

Was Touristen nach Wuppertal zieht

Die Schwebbahn kennt fast jeder. Aber was ist außerdem ein guter Werbeträger für die Stadt?

Von Katharina Rüth

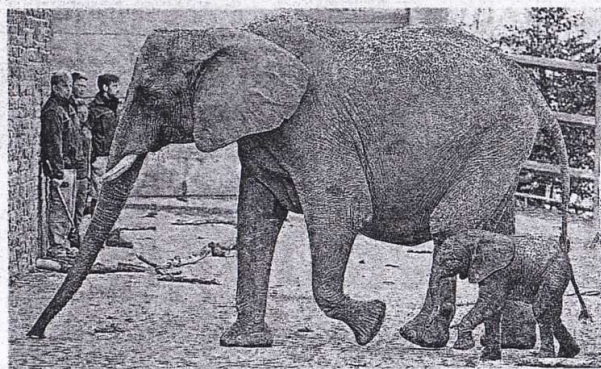
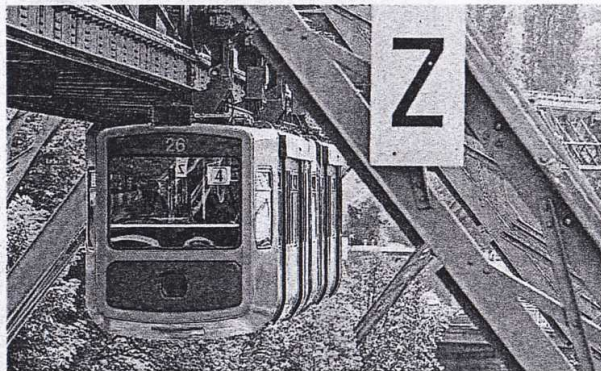
Wuppertal ist eine Reise wert. Wuppertaler wissen das. Aber wie lässt sich Gästen ein Besuch schmackhaft machen? Welche Sehenswürdigkeiten haben die größte Zugkraft? „Die Schwebbahn“, lautet natürlich die erste Antwort bei allen. „Der Kaiserwagen ist bis Juni ausgebucht“, heißt es aktuell bei Wuppertal Touristik.

Die Schwebbahn tauchte schon in Bekanntheits- oder Beliebtheits-Wettbewerben auf. 2010 landete sie bei einer Umfrage des Internetportals meinestadt.de und des Deutschen Tourismusverbands auf Platz 7 der bekanntesten deutschen Sehenswürdigkeiten. In einer Platzierung der Deutschen Tourismuszentrale nach einer Umfrage unter Deutschlandreisenden war sie 2012 unter den Top 100, teilte sich mit anderen Platz 95. In der aktuellen Besten-Liste ist sie aber nicht mehr dabei.

Ausstellungen im Von der Heydt-Museum sind Zugpferde

Dass fern von Wuppertal wenig mehr bekannt ist, weiß Stephan Orth, weit gereister Spiegel-Journalist und Autor („Couchsurfing im Iran“) aus Wuppertal: „Wenn ich über die Stadt im Ausland spreche, merke ich, dass nur die Schwebbahn manchen ein Begriff ist.“ Nur bei Chinareisen werde Wuppertal auch mal mit Engels in Verbindung gebracht.

Von der Heydt-Museum, Zoo, Skulpturenpark, Tanztheater Pina Bausch, Engels-



Schwebbahn, Nordbahntrasse, Zoo und Von der Heydt-Museum (v.l. oben im Uhrzeigersinn) sind vier Höhepunkte.

Haus und Historisches Zentrum, Stadthalle, Nordbahntrasse, Parks und schöne Viertel: Es gibt viel zu sehen, aber was ist ein guter Werbeträger der Stadt? Zugpferde sind Ausstellungen im Von der Heydt-Museum und im Skulpturenpark sowie Aufführungen des Tanztheaters, weiß Anke Brinkmann von Wuppertal Touristik.

Der Zoo lockt Familien, und die Nordbahntrasse ziehe eine ganz neue Gruppe von Touristen an: Es kämen sogar Niederländer mit dem Rad nach Wuppertal. Welche weiteren Sehenswürdigkeiten sie empfiehlt, entscheidet sie im Gespräch.

Ähnliches berichtet Tonia Haag, Sprecherin des Dachver-

bands NRW-Touristik. „Es kommt darauf an, bei wem wir werben“, erklärt sie. Kulturinteressierten legen sie das Von der Heydt-Museum ans Herz, Chinesen seien interessiert am Engels-Haus, auf Messen für Wander- und Fahrradreisen bewerben sie die Trasse.

Martin Bang, Chef von Wuppertal Marketing, sieht die Nordbahntrasse auf Platz 2 hinter der Schwebbahn. Und ihm liegen die attraktiven städtischen Ecken am Herzen: Nach Klassikern wie Zoo, Von der Heydt-Museum, Skulpturenpark und Stadthalle nennt er das Luisenviertel als sehenswert. Und nach der Hardt auch das Briller Viertel.

Einen besonderen Blick auf Wuppertal hat Anette Kolkau



Archivfotos: A. Fischer/A. Schwartz

DIE TOP ZEHN

MARTIN BANG, WUPPERTAL MARKETING 1. Schwebbahn, 2. Nordbahntrasse, 3. Zoo, 4. Von der Heydt-Museum, 5. Skulpturenpark, 6. Stadthalle, 7. Luisenviertel, 8. Hardt, 9. Briller Viertel, 10. Barmer Anlagen

ANETTE KOLKAU, BERGISCHES LAND MARKETING TOURISMUS 1. Schwebbahn, 2. Nordbahntrasse mit Ausblicken, 3. Stadthalle, 4. Bergische Museumsbahnen, 5. Historisches Zentrum, 6. Skulpturenpark, 7. Von der Heydt-Museum, 8. Stadttouren im Oldtimerbus, 9. Draisinen-

fahrt mit Beyenburg, 10. Zoo

TRIPADVISOR 1. Schwebbahn, 2. Zoo, 3. Stadthalle, 4. Kaiserwagen, 5. Tanztheater, 6. Schwimmoper, 7. Bühnen der Stadt, 8. Locked Room, 9. Skulpturenpark, 10. Botanischer Garten

WIKIPEDIA 1. Schwebbahn, 2. Oper, 3. Stadthalle, 4. Tanztheater, 5. Engelshaus, 6. Zoo, 7. Botanischer Garten, 8. Arboretum, 9. Von der Heydt-Museum, 10. Skulpturenpark

vom Bergisches Land Tourismus Marketing. Sie schwärmt von den Aussichten über die Stadt, von denen es dank der Lage viele gebe: Von der Tras-

se, besonders vom östlichen Abschnitt, gebe es „fantastische Blicke“ und auch von anderen Stellen, zum Beispiel von der Lichtenplatzer Straße.