

Wuppertal will Touristen locken

TOURISMUS Die Zahl der Übernachtungen soll gesteigert werden.

Wuppertal – eine Touristenstadt? Um den Tourismus noch stärker zu fördern und das Image der Stadt zu optimieren, traf sich die Wuppertal Marketing GmbH (WMG) gestern im Tagungsraum des Golfhotels Vesper zum Austausch mit Hotel-Geschäftsführern. Ihr Ziel: Aus Tagestouristen sollen Übernachtungstouristen werden.

Eine Fahrt mit dem Kaiserwagen, Stadtrundgänge und Zoobesuche sind die

Klassiker. Aber auch originale Souvenirs kommen gut an: „Der Schwebekugelschreiber ist unser Topseller, denn viele Gäste wollen ein Andenken, das Wuppertals Wahrzeichen abbildet“, verraten Danica Dannenberg und Jennifer Slansky vom Tourismus Marketing.

Passend zur Vorweihnachtszeit gibt es Ausstechförmchen in Tuffi- oder Schwebekugelmotiven. „Auf der Rückseite stehen Infor-

mationen über Wuppertal“, verrät Martin Bang, Geschäftsführer der WMG. Im Internet können kostenlose Audioguides für eine Schwebekugelfahrt heruntergeladen werden – auf Deutsch oder auf Englisch. Über den Wuppertaler Kulturstand auf der Internationalen Tourismusmesse (ITB) in Berlin sollen die Übernachtungszahlen (390 000 pro Jahr) gesteigert werden. „Da ist noch Platz nach oben“, sagt Bang.



Danica Dannenberg präsentiert einen neuen Führer über Ausflugsziele, die mit der Schwebekugelbahn zu erreichen sind. Foto: Andreas Fischer