

Information für den Ausschuss
Wirtschaftsförderung, Tourismus und Kultur
23. Nov. 2021



Perspektiven für den
Tourismus in Remagen

Ausreichende Gründe, Remagen touristisch neu zu positionieren!



Auftrag und Ziel:

Touristische Perspektiven für die Stadt Remagen

- als fachliche Basis für eine zielgerichtete touristische Entwicklung der Stadt Remagen
- als Orientierungsrahmen für politische Entscheidungen
- als Vorgabe und Rahmen für die touristischen Dienstleister
- als praxisgerechte Unterstützung für die tägliche Arbeit der Tourist-Information

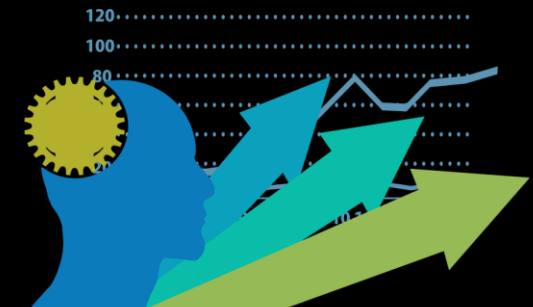


Zusammenarbeit: Marktforschung, Kompetenz und praktische Erfahrung



Grundlagen + Methode

- Bestandsaufnahme touristisches Angebot
- Stärke-Schwächenanalyse
- Chancen und Risiken
- Marktforschungsdaten
- Zielgruppenanalysen
- Trendforschung
- Tourismusstrategie Land RLP und Region Romantischer Rhein
- Eigene Recherchen vor Ort
- Abstimmung RRT GmbH, RPT GmbH und IHK Koblenz
- Befragung und Workshop mit touristischen Leistungsträgern



Highlights mit differenzierter Bedeutung und differenzierten Zielgruppen

Rheinburgenweg / (Rheinsteig)

Apollinarisschleife

Rheinradweg / Radweg der Deutschen

Einheit

Ahrradweg

Brücke von Remagen und

Friedensmuseum

Römisches Museum

Arp Museum

Apollinariskirche

Straußenfarm Gemarkenhof

Rolandsbogen

Wildpark Rolandseck

Rheinpromenade



Gäste, Reisemotivation und Reisedauer



Urlaubsgäste:

Reisemotivation:

Wandern, Radfahren,

Startpunkt für Ausflüge in die Region.

Günstige Lage und Nähe zum romantischen Rhein, Ahrtal, Lahntal und Siebengebirge, Nähe zu Koblenz / Bonn / Köln, gute Bahnanbindung

Reisedauer: 1-2 + 2- 5 Tage, Statistisches Mittel: 1,2 Tage.

Anteil der ausländischen Gäste rd. 20%, Schwerpunkt UK und NL.



Geschäftsreisende

(Monteure)

Reisemotivation:

Nähe Bonn / Köln / Koblenz

Messen Köln

Großbaustellen in der Umgebung

Gewerbegebiet Remagen

Kultur und Veranstaltungen: Unterschiedliche touristische Relevanz

Geringere
Reisemotivation für eine
Reise nach Remagen:

- Kultur
- Veranstaltungen
- Shopping

Stoffmarkt (März)

Rhein in Flammen (Mai)

Römisches Fest (geplant Mai)

LebensKunstMarkt (Juni)

Jakobsmarkt (Juli)

Lebendiger Marktplatz (August)

Weinfest (September)

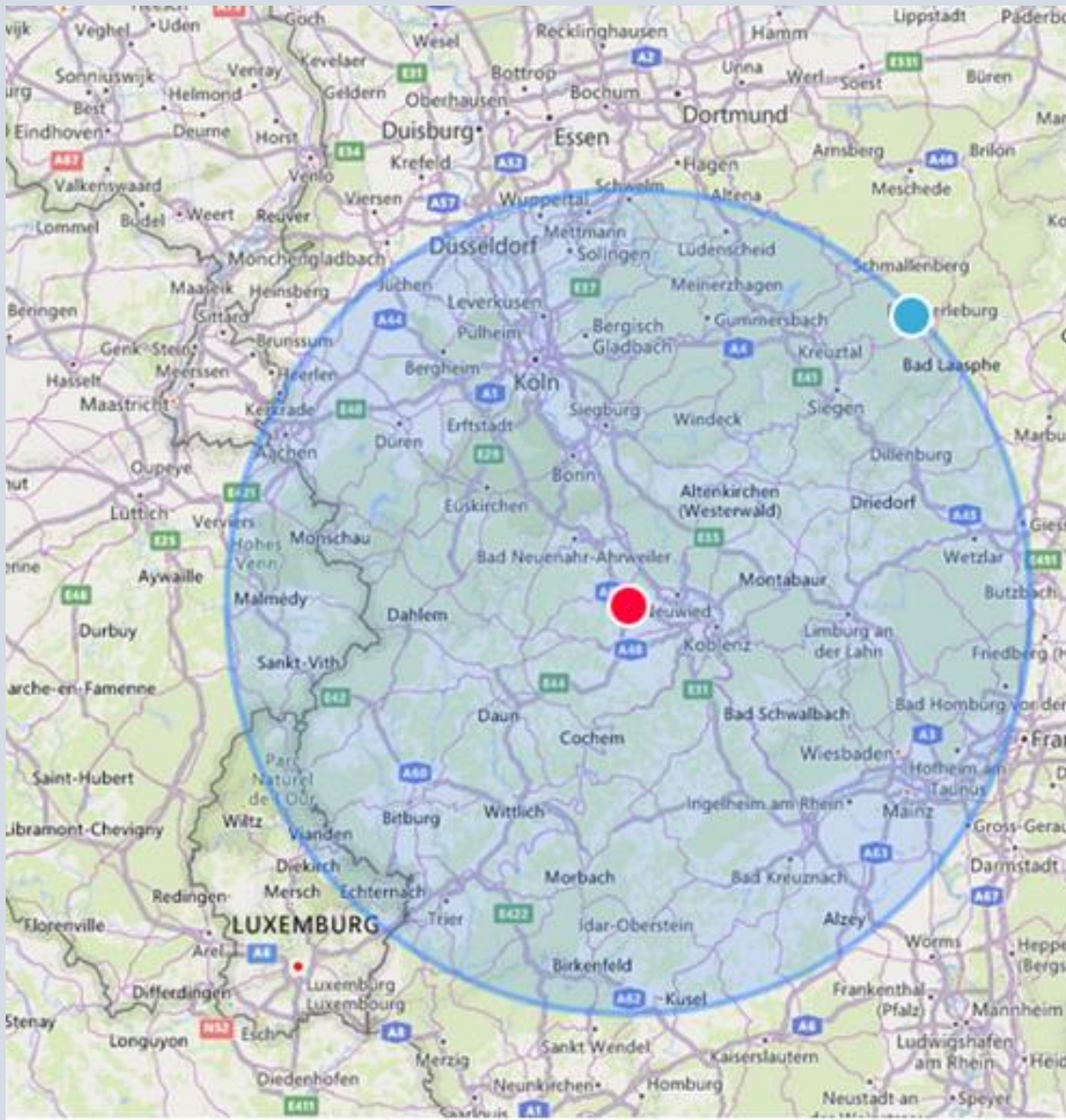
Street-Food-Festival / Steam-Punk-Festival (geplant im Oktober)

Weihnachtsmärkte
(November/Dezember)

Veranstaltungen Rheinhalle



Tagesgäste



Großer wirtschaftlicher
Faktor

Umkreis 150 km oder 1:30 h
Fahrstunden

Einwohner aus der
gezeigten Umgebung

Oder Urlaubsgäste, die im
Umkreis Urlaub machen
und einen Tagesausflug
nach Remagen
unternehmen

Aufgabenzuwachs einer modernen Tourist-Information

Klassisches Aufgabenportfolio einer professionellen Tourist-Information bzw. eines Tourismus-Service-Centers (TSC)



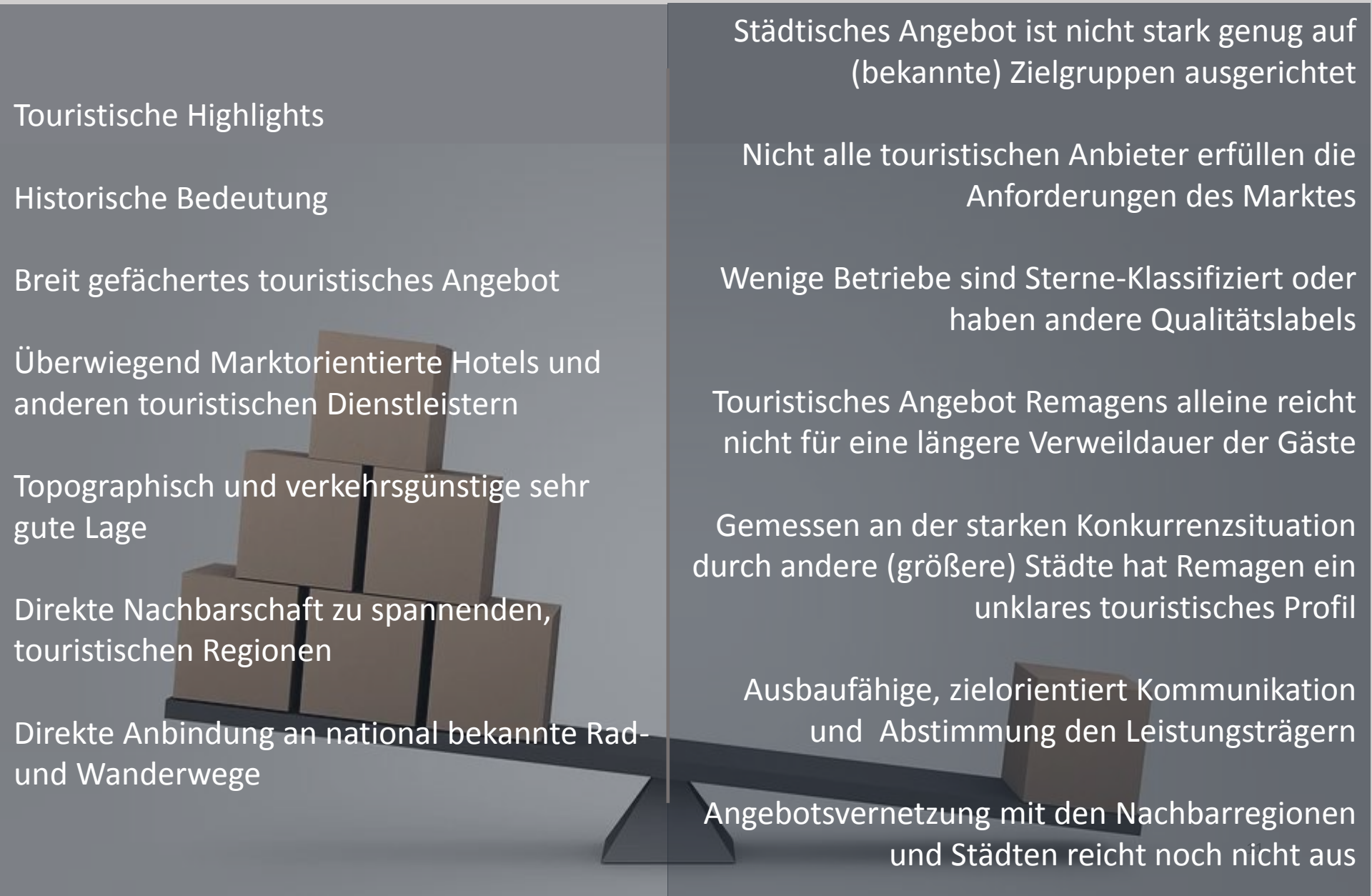
Aktuelle Organisation Tourist-Information Remagen



Sachgebiet Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Tourismus, Kultur



Die Situation auf einen Blick



Die Konsequenz

**Alleinstellung
und
Profilierung
der Stadt
durch ihre
attraktive Lage**

VISION:
Remagen wird
attraktiver und
gastfreundlicher
Ausgangspunkt für
einen
erlebnisreichen
Urlaub vor Ort und
in der Region

**Konzentration
auf
3 Kernthemen:**

Wandertourismus
Radtourismus

Kulturtourismus =
Römisches Erbe,
Brücke von
Remagen,
ARP-Museum



Konzentration auf 4 Zielgruppen

Zielgruppen/ Personas Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz
TOURISMUS GMBH

Die fünf Personas für Rheinland-Pfalz



Roswitha Schwab
Nur Wanderer



Bille & Henning Wolf
vielseitig Aktive



Bernd & Ulrike Blum
Aktive Naturgenießer



Walther Probst & Edelgard Brauch
Reifere Natur- und Kulturliebhaber, Kleinstadt-Genießer



Christiane & Matthias Urban
Reifere Natur- und Kulturliebhaber, Kleinstadt-Genießer

Analog der
Landesstrategie
Rheinland-Pfalz und der
Tourismusstrategie der
Romantischen Rhein
Tourismus GmbH:

Nur Wanderer
Vielseitig Aktive
Aktive Naturgenießer
Reifere Naturliebhaber

Strategische Ziele



Handlungsbedarf und Kerngeschäft der Tourist-Information



Maxime bei allen Handlungsfeldern:
Steigerung der Wertschöpfung – Digitalisierung – Qualität – Nachhaltigkeit – Komforttourismus
(Reisen für Alle = Barrierefreiheit)