

Touristische Angebote mussten weiter eingeschränkt werden

Das Gespräch führte
Michael Bosse

Martin Bang, Geschäftsführer der Wuppertal Marketing GmbH, zieht eine ernüchternde Tourismusbilanz und hofft auf ein besseres 2022. Auch das Tourismusjahr 2021 wurde von Corona und den Folgen überschattet. Im Gespräch mit der WZ zieht der Geschäftsführer der Wuppertal Marketing GmbH, Martin Bang, ein Fazit.

Herr Bang, wie bewerten Sie das jetzt zu Ende gehende Tourismusjahr, das ja erneut unter den Corona-Einschränkungen zu leiden hatte?

Martin Bang: Im Gegensatz zum ersten Corona-Jahr 2020 sind wir in diesem Jahr noch später in das Tourismusjahr gestartet. Wir haben wegen der Pandemie bis Anfang Juni unseren Tourismus-Pavillon geschlossen gehabt und konnten keine Veranstaltungen anbieten. Dann haben wir im Juni einen Schnellstart hinlegen müssen. Da haben wir gemerkt, dass die Menschen durchaus wieder Lust haben, rauszugehen und an Stadtführungen teilzunehmen. Bei den Innenveranstaltungen waren viele Besucher aber noch sehr vorsichtig. Was man auch sagen muss: In den ersten zwei Monaten bis August kamen eher Gäste aus Wuppertal als Auswärtige. Im vergangenen Jahr war der Start nach der ersten Infektionswelle dagegen deutlich einfacher als diesmal. Aufgrund der hohen Inzidenzzahlen in Wuppertal mussten wir auch einige Absagen von kleineren Gruppen hinnehmen, die Städtereisen geplant hatten.

Von dem erneuten Lockdown in diesem Jahr waren Sie komplett überrascht worden?

Bang: Richtig, im Herbst 2020 hatten wir unsere touristische Planung für dieses Jahr erarbeitet, nach dem eher ruhig verlaufenen Sommer war man ja davon ausgegangen, dass das Schlimmste bei der Corona-Pandemie überstanden ist. Durch die erneute Welle mussten in diesem Jahr allein unsere Stadtrundgänge für ein halbes Jahr ausfallen. Das Angebot musste deshalb in die-



Für Marketing-Chef Martin Bang war der Ausfall des Zugpferds Schwebebahn besonders bitter. Archivfoto: A. Fischer

sem Jahr noch stärker eingeschränkt werden als 2020.

Sie haben sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Wuppertal Touristik. Mussten Sie wegen der Corona-Pandemie auch für sie Kurzarbeit anmelden?

Bang: Ja, wir hatten für die Kolleginnen und Kollegen Kurzarbeit angemeldet, da wir genauso wie der Einzelhandel und die Gastronomie von den Schließungen betroffen waren. Bei der Wiedereröffnung im Juni sind wir mit voller Mitarbeiter- und Stundenzahl gestartet, damit wir ein komplettes Angebot bieten und zeigen können, dass es wieder losgeht. Viele Kunden haben wir da angerufen, um sie zu Touren zu motivieren. Da haben wir auch Extratouren eingerichtet. Um dem Sicherheitsbedürfnis der Gäste entgegenzukommen, haben wir manche Gruppe geteilt und verkleinert. Ziel war es für uns, möglichst schnell wieder in die Normalität und den Regelbetrieb zurückzukommen. Das hat echt gut geklappt.

Unbestritten ist aber wohl: Das Engels-Jahr ist ein Opfer der Corona-Pandemie geworden.

Bang: Das stimmt leider. Nach der tollen Auftaktveranstaltung am 15. Februar 2020 mit den Illuminationen von Gregor Eisenmann am Opernhaus musste man im Veranstaltungsprogramm eine

Vollbremsung hinlegen. Betroffen war ja auch die große Engels-Ausstellung in der Kunsthalle Barmen, die nur unter Corona-Einschränkungen stattfinden konnte. Die meisten kleineren Termine mussten alle abgesagt werden. Immerhin konnten wir jetzt vor gut zwei Wochen mit der Eröffnung des sanierten Engels-Hauses und der Kunstaktion „200 Gesichter zum 200. Geburtstag von Friedrich Engels“ einen würdigen Abschluss feiern. Gleichwohl: Aus touristischer Sicht konnten die Hoffnungen und Erwartungen, die mit dem Engels-Jahr verknüpft waren, nicht erfüllt werden. Das ist schon traurig und enttäuschend.

Und zu allem Überfluss fiel die Schwebebahn dann noch ab August 2020 bis Ende Juli 2021 weitgehend aus. Das war vermutlich ein weiterer Schlag ins Kontor für Sie?

Bang: Klar, gerade die Gäste von außerhalb, die nach Wuppertal kommen, haben die Fahrt mit der Schwebebahn natürlich fest auf dem Plan. Wenn die Fahrt dann ausfällt, ist das für die eine absolute Enttäuschung. Viele Besucher waren im Vorfeld gar nicht auf die Idee gekommen, zu fragen, ob die Schwebebahn verkehrt. Da mussten wir in unserem Pavillon so manchen enttäuschten Besucher trösten, uns entschuldigen und auf den August verweisen. Mit kleineren Give-Aways haben

Marketing

Das Büro von Wuppertal Marketing ist derzeit an der Kirchstraße zu finden. Schon bald steht der Umzug an den neuen Döppersberg an.

wir versucht, den Frust etwas zu lindern.

Wie sehen jetzt die Planungen für 2022 aus?

Bang: Noch ist ja unklar, ob und inwieweit es auch im kommenden Jahr Einschränkungen wegen Corona gibt. Die Planungen für das kommende Jahr laufen schon ab dem Sommer, da wir uns dazu ja auch mit unseren Partnern absprechen müssen. Im November sollen die druckreifen Angebote vorliegen. Das ist wichtig, weil wir im Dezember zum Weihnachtsfest unsere Gutscheine anbieten wollen. Wir planen das volle Programm, das Angebot wird eher noch größer als in den Vorjahren. Zudem werden wir unsere digitalen Angebote rund um die Stadtführungen weiter ausbauen – damit haben wir übrigens schon vor der Pandemie begonnen. Falls es dann coronabedingt Einschränkungen geben sollte, muss man die eben einplanen und gegebenenfalls Termine absagen. Als Touristiker sind wir flexibel.