
Endbericht

**Touristisches Entwicklungskonzept im Rahmen der Bodenordnung
für die Gemeinden Immerath und Winkel (Eifel)**

im Auftrag der DLR Mosel



erstellt von Dipl.-Geogr. Katrin Bünten
unter Mitarbeit von Dipl.-Geogr. Angelika Rott
30.10.2007

Vorwort

Zum Nutzen eines touristischen Entwicklungskonzeptes für die Vulkaneifelgemeinden Immerath und Winkel

Insbesondere in strukturschwachen Regionen im ländlichen Raum kann vom Tourismus ein Beitrag hinsichtlich regionalökonomischer Effekte erwartet werden. Durch den immer stärker werdenden Wettbewerb im Deutschlandtourismus zwischen und in den Regionen ist die Erarbeitung und Kommunikation eines charakteristischen, unverwechselbaren Profils eine Voraussetzung für die erfolgreiche Positionierung am Markt.

Die attraktive naturräumliche Ausstattung der Gemeinden Immerath und Winkel ist die Basis für die Etablierung eines landschaftsbezogenen Tourismus. Voraussetzung dafür ist neben der entsprechenden natur- oder kulturräumlichen Eignung jedoch auch die Identifikation und das Engagement aller touristischen Leistungsträger, Akteure und der ansässigen Bevölkerung mit dem Gestaltungsprozess.

Das Konzept ermöglicht durch ein gemeinsam herausgearbeitetes Leitbild sowohl eine Schärfung des touristischen Charakters der Gemeinden als auch eine klare Positionierung der Gemeinden Immerath und Winkel innerhalb der Initiative ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ in der Ferienregion Daun. Der Maßnahmenkatalog zeigt die verschiedenen Handlungsfelder auf, die kurz-, mittel- oder langfristig bearbeitet werden sollten. Letztlich hängt der Umsetzungserfolg maßgeblich von den finanziellen und organisatorischen Rahmenbedingungen, den beteiligten Akteuren und den Bürgern der Gemeinden Immerath und Winkel ab.

Das ‚Touristische Entwicklungskonzept im Rahmen der Bodenordnung‘ wurde im Auftrag des Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel erstellt. Die Inhalte des Konzeptes wurden eng mit den Mitarbeitern der Abteilung Landentwicklung/Ländliche Bodenordnung abgestimmt. Den Herren J. Pick, C. Neß und J. Thielen gilt hier besonderer Dank.

Maßgebliche Ideen und Anregungen lieferten die beiden Workshops in Winkel und Immerath im September 2007, deren Teilnehmern ebenfalls ein herzliches Dankeschön gebührt. Weiterhin danken wir den Interviewpartnern vor Ort sowie den touristischen Entscheidungsträgern und Teilnehmern am Strategieworkshop im Oktober 2007 in Daun für zahlreiche Impulse und aktives Engagement.

Inhalt

Vorwort	3
Inhalt	4
Abbildungen	6
Fotos	6
Tabellen	6
Kästen	6
Abkürzungen	6
1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel.....	6
1.1 Kurze Charakterisierung der Gemeinden	6
1.1.1 Lage, Charakter, Anbindung.....	6
1.1.2 Allgemeine Strukturdaten.....	6
1.2 Touristische Entwicklung des Landkreises Vulkaneifel	6
1.3 Touristisches Angebot.....	6
1.3.1 Standortbegründende touristische Angebotsfaktoren	6
1.3.2 Nutzungskonflikte zwischen Naturschutz und Tourismus	6
1.3.3 Das kapazitätsbezogene touristische Angebot.....	6
1.3.4 Standortförderndes touristisches Angebot	6
1.3.5 Touristische Organisationsstruktur	6
1.3.6 Vulkaneifel European Geopark.....	6
1.4 Touristische Nachfrage: Gästeanalyse	6
1.5 Zusammenfassung Kapitel 1.....	6
2 Konkurrenzanalyse	6
2.1 Touristische Kennzahlen im Vergleich.....	6
2.2 Positionierung im Vergleich mit ausgewählten Gemeinden.....	6
2.3 Marketingaktivitäten im Vergleich mit ausgewählten Gemeinden.....	6
2.4 Schlussbemerkung Kapitel 2	6
3 Potenzialanalyse.....	6
3.1 Überregionale Trends	6
3.2 Bedeutung der Makro-Trends für die Region	6
3.3 SWOT-Analyse für Immerath und Winkel.....	6
3.4 Zentrale Ergebnisse	6
3.5 Zusammenfassung Kapitel 3.....	6
4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel.....	6
4.1 Leitbild	6
4.2 Strategische Geschäftseinheiten	6
4.2.1 Wanderer (11 Punkte)	6
4.2.2 Spiritualität und Sinnsuchende (11 Punkte).....	6
4.2.3 Geologie und Vulkanismus (10 Punkte)	6
4.2.4 Regionale Identität / Kulinarik (9 Punkte)	6
4.2.5 Radfahrer (6 Punkte)	6
4.2.6 Familien (6 Punkte)	6
4.2.7 Naturerlebnis/ Natur und Bildung (6 Punkte).....	6
4.2.8 Mountainbiker (5 Punkte)	6
4.2.9 Aktive 50+ (5 Punkte).....	6
4.2.10 Motorradfahrer (4 Punkte).....	6

4.2.11	Wanderreiter (3 Punkte)	6
4.2.12	Senioren (3 Punkte)	6
4.2.13	Veranstaltungen (2 Punkte)	6
4.2.14	Nordic Walker (2 Punkte)	6
4.3	Angebotsportfolio	6
4.4	Handlungsfelder	6
4.4.1	Natur und Landschaft	6
4.4.2	Angebot und Infrastruktur	6
4.4.3	Kultur und Freizeit	6
4.4.4	Werbung und Organisation	6
4.5	Zusammenfassung Kapitel 4	6
5	Maßnahmenkatalog	6
5.1	Natur und Landschaft	6
5.1.1	Renaturierung Immerather Risch	6
5.1.2	Aussichtssituation am Maarrand	6
5.1.3	Aufwertung und Nutzung des Immerather Maars	6
5.1.4	Gestaltung der Ortseingänge	6
5.1.5	Vulkanismus thematisieren	6
5.1.6	Wegeinstandhaltung/Rückeschäden	6
5.1.7	Lavagrube Winkel in das touristische Geschehen einbinden	6
5.1.8	Thematisierung Naturschutz und Tourismus	6
5.2	Angebot & Infrastruktur	6
5.2.1	Informations- & Besucherleitsystem	6
5.2.2	Wegenetz	6
5.2.3	Sonstige Maßnahmen	6
5.3	Kultur und Freizeit	6
5.3.1	Inwertsetzung des kulturellen Erbes	6
5.3.2	Veranstaltungen	6
5.3.3	Wetterunabhängiges Angebot	6
5.4	Werbung und Organisation	6
5.4.1	Außenmarketing und PR	6
5.4.2	Innenmarketing	6
5.5	Maßnahmenübersicht	6
5.5.1	Beteiligtenmatrix	6
5.5.2	Zeitplan	6
5.5.3	Maßnahmeneinschätzung	6
6	Literatur	6

Abbildungen

Abb. 1: Lage der Gemeinden	6
Abb. 2: Indizierte Entwicklung der Bevölkerungszahl im Vergleich (Index 100 = 2000)	6
Abb. 3: Seniorenquotient der Landkreise (Rheinland-Pfalz) im Vergleich	6
Abb. 4: Wanderungen über die Kreisgrenzen des Landkreises Vulkaneifel (2000-2006) nach Bevölkerungskohorten (in absoluten Zahlen).....	6
Abb. 6: Indizierte Entwicklung touristischer Kennzahlen des LK Vulkaneifel (Index 100 = 1986)	6
Abb. 7: Logo	6
Abb. 8: Vulkane im Raum Gillenfeld	6
Abb. 9: Naturschutzgebiete und Naturdenkmäler sowie Biotope um Immerath und Winkel.	6
Abb. 10: Ferienregion Eifel	6
Abb. 11: ‚Welche Art von Urlaub verbringen Sie in der Region?‘	6
Abb. 12: Ausflugsradius der Befragten.....	6
Abb. 13: Tourismusintensität in RLP nach Kreisen 2005	6
Abb. 14: Touristische Kennzahlen der Verbandsgemeinden im Vergleich (2005).....	6
Abb. 15: Gästeankünfte, Übernachtungen und Auslastung der LK im Vergleich (2006)	6
Abb. 16: Veränderung der Übernachtungen 2004/2005 in RLP nach Kreisen.....	6
Abb. 17: Wort-Bild-Marken	6
Abb. 18: Bewertung der wichtigsten Trends für Immerath und Winkel (Methode Brainwriting).....	6
Abb. 19: Ziel der SWOT-Analyse	6
Abb. 19: SWOT-Analyse für Immerath und Winkel.....	6
Abb. 20: Potenzialnetz ‚Natur & Landschaft‘	6
Abb. 21: Potenzialnetz ‚Angebot & Infrastruktur‘	6
Abb. 22: Potenzialnetz ‚Beherbergung & Gastronomie‘	6
Abb. 23: Potenzialnetz ‚Kultur & Freizeit‘	6
Abb. 25: Bewertung der strategischen Geschäftsfelder	6
Abb. 26: Zeitwohlstand	6
Abb. 27: Intensitätsstufen der Mußeorientierung.....	6
Abb. 28.: Charakterisierung der Zielgruppe Urlaub auf dem Bauernhof	6
Abb. 29: Kaufkraft unterschiedlicher Altersgruppen	6
Abb. 30: Marktsegmente der Senioren.....	6
Abb. 31: Die wichtigsten Urlaubsmotive der Senioren	6
Abb. 32: Portfolio Matrix für Immerath und Winkel (nach Boston Consulting Group).....	6

Fotos

Foto 1: Blick auf die Landschaft (L16 Maarrand Richtung Nord-Ost)	6
Foto 2: Immerath	6
Foto 3: Blick auf die Kulturlandschaft zwischen Immerath und Winkel	6
Foto 4: Ergebnis des Strategietreffens: ‚Handlungsfelder Natur & Landschaft‘	6
Foto 5: Ergebnis des Strategietreffens: ‚Handlungsfelder Angebot & Infrastruktur‘	6

Tabellen

Tab. 1: Veränderung der Bevölkerungszahl zum Vorjahr im Vergleich (in %)	6
Tab. 2: Entwicklung der Arbeitslosenquote im Vergleich	6
Tab. 3: Kapazität der Unterkünfte in Immerath und Winkel	6
Tab. 4: Fremdenverkehrsintensität und Veränderung der Gemeinden im Vergleich.....	6
Tab. 5: Aktuelle Positionierung der Gemeinden der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ ..	6
Tab. 6: Online-Marketing der umgebenden Gemeinden	6
Tab. 7: Workshopergebnisse Brainwriting relevante Trends für Immerath und Winkel.....	6
Tab. 8: Brainwriting Stärken und Schwächen Immerath	6
Tab. 9: Brainwriting Stärken und Schwächen Winkel	6

Kästen

Kasten 1: Sage der Waltersburg bei Winkel.....	6
Kasten 2: Aktiv praktizierte Brauchtümer in Immerath (I) und/oder Winkel (W)	6
Kasten 3: Kernbedingungen der Charta des Netzwerks European Geoparks.....	6
Kasten 4: Das Netzwerk der European Geoparks in Europa:	6
Kasten 5: Geoziele im ‚Vulkaneifel European Geopark‘	6
Kasten 6: Antworten auf die Frage „Was unternehmen Sie außerdem?“	6
Kasten 7: Selbstverständnis und Stärken der Gemeinden Immerath und Winkel	6
Kasten 8: Ziele der Gemeinden Immerath und Winkel.....	6

Abkürzungen

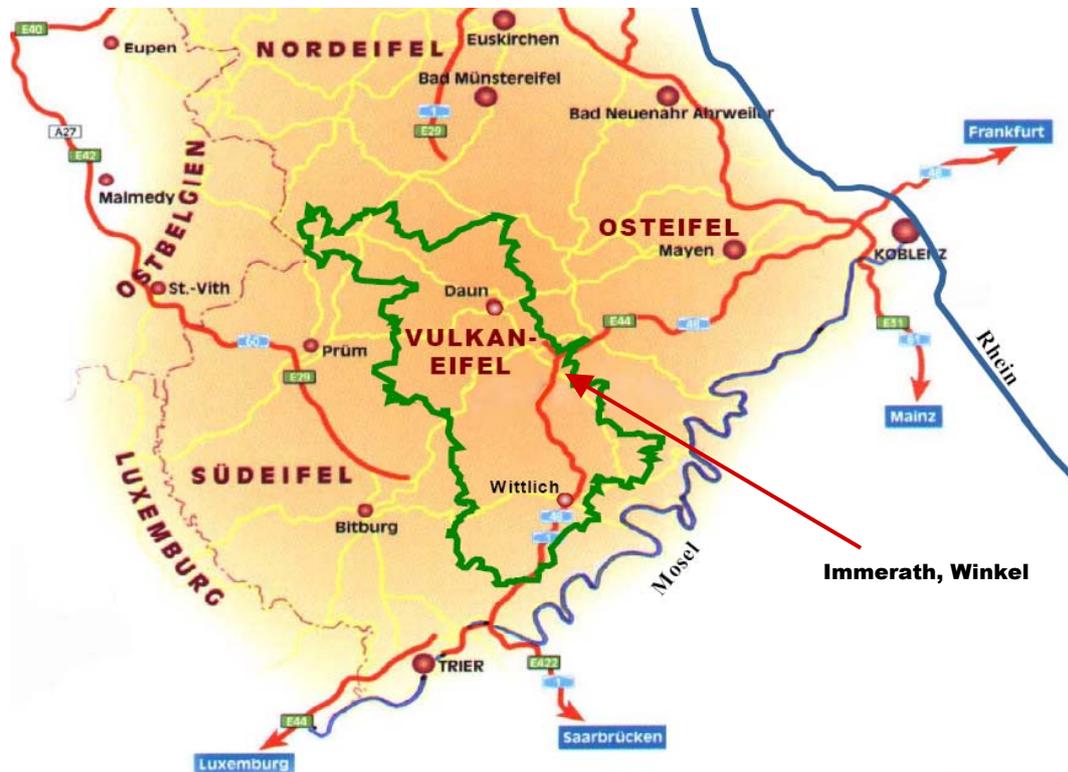
%	Prozent	o. g.	oben genannte(s, r)
€	Euro	o. J.	ohne Jahr
Abb.	Abbildung	o. S.	ohne Seite
ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club	ÖPNV	Öffentlicher Personen Nah- verkehr
AG	Arbeitsgruppe, -gemeinschaft	p. P.	pro Person
bspw.	beispielsweise	PG	Projektgruppe
bzgl.	Bezüglich	PKW	Personenkraftwagen
bzw.	beziehungsweise	PR	Public Relations
ca.	zirka	RLP	Rheinland-Pfalz
d. h.	das heißt	S.	Seite
D.O.V.	Deutscher Omnibus Verband	s. o.	siehe oben
DLR	Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum	Service- Q	Service-Qualität
e. V.	eingetragener Verein	SGD	Struktur- und Genehmi- gungsdirektion Nord
et al.	et alii	Nord	
etc.	et cetera	SGE	Strategische Geschäftsinhei- ten
f.	folgende	St.	Sankt
F.U.R.	Forschungsgemeinschaft Ur- laub und Reisen	SWOT	Strength, Weakness, Oppor- tunities, Threats (Stärken, Schwächen, Chancen, Risi- ken)
ff.	fortfolgende	Tab.	Tabelle
GfK	Gesellschaft für Konsumfor- schung	TG	Teilnehmergeinschaft
ggf.	gegebenenfalls	TKN	Touristisches Informations- und Kommunikationssystem
GmbH	Gemeinschaft mit beschränk- ter Haftung	TÜV	Technischer Überwachungs- Verein
Hg.	Herausgeber	u. U.	unter Umständen
i. d. R.	in der Regel	UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Or- ganization
IG	Interessengemeinschaft	USP	Unique Selling Proposition (einzigartiges Verkaufsver- sprechen)
kg	Kilogramm	usw.	und so weiter
km	Kilometer	uvm.	und vieles mehr
LA	Landesamt	v. a.	vor allem
LAG	Lokale Aktionsgruppe	VG	Verbandsgemeinde
LK	Landkreis	vgl.	vergleiche
LOHAS	Vertreter des Lifestyle of Health and Sustainability	vorauss.	voraussichtlich
m ü. NN	Meter über Normalnull	z. B.	zum Beispiel
max.	maximal		
min.	mindestens		
Mio.	Millionen		
Mwst.	Mehrwertsteuer		
N.I.T.	Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuro- pa		
Nr.	Nummer		
o. ä.	oder ähnliche(s)		
o. A.	ohne Autor		

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

1.1 Kurze Charakterisierung der Gemeinden

1.1.1 Lage, Charakter, Anbindung

Abb. 1: Lage der Gemeinden



LAG Vulkaneifel o. J., ergänzt

Die Gemeinden Immerath und Winkel liegen in der Verbandsgemeinde (VG) Daun im Landkreis (LK) Vulkaneifel, Rheinland-Pfalz. Der LK befindet ist Teil der Südlichen Vulkaneifel. Im Norden grenzt er an die Nordeifel (Nordrhein-Westfalen), im Süden an die Moseleifel und im Südwesten an die Südeifel. Die VG Daun liegt im Nordwesten des Landkreises. Im Südosten grenzt die VG Daun an die VG Ulmen im LK Cochem-Zell.

Der westliche Teil der Schiefergebirgslandschaft ist durch aufsitzende vulkanische Bergkuppen geprägt. Winkel und Immerath befinden sich im Übergangsbereich zwischen der östlichen Hocheifel und dem Üßbachbergland. In der Landschaft befinden sich größere und kleinere Waldflächen, das Offenland überwiegt. Die Maare der Landschaft sind als landesweit bedeutsame Kernräume für den Arten- und Biotop-schutz eingestuft¹.

¹ DLR Mosel 2006, S. 3f.

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

Foto 1: Blick auf die Landschaft (L16 Maarrand Richtung Nord-Ost)



Foto: K. Bünten 2007

Die Gemeinden Immerath und Winkel befinden sich im peripheren ländlichen Raum². Mit dem privaten PKW erreicht der Besucher beide Gemeinden von der A 48 von Koblenz bzw. von der A 1 von Luxemburg kommend, indem er die Autobahn an der Ausfahrt Manderscheid verlässt und über Gillenfeld auf die B 421 fährt, von der es links ab nach Winkel bzw. Immerath geht.

Die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln gestaltet sich schwierig: es besteht eine Verbindung vom Hauptbahnhof Koblenz aus mit Bus 342 (Richtung Daun) nach Ulmen Bürgersaal, von dort mit Bus 500 (Richtung Gerolstein Bahnhof) nach Steinigen Brunnen und von Steinigen Kirche mit Bus 503 (Richtung Feuerwehrhaus Gillenfeld) nach Immerath Kapelle, Winkel (Eifel) bzw. Oberwinkel Ort, Winkel (Eifel). Für die Anreise von Touristen sind diese Verbindungen aufgrund der Umsteigehäufigkeit und der Bedienungszeiten nicht geeignet.

1.1.2 Allgemeine Strukturdaten

Das touristische Potenzial einer Region leitet sich von vielerlei Faktoren ab. Ein erster Schwerpunkt liegt auf allgemeinen Strukturen hinsichtlich des Bevölkerungs- und Wirtschaftspotenzials. Diese Faktoren bilden die Grundlage für die Wirtschaftswachstumsfähigkeit einer Region.

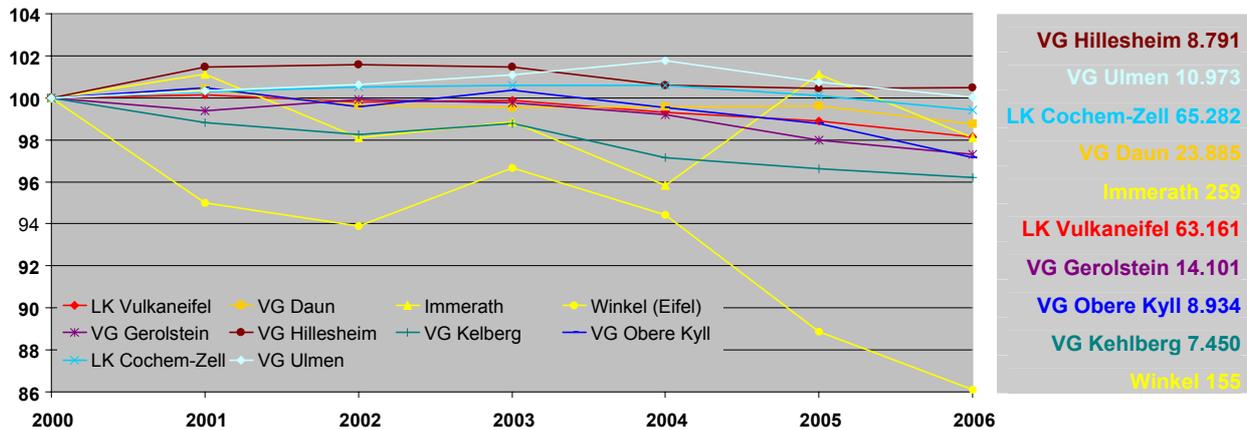
Mittelgebirgslandschaften sind seit jeher dünn besiedelt. Besonders die nationale Randlage des LK Vulkaneifel begünstigte eine schwache wirtschaftliche Entwicklung. Im Zuge der Konzentrations- und Dekonzentrationserscheinungen in Deutsch-

² vgl. BBR 2005, S. 17

1.1 Kurze Charakterisierung der Gemeinden

land seit Mitte der 1990er Jahre ist ein erheblicher Verlust an Bevölkerungspotenzial im ländlichen Raum zu erkennen. Sehr kleine Gemeinden, wie Immerath (2006: 259 Einwohner) und Winkel (2006: 155 Einwohner) haben mit Strukturschwäche und damit auch um Bevölkerung zu kämpfen.

Abb. 2: Indizierte Entwicklung der Bevölkerungszahl im Vergleich (Index 100 = 2000)



Datengrundlage: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007

Die indizierte Entwicklung der Bevölkerungszahl zeigt deutlich, dass prozentual betrachtet, Winkel unter starkem Bevölkerungsverlust leidet (vgl. Abb. 2). Allerdings ist hier die Größenordnung zu beachten! Bis auf die VG Hillesheim, die ihre Bevölkerung seit 2000 stabil halten konnte, verzeichnen auch die Verbandsgemeinden des LK Vulkaneifel³ deutliche Rückgänge. Die ans Untersuchungsgebiet angrenzende VG Ulmen des LK Cochem-Zell hat ihre Bevölkerungszahl stabilisieren können (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: Veränderung der Bevölkerungszahl zum Vorjahr im Vergleich (in %)

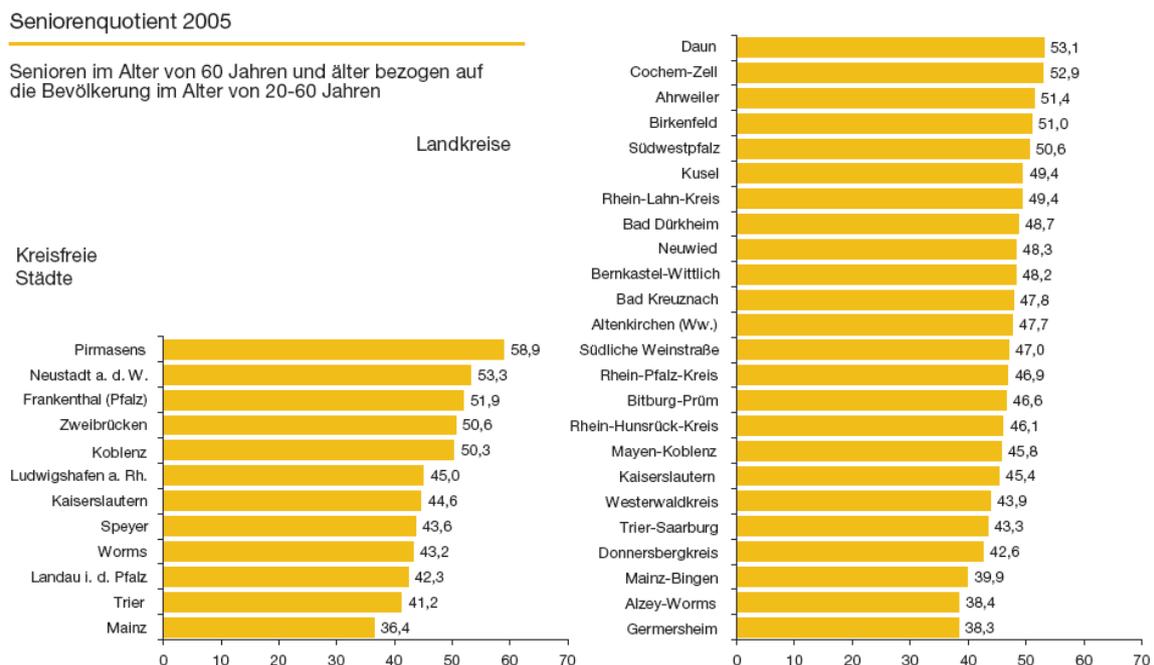
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Δ 2006/2000
<i>LK Vulkaneifel</i>	0,2	-0,3	0,1	-0,5	-0,5	-0,8	-2,0
<i>VG Daun</i>	0,4	-0,7	-0,1	0,0	0,0	-0,9	-1,0
<i>Immerath</i>	1,1	-3,0	0,8	-3,1	5,5	-3,0	-2,0
<i>Winkel (Eifel)</i>	-5,0	-1,2	3,0	-2,3	-5,9	-3,1	-14,0
<i>VG Gerolstein</i>	-0,6	0,5	-0,2	-0,6	-1,2	-0,7	-3,0
<i>VG Hillesheim</i>	1,5	0,1	-0,1	-0,9	-0,1	0,0	0,0
<i>VG Kelberg</i>	-1,2	-0,6	0,5	-1,6	-0,6	-0,4	-4,0
<i>VG Obere Kyll</i>	0,5	-0,9	0,8	-0,8	-0,7	-1,6	-3,0
<i>LK Cochem-Zell</i>	-0,3	0,1	-0,4	-0,6	-0,5	-0,9	-3,0
<i>VG Ulmen</i>	0,3	0,3	0,4	0,7	-1,0	-0,7	0,0

Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007

³ VG des LK Vulkaneifel: VG Daun, VG Gerolstein, VG Hillesheim, VG Kelberg, VG Obere Kyll

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

Abb. 3: Seniorenquotient der Landkreise (Rheinland-Pfalz) im Vergleich



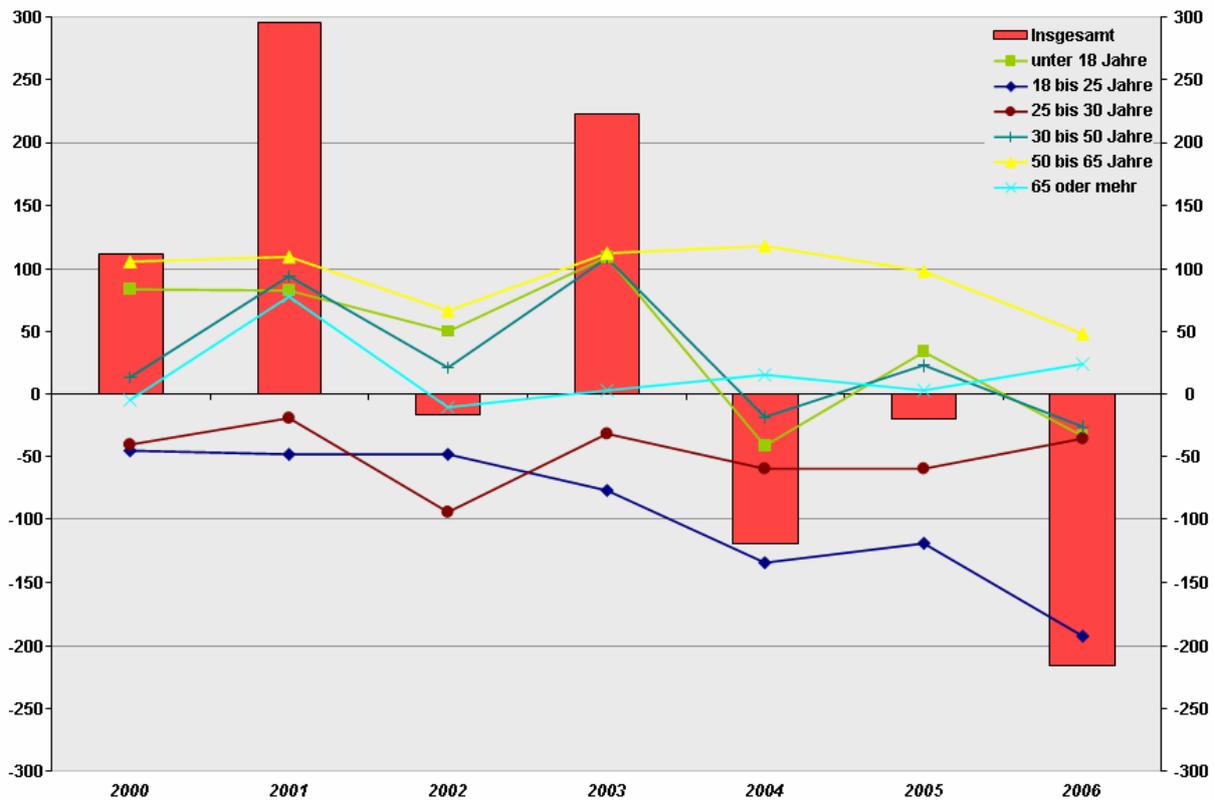
Statistisches Landesamt 2007, S.13

Eine weitere problematische Entwicklung neben der Schrumpfung der Eifelgemeinden ist die Alterung ihrer Bevölkerung. Abbildung 3 stellt den Seniorenquotienten der rheinland-pfälzischen Landkreise gegenüber. Hier wird deutlich, dass die beiden Landkreise Daun und Cochem-Zell, den höchsten Seniorenquotienten und damit die durchschnittlich älteste Bevölkerung im Landesvergleich haben.

Grund für die starke Alterung ist nicht nur die geringere Anzahl an Geburten in den letzten Jahren, sondern v. a. eine deutliche Dynamik in der Abwanderung, zumeist junger Bevölkerungsgruppen (vgl. Abb. 4). Auffällig ist, dass auch in Jahren mit positivem Wanderungssaldo (2001, 2003) die wirtschaftlich aktiven Bevölkerungsgruppen zwischen 18 und 30 Jahren abwandern. Zwischen 18 und 25 Jahren sind dies zumeist Bildungswanderer, die den Heimatort verlassen und selten dahin zurückkehren. Der Verlust der Kohorte der 25- bis 30-Jährigen ist besonders nachhaltig, da mit ihr auch die reproduktive Bevölkerung wegzieht. Die Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren hat schwankende Wanderungssaldi. Das ist das Alter im Leben, in welchen ein Haus gebaut und eine feste Anstellung gefunden ist. Mit der Familiengründung steigt der Bedarf an Wohnraum, der auf dem Land günstiger ist, als in der Stadt. Deutliche Zuwanderung herrscht durch die Altersgruppe der 50- bis 65-Jährigen. Dies ist bereits die Ruhestandswanderung, in der ein attraktives Umfeld verstärkt von Bedeutung ist.

1.1 Kurze Charakterisierung der Gemeinden

Abb. 4: Wanderungen über die Kreisgrenzen des Landkreises Vulkaneifel (2000-2006) nach Bevölkerungskohorten (in absoluten Zahlen)



Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007

Nach den Prognosen für die zukünftige Bevölkerungsentwicklung wird sich sowohl der Trend ‚Schrumpfung‘ als auch ‚Alterung‘ der Bevölkerung in Deutschland weiter verstärken.

Die Beschäftigungsstruktur ist ebenfalls durch die negative Bevölkerungsentwicklung gekennzeichnet (vgl. Tab. 2). Im Vergleich zum benachbarten LK Cochem-Zell hat der LK Vulkaneifel eine höhere Arbeitslosenquote. Gliedert man die höchste Quote 2005 aus⁴, zeigt sich insgesamt ein leichter Anstieg seit 2001. Immerath und Winkel haben eine deutlich geringere offizielle Arbeitslosenquote als der LK (Winkel 2006: 3,8%; Immerath 2006: 3,0%⁵).

Tab. 2: Entwicklung der Arbeitslosenquote im Vergleich

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
LK Vulkaneifel	5,9	5,5	6,2	6,5	6,5	7,6	6,3
LK Cochem-Zell	5,8	5,2	5,1	5,8	5,8	7,0	5,7

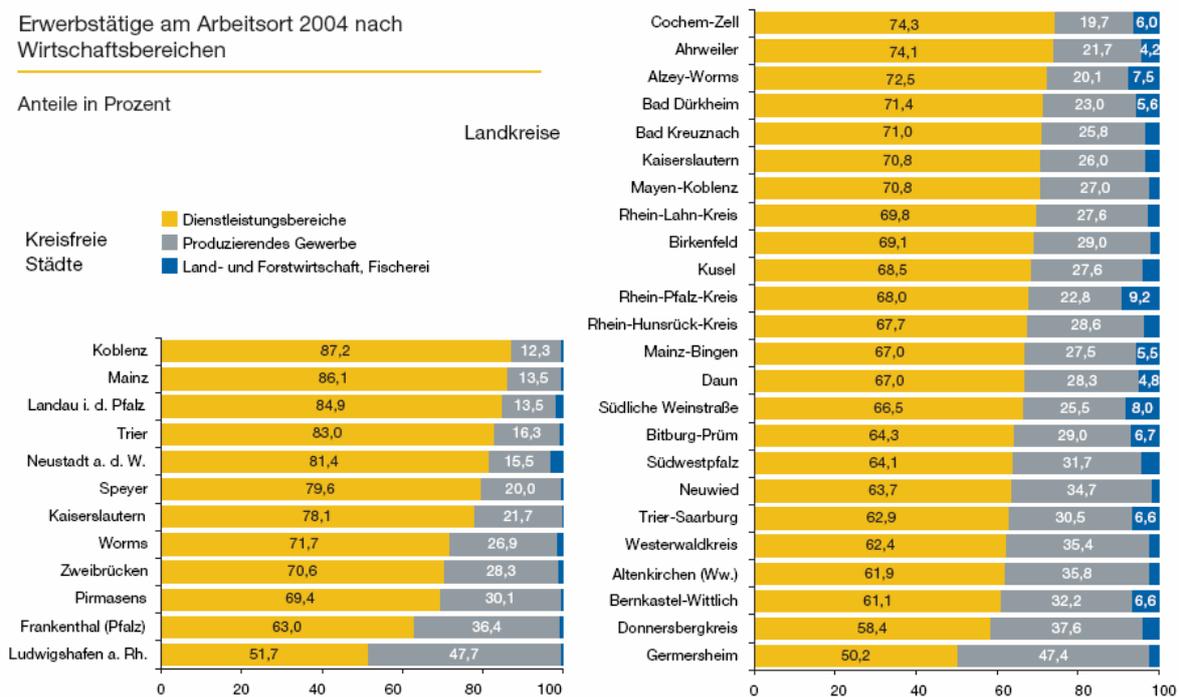
Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007

⁴ lt. Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg 2007 bedingt durch die Einführung des ‚Arbeitslosengeld II‘ im Januar 2004

⁵ vgl. Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg 2007

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

Abb. 5: Erwerbstätige in den Landkreisen nach Wirtschaftsbereichen (2004)



Statistisches Landesamt 2007, S. 35

Die Wirtschaftsstruktur der Region ist stark landwirtschaftlich geprägt. 4,8 % der Bevölkerung sind im LK Vulkaneifel in der Landwirtschaft beschäftigt. Klammert man die Kreise mit einem hohen Anteil an Weinbau aus, gehört der LK Vulkaneifel damit zu den am stärksten landwirtschaftlich geprägten Kreisen in Rheinland-Pfalz⁶. Mit mehr als zwei Drittel der Erwerbstätigen, die im Dienstleistungssektor beschäftigt sind bleibt der LK deutlich hinter dem Anteil in Deutschland zurück⁷. Der Anteil der Erwerbstätigen im Produzierenden Gewerbe ist höher als im Bundesdurchschnitt⁸.

Die Zahl von drei in Immerath bzw. vier in Winkel aktuell tätigen Haupterwerbslandwirten verdeutlicht die landwirtschaftliche Prägung der Gemeinden. Die Nutzung ist eng mit der geologischen Entstehung verknüpft. Vulkanische Lockergesteine, Tuffe und Schlacken erlauben eine landwirtschaftliche Nutzung. Weite Teile der Gemeindeflächen werden zudem forstwirtschaftlich genutzt.

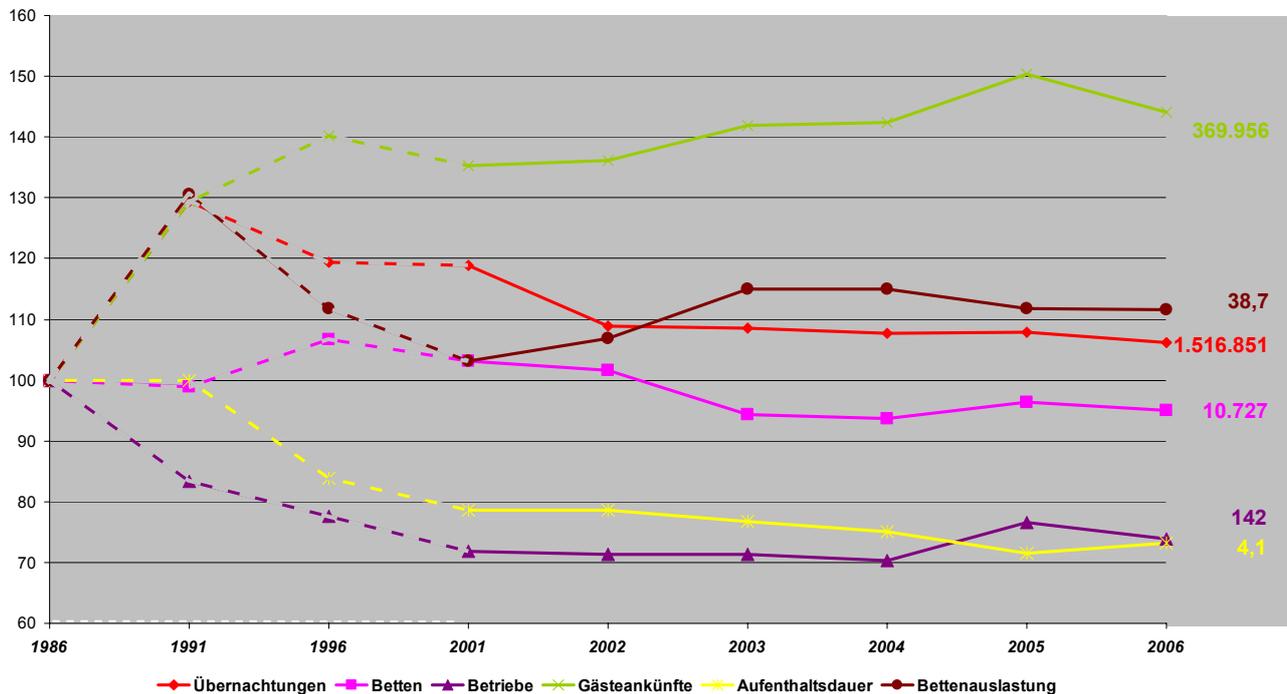
⁶ Anteil Erwerbstätiger Land- und Forstwirtschaft, Fischerei in Deutschland 2004: 2,3%; 2006: 2,2%

⁷ Anteil Erwerbstätiger Dienstleistungssektor in Deutschland 2004: 71,3%; 2006: 72,3%.

⁸ Anteil Erwerbstätiger Produzierendes Gewerbe in Deutschland 2004: 26,4%; 2006: 25,5%

1.2 Touristische Entwicklung des Landkreises Vulkaneifel

Abb. 6: Indizierte Entwicklung touristischer Kennzahlen des LK Vulkaneifel (Index 100 = 1986)



Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007

Aufgrund fehlender touristischer Datenreihen der Gemeinden Immerath und Winkel sowie der Verbandsgemeinde Daun, wird die Entwicklung des Tourismus auf Grundlage der Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz für den LK Vulkaneifel erläutert.

Der Tourismus im LK Vulkaneifel war seit 1986 starken Schwankungen unterworfen. Die Anzahl der **Betten** im Landkreis Vulkaneifel geht bis 2001 um 6% zurück. Im Jahr 2004 sinkt das Bettenangebot um weitere 10% sogar auf einen Tiefstand von nur knapp über 10.000 Betten. Dies ist v. a. auf die Schließung von insgesamt 14 **Betrieben**⁹ im Zeitverlauf zurückzuführen (1996: 149 Betriebe; 2004: 135 Betriebe). Außerdem hatten die Gesundheitsstrukturreformen 1989, 1993 und 1997 einen großen Einfluss auf die Rahmenbedingungen für Kur- und Heilbäder. Auch das Heilbad Daun war davon betroffen. Deshalb wurde auch die **Auslastung** zwischen 1996 und 2004 von 38,8% auf 39,9% gesteigert. Bis zum Jahr 2006 war die Auslastung

⁹ „hier werden gemäß landesrechtlicher Grundlage (...) auch die Privatzimmervermieter und gewerblichen Kleinbetriebe mit weniger als neun Betten in diese kurzfristige Statistik einbezogen.“ (vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, verschiedene Jahrgänge)

[Betriebsarten: Hotels, Hotels garnis, Gasthäuser, Pensionen und Fremdenheime, Erholungs- und Ferienheime einschließlich Kinderheime sowie Schulungs- und Schullandheime, Heilstätten, Sanatorien und Kuranstalten, Ferienzentren bzw. Ferienhäuser und -wohnungen, Jugendherbergen und ähnliche Einrichtungen sowie Privatquartiere einschließlich gewerbliche Kleinbetriebe]

wieder leicht rückläufig und beläuft sich nunmehr auf 38,7% (142 Betriebe, 10.727 Betten, 1.516.811 Übernachtungen).

Die meisten **Gästeankünfte** wurden 2000 mit insges. knapp 390.000 verzeichnet. Nach einem Rückgang 2001 konnten bis 2005 wieder steigende Gästeankünfte konstatiert werden. 2006 war die Anzahl der Gästeankünfte wieder rückläufig. Seit Mitte der 1990er Jahre waren die **Übernachtungen** rückläufig. Das lässt sich einerseits auf den Rückgang der Kurtouristen (s. o.), andererseits auf den Trend zu Kurzreisen zurückführen. Seit 2002 können die Übernachtungszahlen etwa stabil gehalten werden.

Die Entwicklung im benachbarten Landkreis Cochem-Zell, der über direkte Grenzen mit den betrachteten Gemeinden Immerath und Winkel verfügt, folgt einem ähnlichen Verlauf. Auch hier sank die Anzahl der Betriebe um rund 10% zwischen 1996 und 2004, was mit Verlusten bei den Übernachtungen von 9% einherging. Die Auslastung entwickelte sich zwischen 1996 und 2004 ebenfalls positiv, jedoch insgesamt auf einem wesentlich geringeren Niveau (2004: 28%; 2006: 27,2 %).

Ein weiterer, besonders charakteristischer Indikator zur Einschätzung der touristischen Entwicklung ist die **Aufenthaltsdauer**. Eine längere Aufenthaltsdauer impliziert höhere Ausgaben für Übernachtung und Verpflegung, die i. d. R. den größten Teil der Reisekosten ausmachen. Die Entwicklung dieses Indikators war im LK Vulkaneifel seit den 1990er Jahren rückläufig (von 5,6 Tagen auf 4,0 Tage). Diese drastische Reduzierung hat zwei maßgebliche Ursachen: 1. ein Trend zu Kurzreisen und Ausflügen seit Mitte der 1990er Jahre. 2. Rückgang der Kurgäste durch die Gesundheitsstrukturreformen, die durch ihre mehrwöchigen Aufenthalte die Statistik verzerren. Dennoch sollte diese Entwicklung als Anreiz gesehen werden, das Angebot zu spezifizieren und zu verbessern. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von vier Tagen lässt vermuten, dass der LK Vulkaneifel häufig auch das Hauptreisezielgebiet ist. Zu beachten ist der Einfluss der Kurtouristen in Daun, die eine lange Aufenthaltsdauer haben.

1.3 Touristisches Angebot

1.3.1 Standortbegründende touristische Angebotsfaktoren

Foto 2: Immerath



www.immerath-vulkaneifel.de

Als zentrale Faktoren der Erholungseignung einer Landschaft gelten¹⁰:

- Reliefenergie
- Bodendeckenzusammensetzung in naturnaher Farbabwechslung
- Bioklima, Luftreinheit und Lärmarmut
- naturnahe Ränder: Waldränder, Hecken, Baumgruppen, Gewässerränder
- kleinstrukturierter Wechsel der Flächennutzung
- Ästhetik der Flora und Fauna

Demnach suchen Gäste nur dann einen bestimmten Ort auf, wenn Sie ihre spezifischen Bedürfnisse dort verwirklicht sehen. Im Rahmen der landschaftsbezogenen Erholung ist das in erster Linie eine *attraktive, naturnahe Landschaft*¹¹. Die Landschaft im Landkreis Vulkaneifel ist geprägt durch einen reichhaltigen Formenschatz, der sich aufgrund tektonischer und vulkanischer¹² Vorgänge entwickelt hat. Diese Hinterlassenschaften verleihen dem Erscheinungsbild eine besondere, vielfältige Attraktivität. Die VG Daun gehört zum eindrucksvollsten Teil der Vulkaneifel. Hier befinden sich die Dauner Maare, die Gillenfelder Maare sowie die Dürren Maare. Die Gemeinde Immerath liegt sogar in einem einstigen Markessel.

¹⁰ BARTH 1995, S. 143

¹¹ vgl. LUFT 2005, S. 18ff.

¹² Die Vulkaneifel gehört zu den jüngsten Vulkangebieten in Deutschland (Quartär). Der jüngste Vulkanismus (Ulmener Maar) ist ca. 10.000 Jahre alt (vgl. MEYER 1994).

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

Abb. 7: Logo



www.vulkaneifel.de

Der Fokus auf die landschaftlichen Reize der Region wird auch im Logo des Landkreises deutlich (vgl. Abb. 7). Das grüne Symbol steht dabei für Mittelgebirge und Vulkankuppen. Die Konzentration solch zahlreicher geologischer Besonderheiten ist als zentrales Alleinstellungsmerkmal zu betrachten. Die rote Linie steht für Industrie und Wirtschaft. Ein Beispiel hierfür sind die Lava-/Basaltaufbereitungswerke. Die geschwungene gelbe Linie

symbolisiert Rad-, Wanderwege. In den letzten Jahren sind verschiedene Rad- und Wanderwege neu ausgewiesen worden, z. B. der Maare-Mosel-Radweg oder der Määrchen-Naturwaldpfad bei Gillenfeld. Blau werden die charakteristischen Maare in der Region dargestellt.¹³ Ein besonderer landschaftlicher Reiz von Immerath und Winkel liegt im häufigen Wechsel von landwirtschaftlich und forstwirtschaftlich geprägten Flächen. Dazu, und dies ist für die touristische Anziehungskraft von Bedeutung, reiht sich das Immerather Maar mit seiner Wasserfläche in die Landschaft ein.

Foto 3: Blick auf die Kulturlandschaft zwischen Immerath und Winkel



Foto: K. Bünten 2007

¹³ vgl. www.vulkaneifel.de

Abb. 8: Vulkane im Raum Gillenfeld

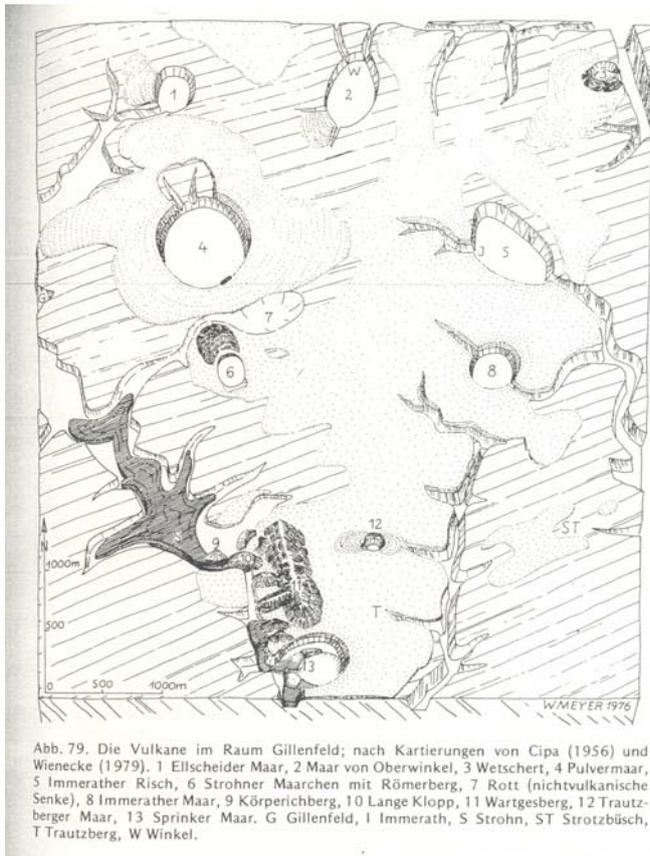


Abb. 79. Die Vulkane im Raum Gillenfeld; nach Kartierungen von Cipa (1956) und Wienecke (1979). 1 Ellscheider Maar, 2 Maar von Oberwinkel, 3 Wetschert, 4 Pulvermaar, 5 Immerather Risch, 6 Strohnher Maarchen mit Römerberg, 7 Rott (nichtvulkanische Senke), 8 Immerather Maar, 9 Körperichberg, 10 Lange Klopp, 11 Wartgesberg, 12 Trautzberger Maar, 13 Sprinker Maar. G Gillenfeld, I Immerath, S Strohn, ST Strotzbüsch, T Trautzberg, W Winkel.

Meyer 1994, S. 319

Neben dem Immerather Maar und dem Maarkessel von Immerath selbst, die sehr gut erkennbar sind, existieren im Umfeld weitere Vulkane, die weniger offensichtlich sind (vgl. Abb. 8). Insgesamt sind das folgende:

- das **Winkeler Maar** (2), das verlandet ist und landwirtschaftlich genutzt wird
- am westlichen Talhang des Üßbaches: **Wetschert** (auch Flurbezeichnung: Weidgert); (kleiner Vulkanwall)
- **Immerather Risch** (5)
- **Immerather Maar** (8)

Die genaue geologische Beschreibung befindet sich in der Anlage 1.

Ein zweites Charakteristikum sind die **kulturhistorischen Gegebenheiten** vor Ort. Hierzu gehören kulturelle und religiöse Bauten der Vergangenheit sowie Kultureinrichtungen der Gegenwart. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang einige der Kultur- und Naturdenkmale Immerath (vollständige Liste in Anlage 2):

- Kulturdenkmal katholische Filialkirche St. Wendelin mit Kriegerdenkmal,
- Kulturdenkmal ehemaliges Schul- und Backhaus mit Kreuzigungsbildstock,
- Naturdenkmal Eiche an der Heckmühle,

und der Kulturdenkmale in Winkel:

- Kulturdenkmal ehemalige Hofgutkapelle
- katholische Filialkirche
- Quereinhaus Hauptstraße 9
- Quereinhaus Hauptstraße 13

In den Gemeinden findet man einen idyllischen Dorfcharakter, sowohl in Immerath als auch in den beiden Ortsteilen Winkels. Ein typisches Erscheinungsbild ist wichtig für die emotionale Identifikation mit dem Ort. In Immerath und Winkel entdeckt der Gast eine in weiten Teilen harmonische Bausubstanz, teilweise nicht ideal res-

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

tauriert, jedoch i. d. R. gut gepflegt. Zukünftig sollte hier auf eine regionaltypische Bestandserhaltung Wert gelegt werden, um den Charakter der Gemeinden weiter zu unterstreichen.

Die Attraktivität einer Region definiert sich daneben über ihre **soziokulturellen Verhältnisse**. Besonders charakteristisch und Profil gebend sind die überlieferten Sagen und Geschichten (vgl. Kasten 1), ein lebendiger Dialekt sowie traditionelle Brauchtümer und Feste.

Kasten 1: Sage der Waltersburg bei Winkel

Die Waltersburg

Gleich hinter den Gebäuden von Oberwinkel steigt der Bergwald steil an. Eine Schlucht führt hinauf, indem sie einen Höhenunterschied von 150 Metern überwindet, und bringt den Wanderer auf die sogenannte Heide, eine 3000 Schritt lange und 1000 Schritt breite Hochebene, die fast vollständig von Wald umgeben ist. Sie ist nicht angebaut, an einzelnen Stellen moorig, sogar vertorft, mit Heidekraut bewachsen und trägt vereinzelt Wacholderbüsche, Kiefern und Föhren. Sie ist schön bei klarer Luft und Sonnenschein, wenn das Heidekraut blüht und duftet, und die weite Landschaft schweift - ihr wahres Gesicht gewinnt sie aber erst, wenn Novembernebel braut vom Winde hin und her getrieben, wenn die zackigen Umrisse der Kiefern und Föhren auftauchen und verschwinden, und Verlassenheit aus tausend Augen starrt.

(...) Dort am Kreuzwege stand vor langen Jahren ein Hof „Die Walterburg“ , wie der Bezirk auch jetzt noch heißt. Der letzte Inhaber war ein arger Zauberer, der des Nachts ausfuhr, sogar bis zum Hunsrück hin, das Vieh verhexte und mit dem ersten Hahnenschrei wieder zur Stelle war. Dafür wurde er als Hexenmeister verbrannt, fand aber auch im Grabe keine Ruhe und treibt nun sein gespenstisches Wesen dort am Kreuzweg zur Mitternachtsstunde.

www.winkel-eifel.de, gekürzt

Es gibt mehrere Brauchtümer und Feste, die reaktiviert oder kommuniziert werden müssen. Die engagierte Brauchtumpflege ist nicht nur etwas Besonderes für Gäste, sondern sie ist auch Notwendigkeit und Chance zugleich für die Identifizierung der Bewohner mit ihrem Ort. Auf diese Weise bleiben die Gemeinden lebendig und verkommen nicht zur reinen Schlafstätte. Insbesondere im Hinblick auf die demographische Entwicklung der Gemeinden und die damit verbundenen Schwierigkeiten der Versorgung der Hochbetagten ist ein intaktes Sozialleben zukünftig wichtiger denn je.

Kasten 2 führt die Brauchtümer der Gemeinden auf. Aus touristischer Perspektive betrachtet sind besondere regionale Bräuche, wie das Hillichschleifen und der Nikolaus-/Christkindbesuch interessant.

Kasten 2: Aktiv praktizierte Brauchtümer in Immerath (I) und/oder Winkel (W)

Klappern (I+W): Kinder gehen an den Kartagen mit Holzklappern und - rasseln durch den Ort und rufen statt der in dieser Woche schweigenden Kirchenglocken zu Betzeiten

Aufstellen des Maibaums (I): Die Junggesellen des Ortes stellen den Baum am 30. April allein mit ihrer Körperkraft unter zu Hilfenahme von Holzstützen auf. Die jungen Frauen und Mädchen schmücken ihn (!).

Martinszug (I+W): Jeweils am 11. November eines Jahres ziehen die Leute mit ihren Fackeln und Laternen, durch einen St. Martin auf dem Pferd geführt und begleitet durch den Musikverein, singend durch den Ort und begeben sich zum Martinsfeuer. Die Kinder erhalten eine Martinsbrezel.

Backfest (I): Alle zwei Jahre jeweils im vorletzten Wochenende im Juli wird das traditionelle Backfest gefeiert. Dann wird in dem historischen Backhaus nach alter Vätersitte Brot und Weck gebacken.

Hillichschleifen (I): Früher wurde am Vorabend des ersten Aufrufens der Brautleute durch den Pfarrer in der Kirche dieser Brauch durchgeführt, heute hingegen wird er am Tage der standesamtlichen Trauung gehalten. Die Prozedur ist aber noch die gleiche: alte Sensen werden auf ein sich drehendes Wagenrad mit Eisenbeschlag gedrückt und erzeugen so einen ohrenbetäubenden Lärm, der noch durch das Kreischen und Johlen der Junggesellen des Ortes verstärkt wird. Danach bringt man dem Brautpaar ein Ständchen dar.

Heilige Drei Könige (W): Am 06.01. des Jahres ziehen die Heiligen 3 Könige Kasper, Melchior und Balthasar durch unser Dorf, beruhend auf der christlichen Weihnachtsgeschichte. In die Gewänder gehüllt, ausgestattet mit dem „ Stern “ von Bethlehem und einer Sammelsbüchse ziehen die Heiligen Drei Könige von Haus zu Haus und sammeln für die Weltmission.

Nikolaus (W): Das Lied „Laßt uns froh und munter sein“ erklingt in jedem Haus am 05. Dezember am Vortag des Nikolaustages. Dann besucht der Nikolaus alle Familien mit Kindern im Ort. Männliche Jugendliche begleiten den Nikolaus von Haus zu Haus. Die Kinder begrüßen den Nikolaus mit Gedichten oder einem Lied. Bis vor ein paar Jahren wurde der Nikolaus von „Hans Muff“ oder den Knecht-Rubrecht begleitet.

Christkind (W): Am Heiligen Abend, spätnachmittags treffen sich die weiblichen Jugendlichen unseres Dorfes. Eine von Ihnen spielt das Christkind in einem hierfür bereitstehenden Kleid und voll verschleiert. Sie besucht alle Familien mit Kindern. Die begleitenden Jugendlichen singen Weihnachtslieder. Das Christkind bringt die ganze Familie zum Christbaum. Hier liegen dann auch die Geschenke die das Christkind gebracht hat.

www.winkel-eifel.de; www.immerath-vulkaneifel.de, verändert

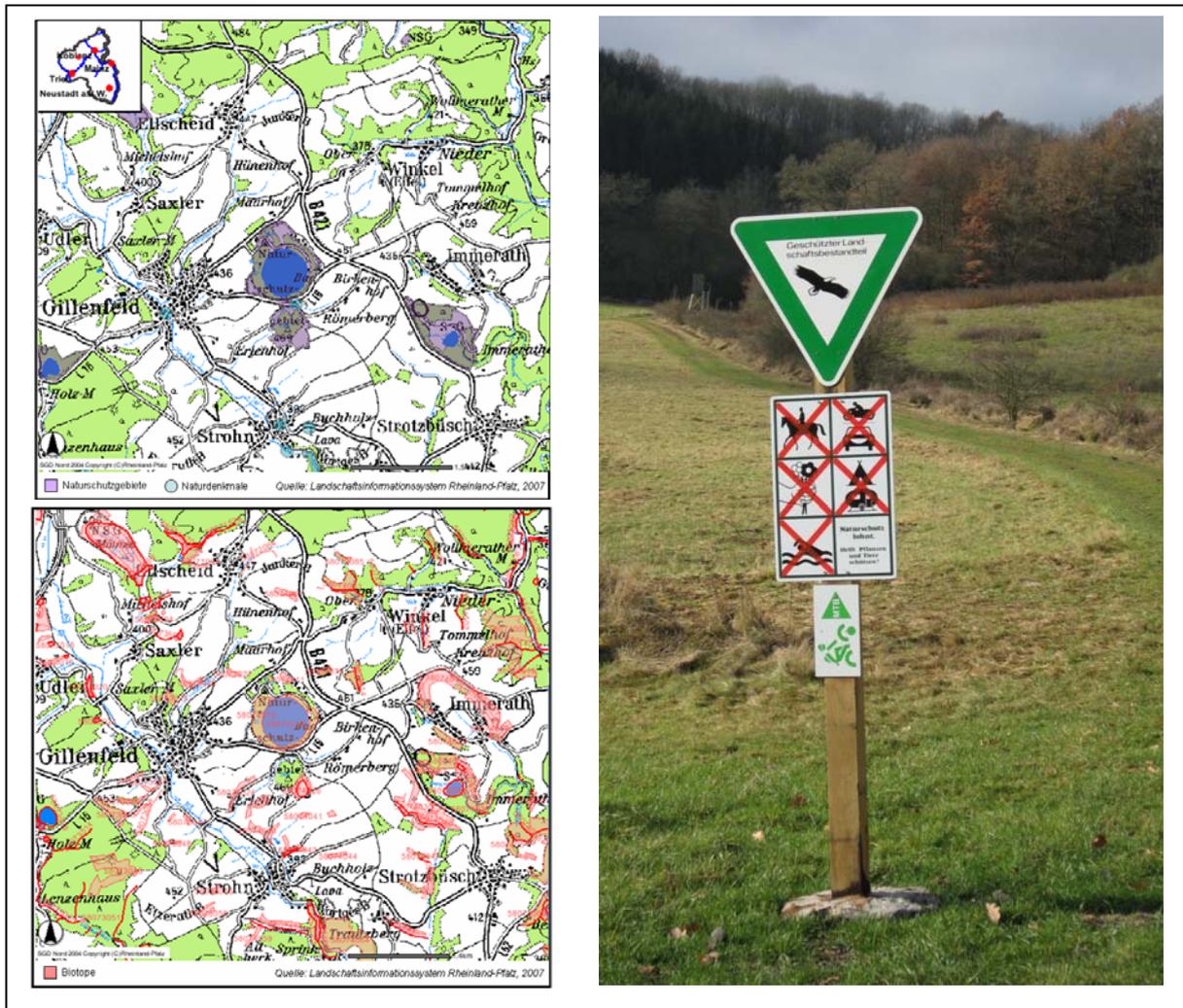
Außerdem finden in den Gemeinden jeweils zwei weitere Feste statt: in Immerath die Kirmes am Dreifaltigkeitssonntag (Sonntag nach Pfingsten) und am 20. Oktober zu Ehren des Kirchenpatrons Wendelin; in Winkel die Kirmes am 01. Mai und das Schutzhüttenfest am 18. August.

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

1.3.2 Nutzungskonflikte zwischen Naturschutz und Tourismus

Die besondere Attraktivität einer unberührten und intakten Naturlandschaft zieht Touristen an. Aufgrund ungenügender Aufklärung und fehlender bzw. mangelhafter Besucherlenkung kommt es häufig zu Nutzungskonflikten der beiden Interessengruppen. Ziel muss die gegenseitige Förderung sein, indem sich die Interessengruppen wechselseitig als Mehrwert betrachten.

Abb. 9: Naturschutzgebiete und Naturdenkmäler sowie Biotope um Immerath und Winkel



<http://map.naturschutz.rlp.de>

Foto: K. Bünten 2007

Im Landkreis Vulkaneifel wurden bereits verschiedene Schutzgebiete ausgewiesen. Ausgewiesene Naturschutzgebiete sind beispielsweise: Dauner Maare, Immerather Maar, Holzmaar, Pulvermaar, Strohn Märchen. Die ausgewiesenen Naturschutzgebiete und Naturdenkmäler sowie die Biotope um Winkel und Immerath sind in Abbildung 9 dargestellt.

Der Begriff Naturschutz umfasst alle Untersuchungen und Maßnahmen zur Erhaltung und Wiederherstellung der Leistungsfähigkeit des Naturhaushaltes. Dieser soll als Lebensgrundlage des Menschen und aufgrund des eigenen Wertes der Natur geschützt werden.

Der Tourismus ist neben der Land- und Forstwirtschaft in hohem Maße von Natur und Landschaft abhängig, sei es beim Angebot oder bei der Nachfrage. Der Tourist möchte einerseits die intakte Natur entdecken und erleben, andererseits kann der Tourismus der Natur schaden, z. B. durch Umweltverschmutzung aufgrund von Abfällen, Abgasen etc. oder durch Flächenversiegelung für Gebäude, Straßen und Wege. Außerdem wird der Lebensraum von Tieren und Pflanzen eingeschränkt. Weil aber intakte Natur vom Besucher nachgefragt wird, kann Tourismus den Schutz der Natur auch fördern. Zwar beschränkt der Naturschutz den Tourismus bei der Inwertsetzung eines Gebietes z. B. beim Bau von Gebäuden und Infrastruktur oder bei der Einhaltung von Regeln (Grill- und Badeverbot, Wandern nur auf ausgewiesenen Wegen u.ä.). Doch nur der Naturschutz gewährleistet den Erhalt der gefragten unberührten und echten Naturlandschaft. Naturschutz sichert langfristig die Erholungseignung sowie das Naturerlebnis und zieht dadurch Besucher an. Er bildet eine zentrale Grundlage für die touristische Entwicklung des ländlichen Raumes.

Somit profitieren Naturschutz und landschaftsbezogener Tourismus voneinander, da sie miteinander eine Symbiose eingehen und sich gegenseitig fördern. Durch eine wachsende Sensibilisierung für die Umwelt und Gesundheit unter der Bevölkerung sowie den Trend zu Bildung im Urlaub hat dieses Zusammenleben von Naturschutz und Tourismus Zukunft.

1.3.3 Das kapazitätsbezogene touristische Angebot

Auf die Reiseentscheidung der Gäste für oder gegen eine Gemeinde innerhalb einer Region wirken v. a. das Beherbergungsangebot und die Gastronomie. Es sollte hinsichtlich Qualität und Quantität den Zielgruppen entsprechen. Die beiden Gemeinden sind hier unterschiedlich gut ausgestattet. In Immerath, mit insgesamt 59 Betten auf 259 Einwohner kommen auf jedes Gästebett vier Einwohner (2006). In Winkel kommen 14 Einwohner auf ein Gästebett (11 Betten, 155 Einwohner). Damit hat Immerath ein Angebot, das fast dem des LK Vulkaneifel entspricht¹⁴. Winkel liegt mit seinem Angebot weit darunter.

¹⁴ LK Vulkaneifel 2006: 63.161 Einwohner, 17.311 Betten, 3,65 Einwohner je Gästebett

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

Es gibt nur einen Anbieter in Immerath, der durch den DEHOGA oder DTV zertifiziert ist (vgl. Tab. 3). Dem Hotel Landhaus Schend ist auch das einzige Restaurant in Immerath und Winkel angegliedert. Öffentliche touristische Basiseinrichtungen existieren derzeit nicht.

Tab. 3: Kapazität der Unterkünfte in Immerath und Winkel

	Einheiten	Betten	Kategorie
Immerath			
<i>Hotel Landhaus Schend***</i>	22 Zimmer	44	Hotel, ***-Sterne
<i>FeWo Harbecke</i>	1 Wohnung	4	Ferienwohnung
<i>FeWo Sausen</i>	1 Wohnung	5	Ferienwohnung
<i>Hof Körsten</i>	1 Wohnung	6	Urlaub auf dem Bauernhof
Winkel			
<i>Talhof Jax</i>	2 Wohnungen	11	Urlaub auf dem Bauernhof
gesamt		70	

eigene Erhebung, „Ferienregion rund ums Pulvermaar“

1.3.4 Standortförderndes touristisches Angebot

Das standortfördernde touristische Angebot bezieht sich auf die Verkehrsanbindung der Gemeinden sowie die Verkehrsverbindung zu anderen touristisch interessanten Punkten der Umgebung. Zum standortfördernden Angebot zählt außerdem die We-geinfrastruktur.

Die Anbindung durch öffentliche Verkehrsmittel ist begrenzt. Möchte ein Gast von Immerath z. B. einen Ausflug nach Gillenfeld oder Daun unternehmen, kann er wo-chentags nur den Schulbus 503 am frühen Morgen zu nehmen, muss Daun aber be-reits wieder um halb vier Uhr nachmittags verlassen und Gillenfeld bereits um 14 Uhr. Dabei wird die Haltestelle Immerath Kapelle eher befahren als Immerath Schulmuseum, wofür der Besucher allerdings einen Weg vom Ort hoch zum Maar-rand in Kauf nehmen muss.

Ähnlich verhält sich die Situation bei den Busverbindungen von (Ober-)Winkel: nach Gillenfeld und Strohn verfügt der Ort über zwei Verbindungen vormittags, wobei der letzte Bus von Gillenfeld am späten Nachmittag und von Strohn bereits um 14 Uhr zurück fährt. Nach Daun bestehen drei Verbindungen, zurück fährt der letzte Bus um halb sechs Uhr abends. Somit ist die Teilnahme an Abendveranstaltungen als Reisender mit ÖPNV in der Umgebung nicht möglich.

Zur Steigerung des Erholungswertes tragen weiterhin die räumlichen Erschlie-ßungsmaßnahmen bei. So existieren verschiedene, beschilderte Rundwege¹⁵ sowie

¹⁵ Rundwege 1 - 4, die die Dreifaltigkeitskapelle, die Immerather Mühle, die Schutzhütte usw. ver-binden

eine Station der ‚Deutschen Vulkanstraße‘ am Immerather Maar. In Winkel ist bisher lediglich ein Verbindungsweg nach Immerath bzw. zum Rundweg Immerath 1 ausgewiesen. Allerdings befindet sich eine neuaufgelegte Wanderkarte der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ im Druck. In der Umsetzung befindet sich außerdem der ‚Parcours der Sinne‘ mit mehreren Stationen in und um Immerath.

Beide Gemeinden sind in das überörtliche Wanderwegenetz eingebunden. Immerath ist über den Rundweg Gillenfeld 2 ‚Nach Immerath‘ Durchgangsstation der Route. An der Schutzhütte in Winkel führen der ‚Vulkanwanderweg Nr. 13‘ sowie der Rundweg Gillenfeld 1 ‚Zur Demerather Mühle‘ vorbei. Im Nordic Fitness Park ‚Parcours Maarerlebnis Vulkaneifel‘ sind Immerath und Winkel mit der Strecke 36 ‚Nordic Walking Schule Vulkaneifel‘ eingebunden. Einige Potenziale sind dagegen ungenutzt. So existiert keine attraktive Verbindung für Fußgänger zwischen Ober- und Niederwinkel. Ebenso erfahren die Mühlen (Wollmerather Mühle, Heckenmühle, Altmühle und Neumühle) keine Verbindung oder thematische Verknüpfung. Eine überregionale Einbindung in Themenrouten (Mühlenweg, Maarweg, Eifel-Krimi-Wanderweg bei Hillesheim, Maare-Mosel-Radweg, Vulkan-Rad-Route-Eifel, Eifel-Motorrad, Regionalmarke Eifel, NatUrlaub bei Freunden etc.) wäre ebenfalls wünschenswert.

1.3.5 Touristische Organisationsstruktur

Die Gemeinden Immerath und Winkel sind in ein umfangreiches Netz touristischer Verbände und Organisationen eingebunden. Aufgrund ihrer geringen Bedeutung im touristischen Großraum Eifel erfahren sie jedoch kaum spezifische Beachtung. Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen der politischen (vgl. 1.1) und der touristischen Organisation der Regionen.

Einerseits sind die Gemeinden Immerath und Winkel über die Tourist-Information ihrer Verbandsgemeinde Daun¹⁶ (‚Ferienregion Daun‘) organisiert. Daneben sind sie Teil des Landkreises Vulkaneifel¹⁷ sowie des ‚Vulkaneifel European Geopark‘, mit dessen touristischer Vermarktung die ‚Natur- und Geopark Vulkaneifel GmbH‘¹⁸ beauftragt ist. Dieser GmbH zugeordnet sind neben der VG Daun noch die VG Gerolstein, VG Obere Kyll und VG Kelberg, also alle VG des LK Vulkaneifel, sowie die VG Manderscheid (LK Bernkastel-Wittlich). Innerhalb des Zuständigkeitsbereiches des ‚Natur- und Geopark Vulkaneifel‘ bzw. der ‚Ferienregion Daun‘ hat sich mit der Initia-

¹⁶ Tourist-Information Daun: www.tourismus.daun.de

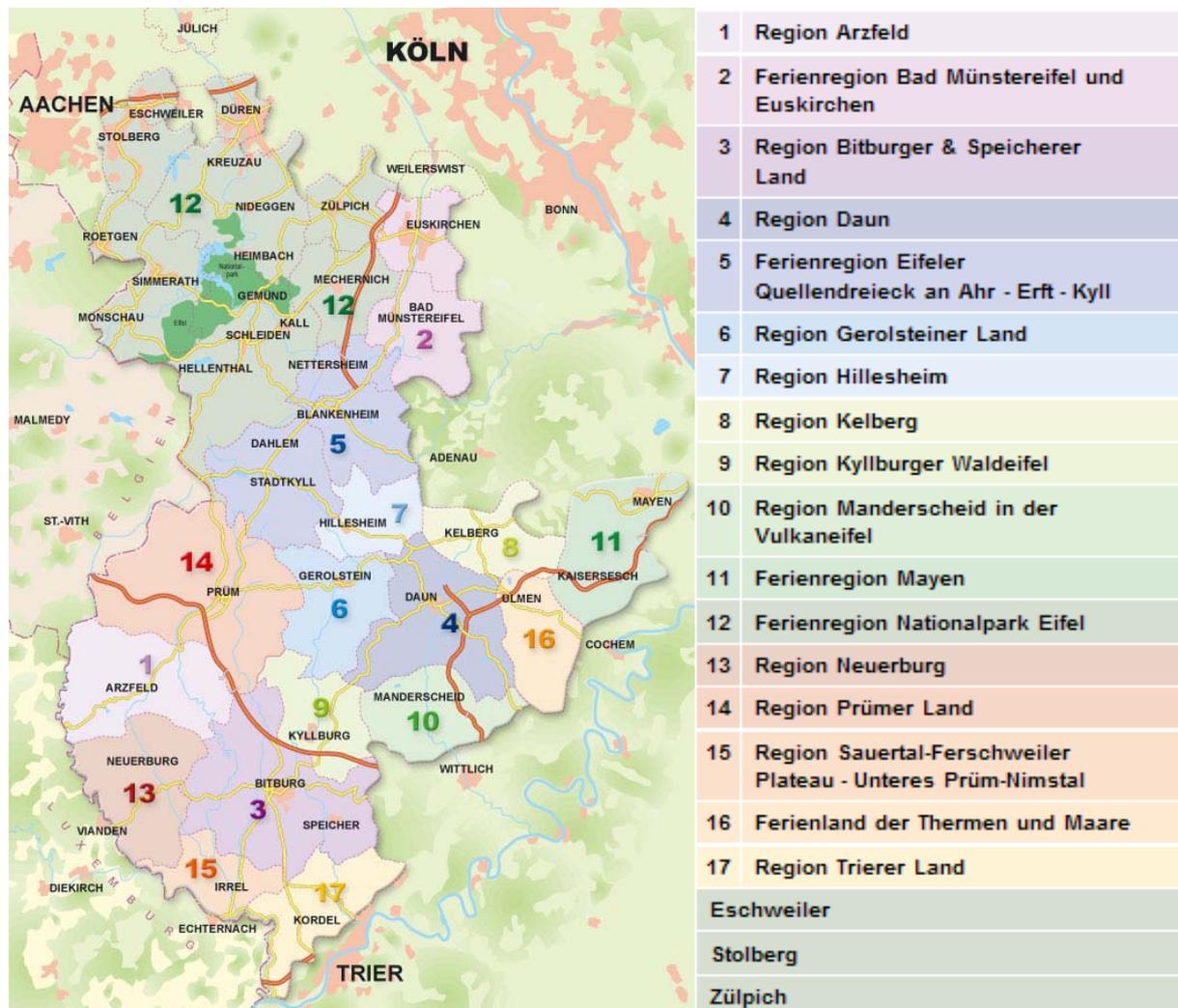
¹⁷ Landkreis Vulkaneifel: www.vulkaneifel.de

¹⁸ Natur- und Geopark Vulkaneifel GmbH: <http://www.ngp-ve.de>

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

tive ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘¹⁹ eine weitere Tourismusinitiative gegründet. Ihr gehören die unmittelbar an das Pulvermaar angrenzenden Gemeinden Brockscheid, Ellscheid, Gillenfeld, Immerath, Mückeln, Saxler, Strohn, Strotzbüsch, Udler und Winkel an.

Abb. 10: Ferienregion Eifel



www.eifel.info

Übergeordnet stehen die Eifel Tourismus GmbH²⁰, die die gesamte Eifel mit allen Regionen in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz bewirbt sowie das Nationalparkforstamt Eifel²¹, das sich auf das Marketing für den Nationalpark Eifel rund um den Rursee konzentriert. Die übergeordnete Marketingorganisation ‚Eifel Tourismus GmbH‘ unterscheidet kundenorientiert nach Ferienregionen (vgl. Abb. 10), da Gemeinde- und Verbandsgrenzen im Bewusstsein der Gäste keinen Platz finden.

¹⁹ Ferienregion rund ums Pulvermaar: www.vulkaneifel.com; touristinfo@gillenfeld.de

²⁰ Eifel Tourismus GmbH: www.eifel.info; info@eifel.info

²¹ Nationalparkforstamt Eifel: www.nationalpark-eifel.de

Neben öffentlichen touristischen Institutionen bestehen auch halböffentliche und private Initiativen. Beispiele sind die Portale ‚Eifel.de‘²² und ‚Eifeltour.de‘²³.

Diese Organisationsvielfalt hat Vor- und Nachteile. Einerseits erreichen die vielfältigen Informationen eine große Anzahl an potenziellen Gästen. Auf der anderen Seite besteht die Gefahr der Überflutung mit Informationen, die der Gast vor seiner Reiseentscheidung „bearbeiten“ muss. Besonders kleine Gemeinden gehen dabei schnell verloren. Eine Auflistung der Kontaktdaten befindet sich in Anlage 3.

1.3.6 Vulkaneifel European Geopark

Zum Welt-Naturerbe ‚Vulkaneifel European Geopark‘ gehören etwa 270 Ausbruchszentren, mehrere GeoMuseen und zahlreiche GeoEinrichtungen, die von der Entstehungsgeschichte dieses Gebietes erzählen. Verbunden werden diese sehenswerten Punkte durch ausgewählte und zum Teil geführte Rad- und Wandertouren.

1988 wurde in Hillesheim der erste GeoPfad eröffnet. Kurz nach Fertigstellung erhielt Hillesheim von der Europäischen Union den ‚Preis für Intelligenten Tourismus‘ als Anerkennung für diese Initiative. Das Projekt hatte zur Folge, dass im Jahr 2000 die Vulkaneifel mit Unterstützung der ‚Division of Earth‘ der UNESCO und zusammen mit drei weiteren europäischen Parks das ‚European Geopark Network‘ gründete. Drei Jahre später wurde der ‚Vulkaneifel European Geopark‘ auch zu den ‚UNESCO Global Geoparks‘ gezählt.

Wichtigstes Ziel der European Geoparks ist es, über nationale Grenzen hinweg, geowissenschaftliche Erkenntnisse interessierten Gästen zugänglich zu machen und sie für den notwendigen Schutz und behutsamen Umgang mit diesem Naturerbe zu sensibilisieren. Indem der Besucher die Vulkaneifel kennen lernt, sei es in Museen, auf Wanderungen, Exkursionen oder Radtouren, kann er die Entstehungsgeschichte dieser Landschaft verstehen und die Natur erleben. Neben dieser Wissensvermittlung und Umwelterziehung sind die touristische Inwertsetzung, der wissenschaftliche Dialog und der Erfahrungsaustausch ein Kernanliegen des Netzwerks.

²² Eifel.de: www.eifel.de; info@eifel.de

²³ Eifeltour.de: www.eifeltour.de; boos@eifeltour.de

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

Kasten 3: Kernbedingungen der Charta des Netzwerks European Geoparks

Ein Geopark ist eine geschützte Region, die Phänomene spezieller geologischer Signifikanz, Seltenheit oder Schönheit enthält. Diese Phänomene sind repräsentativ für die geologische Geschichte der Region und für die Vorgänge, die zu ihrer Entstehung führten. Wie ein natürlicher Park, fällt ein Geopark unter die Aufsicht der regionsbezogenen Regierung, in der er sich befindet. Neben den Möglichkeiten für wissenschaftliche Arbeit und einer breiten Umwelt-Erziehung sollte ein Geopark ein großes Potential für die lokale wirtschaftliche Entwicklung besitzen.

Natur- und Geopark Vulkaneifel GmbH 2007, o. S.

Grundlage des ‚European Geopark Network‘ ist eine Charta, die am 5. Juni 2000 von allen vier Gründern anerkannt wurde und die Projektarbeit sowie Aufnahme weiterer Kooperationspartner beinhaltet (vgl. Kasten 4). Die Kernbedingungen dieser Charta sind in Kasten 3 aufgeführt.

Kasten 4: Das Netzwerk der European Geoparks in Europa:

<p>Austria:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kamptal Geopark - Austria• Nature Park Eisenwurzen - Austria <p>Croatia:</p> <ul style="list-style-type: none">• Papuk Geopark - Croatia <p>Czech Republik:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bohemian Paradise - Czech Republik <p>France:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reserve Géologique de Haute Provence - France• Park Naturel Regional du Luberon - France <p>Germany:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vulkaneifel European Geopark - Germany• Nature Park Terra Vita European Geopark - Germany• European Geopark Bergstrasse-Odenwald - Germany• Geopark Schwäbische Alb - Germany• Geopark Harz Braunschweiger Land Ostfalen - Germany• Mecklenburgische Eiszeitlandschaft - Germany <p>Greece:</p> <ul style="list-style-type: none">• Petrified Forest of Lesvos - Greece• Psiloritis Natural Park - Greece <p>Ireland:</p> <ul style="list-style-type: none">• Copper Coast European Geopark - Ireland	<p>Italy:</p> <ul style="list-style-type: none">• Beigua Geopark - Italy• Madonie Natural park - Italy• Sardenia Geominerario Park - Italy <p>Norway:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gea Norvegica Geopark - Norway <p>Portugal:</p> <ul style="list-style-type: none">• Naturtejo Geopark - Portugal <p>Romania:</p> <ul style="list-style-type: none">• Hateg Country Dinosaurs Geopark - Romania <p>Spain:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cabo de Gata Nijar Natural Park Andalucia - Spain• Maestrazgo Cultural Park - Spain• Sierras Subbéticas Natural Park Andalucia - Spain• Sobrarbe Geopark Aragon - Spain <p>UK:</p> <ul style="list-style-type: none">• Abberley and Malvern Hills Geopark - UK• Fforest Fawr Geopark - UK• Lochaber Geopark - Scotland - UK• Marble arch caves & Cuilcagh mountain park - Northern Ireland, UK• North Pennines AONB Geopark - UK• North West Highlands - UK
---	--

Natur- und Geopark Vulkaneifel GmbH 2007, o. S.

2004 wurde anlässlich der ersten internationalen Konferenz über Geoparks in Peking ein globales Netzwerk für Geoparks durch die UNESCO und das Chinesische Mi-

nisterium für Terrestrische Ressourcen geschaffen. Der Bekanntheitsgrad von außergewöhnlichen geologisch oder geomorphologisch geprägten Landschaften soll damit international gefördert werden. Unter den ersten 25 Global Geoparks (17 europäische und acht chinesische Parks) sind von Beginn an dabei Terra Vita, Bergstraße-Odenwald und die Vulkaneifel.

Der ‚Vulkaneifel European Geopark‘ bietet Tipps und Angebote für Individualreisende, Familien, Kinder und Gruppen, von Park-Rangern geführte Wanderungen und Exkursionen zu geowissenschaftlichen, botanischen und kulturhistorischen Themenbereichen sowie diverse Veranstaltungen zum Thema Vulkaneifel. Die Ziele des Parks sind in Kasten 5 aufgeführt.

Kasten 5: Geoziele im ‚Vulkaneifel European Geopark‘

Altstraßbachquelle	Mehrener Maar
Arensberg	Mineralquelle
Auberg	Mosenberg Reihenvulkan
Basalteinbruch "Am Lier"	Mühlenberg
Brunnenplatz	Munterley
Dreiser Weiher	Mürmes
Dunaris Quelle	Naturkundemuseum Gerolstein
Dürres Maar	Nerother Kopf
Eckfelder Maar	Nürburg-Quelle
Eifel Vulkanmuseum Daun	Papenkaule
Eigelbacher Maar	Pulvermaar
Eisenmuseum Jünkerath	Rockeskyller Kopf
Eishöhlen bei Roth	Rother Kopf
Eiskeller	Sarresdorfer Lavastrom
Erdbebenmessstation Hillesheim	Sauerbrunnen
Ernstberg	Schalkenmehrener Maar
Geeser Maar	Schönfelder Maar
Gemündener Maar	Steinborner Drees
Geologische Mineralogische Sammlung Hillesheim	Steinbruch Niederehe
Goldberg	Strohner Märchen
Holzmaar	Vulcano Infoplattform Steineberg
Hotzendrees	Vulkangarten Steffeln
Immerather Maar	Vulkanhaus Strohn
Lavabombe Strohn	Wallender Born
Lühwaldvulkan	Wartgesberg
Maarmuseum Manderscheid	Wasserfall Dreimühlen
Meerfelder Maar	Weinfelder Maar
	Windsborn Bergkratersee

Natur- und Geopark Vulkaneifel GmbH 2007, o. S.

Verschiedene Erlebnismuseen bringen dem Besucher die Entstehungsgeschichte der Vulkaneifel näher. Dazu gehören das Dauner Eifel-Vulkanmuseum, das Gerolsteiner Naturkundemuseum, die Geologisch-Mineralogische Sammlung in Hillesheim, das Jünkerather Eisenmuseum, das Maarmuseum in Manderscheid, das Vulkanhaus in Strohn und seit kurzem auch der Vulkanerlebnispfad bei Strohn.

Zu den vom Geopark angebotenen Veranstaltungen gehören neben den Georerlebniswochen - einem siebentägigen Festival zu Geologie, Natur, Genuss und Kultur - unter anderem das Open Air Konzert ‚Klassik auf dem Vulkan‘, Tagungen uvm. Hinzu kommt die Publikation des Vulkaneifelmagazins.

Auch die zu untersuchenden Gemeinden Immerath und Winkel befinden sich im European Geopark der Vulkaneifel. Obwohl das Immerather Maar eines der Geoziele des Parks ist und mehrere empfohlene Wander- und Radtouren durch die Umgebung der beiden Gemeinden führen, spielen diese beiden Orte nur eine kleine Rolle im Angebot und den Empfehlungen des ‚Vulkaneifel European Geopark‘. Hier bietet sich ein großes Potenzial, um an den Geo- und Vulkantourismus des Parks anzuknüpfen, die eigenen geologischen und geomorphologischen Sehenswürdigkeiten stärker zu präsentieren und umgekehrt den Geopark bei den eigenen Gästen als Angebot zu vermarkten.

1.4 Touristische Nachfrage: Gästeanalyse

Im September 2007 wurde in Immerath und Winkel auf Bitten des Auftraggebers eine Gästebefragung gestartet. Die Fragebögen wurden, zusammen mit Hinweisen zur Auslage (vgl. Anlage 4), an die touristischen Leistungsträger übermittelt. Insgesamt wurden 140 Bögen ausgegeben. Bis zum Abschluss des Projektes (12.09.-30.11.2007) konnten 14 Fragebögen ausgewertet werden. Das entspricht einem Rücklauf von 10%. Bei schriftlichen Befragungen ist ein geringer Rücklauf normal. Er lässt sich allerdings durch Schulungen der touristischen Leistungsträger noch deutlich steigern. Die Gästebefragung startete in der Nachsaison, deshalb waren auch nicht mehr ausgefüllte Fragebögen zu erwarten. Die Befragung ist als Pretest zu verstehen. Deshalb sollten die Bögen weiter genutzt und durch aktuelle Fragen, insbes. durch Fragen der Leistungsträger selbst erarbeitet und ergänzt werden. Ein stetiges Gästemonitoring gewährleistet die Kenntnis der Wünsche und Anforderungen der eigenen Gäste. Eine Vorlage befindet sich in Anlage 5. Das Gästemonitoring sollte mittelfristig in größerem und einheitlichen Umfang auf die Ebene der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ ausgedehnt werden. Anfänglich können auch schon wichtige Hinweise durch die zentrale Auswertung von Meldezetteln erlangt werden (z. B. Herkunft, Aufenthaltsdauer, Reisebegleitung u. ä.).

Die nachfolgenden Aussagen dürfen nur als Anhaltspunkte betrachtet werden. Es lassen sich nur qualitative Aussagen treffen. Außerdem ist ein Übergewicht bestimmter Gästegruppen zu beachten, die vorwiegend bei einigen Leistungsträgern auftauchen und von welchen mehrere ausgefüllte Bögen in die Auswertung einflie-

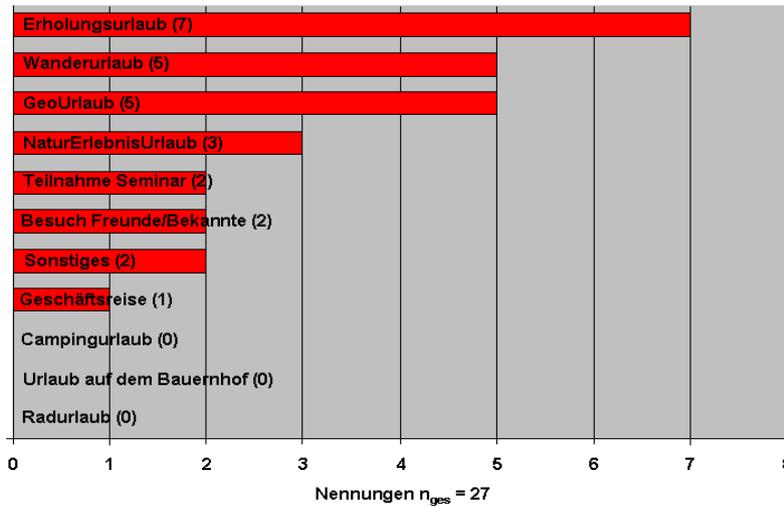
ßen. So wurde bspw. von einer Gruppe von Freunden/Bekanntem (8 Personen) der Fragebogen viermal ausgefüllt. Das führt zu enormen Verzerrungen bei einer so geringen Anzahl an Bögen. Die einzelnen Häufigkeiten befinden sich in Anlage 6.

Folgende Tendenzen können herausgestellt werden:

- Mehr Personen sind „Wiederholungstäter“ und besuchen Immerath/Winkel nicht zum ersten Mal. Das weist auf einen hohen Stammgastanteil hin (1. Aufenthalt: 6, wiederholt: 8, o. A.: 1); 6 Personen waren bisher ein- oder zweimal in Immerath/Winkel, 3 häufiger als dreimal (davon einer 26 Mal, dieser ist in Immerath geboren)
- Das häufigste Anreise-Verkehrsmittel ist der PKW, und ist nicht zuletzt auf die schlechte ÖPNV-Anbindung/Transfer-Services in Immerath/Winkel zurückzuführen (Auto: 13, Motorrad: 1). Wichtig hier, die Gäste durch entsprechende Serviceangebote während ihres Aufenthaltes zum Stehenlassen des PKW anzuregen. Die Gästegruppe der Motorradfahrer könnte ebenfalls interessant sein.
- Die Aufenthaltsdauer ist etwa gleich verteilt, zwischen Kurzreisen (1 bis 3 Übernachtungen) und Urlaubsreisen mit 4 bis 7 Übernachtungen, oder länger. Diese Gäste müssen möglichst an jedem Tag ihrer Urlaubswoche die Möglichkeit haben, Geld in Immerath/Winkel auszugeben (1-3 Übernachtungen: 6; 4-7 Übernachtungen: 4, länger als 7 Übernachtungen: 3).
- Aufgrund der Angebotsstruktur und der Rückläufe der Fragebögen v. a. des Hotel Landhaus Schend, ist das Hotel die beliebteste Unterkunft (Hotel: 12, FeWo: 1, Bauernhof: 1)
- Die Befragten reisen am Häufigsten mit dem Partner oder mit Freunden/Bekanntem, Familien sind deutlich seltener (Partner: 6, Freunde/Bekanntem: 5, Familien: 2).
- Für die meisten der Befragten ist der Aufenthalt in Immerath/Winkel ein Zweit- oder Dritturlaub, für wesentlich weniger ein Wochenendausflug oder der Haupturlaub (Haupturlaub: 2; Zweit-/Dritturlaub: 10, Wochenendausflug: 2).
- Die häufigsten Motive für den Aufenthalt in Immerath/Winkel betreffen auch die natürlichen Stärken der Gemeinden. Auch hier gilt besonders zu beachten, welchen Einfluss die Häufung der Rückläufe von bestimmten Anbietern haben:

1 Situationsanalyse des Tourismus in Immerath und Winkel

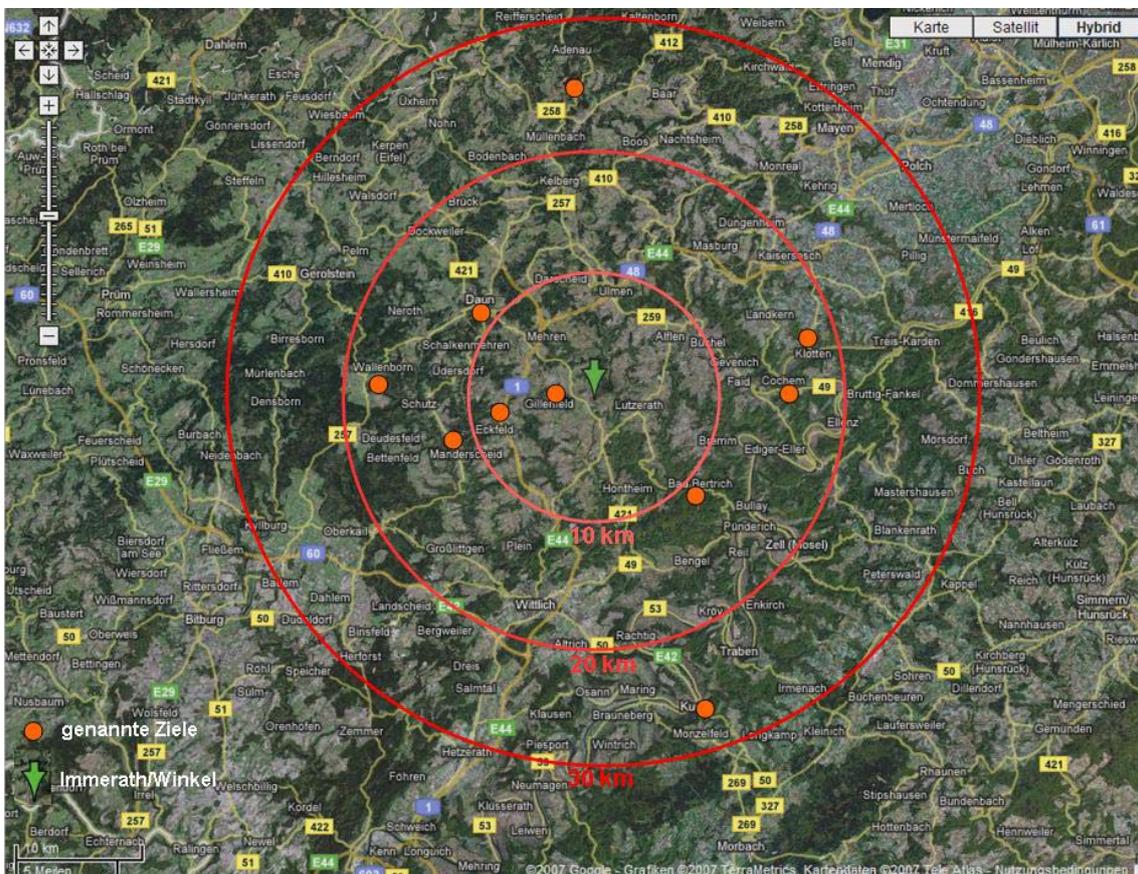
Abb. 11: ‚Welche Art von Urlaub verbringen Sie in der Region?‘



- Ausgaben pro Person und pro Tag für die Übernachtung bewegen sich zwischen 15 und 50 € (Durchschnitt = 34,70 €; ohne Angabe: 8)
- Ausgaben pro Person und pro Tag für Lebensmittel bewegen sich zwischen 5 und 50 € (ohne Angabe: 12)

- Ausgaben pro Person und pro Tag für Gastronomie zwischen 5 und 60 € (ohne Angabe: 11)
- Ausgaben pro Person und pro Tag für Kultur bewegen sich zwischen 5 und 100 € (ohne Angabe: 10)

Abb. 12: Ausflugsradius der Befragten



google.de, ergänzt

- Die Ausflüge zeigen einen Radius von ca. 30 km; das sind die Ziele, die mit Immerath/Winkel in Verbindung gebracht und umworben werden sollten.

Kasten 6: Antworten auf die Frage „Was unternehmen Sie außerdem?“

Besuch von Gemeinden:

- + Cochem
- + Bernkastel-Kues
- + Bad Bertrich
- + Wildpark Klotten
- + Manderscheid
- + Wallenborn
- + Daun
- + Nürburgring
- + Gillenfelder Maar

Tätigkeiten:

- + Einkaufen
- + deutsches Bier und deutscher Wein
- + Konzerte
- + Dialekte/Sprache
- + Leute kennenlernen

PretestGästabefragung Immerath/Winkel, Mehrfachantworten

- Kanäle zur Informationsbeschaffung: Internet, Empfehlungen und Informationsmaterial der Touristinformationen (Internet: 6; Empfehlung: 4; Touristinformation (Daun): 3).
- Besonders positiv hervorgehoben wurden:
 - + Kontakt mit Einheimischen (4), Gastgeber (4)
 - + Landschaft, Natur (4)
 - + Ortsbild und Sauberkeit (3)
 - + Kulinarik (1)
 - + Schulmuseum (1)
- negativ beanstandet wurden: zu wenige Informationen über „die ganze Mosel-, Eifel-Gebiete, Feste, Konzerte, Ausstellungen“ sowie der Fluglärm
- Insgesamt 12 der 14 Befragten werden Immerath/Winkel bzw. die Region in den nächsten 2 Jahren wieder besuchen. Diese Stammgäste gilt es zu halten!
- Die soziodemographischen Daten, wie Abschluss und Einkommenskategorien weisen auf eine überdurchschnittlich gebildete und damit interessierte, sowie finanzkräftige Klientel hin. Genauere Aussagen lohnen erst ab einer größeren Fallzahl.
- Bei den Altersgruppen zeigt sich ein Trend zu älteren Generationen. Das ist für Wanderregionen nicht ungewöhnlich, birgt jedoch die Gefahr, dass diese Gäste irgendwann wegbleiben und keine jungen nachkommen. Wahrscheinlich ist hier, dass der Zeitpunkt der Befragung außerhalb der Ferienzeit lag und Familien allein aufgrund des Zeitpunkts unterrepräsentiert sind.

1.5 Zusammenfassung Kapitel 1

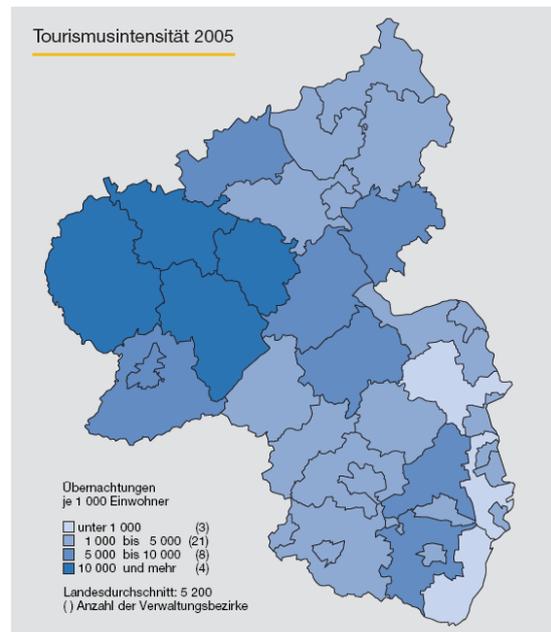
- Erreichbarkeit der Gemeinden Immerath und Winkel nur mit PKW gut
- Immerath und Winkel sind als **strukturschwach** zu bezeichnen und leiden unter dem Verlust von Bevölkerungspotenzial (Schrumpfung und Alterung!)
- LK Vulkaneifel zählt zu den am stärksten **landwirtschaftlich** geprägten Kreisen in Rheinland-Pfalz
- LK Vulkaneifel weist seit rund zwanzig Jahren **Abnahme von Betten** sowie eine leicht **rückläufige Auslastung** auf
- Zahl der **Gästekünfte** unterliegen leichten Schwankungen, lassen jedoch seit der Jahrtausendwende einen **positiven Trend** erkennen
- steigende Ankünfte und stabile Übernachtungszahlen sowie sinkende Aufenthaltsdauer lassen **Trend zu Kurz- bzw. Zweit- und Drittreisen** erkennen
- attraktive, naturnahe Landschaft mit reichen geologischen **Formenschätzen**
- Gemeinden verfügen über Kultur- und Naturdenkmäler und pflegen **traditionelle Brauchtümer und Feste**
- Immerath: 59 Betten auf 259 Einwohner (entspricht ca. LK Vulkaneifel); Winkel: 11 Betten auf 155 Einwohner
- Hotel Landhaus Schend in Immerath ist das einzige Restaurant
- Wegenetz: beschilderte Rundwege, Station der **‚Deutschen Vulkanstraße‘** am Immerather Maar
- keine Themenrouten: in der Umsetzung **‚Parcours der Sinne‘** Immerath
- durch die **touristische Organisationsvielfalt** besteht die Gefahr der Informationsüberflutung, bei der insbesondere kleine Gemeinden schnell verloren gehen
- Immerath und Winkel sind Teil des **‚Vulkaneifel European Geopark‘**, nutzen das Privileg einem Welt-Naturerbe anzugehören bisher kaum
- Gäste: hoher Anteil von Stammgästen; primäre Motive: Erholung, Wandern und GeoUrlaub; Ausflugsziele im Radius von ca. 30 km; Kontakt mit Einheimischen, erholsame Landschaft und Natur werden von den Touristen besonders geschätzt; Touristen sind häufig ältere, finanzkräftige Klientel mit überdurchschnittlichem Bildungsstand
- unterschiedliches Angebot in Immerath und Winkel bietet Chance der **Symbiose**
- Organisationsvielfalt im Tourismus sollte reduziert und Zuständigkeiten festgelegt werden

2 Konkurrenzanalyse

2.1 Touristische Kennzahlen im Vergleich

Die Tourismusintensität ist eine Kennzahl zur Einschätzung des Ausmaßes des Tourismus in den Regionen. Da sie sich aus den Übernachtungen und den Einwohnerzahlen zusammensetzt, sind kleine Gemeinden im Vorteil und haben schnell sehr hohe Werte. Die Tourismusintensität 2005 im LK Vulkaneifel ist mit 24.232 Übernachtungen je 1.000 Einwohner ähnlich hoch wie in den Nachbarlandkreisen (Cochem-Zell: 26.268; Bernkastel-Wittlich: 24.280). Insgesamt hat die gesamte Region im Vergleich zum Landesdurchschnitt mit 5.200 Übernachtungen je 1.000 Einwohner eine sehr hohe Tourismusintensität.

Abb. 13: Tourismusintensität in RLP nach Kreisen 2005



Statistisches Landesamt 2007, S. 73

Betrachtet man die Entwicklung der Tourismusintensität der einzelnen Verbandsgemeinden und Gemeinden des Landkreises Vulkaneifel, fällt die Entwicklung seit 2002 sehr unterschiedlich aus. Als einzige VG des LK kann die VG Gerolstein ein deutliches und stabiles touristisches Wachstum verzeichnen. Die VG Daun verändert sich nur wenig. Negative Entwicklungen verzeichnen die VG Kelberg und Hillesheim. Nach deutlichen Verlusten bis 2005, konnte die VG Obere Kyll 2006 erstmals wieder eine positive Entwicklung der Tourismusintensität verzeichnen (vgl. Tab. 4).

Die Tourismusintensität der in der Statistik aufgeführten Gemeinden im Umfeld von Immerath und Winkel wächst markant. Gillenfeld, als nächstgelegenes Unterzentrum konnte seine Gästeankünfte zwischen 2002 und 2004 fast verdoppeln. Auch Lutzerath, im Landkreis Cochem-Zell konnte seine Gästeankünfte deutlich steigern. Ein generelles touristisches Wachstum der Region zeichnet sich ab, auch in Immerath und Winkel. An den Gründungsjahren der Unterkünfte und touristischen Leistungsträger in Immerath und Winkel wird dies außerdem deutlich. 2005 und 2006 wurden in Immerath je eine Ferienwohnung eröffnet (vgl. Anlage 7).

2 Konkurrenzanalyse

Tab. 4: Fremdenverkehrsintensität und Veränderung der Gemeinden im Vergleich

	2003	Veränderung zum Vorjahr	2004	Veränderung zum Vorjahr	2005	Veränderung zum Vorjahr	2006	Veränderung zum Vorjahr
<i>LK Vulkaneifel</i>	24.137	-0,3	24.082	-0,2	24.233	0,6	24.016	-0,9
<i>VG Daun</i>	20.642	1,6	21.609	4,7	21.076	-2,5	21.153	0,4
<i>Darscheid</i>	7.532	-8,2	9.116	21,0	8.890	-2,5	7.396	-16,8
<i>Daun</i>	9.186	-0,5	9.294	1,2	9.536	2,6	9.833	3,1
<i>Deudesfeld</i>
<i>Gillenfeld*</i>	9.646	31,8	13.923	44,3
<i>Immerath*</i>
<i>Mehren</i>	9.562	..	11.103	16,1	11.415	2,8	11.854	3,8
<i>Meisburg</i>	34.110	-7,7	38.024	11,5	38.060	0,1
<i>Schalkenmehren</i>	108.158	-3,2	120.782	11,7	105.350	-12,8	113.736	8,0
<i>Steineberg</i>
<i>Strotzbüsch*</i>	21.225	20,4	22.161	4,4	19.807	-10,6	21.588	9,0
<i>Üdersdorf</i>	13.941	1,0	12.386	-11,2	13.409	..
<i>Utzerath</i>
<i>Winkel*</i>
<i>VG Gerolstein</i>	9.921	9,8	10.448	5,3	12.510	19,7
<i>VG Hillesheim</i>	5.371	-16,4	5.365	-0,1	5.167	-3,7
<i>VG Kelberg</i>	72.869	-2,7	71.978	-1,2	71.501	-0,7	68.336	-4,4
<i>VG Obere Kyll</i>	33.180	-1,3	30.620	-7,7	30.438	-0,6	32.895	8,1
<i>LK Cochem-Zell</i>	25.542	-0,9	25.294	-1,0	26.269	3,9	26.290	0,1
<i>VG Ulmen</i>	26.753	-13,7	28.525	6,6	28.507	-0,1	26.772	-6,1
<i>Lutzerath</i>	15.566	-23,7	20.744	33,3	18.875	-9,0	27.815	..
<i>Ulmen</i>	6.082	-21,5	4.239

* Teil der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘; ..keine Daten

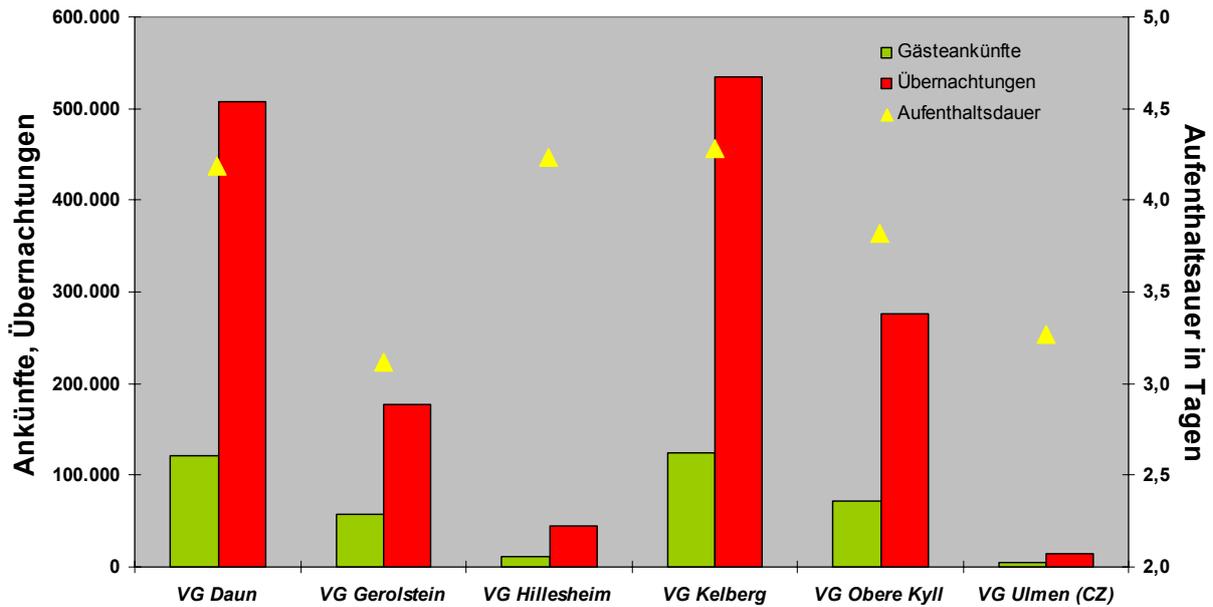
Datengrundlage: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2007

Aufgrund der Größe der beiden Gemeinden Immerath und Winkel ist die Einordnung problematisch. In der amtlichen Beherbergungsstatistik von Rheinland-Pfalz werden lediglich gewerbliche Betriebe erfasst. Das Hotel Landhaus Schend ist also das einzige erfasste Haus der Gemeinden. Die amtliche Statistik weist touristische Kennzahlen nur auf Verbandsgemeindeebene und für das Jahr 2005 vollständig aus.

Die meisten Gästeankünfte und Übernachtungen der Region hat die VG Kelberg mit dem Centerparc Heilbachsee, gefolgt von der VG Daun. Die VG Obere Kyll, VG Gerolstein und VG Hillesheim haben wesentlich geringere Gästezahlen. An der Kreisgrenze LK Vulkaneifel - LK Cochem-Zell liegt die VG Ulmen. Hier ist der Tourismus von keiner großen Bedeutung. Mit 4,3 Tagen durchschnittlicher Aufenthaltsdauer ist die VG Kelberg Spitzenreiter, gefolgt von der VG Daun und VG Hillesheim mit 4,2 Tagen. In den VG Gerolstein, Ulmen und Obere Kyll bewegt sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer zwischen 3,3 und 3,8 Tagen (vgl. Abb. 14).

2.1 Touristische Kennzahlen im Vergleich

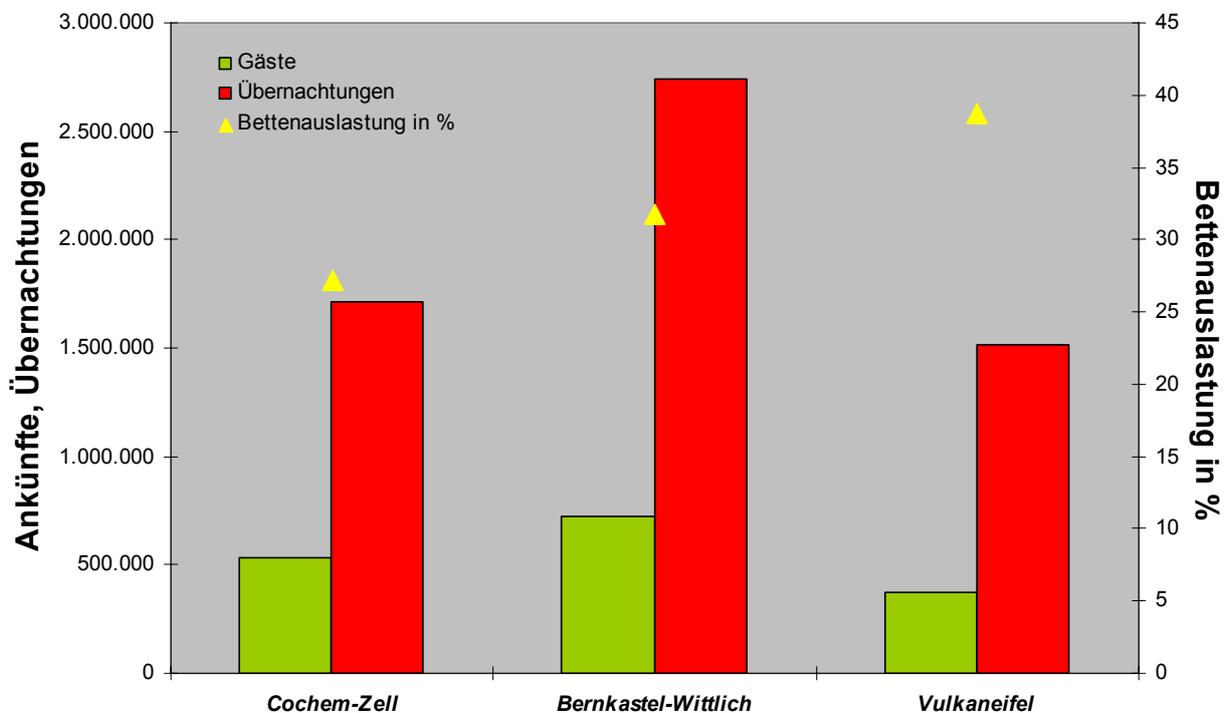
Abb. 14: Touristische Kennzahlen der Verbandsgemeinden im Vergleich (2005)



Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2007

Zum regionalen Vergleich werden die angrenzenden Landkreise herangezogen. Die LK Cochem-Zell und Bernkastel-Wittlich verzeichnen mehr Gästeankünfte und Übernachtungen als der LK Vulkaneifel. Allerdings wird im LK Vulkaneifel eine deutlich höhere Bettenauslastung erreicht²⁴ (vgl. Abb. 15).

Abb. 15: Gästeankünfte, Übernachtungen und Auslastung der LK im Vergleich (2006)



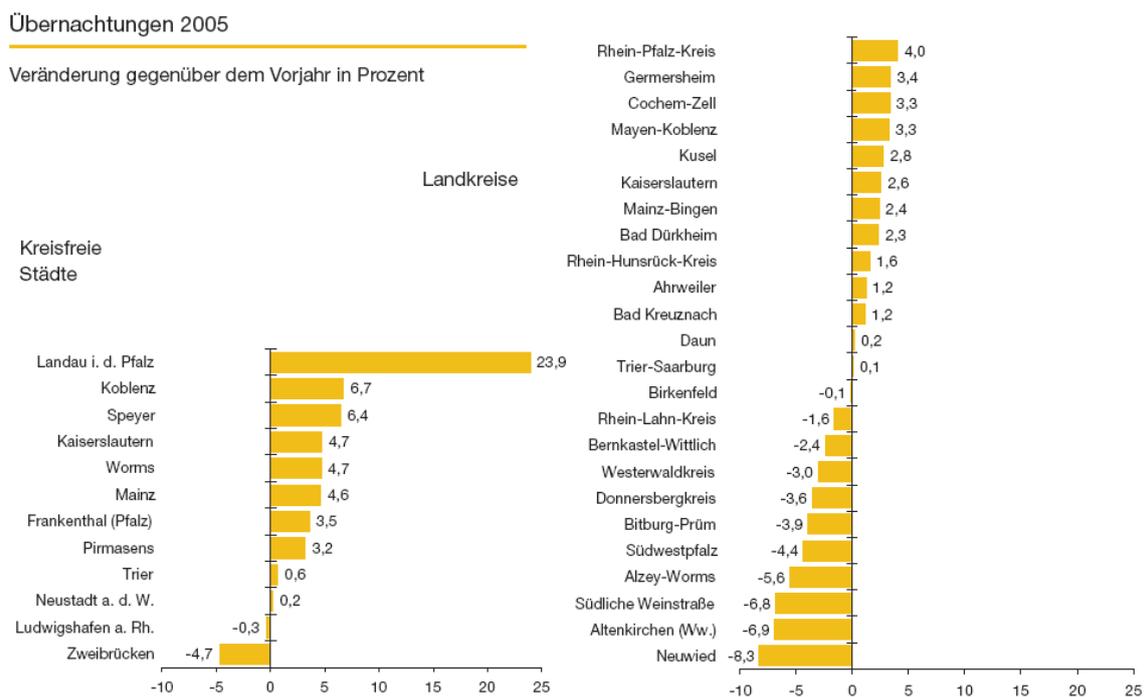
Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2007

²⁴ Dies hängt u. U. mit der höheren Auslastung von Sanatorien und Kurkliniken zusammen (Daun, LK Vulkaneifel; Manderscheid, LK Bernkastel-Wittlich).

2 Konkurrenzanalyse

Abbildung 16 zeigt, dass hinsichtlich der Übernachtungen zwischen 2004 und 2005 mit 0,2% noch eine leichte Zunahme im LK Vulkaneifel zu verzeichnen ist. Im Vergleich zu seinen Nachbarlandkreisen bleibt der LK Vulkaneifel allerdings durchschnittlich. Cochem-Zell hatte einen Zuwachs von 3,3%, Bernkastel-Wittlich einen Rückgang von 2,4%. Diese Erhebung schließt gewerbliche Kleinbetriebe und Betriebe mit weniger als neun Betten mit ein, Campingplätze aus.

Abb. 16: Veränderung der Übernachtungen 2004/2005 in RLP nach Kreisen



Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007, S. 73

2.2 Positionierung im Vergleich mit ausgewählten Gemeinden

Die Positionierung der Gemeinden ist ein elementarer Schritt. Eine eindeutige Ausrichtung auf bestimmte Gästegruppen hat mehrere Vorteile: 1. Die Ansprache des potenziellen Kunden kann spezifischer gestaltet werden. So findet sich der potenzielle Gast im Angebot wieder und fühlt sich angesprochen. 2. Die Effektivität der Ausgaben im Marketing (Internet, Prospektmaterial, Flyer, PR-Arbeit) wird gesteigert, da der „Gießkanneneffekt“ vermieden wird. Nicht alle und jeder potenzielle Gast (= 85 Mio. Deutsche + ausländische Gäste) müssen erreicht werden, sondern lediglich die „kleinere“ Gruppe, bspw. der Wanderer, der Radfahrer, Mountainbiker, Walker usw. Viele Interessengruppen sind über Medien und Vereine organisiert, so dass der Markt viel leichter erreicht werden kann. Tabelle 5 verdeutlicht, dass hier noch viel Arbeit auf die Gemeinden zu kommt.

2.2 Positionierung im Vergleich mit ausgewählten Gemeinden

Tab. 5: Aktuelle Positionierung der Gemeinden der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘

	USP	Produkte	Ziel-/Interessengruppen
Brockscheid	– Glockengießerei	– Radfahren (MMR) – Kulturtourismus	– Kulturinteressierte – Radfahrer – alle Altersgruppen – Familien, 50+ ohne Kids
Ellscheid	– Naturschutzgebiet Mürmes – Dorfcharakter	– Wandern – Radfahren (MMR)	– Naturliebhaber – Aktivtouristen (W, R) – alle Altersgruppen – Familien, 50+ ohne Kids
Gillenfeld	– Kirche – Lage zwischen Maaren	– Kulturtourismus – Wandern – Radfahren (MMR) – Mountainbiking – Kulinarik – Nordic Walking	– Kulturtouristen – Aktivtouristen (W, R, M, N) – alle Altersgruppen – Junge Paare, Familien, 50+ ohne Kids
Immerath	– Lage im Maarkessel – Schulmuseum/Backhaus – Parcours der Sinne	– Religionstourismus – Naturbeobachtung – Geotourismus – Kulturtourismus	– Kulturtouristen – Geotouristen – Aktivtouristen (W, R, M, N) – alle Altersgruppen – Familien, 50+ ohne Kids
Mückeln	– Vereinsleben – Korbflechterei	– Kulturtourismus – Wandern	– Wanderer – alle Altersgruppen – 50+ ohne Kids
Saxler	– Kapelle, Tradition	– Wandern	– Wanderer – alle Altersgruppen
Strohn	– Lavabombe – Vulkanhaus Strohn – Strohner Märchen – Strohner Schweiz	– Geotourismus	– Geotouristen – Kulturtouristen – Familien, 50+ ohne Kids
Strotzbüsch	– Alter	– Sport – Wandern	– Naturliebhaber – Radfahrer (MMR) – Alle Altersgruppen
Udler	– MMR – Naturschutzgebiet Sangweiher	– Radfahren – Wandern – Naturbeobachtung	– Aktivtouristen (R, W) – Familien, 50+ ohne Kids
Winkel	– Landschaft	– Naturbeobachtung – Radfahren – Mountainbiking – Wandern	– Aktivtouristen (R, W, M) – Familien, 50+ ohne Kids

MMR...Maare-Mosel-Radweg, W...Wanderer, R...Radfahrer, M...Mountainbiker, N...Nordic Walker

Analyse Internetauftritte: ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘, Gemeinden, 30.09.2007

Der Vergleich mit den Gemeinden der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ zeigt, dass eine zielgruppengenaue Ansprache die Ausnahme ist. Ein Großteil der Gemeinden versucht sich angebotsorientiert darzustellen, spricht damit jedoch nicht alle sondern keinen Nachfrager persönlich an. Eine zielgenaue Ausrichtung des Marketings, die den individuellen Charakter der Gemeinden unterstreicht, aber auch Symbiosen und Gemeinsamkeiten herausstellt, ist für das künftige Glücken der potenzialreichen Tourismusinitiative von großer Bedeutung. Das allgemeine Bewerben der Region obliegt den übergeordneten Institutionen (vgl. Anlage 3).

2 Konkurrenzanalyse

Der Gast betrachtet sein Reiseziel als Destination, bezieht also die Region um seine Übernachtungsgemeinde in die Reiseentscheidung mit ein. In diesem Sinne ist es nicht notwendig, insbesondere für die beiden kleinen Gemeinden Immerath und Winkel bzw. die anderen Gemeinden der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘, den gesamten Angebotsmix zu etablieren. Vielmehr können sie voneinander profitieren indem sie sich sinnvoll ergänzen.

2.3 Marketingaktivitäten im Vergleich mit ausgewählten Gemeinden

Das inzwischen vorherrschende Medium ist das Internet. Ein Auftritt ist nicht nur verhältnismäßig kostengünstig und einfach zu realisieren. Er bietet im Gegensatz zu Prospekten auch unkomplizierte Aktualisierungsmöglichkeiten und ist den Gästen jederzeit zugänglich. Zum Vergleich der Marketingaktivitäten werden v. a. die direkten Konkurrenten von Immerath und Winkel, also die Gemeinden der Initiative ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ herangezogen. Zusätzlich werden auch die an die Gemarkungen Immerath und Winkel angrenzenden Gemeinden der VG Ulmen betrachtet; weitere befinden sich in Anlage 8. Neben dem Internet vermarkten sich die Gemeinden über die örtliche Touristinformation der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ in Gillenfeld, die allerdings stark eingeschränkte Öffnungszeiten hat. Die VG Ulmen hat Tourismusbüros in Ulmen, Lutzerath und Bad Bertrich.

Tab. 6: Online-Marketing der umgebenden Gemeinden

	Homepage	Einschätzung ++ viele Infos; + wenige Infos; - (fast) keine tour. Infos	Touristischer Inhalt Link vorhanden zu:						Aktualisierungsdatum
			1	2	3	4	5	6	
VG Daun									
Brockscheid	www.brockscheid.de	-	1	2	4				1998-2005
Ellscheid	www.ellscheid.de	+	1	2	4	6			06.07.2007
Gillenfeld	www.gillenfeld.de	++	1	2	3	4	5	6	09.07.2007
Immerath	www.immerath-vulkaneifel.de	+	1	2	3	4			08.07.2007
Mückeln	www.mueckeln.de	-	1	2	3	4			15.04.2007
Saxler	-								
Strohn	www.strohn.de	+	1	2	3	4	6		ohne Datum
Strotzbüsch	www.strotzbuesch-vulkaneifel.de	+	1	2	3	4			Juli 2007
Udler	www.udler.de	-	1						16.09.2005
Winkel	www.winkel-eifel.de	+	1	2	3	4	6		2005
VG Ulmen									
Lutzerath	www.lutzerath.de	+		2	3	4	5	6	ohne Datum
Wollmerath	-								
Auderath	www.auderath.de	-							ohne Datum

Analyse Internetauftritte der Gemeinden, 30.09.2007

2.3 Marketingaktivitäten im Vergleich mit ausgewählten Gemeinden

Fast alle der betrachteten Gemeinden verfügen inzwischen über einen Internetauftritt. Einige aktualisieren ihren Auftritt regelmäßig (Ellscheid, Gillenfeld, Immerath, Mückeln, Strotzbüsch). Für die anderen Gemeinden sollte dies ein unbedingter Ansporn sein, das künftig zu verbessern. Das Medium Internet lebt von den aktuellen Informationen. Auch hinsichtlich der Informationsdichte für potenzielle Gäste sind die Auftritte unterschiedlich einzuschätzen. Besonders wichtig ist für Gäste das Angebot an Unterkünften, touristischer Infrastruktur (Wanderwege, Gastronomie usw.) sowie zumindest ein Hinweis, wo man nähere Informationen bekommen kann. Informationen über Unterkünfte, Unternehmungs- und Ausflugsmöglichkeiten sind meist vorhanden. Mit Ausnahme von Gillenfeld, bietet allerdings keine weitere Gemeinde einen Link zur zuständigen Touristinformation! Insgesamt ist der Auftritt von Immerath als sehr gut und Winkel als gut einzuschätzen. Potenzial besteht hinsichtlich der Aktualität (Winkel) sowie des weiterführenden Informationsangebotes.

Die Ergebnisse der Prospektanalyse befindet sich in Anlage 9. Eine Ausführung ist an dieser Stelle zu umfangreich. Fakt ist jedoch, dass Immerath und Winkel in den Prospekten nur durch ihr Unterkunftsangebot erwähnt werden. Deshalb ist es umso wichtiger, die Möglichkeiten über das Internet zu nutzen.

In den vergangenen Jahren wurden immer mehr sog. Wort-Bild-Marken geschaffen. Diese versuchen das Charakteristikum einer Region oder eines Produktes bildlich-abstrakt und anhand eines prägnanten Schriftzuges darzustellen. Sinn soll dabei die leichtere Verankerung in der Wahrnehmung des Gastes oder Kunden sein, so dass der Wiedererkennungswert steigt. Ein Problem entsteht dann, wenn zu viele unterschiedliche Marken entwickelt und in den Werbemarkt gebracht werden. So merkt sich der Gast entweder gar nichts oder assoziiert sogar eine andere Region oder ein anderes Produkt (vgl. Abb. 17).

Abb. 17: Wort-Bild-Marken



Internetauftritte

2 Konkurrenzanalyse

Am bekanntesten ist das Logo der Eifel Tourismus GmbH. Es wird u. a. auf den Seiten von Immerath und Winkel genutzt. Die übrigen regionalen Logos ‚Ferienregion Daun‘, ‚Vulkaneifel European Geopark‘ sollten zukünftig auch verwendet werden. Ebenfalls interessant für Immerath und Winkel ist das Logo der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘. Wenn alle Gemeinden der Initiativen dieses benutzen, kann ein größerer Wiedererkennungswert und ein Identifikationsmerkmal für den Gast erreicht werden.

2.4 Schlussbemerkung Kapitel 2

- der LK Vulkaneifel hat im Vergleich zum Landesdurchschnitt eine **sehr hohe Tourismusintensität**
- Gemeinden im näheren Umkreis von Immerath und Winkel, wie bspw. Gillenfeld, lassen ein **deutliches Wachstum** der Tourismusintensität erkennen
- VG Kelberg und VG Daun haben die meisten Gästeankünfte und Übernachtungen der Region zu verzeichnen; die **Aufenthaltsdauer** liegt hier bei rund 4,3 Tagen
- Aufenthaltsdauer wird sich nicht steigern lassen, aber es kann versucht werden, die Saisonalität zu reduzieren!
- Positionierung von Immerath und Winkel innerhalb der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ notwendig
- zielgruppengerechte Ansprache der Gäste („**Gießkanneneffekt**“ vermeiden)
- Pflege des Internetauftrittes muss regelmäßig(er) betrieben werden
- kaum Präsentation von Immerath und Winkel in Prospekten übergeordneter Institutionen, deshalb Internet optimal nutzen
- die bekannten **Logos** ‚Ferienregion Daun‘, ‚Vulkaneifel European Geopark‘, ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ etc. sollten von den Gemeinden **stärker genutzt** werden, da so ein größerer Wiedererkennungswert und ein Identifikationsmerkmal erreicht werden kann
- Konkurrenz v. a. in größeren Gemeinden (mit mehr Geld, und Infrastruktur)
- aber **Überschaubarkeit** nutzen, keine Gemeinde hat unaufholbaren Vorsprung
- Konkurrenz im Rahmen ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ als Chance sehen
- hohe touristische Prägung der Region bietet gute Voraussetzungen zur Weiterentwicklung (Marketingorganisationen, Infrastruktur)
- nicht jede kleine Gemeinde muss komplettes Angebot haben -> Chance zur Kooperation und **Win-Win-Situation** innerhalb und zwischen den Gemeinden
- Immerath und Winkel müssen ihre Nische finden und ausbauen!

3 Potenzialanalyse

Die Potenzialanalyse hat das Ziel, die Rahmenbedingungen des Tourismus zu betrachten und sie den spezifischen Eigenschaften der Gemeinden Immerath und Winkel gegenüberzustellen. Maßgebliche Ideen und Ergebnisse für die Stärken-Schwächen-Analyse lieferten die Workshops in den beiden Gemeinden²⁵ (Bürger, Interessierte, touristische Leistungsträger, politische Entscheidungsträger). Insgesamt beteiligten sich 21 Bürger an den Workshops (vgl. Anlage 10).

3.1 Überregionale Trends

Die künftigen Entwicklungen im Tourismus sind geprägt von einem gesellschaftlichen **Wertewandel**. Damit wird es zunehmend wichtiger, sein Angebot an den potenziellen Gästen und ihren sich stetig ändernden Wünschen und Vorstellungen auszurichten. Dabei genügt die bloße Versorgung mit natürlichem Angebot und Infrastruktur nicht mehr. Inszenierung von Veranstaltungen und Themen sowie aktives Erleben sind das Basisangebot für den Nachfrager der Zukunft. Dabei werden auch neue Themen interessant²⁶:

- **Individualisierung:** bedeutet in erster Linie Selbstverwirklichung, Life-Style, Zunahme an Singles, verschobene Familiengründung
- **Informationstechnologie:** im Tourismus besonders interessant wegen des Buchungsverhaltens und der Informationsdichte (man kann abends 23.00 Uhr das Zielhotel für den nächsten Tag buchen)
- **Alterung:** bedeutet, dass 2046, also in 20 Jahren, bereits 1/3 der Gesellschaft über 65 Jahre alt sind (heute 1/5)
- **Silver Ager:** es bedeutet außerdem, dass die „neuen Alten“ („SilverAger“) finanzstark, aktiv, mobil, gesundheitsbewusst, qualitätsorientiert und reiseerfahren sind
- **Gesundheit:** geht mit der Alterung der Gesellschaft eng einher; Kürzungen in den Transfersystemen und bei der staatlichen Gesundheitsversorgung, bedeuten mehr Eigenverantwortung und Prävention
- **Frauen:** werden verstärkt zu anspruchsvollen, selbstbestimmten Nachfragern, die losgelöst von Familie und Kindern konsumieren
- **Emotionalisierung und Fürsorge:** Werbung, die allein das Angebot in den Mittelpunkt rückt, verfehlt ihr Ziel, denn die Kunden wollen persönlich berührt

²⁵ Winkel, 29.08.2007 19.00 Gemeindehaus; Immerath, 30.08.2007 19.00 Gemeindesaal

²⁶ z. B. ZUKUNFTSINSTITUT 2006; F.U.R. 2005; B.A.T. 2007

3 Potenzialanalyse

werden; außerdem werden die Vorstellungen der Ellbogengesellschaft abgelegt, so dass soziale Verantwortung wieder an Wertigkeit gewinnt

- **Sinn- und Sinnlichkeit:** verdeutlicht einerseits die Suche nach dem Sinn des eigenen Lebens und Wirkens, losgelöst von religiösen Vorstellungen, während gleichzeitig die Sinnlichkeit eine Genuss- und (Lebens-)Lustorientierung der neuen Konsumenten symbolisiert

Was bedeuten diese Trends konkret für den Tourismusmarkt? Es bedeutet in erster Linie, dass die Nachfrage nach **Qualität** steigt²⁷. Wobei Nachfrager gar nicht wissen, dass sie Qualität verlangen, sondern Qualität wird vielmehr **als Voraussetzung** gesehen. D. h. auch, dass ein hervorragendes Service-/Dienstleistungsangebot in der Wertschätzung der Gäste über der Ausstattung steht²⁸.

Außerdem bedeutet dies:

- dass ein Angebot oder ein Thema in der Region **inszeniert**, lebendig gemacht werden muss
- dass Stammgäste schwerer und nur mit hohem Aufwand im Marketing zu halten sind. Die Orientierung an klassischen Zielgruppen nach der Lebensphase (junge Urlauber ohne Kinder, Familienurlauber, ältere Urlauber ohne Kinder, Senioren) reicht zur Marktsegmentierung nicht mehr aus
- dass Reisen immer kürzer werden, aber häufiger statt finden, außerdem wird sich der Einzugsradius für Ausflüge und **Kurzreisen** noch vergrößern
- dass Kurzreisen meist im **Inland** statt finden
- dass **Gesundheit**, Prävention, Wellness der Mega-Markt der Zukunft ist
- dass die „**Graue Revolution**“ statt findet, die Senioren kommen. Diese sind eine interessante Zielgruppe, da sie vielseitig interessiert (Kulturtourismus) und aktiv sind sowie eine verhältnismäßig hohe Ausgabenbereitschaft besitzen.
- dass **Wandern** bleibt, nicht zuletzt aufgrund des Gesundheitstrends und der guten Vereinbarkeit mit Themen im Trend, nicht nur bei den Senioren.
- dass ein Angebot spezifisch und auf einen individuellen Geschmack eingerichtet sein muss; Angebote im Bereich Sinn- und Sinnlichkeit reichen dabei von **Luxus bis Askese**²⁹
- dass Authentizität und **Heimatnostalgie** im Trend sind und nach einer Aktualisierung auf den heutigen Stand an Bedeutung gewinnen können

²⁷ z.B. LUFT 2005, S. 244ff.

²⁸ z.B. FREYER 2004, S. 444ff.

²⁹ vgl. LEDER 2006, S. 138

3.2 Bedeutung der Makro-Trends für die Region

Nicht alle Trends werden Immerath und Winkel sowie die Region Vulkaneifel im selben Maße betreffen. Nach einer Vorstellung der überregionalen Trends in Gesellschaft und im Tourismus wurden die Teilnehmer der Workshops gebeten, die Trends aufzuschreiben, die nach ihrer Einschätzung Immerath bzw. Winkel am stärksten betreffen werden. Die einzelnen Nennungen wurden im Nachhinein den übergeordneten Trends zugeordnet (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: Workshopergebnisse Brainwriting relevante Trends für Immerath und Winkel

TrendGruppierung	Nennungen	N
Aktivurlaub, Bewegung, Wandern, Radfahren etc. (22)	Wandern	8
	Natur erleben	3
	Aktiv-Urlaub	6
	Radfahren	3
	Tennis	1
	Reittourismus	1
Authentizität, Identifizierung mit Heimat (8)	Heimatsnostalgie	3
	Einzigartigkeit	2
	Ursprünglichkeit	3
Gesundheitsorientierung, Selbstverantwortung, Prävention (6)	Wellness	3
	Prävention	1
	Gesundheit	2
Sinn- und Sinnlichkeit/Neue Spiritualität (4)	Spiritualität	1
	Besinnung und Ruhe	1
	Mentale Wellness/ Abschalten, was für sich tun	2
lebenslanges Lernen und Kultur (4)	Lernen mit der Natur	2
	Erleben und Lernen	2
Zunahme Reisevolumen, kürzer (3)	Kurzreisen	3
Themenangebote (2)	individuelle Angebote	1
	spezielle Angebote durch einmalige Lage	1
Genussorientierung (2)	Marke Eifel	1
	Qualität	1
Inszenierung (2)	Bekanntes und Neues wechselndes Programm für Stammgäste	1 1
Alterung, Neue Alte (2)	Demographischer Wandel	2
Familien (2)	Angebote für Familien	2
Umwelt- und Ökologiebewusstsein „LOHAS“ (Lifestyle of health and sustainability) (1)	Ökologie	1

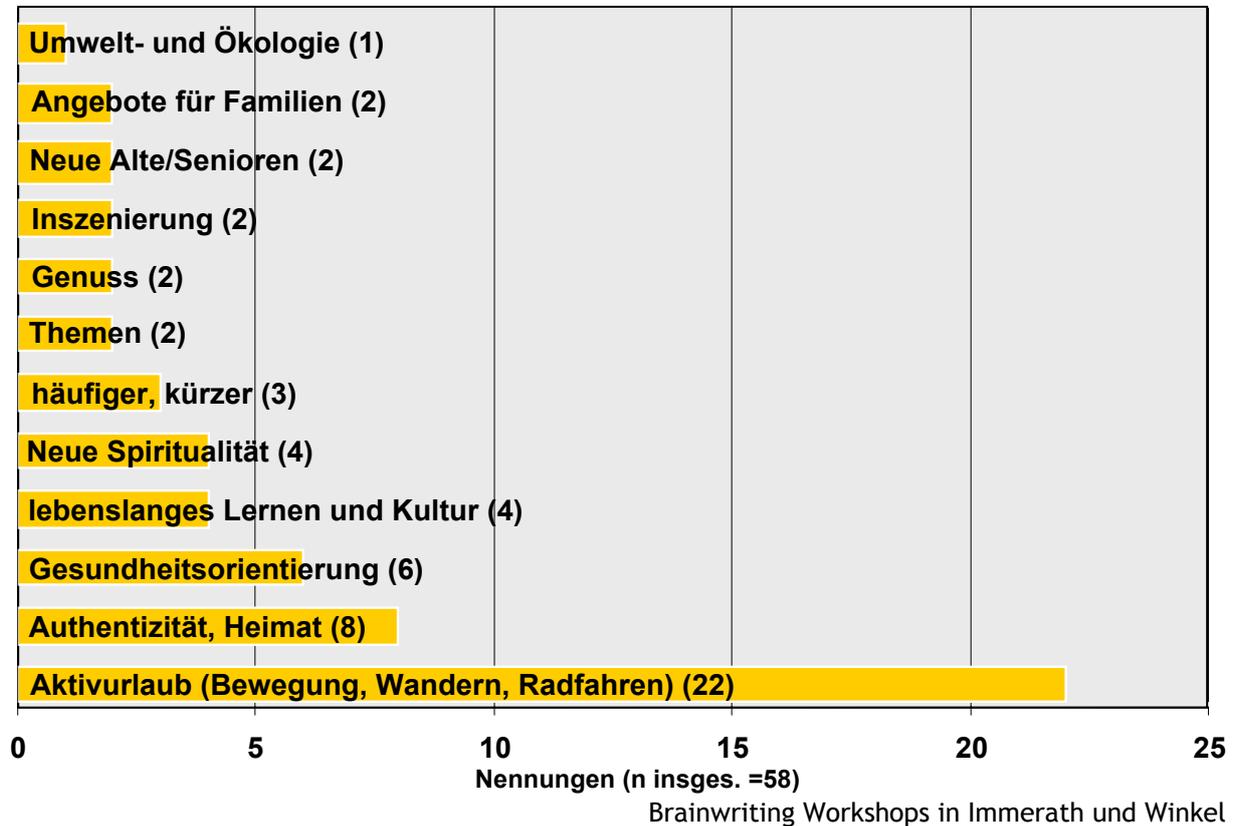
Brainwriting Workshops in Immerath und Winkel

Besonders häufig genannt wurde der weiter wachsende Trend des Aktivurlaubes in all seinen Ausprägungen. Wandern, Natur erleben, Radfahren standen im Mittelpunkt, also Produkte, die bereits vermarktet und nachgefragt werden. Hinzu kamen Tennis und das Reiten. Auch der Trend zur Identifizierung mit der Heimat, Authentizität und Regionalspezifität wurde häufig als Zukunftstrend angesehen. Auch hier stehen immanente Eigenschaften der beiden Gemeinden im Vordergrund: Ursprünglichkeit und Natürlichkeit. Als weitere wichtige Trends wurden erkannt: Gesundheitsorientierung, Kultur/lebenslanges Lernen und der Trend zu Kurzreisen. Eingel-

3 Potenzialanalyse

schränkt genannt, jedoch aufgrund der Teilnehmerzahl dennoch als wichtig einzustufen wurden: Genussorientierung und Kulinarik sowie Inszenierung/Edutainment³⁰. Jeweils eine Nennung verzeichneten Umweltbewusstsein, Silver Ager sowie Familien (vgl. Abb. 18).

Abb. 18: Bewertung der wichtigsten Trends für Immerath und Winkel (Methode Brainwriting)



³⁰ Edutainment = Education (= Bildung, Erziehung) + Entertainment (= Unterhaltung): Edutainment verbindet Unterhaltung und Bildung miteinander. Das Spiel wird dabei als Methode des Lernens eingesetzt, man spricht auch von spielerischem Lernen (vgl. IFAK 2007, o. S.)

3.3 SWOT-Analyse für Immerath und Winkel

Die SWOT-Analyse (Strength, Weakness, Opportunities, Threads) ist ein Instrument des strategischen Managements. Anhand der SWOT-Analyse lässt sich zunächst das touristische Angebot auf seinem heutigen Stand einschätzen. Vor dem Hintergrund aktueller regionaler und überregionaler Trends können in einem zweiten Schritt Chancen und Risiken für die Zukunft abgeleitet werden. Ziel dabei ist es, interne Stärken und Schwächen den externen Chancen und Gefahren gegenüberzustellen, um den größtmöglichen Nutzen zu erzielen sowie den potenziellen Verlust zu minimieren (vgl. Abb. 19).

Abb. 19: Ziel der SWOT-Analyse

SWOT-Analyse		Interne Analyse von Immerath und Winkel	
		Stärken	Schwächen
Analyse von Markt und Trends	Chancen	<p>S-O-Strategien: Welche Stärken können für welche Chancen genutzt werden?</p> <p>⇒ Investieren, Ausbauen</p>	<p>W-O-Strategien: Welche Schwächen können weiter entwickelt werden?</p> <p>⇒ Verbessern, evtl. Investieren</p>
	Gefahren	<p>S-T-Strategien: Welche Gefahren stehen den Stärken entgegen?</p> <p>⇒ Beobachten, Reagieren</p>	<p>W-T-Strategien: Welche Schwächen werden durch Gefahren noch verstärkt?</p> <p>⇒ Beobachten, Gegensteuern</p>

FREYER 2004, S. 315; verändert

Während des Workshops wurden im Anschluss an die Bestimmung der regional relevanten Trends die Stärken und Schwächen von Immerath und Winkel zusammengetragen. Dazu wurden die Teilnehmer in vier Gruppen eingeteilt, die Stärken und Schwächen verschiedener Teilbereiche erarbeiten sollten (Tab. 8 und 9).

Die Wahrnehmung der Bürger unterscheidet sich in den Kernpunkten kaum. Als zentrale Stärken werden v. a. die Maarlandschaft sowie die Ursprünglichkeit mit Möglichkeiten für den Aktivtourismus gesehen. Demgegenüber stehen die Schwächen Abgelegenheit, Organisationsdefizite und Infrastrukturausstattung.

3 Potenzialanalyse

Tab. 8: Brainwriting Stärken und Schwächen Immerath

Handlungsfeld	Stärke	Schwäche
Natur und Landschaft	<ul style="list-style-type: none"> + Maare + Lage im Maarkessel (Ästhetik, nicht Topografie) + Vielfältigkeit + Immerather Maar + Fernsicht vom Maarrand + Wald + Vulkanismus + Klima 	<ul style="list-style-type: none"> - Lavagrube Wartgesberg - Logistikzentrum Lutzerath - Windwurf aktuell - Klima
Angebot und Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> + Bepflanzung im Ort + fahrende Händler für Senioren + Seminarhaus Vulkaneifel + Parcours der Sinne + zentrale Lage; Anbindung (Auto A 1; Bahn COC-WILL; Hahn) + Mountain-Bike-Trial-Park + Nordic Walking Fitness Park + Jugendtaxi + Wanderwegenetz + Ferienwohnungen + Ausflugsziele (Tierparke) 	<ul style="list-style-type: none"> - ÖPNV-Anbindung - Tante-Emma-Laden (5 km) - mangelhafte Ausschilderung des Maares (am Maarparkplatz) - Anbindung über A 1 - zu geringes Angebot an Ferienwohnungen
Werbung und Organisation	<ul style="list-style-type: none"> + Homepages (6 Stück) + Wanderkarte (Gemeinden Rund ums Pulvermaar) 	<ul style="list-style-type: none"> - Verlinkung der Homepages - kein Tourismuskonzept - Pflege der Wanderwege (Rückeschäden) - Einbindung der Vereine in den Tourismus - schwaches Interesse an Zusammenarbeit der Stadt Daun - kein Wanderführer im Sinne eines ‚Geopark-Rangers‘
Kultur und Freizeit	<ul style="list-style-type: none"> + Bogenschießen + Schulmuseum + Musikverein + Theateraufführungen des Musikvereins + Hotel Landhaus Schend + Seminarangebot Seminarhaus Vulkaneifel + Backhaus und Backfest (2-Jahres-Turnus) + Sportfest + Fasnachtabend (Möhnen) + Jugend-Bastel-Treff „Chaos hoch 10“ + Wandertag + Martinszug 	<ul style="list-style-type: none"> - Verkehrsanbindung ÖPNV - Wenig Anreize für Touristen am Ort zu bleiben und im Ort zum wandern - zu wenig Angebote für Familien mit Kindern - keine Anbindung an Maare-Mosel-Radweg - Dorfkneipe überwiegend von Touristen genutzt

Workshop Immerath

3.3 SWOT-Analyse für Immerath und Winkel

Tab. 9: Brainwriting Stärken und Schwächen Winkel

Handlungsfeld	Stärke	Schwäche
Natur und Landschaft	<ul style="list-style-type: none"> + Maare + saubere Bäche + Natur vor der Haustür + Ruhe + keine Brachflächen + funktionierende Landwirtschaft + Abwechslungsreichtum + verschiedene Landschaften 	<ul style="list-style-type: none"> - schlechte Wanderwege/Wege - Forstwirtschaft (Rückeschäden) - Einseitigkeit
Angebot und Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> + Lebensmittel (Eier, Geflügel, Nudeln) für Senioren + fahrende Händler (3 Bäcker pro Woche; Kolonialwarenhändler) + gepflegte Landschaft + Spielplatz, Bolzplatz + Vulkan-Wanderweg + zentrale Lage, gut erreichbar (A 1; B 421) + Ferien auf dem Bauernhof + ANDi (Anruf-Nahverkehrs-Dienst) 	<ul style="list-style-type: none"> - Einkaufsmöglichkeiten fehlen - zu wenig Übernachtungsmöglichkeiten - keine Gastronomie - InfoPunkt fehlt - kein Rundweg/Beschilderung - keine Anbindung an das überörtliche Wander- und Radwegenetz - schlechte Anbindung über ÖPNV - keine öffentliche Telefonzelle - ANDi keine Telefonnummer Mobilfunkempfang schlecht
Werbung und Organisation	<ul style="list-style-type: none"> + Homepage + Wanderkarte (Gemeinden Rund ums Pulvermaar) + Eifel-Katalog (Ferien auf dem Bauernhof) + Engagement Gemeinderat/ Inne-Organisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Homepage-Pflege - Cross Selling nicht vorhanden - Feedback-Runde für Bewohner aus überörtlichen Gremien, neben Gemeinderat - Werbe Tourismus-Ausschuss - Organisation und Festivitäten
Kultur und Freizeit	<ul style="list-style-type: none"> + Reiten + Mountainbiking + Vulkanwanderweg (dadurch Anbindung an Maare vorhanden) + unberührte Natur/Geheimtipp + Trike-Verleih + Authentizität durch geringe Erschließung + Ruhe im Ort + Freizeitevents in kurzer Zeit erreichbar 	<ul style="list-style-type: none"> - keine Einkaufsmöglichkeit - Freizeiteinrichtungen circa 15 km entfernt - Wenig Festveranstaltungen - keine Vereine außer Feuerwehr - keine Eigenverantwortung - kein Fahrradverleih - Bahn- und Busverbindungen zur Anreise

Workshop Winkel

3 Potenzialanalyse

Vor dem Hintergrund der oben erläuterten Trends und zusammengetragenen Stärken und Schwächen ergibt sich die folgende zusammengefasste Chancen-Risiko-Analyse für Immerath und Winkel:

Abb. 19: SWOT-Analyse für Immerath und Winkel

<p style="text-align: center;">Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maarlandschaft, Topographie • Lage • Voraussetzungen Aktivtourismus • Brauchtum und Feste • Kulturangebot • Parcours der Sinne (2008) • Kooperation „Pulvermaar“ 	<p style="text-align: center;">Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzungsmöglichkeiten Landschaft • kein Schlechtwetterangebot • Vermittlung Regionalcharakter • Wegezustand, -beschilderung • Einkehr-/Übernachtungsmöglichkeiten eingeschränkt
<p style="text-align: center;">Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anbieterpotenziale in Bevölkerung • ↗ Tagestouristen/Kurzreisende • ↗ Senioren und Aktive 50+ • ↗ Natur-/Ökologieinteressierte • ↗ Sinnsuchende+Spiritualität • ↗ Genießer und Kulinarik 	<p style="text-align: center;">Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • ↘ Regionalauthentizität ohne Weiterentwicklung • ↗ Wettbewerb (in) der Region(en) • ↘ Kerngästegruppe Familien • verändertes Buchungsverhalten • Stammgäste schwer zu halten • ↗ Kosten Marketing/Organisation

Workshops/Strategietreffen

Für eine abschließende Bewertung der Faktoren ist der Einbezug der Konkurrenten, hier insbes. die anderen Gemeinden der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ notwendig. Dieses Vergleichsprofil lässt eine Beurteilung zu, welche Stärken besser und welche Schwächen schlechter als die der Konkurrenz sind. Hierzu gehören neben den oben betrachteten Bereichen auch die Analyse des Preis-Leistungs-Verhältnisses, des Marketingbudgets etc. Im Rahmen dieses Konzeptes können diese Faktoren nicht alle erschöpfend diskutiert werden. Die folgenden Potenzialprofile ergeben sich aus den Recherchen, Interviews, Workshops in Immerath und Winkel sowie dem Strategietreffen in Daun.

3.4 Zentrale Ergebnisse

Die folgenden Abbildungen fassen die wichtigsten Punkte der Potenzialanalyse zusammen. Das Netz stellt auf einer Skala von -3 (unterdurchschnittlich ausgeprägt) bis +3 (überdurchschnittlich ausgeprägt) den aktuellen und künftig möglichen Stand verschiedener Aspekte dar. Eine blaue Kurve gibt den heutigen Status Quo an, grün markiert ist der mögliche Stand in der Zukunft, wobei bewusst keine zeitliche Einschränkung vorgenommen wurde. Der grün schraffierte Bereich ist das Potenzial zwischen dem aktuellen und dem möglichen Stand. Für die Darstellung wurden die Ergebnisse während der Diskussionen in den Workshops herangezogen und durch eigene Einschätzungen ergänzt. Zusammen mit den Teilnehmern der Strategiesitzung³¹ wurden die Potenzialnetze ‚Natur und Landschaft‘ sowie ‚Angebot und Infrastruktur‘ diskutiert und ergänzt.

Das Potenzial wird hier losgelöst von einschränkenden Rahmenbedingungen, wie Finanzierung, Naturschutz usw. eingeschätzt. So sind die Potenzialnetze auch visionär zu verstehen. Eine Überführung in die Realität findet sich im Maßnahmenkatalog in Kapitel 5. Wichtig ist hier auch der Vermerk, dass nicht zwangsläufig jede Schwäche mit viel Aufwand in eine Stärke verwandelt werden soll. Oftmals ist es günstiger und zielführender, sich auf bereits vorhandene Stärken zu besinnen und diese auszubauen. Die Entscheidung liegt letztendlich bei Politik und Bevölkerung vor Ort.

Im Bereich ‚**Natur & Landschaft**‘ haben folgende Aspekte ein hervorzuhebendes Potenzial (vgl. Abb. 20):

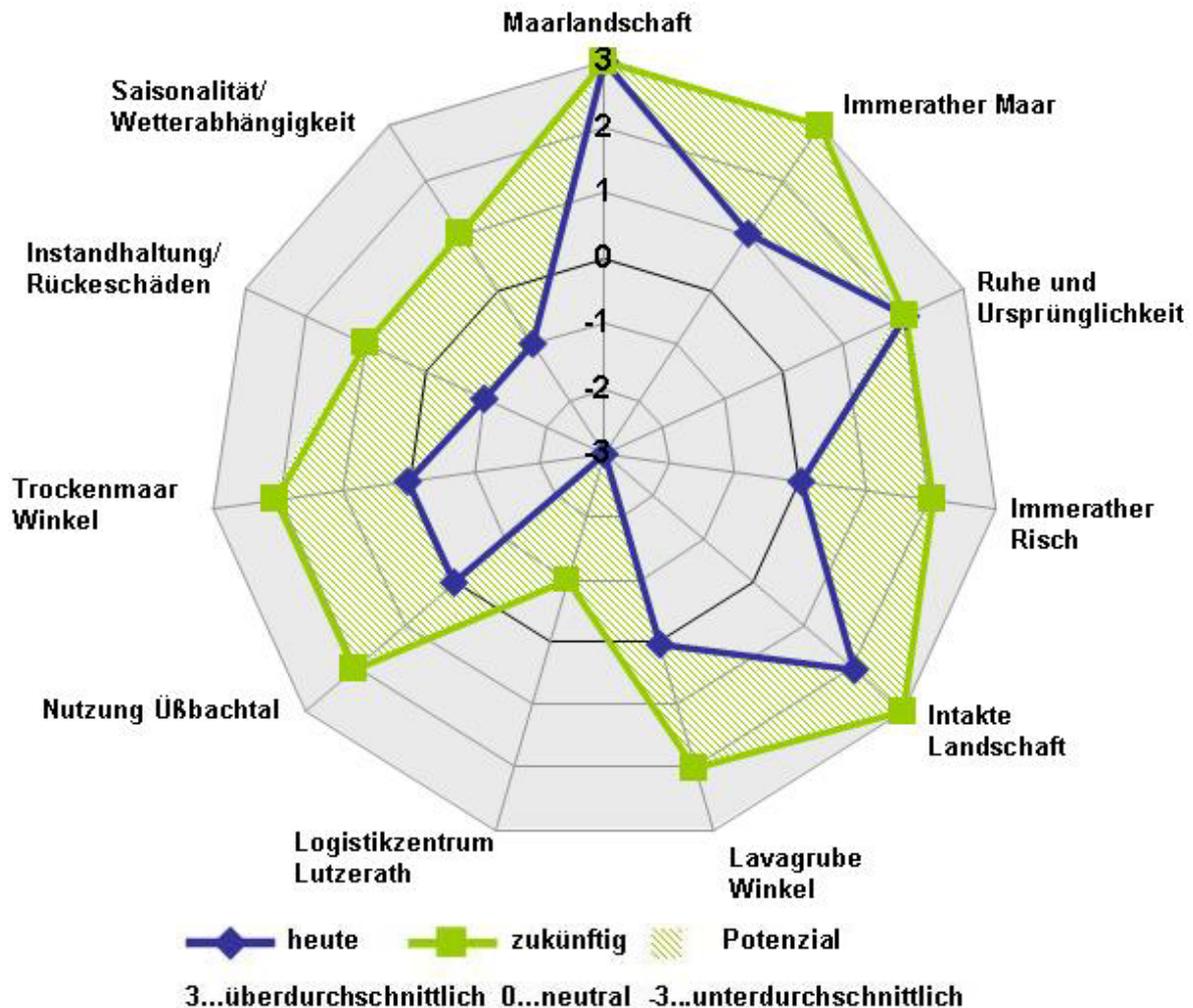
- **Immerather Maar:** v. a. bzgl. Beschilderung, Bekanntheitsgrad, Nutzung (Angeln, Spazieren, Beobachten)
- **Immerather Risch (= Röhricht):** der Immerather Risch ist der verbliebene und trockengelegte Rest eines ehemaligen Vulkankraters (NEUBEISER o. J., S. 1). Es ist ein feuchter Bereich, der aktuell nur als Weide genutzt wird. Durch Renaturierung kann dieses Gebiet attraktiver für die Bevölkerung und die Gäste werden. Zudem hätten Gäste ein Ziel im „Unterdorf“ von Immerath. Wasser zieht die Menschen an und vermittelt Ruhe und Natürlichkeit. Hier könnte ein kleiner Maarsee wieder entstehen oder ein Feuchtbiotop angelegt werden. Die beiden verschiedenen Möglichkeiten der Renaturierung sind in Kapitel 5 aufgeführt.
- **Intakte Landschaft:** die Naturlandschaft kann durch aktive und passive Besucherlenkung noch besser geschützt werden; dem gegenüber steht die land- und

³¹ am 25.10.2007, 19.00 Kreisverwaltung Daun, Saal 15c (vgl. Anlage II)

3 Potenzialanalyse

forstwirtschaftlich geprägte und genutzte Naturlandschaft, die stärker mit dem Tourismus verknüpft werden kann (z. B. Themenwege: „Streuobstweg“; „Woher kommen Apfelsaft, Käse und Brot“; „Baumschubser und Grünrock“)

Abb. 20: Potenzialnetz ‚Natur & Landschaft‘



Workshops/Strategietreffen

- **Lavagrube Winkel:** die heutige Nutzung schließt eine Kombination mit themen-touristischen Angeboten nicht aus, hier sind Führungen, Quad-/Bagger-Fahren oder auch Erlebnis-Abende mit Lesungen etc. vorstellbar; Ziel sollte sein, die Grube aktiv einzubinden
- **Logistik-Zentrum Lutzerath:** auch hier gilt es die Schwäche anzusprechen und Verständnis zu schaffen; auf einem Aussichtspunkt auf dem Maarrand könnten herausragende Gebäude in einer 360°-Karte näher erklärt werden; nicht nur worum es sich handelt, sondern auch, wie viele Menschen dort Beschäftigung finden, wieviel Geld jährlich der Gemeindekasse zufließt und dass dort Verpa-

ckungen für Getränke gelagert werden (hier sollte auch über Sponsoring nachgedacht werden!).

- **Nutzung Üßbachtal:** Das Üßbachtal ist ein felsiges und spannendes Tal an der Gebietsgrenze von Immerath und Winkel. Bislang ist es für Touristen nicht über ausgewiesene Wanderwege zugänglich. In Verbindung mit den zahlreichen Mühlen entlang des Tales hat es hervorragende Möglichkeiten thementouristisch ausgebaut und genutzt zu werden. Hier ist beispielsweise ein Mühlenwanderweg oder ein 7-Täler-Weg³² denkbar, der auch die Voraussetzungen zur Zertifizierung als Submarkenweg des Eifelsteigs erfüllen könnte.
- **Trockenmaar Winkel:** Das Trockenmaar in Winkel, das sich im Bereich des Talhofs befindet, ist heute für Laien nicht ohne weiteres zu erkennen. Hier kann die Attraktivität gesteigert werden, indem Gestaltungsmaßnahmen in Form von Bepflanzung etc. stattfinden, die die Maarlandschaft kenntlich machen.
- **Windwurf/Rückeschäden:** hier ist zu prüfen, inwiefern eine vertragliche Regelung helfen kann, solche Schäden innerhalb kürzerer Zeit zu beseitigen.
- **Wetterabhängigkeit:** am Wetter kann natürlich nichts geändert werden, doch können bestimmte Angebote, Ideen und Kooperationen Abhilfe schaffen (Regenjackenverleih, Gutschein für Bad, wenn im Oktober gebucht wird, Transferangebot in Umgebung).

Die Situation des **Angebots und der Infrastruktur** stellt sich so dar:

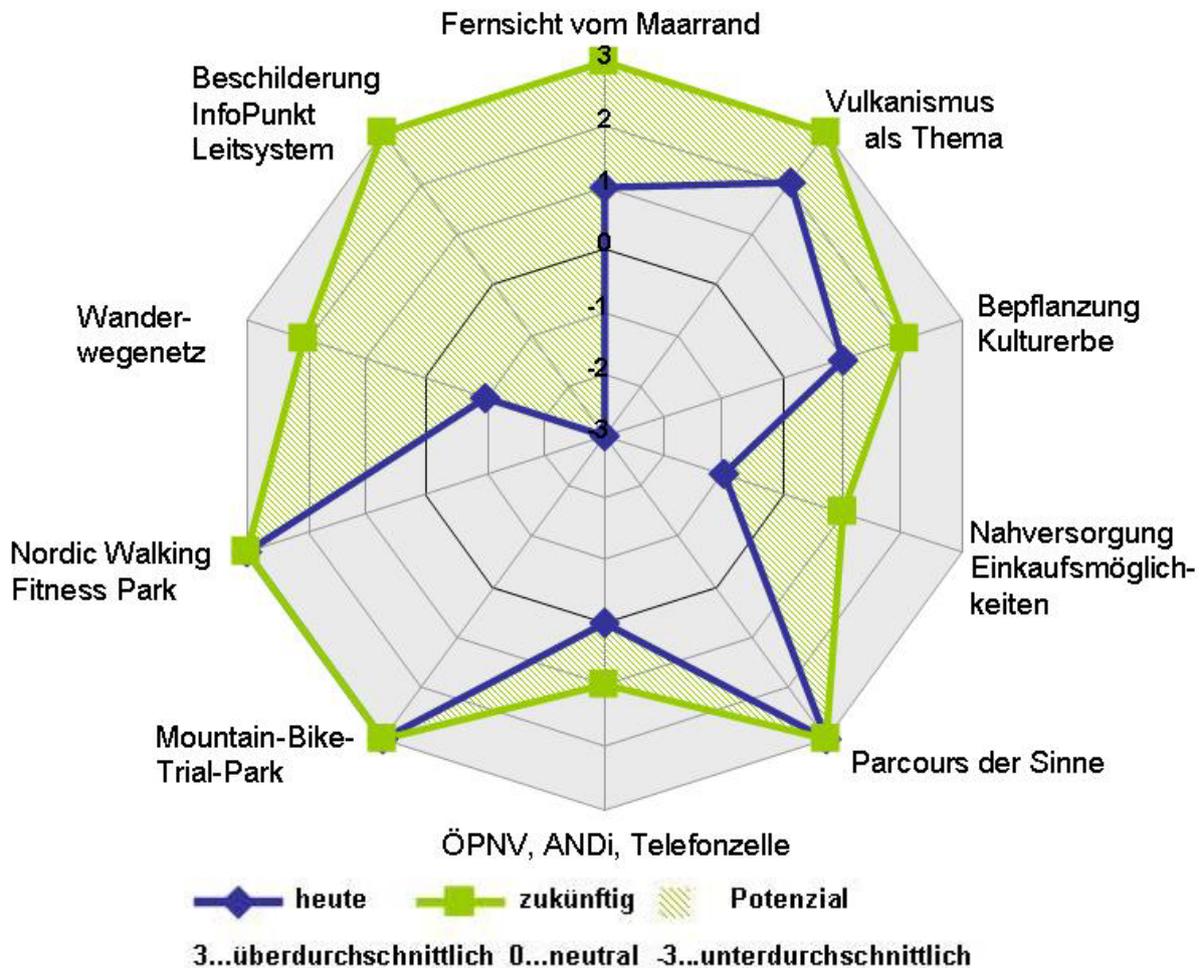
- **Fernsicht vom Maarrand:** ist sensationell, mit streckenweise 360°-Grad-Panorama, was viele Besucher dazu bringt, mitten auf der Straße zu halten und den Verkehr zu behindern. Dies birgt zwei Aspekte; zum einen ist die derzeitige Situation gefährlich, zum anderen haben die Gemeinden nichts von den Gästen, bis auf den Aufwand für Instandhaltung und Sauberkeit; durch eine Aufwertung z. B. in Form eines Plateaus oder kleineren Natur-Parkplatzes könnte der Verkehr kanalisiert, noch mehr Gäste zum Anhalten bewegt und Einnahmen generiert werden (Hinweise auf Gastronomie, Münzfernrohr, Versorgungsstation mit regionalen Produkten und Kasse des Vertrauens).
- **Vulkanismus als Thema:** die herausragende Lage in der Vulkaneifel wird in Immerath und Winkel nur wenig genutzt; der Vulkanismus muss allgegenwärtig sein, das kann durch Themenwege- oder -führungen sein, Hinweise an Gebäuden, an welchen vulkanische Materialien sichtbar sind; Informationstafeln, die

³² vgl. Routenvorschläge der DLR-Mosel (vgl. Anlage 21)

3 Potenzialanalyse

auf die besondere Lage Immeraths im Maarkessel hinweisen; Einbindung der Künstlerin Dorothea Klützke aus Oberwinkel; Identifizierung und Integration in den ‚Vulkaneifel European Geopark‘.

Abb. 21: Potenzialnetz ‚Angebot & Infrastruktur‘



Workshops/Strategietreffen

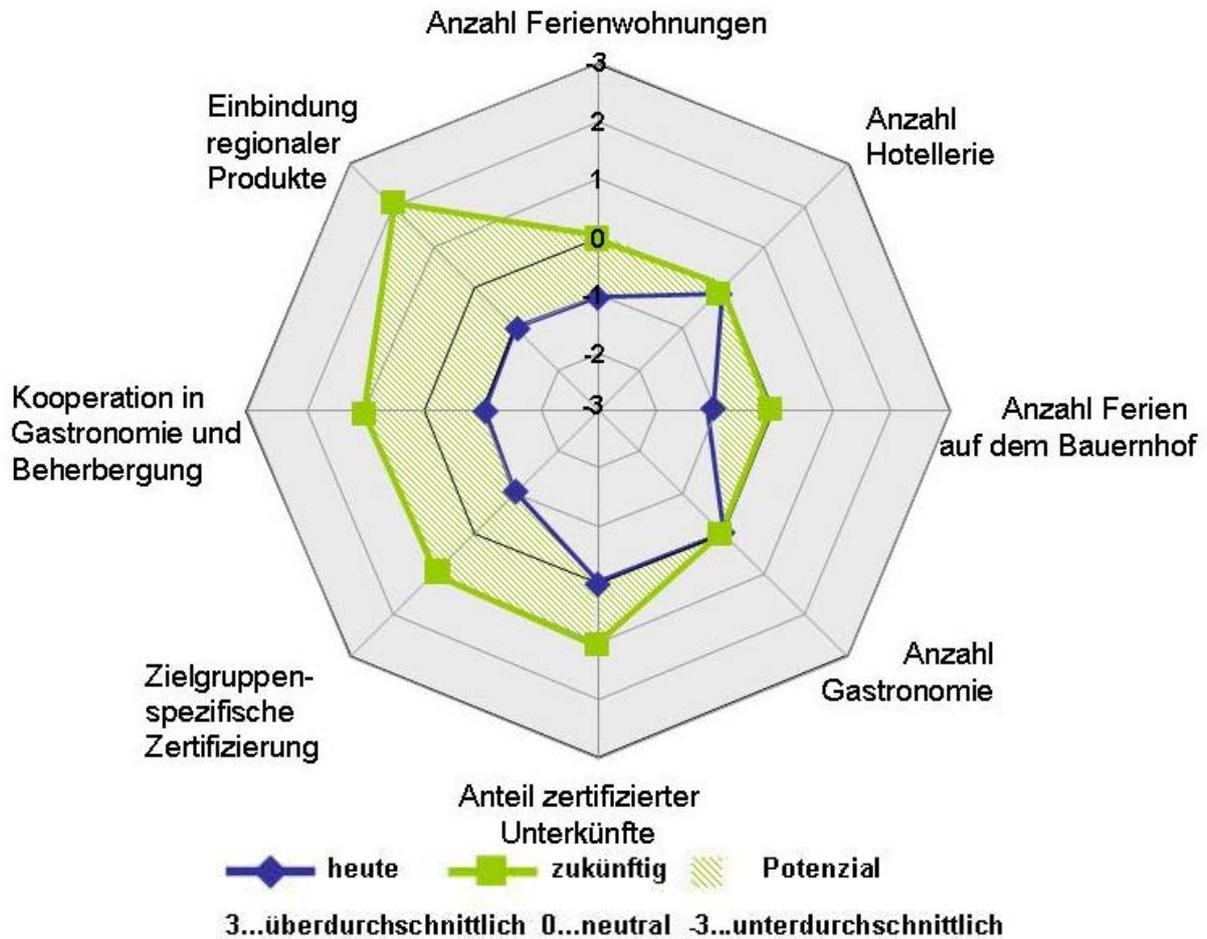
- **Bepflanzung/Kulturerbe im Ort:** die attraktive Bepflanzung im Ort wurde als Stärke herausgestellt, hier lässt sich anknüpfen, indem die Bepflanzungen unter Motti gestellt werden, z. B. Vulkane; Wettbewerbe können auch die Bewohner dazu anhalten, sich zu beteiligen, z. B. „Wer hat die schönste Halloween-Dekoration?“; das Kulturerbe in den Gemeinden ist ebenfalls herauszuheben: die Kirche in Winkel, der Kreuzweg durch Immerath, das Backhaus, usw. können durch Beschilderung und Information besser in das touristische Geschehen integriert werden. Auch die Mühlen in der Umgebung können eingebunden und in Wert gesetzt werden.

- **Nachversorgung/Einkaufsmöglichkeiten:** aktuell wird die Versorgung vor Ort lediglich durch Fahrende Händler aufrechterhalten. Es wäre wünschenswert, dies zumindest durch regionale Produkte zu ergänzen.
- **ÖPNV/ANDi/Telefonzelle:** eine Verbesserung der Versorgung durch den öffentlichen Personennahverkehr ist aufgrund der Bevölkerungsdichte unrealistisch; eine Verbesserung kann durch die stärkere Kommunikation des Rufdienstes ANDi (es existieren aktuell weder Informationen noch eine Rufnummer) oder Transfers erreicht werden. Hier können sich Interessierte auch zusammenschließen. Insbes. bei Veranstaltungen in der Region sollten solche Transfers eingerichtet werden.
- **Wanderwegenetz:** das Netz der Gemeinden Immerath und Winkel hat an mehreren Punkten Verbesserungsmöglichkeiten. Z. B. die Anbindung an das übergeordnete Wegenetz ist durch den Vulkanwanderweg aktuell über Winkel zu erreichen, Rundwege, die evtl. auch für Kinderwagen begehbar sind, existieren kaum. Eine neue Wanderkarte der ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ befindet sich im Druck. Es existieren keinerlei thematisch aufbereitete Wege. Der geplante Sinnesparcours schließt hier eine große Lücke.
- **Beschilderung/Leitsystem/InfoPunkt:** ein ausgereiftes Besucherleitsystem hat mehrere Vorteile: zum einen werden Gäste auf interessante Punkte aufmerksam gemacht und kommen so evtl. erst auf die Idee, die Ortslage aufzusuchen; auf der anderen Seite besteht so die Möglichkeit, besonders schützenswerte Bereiche auszusparen, indem die Gäste darum herum geleitet werden. Ein solches System muss nicht zwangsläufig teuer sein, es kann sich an verschiedenen Interessen (Natur, Kultur, Kulinarik, Fotografie, Kunst) orientieren und kann gefährliches Parken oder Halten einschränken. Besonders durch den geplanten Sinnesparcours, der überregionale Anziehungskraft besitzen wird, muss die Gemeinde mit einem erhöhten Besucheraufkommen, evtl. auch durch Busse rechnen. (Diese Gäste müssen dann auch die Möglichkeit bekommen, ihr Geld auszugeben.)

In **Beherbergung & Gastronomie** ist es schwierig mehr Angebot zu etablieren, dennoch lassen sich einige Aspekte verbessern. Hier wurde bewusst lediglich die Anzahl der einzelnen Beherbergungskategorien bewertet. Die Einschätzungen beziehen sich nicht auf die Qualität der einzelnen Anbieter.

3 Potenzialanalyse

Abb. 22: Potenzialnetz ‚Beherbergung & Gastronomie‘



Workshops/Strategietreffen

- **Anzahl der Unterkünfte/Bettenangebot:** Zwar ist die Nutzung von Ferienwohnungen rückläufig, jedoch werden sie nach wie vor gern von jungen Familien genutzt. Junge Familien sind eine wichtige Gästegruppe in der Vulkaneifel. Deshalb sollte versucht werden, frei werdender Wohnraum durch Auszug o. ä. umzunutzen. Ähnliches gilt für ‚Ferien auf dem Bauernhof‘. Nach Aussage der Teilnehmer des Strategietreffens ist durchaus die Bereitschaft in der Bevölkerung gegeben, bei erhöhter Nachfrage eine Ferienwohnung o. ä. einzurichten. Die Nachfrage ist da, das bestätigten die Aussagen der Akteure, die regelmäßig keine Zimmer in Immerath oder Winkel mehr buchen können und die Gäste auf benachbarte Gemeinden mit entsprechendem Angebot ausweichen müssen. Deshalb ist es evtl. notwendig unkonventionelle, abenteuerliche Wege, v. a. für Familien zu gehen. Ein Heuhotel bspw. kostet wenig und bringt auch für das Marketing viel. Evtl. können auch Naturcampingflächen ausgewiesen werden oder es gibt die Möglichkeit für Streckenwanderer eine kostengünstige Schlafgelegenheit zur Verfügung zu stellen (im Gemeindehaus, am Immerather Maar,

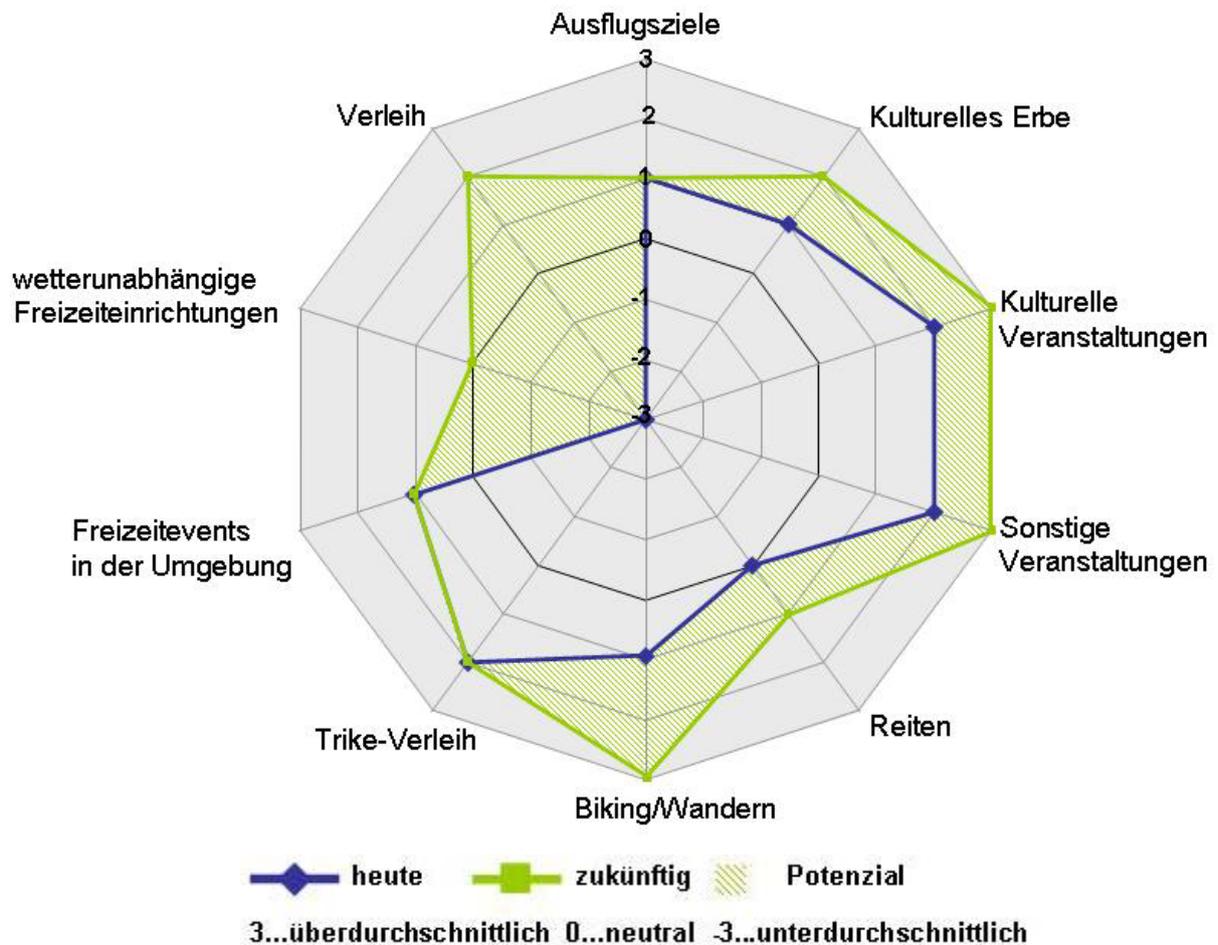
Schutzhütte Winkel). Das Hotel Landhaus Schend ist der größte Anbieter in Immerath und Winkel. Hier ist evtl. sogar ein weiterer Ausbau der Kapazitäten vorgesehen.

- **Gastronomie/Bewirtung:** aktuell ist die einzige gastronomische Einrichtung in Immerath und Winkel das Hotel Landhaus Schend. Auch hier können von beiden Gemeinden unkonventionelle Wege eingeschlagen werden. Am einfachsten zu realisieren sind kleinere Versorgungsstationen mit Selbstbedienung und Kasse des Vertrauens o. ä., für die bspw. Vereine eine Patenschaft übernehmen können. An Höfen könnten „Milchautomaten“ installiert werden, die Frischmilch liefern.
- **Anteil zertifizierter Unterkünfte:** bisher sind nicht alle Anbieter zertifiziert. Eine Klassifizierung durch z. B. den DEHOGA oder DTV bringt Marketingvorteile und dem Gast eine Angebotssicherheit.
- **Zielgruppenspezifische Zertifizierung:** noch wichtiger ist die Zertifizierung nach Zielgruppen, d. h. als ‚Ferien auf dem Bauernhof‘, als ‚wanderfreundliche Unterkunft‘ oder im Rahmen von ‚Bed und Bike‘. Die Zertifizierungen sind für nichtgewerbliche Anbieter i. d. R. nicht sehr kostenintensiv. Durch diese Maßnahme eröffnen sich neue Vermarktungskanäle, da die Unterkünfte durch Internetforen und Printmedien gesondert beworben werden.
- **Kooperation in Gastronomie und Beherbergung:** an dieser Stelle können Lücken in der Wertschöpfungskette überbrückt werden: Brötchendienst, Angebot von Lunchpaketen, Kuchen, Wein usw. Die Kooperationen müssen nicht auf die einzelne Gemeinde beschränkt sein.
- **Einbindung regionaler Produkte:** Regionale Produkte vermitteln dem Gast die Identität einer Region. Er möchte regionale Spezialitäten kennen lernen und nimmt sie als Souvenir mit nach Hause. Diese Möglichkeit der Wertschöpfung ist in Immerath und Winkel aktuell noch nicht ausgeprägt. Die Verwendung regionaler Produkte ist nicht auf die Gastronomie beschränkt, sondern sollte besonders von den nichtgewerblichen Anbietern als zusätzliche Einnahmequelle und Unterscheidungskriterium erkannt werden.

3 Potenzialanalyse

Kultur und Freizeitangebote werden zunehmend wichtiger. Die Gäste werden anspruchsvoller, die aktive, ältere Generation, die schon jetzt Kerngästegruppe ist, interessiert sich für Bewegung, Kultur und Kulinarik.

Abb. 23: Potenzialnetz ‚Kultur & Freizeit‘



Workshops

- **Kulturelles Erbe:** das Schulmuseum/Backhaus ist eine Attraktion einerseits für Ausflügler aus der Umgebung, andererseits für Touristen. Die sehr gute Idee, dass Schulklassen etc. hier auch unterrichtet werden können, sollte unbedingt vertieft und umworben werden. Insbes. für Vereine usw. ist das interessant. Außerdem weiter zu kultivieren ist der Kreuzweg in Immerath und die Kirche in Winkel. Hier können Prozessionen oder ein Open-Air-Gottesdienst abgehalten werden. Die attraktiven Mühlen der Umgebung finden bisher keine Berücksichtigung.
- **Kulturelle/Sonstige Veranstaltungen:** die bereits stattfindenden Feste (Backfest und Sportfest) können stärker umworben und mit frischem Leben gefüllt werden. Dem Backfest kann ein Wettbewerb für den größten Obstkuchen, die

höchste Torte usw. angeschlossen werden. Das Sportfest kann durch neue Disziplinen auch für Gäste interessant gemacht werden; Maislabyrinth, Strohballeinschubsen, Strohburg bauen, Holzhacken usw. Hier können auch die Vereine der Nachbarorte eingebunden werden („MAARathon“).

- **Reiten/Wandern/Biken/Verleih:** diese Möglichkeiten können attraktiver gestaltet werden, indem ein Walking-Stock-, Rucksack-, Regenmantel-, Fahrradhelm-, Flickzeugverleih etc. oder ein Radverleih initiiert werden. Auch sollten die Vereine eingebunden werden.
- **Freizeitevents in der Umgebung:** werden für Gäste in Immerath und Winkel besonders interessant, wenn sie einen Zusatznutzen haben; z. B. Angebotspakete rund um den Eifel-Krimi-Wanderweg mit Transfer, Buch und Schnitzeljagd; oder Pakete rund um „Klassik auf dem Vulkan“
- **wetterunabhängige Freizeiteinrichtungen:** sind zweifelsohne eine Schwäche der beiden Gemeinden. Insbes. Kinder lassen sich schwierig bei Regen unterhalten. Deshalb sollte die Kooperation mit den Freizeiteinrichtungen der Umgebung gesucht werden. Auch über die Initiierung einer „Spielscheune“ kann nachgedacht werden (Heuburgen und Bereitstellung von Ball, Federball usw.)

Das beste Angebot hat im Markt keine Chance, wenn es nicht umworben und verkauft wird. **Werbung und Organisation** sind Bereiche, die einer zunehmenden Professionalisierung unterworfen sind. Auch aus Kostengründen ist es hier besonders wichtig, die Außensicht zu bewahren und Kooperationen zu initiieren.

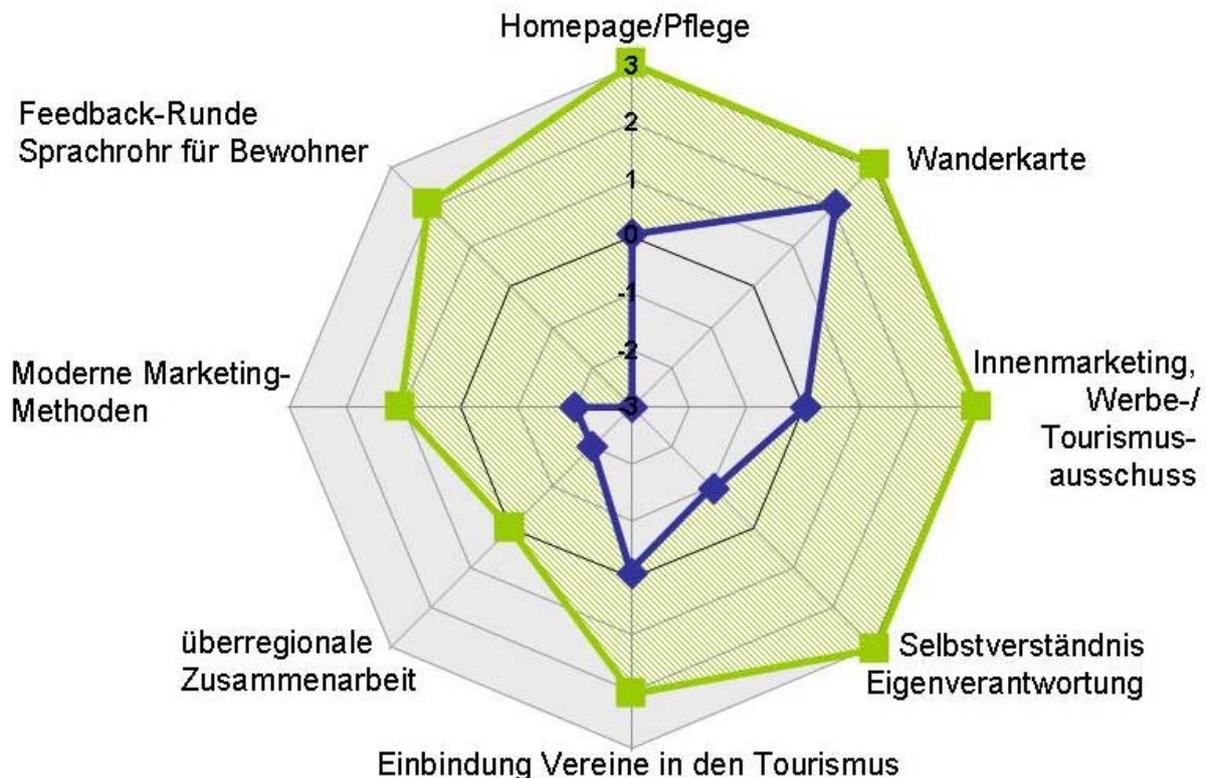
- **Homepage/Pflege:** die Homepage ist eines der wichtigsten Instrumente für die Information von potenziellen und aktuellen Gästen und Besuchern. Eine ausführliche Darstellung der Gemeinden ist dabei genauso wichtig, wie die Verlinkung zu interessanten Partnern und Attraktionen. Dabei ist Aktualität und damit die Pflege oberstes Gebot und Voraussetzung für eine sinnvolle Nutzung.
- **Wanderkarten:** obwohl das Angebot an Wanderkarten bereits recht groß ist, bieten sich hier noch Wachstumsmöglichkeiten, z. B. bzgl. Unterkünften für Streckenwanderer, Einkehrmöglichkeiten etc.
- **Innenmarketing, Werbe-/Tourismusausschuss sowie Selbstverständnis und Eigenverantwortung:** beim Innenmarketing besteht noch großes Potenzial: die Gründung eines Tourismusausschusses - evtl. von Immerath und Winkel gemeinsam - sollte gut durchdacht sein, und klare Zuständigkeiten erhalten. Das Selbstverständnis und die Eigenverantwortung von Bürgern und Tourismusakteuren sind sehr wichtig. Mehr Identifizierung ist z. B. durch Weiterbildung oder

3 Potenzialanalyse

bewusstes Kennen lernen der heimischen Region mit deren Sehenswürdigkeiten zu erreichen.

- Die Einbindung der **Vereine** in den Tourismus ist vor allem bei der Organisation und Veranstaltung von traditionellen Festen nötig, da sie einen großen Teil der Kultur und des Charakters der jeweiligen Gemeinde ausmachen.

Abbildung 24: Potenzialnetz ‚Werbung & Organisation‘



Workshops

- **Überregionale Zusammenarbeit:** ist für die beiden Gemeinden Immerath und Winkel ein Muss. Nur über Kooperationen mit der ‚Ferienregion Daun‘, ‚Vulkaneifel European Geopark‘, Eifel Tourismus etc. Nur als Region bzw. gesamte Destination können sie in das Bewusstsein der potenziellen Touristen gelangen.
- **Moderne Marketing-Methoden:** sind wichtige Instrumente um „gehört“ zu werden. Durch eine aktuelle Homepage, einfache Pressemitteilungen, Flyer oder evtl. kleine Anzeigen in überregionalen Zeitungen und die Einladung von Reisejournalisten sind wichtige Voraussetzungen für einen gewissen Bekanntheitsgrad geschaffen.
- **Feedback-Runde Sprachrohr für Bewohner:** zu zufriedenen Gästen gehören genauso auch zufriedene Bewohner und Bürger. Die Bedürfnisse von Bewohnern

können durch eine regelmäßige Feedback-Runde oder so genannte „Kummerkästen“ erfahren werden.

3.5 Zusammenfassung Kapitel 3

- wichtigste Trends für Immerath und Winkel: **Aktivurlaub** (Bewegung, Wandern, Radfahren), Regionale Identität und **Authentizität** sowie Neue **Spiritualität**
- **Stärken:** Maarlandschaft, als eine ausgezeichnete Grundlage für Aktivurlaube, Brauchtum und Feste, ‚Parcours der Sinne‘, Initiative ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘
- **Schwächen:** nicht vorhandenes Schlechtwetterangebot, Regionalcharakter wenig vermittelt, Zustand und Ausprägung Wegenetz, Mangel an Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten
- **Chancen:** Anbieterpotenziale für Ferienwohnungen in der Bevölkerung, Trend zu Kurzreisen, Senioren und Aktive 50+, Sinnsuchende, Regionale Identität und Kulinarik
- **Risiken:** Stillstand der Gemeinden, zunehmender Wettbewerb (in) der Region(en), Rückgang der Kerngästegruppe Familien, verändertes Buchungsverhalten und schwierige Bindung von Stammgästen, Kostenanstieg für professionelles Marketing und Organisation
- Stärken und Schwächen werden von der Bevölkerung **erkannt und akzeptiert.**
- **Umfangreiches Potenzial** der Förderung des Tourismus in allen Bereichen vorhanden.
- Durch Bodenordnungsverfahren besteht hier die Chance, innerhalb kurzer Zeit **sehr viel** in den Bereichen Natur und Landschaft sowie Angebot und Infrastruktur **zu bewegen.**

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

Ziel einer Strategie ist es, sich kurzfristig im Markt zu behaupten, mittelfristig erfolgsorientiert zu planen und an langfristigen Visionen zu arbeiten. Die strategische Konzeption ist dabei der Weg, der die vorher festgelegten Ziele verfolgt. Im Zentrum der strategischen Konzeption, stehen verschiedene Arten des Denkens, die auf unterschiedliche Typen von Vorteilen abzielen³³:

- a) Potenzialdenken: sieht den Ist-Zustand und sucht langfristige Reserven
- b) Visionäres Denken und Richtungsdenken: langfristige Visionen, aus welchen konkrete Zielvorstellungen für die Zukunft abgeleitet werden betreffen die ‚Strategischen Geschäftseinheiten‘ (SGE). Das Richtungsdenken hilft, die Augen für Alternativen zur Zielerreichung offen zu halten.
- c) Vorteilsdenken und Differenzierungsdenken: ist konkurrenzorientiert und sucht nach vorhandenen Wettbewerbsvorteilen ‚Komparative Konkurrenzvorteile‘ (KKV); dazu ist die Differenzierung anhand von Einzigartigkeiten notwendig ‚Alleinstellungsmerkmale‘ (USP)

4.1 Leitbild

Ein touristisches Leitbild bildet den Rahmen für die touristische Entwicklung einer Gemeinde oder Region. Durch die knappe Darstellung des Selbstverständnisses, des derzeitigen Standes und der Zukunftsvisionen bietet es Orientierung bei anstehenden Entscheidungen für die Bevölkerung und die Tourismuspolitik.

Das Leitbild besteht aus Leitgedanken, die 1. das Selbstverständnis beschreiben, 2. die wichtigsten Stärken und Vorteile festschreiben und 3. die Ziele für die Zukunft bestimmen. Es ist die Basis für die Definition der einzelnen Strategien.

An dieser Stelle wird darauf hingewiesen, dass die Erstellung eines gemeinsamen Leitbildes zweier so unterschiedlicher Gemeinden, wie Immerath und Winkel, schwierig ist. Außerdem besteht auch die Gefahr, dass das eigene Leitbild sich mit Vorstellungen auf anderen Maßstabsebenen (‚Gemeinden rund ums Pulvermaar‘, ‚Ferienregion Daun‘) widerspricht. Um dies zu minimieren, wurden zur Leitbilddiskussion während des Strategietreffens neben den Vertretern der Gemeinden auch Vertreter der Verbandsgemeinde, der Ferienregion Daun sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Daun/Vulkaneifel European Geopark eingeladen.

³³ vgl. FREYER 2004, S. 304ff.

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

Grundlage der Leitgedanken sind die spezifischen Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken bzw. die daraus abgeleiteten Potenziale der Gemeinden, die während der Workshops diskutiert wurden. Die folgenden zentralen Leitgedanken und Ziele wurden von den Teilnehmern während des Strategietreffens angenommen:

Kasten 7: Selbstverständnis und Stärken der Gemeinden Immerath und Winkel

Wer sind wir?

1. Wir sind Teil des Herzstücks der Vulkaneifel (im ‚Vulkaneifel European Geopark‘)!
2. Wir sind eine Ferienregion für jedermann!
3. Wir sind natürlich und echt!
4. Wir sind stolz auf unsere intakte Kultur- und Naturlandschaft!
5. Wir bemühen uns um den Erhalt von Kultur und Brauchtum!
6. Wir sind gegenüber Weiterentwicklungen aufgeschlossen!

Strategietreffen Daun

Kasten 8: Ziele der Gemeinden Immerath und Winkel

Was wollen wir?

1. Wir wollen uns als Ferienregion stärken!
2. Wir wollen unsere authentische Erscheinung bewahren!
3. Wir wollen unsere Gemeinschaft und unser Zusammengehörigkeitsgefühl stärken!
4. Wir wollen unsere Gemeinden im Einklang mit der Natur touristisch weiterentwickeln!
5. Wir wollen unseren Gemeinden durch den Tourismus Impulse für Beschäftigung und Wirtschaft geben!

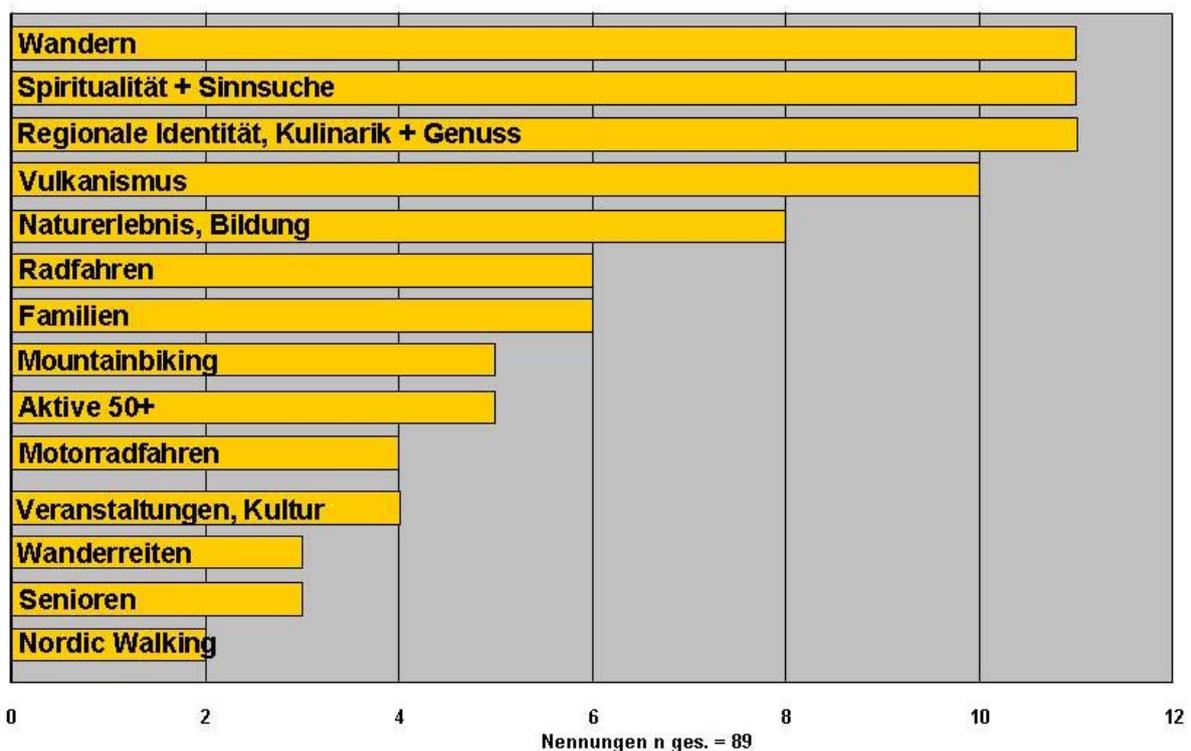
Strategietreffen Daun

4.2 Strategische Geschäftseinheiten

Die Geschäftseinheiten von Immerath und Winkel sind vielfältig, überschneiden sich aber häufig mit denen der umliegenden Orte und anderen Destinationen der Eifel. Hier gilt es die Besonderheiten und Einzigartigkeit der beiden Gemeinden zu nutzen und herauszustellen. Ziel muss es zwar sein, ein breites Angebot zu schaffen. Dennoch sollte eine Kanalisierung der Stärken zu ganz spezifischen Vorteilen gegenüber anderen Mitbewerbern verhelfen.

Während des Strategietreffens wurden die Teilnehmer gebeten, mit jeweils acht Klebepunkten, die ihrer Meinung nach für Immerath und Winkel wichtigsten Geschäftsfelder zu bewerten. Die Teilnehmer konnten auch mehr als einen Punkt ihrer Punkte einem Geschäftsfeld zuweisen. Das Ergebnis sah so aus:

Abb. 25: Bewertung der strategischen Geschäftsfelder



Strategietreffen Daun

Im Folgenden werden die wichtigsten Merkmale der Geschäftsfelder und ihre Bedeutung für Immerath und Winkel kurz vorgestellt.

4.2.1 Wanderer (11 Punkte)

Aktivtourismus ist das bedeutendste Geschäftsfeld in Eifel und Vulkaneifel. Dazu gehören Wandern, Radfahren, Mountainbiken und Nordic Walken. Teilweise überschneiden sich die Bereiche. Die Wanderer radeln einen Tag lang oder ergänzen ihr Programm durch Nordic Walking oder vice versa. Wanderer haben bereits eine große Bedeutung für Immerath und Winkel sowie die umliegenden Ortschaften.

Zielgruppe:

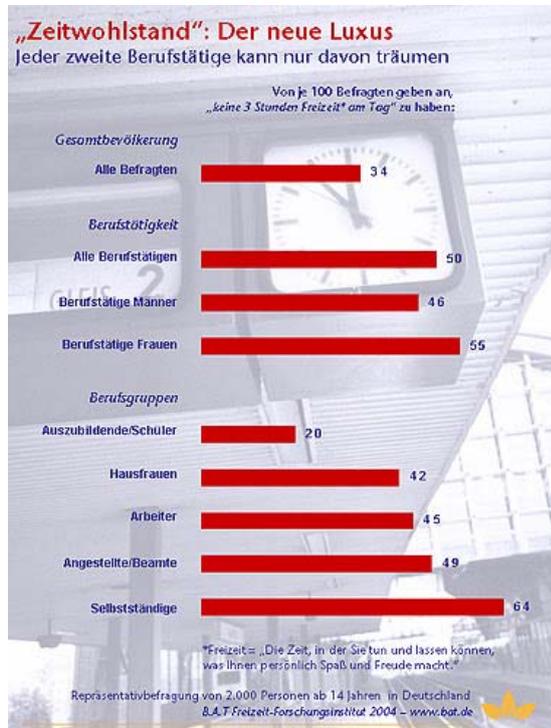
- Wanderer sind meist umweltbewusst und nutzen die ortansässige Gastronomie und Hotellerie.
- Wanderer sind vorwiegend zu zweit oder mit der Familie unterwegs, nur 13% wandern im Verein und 6 % allein.
- Sie bevorzugen bei Unterkünften den mittleren Standard. Der Trend geht zu gehobenen Unterkünften.
- Insgesamt sind Wanderer sehr reisefreudig und haben überdurchschnittlich hohe jährliche Reiseausgaben. Diese Gästegruppe ist als attraktives Klientel einzuschätzen³⁴.

Bedeutung für Immerath und Winkel: Die beiden Gemeinden bieten für das Geschäftsfeld Wandern die wichtigsten Voraussetzungen, wie eine vielfältige Landschaft mit Besonderheiten und intakte Natur. Ein entsprechendes Wegenetz, insbesondere mit thematischer Orientierung und der Anbindung an überregionale Wanderwege ist bislang nur in Ansätzen vorhanden. Hier haben Nachbargemeinden noch strategische Vorteile.

³⁴ LEDER 2003, S. 328

4.2.2 Spiritualität und Sinnsuchende (11 Punkte)

Abb. 26: Zeitwohlstand



B.A.T. 2005, o. S.

Die persönliche Freizeit wird immer knapper. V. a. Berufstätige verbringen zunehmend mehr Zeit für den Weg zu/von der Arbeit, Einkäufe, Haushaltsarbeiten und soziale Verpflichtungen in Familie, Nachbarschaft und Gemeinde. Auch zukünftig hält dieser Trend an: Familienfürsorge, Lebensstandardsicherung und Gesundheitserhaltung stellen die Menschen vor große Herausforderungen. Bereits 46% der deutschen Bevölkerung wünschen sich ‚mehr Zeit für Muße‘.³⁵ Das schlägt sich auch auf die Urlaubsreise nieder. ‚Entspannung, kein Stress‘, ‚Frische Kraft sammeln, auftanken‘ sowie ‚Frei sein, Zeit haben‘ sind weit über 50% der deutschen im Urlaub ‚besonders wichtig‘.³⁶

Zielgruppe:

- Diese Nachfrager sind in der Regel im Alltag gestresst und empfinden Zeitnot.
- LEDER³⁷ geht sogar davon aus, dass rund 50% der Reisenden ‚Muße im Urlaub für sehr wichtig halten‘.
- Muße ist im weitesten Sinne grundlegendes Reisemotiv aller Urlaubsreisen. Sie unterscheiden sich lediglich hinsichtlich der Intensität (vgl. Abb. 27).
- Männer und Frauen fragen Angebote zu Spiritualität und Sinnsuche gleichermaßen nach.
- Das Altersspektrum ist sehr breit, der Durchschnitt bewegt sich um 50 Jahre und ist noch berufstätig.
- Das Bildungsniveau ist überdurchschnittlich.
- Diese Zielgruppe zeichnet sich besonders durch erhebliche Reiseerfahrung aus.
- Die Ausgabebereitschaft ist extrem hoch.
- Sie haben mit weit über 80% eine sehr hohe Wiederholungsabsicht.³⁸

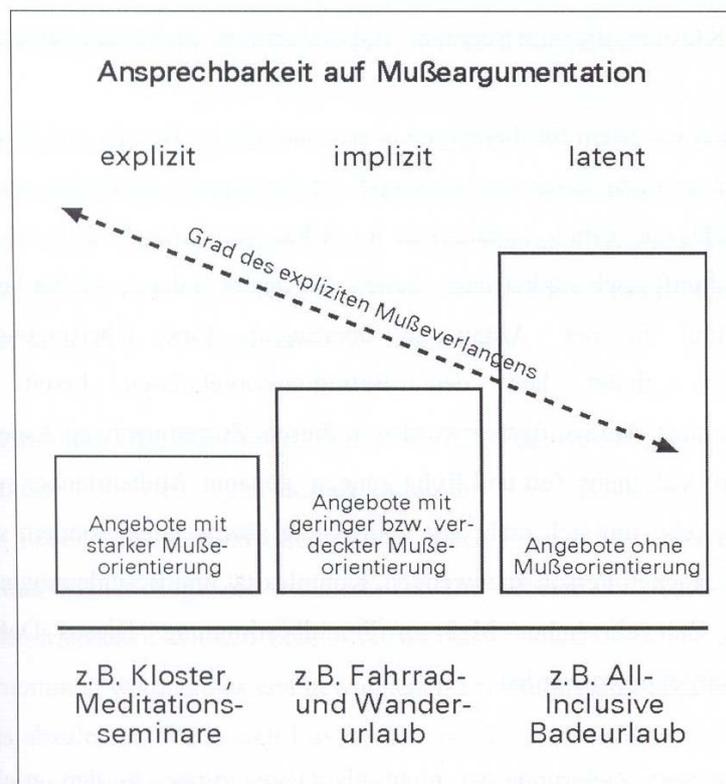
³⁵ B.A.T. 2005, o. S.

³⁶ F.U.R. 2006, S. 86

³⁷ LEDER 2006, S. 206

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

Abb. 27: Intensitätsstufen der Mußeorientierung



LEDER 2006, S. 207

Bedeutung für Immerath und Winkel: Neben den Familien und Aktiven 50+, die ohnehin vor Ort sind, handelt es sich um das attraktive Gästeklientel von Paaren 40+, Berufstätigen und auch Alleinreisenden. Ihnen zueigen ist, dass sie über ein verhältnismäßig hohes Einkommen verfügen. Allerdings sind auch ihre Ansprüche an Qualität und Service entsprechend hoch. Diese Zielgruppe ist durch das Seminarhaus Vulkaneifel in Immerath bereits von Bedeutung, birgt aber noch ein großes Potenzial, vor allem durch den Parcours der Sinne, der Mitte 2008 eröffnet wird. Das Seminarhaus wie auch der Parcours sind in dieser Form in der näheren Umgebung ein Alleinstellungsmerkmal für die Gemeinde. Mit den richtigen Angeboten bergen sie eine hohe Wertschöpfung, da sie zahlungskräftige Gäste anziehen.

4.2.3 Geologie und Vulkanismus (10 Punkte)

Geologie und Vulkanismus sind zentrale thementouristische Angebote der Eifel. Geotourismus verbindet den Geotopschutz, die Wissensvermittlung sowie die erlebnisorientierte Unterhaltung³⁹. Geotourismus lässt sich also nicht auf die geologische Betrachtung reduzieren. Er ist Teil des naturbezogenen Tourismus und bietet die

³⁸ LEDER 2006, S. 203ff.

³⁹ SCHÜLLER/LOTZ/SCHNEIDERS 2006, S. 17

Möglichkeit der nachhaltigen Erschließung und Vermarktung der landschaftlichen Besonderheiten⁴⁰. Die Einbindung in das ‚European Geopark Network‘ schärft und fördert diesen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Mittelgebirgen.

Zielgruppe:

- Teile fast aller Gästegruppen: Familien, Naturbegeisterte aber auch Aktive 50+ und Senioren.
- Besonders interessant in dem Zusammenhang sind Gruppenreisende im Verein, mit dem Bus oder Schulklassen.
- Keine besonderen Spezifika, da Geotourismus meist die thementouristische Ergänzung des Hauptreisemotivs darstellt.

Bedeutung für Immerath und Winkel: Durch die Lage Immeraths im Maarkessel und das Immerather Maar liegt die touristische Nutzung des Themas auf der Hand. Allerdings sind die Konkurrenzangebote in der Region sehr groß. Die Chance liegt in der Verbindung der geologischen Besonderheiten Immerather Maar, Immerather Risch und Winkeler Maar, mit den touristischen Routen und Angeboten der Region, da sie eigenständig kein Alleinstellungsmerkmal darstellen können. Darüber hinaus bietet sich eine Verbindung mit den Gästen des Schulmuseums an.

4.2.4 Regionale Identität / Kulinarik (11 Punkte)

Regionale Produkte sind wie auch Ursprünglichkeit und Originalität ein immer wichtigerer Trend, nicht nur im Tourismus. Der Gast ist im Urlaub aufgeschlossen regionale Spezialitäten zu probieren, als Souvenir mitzunehmen und dafür einen entsprechenden Preis zu zahlen. Die Vermarktung regionaler Produkte hat mehrere Vorteile, z. B. kurze Vertriebswege für die Landwirte und authentische Erlebnisse für den Gast. Ein wichtiges Beispiel in der Region ist der florierende Weintourismus. Auch hier ist der Genuss von Speisen und Wein häufig eine Ergänzung des Aktivtourismus. Der Phantasie ist bei regionalen Produkten keine Grenze gesetzt, neben Lebensmitteln lassen sich Handwerk, Kunst und sogar Heubäder vermarkten.

Zielgruppen:

- Kulinarisch interessiert sind v. a. Gästegruppen jenseits der 50.
- Aber auch die übrigen Gästegruppen kann man damit verwöhnen, ansprechen und überraschen.
- Voraussetzung für Erfolg sind Qualität, Frische, Authentizität und Präsentation.

⁴⁰ HOFFMANN 2006, S. 29

Bedeutung für Immerath und Winkel: Im Vergleich zu z. B. Gillenfeld, wo es eine Ziegenkäserei gibt, ist dieses Geschäftsfeld für Immerath und Winkel noch von keiner großen Bedeutung. Es ist ausbaufähig in Form von Milchverkauf an den Bauernhöfen oder Immerather Brot aus dem Backhaus, da auch hier die Investitionen nicht allzu groß wären. Für regionales Genießen in Lokalen und Restaurants fehlt bis auf das Hotel Landhaus Schend in Immerath allerdings jede Infrastruktur. Aber auch die Ferienwohnungen und Pensionen haben die Möglichkeit, ihre Gäste regionalauthentisch zu versorgen und ihren Gästen anzubieten, regionale Souvenirs zu erstellen.

4.2.5 Radfahrer (6 Punkte)

Radfahren ist und bleibt im Trend. Die klassische Sportart hat nach wie vor viele Anhänger. Die Eifel ist auf Platz 9 der beliebtesten deutschen Radreiseregionen. 2006 fuhren fast 45 % der deutschen Urlauber über 14 Jahre im Urlaub Rad. 64% der Radurlaube waren Haupturlaubsreisen. 90% der deutschen Radtouristen sind älter als 40 Jahre. Je älter die Radtouristen sind, desto häufiger unternehmen sie Kurzreisen per Rad.

Zielgruppe:

- Radtouristen sind vorwiegend aktive 50+, aber auch Familien.
- Radreisende bevorzugen Gasthöfe, Pensionen und Hotels mit max. 3 Sternen, v. a. jüngere Radfahrer und Radreisende, die mehr als eine Radreise im Jahr unternehmen, übernachten auch gern auf vergleichsweise günstigeren Campingplätzen oder in Jugendherbergen.
- Sie geben 20% mehr aus als andere Touristen, für Radreisen und Kurzurlaube per Rad wurden 2007 durchschnittlich 1.170 € p. P. ausgegeben.
- Mehr als 50% der Radtouristen achten bei der Unterkunftswahl häufig oder immer auf ausgewiesene fahrradfreundlichen Betriebe, mit zunehmendem Alter nimmt dieser Anteil sogar noch zu.⁴¹

Bedeutung für Immerath und Winkel: Durch ein ausgeprägtes Netzwerk (ADFC, Regionale Verbände, Radverlage) lässt sich diese Zielgruppe sehr gut und mit u. U. geringen Streuverlusten ansprechen. Auch Radfahrer unterstützen die örtliche Wirtschaft, doch fehlt die Anbindung an den ‚Maare-Mosel-Radweg‘ und die ‚Vulkanradroute Eifel‘ für Immerath und Winkel. Schwierigkeiten kann u. U. hier die Tatsache bereiten, dass der klassische Freizeit-Radler weniger bereit ist, die Steigungen der Maarränder in Kauf zu nehmen. Chancen bieten sich mit einer Anbindung an die

⁴¹ ADFC 2007, S. 9, 15, 18, 33, 54, 57

Premiumradwege sowie die Ausweisung fahrradfreundlicher Betriebe, die zusätzliche Vermarktungskanäle eröffnen.

4.2.6 Familien (6 Punkte)

Trotz des Demographischen Wandels leben heute noch über die Hälfte der deutschen Bevölkerung in Familien oder familienähnlichen Zuständen. Die 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung rechnet insgesamt zwar mit einem Rückgang der Zahl der unter 20-Jährigen. Es sinken aber insbesondere die Altersgruppen der über 10-Jährigen, wohingegen die 0- bis 10-Jährigen weniger zurück gehen und zwischen 2013 bis 2025 nahezu stabil bleiben.

Insgesamt bedeutet dies, dass der Markt für ‚Reisen mit Kindern unter 14 Jahren‘ zwar leicht zurückgehen wird, jedoch auch 2015 noch bei 11,4 Mio. Urlaubsreisen liegt⁴². Insgesamt findet knapp ein Drittel aller Urlaubsreisen der Deutschen im Inland statt (29,2%). Der Anteil der Urlaubsreisen ‚mit kleinen Kindern‘⁴³ liegt deutlich höher, bei 33,2%.⁴⁴

Zielgruppe:

- Familien mit kleinen Kindern bevorzugen zu 44% das Übernachten in Ferienwohnungen/Ferienhäusern, Familien mit größeren Kindern bevorzugen zu 40% Hotels, Gasthöfe oder Pensionen.
- Die Reisezeiten sind sehr stark an die Ferienzeiten gebunden. 64% der Reisen mit Kindern finden zwischen Juni und August statt (Urlaubsreisen insges. 48% der Reisen Juni-August).
- Familien sind sparsamer und geben weniger pro Kopf aus, als andere Gäste (durchschnittliche Ausgaben pro Kopf und Urlaubsreise: ‚mit kleinen Kindern‘ 496€, ‚mit großen Kindern‘: 542€; Gesamtdurchschnitt 792€)⁴⁵.
- Häufig wird ein Familienurlaub als Urlaub auf dem Bauernhof verbracht. Nach einer Studie des N.I.T. des Jahres 2006 auf Basis der Reiseanalyse 2005 verdeutlicht die Attraktivität dieser Gästegruppe: fast zwei Drittel der Befragten kehren wiederholt an den Ort zurück; die Aufenthaltsdauer ist mit durchschnittlich 11,7 Tagen im Vergleich zur durchschnittlichen Inlandsreise (10,6 Tage⁴⁶) hoch. 90% reisen in Begleitung, 55% mit Kindern. Durchschnittlich werden 575 € p. P.

⁴² F.U.R. 2007, o. S.

⁴³ ‚mit kleinen Kindern‘: mit min. einem Kind im Alter von 0-5 Jahren gereist
‚mit großen Kindern‘: ausschließlich mit 6-13-jährigen Kindern gereist

⁴⁴ F.U.R. 2003, S. 8

⁴⁵ F.U.R. 2003, S. 6-12

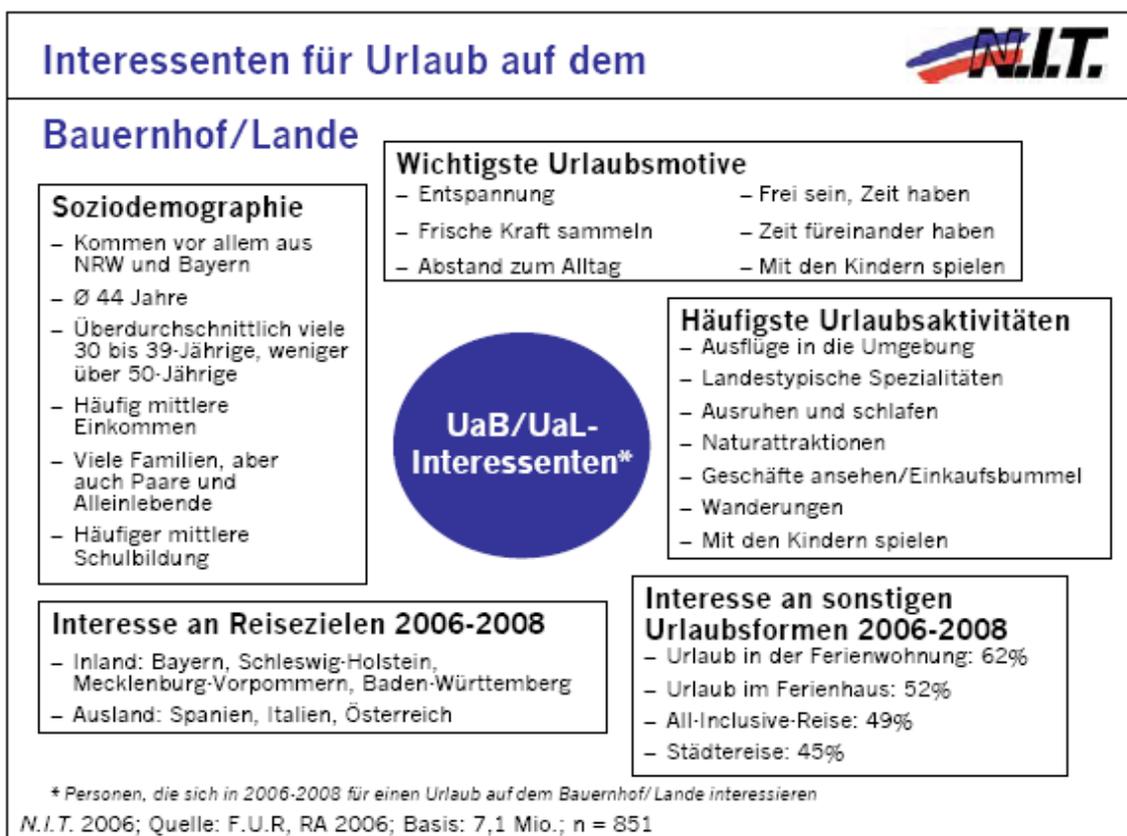
⁴⁶ F.U.R. 2006, S. 59

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

für einen Bauernhofurlaub ausgegeben⁴⁷, die durchschnittliche Urlaubsreise mit Kindern kommt nur auf 519€ p. P.

Bedeutung für Immerath und Winkel: Familienfreundlichkeit im Tourismus ist nicht nur ein allgemeiner Trend im Deutschlandtourismus, sondern trägt auch zur Verjüngung des Ferienortes bei. Um Familien anzusprechen sind nicht unbedingt hochklassifizierte Hotels und Ferienparks nötig. Vor allem Ferienwohnungen, Urlaub auf dem Bauern- oder Reiterhof oder Heuhotels sind stark nachgefragt. Winkel hat mit dem Talhof und Immerath mit dem Bauernhof Körsten und Backhaus bereits einen Ausgangspunkt in dieses Geschäftsfeld und beide Gemeinden besitzen großes Potenzial hierfür. Positiv für Immerath und Winkel ist außerdem, dass rund zwei Drittel der Familien mit dem Auto in den Urlaub reisen⁴⁸. Das N.I.T. stellte bei Bauernhofurlaubern sogar einen Anteil von 75% fest.

Abb. 28.: Charakterisierung der Zielgruppe Urlaub auf dem Bauernhof



N.I.T. 2006, S. 60

⁴⁷ N.I.T. 2006, S. 9

⁴⁸ F.U.R. 2003, S. 5ff.

4.2.7 Naturerlebnis/ Natur und Bildung (8 Punkte)

Die zunehmende Naturentfremdung bei Kindern und Jugendlichen veranlasst Eltern immer häufiger zu Investitionen in die Sensibilisierung ihrer Kinder durch Umweltbildungs- und Naturerlebnisangebote. Besonders in Verbindung mit dem Geotourismus existieren interessante Angebote in der Vulkaneifel. Für 40% der deutschen Urlauber ist das „Natur erleben, Landschaft, reine Luft“ im Urlaub „besonders wichtig“. Naturerlebnis hat vielerlei Ausprägungen und ist unterschiedlich intensiv. In der Regel findet es in Verbindung mit anderen Aktivitäten statt.

Zielgruppe:

- Familien
- Schulklassen
- Vereine

Bedeutung für Immerath und Winkel: Durch die vielfältige Naturlandschaft, das Naturschutzgebiet Immerather Maar und die Ruhe kann dieses Geschäftsfeld zukünftig in Immerath und Winkel mit Naturbeobachtungen, Lehrpfaden und Führungen zu Flora und Fauna eine große Bedeutung haben. Obwohl diese Tourismusart kein Alleinstellungsmerkmal ist, bietet es in der spezifischen Ausgestaltung Potenzial für die beiden Gemeinden.

4.2.8 Mountainbiker (5 Punkte)

Wenngleich Mountainbiking konsequent vom Radfahren zu unterscheiden ist, profitiert es von der stetigen Nachfrage nach Radfahren. Laut ADFC-Radreiseanalyse ist in den letzten Jahren festzustellen, dass zunehmend ältere Personen diesen Sport ausüben.

Zielgruppen:

- vorwiegend junge Erwachsene und ältere Kinder,
- zunehmend auch ältere Personen, vorwiegend Männer

Bedeutung für Immerath und Winkel: Diese Zielgruppe wird aktuell durch den neuen Mountain Trail Park angesprochen, wobei die Wertschöpfung für die einzelnen Gemeinden noch nicht abzusehen ist. Dennoch bietet der Park ein Angebot, das heute in keiner Ferienregion mehr fehlen darf. Die Bedeutung für Immerath und Winkel könnte zunehmen, wenn Service-Stationen geschaffen werden (z. B. kostenloser Bike-Check während dem Mittagessen, o. ä.).

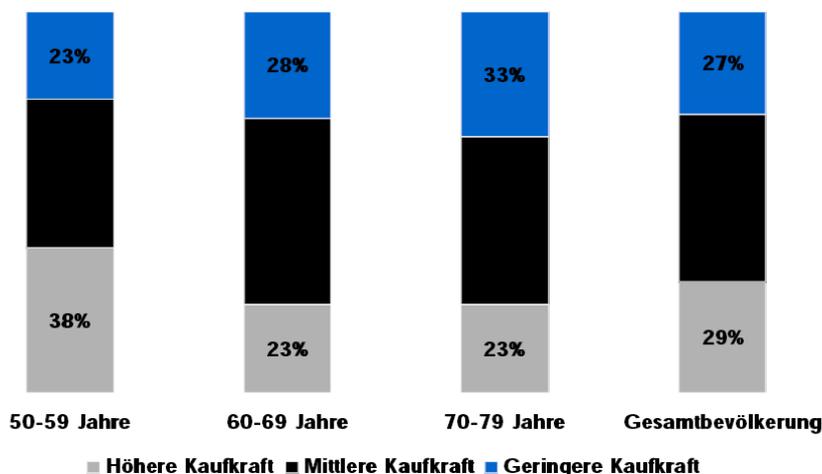
4.2.9 Aktive 50+ (5 Punkte)

Die demographische Alterung der Gesellschaft betrifft alle Bereiche des Lebens, so auch den Tourismus. Die ‚aktiven und reisefreudigen über 50-Jährigen‘ gehören zu den am schnellsten wachsenden und interessantesten Zielgruppen im Tourismus.

Zielgruppe:

Abb. 29: Kaufkraft unterschiedlicher Altersgruppen

Kaufkraftgruppen (Angaben in Prozent)



Quelle: GfK 1999

Project M 2003, o. S.

- Die Aktiven 50+ sind reiseerfahren und anspruchsvoll.
- Sie grenzen sich von „normalen“ Senioren ab, auch wenn sie genauso alt sind.
- Sie zählen in der Mehrzahl zu den Genießern.
- Gesundheit und Kultur nehmen einen wichtigen Stellenwert ein.

- Der hohe Anteil an Senioren ist vor dem Hintergrund des höheren finanziellen Spielraums dieser Altersgruppe als positiv einzuschätzen⁴⁹.

Bedeutung für Immerath und Winkel: Diese Gästegruppe ist bereits wichtig für

die Gemeinden Immerath und Winkel. Durch ein differenziertes Angebot und einen guten Mix von Kultur, regionaler Identität und Genuss können noch mehr Aktive 50+ angesprochen werden⁵⁰. Wichtig ist auch die Kommunizierung der Möglichkeiten außerhalb von Immerath und Winkel, die schnell erreicht werden können. Auch Packages im Rahmen von Veranstaltungen wie „Klassik auf dem Vulkan“ sollten entwickelt werden.

Abb. 30: Marktsegmente der Senioren



Project M 2003, o. S.

⁴⁹ GfK 2007, o. S.

4.2.10 Motorradfahrer (4 Punkte)

Motorradfahrer haben bereits große Bedeutung in der Region. Die Eifel hat neben dem Nürburgring auch zahlreiche Burgen usw., die gern von Motorradfahrern besucht werden. Serpentinafen und kleine Straßen abseits stark befahrener Landstraßen sind ebenfalls attraktiv für diese Zielgruppe. Es gibt auch geführte Motorradtouren⁵¹, wie die ‚12-Maare-Tour‘, die bereits ganz in der Nähe an Immerath und Winkel vorbeiführt, oder die Eifel-Krimi-Tour. Ein Kontakt mit den Veranstaltern kann hier hilfreich sein.

Zielgruppe:

- junge und ältere Paare ohne Kinder
- Alleinstehende
- kleinere Gruppen

Bedeutung für Immerath und Winkel: Bislang haben Motorradfahrer keine Bedeutung für die Gemeinden. Sie sind allerdings bereits vor Ort. So liegt es an den Gemeinden, die Motorradfahrer, wenn dies gewünscht ist, in die Orte zu holen und zum Geld ausgeben zu bewegen. Eine Perspektive bietet hier sicher die Situation am Maarrand zwischen Immerath und Winkel.

Wenngleich Trike-Interessierte sich von Motorradfahrern abgrenzen ist die Zielgruppe in Soziodemographie und Ausgabeverhalten ähnlich. In Winkel existiert bereits ‚Rudi’s Trike-Verleih‘. Mit diesem Geschäftsfeld könnten sich die Gemeinden gut von den anderen Orten der Vulkaneifel absetzen, da es in dieser Form in nächster Nähe nicht noch einmal vertreten ist. Zudem sind diese Nachfrager zahlungskräftige Gäste.

4.2.11 Wanderreiter (3 Punkte)

Wanderreiter „...denken nicht in Kilometern, [... sondern] in schönen Stunden im Sattel.“ Den eigentlichen Wanderreiter gibt es nicht, die Zielgruppe ist heterogen, sowohl Familien, Alleinstehende oder auch Paare. Allen zueigen ist, dass sie in unberührter Natur mit ihrem oder einem geliehenen Pferd unterwegs sein wollen. Der EifelZuPferd e.V.⁵² legt ganz bestimmte Standards an seine empfohlenen Wanderreitstationen.

⁵⁰ PROJECT M 2003, o. S.

⁵¹ www.motorradtourismus.de

⁵² www.eifelzupferd.de

Zielgruppe:

- heterogen; Familien, Einzelpersonen, Paare, weniger Gruppen
- ebenfalls unterschiedliche Ansprüche an die Unterkunft: von der einfachen Heuherberge bis zum Gästezimmer
- räumliche Nähe zum Pferd/Hof ist Voraussetzung
- Gepäcktransport/Hängertransfer erwünscht

Bedeutung für Immerath und Winkel: Wanderreiter sind eine interessante Gästegruppe mit hohem Potenzial. In Winkel wie auch in Immerath gibt es Möglichkeiten, ähnlich wie eine Straußwirtschaft, Angebote für Rastplätze zu schaffen. Zudem bringt diese Gruppe eine hohe Wertschöpfung (Futter, Unterbringung etc.) mit sich, konsequente Ansprache und Werbung vorausgesetzt. Die nächsten Stationen befinden sich in Kelberg oder in Betteldorf.

4.2.12 Senioren (3 Punkte)

Senioren⁵³ werden künftig demographisch bedingt ebenfalls an Bedeutung gewinnen. Aufgrund einer niedrigen Geburtenrate sowie der steigenden Lebenserwartung wächst der Anteil der Senioren an der Gesamtbevölkerung von 25% (2005) auf 31% (2020)⁵⁴.

Zielgruppe:

- Senioren-Paare geben mit 826€ p. P. und alleinstehende Senioren mit 934€ p. P. und Urlaubsreise (2004) relativ viel Geld für die Reise aus (Gesamtdurchschnitt aller Urlaubsreisen: 812€).
- Senioren sind mit 13,2 Tagen etwas länger unterwegs als der deutsche Durchschnittsurlauber (12,9).
- 41% der deutscher Senioren und sogar fast die Hälfte der über 70-Jährigen verreisten im Inland (Durchschnitt aller Urlaubsreisen: 31%).
- Mit 22% der Senioren verreisen überdurchschnittlich viele häufig mit dem Bus (Durchschnitt aller Urlaubsreisen 10%).
- Auch die Senioren werden immer anspruchsvoller, was den Reisekomfort angeht. Knapp 62% der Senioren übernachteten im Hotel/Gasthof/Pension (Durchschnitt 54%).
- Senioren haben einen hohen Organisationsgrad: über die Hälfte verreist über einen Reiseveranstalter/Reisebüro (Durchschnitt: 46,8%).

⁵³ analog der Abgrenzung der F.U.R., sind Senioren hier Personen ab 60 Jahren

⁵⁴ STATISTISCHES BUNDESAMT 2006, o. S.

- Senioren haben eine geringe Saisonalität, nur 35% der Reisen werden in den Hauptreisemonaten Juni bis August unternommen (Durchschnitt 48%), deshalb ist dies ein guter Ansatz zur Saisonverlängerung und in klimatischen Ungunsträumen.⁵⁵

Bedeutung für Immerath und Winkel:

Abb. 31: Die wichtigsten Urlaubsmotive der Senioren

Platz	Bevölkerung 64,7 Mio. n = 7.703	Senioren-Paare 13,3 Mio. n = 1.581	Allein stehende Senioren 6,5 Mio. n = 774
1	Entspannung, keinen Stress (59%)	Entspannung, keinen Stress (51%)	Gesundes Klima (46%)
2	Abstand zum Alltag gewinnen (55%)	Gesundes Klima (47%)	Entspannung, keinen Stress (45%)
3	Frei sein, Zeit haben (53%)	Abstand zum Alltag gewinnen (43%)	Abstand zum Alltag gewinnen (42%)
4	Frische Kraft sammeln (51%)	Natur erleben (43%)	Frische Kraft sammeln (41%)
5	Wärme, schönes Wetter (45%)	Frische Kraft sammeln (42%)	Natur erleben (41%)
6	Zeit füreinander haben (44%)	Etwas für die Gesundheit tun (39%)	Etwas für die Gesundheit tun (36%)
7	Gesundes Klima (41%)	Frei sein, Zeit haben (38%)	Frei sein, Zeit haben (31%)
8	Natur erleben (37%)	Zeit füreinander haben (35%)	Wärme, schönes Wetter (31%)
9	Spaß, Freude, Vergnügen (37%)	Wärme, schönes Wetter (34%)	Sich verwöhnen lassen (29%)
10	Ausruhen, faulenzen (31%)	Sich verwöhnen lassen (27%)	Neue Eindrücke gewinnen (24%)

Frage: „Im Urlaub gibt es Dinge, die für einen selber mehr oder weniger wichtig sind. Sagen Sie mir bitte anhand einer Skala, wie wichtig die jeweiligen Dinge für Sie persönlich sind, wenn Sie Urlaub machen.“ Der Skalenwert "1" bedeutet "ist für mich besonders wichtig" und "5" bedeutet, dass dies für Sie "völlig unwichtig" ist. Dargestellt ist die Zustimmung in % für den Skalenwert „besonders wichtig“. Insgesamt 29 Motivvorgaben. Mehrfachnennungen möglich. Die Tabelle zeigt die jeweils 10 wichtigsten Urlaubsmotive der Zielgruppen.

F.U.R. 2005, S. 13

- Natur, Gesundheit, Erholung und Genuss stehen im Mittelpunkt, hier haben Immerath/Winkel schon sehr gute Voraussetzungen.
- Durch den hohen Organisationsgrad lohnt die Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern. (Hotel Landhaus Schend in Immerath nimmt bereits Busreisende auf).
- Je älter die Gästegruppe, desto wahrscheinlicher ist eine Reise mit dem Bus⁵⁶
- Barrierefreie Angebote fehlen allerdings bislang. Dennoch ist eine partielle Ausrichtung auf Busreisegruppen vor dem Hintergrund des Parcours der Sinne eine viel versprechende Chance.
- Aktivitäten der Senioren sind ebenfalls vielversprechend: über die Hälfte genießt Spezialitäten, über ein Drittel besucht Naturattraktionen, 38% unternehmen Wanderungen.⁵⁷

4.2.13 Veranstaltungen / Kultur (4 Punkte)

Veranstaltungen haben für Tagesgäste eine große Bedeutung. Sie sprechen sowohl Gäste, die in der Region wohnen, als auch die, die in der Region Urlaub machen, an. Dabei muss es nicht gleich eine überregionale Veranstaltung sein. Die Gesellig-

⁵⁵ F.U.R. 2005, S. 6, 7, 9, 12

⁵⁶ B.D.O. 2007, S. 24

⁵⁷ F.U.R. 2005, S. 15

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

keit und Authentizität, die schon durch relativ einfache Dorffeste vermittelt wird, ist Anlass, die Wanderroute entsprechend zu legen oder etwas länger zu verweilen.

Zielgruppe:

- Aktivtouristen (Wanderer, Radfahrer)
- Vereine und Bürger der Umgebung

Bedeutung für Immerath und Winkel: Mit den bestehenden Festen ist eine gute Basis gelegt. Allerdings müssen die Veranstaltungen reaktiviert und attraktiviert werden. Ein Zusammenschluss der Gemeinden und Vereine, bzw. ein Rotationssystem kann hier hilfreich sein. Eine Absprache der Terminlage mit den Gemeinden der Region ist unverzichtbar. Die Veranstaltungen können die Lücke in der Wertschöpfungskette im Bereich Verpflegung und Kulinarik schließen. Aufgrund der geringen Beherbergungskapazität in Immerath und Winkel ist die gezielte Ansprache von Tagesgästen Erfolg versprechend.

4.2.14 Nordic Walker (2 Punkte)

Nordic Walking ist eine Trendsportart, die sich stark verbreitet hat. Nordic Walking wird v. a. in Verbindung mit Gesundheits- und Fitnessurlaubs durchgeführt und ist damit u. U. wichtiger Bestandteil eines Aktivurlaubs. Für 10% der deutschen Urlauber spielt die Ausübung von leichten sportlichen Betätigungen und Fitness eine ‚besonders wichtige Rolle‘.⁵⁸ Tendenz steigend.

Zielgruppe:

- Aktive 50+

Bedeutung für Immerath und Winkel: Die Gäste in Immerath und Winkel profitieren vom ausgewiesenen Nordic Walking-Park. Er ist ein wichtiges Angebot und ein Verkaufsargument. Bislang ist die Wertschöpfung für die Gemeinden allerdings unklar. Hier gilt es Angebote in Form von Packages um das Thema herum zu entwickeln.

⁵⁸ vgl. F.U.R. 2005, S. 93

4.3 Angebotsportfolio

Die Portfolioanalyse (nach Boston Consulting Group) kombiniert die Ergebnisse der SWOT-Analyse mit dem Leitbild und den daraus abgeleiteten strategischen Geschäftseinheiten. Die Darstellung unterscheidet vier verschiedene Kernbereiche:



Nachwuchsgeschäftseinheiten („wild cats“ oder „question marks“): haben aktuell einen geringen Marktanteil, befinden sich aber in Märkten mit hohen Wachstumsraten. Diese Geschäftseinheiten beinhalten ein relativ hohes Risiko, haben allerdings gute Aussichten. In diese Geschäftseinheiten gilt es langfristig zu investieren oder auszusteigen.



Erfolgreiche Geschäftseinheiten („Stars“): befinden sich in stark wachsenden Märkten und haben bereits einen relativ großen Marktanteil. Weiter investieren.



Erfolgreiche Geschäftseinheiten („Cash Cows“): der Marktanteil hat sich bereits gefestigt, eine große Marktdynamik ist nicht zu erwarten. Relativ geringe Investitionen erreichen große Erfolge.

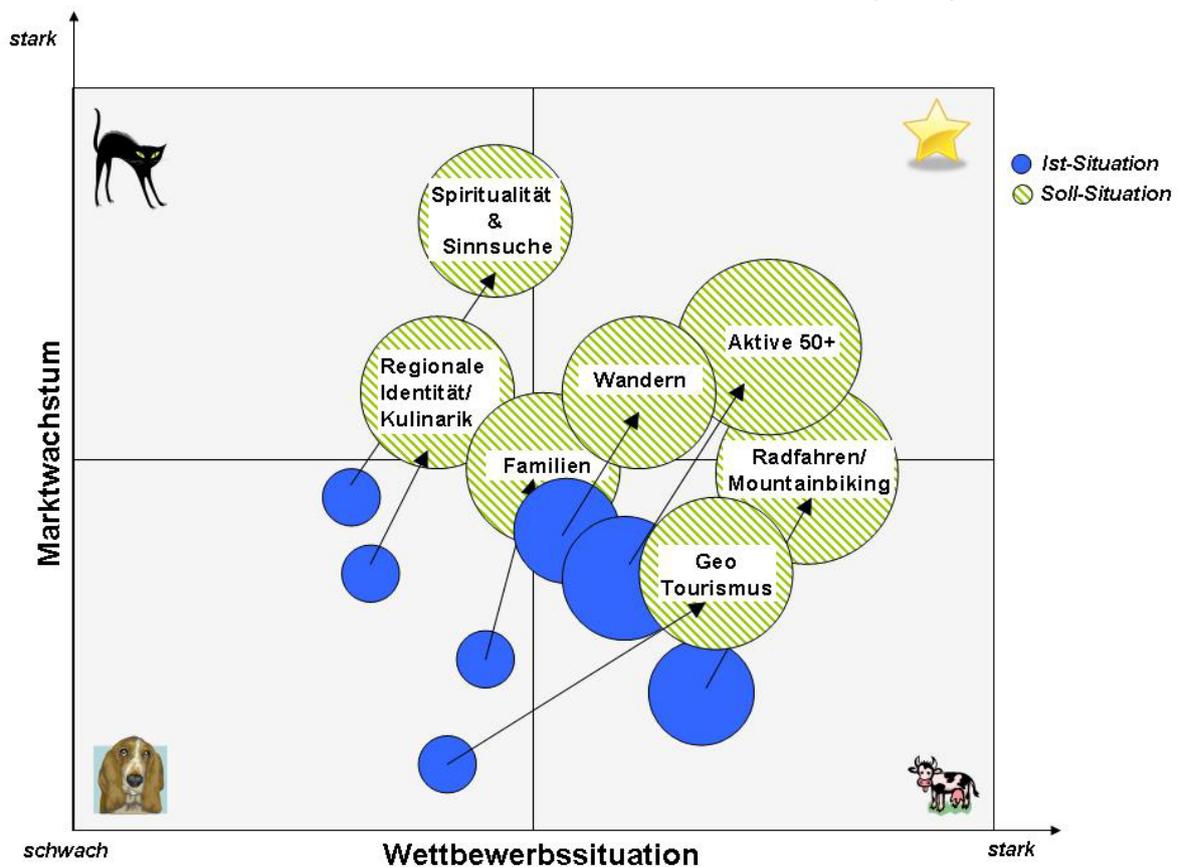


Problem-Geschäftseinheiten („poor dogs“): Marktanteil niedrig und Wachstumsaussichten niedrig bzw. unklar. Relaunch oder Rückzug aus dem Markt. Um Vollständigkeit der Produktpalette zu erreichen, werden diese Geschäftseinheiten oftmals trotzdem beibehalten.

In der Abbildung lassen sich die Potenziale der wichtigsten Geschäftsfelder ablesen. Die blauen Kreise zeigen die jetzige Situation, die grün schraffierten, die Situation, die künftig angestrebt und erreicht werden könnte. Die Abbildung ist nicht maßstäblich und deshalb nur tendenziell zu verstehen. Eine Entwicklung dieser Geschäftsfelder kann mit teilweise hohen Kosten einher gehen.

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

Abb. 32: Portfolio Matrix für Immerath und Winkel (nach Boston Consulting Group)



FREYER 2004, S. 324, verändert

Das Angebotsportfolio stützt sich v. a. auf die Geschäftseinheiten des Aktivtourismus (Wandern, Radfahren). Unterscheidet man die Einheiten nach soziodemographischen Merkmalen, lohnt in Immerath und Winkel die Investition v. a. in die Aktiven 50+ und in die Familien. All diese Geschäftseinheiten bieten jedoch keine entscheidende Abgrenzung gegenüber anderen Gemeinden der Region. Das ist bei den Geschäftseinheiten ‚Regionale Identität und Kulinarik‘ sowie ‚Spiritualität & Sinnsuche‘ anders. Durch konsequenten Ausbau der Angebotsstruktur dieser beiden Bereiche, spezialisieren sich Immerath und Winkel auf stetig wachsende und finanzkräftige Gästegruppen. Positiv ist außerdem, dass sich die aufgeführten Geschäftseinheiten nicht gegenseitig stören oder unterschiedliche Ansprüche an das Angebot haben.

4.4 Handlungsfelder

Nach Festlegung des Selbstverständnisses und der übergeordneten Leitgedanken der Gemeinden wurden verschiedene Handlungsfelder einer zeitlichen Perspektive zugeordnet. Dazu wurden v. a. die Bereiche ‚Natur und Landschaft‘ sowie ‚Angebot und Infrastruktur‘ diskutiert. Die einzelnen Handlungsfelder wurden im Vorfeld auf

Kärtchen notiert, die dann ergänzt und in den jeweiligen zeitlichen Horizont sortiert wurden. Handlungsfelder in den Bereichen ‚Kultur & Freizeit‘ sowie ‚Werbung & Organisation‘ wurden aus Zeitgründen nicht während des Strategietreffens eingeschätzt. Die einzelnen Maßnahmen und Empfehlungen, die diesen Handlungsfeldern zugeordnet sind befinden sich in Kapitel 5.

4.4.1 Natur und Landschaft

Folgende zeitliche Schwerpunkte wurden im Strategietreffen erarbeitet:

Foto 4: Ergebnis des Strategietreffens: ‚Handlungsfelder Natur & Landschaft‘

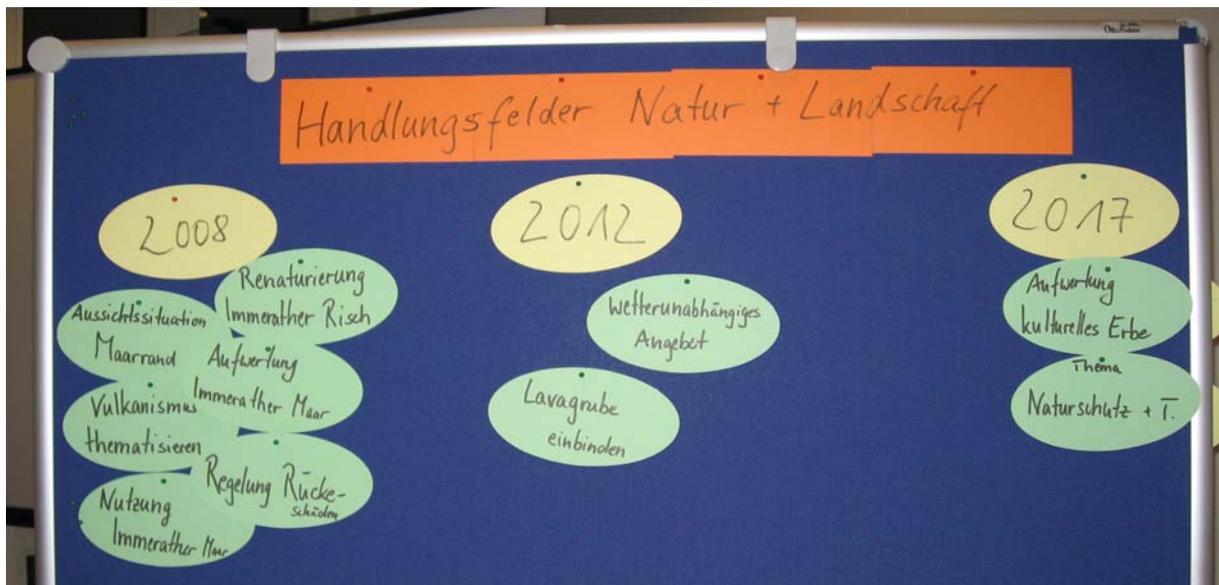


Foto: K. Bünten, Strategietreffen Daun

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Beginn mit langwierigen Aufgaben, die den Bürgern offensichtlich sehr wichtig sind:

- Renaturierung Immerather Risch
- Aussichtssituation am Maarrand
- Aufwertung und Nutzung des Immerather Maars (wobei hier der geplante ‚Parcours der Sinne‘ schon einen bedeutenden Teil bearbeitet)

Als zügig anzugehen und relativ leicht umsetzbar werden betrachtet:

- Thematisierung des Vulkanismus
- Regelung der Wegeinstandsetzung/Rückeschäden

Für 2012, und mit dieser Perspektive auch in der Bedeutung nach hinten gerückt sind die Handlungsfelder:

- wetterunabhängiges Angebot
- Lavagrube Winkel in das touristische Geschehen einbinden

4 Strategische Positionierung von Immerath und Winkel

Langfristig möchten sich die Gemeinden auseinandersetzen mit:

- der Aufwertung des kulturellen Erbes
- der Thematisierung von Naturschutz und Tourismus

4.4.2 Angebot und Infrastruktur

Foto 5: Ergebnis des Strategietreffens: ‚Handlungsfelder Angebot & Infrastruktur‘

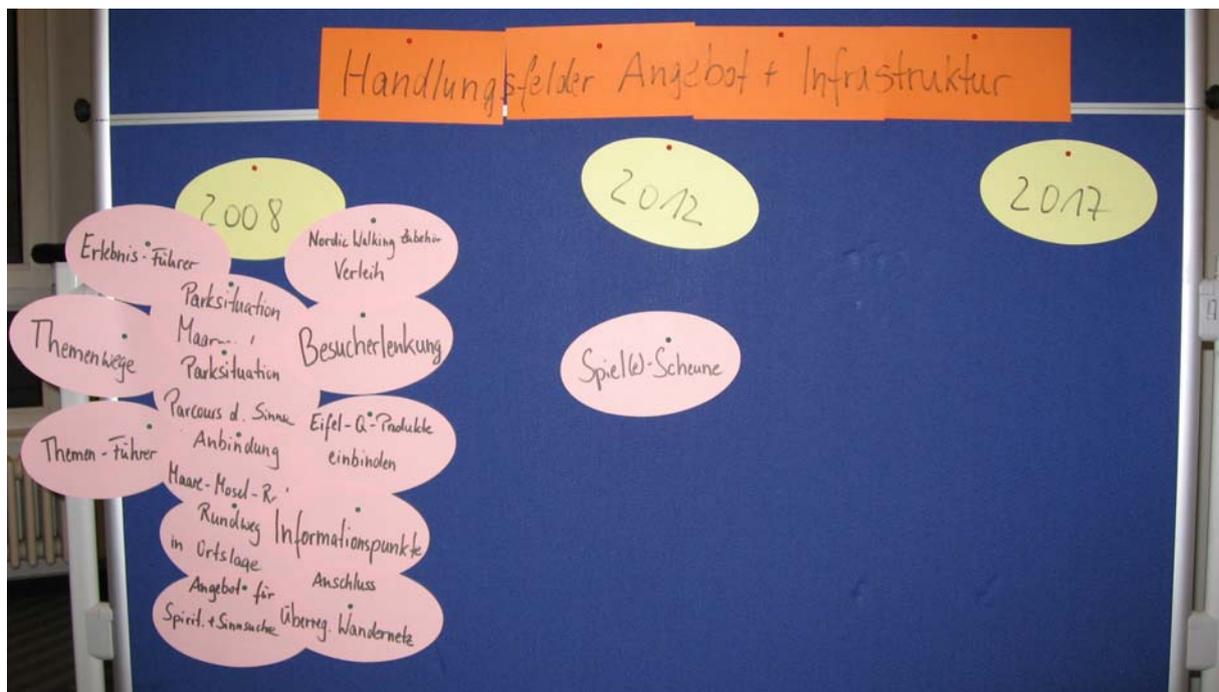


Foto: K. Bünten, Strategietreffen Daun

Die kurzfristige Perspektive im Bereich Angebot und Infrastruktur setzt drei Schwerpunkte:

- Informations- & Besucherleitsystem, mit Parksituation
- Anbindung an des überregionale Wegenetz (Wanderwege und Radwege)
- Ergänzung des örtlichen Wanderwegenetzes durch Themenwege, Rundwege und Erlebnisführer

Mittelfristig soll noch über die Installation eines wetterunabhängigen Angebotes nachgedacht werden; beispielsweise eine Spielscheune für Kinder o. ä.

4.4.3 Kultur und Freizeit

In diesem Bereich können in den nächsten fünf Jahren folgende Handlungsfelder in Angriff genommen werden:

- Aktivierung und Attraktivierung der traditionellen Veranstaltungen Winkel (z. B. Back- oder Sportfest)

- Inwertsetzung des kulturellen Erbes, z. B. durch Thematische Verknüpfung (7-Täler-Weg/Mühlen-Weg)
- Transfermöglichkeiten zu den Premiumwander- und Premiumradwegen schaffen
- Wetterunabhängiges Angebot durch Absprachen und Kooperationen mit Anbietern der Region (,Gutscheine')

4.4.4 Werbung und Organisation

Im Bereich ,Werbung und Organisation' sind kurzfristig notwendig:

- Pflege und Verlinkung der Homepages
- Gründung eines Werbe- und Tourismusausschusses
- Engagement im ,Vulkaneifel European Geopark'
- gemeinsame Unternehmungen

In den nächsten fünf Jahren kann gearbeitet werden an:

- Wanderkarte: Informationen und Pauschalangebote für Nutzer der Premiumwege
- Außenmarketing und PR: möglichst auf gemeindeübergreifender Ebene (,Ferienregion rund ums Pulvermaar')
- Innenmarketing: Marktforschung, Initiierung von Wettbewerben

4.5 Zusammenfassung Kapitel 4

- Die Erstellung eines gemeinsamen Leitbildes für Immerath und Winkel ist aufgrund der Unterschiede nicht leicht zu bewerkstelligen und muss in die Konzepte übergeordneter Maßstabsebenen („Gemeinden rund ums Pulvermaar“) eingebunden werden.
- Dies erfordert zunächst die Formulierung von **Zielen**, wie die Stärkung der Ferienregion, die Bewahrung der authentischen Erscheinung, Zusammengehörigkeitsgefühl, Stärkung der Wirtschaft, Schutz der intakten Kultur- und Naturlandschaft, Weiterentwicklung etc.
- Im Anschluss werden unter Berücksichtigung der kultur- und naturräumlichen Eigenschaften die möglichen strategischen Geschäftsfelder festgelegt.
- das Strategietreffen in Daun führte nach Anzahl der Stimmen zu dem Ergebnis, dass sich als solche **Geschäftsfelder** besonders Wandern, ‚Spiritualität & Sinnsuche‘, Vulkanismus, Regionale Identität, Radfahren, Familien und Naturerlebnis eignen, gefolgt von Themen wie Mountainbiking, Aktive 50+, Motorradfahren, Wanderreiten, Senioren, Veranstaltungen und Nordic Walking, die jeweils weniger als die Hälfte der Stimmen bekommen haben.
- Primär stützt sich das Angebot für den Aktivtourismus auf die Aktivitäten **Wandern und Radfahren**.
- soziodemographische Merkmale: Zielgruppen **Aktive 50+** sowie **Familien**.
- Da diese Geschäftsfelder jedoch im Angebot der gesamten Region um die beiden Gemeinden bereits vertreten sind, können die Geschäftseinheiten ‚Regionale Identität und Kulinarik‘ sowie ‚Spiritualität & Sinnsuche‘ gezielt ausgebaut werden, um so ein Alleinstellungsmerkmal zu erreichen (wachsende, finanzkräftige Gästegruppen).

5 Maßnahmenkatalog

Der vorliegende Maßnahmenkatalog bietet auf der Basis der festgelegten strategischen Ausrichtung des Tourismus in Immerath und Winkel einen Überblick über die operativen Maßnahmen.

Die aufgeführten Maßnahmen sind inhaltlich in die vier Bereiche ‚Natur & Landschaft‘, ‚Angebot & Infrastruktur‘, ‚Kultur & Freizeit‘ sowie ‚Werbung & Organisation‘ unterteilt, die sich wiederum aus mehreren Handlungsfeldern zusammensetzen. Innerhalb der Handlungsfelder gibt es teilweise alternative Maßnahmen. Überschneidungsbereiche sind nicht auszuschließen.

Folgende Aspekte sind bei jeder Maßnahme aufgeführt:

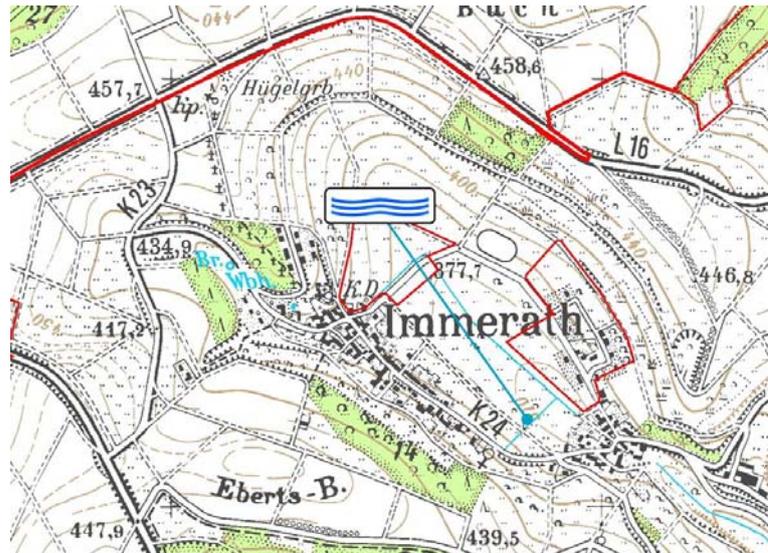
- Maßnahme
- Beschreibung
- Mögliche Probleme
- Finanzierung
- Beteiligte
- Zeitrahmen

Nach der Vorstellung der einzelnen Maßnahmen schließen sich drei wichtige Übersichten an:

- **Beteiligtenmatrix:** hier wird eine Empfehlung gegeben, welche Institutionen bzw. Planungsebenen an der Detailplanung und Umsetzung einbezogen werden sollten.
- **Zeitplan:** dieser führt die Maßnahmen auf und schätzt ein, ob die Maßnahmen kurz-, mittel- oder langfristig in Angriff genommen werden können.
- **Realisierungsmatrix:** ist die Verschneidung der Einschätzung aus touristischer Sicht und der Einschätzung der Umsetzbarkeit

Maßnahme:

a) Gestaltung Feuchtbiotop



Beschreibung

- es wird vermutet, dass das Risch sogar älter ist, als das Immerather Maar (vgl. MEYER 1994, S. 323)
- Nutzung feuchter Wiesen von Immerath in der Mitte des 1.300m langen, 900m breiten und 70-90 m tiefen Maarkessels und Renaturierung des Rischs
- Naturnahe Bepflanzung; ggf. mit Steg und Ruhebänken
- Infotafel für Flora und Fauna im Feuchtbiotop, evtl. auch geologische Entstehung
- Holzterrassen, angrenzende Wiesen zur Meditation oder Entspannung (evtl. mit „Art“-Liegestühlen)
- vgl.: Maßnahme 7 des Dorfentwicklungskonzeptes Immerath 1996

Probleme

- aufwändiges Genehmigungsverfahren
- Weideflächen für Pferde und Kühe gehen verloren
- Mückenplage in heißen Sommern
- Geräuschkulisse („Froschkonzert“)
- kostenintensiv

Finanzierung

- Renaturierung: Bodenordnung, Aktion Blau
- Mobiliar: Eigeninitiative, Gemeinde, Partnerschaften/Sponsoren (Bank s. u. ca. 600€)

Beteiligte

- Gemeinde, Vereine, Bürger
- DLR-Bodenordnung, TG, Aktion Blau
- SGD Nord
- Sponsoren

Zeitraumen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens
- Zielhorizont 2010



Maßnahme:

b) Gestaltung Mini-Maar



Beschreibung

- Anlegen eines naturnah gestalteten Stillgewässers im Maarkessel
- ggf. Zugang über kleine Fußgängerbrücke
- vgl.: Maßnahme 7 des Dorfentwicklungskonzeptes Immerath 1996

Probleme

- Weideflächen für Pferde und Kühe gehen verloren
- Mückenplage in heißen Sommern
- Geräuschkulisse („Froschkonzert“)
- Kostenintensiv



Finanzierung

- Renaturierung DLR, Aktion Blau
- Mobiliar: Eigeninitiative, Gemeinde, Patenschaften/Sponsoren (Bank s. u. ca. 600€)

Beteiligte

- Gemeinde, Vereine, Bürger
- DLR-Bodenordnung, TG, Aktion Blau
- Sponsoren

Zeitrahmen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens
- Zielhorizont 2010



Maßnahme:

a) Winkeler Maar bepflanzen



Beschreibung

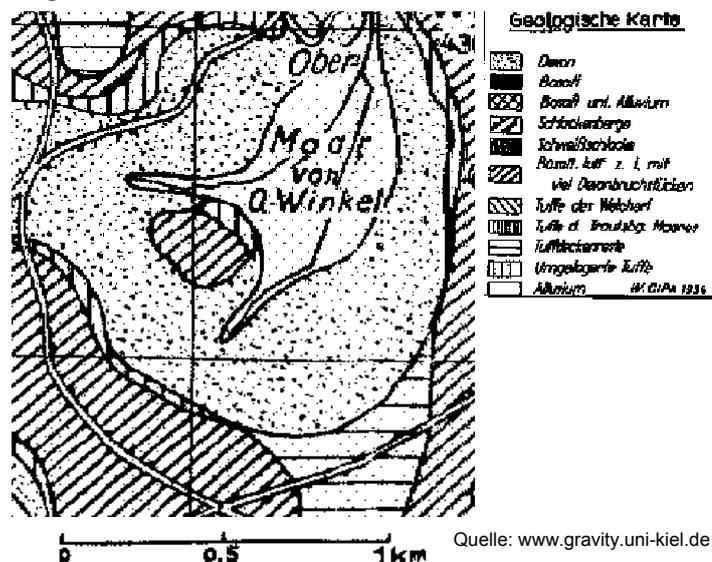
- Winkeler Maar kenntlich machen durch naturnahe Bepflanzung im Bereich des Wäldchens entlang der Isohypsen (400 oder 420 m ü. NN)
- ergänzende Informationstafel (Vorschriften Dt. Vulkanstraße beachten) über Ausdehnung, Gesteinsvorkommen usw.
- evtl. ehrenamtliche Führungen, Fokus Geologie und artenreiches Grünland

Probleme

- nachhaltige Pflege
- Verlust von Grünland

Finanzierung

- Bodenordnung

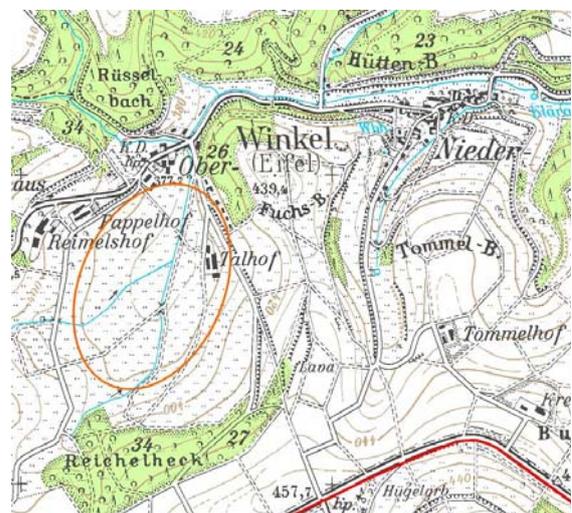


Beteiligte

- Gemeinde
- ‚Vulkaneifel European Geopark‘
- DLR-Bodenordnung, TG

Zeitraumen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens
- Zielhorizont 2010



Maßnahme:

b) Renaturierung des Baches

Beschreibung

- Renaturierung des Bachlaufes innerhalb des ehemaligen Maarkessels
- Einfassen im Quellbereich
- z. B. anhand eines Weidenganges, Weidenhaus, Weidenhimmel o. ä., der zusätzliche Anziehungskraft besitzt
- dieser könnte Teil des Natur-Art Weges sein



Probleme

- langfristige Pflege und Instandhaltung
- Verlust von Grünland

Finanzierung

- Bodenordnung, Aktion Blau
- Gemeinden

Beteiligte

- Gemeinde, Vereine
- DLR-Bodenordnung
- Aktion Blau

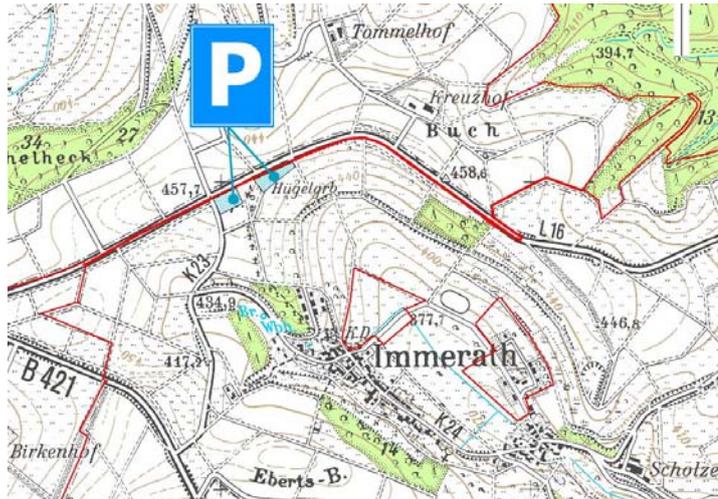
Zeitrahmen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens
- Zielhorizont 2010



Maßnahme:

a) Gestaltung Natur-Parkplatz



Beschreibung

- als Ausgangspunkt für Wander- u. Radtouren, für Fotostopp, mit Infotafel über Immerath u. Winkel, Wander- u. Radkarte, Hinweis auf umweltfreundliches Verhalten usw.
- Standort I: zwischen Einmündung K23 in L 16 und Dreifaltigkeitskapelle; durch Umwidmung der K23 hier schon Ausfahrt und auch Fläche vorhanden
- Standort II: an der Dreifaltigkeitskapelle L16 bei Einmündung des Kreuzweges von Immerath
- Begrünung durch Bodenordnung
- Abgrenzung der Parkplätze z. B. durch Baumstämme od. regionales Vulkangestein

Probleme

- Verkehrssicherheit
- Standort I: Parkplatz befindet sich vor Aussichtspunkt, d. h. Ortsfremde wissen nicht, dass diese Aussicht kommt und halten so evtl. trotzdem auf der Straße
- Standort II: PKW sind von Immerath aus zu sehen, bauliche Lösung schwieriger

Finanzierung

- Land, Gemeinden
- evtl. Sponsoren, die dort Werbung betreiben

Beteiligte

- Gemeinden, Land
- DLR-Bodenordnung, TG

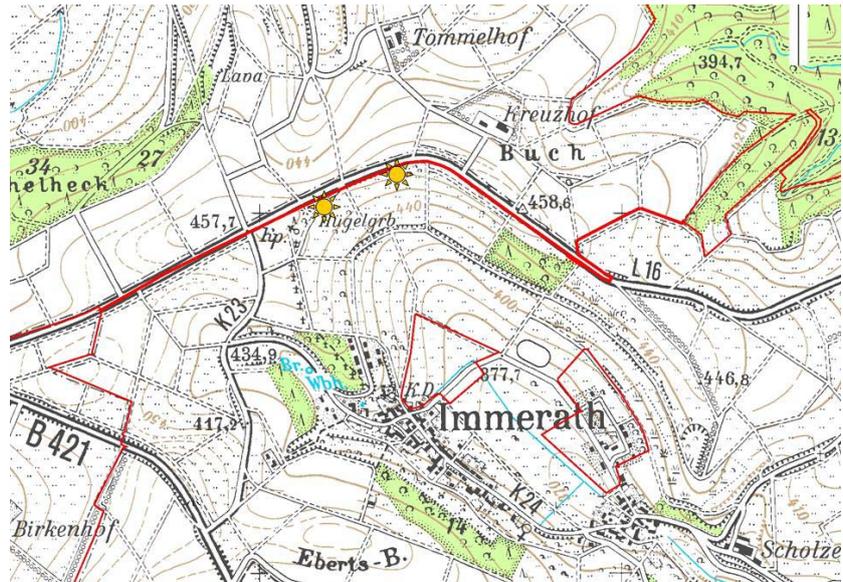
Zeitraumen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens, ca. 6 Monate
- Zielhorizont 2010



Maßnahme:

b) Gestaltung Plateau



Beschreibung

- Gestaltung eines Plateaus für Fotostopp
- Standort I: an der L16 vor der Kurve, von hier ist das Logistik-Zentrum Lutzerath verdeckt und der geplante Verbindungsweg Immerath/Winkel hier entlang führt
- Standort II: an der Dreifaltigkeitskapelle L16 bei Einmündung des Kreuzweges von Immerath (Quelle: Dorfentwicklungskonzept Immerath 1996, Maßnahme 11)
- mit Infotafel, Münzfernrohr, Werbung u. Veranstaltungshinweise für Immerath u. Winkel, evtl. Panoramabild zur Beschreibung der Landschaft, Ruhebänke, Mülleimer etc.
- ggf. auf beiden Seiten der Straße Richtung Winkel und Richtung Immerath
- Plateau auch für Veranstaltungen, Konzerte, Feste und OpenAir-Gottesdienste

Probleme

Finanzierung

- Bodenordnung, Gemeinden
- evtl. Sponsoren, die dort Werbung betreiben

Beteiligte

- Gemeinden
- DLR-Bodenordnung, TG

Zeitraumen

- 2008
- bei zusätzlichem Flächenbedarf: 2010



www.geoherst.at



5.1 Natur und Landschaft
5.1.3 Aussichtssituation am Maarrand

Blick von Standort I



Fotos: K. Bünten 2007

Blick von Standort II Dreifaltigkeitskapelle



Fotos: K. Bünten 2007

Maßnahme:

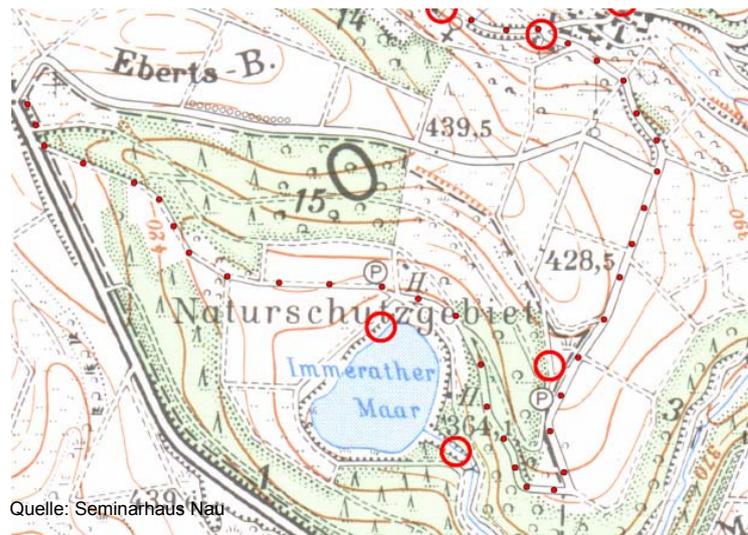
**a) Stationen des Parcours
der Sinne**



Beschreibung

- Planung abgeschlossen
- Station „Labyrinth“ am Maarparkplatz
- Station „Wasserbaustelle“ am Maarufer
- Station „Barfußpfad“ am Maarauslauf
- Stationen einstimmig in Gemeinderatssitzung am 01.08.2007 beschlossen

Probleme



Finanzierung

- Gemeinde
- Eigenleistung Immerather Bürger

Beteiligte

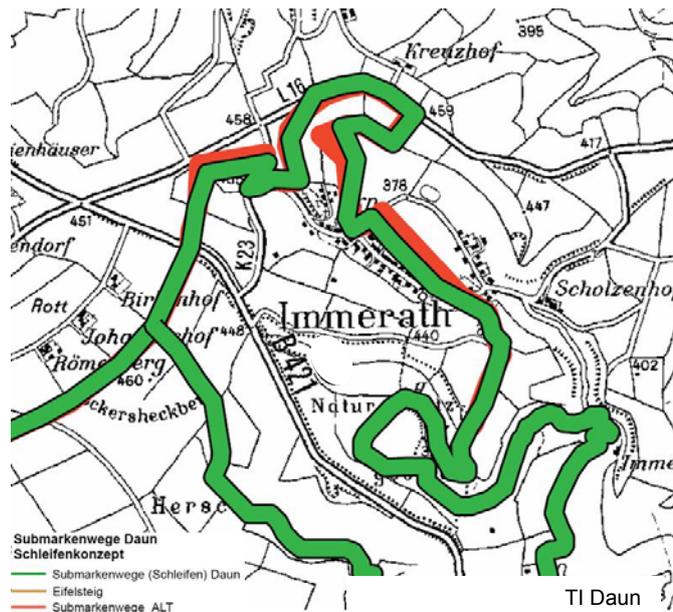
- Gemeinde, Bürger
- Seminarhaus Vulkaneifel
- DLR

Zeitrahmen

- Projektabschluss bis Juli 2008

Maßnahme:

**b) Beschilderung und Biotoppflege,
Lagerplatz**



Beschreibung

- Verbesserung der **Beschilderung** am Parkplatz oberhalb des Immerather Maars
- Übersichtstafel über verlaufende Rundwege von diesem Punkt aus, evtl. in Verbindung mit der Installation der Stationen des Parcours der Sinne, ggf. durch Aufwertung der vorhandenen Schutzhütte als **(Natur-) Info-Punkt**
- unbedingt die Beschilderungsvorschriften von Deutscher Vulkanstraße, die schon vorhanden sind beachten
- rund um das Maar ist aktuell ein Submarkenweg, als Verbindungen zum Eifelsteig vorgesehen -> hier dringend Absprachen notwendig, hinsichtlich Wegebeschaffenheit und Beschilderungsvorschriften achten (Themen Wasser und Fels)
- Beschneidung der Hecken zur besseren Aussicht auf das Maar im Einklang mit der Förderung ökologisch wertvoller Offenlandbiotope
- Aufhebung des Parkplatzes am Maarsee
- Umsetzen von landespflegerischen Maßnahmen im NSG zur ökologischen und landschaftsästhetischen Verbesserung der örtlichen Situation (extensive Grünlandnutzung, Umwandlung Acker in Extensivgrünland, Entbuschung Halbtrockenrasen, Umbau Nadelforst in natürliche Laubwälder, Förderung der Wasserqualität im Maarsee, Besucherlenkung)
- Ausweisung eines **Naturlagerplatzes** am oberen Maarrand

Probleme

- kleine, enge Zufahrtsstraße zum Maar: sollte für den öffentlichen Verkehr aufgehoben werden
- Abstimmung mit dem Naturschutz

Finanzierung

- Gemeinde, Ferienregion Daun
- Bodenordnung



Beteiligte

- Gemeinden, Vereine
- Ferienregion Daun, VG Daun, Eifelsteig
- DLR-Bodenordnung, TG
- Biotopbetreuer
- Landesvermessungsamt Koblenz

Zeitraumen

- im Rahmen der Umsetzung des Eifelsteigsubmarkenwegekonzeptes
- 2008/2009
- Bodenordnung ab 2010



Foto: K. Bünten 2007

Maßnahme:

a) Pflastern der Ortseingänge mit Ortswappen



Beschreibung

- bessere Darstellung der Ortseingänge sowohl im DEK Immerath als auch DEK Winkel gewünscht
- Pflasterung der Ortseingänge mit den Ortswappen
- neben Identifizierung erhält man noch einen Belagwechsel, der zu Geschwindigkeitsreduzierung führt

Probleme

- Kosten

Finanzierung

- Gemeinden
- DLR

Beteiligte

- Gemeinden, Bürger
- DLR-Bodenordnung, TG
- Landesbetrieb Mobilität

Zeitraumen

- im Rahmen der Bodenordnungsverfahrens
- Ziel 2010

Maßnahme:

a) Themenführungen



www.berghusen.nabu.de

Beschreibung

- Führungen speziell für Familien, Kinder, Schulklassen durch Einheimische
- Themen z. B. Vulkanismus, Magnetismus, Schule/Lernen früher und heute, Spiritualität und Sinne, artenreiches Gründland, Biotopentwicklung, naturkundliche Führungen
- Verbindung mit regionaler Kunst (v.a. Dorothea Klützke, Künstlerin aus Winkel)
- wichtig hier, das „Besondere“ zu bieten, einfach referierte Führungen entsprechen nicht dem heutigen Geschmack
- bei Führungen für Familien muss das Gemeinschaftserlebnis und die Aktivität im Mittelpunkt stehen, das Wissen muss spielerisch erarbeitet werden
- im Rahmen des Parcours lohnt Ausbildung eines Parcours-Scouts, der die einzelnen Stationen erklärt und begleitet

Probleme

- Abgrenzung von ähnlichen Angeboten in der Region

Finanzierung

- die Führungen müssen sich vorerst selbst refinanzieren; Führungen können über freie Mitarbeiter (1,5 Std. 40 bis 80 €) oder das Ehrenamt (gegen Aufwandsentschädigung) realisiert werden
- Führungspreise zwischen 3 und 10 € p. P., Kinderermäßigung
- es existieren in der Eifel auch zahlreiche professionelle Anbieter, die allerdings ihren Preis haben (z. B. Eifel Scout, Arduinna, Mit Sack und Pack)

Beteiligte

- Bürger
- Künstler der Region, Seminarhaus Vulkaneifel

Zeitrahmen

- kontinuierliche Weiterentwicklung
- Beginn 2008 mit Installation Parcours

Maßnahme:

b) Integration in European Geopark



Beschreibung

- Immerath und Winkel sind Teil des European Geopark Vulkaneifel
- Maar von Oberwinkel sowie Immerather Risch finden bislang keine Erwähnung
- Immerather Risch und Winkeler Trockmaare in Datenbank GeoZiele integrieren
- Beherbergungsbetriebe in Datenbank „GeoGastgeber“ integrieren
- Geo-Ranger Führungen mit Unterstützung des European Geopark Vulkaneifel anbieten

Probleme

- wenige Besonderheiten zur Unterscheidung von anderen Zielen des Geoparks
- hier themen- und erlebnisorientierte Führungen bieten

Finanzierung

- keine Kosten
- evtl. ehrenamtliche Führungen, bzw. in Absprache mit European Geopark

Beteiligte

- Gemeinden
- ‚Vulkaneifel European Geopark‘
- DLR

Zeitrahmen

- 2008
- danach kontinuierliche Weiterentwicklung

Maßnahme:

a) Vermeidung und Prüfung vertraglicher Möglichkeiten



Beschreibung

- Vermeidung von Fäll- und Rückeschäden durch: vertragliche Begrenzung des Bringungszeitpunkts, bspw. Im Winter wenn Boden gefroren ist oder wenn Bodenwassergehalt tief ist (nach anhaltend trockener Witterung (Spätsommer, Frühherbst); Aufklärung/Schulung der Pächter bzgl. Anwendung bodenschonender Bringungsmittel und -verfahren (Pferd, leichte Fahrzeuge); Einhalten der Fällrichtung und der Schlagordnung; Benutzen von Stammabweisen und Umlenk-Rollen, Lagerung von Kurzholz und vorkonzentrierten Langholzsorimenten im günstigen Winkel zur Rückrichtung, richtige Auswahl des Rückemittels und der Rückeverfahren, Einsatz von Schleppern mit niedrigem Bodendruck (Breitreifen) und gleichmäßiger Lastverteilung auf alle vier Räder; Ausnutzen von Reisigauflagen; Rücken in der Vegetationsruhe;
- Prüfung vertraglicher Verbindlichkeiten, bereits bei Ausschreibung festlegen
- Schulungen mit den Pächtern durchführen

Probleme

- Durchsetzbarkeit schwierig aber nicht unmöglich

Finanzierung

- geringe Ausgaben für Rechtsberatung und Vertragsentwurf sollten durch die Gemeinde gedeckt werden
- Kosten für Schulungen sollten von der Gemeinde unterstützt werden, ein Großteil jedoch durch die Pächter getragen werden

Beteiligte

- Gemeinden, Pächter
- Forstamt, Revierförster
- Rechtsberatung, Schulungsunternehmen, z. B.: Kuratorium für Waldarbeit und Forsttechnik e. V.

Zeitrahmen

- kontinuierlich
- Ziel: geänderte Verträge bei Abschluss neuer Pachtverhältnisse (2008)

Maßnahme:

a) Nutzung mit thementouristischen Angeboten



Beschreibung

- fachkundige (Erlebnis-)Führungen an Wochenenden und Feiertagen über ‚European Geopark Vulkaneifel‘ oder ehrenamtliche Mitarbeiter
- Nutzung abends/sonntags: Baggerfahren, Quad-Fahren (evtl. über Rudi´s Trike Verleih)
- Absprache mit Besitzer/Betreiber

Probleme

- Nutzung trotz aktivem Abbau, Sicherheit
- Geräuschkulisse

Finanzierung

- Werbung: Betreiber/Anbieter
- Refinanzierung über Gebühren (30-70€ p. Stunde)



Beteiligte

- Gemeinden
- Besitzer/Betreiber/Pächter
- DLR
- evtl. Rudi´s Trike Verleih

Zeitraumen

- ab 2010
- langfristige Option für Folgenutzung

Maßnahme:

a) Sonstige land- und forstwirtschaftliche Themenwege



Beschreibung

- Vorsicht geboten, da klassische Lehrpfade niemanden mehr anziehen
- wichtig bei jedem Themenweg ist die Erlebnisorientierung und die aktive Teilnahme
- Interesse an Bildung größer denn je, insbes. Themen, die Kindern erklären, dass „Kühe nicht lila sind“
- Beispiele:
 - „Woher kommen Apfelsaft, Käse und Brot?“
 - „Baumschubser und Grünrock“ warum sind Förster und Jäger so wichtig?
- Ziel sollte hier die Kooperation mit anderen Gemeinden sein
- Möglichkeit so regionale Produkte zu vermarkten

Probleme

- Abgrenzen von ähnlichen Produkten in der Region
- Attraktivität

Finanzierung

- Gemeinden

Beteiligte

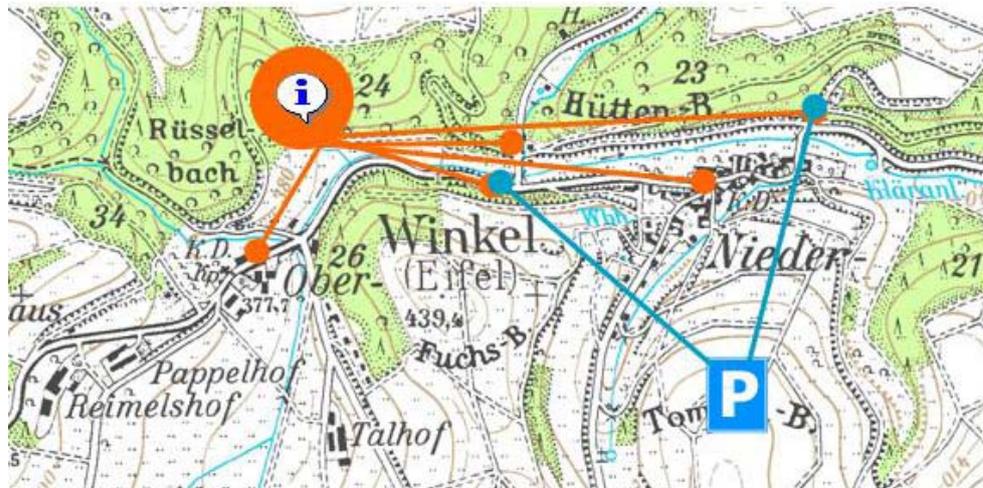
- Gemeinden, Bürger
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘, Ferienregion Daun
- DLR
- Forstamt, Landwirte

Zeitrahmen

- langfristig
- ab 2014

Maßnahme:

a) Infopunkte an zentralen Orten



Beschreibung

- ein gut durchdachtes Besucherleitsystem hat zwei wichtige Vorteile: der Besucher wird gezielt zu wichtigen u. interessanten Punkten geführt und durch die Kanalisierung des Besucher-/Parkaufkommens können beruhigte oder schützenswerte Bereiche ausgespart werden
- wichtige Punkte sollten deshalb mit Informationstafel bestückt werden: von den Parkmöglichkeiten über Gastronomie und Sehenswürdigkeiten
- Plätze könnten hierfür z. B. sein: Feuerwehrhaus Winkel, an der Wanderhütte in Winkel, am Friedhof in Winkel, am Bolzplatz in Winkel, am Gemeindesaal Immerath, am Jugendhaus Immerath, an der Dreifaltigkeitskapelle, am Schulmuseum Immerath
- Verknüpfung des Besucherleitsystems mit Themen und anhand Symbolen oder Farben:
 - Rote Route: Vulkanismus + Geologie
 - Blaue Route: Sinnsuche + Spiritualität
 - Gelbe Route: Kunst + Kultur
- Vorteil: es ist etwas Besonderes, der Besucher kann sich nach seinen Interessen informieren, es kann schrittweise aufgebaut und erweitert werden
- unbedingt in Rücksprache oder sogar in Kooperation mit

Probleme

- einheitliche u. einfache Beschilderung „so viel wie nötig“
- „Schilderwald“ und Dopplungen vermeiden

Finanzierung

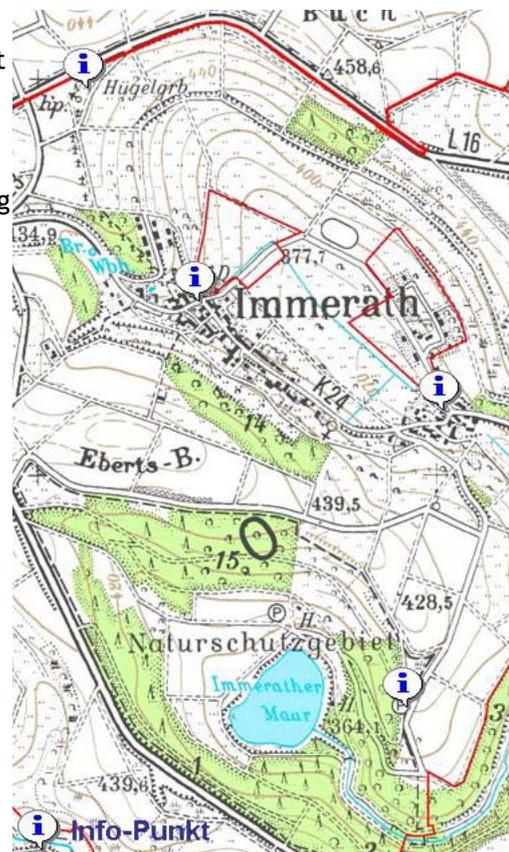
- Gemeinden

Beteiligte

- Gemeinden
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘
- ‚Ferienregion Daun‘

Zeitraumen

- mittelfristig in enger Absprache, ab 2010



Maßnahme:

b) Parkplatzsituation Winkel



www.mountainbike-magazin.de



www.scaldra.net

Beschreibung

- Schaffung eines Wanderparkplatzes (auch Nordic Walking/Mountainbike-Start) mit entsprechende Infotafel notwendig
- Standort I: Bolzplatz: eignet sich gut, Fläche vorhanden, Vulkanweg des Eifelvereins führt hier lang
- Standort II: am Gemeindehaus: evtl. zu eng, könnte aber mit zusätzlichen Angeboten (Walkin-Stock-Verleih usw.) verbunden werden

Probleme

Finanzierung

- Gemeinde
- Natur- oder Wanderparkplatz durch DLR, TG

Beteiligte

- Gemeinde
- DLR-Bodenordnung

Zeitraumen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens
- Zielhorizont 2010



Bolzplatz Winkel

Foto: K. Bünten 2007



Gemeindehaus Winkel

Foto: K. Bünten 2007

Maßnahme:

**c) Gestaltung eines Dorfplatzes
in Niederwinkel**



Beschreibung

- im Bereich des Feuerwehrgerätehauses in Niederwinkel ist eine große versiegelte Fläche
- Begrünung und Attraktivierung (evtl. Baum mit Bank drum herum)
- vgl. Dorferneuerungskonzept 1995, S. 27

Probleme

Finanzierung

- Gemeinde
- DLR, TG



Beteiligte

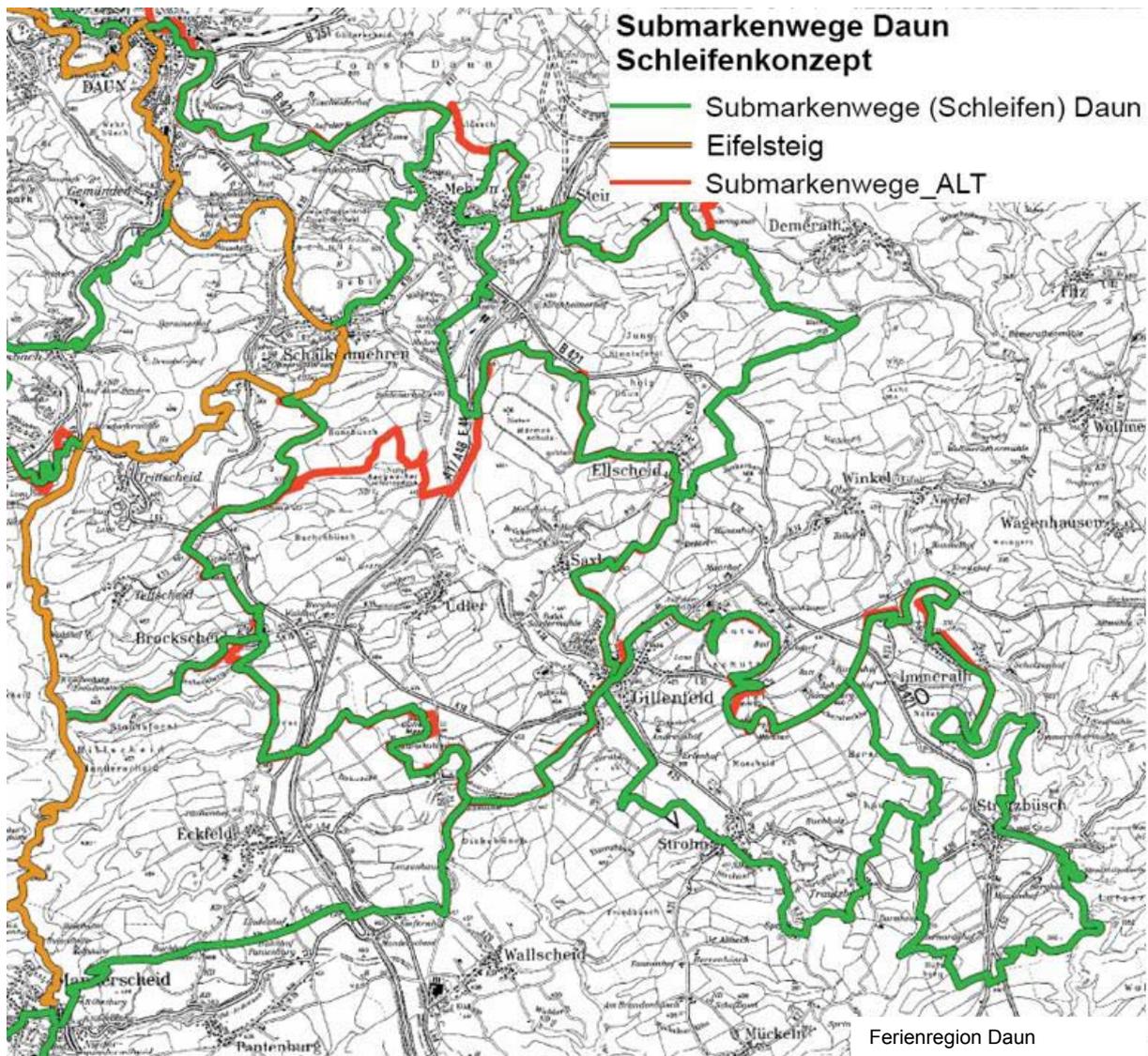
- Gemeinde
- DLR-Bodenordnung, TG
- Landesbetrieb Mobilität

Zeitrahmen

- im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens
- Zielhorizont 2010

Maßnahme:

a) Anbindung an überregionales Wanderwegenetz



Beschreibung

- die Anbindung an den Eifelsteig wurde von allen Beteiligten als außerordentlich wichtig angesehen
- mit dem aktuellen Submarkenwegekonzept wird Immerath angeschlossen sein
- über geplanten Verbindungsweg zwischen Immerath und Winkel schließlich auch Niederwinkel

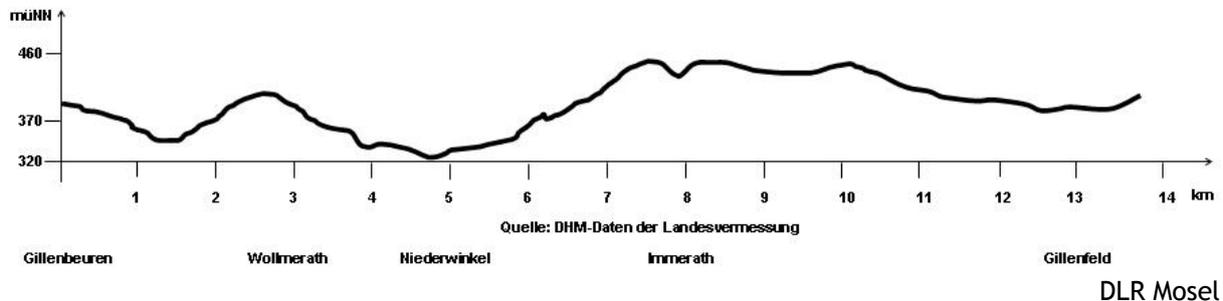
- Probleme**
- Finanzierung
 - Voraussetzungen an die Wege s. Abb.
 - darauf achten, dass Verbindungswege auch in Karten/Internet/Printmedien aufgenommen werden
- Finanzierung**
- Ferienregion Daun, Gemeinden
 - Bodenordnung, TG
- Beteiligte**
- Gemeinden
 - ‚Ferienregion Daun‘, LK Vulkaneifel
 - Eifelsteig
 - DLR-Bodenordnung, TG
- Zeitrahmen**
- mittelfristig
 - Zielhorizont 2010

Kernkriterien (vereinfacht)	
Verbunddecke	max. 1.200m am Stück (bei Berührung attraktiver Ziele zzgl. 300 m bis max. 2.000m), max. 15% der Gesamtstrecke
Verkehrssicherheit	max. 150m am Stück, max. 3% der Gesamtstrecke
Nebendurchgangsstraßen	max. 1.200m am Stück (bei Berührung attraktiver Ziele zzgl. 300 m bis max. 2.000m), max. 10% der Gesamtstrecke
Weg mühsam begehbar	max. 500m am Stück, max. 5% der Gesamtstrecke
Nutzerfreundliche Markierung	Sichtmarkierung obligatorisch, bei Richtungswechsel mit Bestätigungszeichen auf Sicht. Sicheres Auffinden des Weges auf der gesamten Wegstrecke.
Abwechslung	mind. 2 deutliche Umgebungswechsel auf 6 km
intensiv genutztes Umfeld	max. 1.000m am Stück (bei Berührung attraktiver Ziele zzgl. 300 m bis max. 1.500m), max. 8% der Gesamtstrecke

www.deutscheswanderinstitut.de

Maßnahme:

b) Anbindung an überregionales Radwegenetz



Beschreibung

- zwei attraktive Premium-Radwege verlaufen in der Region, doch an keinen von beiden sind Immerath oder Winkel angebunden

1. Maare-Mosel-Radweg

2. Vulkan-Radrouten-Eifel

- Verbindungsroute zwischen Gillenfeld und Gillenbeuren sollte langfristig ausgewiesen werden; besonders sinnvoll ist das mit einer Positionierung der Gemeinden für Radtouristen über den Internetauftritt und/oder Verleih-/Service-Stationen

- in Anbetracht der Kosten sollte die Investition gut abgewogen werden

Probleme

- Finanzierung
- Instandhaltung
- Klassifizierung

Finanzierung

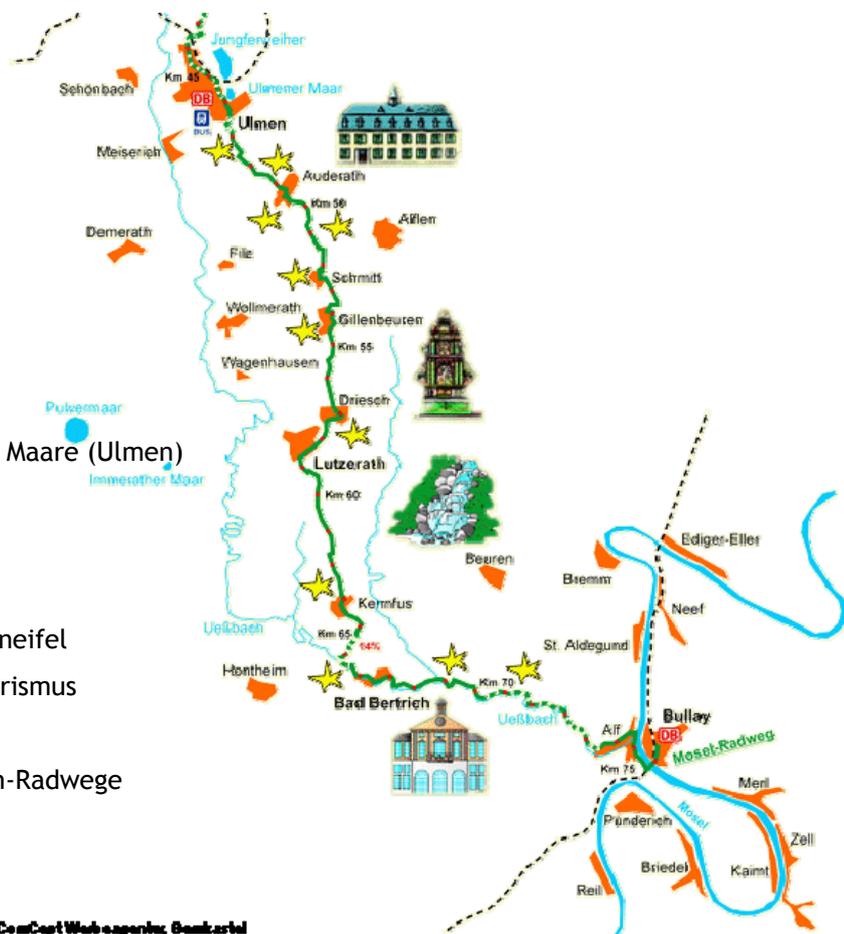
- Gemeinden
- Ferienregion Daun
- Ferienland der Thermen und Maare (Ulmen)
- Eifel Tourismus

Beteiligte

- Gemeinden, Landkreis Vulkaneifel
- Ferienregion Daun, Eifel Tourismus
- DLR-Bodenordnung, TG
- Planungsorgane der Premium-Radwege

Zeitraumen

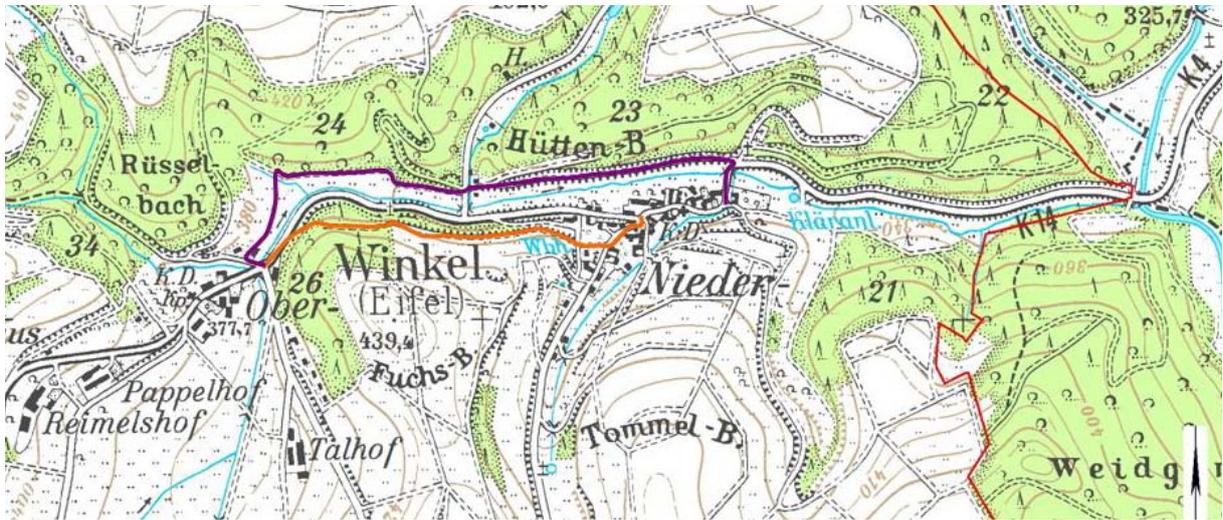
- Ziel: 2012 bis 2014 Abbildungen © Comcept Webdesigner, Bankartel



Quelle: www.eifel-radtouren.de

Maßnahme:

c) Verbindungsweg Ober-/ Nieder-Winkel, Rundweg



Beschreibung

- aktuell existiert kein durchgängiger Weg in Tallage zwischen Ober- und Nieder-Winkel
- Verlauf 1 orange: Südlich der K14 im Hangbereich, hier besteht tlw. ein Weg, dieser müsste noch Anschluss an Oberwinkel erhalten, der Weg verläuft über einen Anstieg zum Bürgerhaus
- Verlauf 2 lila: 2.Führung durch das attraktive Winkeler Bachtal; Parkmöglichkeit am Bolzplatz/zuk. Wanderparkplatz; auch hier existiert der Weg zu weiten Teilen bereits; Verbindungsstück zwischen Ortslage Oberwinkel und Wirtschaftsweg erforderlich
- vgl. Dorferneuerungskonzept Winkel 1995, S. 26

Probleme

- Grundstückseigentum

Finanzierung

- Bodenordnung
- Gemeinde

Beteiligte

- Gemeinde
- Grundstückseigentümer
- DLR-Bodenordnung, TG

Zeitraumen

- im Rahmen der Bodenordnung umzusetzen
- Zielhorizont: 2010

Maßnahme:

d) Verbindungsweg Immerath & Winkel



Beschreibung

- ein Verbindungsweg der beiden Orte hat mehrere Möglichkeiten
- wichtig ist nicht die Fülle der Wege, sondern die Klasse
- der Weg sollte den Kreuzweg Immerath sowie die zukünftige Aussichtsstelle tangieren
- eine Erweiterung des Parcours der Sinne auf Winkel ist vorstellbar
- langfristig Attraktivierung des Verbindungsweges mit Kunstobjekten (nach Goldsworthy, evtl. Kontakte über lokale Künstlerin Dorothea Klützke)

Probleme

- Maarrand ist sehr steil
- wenn der Weg nicht wirklich speziell ist, gehen Fußgänger, und auch Wanderer, den kürzesten Weg (Karte/Beschilderung)

Finanzierung

- Bodenordnung (Wegeföhrung, Flächenmanagement)
- Gemeinden

Beteiligte

- Gemeinden, ggf. Seminarhaus Vulkaneifel, ggf. D. Klützke
- DLR-Bodenordnung, TG

Zeitraumen

- im Rahmen der Bodenordnung oder früher
- Zielhorizont 2010

Maßnahme:
e) Reitwege



Beschreibung

- die Ausweisung von Reitwegen ist nur dann sinnvoll, wenn den Wanderreitern oder Reitinteressierten auch eine entsprechende Infrastruktur geboten werden kann
- z. B. Futter und Unterstellmöglichkeit für das Tier, Pension/Zimmer/FeWo für den Reiter
- das kann auch in Kooperation geschehen
- Ergänzung des Angebots durch Führungen und Trial-Trainings

Probleme

- Finanzierung
- Spezielle Zielgruppe: „ganz oder gar nicht“

Finanzierung

- Gemeinde, v. a. Anbieter/Betriebe
- für eine Unterstellmöglichkeit für das Tier mit Futter kann man 8-10€ p. T. verlangen

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden
- Akteure der Region
- Ferienregion Daun, Eifel Tourismus
- DLR-Bodenordnung, TG

Zeitraumen

- mittel- bis langfristig
- 2015

Maßnahme:

f) Erlebnisweg Winkel „Die Welt der Spinnen“

Beschreibung

- Attraktion für Winkel
- Stationen unterschiedlicher Spinnennetztypen
- Rad-, Raum-, Trichter-, Deckennetz nachbauen als Klettergerüste
- eine Station mit Seilen zum selbst bauen
- Infopunkte mit Beschreibung von Lebensraum von Spinnen, Entstehung der Spinnennetze



Probleme

- Betreuung u. Instandhaltung der Stationen - evtl. durch Patenschaften
- Kosten TÜV-Geprüfter Spielgeräte



Finanzierung

- Gemeinde
- Bodenordnung

Beteiligte

- Gemeinde, Bürger
- DLR-Bodenordnung, TG
- wissenschaftliche Unterstützung (z.B. Bio-Geo Uni Trier)

Zeitrahmen

- Planung 1 Jahr
- 2010



Maßnahme:

g) Wümschelruten-Lehr-Pfad



Beschreibung

- Stationen mit Informationen über Handhabung u. Geschichte von Wümschelruten
- Ausleihe von Wümschelruten evtl. durch Seminarhaus Vulkaneifel, evtl. Einbindung in Parcours-Konzept
- geführte Touren

Probleme

Finanzierung

- Gemeinden
- Bodenordnung

Beteiligte

- Gemeinden
- DLR-Bodenordnung, TG
- Heinz Schmitz Immerath

Zeitraumen

- ca. 6 Monate
- bis 2012

Maßnahme:

h) Örtliches Wegenetz



Beschreibung

- unbedingt Abstimmung mit Submarken- und Markenwegen
- evtl. Ausdünnung des Wegenetzes oder langfristig gemeinsame, einheitliche Beschilderung anstreben
- nicht zu viele Wege ausweisen: „Besucherlenkung statt -streuung“

Probleme

- Abstimmung
- Überbeschilderung

Finanzierung

- Gemeinden

Beteiligte

- Gemeinden
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘
- DLR-Bodenordnung, TG

Zeitrahmen

- bis 2012

Maßnahme:

a) Regionale Qualitätssiegel



Beschreibung

- Verschiedene Initiativen und Gütesiegel führen regionale Kooperationen herbei und geben die Möglichkeit in besondere Vermarktungskanäle aufgenommen zu werden bzw. selbst mit dem Siegel zu werben
- ‚Der Grüne Pfad‘: direktvermarktende Landwirte, Winzer und Gastronome haben sich zur Interessengemeinschaft »Erleben und Geniessen Mosel-Eifel-Hunsrück« zusammengeschlossen; Betriebe werden in Kulinarik-Karte aufgenommen; Voraussetzung für die Mitgliedschaft sind erlebnisorientierte Zusatzangebote
- ‚Regional Erste Wahl‘: "Regional Erste Wahl" in diesem Gebiet gezüchtet bzw. angebaut und produziert worden sein. Voraussetzungen: Menü aus regionalen Produkten auf der Speisekarte, jahreszeitlicher Warenkorb der Region, Integration regionaler Produzenten und Direktvermarkter Mitarbeit an jährlichen Großveranstaltungen
- ‚Regionalmarke Eifel‘: können Erzeuger, Verarbeiter land- und forstwirtschaftlicher Produkte sowie touristische Dienstleister aus der Eifel beantragen, die sich mit den Grundsätzen der Regionalmarke EIFEL identifizieren und definierte Qualitätskriterien für ihre Produkte bzw. Dienstleistungen erfüllen (Bsp. für Kriterien in der Anlage)

Probleme

- Zertifizierungsvoraussetzungen

Finanzierung

- Beteiligte Betriebe

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Direktvermarkter
- Akteure der Region
- DLR

Zeitraumen

- ab sofort



Maßnahme:

b) Klassifizierungen



Beschreibung

- DTV-Klassifizierung mit den Zielen: Einführung und Sicherung von bundesweiten Qualitätsstandards, Schaffung von Angebotstransparenz für den Gast, Schaffung von Wettbewerbsvorteilen für die Gastgeber. Klassifizierung gültig für 3 Jahre. Kosten: max. 100€
- Anerkannter Landurlaub/Urlaubs-Bauernhof: ohne zus. Kosten
- Wanderbares Deutschland; 120-180€ p. Betrieb, Schulung 500€
- Bed&Bike ADFC: Aufnahmegebühr 82-123€, Jahresbeitrag 25€
- Geopark Gastgeber Vulkaneifel
- Imagegewinn, Eintrag auf entsprechenden Portalen/Printmedien,
- Marketing-Logo



Probleme

- tlw. Kosten

Finanzierung

- Eigeninitiative der Anbieter
- Zusammenschluss mehrerer Anbieter ermöglicht tlw. Preisreduzierungen

Beteiligte

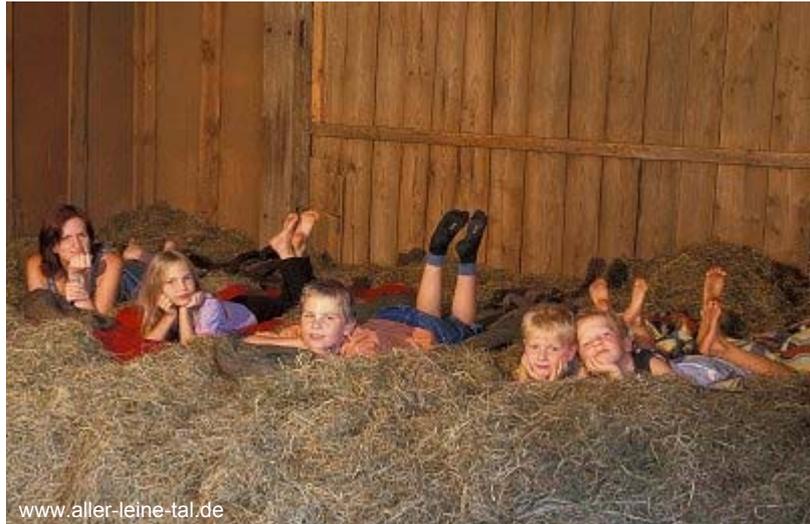
- Tourismusanbieter
- DLR

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

c) Heu-Hotel, alternative Übernachtungsmöglichkeiten



Beschreibung

- in Bauernhöfen, bei privaten Pferdebesitzern mit Nutzung von Bad und Frühstück Übernachtung im Heu
- zur Verfügung stellen von Garten oder Wiese zum Zelten, evtl. Möglichkeiten hinter dem Gemein-
desaal oder am Maar
- Einnahmen: ca. 10-15 € p. P.
- über diesen Weg zusätzlich Möglichkeit Vereine usw. anzusprechen

Probleme

- Ausweichmöglichkeiten für Allergiker bereitstellen

Finanzierung

- Eigeninitiative der Betriebe

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden, Vereine, Bürger, Landwirte
- Akteure der Region
- DLR

Zeitraumen

- ab sofort umsetzbar
- Zielhorizont: Mitte 2008

Maßnahme:

d) Meditationswiese



Beschreibung

- Stege, Holzterrassen, Ruhebänke u. -liegen, ungewöhnliche Sitzmöglichkeiten usw.
- Infotafel mit Anleitung zur Meditation, Autogenes Training, Entspannung etc. auch für Kurse
- Hinweistafel mit der Bitte um besondere Ruhe in diesem Bereich

Probleme

- geeignete Flächen sind im NSG vorhanden, allerdings hier Konfliktpotenzial Ökologie

Finanzierung

- Gemeinde
- Sponsoren

Beteiligte

- Gemeinde
- DLR-Bodenordnung
- Seminarhaus Vulkaneifel

Zeitraumen

- ca. 6 Monate
- bis 2010

Maßnahme:

a) Angebot Schulmuseum/Backhaus



Beschreibung

- neben regelmäßigen Führungen mit Vorführung für Schulklassen u. Gruppen „echter“ Unterricht wie früher u. selber backen im Backhaus
- Aktionstage u. Schul-/ Backfeste mit z.B. Wettbewerb „Wer hat die schönste selbstgemachte Schultüte?“ „Wer hat das beste Brot / die höchste Torte/ den größten Obstkuchen?“
- Werbung ausbauen für Unterrichtsmöglichkeit im Schulmuseum

Probleme

- Engagement der Bürger / Tourismusakteure / Gemeinde

Finanzierung

- Gemeinden
- Tourismusakteure

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinde, Bürger

Zeitrahmen

- ca. 3-4 Monate
- bis 2012 möglich

Maßnahme:

b) Beschilderung denkmalgeschützter Gebäude

Beschreibung

- vgl. Anlage 2
- Beschilderung der denkmalgeschützten Gebäude in den Gemeinden und in der Umgebung
- ggf. Integration in Leitsystem



Probleme

Finanzierung

- Kreis
- Gemeinden

Beteiligte

- Gemeinden
- Landesamt für Denkmalpflege, Daun

Zeitraumen

- ca. 3 Wochen
- bis 2017

Maßnahme:

c) Kreuzweg, Dreifaltigkeitskapelle



Beschreibung

- Inwertsetzung, Open-Air-Gottesdienste, Prozessionen, gemeinsame Gottesdienste u. Kirchenfeste für Gäste u. Einheimische, Wallfahrten
- spezielle Führungen zur Religion u. deren Geschichte der Region
- Hinweis auf Infotafel bei Aussichtspunkt

Probleme

- Besonderheit zum Anlocken der Wallfahrer u. interessierte Gäste

Finanzierung

- Kirche
- Gemeinden

Beteiligte

- Bürger, Vereine
- Kirche

Zeitrahmen

- ca. 4 Wochen
- 2012

Maßnahme:

**d) Mühlen Üßbachtal/
7-Täler-Weg**



Beschreibung

- Initiative mit anderen Gemeinden, die an potenziellen Mühlenwanderweg grenzen
- Installierung Denkmalschutz
- 7-Täler-Weg mit Teilstück Mühlenwanderweg
- einheitliche Beschilderung, Pflege des Wanderwegs als Patenschaft
- evtl. Wanderführer mit Geschichte der Mühlen

Probleme

- Kreisüberschreitende Zusammenarbeit
- Einbindung mehrerer Gemeinden

Finanzierung

- Gemeinden
- Kreise
- Bodenordnung

Beteiligte

- Gemeinden
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘
- LK Vulkaneifel
- Landesamt für Denkmalpflege, Daun
- Gemeinden der Region, VG Ulmen
- DLR-Bodenordnung

Zeitraumen

- bis 2017

Maßnahme:

e) Wildfrauenhaus Winkel



Beschreibung

- Inwertsetzung durch Legende erzählen, Einbindung in Führung oder Tafel, die von Legende um Pest-Kranke erzählt
- Fest an Sonnenwende, Halloween, Fasching etc.
- ggf. Grillplatz einrichten

Probleme

- eher abgelegen
- Einbeziehen durch Engagement der Bürger

Finanzierung

- Gemeinde

Beteiligte

- Gemeinde, Bürger
- Vereine

Zeitraumen

- bis 2017

Maßnahme:

a) Backfest

Beschreibung

- Ausbau des bestehenden Backfestes
- Wettbewerb zwischen regionalen Bäckern, Laienteam
- Informationen, Quiz etc. über Gewinnung von Mehl /
- Backen u. Verkauf von regionalen Spezialitäten, Musik

Probleme

- großer Organisationsaufwand u. Engagement gefragt
- überregionale Bewerbung

Finanzierung

- Gemeinden

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden, Vereine, Bürger
- Akteure der Region (z. B. regionale Bäcker)

Zeitraumen

- ab sofort 2008

Maßnahme:

b) Sportfest

Beschreibung

- Reaktivierung und Attraktivierung des Sportfestes in Immerath
- je nach Umfang und Engagement kann die Veranstaltung wachsen, z.B.:
- Antreten der Vereine verschiedener Gemeinden gegeneinander oder miteinander
- Sportarten mit „vulkanischem Hintergrund“ entwickeln: Schlacke-Weit-/Zielwurf, Maarrand-Lauf
- Marathon/Halbmarathon
- „7-Maare-Marathon“ oder ein „Maar-Iron-Man“ in Verbindung mit Gemeinden der Umgebung

Probleme

- Organisation / Engagement
- Kontinuität (keine Einzelveranstaltungen)

Finanzierung

- Gemeinden
- Vereine
- Refinanzierung über Einnahmen (Startgebühren, Catering)

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden, Vereine, Bürger
- Akteure der Region
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘

Zeitraumen

- ca. 4-6 Wochen
- ab sofort

Maßnahme:

c) Tag des Geotops im Steinbruch Winkel

Beschreibung

- Quelle: www.dgg.de/geotop/
- Ähnlich wie beim Tag des offenen Denkmals sollen geologische Sachverhalte und die Bedeutung der Geotope und des Geotopschutzes der interessierten Bevölkerung nähergebracht werden.
- Geotope werden dann als wertvoll erachtet, wenn ein Interesse an ihnen besteht, das sowohl wissenschaftlicher, als auch ästhetischer Natur sein kann. Sie prägen nicht nur das Landschaftsbild einer Region - oft sind sie auch im Bewußtsein der Menschen durch alte Sagen, Legenden und Mythen verankert. Geotope sind also nicht nur Naturdenkmale oder Wissenschaftsobjekte sondern auch Kulturgüter, die es zu schützen und zu erhalten gilt.
- Diese Mischung aus kulturgeschichtlichen Hintergründen und geowissenschaftlichen Inhalten macht den Tag des Geotops nicht nur für Fachleute sondern gerade auch für interessierte Laien und unternehmungsfreudige Familien gleichermaßen zu einem interessanten und abwechslungsreichen Event.



Foto: K. Bünten

Probleme

Beteiligte

- Gemeinde Winkel
- Ferienregion Daun, ‚Vulkaneifel European Geopark‘
- Landesamt für Geologie und Bergbau Rheinland-Pfalz (<http://www.lgb-rlp.de/>), Emy-Roeder-Str. 5, 55129 Mainz
- Ansprechpartner für den Geotoptag: Dipl.-Geologe Roger Lang, Geologisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Postfach 100255, 55133 Mainz, roger.lang@gla-rlp.de

Dr. Michael Wuttke, Erdgeschichtliche Denkmalpflege Rheinland-Pfalz, Große Langgasse 29, 55116 Mainz, erdgeschichtl.denkmalpflg.rlp@t-online.de

Zeitraumen

- ab 2008



www.bodennetzwerk.de/

Maßnahme:

d) Weihnachtsmarkt „WeihnachtsMAARkt“

Beschreibung

- mit regionalen Produkten und Kunsthandwerk (Holzkunst, Töpferei, Selbstgestricktes etc.), in Verbindung mit Backhaus
- im 2-Jahres-Turnus abwechselnd in Immerath und Winkel
- Immerath: am Backhaus oder am Sportplatz
- Winkel: Bolzplatz oder Gemeindehaus

Probleme

- Marketing
- Abgrenzen von anderen Weihnachtsmärkten in der Umgebung

Finanzierung

- Gemeinden
- Refinanzierung über Standgebühren

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden, Vereine, Bürger
- Akteure der Region (Handwerk, Kunst, Regionale Spezialitäten)

Zeitraumen

- ab 2008

Maßnahme:

e) Mundarttreffen

Beschreibung

- Einbindung der Vereine
- im Hotel Landhaus Schend oder rotierend bei allen Anbietern (auch für Gäste interessant!)
- kleine Szenen spielen, evtl. Theatergruppe, Sketche
- für Touristen öffnen, insbes. Weihnachten etc.: kleine Mundart-Kurse

Probleme

- Organisation

Finanzierung

- Gemeinden
- Vereine

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Vereine
- Bürger

Zeitrahmen

- ab sofort

Maßnahme:

f) Veranstaltungen/Events in der Umgebung

Beschreibung

- ausreichende Informationssystem: Verweis auf Veranstaltungen auf Internetseiten, Plakatanschlänge, Flyer in Unterkünften u. Museen etc.
- mit Beschreibung der Veranstaltung, Kartenvorverkauf, evtl. Busverbindung
- evtl. Kartenvorverkauf im Landhaus Schend o.ä.
- Shuttleservice für Abendveranstaltungen; in Kooperation mit Gemeinden/Anbietern der Region

Probleme

- Shuttleservice vorauss. Zuschussgeschäft, wenn Preis attraktiv bleiben soll

Finanzierung

- Gemeinden
- Kreis
- Tourismusanbieter

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘, Ferienregion Daun
- LK Vulkaneifel, VG Daun

Zeitraumen

- ab 2010

Maßnahme:

a) Spiel(e)scheune



Gemeindesaal Immerath

Foto: K. Bünten 2007

Beschreibung

- Nutzung Gemeindehaus
- Scheune mit Heuburgen, Ausleihe und von Spielen und Treffen anderer Kinder (gibt es noch nicht in der Umgebung!!)
- Aktionstage zu bestimmten Themen (Umwelt, Vulkanismus, Backtag, Feiertage)

Probleme

- Bereitstellung und Unterhaltung der Spiele u. Geräte

Finanzierung

- Gemeinde
- DLR
- ggf. sonstige Fördermittel

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden, Vereine
- DLR

Zeitraumen

- ab 2012

Maßnahme:

**b) Kooperation mit Akteuren
der Umgebung**



www.landidyll.at

Beschreibung

- Ziel muss sein ein zusätzliches Angebot für Schlechtwetterperioden zu schaffen
- dazu muss nicht jede Gemeinde ein eigenes Bad haben
- Kooperation mit Freizeitbäder oder Hotels mit Wellnessbereich in Daun und Umgebung
- Verkaufsargument, Gutscheine werden bei Buchung außerhalb der Saison beigelegt
- Angebot Transfer in Museen etc. der Umgebung, hier Kooperation der Anbieter sinnvoll

Probleme

Finanzierung

- Tourismusakteure
- Betriebe

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinde
- Akteure der Region

Zeitrahmen

- ab sofort

Maßnahme:

c) Verleihstationen



Beschreibung

- Fernglas, Regensachen
- Fahrräder, Mountainbikes, Fahrradwerkzeug, -helme
- Walking-Stöcke
- Reitutensilien
- Verkauf von Karten, Pflaster, Getränke, etc.
- möglichst Integration in bestehenden Betrieb (Hotel, FeWo, Bauernhof) oder auch Gemeindehaus auf Anfrage
- Ziel: Anbieter können mit diesem Service werben, die Station muss nicht ständig geöffnet sein

Probleme

- Unterhalt der Leihgaben



Finanzierung

- Gemeinden
- Tourismusakteure

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden, Bürger
- Wirtschaftsförderung



Zeitraumen

Zeitraumen

- bis 2012 möglich

Maßnahme:

a) Pflege Homepage Winkel

Beschreibung

- die Vorteile des Internet im Vergleich zu Broschüren und Auskünften von Tourismusinformationen sind: personalschwach, 24h erreichbar, hochaktuell -> das MUSS Winkel nutzen!
- Vorteile nicht nur für Gäste/Touristen; hier kann auch „Feedback-Forum“ für Bürger eingerichtet werden, mit Themenvorschlägen für die Gemeinderatssitzung oder Kurzinformationen über Ergebnisse anderer Gremien
- engagierte (Jugend-?) Arbeitsgruppe, die sich um Updates kümmert
- aktuelle u. vollständige Beschreibung des Ortes, Angebote, Veranstaltungen, „Geheimtipps“, Geschichte etc.
- Links zu anderen Gemeinden, verwandten Themen

Probleme

- ständige Aktualisierung
- Fachkenntnisse für Websites

Finanzierung

- Gemeinde

Beteiligte

- Gemeinde
- Bürger

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

b) Verlinkung

Beschreibung

- Auf die Homepages müssen alle Unterkünfte mit Internetadresse, Fotos und Kontaktmöglichkeit!
- Verlinkung zu Direktvermarktern und Sehenswürdigkeiten, regionalen Künstlern usw.
- Informationen zu Wander- und Radkarten, Geopark, Veranstaltungen, sonstigen Angeboten
- zu Verkaufsstellen regionaler Produkte, etc.

Probleme

- Fachkenntnisse
- Aktualisierung

Finanzierung

- Gemeinde

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden, Bürger
- Akteure der Region
- Ferienregion rund ums Pulvermaar

Zeitrahmen

- ca. 2-3 Monate
- ab sofort

Maßnahme:

c) Regionale Kooperation



Beschreibung

- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘ ist eine interessante Initiative mit sehr viel Potenzial
- Homepage muss verbessert werden: viele Bilder mit Eindrücken der Landschaft -> mehr Fotos, professionelle Fotos; Unterkunftsverzeichnis muss in Homepage integriert werden, aktualisieren, Zertifizierung angeben, Bilder
- Gemeinsamer Veranstaltungskalender, abgestimmte Veranstaltungen, breit beworben unter gemeinsamem Namen
- gemeinsames Gutscheineheft für Attraktionen in der Ferienregion

Probleme

- Absprachen

Finanzierung

- Ferienregion rund ums Pulvermaar

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘
- DLR

Zeitraumen

- 6 Monate
- ab 2008

Maßnahme:

d) Überregionale Kooperation



Beschreibung

- Integration und Eigeninitiative innerhalb Ferienregion Daun und European Geopark
- Auftreten in gemeinsamen Prospekten und Katalogen, besonders bei gemeinsamen Routen, Rad- u. Wanderwegen
- Gestaltung von Pauschalangeboten auf gemeindeübergreifender Ebene
- Probleme an Gremien herantragen
- E-Mail Verteiler anregen
- Beratungsangebote wahrnehmen und einfordern

Probleme

Finanzierung

- Gemeinden

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden
- ‚Ferienregion Daun‘
- ‚Vulkaneifel European Geopark‘
- DLR

Zeitrahmen

- ab sofort

Maßnahme:

e) PR-Aktionen

Beschreibung

- Reisejournalisten einladen evtl. in regionaler Kooperation
- Regelmäßige Pressemitteilungen u.a. auch auf der Homepage z.B. von aktuellen Veranstaltungen, neuen Einrichtungen etc.
- Newsletter für Urlauber u./o. regelmäßiges Informationsheft der Gemeinden
- kleines Archiv an Bildern der Gemeinden zum Download, Grußkarten
- kleine aber feine Pauschalangebote zusammenstellen (z.B. „Rund um das WeihnachtsMAAR“ o.ä.)

Probleme

- Organisationsaufwand

Finanzierung

- Gemeinden
- Tourismusanbieter

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘
- ‚Ferienregion Daun‘
- DLR

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

f) Einbindung aller Unterkünfte in Onlinebuchungssystem

The screenshot shows a web interface for a hotel listing system. At the top, there are navigation tabs: '1 Liste', '2 Auswahl', '3 Warenkorb', and '4 Buchung'. The current page is 'Liste'. On the right, there is a language selector set to 'Deutsch' and contact information for 'Ferienregion Daun' (touristinfo@daun.de, http://www.daun.de). Below this, there are search filters: 'Ort: Immerath', 'Lage: Alle', 'Kategorie: Alle', and 'Auszeichnungen/Mitgliedschaften: Alle'. A 'Name:' field and a '>> Ausstattung' link are also present. An 'Aktualisieren' button is located at the bottom right of the filter section. Below the filters, a table lists hotels. The first entry is 'Landhaus Schend' in 'Immerath'. The description reads: 'Das Landhaus Schend ist neu erbaut und familiär geführt in ruhiger, naturbelassener Umgebung. Das Hotel ist der ideale Ausgangspunkt für entspannende Spaziergänge, ausgedehnte Wanderungen oder [Mehr Info...](#)'. A small photo of the hotel interior is shown to the right. At the bottom of the page, there are links for 'Drucken', 'Merken', and 'AGB, Datenschutz', and a copyright notice for 'feratel media technologies AG'.

Beschreibung

- Buchbarkeit aller Unterkünfte sollte über Touristisches Informations- und Kommunikationssystem (TKN) (Eifel Tourismus bzw. Ferienregion Daun) gewährleistet sein
- Die meisten (nichtgewerblichen) Unterkünfte werden nicht gelistet!
- Aktualität der Unterkunftsmöglichkeiten und deren Beschreibung
- Voraussetzungen:

keine einschränkenden Qualitätskriterien

1. Anzeige im Eifel Tourismus Ferienkatalog mit der Möglichkeit des kostenfreien Eintrags im TKN (kleinste Anzeige mit Foto 220€+Mwst., ohne Foto kostenfrei)
2. Anzeige nur im TKN (kleinste Anzeige mit Foto 220€+Mwst., ohne Foto kostenfrei)

der Vermieter verpflichtet sich zur Zahlung einer Provision in Höhe von 15% netto der Buchungssumme, wenn tatsächlich über das TKN gebucht wird

- Ablauf: Kontaktpersonen TI Daun (Hr. Rätthlein) oder Eifel Tourismus GmbH (Fr. Raschke, Fr. Niesen); Zusendung des Erhebungsbogens, Beratung zum Ausfüllen des Bogens wird gern gewährt
- wenn Direktbuchung bei Anbieter getätigt wird, meldet man ausgebuchte Termine an TKN

Probleme

Finanzierung

- Tourismusanbieter

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Ferienregion Daun, Eifel Tourismus

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

g) LandschaftsGenuss



Beschreibung

- ausgewiesener Bereich mit Beschreibung der Obstbäume, Ernte, Produkte
- geführte Wanderungen evtl. im Rahmen des Parcours der Sinne, als Sinneserfahrung von Gerüchen und Geschmack (Blütezeit, mit z. B. Obst-, Saft- od. Schnapsverkostung bei verarbeitenden Landwirten: auch Kooperationen denkbar)
- auch zur Gästebindung: mit Gästen Äpfel bekleben ⇒ gereifte Frucht mit Schriftzug im Herbst als Werbung zusenden
- Apfelbaumpatenschaft mit Gästen oder Bürgern initiieren: kostet 30 - 50€ im Jahr und beinhaltet die fachkundige Pflege (v. a. Schnitt) u. 10-20 kg Äpfel pro Jahr oder Apfelwein/-saft-/muß o. ä. - > dies kann sich der Gast abholen, den Baum sooft er möchte besuchen usw.
- Möglichkeit Streuobstwiese so kostengünstig zu erhalten, pflegen und zu nutzen

Probleme

- Nachfrage braucht Zeit oder Werbung
- Engagement der verarbeitenden Pächter/Besitzer/Landwirte

Beteiligte

- Tourismusanbieter, Gemeinden, Gäste
- Landwirte, Pächter/Besitzer
- DLR

Finanzierung

- Gemeinden
- Tourismusanbieter
- Refinanzierung über Patenschaft

Zeitrahmen

- mittelfristige Option bis 2012

Maßnahme:

a) Gründung eines Werbe- und Tourismusausschusses

Beschreibung

- Interessengemeinschaft/Aktionsgruppe Werbung und Tourismus muss losgelöst vom Gemeinderat sein und diesem beratend zur Seite stehen
- ggf. könnte ein gemeinsamer Ausschuss von Immerath und Winkel gegründet werden, dann fällt die Kommunikation und der Austausch leichter
- dieser IG/AG sollte sich auch der Förderung des Tourismus ganz konkret annehmen, z. B. mit Veranstaltungen

Probleme

- fraglich ist, auf welcher Ebene sich dieser Ausschuss bewegen soll
- ggf. besser auf überörtlicher Ebene „Ferienregion rund ums Pulvermaar“

Finanzierung

- keine Kosten

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Bürger

Zeitrahmen

- sofort

Maßnahme:

b) Selbstverständnis und Eigenverantwortung

Beschreibung

- Weiterbildungsveranstaltungen der Ferienregion Daun und Eifel-Tourismus nutzen (Service-Q)
- bei Interesse Kontaktaufnahme mit Ferienregion Daun, die dann Organisation in die Hand nimmt
- regelmäßige Pressemitteilungen zum Tourismus im Amtsblatt/Aushänge -> ansprechende Gestaltung, kein Amtsdeutsch (vgl. Anlage)
- Alle sollten wissen, was sie verkaufen: Rundfahrt Interessierter zu Sehenswürdigkeiten

Probleme

- auf einzelbetrieblicher Ebene oder
- auf Ebene ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘

Finanzierung

- Tourismusanbieter
- Gemeinden

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Bürger
- ‚Ferienregion rund ums Pulvermaar‘, Ferienregion Daun
- Eifel Tourismus

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

c) Akteursversammlungen

Beschreibung

- regelmäßige (3 bis 4 mal jährlich) Treffen der Akteure (Ferienwohnungen, Hotel, Höfe, Trike-Verleih, Schulmuseum, Seminarhaus usw.)
- Ziel: Gedankenaustausch, Ideenschmiede, Kooperationspool
- gemeinsame Messebesuche, Ausflüge zu regionalen Sehenswürdigkeiten u. ähnlichen Urlaubszielen
- zukünftig auf Ferienregion rund ums Pulvermaar ausdehnen

Probleme

- Aktionismus darf nicht in Langeweile übergehen
- Versammlungen unter bestimmte Motti stellen (Service-Qualität im Kleinen, Beschwerdemanagement, Gästemonitoring)
- externe Referenten einladen

Finanzierung

- Tourismusanbieter

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden
- Ferienregion rund ums Pulvermaar

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

d) Wettbewerbe

Beschreibung

- verschiedene Motti: Vulkanismus-Deko, Halloween-Deko, Weihnachts-Deko, regionale Pflanzen im Garten etc.
- schönster Vorgarten, schönste Dorfstraße etc.
- diese Wettbewerbe in Zeitung ankündigen, Preisverleih inszenieren
- externe Bewertungsjury einladen
- vgl. auch Dorfentwicklungskonzept Immerath 1996, Maßnahme 13

Probleme

- Organisation

Finanzierung

- Gemeinden, Ferienregion Daun
- Sponsoren

Beteiligte

- Gemeinden
- Bürger

Zeitraumen

- ab 2008 möglich

Maßnahme:

e) Marktbeobachtung

Beschreibung

- kontinuierliches Gästemonitoring
- nur wer seine Gäste und deren Wünsche genau kennt, kann sich darauf einrichten
- unbedingt überörtliche Kooperation anstreben
- Schulung/Einweisung, die Ziel und Bedeutung nahe bringt unbedingt notwendig
- stetige Verbesserung und Aktualisierung des Fragebogens

Probleme

- langfristig besser auf Ebene „Ferienregion rund ums Pulvermaar“

Finanzierung

- geringe Kosten; Fragebogenvorlage ist Teil des Gutachtens
- Vervielfältigung durch Kopieren

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- zukünftiger Werbe- und Tourismusausschuss

Zeitraumen

- ab sofort

Maßnahme:

f) Projekt- / Aktionsgruppen

Beschreibung

- nach Interessenlage, so können sich Bürger auch selektiv beteiligen
- z. B. Projektgruppe Homepage, PG Nordic Walking, PG Beherbergung, PG WeihnachtsMAARkt

Probleme

- regelmäßige Organisation
- langfristiges Engagement

Finanzierung

- Gemeinden

Beteiligte

- Tourismusanbieter
- Gemeinden, Bürger
- Vereine

Zeitrahmen

- ab sofort

5.5 Maßnahmenübersicht

Die **Beteiligtenmatrix** verschneidet die Maßnahmen mit Zuständigkeiten auf der Planungs- und Umsetzungsebene. Sie spricht Empfehlungen aus, welche Institutionen bzw. Planungsebenen in die Detailplanung und Umsetzung der Einzelmaßnahmen einbezogen werden sollten. Die Erstellung der Matrix erfolgte m. H. der DLR-Mosel sowie der ‚Ferienregion Daun‘.

Legende der Sonstigen Beteiligten

- 1...Str.- & Genehmigungsdirektion Nord
- 2...Sponsoren
- 3...Seminarhaus Vulkaneifel
- 4...Eifelsteig
- 5...Biotopbetreuer
- 6...Landesvermessungsamt Koblenz
- 7...Landesbetrieb Mobilität
- 8...Künstler
- 9...Rechtsberatung
- 10...Schulungsunternehmen
- 11...Forstamt
- 12...Revierförster
- 13...Rudis Trike Verleih
- 14...Landwirte
- 15...Premiumradwege
- 16...Wissenschaftliche Unterstützung
- 17...Heinz Schmitz, Immerath
- 18...Amt für Denkmalpflege Daun
- 19...Kirche
- 20...Landesamt für Geologie
- 21...zuk. Werbe- & Tourismusausschuss
- 22...Verbandsgemeinde Ulmen
- *...z. B. Hoteliers, Landwirte, Museen usw.
- **...außerhalb der Bodenordnung (Beratung, einzelbetriebliche Förderung, Regionalvermarktung, ...)
- ***...innerhalb der Bodenordnung (Beratung, Flächenmanagement)

5.5.1 Beteiligtenmatrix

Maßnahme	Tourismusanbieter	Gemeinden	Vereine	Bürger	Pächter/Eigentümer	Akteure der Region*	Ferien rund ums Pulvermaar	Ferienregion Daun	Eifel Tourismus GmbH	European Geopark Vulkaneifel	Landkreis Vulkaneifel	Verbandsgemeinde Daun	Land Rheinland-Pfalz	DLR**	DLR-Bodenordnung***	Teilnehmergeinschaft	Aktion Blau	Wirtschaftsförderung	Sonstige
5.1 Natur und Landschaft																			
5.1.1 Renaturierung Immerather Risch																			
a) Gestaltung Feuchtbiotop	x	x	x	x											x	x	x		1, 2
b) Gestaltung Mini-Maar	x	x	x	x											x	x	x		2
5.1.2 Winkeler Maar																			
a) Winkeler Maar bepflanzen	x								x						x	x			
b) Renaturierung des Baches	x														x		x		
5.1.3 Aussichtssituation am Maarrand																			
a) Gestaltung Natur-Parkplatz	x														x	x			
b) Gestaltung Plateau	x														x	x			
5.1.4 Aufwertung und Nutzung des Immerather Maars																			
a) Stationen des Parcours der Sinne	x																		3
b) Beschilderung und Biotoppflege	x																		4, 5, 6
5.1.5 Gestaltung der Ortseingänge																			
a) Pfostern mit Wappen der Ortseingänge	x																		7
5.1.6 Vulkanismus thematisieren																			
a) Themenführung																			3, 8
b) Integration in European Geopark	x																		
5.1.7 Regelung der Wegeinstandsetzung / Ruckeschäden																			
a) Vermeidung und Prüfung vertraglicher Möglichkeiten	x																		9, 10, 11, 12
5.1.8 Lavagrube Winkel in das touristische Geschehen einbinden																			
a) Nutzung mit thementouristischen Angeboten	x																		13
5.1.9 Thematisierung Naturschutz und Tourismus																			
a) Sonstige land- und forstwirtschaftliche Themenwege	x																		11, 14

Maßnahme	Tourismusanbieter	Gemeinden	Vereine	Bürger	Pächter/Eigentümer	Akteure der Region*	Ferien rund ums Pulvenmaar	Ferienregion Daun	Eifel Tourismus GmbH	European Geopark Vulkaneifel	Landkreis Vulkaneifel	Verbandsgemeinde Daun	Land Rheinland-Pfalz	DLR**	DLR-Bodenordnung**	Teilnehmergemeinschaft	Aktion Blau	Wirtschaftsförderung	Sonstige
5.2 Angebot und Infrastruktur																			
5.2.1 Informations- und Besucherleitsystem																			
a) Infopunkt an zentralen Orten	x					x													
b) Parkplatzsituation Winkel	x						x												
c) Gestaltung eines Dorfplatzes in Winkel	x															x			7
5.2.2 Wegenetz																			
a) Anbindung an überregionales Wanderwegenetz	x							x											4
b) Anbindung an überregionales Radwegenetz	x							x											15
c) Verbindungsweg Ober-/Nieder-Winkel, Rundweg	x																		
d) Verbindungsweg Immerath und Winkel	x																		3
e) Reitwege	x																		
f) Erlebnisweg Winkel „Die Welt der Spinnen“	x																		10
g) Wünschelruten-Lehr-Pfad	x																		3, 17
h) Örtliches Wegenetz	x																		
5.2.3 Sonstige Maßnahmen																			
a) Regionale Qualitätssiegel	x																		
b) Klassifizierungen	x																		
c) Heu-Hotel, alternative Übernachtungsmöglichkeiten	x																		14
d) Meditationswiese	x																		4

Maßnahme	Tourismusanbieter	Gemeinden	Vereine	Bürger	Pächter/Eigentümer	Akteure der Region*	Ferien rund ums Pulvermaar	Ferienregion Daun	Eifel Tourismus GmbH	European Geopark Vulkanifel	Landkreis Vulkanifel	Verbandsgemeinde Daun	Land Rheinland-Pfalz	DLR**	DLR-Bodenordnung**	Teilnehmergeinschaft	Aktion Blau	Wirtschaftsförderung	Sonstige
5.3 Kultur und Freizeit																			
5.3.1 Inwertsetzung des kulturellen Erbes																			
a) Angebot Schulmuseum / Backhaus	x	x	x	x															18
b) Beschilderung denkmalgeschützter Gebäude		x		x															19
c) Kreuzweg, Dreifaltigkeitskapelle		x		x															22
d) Mühlen Üßbachtal/7-Täler-Weg		x		x															
e) Wildfrauenhaus Winkel		x		x															
5.3.2 Veranstaltungen																			
a) Backfest	x	x	x	x															
b) Sportfest	x	x	x	x															
c) Tag des Geotops im Steinbruch Winkel		x		x															20
d) WeihnachtsMAARKT	x	x	x	x															
e) Mundarttreffen	x		x	x															
f) Veranstaltungen / Events in der Umgebung	x	x																	
5.3.3 Wetterunabhängiges Angebot																			
a) Spiel(e)scheune	x	x	x																
b) Kooperation mit Akteuren der Umgebung	x	x																	
c) Verleihstationen	x	x		x															

Maßnahme	Tourismusanbieter	Gemeinden	Vereine	Bürger	Pächter/Eigentümer	Akteure der Region*	Ferien rund ums Pulvermaar	Ferienregion Daun	Eifel Tourismus GmbH	European Geopark Vulkaneifel	Landkreis Vulkaneifel	Verbandsgemeinde Daun	Land Rheinland-Pfalz	DLR**	DLR-Bodenordnung**	Teilnehmergemeinschaft	Aktion Blau	Wirtschaftsförderung	Sonstige
5.4 Werbung und Organisation																			
5.4.1 Außenmarketing und PR																			
a) Pflege Homepage Winkel	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
b) Verlinkung	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
c) Regionale Kooperation	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
d) Überregionale Kooperation	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
e) PR-Aktionen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
f) Einbindung aller Unterkünfte in Onlinebuchungssystem	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
g) LandschaftsGenuss	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5.4.2 Innenmarketing																			
a) Gründung eines Werbe- und Tourismusausschusses	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
b) Selbstverständnis und Eigenverantwortung	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
c) Akteursversammlungen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
d) Wettbewerbe	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
e) Marktbeobachtung	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
f) Projekt- / Aktionsgruppen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

5.5.3 Maßnahmeneinschätzung

Die Realisierungsmatrix verknüpft zwei Perspektiven: 1. die touristische Notwendigkeit, d. h. die Einschätzung aus touristischer Sicht, welche Maßnahmen für die Gemeinden einen hohen Nutzwert haben werden. In dieser Betrachtungsweise sind finanzielle, politische oder sonstige einschränkende Rahmenbedingungen nicht berücksichtigt. 2. die Umsetzbarkeit im Hinblick auf finanzielle, politische und sonstige Rahmenbedingungen. Die Kombination dieser beiden Perspektiven verdeutlicht, welche Maßnahmen unbedingt notwendig und gut umsetzbar sind, und welche vielleicht nicht oder erst längerfristig bearbeitet werden können.

Maßnahme	Touristische Notwendigkeit A...sehr hoher Nutzen, B...mittlerer Nutzen, C...geringer Nutzen	Umsetzbarkeit 1...geringe ~, 2...mittlere ~, 3...hohe ~, 4...sehr hohe Kosten u. Probleme
5.1 Natur und Landschaft		
5.1.1 Renaturierung Immerather Risch		
a) Gestaltung Feuchtbiotop	A	4
b) Gestaltung Mini-Maar	A	4
5.1.2 Attraktivierung Winkeler Maar		
a) Bepflanzung	A	3
b) Renaturierung des Baches	A	3
5.1.3 Aussichtssituation am Maarrand		
a) Gestaltung Natur-Parkplatz	A	2
b) Gestaltung Plateau	A	3
5.1.4 Aufwertung und Nutzung des Immerather Maars		
a) Stationen des Parcours der Sinne	A	2
b) Beschilderung und Biotoppflege	A	3
5.1.5 Gestaltung der Ortseingänge		
a) Pflastern der Ortseingänge mit Ortswappen	B	3
5.1.6 Vulkanismus thematisieren		
a) Themenführungen	C	2
b) Integration in European Geopark	A	1
5.1.7 Wegeinstandhaltung		
a) Vermeidung und Prüfung vertraglicher Möglichkeiten	B	2
5.1.8 Lavagrube Winkel		
a) Nutzung mit thementouristischen Angeboten	B	2
5.1.9 Thematisierung Naturschutz und Tourismus		
a) Sonstige land- und forstwirtschaftliche Themenwege	C	2

5 Maßnahmenkatalog

Maßnahme	Touristische Notwendigkeit A...sehr hoher Nutzen, B...mittlerer Nutzen, C...geringer Nutzen	Umsetzbarkeit 1...geringe ~, 2...mittlere ~, 3...hohe ~, 4...sehr hohe Kosten u. Probleme
5.2 Angebot und Infrastruktur		
5.2.1 Informations- und Besucherleitsystem		
a) Infopunkte an zentralen Orten	A	2
b) Parkplatzsituation Winkel	A	2
c) Gestaltung eines Dorfplatzes in Niederwinkel	B	3
5.2.2 Wegenetz		
a) Anbindung an überregionales Wanderwegenetz	A	4
b) Anbindung an überregionales Radwegenetz	B	4
c) Verbindungsweg Ober-/ Nieder-Winkel, Rundweg	A	2
d) Verbindungsweg Immerath und Winkel	A	2
e) Reitwege	C	3
f) Erlebnisweg Winkel „Die Welt der Spinnen“	B	2
g) Wümschelruten-Lehr-Pfad	B	2
h) Örtliches Wegenetz	B	2
5.2.3 Sonstige Maßnahmen		
a) Regionale Qualitätssiegel	A	1
b) Klassifizierungen	A	2
c) Heu-Hotel, alternative Übernachtungsmöglichkeiten	A	2
d) Meditationswiese	C	1

5.5 Maßnahmenüberblick

Maßnahme	Touristische Notwendigkeit	Umsetzbarkeit
	A...sehr hoher Nutzen, B...mittlerer Nutzen, C...geringer Nutzen	1...geringe ~, 2...mittlere ~, 3...hohe ~, 4...sehr hohe Kosten u. Probleme
5.3 Kultur und Freizeit		
5.3.1 Inwertsetzung des kulturellen Erbes		
a) Angebot Schulmuseum / Backhaus	A	1
b) Beschilderung denkmalgeschützter Gebäude	A	2
c) Kreuzweg, Dreifaltigkeitskapelle	B	1
d) Mühlen Üßbachtal/7-Täler-Weg	A	3
e) Wildfrauenhaus Winkel	C	1
5.3.2 Veranstaltungen		
a) Backfest	A	2
b) Sportfest	B	1
c) Tag des Geotops im Steinbruch Winkel	B	2
d) WeihnachtsMAARkt	A	2
e) Mundarttreffen	C	1
f) Veranstaltungen / Events in der Umgebung	B	3
5.3.3 Wetterunabhängiges Angebot		
a) Spiel(e)scheune	B	3
b) Kooperation mit Akteuren der Umgebung	A	1
c) Verleihstationen	B	2
5.4 Werbung und Organisation		
5.4.1 Außenmarketing und PR		
a) Pflege Homepage Winkel	A	1
b) Verlinkung	A	1
c) Regionale Kooperation	A	1
d) Überregionale Kooperation	A	1
e) PR-Aktionen	A	2
f) Einbindung aller Unterkünfte in Onlinebuchungssystem	A	2
g) LandschaftsGenuss	B	2
5.4.2 Innenmarketing		
a) Gründung eines Werbe- und Tourismusausschuss	A	1
b) Selbstverständnis und Eigenverantwortung	A	2
c) Akteursversammlungen	A	1
d) Wettbewerbe	B	1
e) Marktbeobachtung	A	2
f) Projekt- / Aktionsgruppen	B	1

Umsetzungsprobleme ergeben einerseits durch finanzielle Einschränkungen. Häufiger treten Probleme aber durch mangelnde Absprache und eine nicht vorhandene Diskussionskultur auf. Ein kontinuierlicher Gedankenaustausch unter den Beteiligten aller Planungsebenen ist daher dringend zu empfehlen.

Vor diesem Hintergrund ergeben sich folgende Top Ten der Maßnahmen:

1. Gründung eines Werbe- und Tourismusausschuss mit festgelegten Kompetenzen und Aufgaben (5.4.2 a)
2. Regionale Kooperation in den Bereichen Marketing und Pauschalen (5.4.1 c), wetterunabhängiges Angebot (5.3.3 b), Gästemonitoring (5.4.2 e)
3. Gestaltung/Aufwertung des vulkanischen Formenschatzes Immerath Risch (5.1.1), Winkeler Maar (5.1.2)
4. Integration in ‚Vulkaneifel European Geopark‘ (5.1.6 b)
5. Gestaltung der Aussichtssituation am Maarrand (5.1.3)
6. Informations- und Besucherleitsystem mglst. in Kooperation mit anderen Gemeinden (5.2.1) und Anbindung an überregionale Premiumwege (5.2.2 a und b)
7. Nutzung regionaler Qualitätssiegel (5.2.3 a)
8. (Re)Aktivierung min. eines Festes (MAARathon, WeihnachtsMAARKt (5.3.2)
9. Pflege der Internetseiten mit Möglichkeit der Online-Buchung (5.4.1 a und b)
10. Alternative Übernachtungsmöglichkeiten schaffen (5.2.3 c)

Abschließend lässt sich festhalten, dass die naturräumliche Ausstattung von Immerath und Winkel noch großes Potenzial für die landschaftsbezogene Erholung bietet. Im Rahmen des Bodenordnungsverfahrens kann innerhalb kurzer Zeit hier sehr viel bewegt werden. Diese Chance sollte unbedingt genutzt werden.

Daneben, das zeigten die Workshops in den Gemeinden, haben Immerath und Winkel engagierte Einwohner, die für die Zukunft der Gemeinden sehr wichtig sind. Sie haben Ideen und wollen ihre Gemeinden voran bringen. Das Engagement dieser Bürger muss nun noch gebündelt und kanalisiert werden, um es so effektiv wie möglich zu nutzen.

Darüber hinaus ist an einigen Stellen auch professionelle Unterstützung gefragt. Insbesondere das Außenmarketing und die Außendarstellung, was Infrastrukturausstattung und PR anbelangt, sollten niemals einzig und allein auf Gemeindeebene geplant und umgesetzt werden. Auch hier gilt es, gemeinsam und kooperativ das Bestmögliche aus der Region heraus zu holen.

6 Literatur

- ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD CLUB (ADFC) (Hg.) (2007): Radtourismus 2007: Zahlen, Daten, Fakten. [www.adfc.de]
- B.A.T. FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT (B.A.T) (Hg.) (2005): Deutschland 2020. Hamburg. [http://www.bat.de]
- B.A.T. FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT (B.A.T.) (Hg.) (2007): Tourismusanalyse 2007. Hamburg.
- BARTH, W.-E. (1995): Praxis der Besucherlenkung in Waldgebieten. In: MOLL, P. (Hg.): Umweltschonender Tourismus - Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. Bonn. = Material zur Angewandten Geographie, Bd. 24, S. 141-152.
- BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, NÜRNBERG (Hg.) (2007): Statistik. Arbeitslose nach Gemeinden. [http://www.pub.arbeitsamt.de/hst/services/statistik/detail/a.html]
- BUNDESAMT FÜR RAUMORDNUNG UND RAUMPLANUNG (BBR) (Hg.) (2005): Raumordnungsbericht 2005. Bonn.
- BUNDESVERBAND DEUTSCHER OMNIBUSUNTERNEHMER (BDO) (Hg.) (2007): Bestandsaufnahme und Perspektiven im Bustourismus 2007. Berlin.
- DLR MOSEL (Hg.) (2006): Projektbezogene Untersuchung Winkel. Bernkastel-Kues.
- DWIF-INSTITUT (Hg.) (2002): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. München.
- DWIF-INSTITUT (Hg.) (2005): Tagesreisen der Deutschen. München.
- FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN (F.U.R.) (Hg.) (2003): Urlaubsreisen mit Kindern. Datenbasis RA 2002. Kiel/Hamburg.
- FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN (F.U.R.) (Hg.) (2005): Urlaubsreisen der Senioren. Datenbasis RA 2005. Kiel/Hamburg.
- FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN (F.U.R.) (Hg.) (2006): Die Urlaubsreisen der Deutschen. Kurzfassung der Reiseanalyse 2006. Kiel/Hamburg.
- FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN (F.U.R.) (Hg.) (2007): Erste Ergebnisse Reiseanalyse 2007. Vortrag anlässlich der ITB Berlin. [www.fur.de]
- FREYER, W. (2004): Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft. München.
- GESELLSCHAFT FÜR KONSUMFORSCHUNG (GfK) (Hg.) (2007): Consumer Tracking Mai 2007. [http://www.gfk.com/imperia/md/content/ps_de/chart_der_woche/2007/kw19_07_finanzlage.pdf]

6 Literatur

- HOFFMANN, R. (2006): Geotourismus - Fachdidaktische Legitimation und Potenziale. In: Geographie und Schule 159, S. 28-31.
- INSTITUT FÜR ANGEWANDTE KINDERMEDIENFORSCHUNG (IFAK) (Hg.) (2007): Definition des Begriffes Edutainment. Stuttgart. [<http://www.hdm-stuttgart.de>]
- INSTITUT FÜR TOURISMUS- UND BÄDERFORSCHUNG IN NORDEUROPA GMBH (N.I.T.) (Hg.) (2006): Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Lande. N.I.T., Kiel.
- LAG VULKANEIFEL (o. J.): Lokale Aktionsgruppe Eifel. Wittlich. [www.bernkastel-wittlich.de (31.10.07)]
- LEDER, S. (2003): Wandertourismus. In: BECKER, C./HOPFINGER, H./STEINECKE, A. (Hg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. München/Wien.
- LEDER, S. (2006): Neue Muße im Tourismus - eine Untersuchung von Angeboten mit den Schwerpunkten Selbstfindung und Entschleunigung. Paderborn.
- LOHMANN, M./ADERHOLD, P./ZAHL, B. (2004): Urlaubsreisetrends 2015. Die RA Trendstudie. Kiel.
- LUFT, H. (2005): Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen. Destination Management. Meßkirch.
- MEIER KRUKER, V./RAUH, J. (2005): Arbeitsmethoden der Humangeographie. WBG, Darmstadt.
- MEYER, W. (1994): Geologie der Eifel. Stuttgart.
- NATUR- UND GEOPARK VULKANEIFEL GMBH (2007): Vulkaneifel European Geopark - eine Vision wurde wahr. Daun. [www.ngp-ve.de (31.10.07)]
- NEUBEISER, E. (1982): Immerath, die Geschichte eines Eifeldorfes. Daun. [www.jahrbuch-vulkaneifel.de]
- PROJECT M (Hg.) (2003): 50plus - eine wachsende touristische Zielgruppe. Vortrag auf dem IHK-Tourismustreff Saar-Hunsrück. Mettlach.
- SCHÜLLER, A./LOTZ, G./SCHNEIDERS, S. (2006): Nationaler GeoPark VULKANLAND EIFEL. In: Geographie und Schule 159, S. 17-18.
- STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND(Hg.) (2006): 11. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung - Annahmen und Ergebnisse. Wiesbaden.
- STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (Hg.) (2007): Kreisfreie Städte und Landkreise 2006. Ein Vergleich in Zahlen. Bad Ems. [<http://www.statistik.rlp.de/verlag/gesamt/sonstiges/kreisuebersichten.pdf> 31.10.07]
- ZUKUNFTSINSTITUT (Hg.) (2006): Trend-Studie 2006. Kelkheim.

Anlagen

1	Geologische Informationen	2
2	a) Denkmalgeschützte Gebäude in Immerath	3
	b) Denkmalgeschützte Gebäude Winkel	4
3	Kontaktdaten der wichtigsten übergeordneten touristischen Institutionen	5
4	Hinweise zur Auslage des Fragebogens	6
5	Vorschlag Gästefragebogen	7
6	Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung	10
7	Tabellarische Zusammenstellung der Ergebnisse der Interviews	18
8	Bewertung der Internetauftritte der Gemeinden der VG Daun sowie der an das Untersuchungsgebiet grenzenden Gemeinden	20
9	Tabellarische Zusammenfassung der Prospektanalyse	23
10	Teilnehmerliste der Workshops	24
11	Teilnehmer des Strategietreffens	26
12	Beispiel für ansprechende Gestaltung von Pressemitteilungen/ Newsletter u. ä....	27
13	ADFC-Kriterien „Bed&Bike“	29
14	Kernkriterien „Wanderbares Deutschland“	31
15	UEM-Standards für Motorradfreundliche Unterkünfte in Europa	32
16	Qualitätskriterien Regionalmarke Eifel	33
17	Qualitätskriterien „Wanderbares Deutschland“ für Gastgeber	35
18	Kriterien „Regional-Erste Wahl“	36
19	Kriterien „Der grüne Pfad“	37
20	Qualitätskriterien für Premiumwanderwege	38
21	Überarbeitetes Wanderwegekonzept Immerath-Winkel	41
I	Präsentation und Fotos der Workshops Immerath und Winkel	
II	Fotoprotokoll des Strategietreffens	

Anlage 1: Geologische Informationen

Quelle Meyer 1994

11.2.6.2.1 Wetschert

Etwa 1,5 km nordöstlich von Immerath liegt am westlichen Talhang des Übbaches 350 m unterhalb der Einmündung des Rüsselbaches ein kleiner Vulkanwall, den schon Mitscherlich (1866) und v. Dechen (1886) unter dem Namen Wetschert erwähnen, dessen deutliche Ringform aber bislang nicht auf dem Meßtischblatt dargestellt wurde, hier findet sich die Flurbezeichnung Weidert. Eine erste topographische und geologische Kartendarstellung erfolgte durch Cipa (1953, 1956). Durch die Eruptionstätigkeit wurde am Talhang eine schüsselartige Vertiefung aus dem Devon herausgesprengt, die zum Tal einen natürlichen Abfluß hat, der von Menschenhand noch vertieft wurde. Der Schlot wird von einem kreisrunden Wall von Schlacken und Tuffen umgeben, der etwa 300m Durchmesser hat. An der Seite zum Übbach enthält er viele Schweißschlacken. Eine Tuffdecke ist von Cipa noch einen halben Kilometer weit nach W und SW verfolgt worden. Nach Quitzow (1971) hat der Vulkan das schon fast bis zum heutigen Niveau eingetiefte Übbachtal über 5 m hoch mit Schlacken und Tuffen aufgefüllt, er war also während der Wurm-Kaltzeit tätig.

11.2.6.2.5 Maar von Oberwinkel

Südlich von Oberwinkel liegt eine in N-S-Richtung langgestreckte Wanne, die als Maar anzusehen ist. Ihre vulkanologischen Durchmesser betragen nach Noll (1967a: 11) 700 und 900 m, ihre Tiefe zwischen 45 und 50 m. Im südwestlichen Teil finden sich zwei Talanfänge. Basaltlapilli-Tuffe sind fast ringsum verbreitet. Auf dem SE-Hang werden nach Frechen schwarze Aschen und Lapillituffe von geschichteten aus Devonfragmenten bestehenden Tuffen überlagert, in denen sich südwestlich von Niederwinkel Auswürflinge alkalischer Glimmerschiefer finden.

11.2.6.2.12 Immerather Risch

Das Immerather Risch liegt in einem Seitentälchen des Übbaches. Das Dorf Immerath liegt an der SW-Seite des von Wiesen eingenommenen Maarkessels, der in der NW-SE-Richtung 1 300 m lang ist bei einer Breite von 900 m und einer Tiefe von 70–90 m. Die Innenwände des Kessels sind mit umgelagerten Tuffen bedeckt. Da sie am SW-Hang bis zu 2 m mächtig werden und Rutscherscheinungen zeigen, vermutet Cipa, daß sie vom nahen Immerather Maar ausgeworfen wurden, auf dem Steilhang jedoch abrutschten. Wenn das zutrifft, wäre das Risch älter als das Immerather Maar. Petrographisch lassen sich die Tuffe beider Maare nicht voneinander unterscheiden. Devongesteine reichen am SE-Ende des Rischs bei Nieder-Immerath bis an den Maarboden hinab. Die vulkanische Ausweitung des Tals erfolgte nicht symmetrisch zum Tal, sondern an der NE-Flanke stärker als an der SW-Seite. Unter den Auswürflingen in den Tuffen finden sich wie beim Immerather Maar nach Frechen Sanidine, die z.T. noch Lagen von angeschmolzenem Glimmer enthalten oder von dunklem Glas, das von Glimmern stammt; Wienecke fand auch Gneis-Auswürflinge. Nach Cipa findet sich innerhalb der Tuffe nordwestlich vom Immerather Risch eine 2-3 cm dicke Aschentufflage, die der Wartgesberg-Vulkangruppe entstammt. Demnach waren beide Vulkane gleichzeitig tätig, wenn auch der Wartgesberg-Vulkan den Risch-Vulkan überdauert haben dürfte, wie ein von Wienecke (1979b) aus Strotzbüsch (r 6919 h 5292) beschriebenes Tuffprofil zeigt.

11.2.6.2.13 Immerather Maar

Auch dieses Maar entstand in einem Nebental des Übbachtales. Durch den Oberlauf des Baches wurde ein Teil des Maarkessels zugeschüttet, so daß der Maarboden nur zur Hälfte mit Wasser bedeckt ist. Ein größerer Wurf erfolgte in südwestlicher Richtung. Die Tuffe, die westlich der Straße nach Strotzbüsch beim Punkt 439,6 in Gruben aufgeschlossen sind, bestehen fast nur aus Devonmaterial, darunter auch metergroße Blöcke. Sehr vereinzelt finden sich wie beim Immerather Risch Sanidine und Einzelkörner von Sanidin. Selten sind auch echt magmatische Bestandteile wie blasiger Basalt oder Bomben aus Augit, Hornblende oder Biotit. Nach Frechen entspricht die Menge des ausgeworfenen Devonmaterials etwa dem Inhalt der beiden runden Nischen beiderseits des Tales die den Maarkessel bilden. Nach Noll (1967a: 11) hat das Maar im Niveau der Devonoberkante die Abmessungen 700 mal 600 m und eine maximale Tiefe von 60 m. Das Maar ist um 1870 durch Vertiefung der Bachschlucht trockengelegt worden. Die heutige Wasserfüllung geht auf eine Vernachlässigung des Abflußgrabens in den Jahren 1900–1980 zurück (Cipa 1956:73).

Anlage 2a: Denkmalgeschützte Gebäude in Immerath

Denkmalgeschützte Gebäude in Immerath			
Ort	Hausnummer	Baujahr	Beschreibung
Immerath	---	---	Grabungsschutzgebiet "Römische Villa Immerath" - Reste eines römischen Hofes (villa rustica)
Immerath	12	1851	Gemeinde Backhaus u. Schule - zweistöckig, Bockfachwerk, Holztüre, Holzgewände, Holzfenster mit Sprossen, Satteldach mit Naturschieferdeckung, Kelleraußeneingang, Giebelseitig schönes Sandsteinkreuz, Anlage wurde 1979 Neu Restauriert, neuer Putz, Fenster, Hof
Immerath	6	1857	Trierer Haus
Immerath	x1	1909	Wirtschaftsteil
Immerath	x2	ca. 1850	im oberen Teil Fachwerk
Immerath	8	ca. 1800	Wirtschaftsteil
Immerath	14	1856	Haustür von 1850, Giebeldreieck in Fachwerk
Immerath	15	ca. 1880	Wirtschaftsteil
Immerath	16	1850	---
Immerath	23	ca. 1880	Wirtschaftsteil
Immerath	24	ca. 1850	Trierer Haus - Giebel Fachwerk, nach Zerstörung wieder aufgebaut
Immerath	27	1856	---
Immerath	28	ca. 1860	Bleigliasierte Pfannen, Fenstergewände im 1. Stock aus Holzzargen
Immerath	32	ca. 1870	Wohnteil
Immerath	33	ca. 1870	Wohnteil - bildet mit Nr.32 eine Trierer Zeile
Immerath	36	ca. 1880	Wohnteil
Immerath	37	ca. 1870	Trierer Haus
Immerath	45	ca. 1870	---
Immerath	46	1876	Trierer Haus
Immerath	50	1852	Wohnteil
Immerath	52	ca. 1870	Wirtschaftsteil
Immerath	x3	ca. 1860	früher Schmiede

Anlage 2b: Denkmalgeschützte Gebäude in Winkel

Denkmalgeschützte Gebäude Winkel			
Ort	Hausnummer	Baujahr	Beschreibung
Oberwinkel	ca.	1800	Kapelle - 1stöckig, Bruchsteinmauerwerk verputzt, Buntglasfenster, Sandsteingew. Holztür, Satteldach, Naturschieferdeckung
Oberwinkel	---	---	ehem. Hofgutkapelle - Verputzter Bruchsteinbau mit Naturschieferdach und Dachreiter, Sandsteingewände, Buntglasfenster und 2-teilige Holztüre
Oberwinkel	34	1815	ein Anwesen -
Oberwinkel	35	1815	ehem. Gut, die Kapelle gehörte zum Gut, Haupthaus mit Krüppelwalm Kellereingang, traufseite bei Haus Nr. 35, Bemerkung: Es muss geklärt werden, ob die Häuser 34 u. 35 u. Kapelle und die nordöstl. Weniger bedeutenden Bauten für eine Denkmalzone geeignet sind.
Oberwinkel	39 ca.	1880	ehem. Trierer Haus
Oberwinkel	37	1874	Trierer Haus
Niederwinkel	12 ca.	1880	ehem. Trierer Haus
Niederwinkel	15	1875	Trierer Haus
Niederwinkel	17	1875	Wohnteil
Niederwinkel	19 ca.	1850	Trierer Haus - 2stöckig, Bruchsteinhaus, 4achser, Einfirstanlage, Sandsteingewände, Holztür, Holzfenster, Galgenfenster mit Sprossen, Satteldach mit Naturschieferdeck., Gemauerter Scheunentorbogen, Holztor auf Drehdollen, Stallgattertür mit Oberlicht, Bemerkung: bildet mit Nr. 18 Trierer Zeile
Niederwinkel	20 ca.	1880	alte Schule
Niederwinkel	21 ca.	1850	Trierer Haus - mit hochgelegener Futterluke, im Wirtschaftsteil noch Holzzargen, nach Original verputzt
Niederwinkel	A	19. Jhd.	Kath. Fialkirche - einfacher verputzter Kirchenbau aus dem 18. Jhd. Mit dreiseitigem Chorschluss und flachbogigen Fenstern, wertvoller Holzaltar aus dem 17. Jhd. mit Schnitzarbeiten
Niederwinkel	25 ca.	1850	im Giebeldreieck noch Fachwerk, ein Fenster noch Holzzargen, Wirtschaftsteil im Winkel, OG Fachwerk
Niederwinkel	28 ca.	1880	---

Anlage 3: Kontaktdaten der wichtigsten übergeordneten touristischen Institutionen

Name	Homepage	Ansprechpartner	E-Mail	Telefon
Eifel.de	www.eifel.de	Bauer+Kirch GmbH Monschau	info@eifel.de	
Eifel Tourismus (ET) Gesellschaft mbH	www.vulkaneifel.de www.eifel.info	Klaus Schäfer (Geschäftsführer)	info@eifel.info	06551/96 560 (TI)
Landesbetrieb Wald und Holz NRW, Nationalparkforstamt Eifel	www.nationalpark-eifel.de		info@nationalpark-eifel.de	02444/95 100
Eifeltour.de	www.eifeltourer.de www.eifeltour.de	Arne Houben Marzellus Boos	info@rmv-web.de boos@eifeltour.de	06542/5151 06551/96 5137
Natur- und Geopark Vulkaneifel GmbH	www.geopark-vulkaneifel.de	Dr. Andreas Schüller (wiss. Leiter) Alfred Bauer (Geschäftsführer)	andreas.schueler@vulkaneifel.de	06592/93 3202
Gemeinde- und Verkehrsbüro Landkreis Vulkaneifel	www.vulkaneifel.com		touristinfo@gillenfeld.de	06573/720
VG Daun, Tourist-Information Daun	www.daun.de	Thomas Rätthlein (inhaitl. Verantwortl.)	touristinfo@daun.de	06592/95 130 (TI)
VG Gerolstein, Tourist-Information Gerolsteiner Land	www.gerolsteiner-land.de	Dr. Peter Bitschene (Geologe) Hans Peter Böffgen (Geschäftsführer)	touristinfo@gerolsteiner-land.de bitschene@gerolsteiner-land.de boeffgen@gerolsteiner-land.de	06591/949 910 (TI)
VG Hillersheim, Urlaubsregion Hillesheim/Vulkaneifel e.V.	www.hillesheim.de	Christian Backes Manfred Schmitz	touristik@hillesheim.de	06593/809 200 (TI)
VG Obere Kyll, Verkehrsverein Oberes Kylltal	www.oberekyll.de		touristinfo.obereskylltal@t-online.de	06597/2878 (TI)
VG Kelberg, Tourist-Information Landkreis Cochem-Zell	www.vgv-kelberg.de		touristinfo@vgv-kelberg.de	02692/87 218 (TI)
VG Ulmen, Verkehrsverein Ulmen e.V. Landkreis Bernkastel-Wittlich	www.verkehrsverein-ulmen.de		nicht vorhanden	02676/409 152
VG Manderscheid, Manderscheid Tourist Information	www.manderscheid.de		manderscheid@eifel.info	06572/932 665

Anlage 4: Hinweise zur Auslage des Fragebogens



Liebe Gastgeber
in Immerath und Winkel!



- Der Wettbewerb im Tourismus ist hart, besonders für kleine Betriebe und Dienstleister. Die Rahmenbedingungen ändern sich stetig und das Angebot muss dementsprechend angepasst werden. Die Gemeinden unterstützen die Entwicklung des Tourismus und brauchen dafür zukünftig eine Planungsgrundlage. Um die Marktveränderungen greifbarer zu machen wurde für die beiden Gemeinden Immerath und Winkel ein Gästefragebogen erstellt.
- Ziel der Befragung ist es, Stärken und Schwächen des touristischen Angebots von der Nachfragerseite aus zu identifizieren und Handlungsbedarf aufzudecken. Außerdem können Sie anhand der Befragung Ihre Gäste besser kennenlernen, deren Ansprüche verstehen und ihre Wünsche erfahren. Die Kenntnis der genauen Zielgruppen ermöglicht eine passgenaue Ausrichtung Ihres Angebots und vermeidet den „Gießkanneneffekt“, der alle ansprechen soll, jedoch niemanden wirklich erreicht.
- Bitte unterstützen Sie deshalb auch in Ihrem Sinne die touristische Entwicklung Ihrer Gemeinde, indem Sie die Fragebögen an Ihre Gäste weitergeben! Erklären Sie Ihren Gästen kurz die Intension der Befragung und weisen Sie darauf hin, dass keine Identifikationsmerkmale erhoben werden und die Daten absolut vertraulich behandelt werden! Ein Bogen pro Familie oder Paar.
- Händigen Sie den Fragebogen schon beim Check-In aus und fragen Sie bei der Abreise nach dem ausgefüllten Bogen (Datum eintragen)! Dies gibt Ihren Gästen Zeit, sich über die Fragen Gedanken zu machen.

Im Namen der gesamten Gemeinde vielen Dank für Ihr Engagement!

Für Rückfragen stehen Ihnen gern zur Verfügung:

Herr Bgm. Prescher	Tel.: 06573/996456	Email: ortsgemeinde.winkel@vgdaun.de
Herr Bgm. Müller-Keißeler	Tel.: 06573/996650	Email: info@immerath-vulkaneifel.de
Frau Bünten	Tel.: 0651/201-4699	Email: katrin.buerten@gmx.de
Herr Neß (DLR Mosel)	Tel.: 06531/956-184	Email: carsten.ness@dir.rlp.de

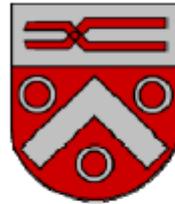
Anlage 5: Vorschlag Gästefragebogen

Datum: _____

Liebe Gäste!



Wir bemühen uns Ihren Aufenthalt in Immerath und Winkel Ihren Wünschen entsprechend zu gestalten. Dazu benötigen wir Ihre Hilfe! Bitte nehmen Sie sich 5 Minuten Zeit, uns Ihre Eindrücke zu schildern. Die Ergebnisse helfen, uns noch besser auf Ihre Erwartungen einzustellen.



1. Ist das Ihr erster Aufenthalt in Immerath/Winkel?

- Ja
- Nein, ich war schon _____ Mal hier
- Ich war schon in der Region, nämlich in _____

2. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist? (Mehrfachnennungen möglich)

- Auto
- Motorrad
- Trike
- Bahn/Linienbus
- Fahrrad
- Sonstiges _____

3. Wo übernachteten Sie?

- gar nicht
- Immerath
- Winkel
- Region, nämlich in _____

4. Wie oft übernachteten Sie?

- gar nicht
- 1-3 Nächte
- 4-7 Nächte
- länger als 7 Nächte

5. Welche Art der Unterkunft haben Sie gewählt? (Mehrfachnennungen möglich)

- Hotel
- Jugendherberge
- Pension
- Campingplatz
- Ferienwohnung
- Privatzimmer
- bei Verwandten / Bekannten
- Sonstiges: _____

6. Mit wem reisen Sie?

- PartnerIn
- Familie mit _____ Personen, davon sind _____ Kinder unter 18 Jahren
- Freunde/Bekannte mit _____ Personen

Anlage 5: Vorschlag Gästefragebogen

7. Handelt es sich bei Ihrem Aufenthalt um einen...

- Haupturlaub
- Zweit- bzw. Dritturlaub
- Wochenendausflug
- Tagesausflug

8. Welche Art von Urlaub verbringen Sie in der Region? (Mehrfachnennungen möglich)

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Erholungsurlaub | <input type="radio"/> Urlaub auf dem Bauernhof |
| <input type="radio"/> Besuch von Verwandten/Bekanntem | <input type="radio"/> Geotourismus (Maare, Vulkanismus) |
| <input type="radio"/> Geschäftsreise | <input type="radio"/> NaturErlebnis |
| <input type="radio"/> Wanderurlaub | <input type="radio"/> Campingurlaub |
| <input type="radio"/> Radurlaub | <input type="radio"/> Sonstiges _____ |

9. Was unternehmen Sie außerdem?

10. Wie viel geben Sie ungefähr pro Tag und pro Person aus? (in Euro)

- Übernachtung _____
- Lebensmittel _____
- Gastronomie _____
- Kultur (Museum, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen) _____
- Sonstiges _____

11. Wie haben Sie von Immerath/Winkel erfahren? (Mehrfachnennungen möglich)

- zufällig vorbei gekommen
- Informations-/Werbematerial
- Empfehlung durch Freunde/Verwandte
- Internet
- Touristinformation in _____
- Sonstiges _____

12. Was hat Ihnen in Immerath/Winkel besonders gut gefallen?

Anlage 5: Vorschlag Gästefragebogen

13. Was würden Sie sich außerdem wünschen?

14. Haben Sie vor in den nächsten zwei Jahren wieder zu kommen?

- ja, auch nach Immerath ja, auch nach Winkel
 ja, in die Region
 vielleicht
 nein

Zum Abschluss möchten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person bitten. Diese Angaben dienen rein statistischen Zwecken und werden selbstverständlich wie alle Ihre Angaben streng vertraulich behandelt.

15. Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie?

- Hoch-/Fachhochschulabschluss
 Abitur
 Mittlere Reife
 Hauptschul-/Volksschul-Abschluss
 Keinen

16. Wie hoch ist das monatliche Netto-Einkommen Ihres Haushaltes insgesamt? (Einkünfte aller im Haushalt lebenden nach sämtlichen Abzügen in €)

- unter 1.500
 1.500 bis unter 3.000
 3.000 bis unter 5.000
 5.000 und über 5.000
 keine Angabe

17. In welchem Jahr wurden Sie geboren? 19 ____

18. Woher kommen Sie? Land _____
PLZ _____

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit und Unterstützung. Wir wünschen Ihnen noch einen schönen Aufenthalt!

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Ist das Ihr erster Aufenthalt in Immerath/Winkel?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nein	8	57,1	57,1	57,1
	ja	6	42,9	42,9	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Ich war schon ... Mal hier.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	5	35,7	55,6	55,6
	2	1	7,1	11,1	66,7
	3	1	7,1	11,1	77,8
	6	1	7,1	11,1	88,9
	26	1	7,1	11,1	100,0
	Gesamt	9	64,3	100,0	
Fehlend	System	5	35,7		
	Gesamt	14	100,0		

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Auto	13	92,9	92,9	92,9
	Motorrad	1	7,1	7,1	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Wo übernachten Sie?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Immerath	13	92,9	100,0	100,0
Fehlend	System	1	7,1		
	Gesamt	14	100,0		

Wie oft übernachten Sie?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 bis 3 Nächte	6	42,9	46,2	46,2
	4 bis 7 Nächte	4	28,6	30,8	76,9
	länger als 7 Nächte	3	21,4	23,1	100,0
	Gesamt	13	92,9	100,0	
Fehlend	System	1	7,1		
Gesamt		14	100,0		

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Welche Art der Unterkunft haben Sie gewählt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hotel	11	78,6	78,6	78,6
	Ferienwohnung	1	7,1	7,1	85,7
	Sonstiges	2	14,3	14,3	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Sonstige Nennungen Art der Unterkunft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig		12	85,7	85,7	85,7
	Bauernhof	1	7,1	7,1	92,9
	Landhaus*	1	7,1	7,1	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

* Hotel (Hotel Landhaus Schend)

Mit wem reisen Sie?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	PartnerIn	6	42,9	46,2	46,2
	Familie	2	14,3	15,4	61,5
	Freunde/Bekannte	5	35,7	38,5	100,0
	Gesamt	13	92,9	100,0	
Fehlend	System	1	7,1		
Gesamt		14	100,0		

Handelt es sich bei Ihrem Aufenthalt um einen...

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Haupturlaub	2	14,3	14,3	14,3
	Zweit- bzw. Dritturlaub	10	71,4	71,4	85,7
	Wochenendausflug	2	14,3	14,3	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Welche Art von Urlaub verbringen Sie hier in der Region?

Motiv 1

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Erholungsurlaub	6	42,9	42,9	42,9
	Wanderurlaub	2	14,3	14,3	57,1
	GeoUrlaub	2	14,3	14,3	71,4
	Seminar	2	14,3	14,3	85,7
	Sonstiges	2	14,3	14,3	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Welche Art von Urlaub verbringen Sie hier in der Region?
Motiv 2

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Erholungsurlaub	1	7,1	16,7	16,7
	Besuch von Verwandten/Bekanntem	2	14,3	33,3	50,0
	Wanderurlaub	1	7,1	16,7	66,7
	GeoUrlaub	1	7,1	16,7	83,3
	NaturErlebnisUrlaub	1	7,1	16,7	100,0
	Gesamt	6	42,9	100,0	
Fehlend	System	8	57,1		
Gesamt		14	100,0		

Welche Art von Urlaub verbringen Sie hier in der Region?
Motiv 3

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Wanderurlaub	3	21,4	60,0	60,0
	GeoUrlaub	1	7,1	20,0	80,0
	NaturErlebnisUrlaub	1	7,1	20,0	100,0
	Gesamt	5	35,7	100,0	
Fehlend	System	9	64,3		
Gesamt		14	100,0		

Motiv 4

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	GeoUrlaub	1	7,1	100,0	100,0
Fehlend	System	13	92,9		
Gesamt		14	100,0		

Motiv 5

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	NaturErlebnisUrlaub	1	7,1	100,0	100,0
Fehlend	System	13	92,9		
Gesamt		14	100,0		

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Was unternehmen Sie außerdem?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	3	21,4	21,4	21,4
Anfängerkurs Steinbearbeitung bei Manfred Haussmann in Eckfeld	1	7,1	7,1	28,6
Besuch Cochem/Bernkastel- Kues/Bad Bertrich/Klotten Wildpark/Manderscheid/Wa llendorf/Daun/Gillefeld Maar/ Immerather Maar	1	7,1	7,1	35,7
Besuche des Nürburgrings und von Rallyes	1	7,1	7,1	42,9
Einkaufen, Deutscher Wein und deutsches Bier; Konzerte; fremde Sprache und Dialekte	1	7,1	7,1	50,0
Fahrten in die Umgebung Landschaft + Städte/Dörfer - Leute kennenlernen	1	7,1	7,1	57,1
	1	7,1	7,1	64,3
Pretpark, Rodelbahn, Kasteln + Durchter	1	7,1	7,1	71,4
Wandern	1	7,1	7,1	78,6
Wanderungen	3	21,4	21,4	100,0
Gesamt	14	100,0	100,0	

Wie viel geben Sie ungefähr pro Tag und pro Person aus? (in Euro) Übernachtung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 15	1	7,1	14,3	14,3
30	2	14,3	28,6	42,9
33	1	7,1	14,3	57,1
40	1	7,1	14,3	71,4
45	1	7,1	14,3	85,7
50	1	7,1	14,3	100,0
Gesamt	7	50,0	100,0	
Fehlend System	7	50,0		
Gesamt	14	100,0		

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Lebensmittel

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5	1	7,1	33,3	33,3
	10	1	7,1	33,3	66,7
	50	1	7,1	33,3	100,0
	Gesamt	3	21,4	100,0	
Fehlend	System	11	78,6		
Gesamt		14	100,0		

Gastronomie

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5	1	7,1	25,0	25,0
	10	1	7,1	25,0	50,0
	50	1	7,1	25,0	75,0
	60	1	7,1	25,0	100,0
	Gesamt	4	28,6	100,0	
Fehlend	System	10	71,4		
Gesamt		14	100,0		

Kultur

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5	1	7,1	20,0	20,0
	20	1	7,1	20,0	40,0
	100	3	21,4	60,0	100,0
	Gesamt	5	35,7	100,0	
Fehlend	System	9	64,3		
Gesamt		14	100,0		

Sonstiges

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5	1	7,1	20,0	20,0
	20	1	7,1	20,0	40,0
	100	3	21,4	60,0	100,0
	Gesamt	5	35,7	100,0	
Fehlend	System	9	64,3		
Gesamt		14	100,0		

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Wie haben Sie von Immerath/Winkel erfahren?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Informations- /Werbematerial	1	7,1	7,1	7,1
	Empfehlung	2	14,3	14,3	21,4
	Internet	6	42,9	42,9	64,3
	Seminarleiter	2	14,3	14,3	78,6
	Touristinformation, im Ort geboren, Zeitschrift „Der Ruhestandsbeamte“	3	21,4	21,4	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Was hat Ihnen in Immerath und Winkel besonders gut gefallen?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Alles sehr gut	1	7,1	7,1	7,1
	Das Landhaus Schend und die Ruhe	1	7,1	7,1	14,3
	Die freundlichen Bewohner	1	7,1	7,1	21,4
	Die freundlichen Einwohner	1	7,1	7,1	28,6
	Die Sauberkeit des Ortes; Kommunikation mit Einwohnern; Schulmuseum	1	7,1	7,1	35,7
	Die ursprüngliche Landschaft	1	7,1	7,1	42,9
	Gepflegtheit des Ortes/Hotel/Haus Vulkaneifel	1	7,1	7,1	50,0
	Haus Schend mit allem drum und dran. Wanderung ums Imm. Maar	1	7,1	7,1	57,1
	Maar	1	7,1	7,1	64,3
	Ruhe und das Wandern im Wald	1	7,1	7,1	71,4
	Ruhe, Natur, Maar	1	7,1	7,1	78,6
	Sehr freundliche Leute im Hotel und Dorf. Sehr gute Wanderwege mit ausgezeichneten Schildern.	1	7,1	7,1	85,7
	Die Ruhe. Sehr gutes Essen. Landschaft. Tiere und Vögel	1	7,1	7,1	92,9
	Umgebung/Ruhe/Gutes & Essen/Wein	1	7,1	7,1	100,0
	Gesamt	14	100,0	100,0	

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

Was würden Sie sich außerdem wünschen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	8	57,1	57,1	57,1
Den dörflichen Charakter des Dorfes erhalten!	1	7,1	7,1	64,3
Habe ich keine Idee	1	7,1	7,1	71,4
Informationen über die ganze Moseler/Eifeler Gebiete, Feste, Konzerte, Ausstellungen usw.	1	7,1	7,1	78,6
weniger Fluglärm	3	21,4	21,4	100,0
Gesamt	14	100,0	100,0	

Haben Sie vor, in den nächsten zwei Jahren wieder zu kommen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig nein	2	14,3	14,3	14,3
ja, nach Immerath	10	71,4	71,4	85,7
ja, in die Region	2	14,3	14,3	100,0
Gesamt	14	100,0	100,0	

Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Hoch- /Fachhochschulabschluss	7	50,0	50,0	50,0
Abitur	3	21,4	21,4	71,4
Mittlere Reife	2	14,3	14,3	85,7
Haupt- /Volksschulabschluss	1	7,1	7,1	92,9
keine Angabe	1	7,1	7,1	100,0
Gesamt	14	100,0	100,0	

Wie hoch ist das monatliche Netto-Einkommen Ihres Haushaltes insgesamt?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 0	1	7,1	7,1	7,1
1.500€ bis unter 3.000€	1	7,1	7,1	14,3
3000€ bis unter 5.000€	2	14,3	14,3	28,6
keine Angabe	10	71,4	71,4	100,0
Gesamt	14	100,0	100,0	

Anlage 6: Häufigkeitsauswertung der Gästebefragung

In welchem Jahr wurden Sie geboren?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1928	1	7,1	7,7	7,7
	1930	1	7,1	7,7	15,4
	1933	1	7,1	7,7	23,1
	1938	1	7,1	7,7	30,8
	1940	1	7,1	7,7	38,5
	1942	1	7,1	7,7	46,2
	1943	1	7,1	7,7	53,8
	1945	1	7,1	7,7	61,5
	1948	1	7,1	7,7	69,2
	1957	1	7,1	7,7	76,9
	1959	1	7,1	7,7	84,6
	1962	1	7,1	7,7	92,3
	1964	1	7,1	7,7	100,0
	Gesamt		13	92,9	100,0
Fehlend	System	1	7,1		
Gesamt		14	100,0		

Anlage 7: Tabellarische Zusammenstellung der Ergebnisse der Interviews

		Gäste					Herkunft der Gäste	
		höchstes Aufkommen	Gästezahlen	Gästegruppen	Aufenthaltsdauer			
Allgemein		Beginn	Betten	Grund	Entwicklung	Winkel:		
Talhof Jax	1995	2. Standbein, Abwechslung, Altersvorsorge	von Beginn an 2 Wohnungen	Ferien, Wi ruhig außer Weihnachten	120-140Tage/Jahr, Stammgäste 10x/Jahr	Familien mit Kindern (bis 12/14 Jahren), Kegeclub, junge Paare	1-2 Wochen, lange Woenden	Ruhrgebiet, Thüringen, Mannheim, Köln, NL
Rudi's Trike Verleih	2003	Selbstständigkeit, von Freunden angesprochen	langsam aber gut, Beginn mit 1 Trike, jetzt 4-5 zum Verleih	Sommer bis Okt., sehr wetterabhängig	-	Gruppe v. Kumpels, junge-ältere Paare, kl. Familien	1-2 Tage	Einzugsbereich von 100km, meist Umkreis, NL, Köln
Immerath:								
Landhaus Schend	1997	elterl. Landwirtschaftsbetr leb mit Gastwirtschaft und Fremdenzimmer	von Anfang an gut	Mai, Juni, Juli, Aug., Sept. (kompl. ausgebucht), Wi weniger außer nach Weihn.	ca. 500-600 Übernachtungen	Paare, Senioren, wenige kl. Familien	lange Woenden, 1-2 Wochen	ganz Dtl., B, E, GB, NL
FeWo Harbecke	2005	Auflage beim Hausbau	immer wieder Gäste	Sommer, Wi selten	20-30 Gäste	Paare, Senioren, teilw. kl. Familien, Gäste des Seminarhauses	1Woche, langes Woende	Ost-, N-Dtl., B, weniger NL
FeWo Sausen	2006	Leerstand + Babybett		Sommerferien voll, sonst kaum, Winter gar nichts	6-7 Wochen im Sommer voll (ca. 100 Übernachtungen / Monat; 16 Gäste / Monat)	Familien teilw. Rentnerpaar mit Enkeln	1-2 Wochen, teilw. 3 Wochen	v.a. NL durch Agentur D, Region Aachen, Krefeld manchmal Ausflügler durch Mundpropaganda
Bauernhof Körsten	1975	Nebenwerb, Frau hat Hauswirtschaftsmeister absolviert	sehr gut, aber andere Zeit, viele Stammgäste, v.a. 80er Jahre erfolgreich DLG Gütezeichen	Ferienzeit, Weihnachten, Fastnacht obwohl kein Schneengebiet	-	v.a. Familien, selten Gruppen (z.B. Jungschützen), Wanderer, Radfahrer früher weniger, eher schlecht wg. Maaren	früher 2-3 Wochen, heute nicht mehr so lange	D (weniger Süddtl.), v.a. NL, B, aber auch E und F
Seminarhaus Nau	2003	Platz, Raum, Freiheit für Vision Seminarhaus, Optimum gefunden in Immerath	-	-	-	kleine Gruppen	1, 2 Tage, teilw. 3-5 Tage bei Seminaren, teilw. auch ohne Übernachtung	Rhein-Ruhr, Trier, Mosel, Hunsrück, Luxemburg
Schulmuseum	-	-	-	geöffnet von April-Oktober Do. 14-17.00	1.200-1.500 p.a.	Urlauber der Region, Vereine, Schulklassen, teilw. Ausflügler, weniger Familien	-	Region, Urlauber der Region

Anlage 7: Tabellarische Zusammenstellung der Ergebnisse der Interviews

Experteninterviews Anbieter: Angebot, Marketing		beliebteste Aktivitäten / Ziele	geplante Angebote	Organisation	Kooperationen	Werbung	Mitgliedschaft/ Klassifizierung
vorhandene Angebote							
Winkel: Talhof Jax	Grillabende, Nachtwanderungen, Jagd, Schlepperfahrt, Winzerabend	Wandern, Maare, Cochem	Erweiterung geplant mit 2 Wohnungen mehr Aufnahme von Gruppen	allein, teilw. mit Kollegen	sehr interessiert, teilw. Aushelfen u. mit Kollegen	Internet, Ferienkatalog Daun, Mundpropaganda, mehr lohnt sich nicht	Urlaub bei Freunden
Rudi's Trike Verleih	Routenvorschläge, geführte Tages- u. 2-Tagesfahrten (Lux)	Region, nähere Orte	-	allein, Ehefrau	sehr interessiert, teilw. mit Pension / Hotels	v.a. Mundpropaganda, Pensionen, TI Daun	
Immerath: Landhaus Schend	Wellness, Dorfkneipe, Grillabende, einheim. Wanderführerin	Wandern, Radfahren, Kultur (Spanier)	Grillhütte; Übernahme durch Tochter	allein, Personal, Ehemann	teilw. mit FeWo Harbecke	Internet, Ferienkatalog, Beamtenblätchen, früher Buskatalog	3-Sterne-Dehoga
FeWo Harbecke	keines: Information der Gäste	Wandern, Radfahren		allein	Gäste vom Landhaus Schend, HP Gäste dort, mit Trike vorstellbar	Internet, Gastgeber der Vulkaneifel, Infokasten Gillenfeld	keine
FeWo Sausen	Garten mit Liegen, Grill u. kleinem Pool; Prospektmappe mit Angeboten; Frühstück manchmal aber berufstätig Gäste bis jetzt immer mit Auto angereist	Einkaufen, Ausflüge zu Maaren od. Freizeitpark	nichts geplant	alleine teilweise hilft Ehemann	Empfehlen der Gastronomie (Landhaus Schend) Prospekte von Trike Verleih	z. Z. nur durch Agentur in NL (Bellevilla) eigene Homepage geplant	keine FeWo nach Bellevilla mit 3 Sternen klassifiziert (neu renoviert; komplett ausgestattet)
FeWo Körsten	Grillabende; mit Traktor von Wanderungen abgeholt; Abende mit Stricken, Basteln, Erzählungen; Wanderrouten vorgeschlagen teilw. begleitet Seminare, 1-/2-tägig, angemietet auch 3-5-tägig	Kinder haben auf Hof mit gemacht Grillabende	keine; Aufgabe geplant	ganze Familie mit Kindern	keine (eher Neid)	keine früher in Tourist Information	keine
Seminarhaus Nau	Vermietung, Bogenschießen, Körpercoaching, meditatives Trommeln, Kochkurse; Visionssuche		Ausbau Scouting, Sinnespäd	Ehepaar Nau, Mieter der Seminarräume	Biobauern der Region, je nach Jahreszeit, Bettenangebot im Ort, auch Jax	Anzeigen anfangs, Flyer, die an bestimmten Orten ausgelegt werden, Internet, Newsletter, Empfehlung	keine
Schulmuseum	Unterricht wie früher	-	-	ehrenamtlich	-	TV-Sendungen, Hierzuland, Fahr mal hin, TI Gillenfeld	-

Anlage 8: Bewertung der Internetauftritte der Gemeinden

Internetauftritt der Ortsgemeinden der VG Daun:	Homepage	Einschätzung ¹	Touristischer Inhalt ² (siehe Legende unten)	Aktualisierungsdatum
VG Daun				
Stadt Daun	www.stadt-daun.de	++	1 2 3 4 5 6 7	2005
Daun-Boverath	www.daun-boverath.de	+	1 2 3 4 7	2003
Daun-Gemünden	www.daun-gemuenden.de	-	1 2	2001-2005
Daun-Neunkirchen	www.daun-neunkirchen.de		in Überarbeitung (Onlineschaltung 07/2007)	2006
Daun-Pützborn	%			
Daun-Rengen	www.rengen.de	+	1 2 4 6	nicht vorhanden
Daun-Steinborn	www.daun-steinborn.de	-	1 2	nicht vorhanden
Daun-Waldkönigen	%			
Daun-Weiersbach	%			
Betteldorf	www.betteldorf.de	+	1 2 3 4 7	nicht vorhanden
Bleckhausen	www.bleckhausen.de		in Bearbeitung	
Brockscheid	www.brockscheid.de	-	1 2 4	1998-2005
Darscheid	www.darscheid.de	+	1 2 3 4	2007
Demerath	www.demerath-eifel.de	+	1 2 3 4 7	2007
Deudesfeld	www.deudesfeld.de	++	1 2 3 4 5	nicht vorhanden
Dockweiler	www.dockweiler-web.de	++	1 2 3 4 6 7	10.07.07
Dreis-Brück	www.dreis-brueck.de	++	1 2 3 4 5 6	2007
Ellscheid	www.ellscheid.de	+	1 2 4 7	06.07.07
Gefell	www.gefell.de	-	1 2 3 7	nicht vorhanden
Gillenfeld	www.gillenfeld.de	++	1 2 3 4 5 7	09.07.07
Hinterweiler	www.hinterweiler.de	-	1 2 3 4 7	2007

Anlage 8: Bewertung der Internetauftritte der Gemeinden

Hörscheid	www.hoerscheid.de			in Bearbeitung	
Immerath	www.immerath-vulkaneifel.de	+		1 2 3 4	08.07.07
Kirchweiler	www.kirchweiler.de	-		2 3	nicht vorhanden
Kradenbach	www.kradenbach.de	-		1 2 3 4 6 7	nicht vorhanden
Mehren	www.mehren.de	+		1 2 3 4 6 7	nicht vorhanden
Meisburg	www.meisburg.de	+		1 2 4 5 7	03.06.07
Mückeln	www.mueckeln.de	-		1 2 3 4	15.04.07
Nerdlen	www.nerdlen.de	-		1 2 3 4 7	08.07.07
Niederstadtfeld	www.niederstadtfeld.de	+		1 2 3 4 7	09.07.07
Oberstadtfeld	www.oberstadtfeld.de			in Bearbeitung	
Sarmersbach	www.sarmersbach.de	-		3 4	nicht vorhanden
Saxler	%				
Schalkenmehren	www.schalkenmehren.de	++		1 2 3 4 5 6	nicht vorhanden
Schönbach	www.schoenbach-eifel.de	-		1 4 6 7	2007
Schutz	www.schutz-vulkaneifel.de	+		1 2 3 4 7	nicht vorhanden
Steineberg	www.steineberg.de	+		1 2 3 4	2007
Steinigen	www.steinigen.de			keine Verbindung	
Strohn	www.strohn.de	+		1 2 3 4 7	nicht vorhanden
Strotzbüsch	www.strotzbuesch-vulkaneifel.de	+		1 2 3 4	Juli 2007
Üdersdorf	www.uedersdorf.de	-		1 2 3 4 7	nicht vorhanden
Ü.-Ortsbezirk Tetscheid	%				
Ü.-Ortsbezirk Trittscheid	%				
Udler	www.udler.de	-		1	16.09.05
Utzerath	www.utzerath-eifel.de	+		1 2 3 4 7	nicht vorhanden
Wallenborn	www.wallenborn-eifel.de	+		1 2 3 4 7	01.06.07
Weidenbach	www.weidenbach-eifel.de	-		1 2 3 4	nicht vorhanden
Winkel	www.winkel-eifel.de	+		1 2 3 4 7	2005

Anlage 8: Bewertung der Internetauftritte der Gemeinden

VG Ulmen					
Lutzerath	www.lutzerath.de	+	2 3 4 5 7	nicht vorhanden	
Wollmerath	keine Homepage				
Auderath	www.auderath.de	-		nicht vorhanden	
Ulmen	www.verkehrsverein-ulmen.de	+	2 3 4 5 7	nicht vorhanden	

1 ++ Informationen ausreichend; + wenige bis Informationen vorhanden; - keine bis sehr geringe Informationen

2 1 Link zu Tourismus; Informationen vorhanden zu: 2 Unterkünten; 3 Veranstaltungen; 4 Unternehmungen; 5 Tourist-Information, Prospektbestellung; 6 Stadt- bzw. Ortsplan; 7 Anfahrtsbeschreibung
% zum Recherchezeitpunkt nicht vorhanden

Anlage 9: Tabellarische Zusammenfassung der Prospektanalyse

Quelle	Inhalt				Touristische Produkte					Zielgruppen			Organisation			
	Imagebroschüre	Übernachtungsverzeichnis	Einzelangebote		Radmagazin	Radflyer	Wandermagazin	Wanderflyer	Kultur / Veranstaltungen	Wellness- / Kurangebote	Familie	Singles	Senioren	Anschreiben	Überweisungsträger	Anspruchspartner
Eifel Tourismus (ET), Prüm	X	X		- Katalog Monschauer Land	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Nationalpark Eifel, Schleiden-Gemünd	X	X		- Dauner Maare, Vulkaneifelmagazin, Manderscheid	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Kur- und Verkehrsamt Daun	X	X		- Vulkaneifelmagazin, Georouten	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TW Gerolsteiner Land	X	X		- Geopfad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Urlaubsregion Hillesheim / Vulkaneifel e.V.	X	X		- Vulkangarten Steffeln, Historische Wassermühle, Eisenmuseum, Besucherbergwerk, Kronenburger See	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tourist-Information Oberes Kylltal, Stadtkyll	X	X		- Ortsplan, Thermalbad Bad Bertrich, Freizeitzentrum Cochem, Deutsches Schieferbergwerk, Wild- und Erlebnispark Daun, Burg Pyrmont, Burgruine Nürburg, Freizeitpark Klotten / Cochem, Nürburging, Schloss Büresheim, RegioRadler	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Verkehrs-Verein Ulmen e.V.	X	X		- Vulkaneifelmagazin, Stadtplan	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tourist-Information Manderscheid	X	X														
Touristinformation Kelberg			nichts geschickt													

Anlage 10: Teilnehmerliste der Workshops

Anwesenheitsliste zum Workshop im Rahmen der Erarbeitung eines touristischen Konzeptes in den BZ Immerath und Winkel am 29. Aug, 2007 in Winkel

lfd.Nr.	Name	Vorname	Telefonnummer
1	Borsch	Wolfgang	06573/996308
2	Jax	Friedhelm	06592/1730380
3	Prescher	Jörg	06573 996456
4	Jax	Paul	06573/1709
5	Althoff	Joachim	06573/1008
6	Jimmen	Stephan	06575 14254
7	Büntgen (Immerath)	Enrico	06573/717
8	Althoff	Erwin	06573, 729
9	Prescher	Prescher Sigrid	06573-996456
10	Thielen	Jürgen	(DLR Mosel)
11	Neß	Carsten	(DLR Mosel)
12	Rott	Angelika	(Moderation)
13	Büntgen	Katrin	(Moderation)
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			

Anlage 10: Teilnehmerliste der Workshops

Anwesenheitsliste zum Workshop im Rahmen der Erarbeitung eines touristischen Konzeptes in den BZ Immerath und Winkel am 30. Aug, 2007 in Immerath

lfd.Nr.	Name	Vorname	Telefonnummer
1	Saesen	Stefanie	06573/9112
2	Schmitz	Hans	06573/1526
3	Schneiders	Edmund	06573-94121
4	Wolff	Willi	06573/1430
5	Pörling	Frank	06573/986211
6	Nau, Barbara	Barbara	06573/996404
7	Nau	Ekkehard	06573-996404
8	Schmid	Valentin	06573/393
9	Müller-Keseler	Endolf	06573/274
10	Trosdorff	Reinhold	06573/1570
11	Scheid	Reinhold	06573/306
12	Gloronimus	Johannes	06573/953530
13	Thielen	Jürgen	(DLR-Mosel)
14	Neß	Carsten	(DLR-Mosel)
15	Rott	Angelika	(Moderation)
16	Bünten	Katrin	(Moderation)
17			
18			
19			
20			
21			

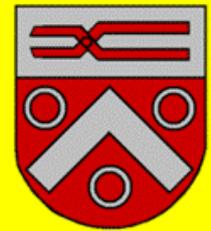
Anlage 11: Teilnehmer der Strategietreffens

TeilnehmerInnen

Strategiesitzung 25.10.2007, 19.00 Kreisverwaltung Daun
 „Touristischen Entwicklungskonzept für Immerath und Winkel“

Nr.	Name, Vorname	E-Mail (wenn Fotoprotokoll gewünscht)
1	Klöcker, Werner	w.klocker@vgrdaun.de
2	Fischer, Jörg	oebgw@vgrdaun.de
3	Paul, Paul	info@eifel-baunhof.de
4	Hieronymus, Johannes	0Hiero@t-online.de
5	Müller-Keseler, Rudolf	mueller-keseler@ongie.de
6	R. Steudl	info@Landhaus-Steudl.de
7	Eckhardt, Nati	contact@naucousult.de
8	RÄTHLEN, THOMAS	TH.RAETHLEN@FORUM.Daun.de
9	Baier, Alfred	alfred.baier@milkenhof.de
10	Thielen, Jürgen	DLR-Kosel
11	Ness, Carsten	DLR-Kosel
12	Zinken, Martin	Moderation
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		

Tourismus - im Blickfeld



Einladung

zur Gründung eines Werbe- & Tourismusausschusses

Ihre aktive Teilnahme am Workshop ermöglichte die Weiterentwicklung verschiedenster Ideen. Die Umsetzung bedeutet für uns alle noch ein großes Stück Arbeit.

Ein Werbe- und Tourismusausschuss, der losgelöst von den Aktivitäten des Gemeinderates agiert, soll helfen, möglichst viele Ihrer Stimmen einzufangen. Jeder kann dabei sein!

Wir laden Sie ein:

am **25. Januar 2008**

um **19.00 Uhr** ins Bürgerhaus Winkel

Wir freuen uns auf Ihr Kommen und werden den Abend in einer netten Runde ausklingen lassen!



Tourismus - im Blickfeld



Einladung

zur Gründung eines Werbe- & Tourismusausschusses

Ihre aktive Teilnahme am Workshop ermöglichte die Weiterentwicklung verschiedenster Ideen. Die Umsetzung bedeutet für uns alle noch ein großes Stück Arbeit.

Ein Werbe- und Tourismusausschuss, der losgelöst von den Aktivitäten des Gemeinderates agiert, soll helfen, möglichst viele Ihrer Stimmen einzufangen. Jeder kann dabei sein!

Wir laden Sie ein:

am **25. Januar 2008**

um **19.00 Uhr** ins Bürgerhaus Immerath

Wir freuen uns auf Ihr Kommen und werden den Abend in einer netten Runde ausklingen lassen!



Anlage 13: ADFC-Kriterien "Bed&Bike"

ADFC-Kriterien für Beherbergungsbetriebe

Mindestanforderungen

- Aufnahme von radfahrenden Gästen auch für nur eine Nacht!
- Abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder über Nacht (möglichst ebenerdig, z.B. Garage)
- Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z.B. Trockenraum, Heizungskeller, Boden, Trockner etc.)
- Angebot eines reichhaltigen (vitamin- und kohlehydratreichen) Frühstücks oder einer Kochgelegenheit
- Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten
- Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten
- Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen

zusätzliche Angebote für Beherbergungsbetriebe

- Beratung bei der Anmeldung hinsichtlich einer umweltfreundlichen An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln (insbesondere zur Fahrradmitnahme)
- Hol- und Bringdienst für radelnde Gäste
- Hauseigenes Mietangebot von qualitativ guten Fahrrädern
- Angebot von ausgearbeiteten Tagesradtouren
- Gepäcktransfer von der letzten und/oder zur nächsten Unterkunft
- Reservierungsservice für die nächste Übernachtung in fahrradfreundlichen Betrieben
- Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
- Liste weiterer fahrradfreundlicher Betriebe in der Region
- Lunchpaket zum Mitnehmen
- Gästebuch für Radwanderer

Anlage 13: ADFC-Kriterien "Bed&Bike"

ADFC-Kriterien für Gastronomiebetriebe

Mindestanforderungen

- Qualitativ gute, möglichst überdachte Abstellanlage im Sichtbereich (Räder und Gepäck unter Kontrolle) oder ein abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Räder samt Gepäck
- Ein auf den Bedarf von Radtouristen abgestimmtes Angebot an Getränken, wie zum Beispiel einen "Radlerdrink" (1/2 Liter Fruchtsaft mit Mineralwasser), Früchte- oder Kräutertees. Der Preis sollte unter dem für ein Bier liegen!
- Angebot mindestens einer warmen Mahlzeit während der Öffnungszeiten Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährrangeboten
- Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten
- Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen

zusätzliche Angebote für Gastronomiebetriebe

- Angebot eines Vollwertgerichts und eines vegetarischen Gerichts
- Angebot regionaler Küche
- ganztägige Öffnungszeiten
- Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z.B. Trockenraum, Heizungskeller, Trockner, Boden etc.)
- Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
- Informationen zu fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben der Region
- Lunchpaket zum Mitnehmen
- Gästebuch für Radwanderer

Anlage 14: Kriterien "Wanderbares Deutschland"

Kernkriterien

1. Liegt der Betrieb in einer attraktiven Wanderregion?
2. Liegt der Betrieb in Nähe (bis 2 km) eines Wanderwegenetzes?
3. Ist der Betrieb nach der deutschen Hotelklassifizierung oder dem DTV klassifiziert?
4. Nimmt der Betrieb Wandertouristen kurzfristig und auch für nur eine Nacht auf?
5. Stellt der Betrieb umfassende Informationen über den Betrieb im Prospekt und via Internet zur Verfügung?
6. Ist die einfache Buchung per Brief, Telefon, Fax, Internet/E-Mail möglich?
7. Werden die Gäste im Betrieb persönlich empfangen und bietet er eine persönliche Information zum Programmablauf an?
8. Ist der Betrieb wanderkundig oder hat er Mitarbeiter, die über Wanderangebote informiert sind und individuell Auskunft geben können?
9. Bietet er den Gästen ein vielfältiges und gesundes Wanderfrühstück an?
10. Bietet er Lunchpakete zum Mitnehmen (evtl. gegen Bezahlung) und ein Thermofrühstück an?
11. Wird in der Küche regionaltypisch und mit regionalen Produkten gekocht?
12. Bietet er den wandernden Gästen einen Hol- und Bringservice von und zu Zielen des Wanderweges an?
13. Bietet er eine Möglichkeit, Ausrüstung und Kleidung zu trocknen und können die Gäste Schuhputzzeug ausleihen?
14. Stellt der Betrieb Wanderkartenmaterial (zum Verleih oder gegen Bezahlung) zur Verfügung?
15. Bietet der Betrieb Routenvorschläge für ortsnahe Wanderungen und Tourenberatung mit zusätzlichem Informationsmaterial an?
16. Bietet der Betrieb aktuelle Fahrpläne der öffentlichen Verkehrsmittel an?
17. Gibt es ein „Schwarzes Brett“ für Wanderinformationen?
18. Bietet der Betrieb seinen Gästen Informationen zu lokalen und regionalen Sehenswürdigkeiten?
19. Erhalten die Gäste aktuelle Wetterinformationen?
20. Bietet der Betrieb seinen Gästen einen Reservierungsservice für die nächste Unterkunft und Nacht?
21. Bietet der Betrieb einen Gepäcktransport zur nächsten Unterkunft an?

8 aus 15 Wahlkriterien

1. Bietet der Betrieb regelmäßig geführte Wanderungen an?
2. Bietet der Betrieb spezielle Wanderwochen oder Wanderwochenenden an?
3. Bietet der Betrieb Kombitouren an?
4. Bietet der Betrieb Schlechtwetterangebote in seinem Betrieb oder im Ort an?
5. Bietet der Betrieb Vorträge über die Region an?
6. Führt der Betrieb ein Umweltsiegel (z.B. Viabono)?
7. Erhalten die Mitarbeiter wandertouristische Weiterbildung?
8. Verleiht oder verkauft der Betrieb Wandierzubehör?
9. Hat der Betrieb spezielle Wellnessangebote?
10. Hat der Betrieb eine Tageskarte mit leichten Speisen im Angebot?
11. Bietet der Betrieb auch vegetarische Speisen an?
12. Gibt es Ablageschalen für Wanderschuhe?
13. Bietet der Betrieb eine Waschelegenheit für die Gäste an?
14. Bietet der Betrieb Parkplätze auch für mehrtägige Wandertouren an?
15. Bietet der Betrieb Nichtraucherzimmer und einen Nichtraucherbereich Gastronomie an?

Anlage 15: UEM-Standards für Motorradfreundliche Unterkünfte in Europa



für Hotels, Motels, Gasthöfe, Pensionen und Campingplätze

In einer mit dem offiziellen UEM-Unterkunftsschild gekennzeichneten Motorradfreundlichen Unterkunft sind Motorradfahrer(innen) besonders willkommene Gäste. Im Rahmen der jeweiligen, örtlichen Gegebenheiten verpflichtet sich der Unterkunftsbetreiber, die nachfolgenden Standards zu erfüllen.

Die Unterkunft bietet Motorradfahrern:

- Eine leicht zugängliche, gesicherte und idealer Weise überdachte Unterstellmöglichkeit für Motorräder
- Einen abschließbaren Trockenraum für Motorradbekleidung, sofern im Zimmer keine ausreichende Trockenmöglichkeit vorhanden ist
- Eine Wasch- und Wartungsmöglichkeit für Motorräder in der näheren Umgebung
- Adressen / Telefonnummern von den nächstgelegenen Motorradwerkstätten, Zubehörhändlern und Pannenhilfsdiensten
- Empfehlungen für Motorradtouren in der Umgebung (wenn vorhanden auch Off Road)
- Informationen zu Wettervorhersage und Straßenverhältnissen

Anlage 16: Qualitätskriterien Regionalmarke Eifel

MARKE EIFEL				
Qualitätskriterien und Kontrollverfahren				
Produkt: Eifel-Frischmilch				
	Bereich	Kriterien <small>(Auswahl, kann erweitert bzw. ergänzt werden)</small>	Doku- mentation	Kontrolle
ERZEUGUNG	Betrieb	<ul style="list-style-type: none"> • Lage des Betriebs in der Eifel, Haltung des Bestandes in der Eifel 	Betriebsadresse, Bestandsregister	Jährliche Kontrolle durch anerkannte Prüfinstitute
	Fütterung	<ul style="list-style-type: none"> • Grundfutter zu 100% aus der Eifel • Zukauffutter gemäß QM Milch, möglichst aus dem Naturraum Eifel • Kein Anbau gentechnisch veränderter Pflanzen 	Checkliste, Lieferschein, Offene Deklaration	
	Haltung	<ul style="list-style-type: none"> • Strohhaltung der Kälber bis 4 Monate und Weidehaltung der Jungtiere bis 18 Monate • Tiergerechte Haltung gemäß QM Milch • Bestandsregister gemäß VVVO • Medikamenteneinsatz gemäß QM Milch 	Tierpass, Bestandsregister, Arzneimittel-Kontrollbuch QM-Zertifikat	
	Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> • Bündelung der Markennutzer in einer Produzentenprüf-Gemeinschaft • Teilnahme QM Milch 	Vertrag QM-Zertifikat	
VERARBEITUNG	Betrieb, Milchgewinnung / -lagerung	<ul style="list-style-type: none"> • Ausschließlich Milchgewinnung und Verarbeitung in der Eifel • Ausschließlich Milch von Tieren nach den Erzeugungskriterien Marke EIFEL (s.o.) • Erfassung, Verarbeitung, Lagerung und Transport gemäß QM Milch und getrennt für Marke EIFEL-Milch 	Betriebsadresse, Veterinärbehörde, Betriebsaufzeichnung, QM-Zertifikat	Jährliche Kontrolle durch anerkannte Prüfinstitute
	Qualität	<ul style="list-style-type: none"> • Ausschließlich pasteurisieren und homogenisieren • Fettgehalt: mind. 3,8 % (naturbelassen) • quartalsweise sensorische und analytische Prüfung durch ein unabhängiges, anerkanntes Prüfinstitut (mind. 4 von 5 Punkten) 	Prüfberichte	
	Hygiene	<ul style="list-style-type: none"> • HACCP-Hygienekonzept 	HACCP-Konzept	
	Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> • Bündelung der Markennutzer in einer Produzentenprüf-Gemeinschaft • Warenein- und -ausgangskontrolle (Input-Output-Vergleich) • Teilnahme QM Milch 	Vertrag Warenein- und -ausgang QM-Zertifikat	

Anlage 16: Qualitätskriterien Regionalmarke Eifel

Touristische Klein- und Kleinstbetriebe (Ferienwohnungen, Privatzimmer, etc.)

Bereich	Kriterien (Auswahl kann ergänzt bzw. erweitert werden)	Dokumentation	Kontrolle
Grundlagen (Regionalität und Qualität)	Lage des Betriebes im Naturraum Eifel	Betriebsadresse	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Der Betrieb fühlt sich der Philosophie und den Zielen der Marke EIFEL verpflichtet und sieht darin auch eine Basis für die Profilierung der Urlaubsregion Eifel	Unterzeichnung der Markenpräambel	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Mindestens 3-Sterne der DTV-Klassifizierung	Nachweis der DTV-Klassifizierung	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Benennung eines betriebsinternen Qualitätscoaches	Anspiechperson	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Teilnahme an den Seminaren der Qualitätsoffensive oder vergleichbaren Seminaren	Teilnahmebestätigung	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Der Betrieb erstellt eine Servicekette zu Reservierung, Ankunft, Aufenthalt, Abreise, Nachbetreuung	Servicekette und Augenscheinname	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle
	Der Betrieb erstellt einen Aktionsplan (auf der Basis der Servicekettenanalyse, des individuellen Beratungsgesprächs, der vermittelten Seminarinhalte und der Gästebefragungen) mit jährlich mindestens 6 Verbesserungsmaßnahmen und setzt diese um	Aktionsplan und Augenscheinname	Kontrolle der Umsetzung alle 3 Jahre
	Der Betrieb arbeitet aktiv in der Angebotsgruppe Marke EIFEL/ them. Angebotsgruppen mit und bringt die erforderliche Eigenleistung auf	Teilnahmebestätigung	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Teilnahme mind. zweimal im Jahr an angebotenen Qualifizierungsseminaren / Erfahrungsaustausch	Teilnahmebestätigung durch Eifel Tourismus GmbH o. TI	Eifel Tourismus GmbH
	EIFEL Wort-Bild-Marke wird am Hauseingang gut sichtbar platziert	Augenscheinname	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
Corporate Identity / Erscheinungsbild	In der hauseigenen Werbung wird auf die Mitgliedschaft hingewiesen und das Marke EIFEL-Logo integriert (nach den vorgegebenen Gestaltungsrichtlinien)	Augenscheinname	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Der Betrieb informiert in der Gästemappe: - über die Philosophie der Marke EIFEL - über die Produktlieferanten der Marke EIFEL - über die Gastronomiebetriebe der Marke EIFEL Die Gästemappe wird jährlich überarbeitet.	Augenscheinname	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Die einheitlichen Kundenbewertungskarten (Gästezufriedenheitskarten) Marke EIFEL werden auf den Zimmern gut sichtbar ausgelegt	Augenscheinname, ausgefüllte Karten / Bögen der Marke EIFEL	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Der Betrieb verweist an seinem Ruhetag u. in seinen Ferien auf einen anderen Betrieb der Marke EIFEL	Augenscheinname	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
	Vitrine/Ecke mit haltbaren Produkten der Marke EIFEL und haus-eigenen Produkten sowie mit touristischem Infomaterial, die an gut für die Gäste sichtbarer Stelle vorhanden ist sofern nicht möglich: Information und Bestell-Liste der Marke EIFEL-Produkte in der Gästemappe	Augenscheinname	Kontrolle durch neutrale Prüfstelle alle 3 Jahre
Hausausstattung	Bei einer evtl. Neuausstattung wird empfohlen, einen Teil der Zimmer mit Möbeln der Marke EIFEL auszustatten	Augenscheinname	Freiwillig
	mindestens 3 Produkte der Marke EIFEL kommen beim Frühstück zum Einsatz	Lieferbelege, Rechnungen	jährliche Kontrolle durch neutrale Prüfstelle
Einsatz regionaler Produkte (sofern Frühstücksangebot)			
Vertrieb	Betrieb ist im touristischen Kommunikationsnetzwerk (TKN) der Eifel Tourismus GmbH (Provision fällt nur bei Vermittlung an)	Vermittlungsvertrag	Eifel Tourismus GmbH

Dies ist nur ein Musterbogen zu Ihrer Information:
Bitte nicht ausfüllen und einsenden!



Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland GASTRONOMIE

Gütesiegel für wanderfreundliche Gastronomie

Zukunftsmarkt Wandern: Immer mehr Menschen schnüren auch im Urlaub die Wanderstiefel und wollen die Natur zu Fuß erleben. Damit steigt auch die Nachfrage nach wanderfreundlichen Einkehrmöglichkeiten entlang der Wege mit Serviceleistungen, die auf die Bedürfnisse von Wanderern zugeschnitten sind. Den gewachsenen Ansprüchen der Wanderer kann nur mit einem hohen Qualitätsniveau entsprochen werden.

Der Deutsche Wanderverband unterstützt die Orientierung an den Bedürfnissen der Wandergäste seit Jahren und bietet nun als Träger der Marke „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ das einzige bundesweite und geprüfte Qualitätssiegel für besonders wanderfreundliche Gastronomiebetriebe an. Die Umsetzung erfolgt in Kooperation mit den Landesmarketingorganisationen und regionalen Tourismusorganisationen. Zusammen mit den Partnern vor Ort werden die geforderten Kriterien in den Gastronomiebetrieben Punkt für Punkt kontrolliert.

Nutzen Sie die Vorteile einer Zertifizierung und gewinnen Sie zusätzliche Gäste aus der attraktiven Zielgruppe der Wanderer. Mit dem Qualitätssiegel ausgezeichnete Betriebe können selbst mit dem Aktionslogo werben und werden zudem durch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowohl des Deutschen Wanderverbandes als auch der regionalen Projektpartner öffentlich bekannt gemacht. So werden Sie zum Beispiel auf Deutschlands Wanderplattform Nr. 1 www.wanderbares-deutschland.de gelistet. Über zusätzliche Marketingangebote informiert Sie der Deutsche Wanderverband gerne.

Die Voraussetzungen für die Vergabe des Qualitätssiegels sind:

- Reiner Gastronomiebetrieb ohne Übernachtungsmöglichkeit (bitte informieren Sie sich bei Ihrem touristischen Ansprechpartner über die Kriterien für Unternehmensebetriebe)
- Erfüllung aller Kriterien in den Bereichen Ausstattung, Service und Verpflegung

Um eine Zertifizierung als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zu beantragen, füllen Sie zunächst bitte den Teilnahmebogen komplett aus. Der weitere Ablauf des Zertifizierungsprozesses wird auf der letzten Seite erläutert.

Bitte beachten Sie unbedingt auch die beiliegenden Teilnahmebedingungen Ihres touristischen Ansprechpartners!

Anlage 18: Kriterien "Regional- Erste Wahl"



[| regional](#) | [| mitglieder](#) | [| rezepte](#) | [| markt](#) | [| kontakt](#) | [| links](#)



Was ist Regional?

Als "regional" bezeichnen wir zunächst geografisch einen Umkreis von 40 km um Bernkastel-Kues. Der Hauptbestandteil eines "Regional Erste Wahl" Gerichts muss in diesem Gebiet gezüchtet bzw. angebaut und produziert worden sein.

Ebenso legen wir großen Wert auf das "WIE"!
Sprich: Wie wurde angebaut oder gezüchtet und wie hoch ist die Qualität des Produktes.

Die teilnehmenden Küchenchefs unterliegen folgenden Auflagen:

- Sie führen ein Menü aus regionalen Produkten auf Ihrer Speisekarte
- Sie gestalten das Menü nach dem aktuellen Warenkorb der Region
- Sie tauschen sich über regionale Produzenten und Direktvermarkter aus
- Sie arbeiten an jährlichen Grpßveranstaltungen mit

Sind Sie ein regionaler Anbieter, Händler oder ein Restaurant in der Region?
Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann kontaktieren Sie uns einfach über unser Kontaktformular oder rufen Sie uns einfach an.
Wir informieren Sie gerne.

home - login - impressum design by asit-consulting (c) 2005

Anlage 19: "Der grüne Pfad"

Der grüne Pfad

HOME KONTAKT GALLERIE SITEMAP IMPRESSUM



- WIR ÜBER UNS**
- VERANSTALTUNGEN
- BETRIEBE
- KARTE
- PROSPEKT
- NEWSLETTER

Wir über uns

Unserer abwechslungsreiche Region wird beeinflusst durch das mediterrane Klima der Mosel und die beiden Mittelgebirge Eifel und Hunsrück. Geprägt durch die Landschaft und die Menschen die in ihr leben, entstehen hier die unterschiedlichsten Produkte.



Überall lassen sich kleine Schätze entdecken, weitab von Massenproduktion und touristischen Trampelpfaden. Um Ihnen die Suche nach diesen Schätzen zu erleichtern, haben sich direktvermarktende Landwirte, Winzer und Gastronome zur Interessengemeinschaft »Erleben und Geniessen Mosel-Eifel-Hunsrück« zusammengeschlossen.



Auf dem grünen Pfad können Sie probieren, erholen, staunen, kosten, schlemmen, riechen, entspannen und vieles mehr... Entdecken Sie wie unsere Landschaft »schmeckt«.



Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Erleben und Genießen.

Ihre Interessengemeinschaft
Erleben und Genießen
Mosel-Eifel-Hunsrück

Anlage 20: Qualitätskriterien für Premiumwanderwege



Wandersiegel

Ansprechpartner

Nach einer sorgfältigen Datenaufnahme durch unabhängige Spezialisten und dem Beseitigen der dabei aufgedeckten Schwachstellen wird das „Deutsche Wandersiegel“ bei Erfüllung der Kernkriterien und Erreichen der Mindestzahl an Erlebnispunkten von dem in Marburg ansässigen „Deutschen Wanderinstitut“ für jeweils 3 Jahre verliehen.

Bislang haben sich bereits zahlreiche Premiumwege in ganz Deutschland dem anspruchsvollen Siegeltest unterworfen - von Fernwanderwegen wie Rothaarsteig, Rheinsteig und Hochrhöner bis zu Top-Touren im Tages- oder Halbtagformat, die unter dem Markennamen „Extratouren“ besonders flexibel in vielfältigen touristischen Programmen eingesetzt werden können.

Die Internetseite des Wanderinstituts gibt Auskunft über alle zertifizierten Premiumwege und die erreichten Punktzahlen; www.wanderinstitut.de. Beim Deutschen Wanderinstitut sind weitergehende Informationen über die technischen Rahmenbedingungen für den Erwerb des Deutschen Wandersiegels erhältlich.

Deutsches Wanderinstitut e.V.
Bergblick 3; 35043 Marburg
Tel: 06424-921962
info@wanderinstitut.de

Ansprechpartner:
Dipl. Geograph Klaus Erber
kerber@wanderinstitut.de

Dipl. Geograph Michael Jarmuschewski
mjarmusch@wanderinstitut.de

Deutsches Wandersiegel

Das Gütezeichen für Premiumwege



Deutsches Wanderinstitut e.V.



Modernisierung der Wanderwege

Qualitätskriterien

Mindestanforderungen

Raus aus dem Stress, Natur erleben, Landschaft genießen - das sind die Hauptgründe, die mehr als jeden zweiten Deutschen immer wieder zum Wandern motivieren. Damit man sich dabei wirklich erholt und nicht erneut unter Stress gerät, gibt es überall markierte Wanderwege, einige hunderttausend Kilometer in ganz Deutschland.

Doch nicht alle diese Wege bieten den erhofften Naturgenuss. Schätzungsweise ein Drittel von ihnen liegen auf Schotter, kaum weniger auf Asphalt. Nicht selten findet man sich an Landstraßen oder in tristen Siedlungen wieder: ein Graus für Naturliebhaber. Pfade sind selten geworden, viele Aussichten seit Jahren zugewachsen, Wandermarkierungen, Wegweiser oder Bänke nur noch rudimentär vorhanden.

Zugleich sind die Erwartungen an naturnahe Wanderwege im Hightech-Zeitalter massiv gewachsen. Eine grundlegende Modernisierung des deutschen Wanderwegesetzes ist daher unumgänglich. Das Deutsche Wanderinstitut fühlt sich dieser Aufgabe besonders verpflichtet.

Mit dem „Deutschen Wandersiegel“ haben die Marburger Projekt-Partner Wandern Ende der 90er Jahre auf Anregung führender Touristiker einen Kriterienkatalog entwickelt, der es erlaubt, die Stärken und Schwächen eines Wanderweges möglichst objektiv und genau zu erfassen. Er besteht aus 34 Kriterien, die für jeden Kilometer Weges die Aufnahme von knapp 200 Merkmalen zum Wegeformat, zur Landschaft, ihren kulturellen Sehenswürdigkeiten und zivilisatorischen Barrieren, zum Wanderleitsystem und zu den Makrostrukturen des Umfeldes verlangen. Mit Punkten bewertet und gewichtet, gestatten sie kilometergenau, das Wandererlebnis in Zahlen zu fassen.

Grundlage hierfür sind die Wünsche und Gewohnheiten der Wanderer, wie sie regelmäßig durch die „Profilstudien Wandern“ erhoben werden. Das Zertifikat wird nur an Premiumwanderwege vergeben, die die im Vergleich zu anderen Zertifikaten sehr hohen Ansprüche des „Deutschen Wandersiegels“ erfüllen. Sie bestehen neben dem Erfüllen von obligatorischen Kernkriterien vor allem im Erreichen einer hohen Zahl an Erlebnispunkten.

Kernkriterien (vereinfacht)	
Verbunddecke	max. 1.200m am Stück (bei Benützung attraktiver Ziele zzgl. 300 m bis max. 2.000m), max. 15% der Gesamtstrecke
Verkehrssicherheit	max. 150m am Stück, max. 3% der Gesamtstrecke
Nebendurchgangsstreifen	max. 1.200m am Stück (bei Benützung attraktiver Ziele zzgl. 300 m bis max. 2.000m), max. 10% der Gesamtstrecke
Wegmehrsam begehbar	max. 500m am Stück, max. 5% der Gesamtstrecke
Nutzerfreundliche Markierung	Sichtmarkierung obligatorisch, bei Richtungswechsel mit Bestätigungszeichen auf Sicht. Sicheres Auffinden des Weges auf der gesamten Wegstrecke
Abwechslung	mind. 2 deutliche Umgebungswechsel auf 6 km
intensiv genutztes Umfeld	max. 1.000m am Stück (bei Benützung attraktiver Ziele zzgl. 300 m bis max. 1.500m), max. 8% der Gesamtstrecke

Anlage 20: Qualitätskriterien für Premiumwanderwege

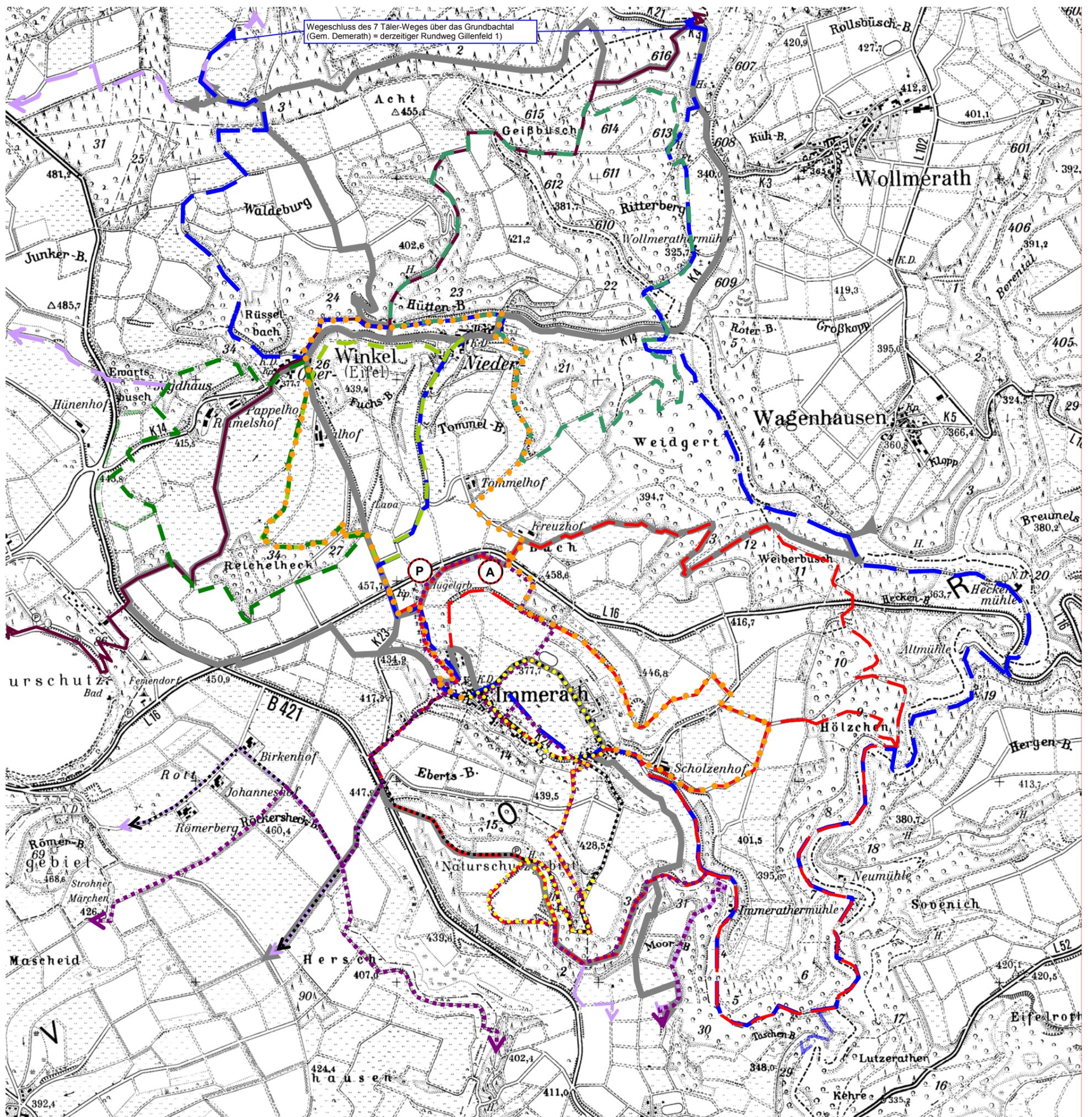
Version 4.3

Kriterium	Merkmale u.a.	Gestufte Bewertung
Wegeformat		
Belag	erdig, grasig	positiv
	geschottert, geteert	negativ
Breite	pfadig	positiv
	breit, gerade	negativ
Wegsaum	grün, angelegt	positiv
	Zaun, Mauer	negativ
Hindernisse	schwer begehbar	negativ
Wegenutzung	Auto-, Radverkehr	negativ
Durchgangsstraßen	Straßenbegleitung	negativ
Verkehrssicherheit	Straßenpassagen	negativ
Natur/Landschaft		
Waldformation	offen, schön, Biotop	positiv
	monoton, zerstört	negativ
Flurformation	Wiesental, Gehölz,	positiv
	Intensivanbau	negativ
Nahrelief	Hohlweg, Schlucht	positiv
Ränder	Waldrand, Ufer	positiv
Aussicht	Öffnung, Weite	positiv
	Siedlung, Verkehr	negativ
Gewässer	naturnah, schön	positiv
	verbaut, gekippt	negativ
Geologie	Felsen, Höhlen	positiv
Idyll	Platz, Gruppe	positiv
Flora	Baumveteranen	positiv
Kultur/Zivilisation		
Bebauung	Siedlung, Gewerbe	negativ
Ortsbild	gefällig, Altstadt	positiv
Hoch-/Tiefbauten	Hochmasten, Deponie	negativ
Dauerimmissionen	Stille	positiv
	Lärm, Gestank	negativ
Histor. Bauwerke	Schlösser, Burgen	positiv
Monumente	Denkmal, Kunstwerk	positiv
Kleinmonumente	Bildstöcke, Kreuze	positiv
Gasthäuser	Gasthof, Hütte	positiv

Anlage 20: Qualitätskriterien für Premiumwanderwege

Wanderleitsystem		
Wegweiser	mit Entfernung u.a.	positiv
	verwirrend, falsch	negativ
Markierung	auf Sicht, Beruhigung	positiv
	verwirrend, falsch	negativ
Notorientierung	Standortangaben	positiv
Tafeln	Orientierung, Info	positiv
	fehlerhaft, Zeigefinger	negativ
Kartierung	nutzerfreundlich	positiv
	Fehler	negativ
Wegebeschreibung	hilfreich, eindeutig	positiv
	fehlerhaft	negativ
Möblierung	Bänke, Rastplätze	positiv
Übergreifend		
Naturnähe	extensiv, unberührt	positiv
	ausgeräumt, besiedelt	negativ
Abwechslung	Formationswechsel	positiv
Pflegezustand	Landschaft, Schilder	positiv
Wegeföhrung	schlechte Alternativen	negativ
Vernetzungspunkte	Haltestellen, Knoten	positiv

(Stand: 12.11.2007)



Überörtliches Wanderwegenetz

- Internationaler Wanderweg Maas-Rhein-Weg: Monthermé – Andernach
- - - - - Nordic-Walking-Route
- VulkanBike-Trailpark
- - - - - Eifelsteig Submarkenweg
- - - - - Verbindungsweg Winkel-Eifelsteig Submarkenweg = „LandArt“-Themenweg
- 7 Täler-Weg bzw. Mühlenweg (—> -< mögliche Fortführung eines Ueßtal-Wanderweges)
- P / A (Wander-)Parkplatz / Aussichtspunkt

Lokales Wanderwegenetz Immerath

- - - - - Rundwege mit Kreuzweg Immerath
- - - - - Parcours der Sinne
- - - - - Verbindungsweg Parcours der Sinne

Lokales Wanderwegenetz Winkel

- - - - - Rundwege

- > Lokales Wanderwegenetz der angrenzenden Gemeinden Gillenfeld, Ellscheid und Strotzbüsch (Anschlusswege)



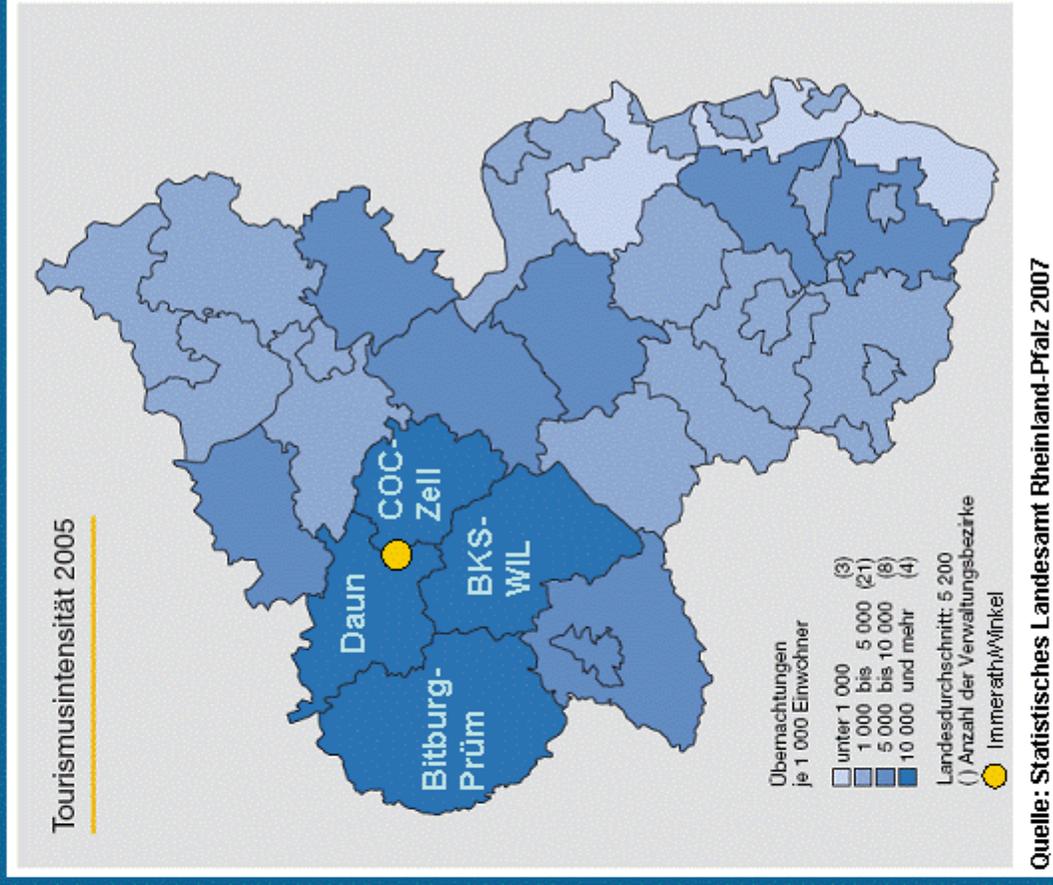
Herzlich Willkommen!



Im Vergleich hohe Tourismusintensität!

⇒ hohe Tourismusintensität
2005 (ÜN/1.000 EW):

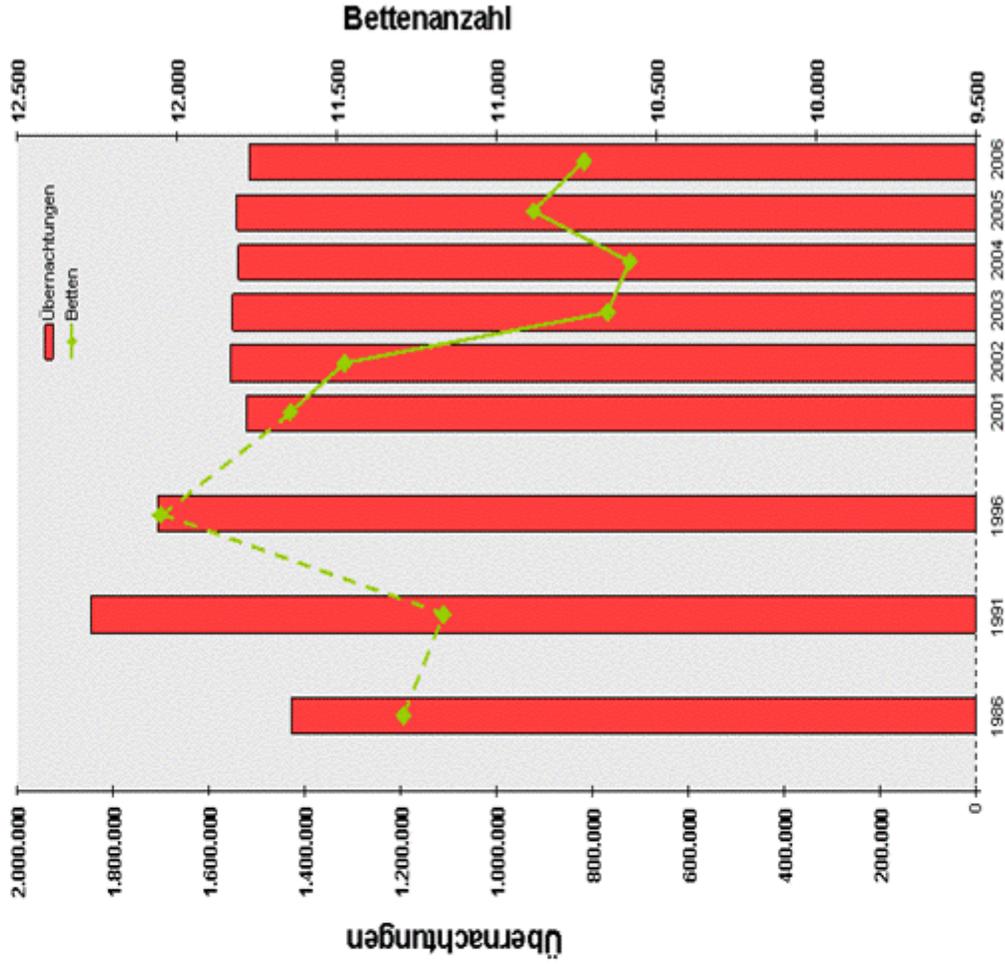
Daun: 24.232
Cochem-Zell: 26.224
Bitburg-Prüm: 10.227
Bernkastel-Wittlich: 24.239



Bettenangebot rückläufig, Übernachtungen stabil!

- ⇒ Bettenangebot seit Mitte 1990er rückläufig
- ⇒ Übernachtungen nach Verlusten seit 2001 stabil
- ⇒ je Übernachtung = 6 Tagesausflüge
- ⇒ Stand 2006 im LK Vulkaneifel:
 - 142 Betriebe
 - 10.727 Betten
 - 1.516.811 Übernachtungen

Entwicklung ausgewählter touristischer Kennzahlen im LK Vulkaneifel 1986-2006



Datengrundlage: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2007

Aufenthaltsdauer sinkend!

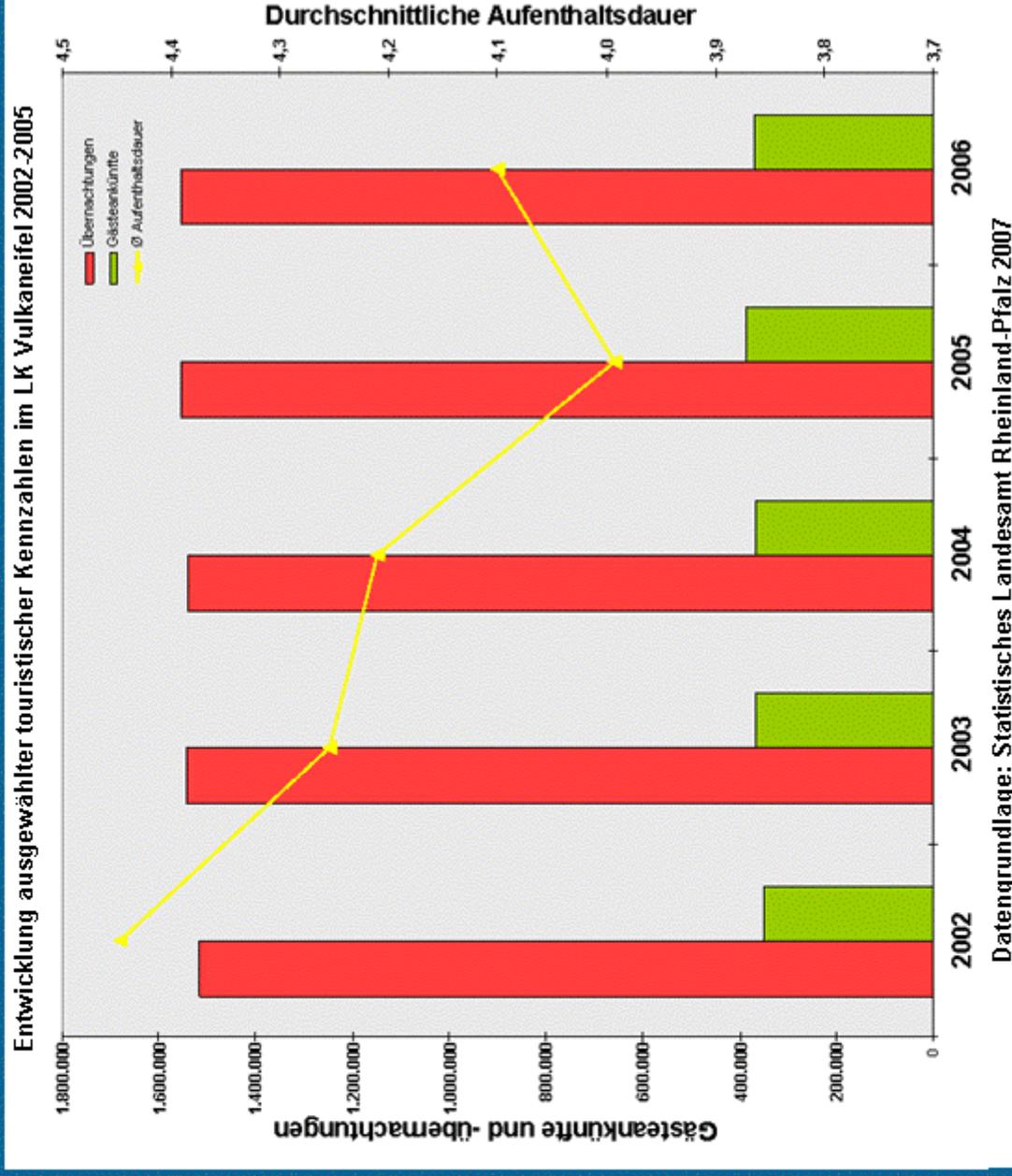
⇒ Aufenthaltsdauer rückläufig bis 2005

⇒ seitdem Stabilisierung (!?)

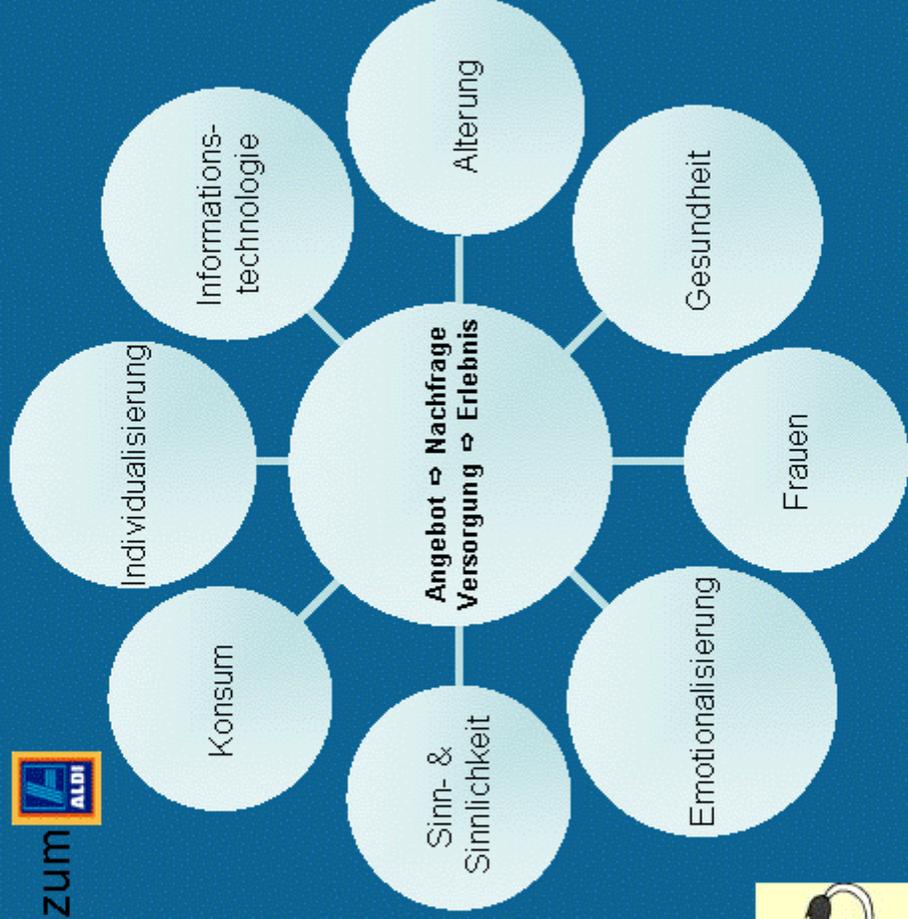
⇒ Ø Übernachtungsgast = 58,60 - 73,50 €

Unterkunft = 24,50 €
Einkauf = 5,80 €
Freizeit = 5,00 €
Transport = 3,20 €
Sonstige DL = 10,60 €

⇒ Ø Tagesausflügler = 28,00 €



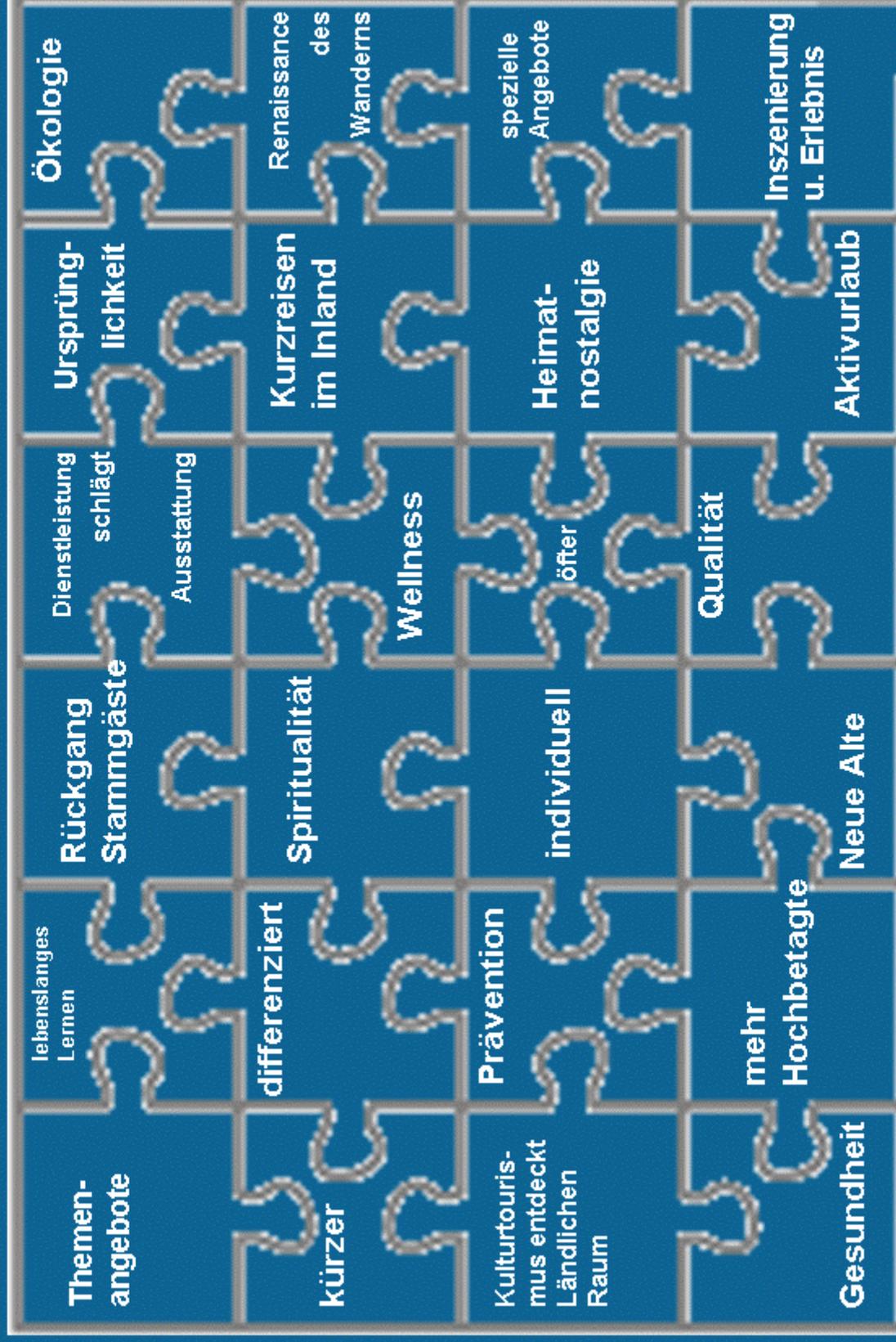
Paradigmenwechsel in der Gesellschaft



Das Heu muss
der Kuh
schmecken,
nicht dem
Bauern!



Zentrale Trends im Tourismus











Schilkestrasse 7
Sonne

Bognerstrasse

Handwritten note on a pink card, partially obscured.

Handwritten note on a white card, partially obscured.







Herzlich Willkommen!



Fahrplan

- Vorstellung der Ergebnisse aus den Workshops in Immerath und Winkel
- Diskussion der vorläufigen Ergebnisse der Potenzialanalyse
 - ✓ Natur & Landschaft
 - ✓ Angebot & Infrastruktur
- Diskussion des Leitbildes
 - ✓ Selbstverständnis
 - ✓ Ziele
- Diskussion der Strategien
 - ✓ Geschäftsfelder
 - ✓ Natur & Landschaft
 - ✓ Angebot & Infrastruktur
- Ausblick



Projektportrait

1. Situationsanalyse



2. Handlungsoptionen und Leitbildentwicklung



3. Maßnahmen-/Visionenkatalog



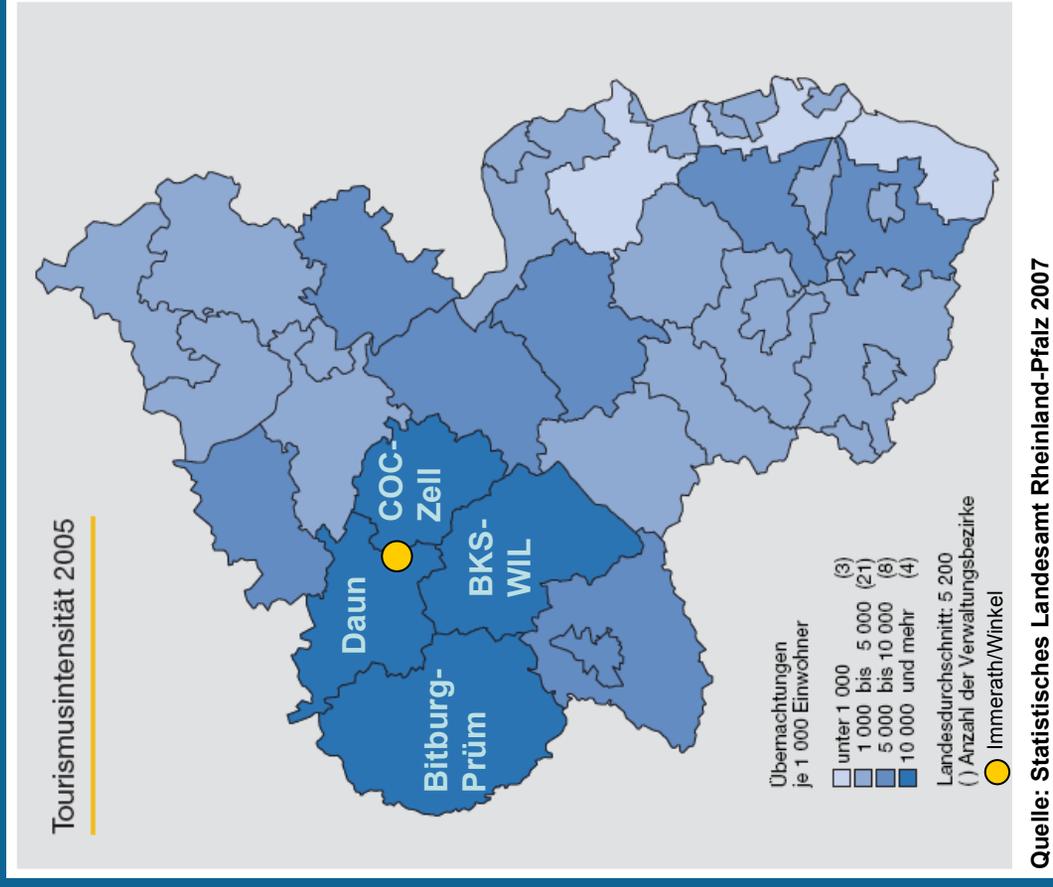
Im Vergleich hohe Tourismusintensität!

Immerath
Winkel 2006: 259 EW
 2006: 155 EW

⇒ hohe Tourismusintensität
2005 (ÜN/1.000 EW):

Cochem-Zell: 26.224
Bernkastel-Wittlich: 24.239
Daun: 24.232
Bitburg-Prüm: 10.227

⇒ touristisch eingebunden:

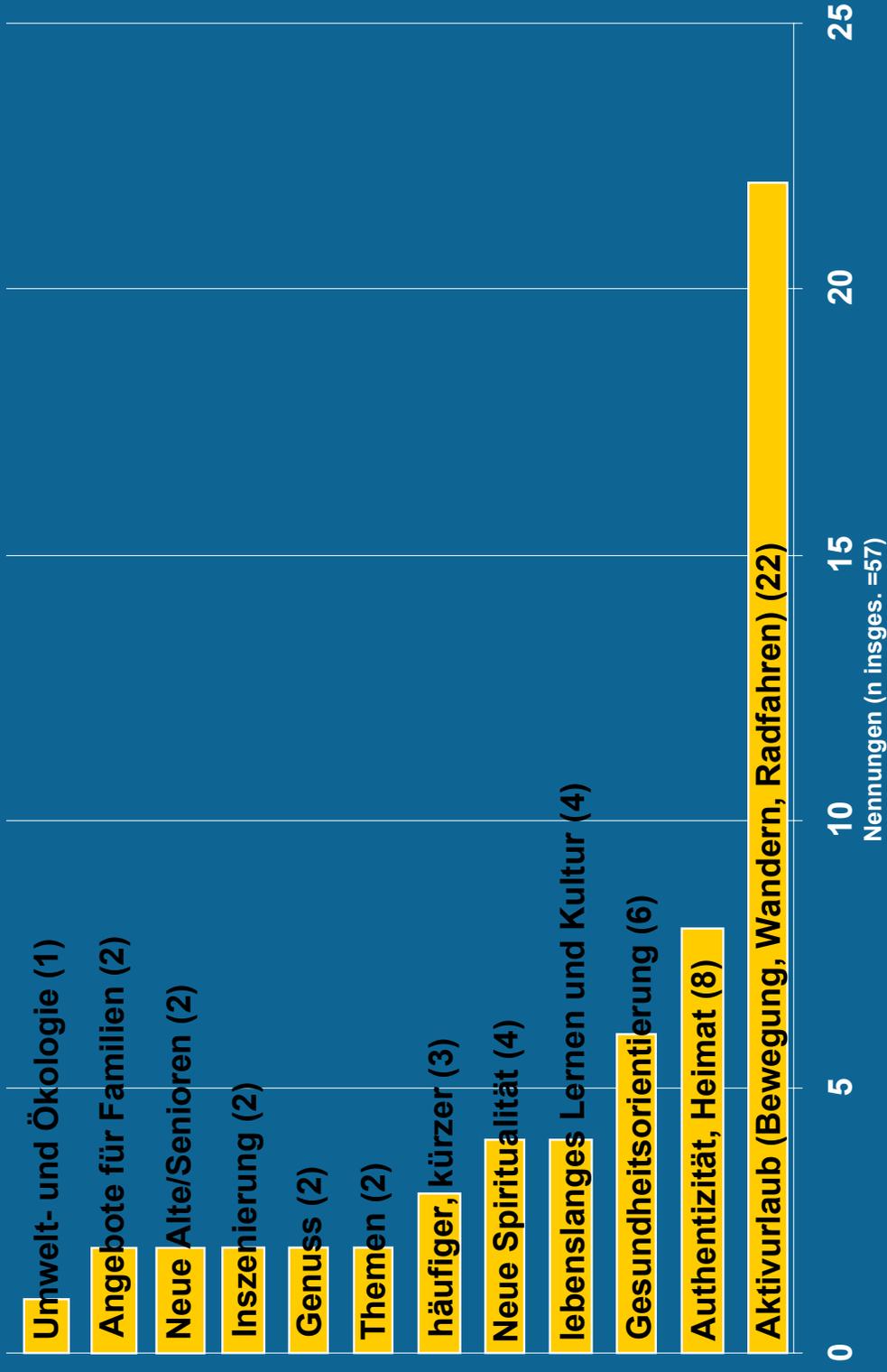


Unterkunftskapazität

	Einheiten	Betten	Kategorie
Immerath			
<i>Hotel Landhaus Schend****</i>	22 Zimmer	44	Hotel, ***-Sterne
<i>FeWo Harbecke</i>	1 Wohnung	4	Ferienwohnung
<i>(Pension Kaspers</i>	?	5	Pension)
<i>FeWo Sartoris</i>	1 Wohnung	3	Ferienwohnung
<i>FeWo Sausen</i>	1 Wohnung	5	Ferienwohnung
<i>Hof Körsten</i>	1 Wohnung	6	Urlaub auf dem Bauernhof
Winkel			
<i>Talhof Jax</i>	2 Wohnungen	11	Urlaub auf dem Bauernhof
gesamt			
		75	

Quelle: aktuelles Unterkunftsverzeichnis o. J. „Ferienregion rund um’s Pulvermaar“; Homepages

Workshopergebnisse Trends

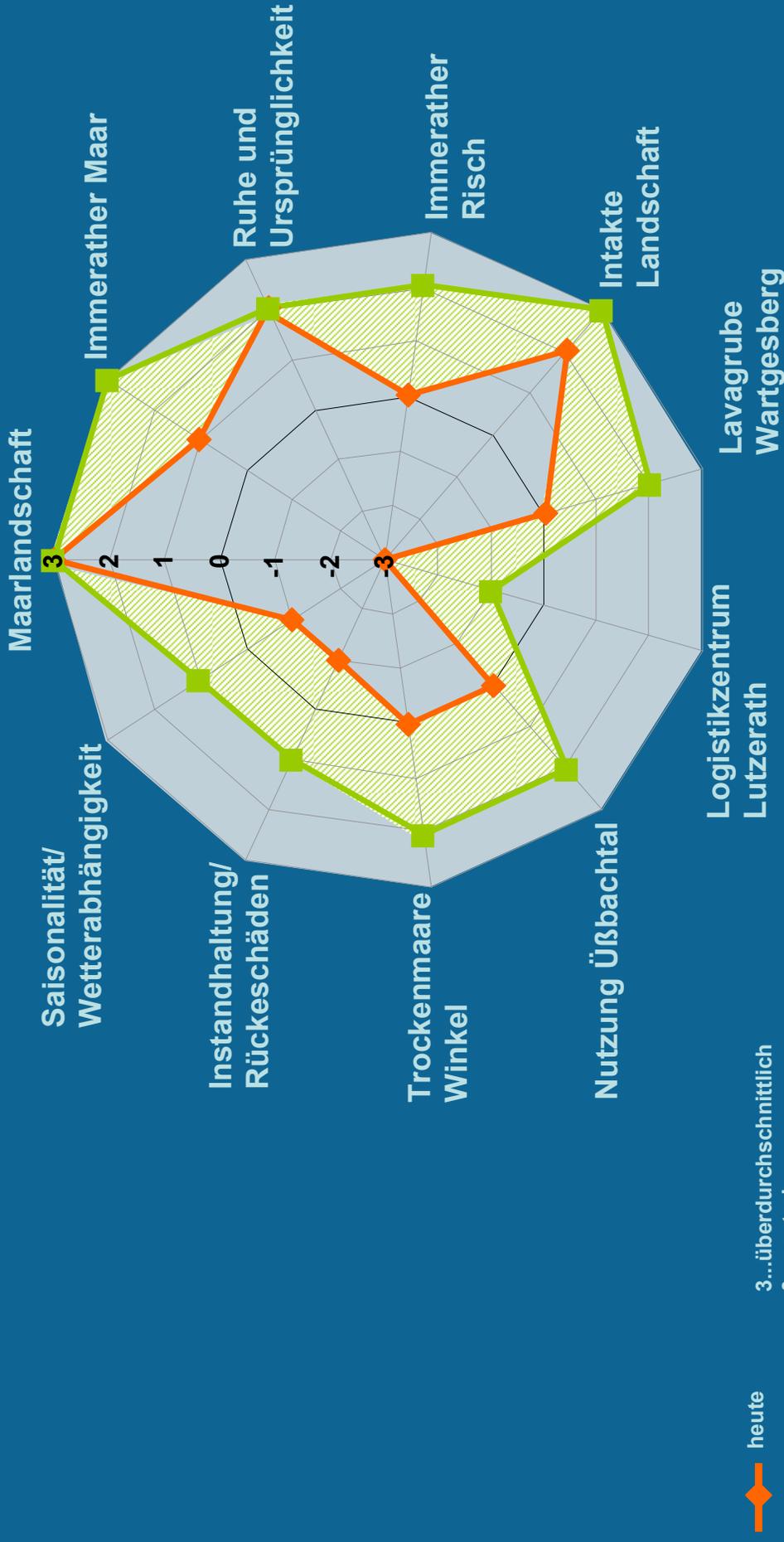


Quelle: Workshops Immerath und Winkel 08/2007

Ergebnisse Stärken/Schwächen

Potenzialnetz

„Natur & Landschaft“



3...überdurchschnittlich
0...neutral
-3...unterdurchschnittlich

heute
zukünftig
Potenzial

Quelle: Workshops Immerath und Winkel 08/2007, ergänzt

Ergebnisse Stärken/Schwächen

Potenzialnetz „Angebot & Infrastruktur“



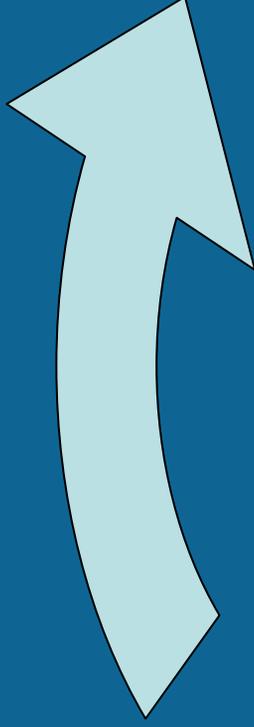
ÖPNV, ANDi, Telefonzelle

Quelle: Workshops Immerath und Winkel 08/2007, ergänzt

SWOT-Analyse

Stärken <ul style="list-style-type: none">• Maarlandschaft, Topographie• Lage• Voraussetzungen Aktivtourismus• Brauchtum und Feste• Kulturangebot• Parcours der Sinne (2008)• Kooperation „Pulvermaar“	Schwächen <ul style="list-style-type: none">• Nutzungsmöglichkeiten Landschaft• kein Schlechtwetterangebot• Vermittlung Regionalcharakter• Wegezustand, -beschilderung• Einkehr-/Übernachtungsmöglichkeiten eingeschränkt
Chancen <ul style="list-style-type: none">• Anbieterpotenziale in Bevölkerung• ↗ Tagestouristen/Kurzreisende• ↗ Senioren und Aktive 50+• ↗ Natur-/Ökologieinteressierte• ↗ Sinnsuchende+Spiritualität• ↗ Genießer und Kulinarik	Risiken <ul style="list-style-type: none">• ↘ Regionalauthentizität ohne Weiterentwicklung• ↗ Wettbewerb (in) der Region(en)• ↘ Kerngästegruppe Familien• verändertes Buchungsverhalten• Stammgäste schwer zu halten• ↗ Kosten Marketing/Organisation

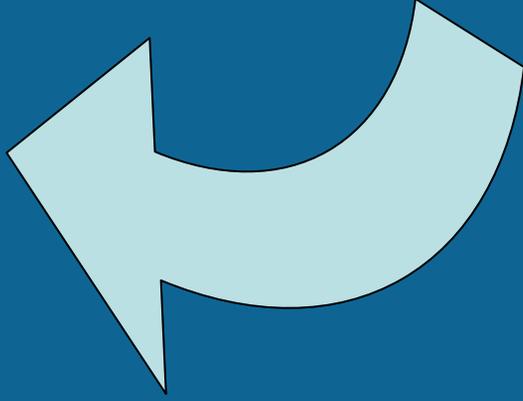
Von der Idee zur Umsetzung!



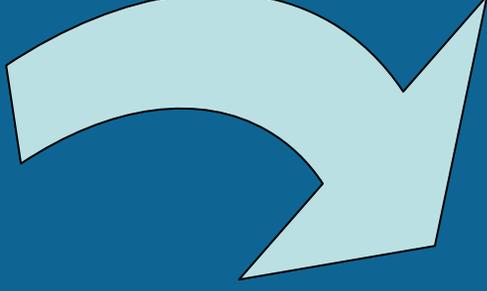
Vision



Leitbild



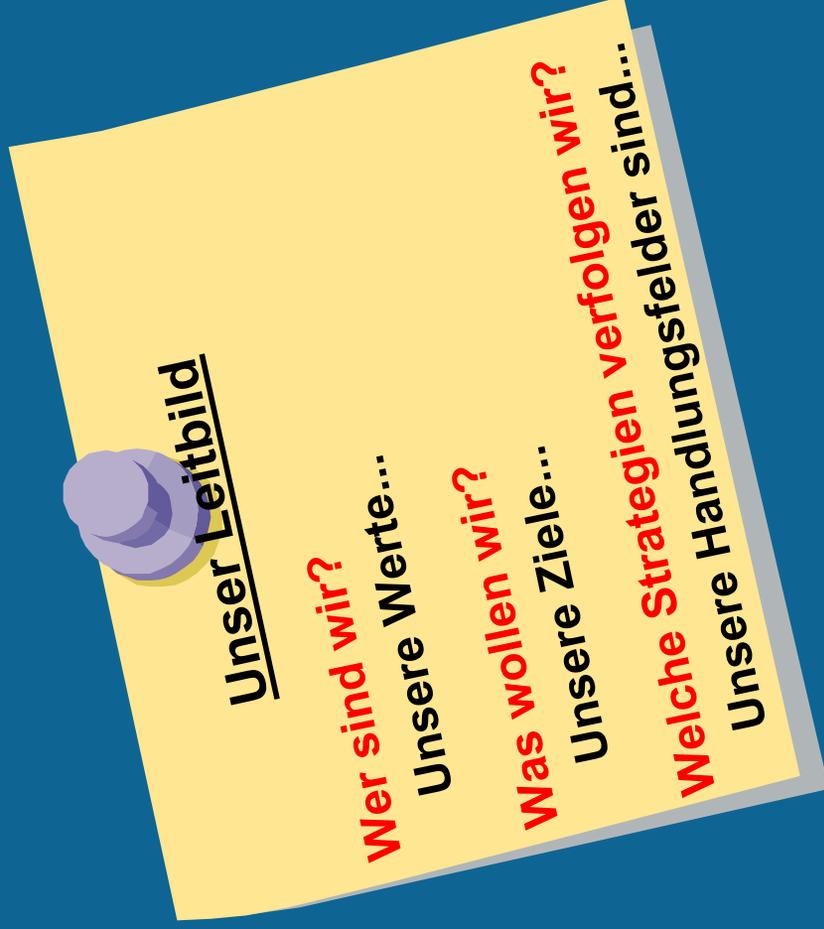
**Maß-
nahmen**



Welche touristische Vision haben wir für Immerath und Winkel 2015?



Leitgedanken für Immerath und Winkel 2017

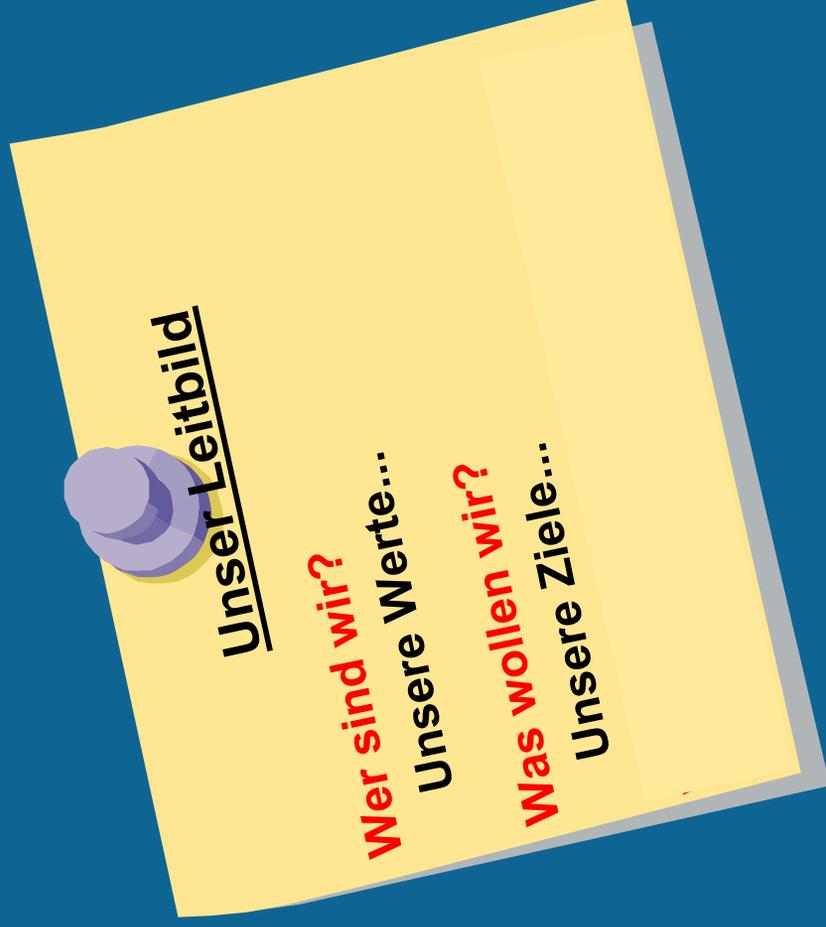




Leitbild: Wer sind wir?

1. Wir sind Teil des Herzstücks der Vulkaneifel (im European Geopark)!
2. Wir sind eine Ferienregion für jedermann!
3. Wir sind natürlich und echt!
4. Wir sind stolz auf unsere intakte Kultur- und Naturlandschaft!
5. Wir bemühen uns um den Erhalt von Kultur und Brauchtum!
6. Wir sind gegenüber Weiterentwicklungen aufgeschlossen!

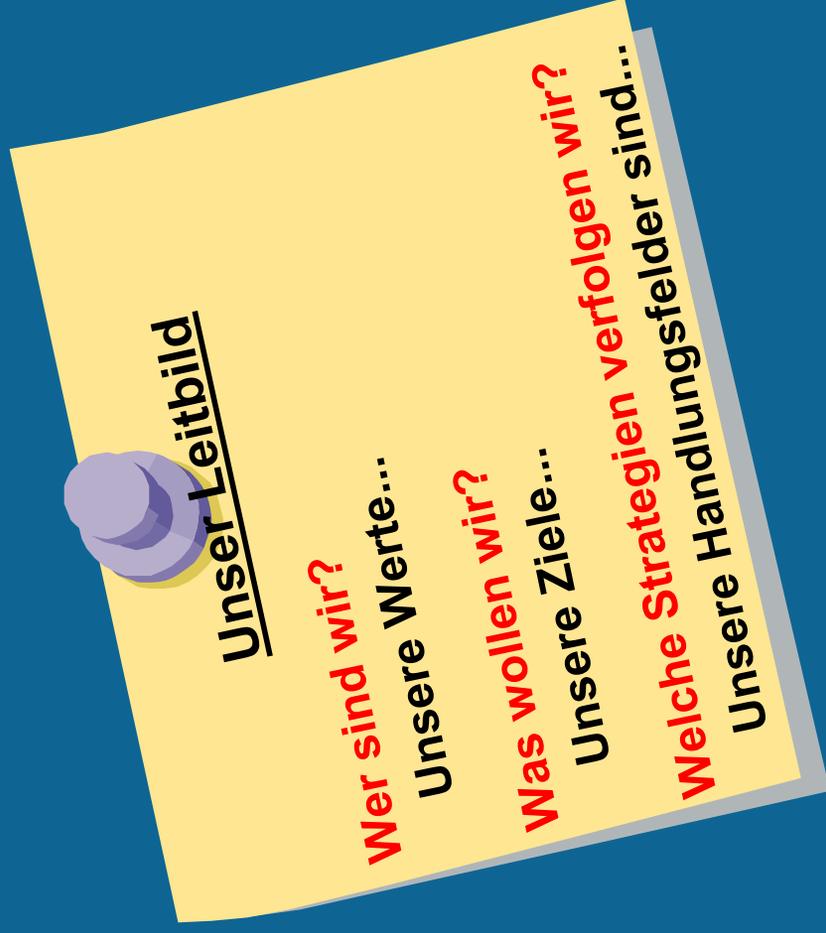
Leitgedanken für Immerath und Winkel 2015?



Leitbild: Was wollen wir?

1. Wir wollen uns als Ferienregion stärken!
2. Wir wollen unsere authentische Erscheinung bewahren!
3. Wir wollen unsere Gemeinschaft und unser Zusammengehörigkeitsgefühl stärken!
4. Wir wollen unsere Gemeinden im Einklang mit der Natur touristisch weiterentwickeln!
5. Wir wollen unseren Gemeinden über den Tourismus Impulse für Beschäftigung und Wirtschaft geben!

Leitgedanken für Immerath und Winkel 2015?



Verteilen Sie jeder 8 Punkte auf die Ihrer Meinung nach für Immerath und Winkel wichtigsten Geschäftsfelder!

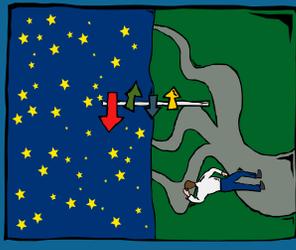
Perspektive

Wanderreiten	Wohnmobilitäten	Naturerlebnis	Kulinarik & Reg. Identität	Junge Paare o. Kids
Spiritualität & Sinns.	Kultur & Bildung	Jagdtourismus		Singles



Entwicklung unsicher

Mountainbiking	Radfahren	Triken/Biken	Veranstaltungen	Senioren
----------------	-----------	--------------	-----------------	----------

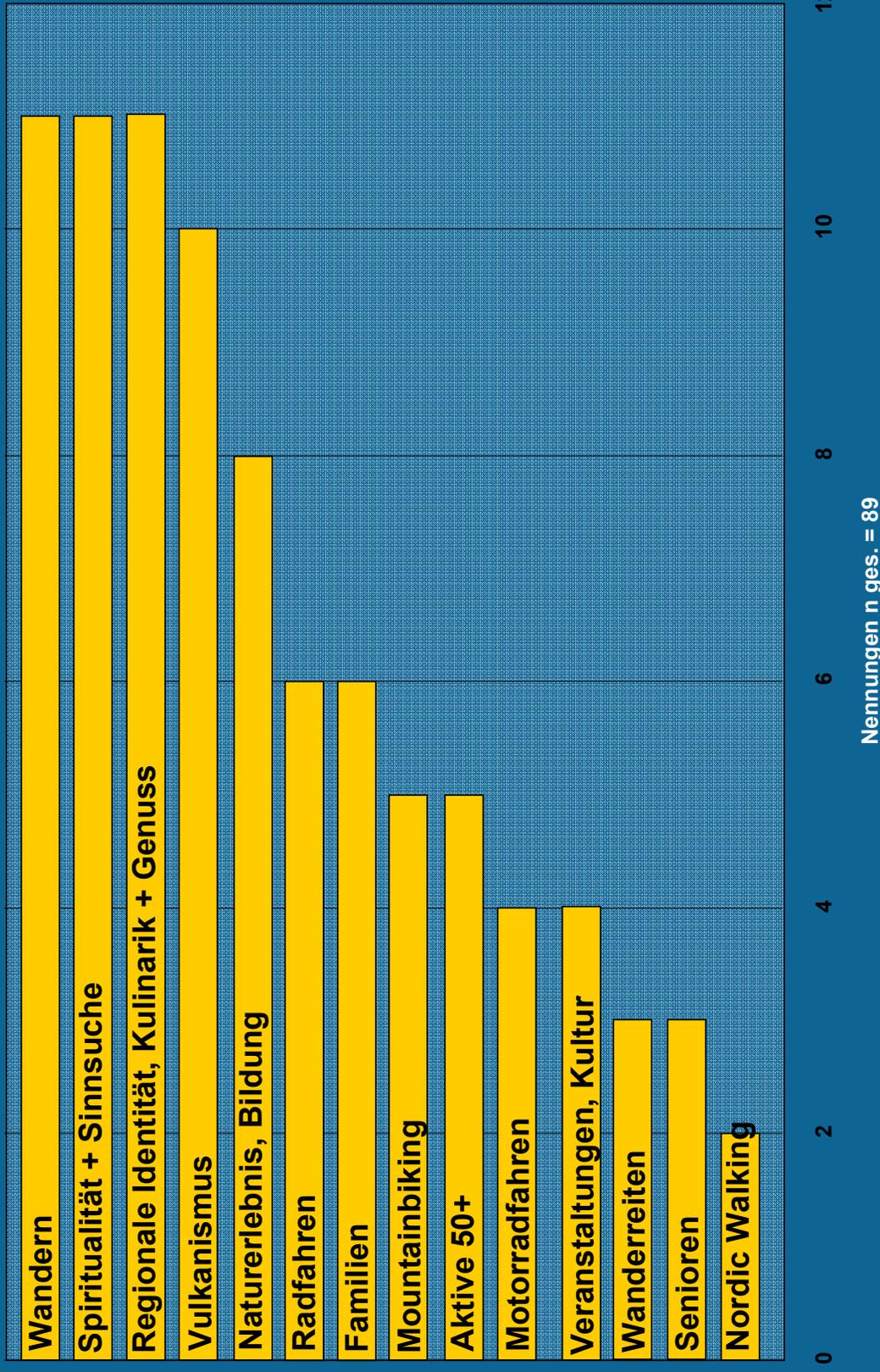


heute stark

Wandern	Nordic Walking	Geologie/Vulkan.	Aktive 50+	Familien
---------	----------------	------------------	------------	----------



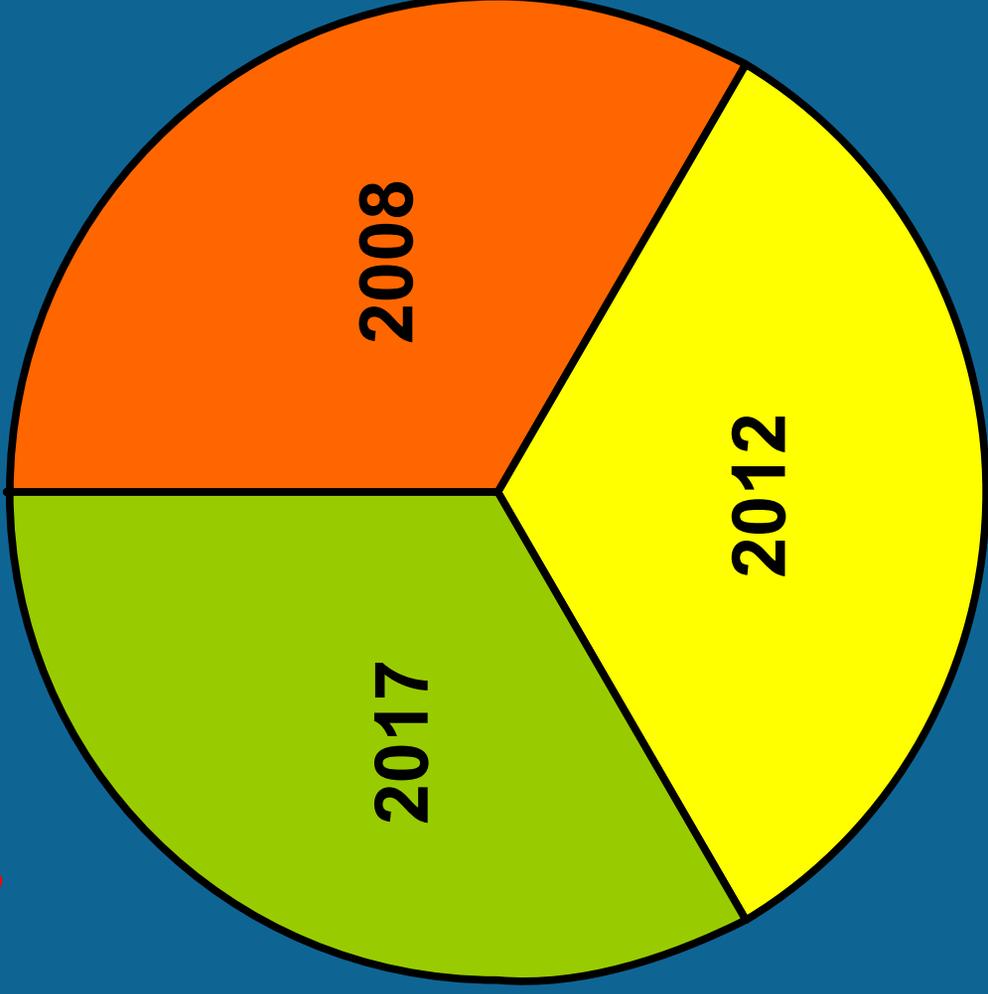
Relevanz der Geschäftsfelder für Immerath und Winkel (n=89)



Quelle: Strategietreffen Daun, 25.10.2007

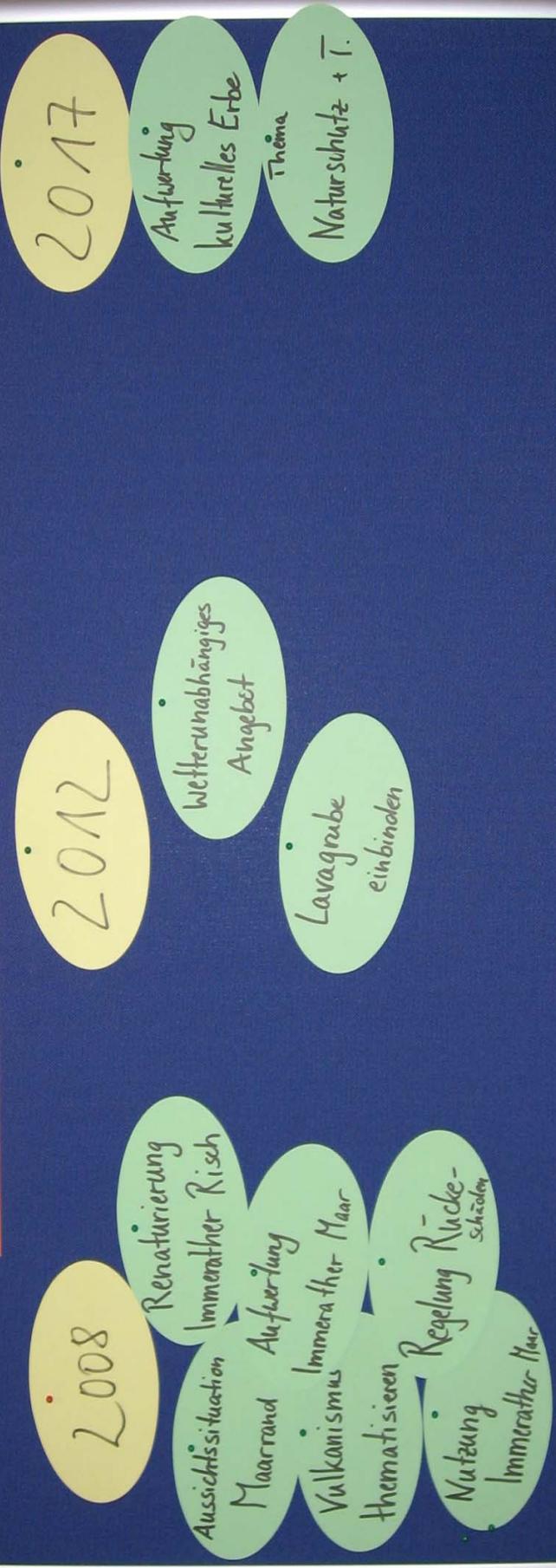
Pinnen Sie die Kärtchen in das betreffende Feld oder sortieren Sie aus!

Kurzfristige Handlungsfelder: 2008
Mittelfristige Handlungsfelder: 2012
Langfristige Handlungsfelder: 2017



Handlungsfelder für Natur & Landschaft

Handlungsfelder Natur + Landschaft



Handlungsfelder für Angebot & Infrastruktur

Handlungsfelder Angebot + Infrastruktur

2017

2012

Spiel(-)Scheune

2008

- Erlebnis-Führer
- Themenwege
- Themen-Führer
- Nordic Walking Zubehör
- Verleih
- Besucherlenkung
- Eifel-Q-Produkte einbinden
- Parksituation
- Maar... Parksituation
- Parcours d. Sinne
- Anbindung
- Haare-Mosel-R...
- Rundweg Informationspunkte in Ortslage
- Anschluss
- Angebot für Spirit. + Süsssache
- Überreg. Wandernetze

Weiteres Vorgehen

1. Situationsanalyse



2. Handlungsoptionen und Leitbildentwicklung



3. Maßnahmen-/Visionenkatalog



Teilnehmer

Bauer, Alfred (Wirtschaftsförderung Vulkaneifel, Daun)

Hieronimus, Johannes (Gemeinderat, Immerath)

Jax, Paul (Talhof, Winkel)

Klößner, Werner (VG Daun)

Müller-Keßeler, Rudolf (BM Immerath)

Nau, Ekkehard (Seminarhaus Vulkaneifel, Immerath)

Neß, Carsten (DLR Mosel, Bernkastel-Kues)

Prescher, Jörg (BM Winkel)

Räthlein, Thomas (Ferienregion Daun)

Schend, R. (Landhaus Schend, Immerath)

Thielen, Jürgen (DLR Mosel, Bernkastel-Kues)

Moderation und Leitung: Bünnten, Katrin

Vielen Dank!

Dipl.-Geogr. Katrin Bünten

Tel. 06588 910010

Mail. Katrin.Buentsen@gmx.de

Dipl.-Geogr. Angelika Rott

Tel. 0971 6993361

Mail. AngelikaRott@yahoo.de

Anmerkungen zur Potenzialanalyse

Natur + LS : Ang. + Infr.

- Stärken stärken
nicht verzetteln

- Literatur lassen

- Immerath Rind
immerathes Maar → 3

- Eifelbachal
Anlage = (unwichtig)

↳ N bei Gästen

Dr. H. Schüller

- Trockenmaere Winkel 0

- Planung Weg-
netz passiert

neue Wandskette

- Submarkenwege

Eifelsteig

- Anbindung
Maare-Mosel-RW

Wer sind wir?

2. Ferienregion vs.

Erholungsgebiet &
ein - " -

Wir sind eine Ferienregion
für jedermann!

(Geopark) European Geopark
Vulkanfeld

1. ... (im Europ. Geopark)

5. Wir bemühen uns um ...

7

Was wollen wir?

1. Wir wollen uns als Ferienregion stärken!
2. —
4. —
- 5.
6. „im Einklang mit der Natur“
- (7. Arbeitsplätze)

Perspektive

Junge Paare
(o. Kids)

Wohnmobilitäten

Entwicklung
unsicher

Trike-Fahren

heute schon
Stark

Singles

Kulinarik + Genuss

Bildung

Wanderreiten

Regionale Identität

Kultur

Naturerlebnis

2

3

11

9

6

2

2

6

5

2

Veranstaltungen

Radfahren

Mountainbiking

3

Senioren

Motorradfahren

4

10

Vulkanismus

Wandern

6

Nordic
Walking

2

Familien

Aktive 50+

11

5













