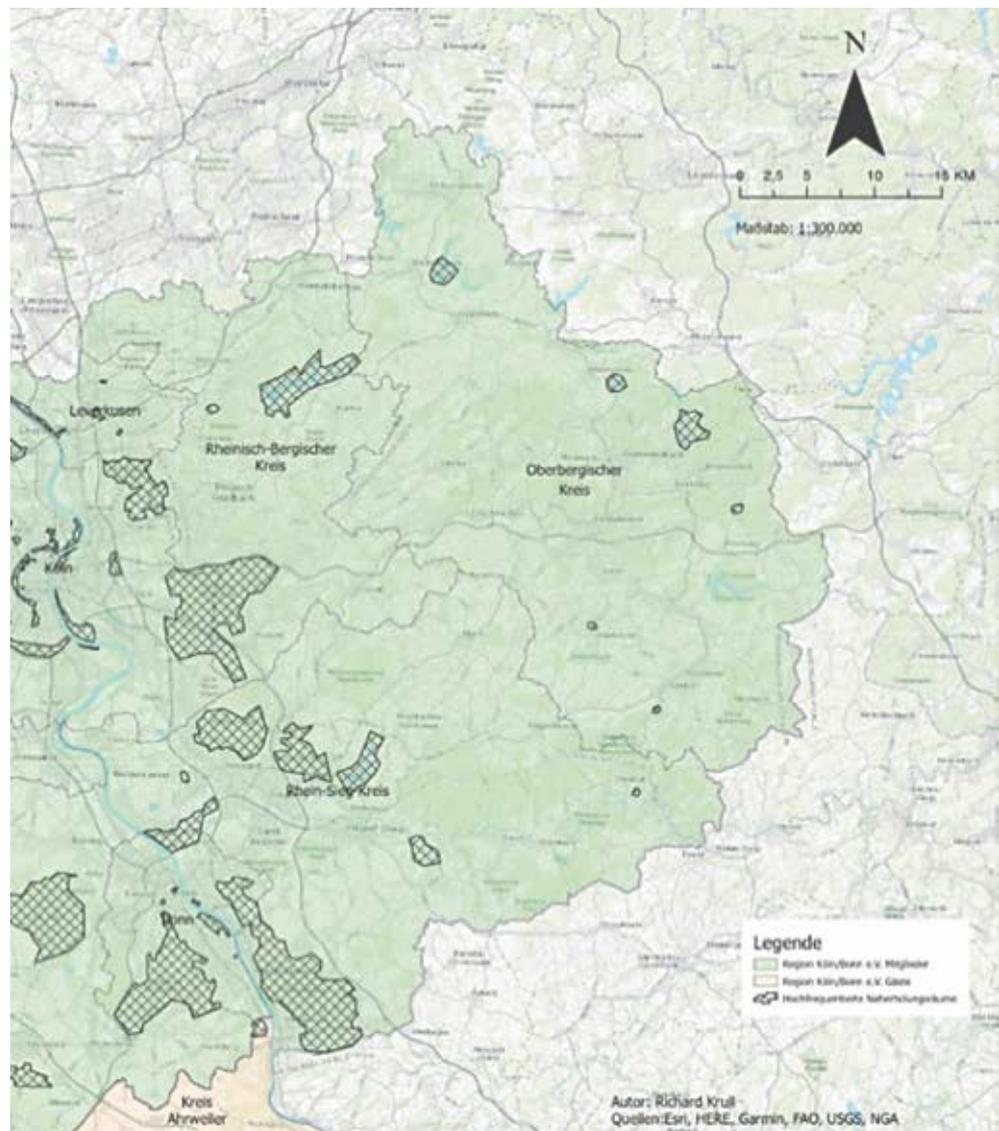


Abb. 31: Hochfrequente Naherholungsräume

Quelle: Zweckverband Naturpark Rheinland (Hrsg.), 2021

Radregion Rheinland

Mit dem Ziel, den Fahrradtourismus und die Qualität der Fahrradinfrastruktur im Rheinland weiter zu entwickeln und zu fördern, hat sich 2011 der Radregion Rheinland e.V. als Zusammenschluss von Städten, Kreisen und Tourismusorganisationen der Region rund um Köln und Bonn gegründet. Der Radregion Rheinland e.V. initiiert, koordiniert und kommuniziert regionsweite Radangebote wie Themenrouten, das Knotenpunktsystem und digitale Anwendungen. Die verschiedenen Akteure aus Verwaltungen, Tourismusorganisationen, Verbänden und Leistungsträgern arbeiten eng zusammen und tauschen sich in regelmäßigen Arbeitskreisen aus, um das Thema Radverkehr stärker zu positionieren. Darüber hinaus kümmert sich der Verein um die Weiterentwicklung der Qualitätsstrategie für Radinfrastruktur und Radservice über Gemeindegrenzen hinweg. Insgesamt verfolgen die damit verbundenen Aktivitäten in der Netzwerkarbeit und im Innenmarketing das Ziel, den Radverkehr in der Region zu fördern und die Partner für eine nachhaltige Qualitätssicherung zu sensibilisieren.

→ www.radregionrheinland.de

4. Strukturförderprogramme

LEADER – Förderprogramm der EU zur Stärkung und Entwicklung ländlicher Räume

LEADER ist ein europäisches Förderprogramm zur Stärkung und Entwicklung ländlicher Räume. Das Besondere an LEADER ist die Betonung der Eigenverantwortung und des bürgerschaftlichen Engagements für die eigene Region. Mit den Ausführungsbestimmungen werden die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass die Menschen vor Ort die Entwicklung ihrer Region mitgestalten können. Wichtigstes Instrument zur Umsetzung des LEADER-Ansatzes sind die lokalen Aktionsgruppen. Ihre Mitglieder sind direkt an der Erarbeitung und Umsetzung lokaler Strategien und Entscheidungen sowie an der Mittelverteilung beteiligt. Gefördert werden können u.a. Projekte in den Handlungsfeldern Natur und Klimaschutz / Bildung, Inklusion und Prävention / Leben und Arbeiten sowie Freizeit, Kultur und Tourismus.

Der Status einer LEADER-Region wird im Rahmen eines Wettbewerbs vergeben. Den ausgewählten LEADER-Regionen stehen in der Förderperiode 2023 bis 2027 je nach Einwohnerzahl 2,3 und 3,1 Millionen Euro zur Verfügung.

In der Gebietskulisse von „Das Bergische“ sind drei LEADER-Regionen angesiedelt:

1. Bergisches Wasserland: LEADER Bergisches Wasserland e. V. organisiert den LEADER-Prozess in acht Kommunen des Bergischen Landes. Dazu gehört auch die Entwicklung attraktiver Naherholungs- und Tourismusangebote.
2. Oberberg: 1000 Dörfer – eine Zukunft: Die Region Oberberg mit ihren neun Kommunen (Bergneustadt, Teile der Stadt Gummersbach, Waldbröl, Wiehl, Engelskirchen, Lindlar, Morsbach, Nümbrecht und Reichshof) ist 2022 zum zweiten Mal als LEADER-Region für eine EU-Förderperiode ausgewählt worden. Die hohe Anzahl an Ortsteile der verschiedenen Kommunen macht die Besonderheit der LEADER-Region Oberberg aus.
3. Vom Bergischen zur Sieg: Die LEADER-Region ist ein Zusammenschluss der Kommunen

Eitorf, Hennef, Lohmar, Much, Neunkirchen-Seelscheid, Ruppichteroth und Windeck im östlichen Rhein-Sieg-Kreis und setzt die Arbeit der vorangegangenen VITAL.NRW-Landesförderung fort.

- www.land.nrw/pressemitteilung/leader-2023-neue-wettbewerbsrunde-zur-entwicklung-des-laendlichen-raumes-nordrhein; www.1000-doefer.de
- www.bergisch-sieg.de
- www.leader-bergisches-wasserland.de
- www.netzwerk-laendlicher-raum.de/dorf-region/leader/

Regionales Wirtschaftsförderungsprogramm (RWP)

Innerhalb der Gebietskulisse von „Das Bergische“ hat nur der Oberbergische Kreis die Möglichkeit, Mittel aus dem Regionalen Wirtschaftsförderungsprogramm (RWP) in Anspruch zu nehmen. Derzeit können zuwendungsfähige unrentierliche Ausgaben bis zu 90 %, bei besonderer Nachhaltigkeit des Vorhabens, bis zu 95 % gefördert werden. Die RWP-Infrastrukturrichtlinie ermöglicht die Förderung des Auf- und Ausbaus öffentlicher touristischer Einrichtungen sowie der touristischen Erschließung von Grundstücken. Dabei darf es sich nur um solche Infrastrukturmaßnahmen handeln, die als Grundlage für das zukünftige Wachstum des regionalen Tourismus dienen und überwiegend touristisch genutzt werden. Projektskizzen für touristische Infrastrukturprojekte werden einem Ranking unterzogen. Damit bestehen für den Oberbergischen Kreis gute Voraussetzungen für Investitionen in Infrastrukturprojekte.

- www.wirtschaft.nrw/foerderung-von-regionen

REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand

Die REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand, ein Strukturförderprogramm des Landes NRW, unterstützt die Entwicklung des Oberbergischen Kreises, des Rheinisch-Bergischen Kreises sowie eines Teilraumes des Rhein-Sieg-Kreises, nämlich der Gemeinden Lohmar, Much, Neunkirchen-Seelscheid, Ruppichteroth, Hennef, Eitorf und Windeck. Die Raumkulisse der REGIONALE 2025 ist bis auf die Gemeinden Hennef, Eitorf und Windeck deckungsgleich mit dem Einzugsgebiet von „Das Bergische“.

Ziel der REGIONALE 2025 ist die qualitative Aufwertung des Raumes, in dem rund 700.000 Menschen leben, entlang definierter Handlungsfelder. Die sechs Handlungsfelder

- Fluss- & Talsperrenlandschaft,
- Ressourcenlandschaft,
- Wohnen & Leben,
- Gesundheit,
- Mobilität,
- Arbeit & Innovation

enthalten in ihren raumwirksamen und programmatischen Absichten keine expliziten Naherholungs- bzw. Tourismus-Strategien. Dennoch gibt es eine Vielzahl von Projekten mit touristischem Schwerpunkt bzw. Projekte, die Auswirkungen auf die Entwicklung von Naherholung

und Tourismus haben (werden). Besonders deutlich wird dies an den programmatischen Initiativen, die im Zusammenhang mit dem Schwerpunkt „Fluss- und Talsperrenlandschaft“ entstehen. Auf diesen Zusammenhang wird im folgenden Abschnitt noch einmal hingewiesen.

→ www.regionale2025.de/strategieprogrammamik

Touristisch bedeutsame Projekte der REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand

Die Übersicht zeigt Projekte, die einen deutlichen Bezug zu Erholungsfunktionen und Freizeitnutzungen aufweisen. Gesteuert und geprägt werden die Projekte durch die Logik der Handlungsfelder, die die inhaltliche und qualitative Ausrichtung der REGIONALE 2025 bestimmen.

- **Geschichtslandschaft und Zukunftsdorf - Stadt Blankenberg:** Verschiedene Maßnahmen sollen den Charakter der historischen Altstadt erhalten und gleichzeitig die Lebens- und Freizeitqualität für Bewohner und Touristen weiterentwickeln.
- **Rundum gesund in Nümbrecht:** Als heilklimatischer Kurort ist Nümbrecht u.a. direkt mit den Themen Gesundheit, Erholung und Prävention verbunden. Die Entwicklung der vorhandenen Potentiale mit einer Aufwertung des Kurparks sowie dem Parkhotel sind vorgesehen.
- **Agger-Sülz-Radweg:** Mit dem weiteren Ausbau des Radweges wird ein Korridor entlang der Flüsse Agger und Sülz erschlossen. Als interkommunales Projekt führt er auf einer Gesamtlänge von rund 115 Kilometern durch verschiedene Gemeinden in den Kreisen Rhein-Berg, Oberberg und Rhein-Sieg.
- **Sanftes Naturerlebnis Wiehltalsperre:** Die Wiehltalsperre ist ein beliebtes Ziel für Erholungssuchende. Mit einem Maßnahmenpaket soll die Besucherlenkung verbessert und unter Berücksichtigung des Gewässerschutzes das Freizeitangebot an der Talsperre durch Aussichtspunkte und ein weiterentwickeltes Wegenetz attraktiver gestaltet werden.
- **Erlebnisareal Burg- und Museumsdorf, Windeck:** Burg und Museumsdorf in Windeck sollen an Attraktivität gewinnen und wieder zu beliebten Ausflugszielen und Verweilorten werden. Dazu soll die Burgruine durch zusätzliche Infrastruktur für Veranstaltungen aufgewertet werden.
- **Grenzenlos - Touristische Infrastruktur nachhaltig managen:** Ziel des Pilotprojektes im Rahmen der beiden REGIONALEN 2025 Bergisches RheinLand und Südwestfalen ist es, eine nachhaltige und digitale Erfassung der touristischen Infrastruktur in den beiden Naturparks Bergisches Land und Sauerland Rothaargebirge aufzubauen und zu etablieren.
- **Erholungs- und Erlebniskorridor Bröltal:** Über die integrierte Betrachtung des Korridors wird eine zukunftsfähige Raumperspektive für das Bröltal als Erholungsraum entwickelt und umgesetzt werden.
- **RadPendlerRouten im Rechtsrheinischen:** Mit den RadPendlerRouten im Rechtsrheinischen soll ein leistungsfähiges Netz an hochwertiger Radpendler-Infrastruktur zwischen der Rheinschiene und dem Westen des Bergischen RheinLandes geschaffen werden.
- **Neues Bahnhofsquartier Morsbach:** Das Bahnhofsareal in Morsbach ist das Eingangstor zum Ortszentrum – und liegt seit Jahren brach. Im Rahmen des Projektes entsteht neuer Wohnraum sowie im ehemaligen Bahnhof eine kulturelle Begegnungsstätte.
- **Zukunftsquartier Altstadt Bergneustadt:** Die Altstadt von Bergneustadt ist als Quartier

von Fachwerk- und Schieferhäusern geprägt. Ziel des Projektes ist es, die Innenstadt zukunftsfähig weiterzuentwickeln und für Besucher*innen wie Bewohner*innen eine hohe Aufenthaltsqualität zu schaffen. Besonders hervorzuheben ist der Umbau der Kulturkneipe Jägerhof.

- **Gesundheitslandschaft südliches Bergisches RheinLand:** Der südöstliche Teil des Bergischen RheinLandes wurde schon immer als Erholungsraum genutzt. Ziel ist die Weiterentwicklung dieses Raumes zu einer Gesundheitslandschaft mit besonderem Blick auf die Vereinbarkeit von Naturschutz und touristischer Nutzung.
- **Landschaft schmeckt! – Obstwiesen wertschöpfend pflegen und entwickeln:** Streuobstwiesen sind typische Kulturlandschaftselemente, die im Rahmen des Projektes dauerhaft gepflegt und erhalten werden sollen. Entlang der Wertschöpfungskette sollen regionale Vertriebsstrukturen aufgebaut und Produkte entwickelt werden.
- **SIEG.Schützen.Erholen.Erleben.:** Die Sieg ist ein beliebter Naturraum. Ziel des Projekts ist es, die vorhandenen Infrastrukturen an den Badestellen zu verbessern und gleichzeitig das Flusstal naturnah zu entwickeln, um Besucherdruck und Naturschutz in Einklang zu bringen.
- **Teichlandschaft Lohmarer Wald:** Mit dem Projekt soll die Teichlandschaft im Lohmarer Wald als Erholungsgebiet und die prägende Fischzucht erhalten sowie der Wald wieder aufgeforstet und gegen weitere Schäden des Klimawandels geschützt werden. Dabei sollen die unterschiedlichen Nutzungsinteressen in Einklang gebracht werden.
- **Markt & Mehr – das neue Gesicht der Marktstadt Waldbröl:** Ziel des Projektes ist es, den Markt als Ort der Begegnung, der Wertschöpfung und der regionalen Identität dauerhaft nutz- und erlebbar zu machen. Dafür soll der Marktplatz als attraktiver Aufenthaltsort gestaltet werden. Ein wesentlicher Baustein soll der Bau einer multifunktionalen Markthalle sein.
- **Ein Naturraum, zwei Gesichter – Zukunft erleben an Agger- und Genkeltalsperre:** Die Aggertalsperre ist ein beliebter Freizeitort im Bergischen RheinLand. Das Projekt soll eine behutsame Entwicklung der bestehenden Erholungsinfrastrukturen ermöglichen und die Erlebbarkeit der Talsperre mit verschiedenen Maßnahmen stärken.
- **Auf digitaler Zeitreise durch die Bergische Landschaft – Oberberg neu entdecken:** Ziel des Projektes ist es, die Prozesse und Veränderungen der Ressourcen- und Kulturlandschaft im Bergischen RheinLand für unterschiedliche Zielgruppen erlebbar zu machen. Dafür sollen mit Hilfe von Augmented Reality „digitale Zeitreisen“ entstehen, die über eine App abgerufen werden können.
- **Mobilstationen im Bergischen RheinLand:** Schneller und einfacher von A nach B kommen – das Projekt Mobilstationen im Bergischen RheinLand verbindet unterschiedliche Verkehrsträger miteinander und baut ein Netz von Mobilstationen in den kreisangehörigen Kommunen auf.
- **Haus der Kultur(en) in Burscheid:** Im Rahmen des Projektes soll das Haus der Kunst zu einem Haus der Kultur(en) als multifunktionale sowie sozio- und interkulturelle Begegnungsstätte mit hoher Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte von Burscheid weiterentwickelt werden.

Ausgewählte Projekte der REGIONALE 2010

Die REGIONALE 2010 hat mit zahlreichen Projekten wertvolle Beiträge zur Infrastrukturentwicklung und Erlebnisqualität im Bergischen Land geleistet. Die Projekte können hinsichtlich ihrer direkten und indirekten touristischen Relevanz nicht hoch genug eingeschätzt werden. Sie schaffen neue Potenziale für die Naherholung. Einige im Bergischen Land realisierte Beispiele von insgesamt über 50 Projekten der REGIONALE 2010 dokumentieren die Tiefe und Breite der Inwertsetzung der räumlichen Potenziale:

- **„Rad Region Rheinland“:** Entwicklung einer radtouristischen Destination Rheinland mit dem Ausbau von Radwegen (Lückenschlüsse) und der Beschilderung (Knotenpunktsystem) sowie die Umsetzung gemeinsamer Marketingaktivitäten.
- **Schloss Homburg:** Neupositionierung des Schlosses in Form eines multifunktionalen Begegnungszentrums und konzeptionelle Neuausrichtung des Museums, um die kulturhistorischen Aufgaben in der Region adäquat erfüllen zu können.
- **:metabolon:** Ein Zukunftsstandort für Stoffumwandlung und Umwelttechnologie, der auf der Kegelspitze einen spektakulären Rundumblick auf das Bergische Land und das Deponiegelände, eine eindrucksvolle Treppenanlage, Deutschlands längste Doppelrutsche oder einen Bikepark bietet.
- **Wasserquintett:** Die Erschließung und die Verknüpfung von 5 Talsperren sowie deren Anbindung an die Zentren mit Rad- und Wanderwegen. Neue Wanderparkplätze, fast 140 Kilometer Wanderwege und 80 Kilometer Radrouten entstanden. Das Wasserquintett umfasst 54 Einzelmaßnahmen.
- **:aqualon:** Im Einzugsbereich der Dhünn entsteht eine Wasserkompetenz-Landschaft, ein innovativer Modellraum für den beispielhaften Umgang mit Wasser und Raumentwicklung. Unter anderem geht es auch um zukunftsweisende Strategien für einen sanften Tourismus im Naherholungsgebiet und um die intensivere Erlebarmachung der sensiblen Naturräume von Dhünnatal, Eifgenbachtal und Großer Dhünn-Talsperre. Eine Dauerausstellung sowie ein Tourenprogramm von Mai bis Oktober ergänzen die Bemühungen.

Mit der Formatlinie „Reisen in die Heimat“ hat die REGIONALE 2010 Anregungen gegeben, die gewohnte Umgebung mit anderen Augen zu sehen, Bekanntes neu zu entdecken, Neues zu erkunden und sich erlebnisorientiert mit den Projekten der Regionale auseinanderzusetzen. Mit der Einladung, die Kulturlandschaften zu entdecken und sich mit der Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Region zu beschäftigen, wurde ein eigenständiges touristisches Format geschaffen. Eine gleichnamige Buchreihe mit über 10 Einzeltiteln ermöglicht weiterhin eigenständige Entdeckungsreisen.

→ www.regionale2010.de

Literatur (Auswahl)

- Aberle, Marcel (2022): Trend Canvas. Das Modell für ganzheitliche Trendanalysen. Frankfurt.
- absolutGPS (2023): Konzept „Regionale Fahrradinfrastruktur im Bergischen RheinLand“. Leipzig.
- Barth, Bertram, Flaig, Berthold Bodo, Schäuble, Norbert und Tautscher, Manfred (Hrsg.) (2023): Praxis der Sinus-Milieus. Wiesbaden.
- Bayerisches Zentrum für Tourismus e.V. (2024): Studie Winterurlaub 2023/2024. Kempten.
- Birke, Jonas (2015): Die Entstehungsgeschichte des Bergischen Landes. Ein physisch geographischer Rundgang. In: GeoLoge, 1,4-11.
- Bundesarbeitsgemeinschaft Motorrad (Hrsg.) (2021): Motorradfahren in Deutschland. Die Zukunft gestalten – Konflikte vermeiden. Essen. Abrufbar unter www.ifz.de/wordpress/wp-content/uploads/2021/05/BAGMO_Strategiepapier_Motorradmobilitaet_Motorradlaerm_2021.pdf [zuletzt abgerufen am 1.12.2023].
- Dach-Hamann, Astrid (1977): Das Bergische Land als Naherholungsraum. Struktur und Probleme des Nacherholungsverkehrs unter besonderer Berücksichtigung der Tageserholung und des Freizeitwohnens. Düsseldorf.
- Engl, Christoph (2017): Destination Branding. Konstanz.
- Gatterer, Harry und Tewes, Stefan (2023): Megatrend Research. Hamburg.
- Gatterer, Harry (2018): Future Room – Entdecken Sie die Zukunft Ihres Unternehmens. Hamburg.
- Gebhard, Ulrich und Kistemann, Thomas (Hrsg.) (2016): Landschaft, Identität und Gesundheit. Zum Konzept der Therapeutischen Landschaften. Wiesbaden.
- Horx, Matthias (2017): Progressive Provinz. Die neue Heimat der Glokalisten. In: Horx, Matthias (Hrsg.). Zukunftsreport 2018, 100-115.
- Huck, Gebhard und Jürgen Reulecke (1978): ...und reges Leben ist überall sichtbar. Reisen im Bergischen Land um 1800. Neustadt/Aisch.
- Isenberg, Wolfgang (2019): Reisen ermöglichen Veränderungen. Das ist ein Mehrwert. In: Zukunftsinstitut (Hrsg.). Der neue Resonanztourismus. Trendstudie. 37-40.
- Isenberg, Wolfgang (2019): Reisen als Resonanzerfahrungen. Stiften und Finden von Sinn im Urlaub. Abrufbar unter <https://gesundheit-tourismus-blog.com/2019/04/23/reisen-als-resonanzerfahrungen-stiften-und-finden-von-sinn-im-urlaub/> [zuletzt abgerufen am 1.12.2023].
- Isenberg, Wolfgang (2008): Erlebnisökonomie. Streifzüge durch Trends und Konzepte emotionalisierter Welten. In: Romeiß-Stracke, Felizitas (2008), Berlin, 141-157.
- Landesregierung Nordrhein-Westfalen (1970): Nordrhein-Westfalen-Programm 1975 (NWP 75). Düsseldorf.
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr (2021): Richtlinie zur Aufwertung der Ortsbilder saarländischer Kommunen vom 27.3.2019, zuletzt geändert am 15.10.2021. Abrufbar unter https://www.saarland.de/mwide/DE/downloads/wirtschaft/tourismus/tourismus_richtlinie_ortsbilder.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [zuletzt abgerufen am 1.12.2023].
- Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2022): Tourismus und Klimawandel in Nordrhein-Westfalen. Optionen und Perspektiven. Düsseldorf.
- Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2019): Vernetzt, digital, innovativ. Die neue Strategie für das Tourismusland Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Region Köln/Bonn e.V. (2022): Territoriales Strategiekonzept für die Region Köln/Bonn. Köln.
- Regionale 2025 Bergisches RheinLand (2021): Strategiepapiere. Bergisch Gladbach.
- Reulecke, Jürgen und Dietz, Burkhard (1984): Mit Kutsche, Dampfroß, Schwebbahn. Reisen im Bergischen Land II (1750 - 1910). Neustadt/Aisch.
- rheingold Institut/Identity Foundation (2023): Die Zuversicht der Deutschen in multiplen Krisenzeiten. Deutschland auf der Flucht! Köln. Abrufbar unter https://identity-foundation.de/wp-content/uploads/2023/07/Identity_Foundation_Zuversicht_Gesamtbericht_Juli_2023.pdf [zuletzt abgerufen am 1.12.2023].
- Roland Berger GmbH (2010): Rahmenpapier zur Weiterentwicklung der Tourismuswirtschaft in der Naturarena im Lichte des Masterplans Tourismus NRW. Evaluation und Berg.Konzept 2.0.
- Romeiß-Stracke, Felizitas (Hrsg.) (2008): Tourismusarchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor. Berlin.
- Rosa, Hartmut (2019): Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung. Berlin.
- Rosendahl-Kraas, Birgit (1999): Die Stadt der Volkstraktorenwerke. Eine Stadtutopie im „Dritten Reich“. Die Planungen und Großbauten der Deutschen Arbeitsfront für die Stadt Waldbrohl. Wiehl.
- Schmidt-Rossleben, Martin (1962): Die Industrie des oberbergischen Kreises: Grundlagen, Raumordnung und Wirkungen im Natur- und Bevölkerungsraum. Bonn.
- Schwarzinger, Rudolf (1898): Kölner Tourenbuch für Radfahrer. Ein unentbehrlicher Führer für alle rheinischen Radfahrer. Köln.
- Thiemeyer, Guido (2018): Vom »Luftkurort« zur „Schlafstube von Köln“. Aspekte der gesellschaftlichen „Modernisierung“ 1945-1970 am Beispiel der Fremdenverkehrspolitik in der Gemeinde Rösrath. In: Geschichte in Köln 65(2018)1.
- Wagner, Daniela, Schobert, Martin und Steckenbauer, Georg Christian (Hrsg.) (2019): Experience Design im Tourismus – eine Branche im Wandel. Wiesbaden.
- Zweckverband Naturpark Bergisches Land (2023): Naturparkplan Naturpark Bergisches Land. Gummersbach.
- Zweckverband Naturpark Bergisches Land/Landschaftsverband Rheinland (1992): Maßnahmenplan Naturpark Bergisches Land. Köln.
- Zukunftsinstitut (2021): Progressive Provinz. Die Zukunft des Landes. Trendstudie. Frankfurt.
- Zukunftsinstitut (2019): Der neue Resonanztourismus. Trendstudie. Frankfurt.

Abbildungen

Abb. 1:	Gebietskulisse „Das Bergische“	13
Abb. 2:	Reisegebiete in Nordrhein-Westfalen	14
Abb. 3:	Übersichtskarte Naturpark Bergisches Land	16
Abb. 4:	KSK-Immobilienwetterkarte – Bestandseigenheime 2023	19
Abb. 5:	Die Zukunftschancen und Risiken der Regionen im Deutschlandvergleich	21
Abb. 6:	Entwicklungsdynamik der Rheinschiene	22
Abb. 7:	Touristische Schwerpunkte im Bergischen	22
Abb. 8:	Flächen für Naherholung im Rheinisch-Bergischen Kreis und Oberbergischen Kreis 2008 – 2021	23
Abb. 9:	Naturschutzflächen im Rheinisch-Bergischen Kreis und im Oberbergischen Kreis 2008 – 2019	23
Abb. 10:	Das Bergische Land. Die Region der 1000 Täler I Das Gewässersystem Wupper, Dhünn, Strunde, Sülz, Agger, Wahnbach und Bröl.	24
Abb. 11:	Die touristischen Teilräume in der Region Köln/Bonn	27
Abb. 12:	Betriebe, Betten, Ankünfte, Übernachtungen 2022 nach Gemeinden	35
Abb. 13:	Stärken, Schwächen, Risiken und Chancen des Tourismus im Bergischen	36
Abb. 14:	Die Herkunft der Tages- und Übernachtungsgäste des Bergischen 2021 nach Kreisen	38
Abb. 15:	Entfernungsradius von einer Stunde. Ausgangspunkt Bergisch Gladbach-Bensberg	39
Abb. 16:	Entfernungsradius 100 km. Ausgangspunkt Bergisch Gladbach-Bensberg	39
Abb. 17:	Sinus-Milieus 2021 „Das Bergische“ – Tages- und Übernachtungsgäste	40
Abb. 18:	„berg.konzept 3.0“ – Vision, Ansatz, Strategie, Ziele	46
Abb. 19:	Bergische Erfahrungen	49
Abb. 20:	„berg.konzept 3.0“ – Themenfelder und Querschnittsthemen	50
Abb. 21:	Gewässerlandschaft im Bergischen RheinLand	51
Abb. 22:	Talsperren und Stauanlagen im Bergischen Land, im Rhein-Sieg-Kreis und die zuständigen Wasserverbände	52
Abb. 23:	Talsperren und Stauanlagen	53
Abb. 24:	Bergische Wasserwelten	54
Abb. 25:	Camping- und Stellplätze im Bergischen	71
Abb. 26:	Wintersportorte im Bergischen Land	76
Abb. 27:	„berg.konzept 3.0“ – Themenfelder und Querschnittsthemen	79
Abb. 28:	12 Schritte zur strategischen Ausrichtung von „Das Bergische“	95
Abb. 29:	Aufgabenbereiche von „Das Bergische“	97
Abb. 30:	Freiraum & Landschaft	104
Abb. 31:	Hochfrequentierte Naherholungsräume	106

Tabellen

Tab. 1:	Direkte Profiteure des Tourismus	29
Tab. 2:	Kennziffern für den Tagestourismus und den Übernachtungstourismus im Bergischen	29
Tab. 3:	Geöffnete Betriebe und angebotene Betten im Bergischen Land 2013 – 2022	29
Tab. 4:	Geöffnete Betriebe und angebotene Betten im Bergischen Land nach Betriebsarten	30
Tab. 5:	Geöffnete Betriebe und angebotene Betten 2013, 2016, 2019, 2021, 2022 nach Landkreisen	31
Tab. 6:	Gästeankünfte und Übernachtungen nach Betriebsarten 2009, 2019, 2021, 2022 im Bergischen	31
Tab. 7:	Gästeankünfte und Übernachtungen 2009, 2019, 2021, 2022 nach Landkreisen	31
Tab. 8:	Beherbergungskapazitäten und Übernachtungen nach Reisegebieten 2022	33
Tab. 9:	Camping- und Stellplätze im Bergischen nach Landkreisen	70



**Das Bergische.
Die Region der Entdecker.
Sichtbar. Erreichbar. Erlebbar. Buchbar.**



Kontakt

Das Bergische GmbH

Bergisches Haus | Friedrich-Ebert-Straße 75 | 51429 Bergisch Gladbach

Telefon: 02204 84 30 30 | Telefax: 02204 84 30 05

E-Mail: info@dasbergische.de | Web: www.dasbergische.de

Steuerungsgruppe für das „berg.konzept 3.0“

Gabi Wilhelm (Das Bergische GmbH); Sabine Dohrmann (Das Bergische GmbH); Christina Brück (Oberbergischer Kreis); Carmen Döhnert (Rhein-Sieg-Kreis); Dr. Wolfgang Isenberg.