Sitzungsunterlagen

öffentliche und anschließend nichtöffentliche Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses

27.07.2023

Verbandsgemeinde GEROLSTEIN

Der Bürgermeister • Kyllweg 1 • 54568 Gerolstein

An die Mitglieder
des Haupt- und Finanzausschusses
der Verbandsgemeinde Gerolstein

Bürgermeister
Hans Peter Böffgen
hans-peter.boeffgen@gerolstein.de
✆ 06591 13-1000
Zeichen: 1/11140-1

18. Juli 2023

Einladung zu einer Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit lade ich Sie zu einer öffentlichen Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses der Verbandsgemeinde Gerolstein am

Donnerstag, 27.07.2023 um 18:00 Uhr
in Gerolstein, im Sitzungssaal Rathaus

ein. Folgende Punkte habe ich für die Tagesordnung vorgesehen:

<u>Öffentliche Sitzung</u>

1. Niederschrift der letzten Sitzung
2. Umsetzung des Tourismuskonzeptes der VG Gerolstein
   Vorstellung der Eckpunkte und Vorberatung
3. Satzung der VG Gerolstein über die Erhebung eines Gästebeitrags - Vorberatung
4. Umsetzung von Maßnahmen aus dem Radwegekonzept
5. Verwendung von Spenden aus der Hochwasserkatastrophe
6. Verzinsung der Finanzmittelbestände in der Einheitskasse der VG Gerolstein - Vorberatung
7. Aufbau und den beabsichtigten kontinuierlichen Betrieb eines Energiemanagements
8. Informationen, Verschiedenes

Ich würde mich freuen, Sie zur Sitzung begrüßen zu können.

Sollten Sie verhindert sein, bitten wir Sie, Ihre/n Stellvertreter/in zu benachrichtigen. Über eine Information im Falle der Abwesenheit, an sitzungsmanagement@gerolstein.de, wären wir Ihnen ebenfalls dankbar.

Mit freundlichen Grüßen

Hans Peter Böffgen
Bürgermeister

EIFEL

SITZUNGSVORLAGE

Fachbereich:	Organisation und Finanzen	**Datum:**	23.05.2023
Aktenzeichen:	1/11111-20 - fa	**Vorlage Nr.**	**1-0300/23/01-131**

Beratungsfolge	**Termin**	**Status**	**Behandlung**
Haupt- und Finanzausschuss	27.07.2023	öffentlich	Vorberatung

Umsetzung des Tourismuskonzeptes der VG Gerolstein - Vorstellung der Eckpunkte und Vorberatung

Sachverhalt:

In der Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 01.12.2022 wurden die Eckpunkte des touristischen Masterplanes, welcher von der Agentur Kohl & Partner erstellt wurde, vorgestellt. Dieser Masterplan ist dieser Beschlussvorlage noch einmal als Anlage beigefügt.

In der Sitzung am 01.12.2022 hat man sich darauf verständigt, dass in Mitarbeiterworkshops und in Abstimmung mit den Gremien der Touristik GmbH Gerolstein eine Umsetzungs-planung erarbeitet wird, welche noch einmal im Ausschuss vorgestellt werden soll.

Im Rahmen dieser Umsetzungsplanung soll auch die Finanzierung der Maßnahmen sichergestellt werden. Ein wichtiger Baustein hierfür ist die Einführung eines Gästebeitrages auf VG Ebene, welcher im nächsten Tagesordnungspunkt beraten wird.

Die Agentur Kohl & Partner stellt in der Ausschusssitzung die Umsetzungsplanung vor und erläutert, welche Maßnahmen sich bereits in der Umsetzung befinden und wie die Ziele aus dem Masterplan mittelfristig erreicht werden sollen.

Beschlussvorschlag:

Das Umsetzungskonzept zum touristischen Masterplan wurde vom Haupt- und Finanzausschuss zustimmend zur Kenntnis genommen. Dem Verbandsgemeinderat wird empfohlen, die Konzeption einschließlich Masterplan

- ohne Änderungen
- mit folgenden Änderungen:

_____

_____

_____

_____

anzunehmen und die Touristik GmbH Gerolsteiner Land mit der Realisierung zu beauftragen.

Anlage(n):
Touristischer Masterplan Gerolsteiner Land

KOHL ➤ PARTNER

TOP Ö 2

Touristischer Masterplan Gerolsteiner Land

Alexander Seiz, Jana Große Hokamp
Kohl & Partner Stuttgart

30. November 2022
Endbericht

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

Auf einen Blick.

Touristischer Masterplan Gerolsteiner Land

- **Ausgangslage:** Junge Destination durch Zusammenschluss von drei Teilregionen; Beliebt bei Kurzurlaubern aus Köln/Bonn und Nachbarländern; Bekannt für Vulkanismus, Geologie, Ruhe, Wasser, unberührte Natur und Krimi; Stagnation des Tourismus in vergangenen Jahren.
- **Vision:** Als Teil der Vulkaneifel versteht sich das Gerolsteiner Land als eine attraktive und naturnahe Tourismus- und Freizeitregion, die nachhaltig Mehrwert für Bürger:innen, Gäste und Betriebe schafft.
- **Strategie:** Auftreten als „EINE“ Region; Profil schaffen durch außergewöhnliche Natur-Erlebnisse und Nischen; Steigerung der Wertschöpfung des Tourismus für Gäste und Einheimische; Ganzjährige Attraktivität fördern durch Indoorangebote und ausgefallene Erlebnisse; Thema Nachhaltigkeit und Besucherlenkung bei der Angebotsentwicklung grundsätzlich mitdenken; gezielte, moderne und digitale Vermarktung um die Anzahl der Besucher:innn in der Nebensaison zu steigern.
- **Positionierung und Themen:** Das Gerolsteiner Land ist die Freizeitregion Nr. 1 in der Eifel für ausgefallene und echte Naturerlebnisse verbunden mit Wasser und Vulkanismus in den drei Handlungsfeldern „Geologie/Vulkanismus/Elemente“, „Wander/Rad/Winter“ und „Krimi“.
- **Projekte:** Einheitliche Tourismusabgabe; Optimierung der touristischen Infrastrukturen und Point-of-Interests (POIs); Wasserspielplätze; Themen-Erlebniswege; Buchbare Angebote & Erlebnisse; Machbarkeitsstudien & alternative Betriebskonzepte; Natur-Parcour, Indoor-Erlebniswelt Wasser“.
- **Umsetzung:** Integration Konzeptergebnisse in Regionalentwicklung; Umsetzung im Dialog von Städten, Betrieben, Bürger:innen mit Sensibilisierung für Tourismus in der Bevölkerung; Ausgewählte Projekte im Fokus; Agile Projektumsetzung mit laufendem Monitoring.

Inhalt.

1. Einleitung: Zielsetzung und Prozess
2. Reflexion: Woher kommen wir? Wie ist unser Umfeld?
3. Vision und Ziele: Wohin wollen wir?
4. Strategie: Wie kommen wir zum Ziel?
5. Realisierung: Was müssen wir konkret tun?

Ausgangslage und Zielsetzung.

K ➢ P

Ausgangslage

Um die Kräfte auch im Tourismus zu bündeln schlossen sich die drei Raumschaften Vulkaneifel-Gerolstein, Hillesheim und Obere Kyll zur Touristik GmbH Gerolsteiner Land zusammen. Das Gerolsteiner Land liegt innerhalb der Eifel und umfasst die beiden Städte Gerolstein und Hillesheim sowie 36 weitere Ortsgemeinden. Für die Gästeberatung und -information stehen drei Tourist-Informationen an den Standorten Gerolstein, Hillesheim und Stadtkyll zur Verfügung. Die Region ist geprägt von Vulkanen und lädt damit zu Aktivitäten in der Natur ein. Neben der attraktiven Natur bietet das Gerolsteiner Land auch eine Vielzahl an Museen und historischen Bauten.

Zielsetzung

In Zeiten des dynamischen Wandels, der stetigen Professionalisierung des Tourismussektors und gestiegenen Gästeerwartungen bilden eine zukunftsorientierte Strategie sowie marktkonforme Angebote und Produkte die Basis einer erfolgreichen Tourismusarbeit. Mit der Fusion zur Touristik GmbH Gerolsteiner Land wurde hierzu bereits der Grundstein gelegt. Nun gilt es, eine gemeinsame Strategie und Positionierung für die Zukunft aufzustellen und Themenschwerpunkte für die Tourismusentwicklung zu definieren.
Der touristische Masterplan klärt dabei folgende Inhalte:

- **Klärung der touristischen Potenziale und der Ausrichtung des Gerolsteiner Land**
  Wie ist die zukünftige Positionierung? Welche touristischen Themen leiten sich ab und stehen im Vordergrund? Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?
- **Klärung von touristischen Produkten, Angeboten und Infrastrukturen**
  Wie müssen – abgeleitet aus der Positionierung – die touristischen Produkte, Angebote und Veranstaltungen aussehen und weiterentwickelt werden?
- **Klärung der touristischen Umsetzungsleitlinien**
  Welche Ansätze und Leitlinien liegen der Umsetzungsarbeit zu Grunde? Welche konkreten Handlungsempfehlungen können für die Umsetzung gegeben werden? Wie sieht das Marketing aus? Wie wird der Tourismus organisiert? Wie wird das Innenmarketing gestaltet?

Gesamtprozess in der Übersicht.

Entwicklung des touristischen Masterplan Gerolsteiner Land

Die Erstellung des Touristischen Masterplans fand zur Zeit der Corona Pandemie statt, wodurch bei Präsenzterminen auf Beschränkungen und Vorgaben geachtet wurde.

Februar – Mai 2022	Mai 2022	Mai – Juli 2022	Juli 2022	Juli 2022	September 2022	September – November 2022	November 2022
Bestands-aufnahme	Strategie-Workshop	Entwurf touristischer Masterplan	Strategie-Konferenzen	Entwurfs-ergänzung	Redaktions-sitzung	Finalisierung touristischer Masterplan	Präsentation
Erfassung der Ist-Situation, Durchführung von Besichtigungen, Expertengesprächen, Umfeld- und Mitbewerberanalyse, Stakeholder-Analyse, SWOT	Präsentation Ist-Analyse, Diskussion Entwicklungsrichtung, touristische Positionierung und Handlungsschwer-punkte	Aufbereitung der Ergebnisse der Ist-Analyse, inkls. Mitbewerber-Vergleiche, Ausarbeitung der Strategien, erste Projektideen	Vorstellung und Abstimmung der Zielrichtung, Operationalisierung der Strategie und der Ideen mit Partnern Sammlung von Themen und Projekten	Einarbetiung der Ergebnisse, Sammlung und Abrundung Proejkt/Maßnahmen	Duskussion, Verabschiedung Entruf, Umsetzungsleitlinien, Projektklärung und -priorisierung, Organisation, Umsetzungsplan	Einarbeitung letzter Änderungen udn Details in die Tourismusstrategie	Öffentliche Präsentation

Inhalt.

1. Einleitung: Zielsetzung und Prozess
2. Reflexion: Woher kommen wir? Wie ist unser Umfeld?
3. Vision und Ziele: Wohin wollen wir?
4. Strategie: Wie kommen wir zum Ziel?
5. Realisierung: Was müssen wir konkret tun?

Kulisse.

Gerolsteiner Land

Verbandsgemeinde Gerolsteiner Land

445,28 km²

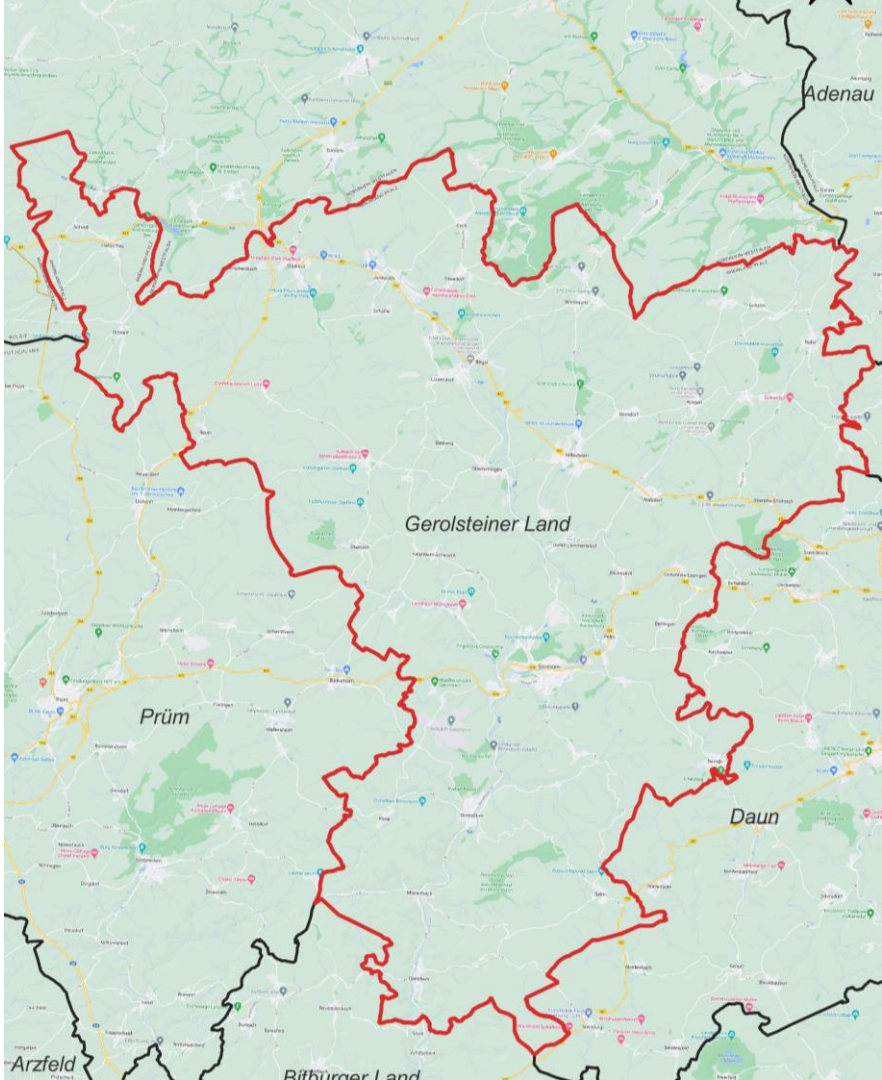
ca. 30.762 Einwohner

Teilregionen:
- Gerolstein
- Hillesheim
- Stadtkyll
- 36 weitere Ortsgemeinden

Touristisch interessante Orte in der Umgebung:
- Bitburg
- Blankenheim
- Aachen
- Monschau
- Nürburg
- Trier

Sehenswürdigkeiten in der Umgebung:
- Hängebrücken im Butzerbachtal
- Kupferstadt Stolberg
- Vennbahn
- Dinosaurierpark Teufelsschlucht Ernzen
- Lava-dome Mendig
- Kronenburger See
- Nürburgring

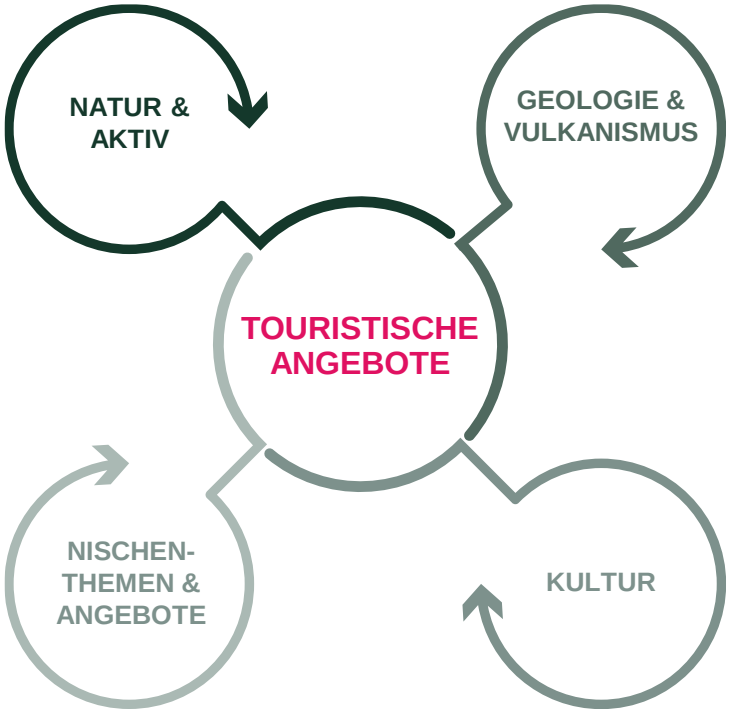
Quellen: www.gerolstein.de, www.infothek.statistik.rlp.de



Touristische Infrastruktur und Angebote.

Erster Überblick*

Eifelsteig & Partnerwanderwege
Kyll-, Kalkeifel-Radweg
Wasserfall Dreimühlen
Arensberg
Aussichtsturm Dietzenley
Adler- und Wolfspark
Eifel Adventures Berlingen
Bolsdorfer Tälchen



UNESCO Geopark Vulkaneifel
Vulkangarten Steffeln
Maare der Vulkaneifel
Buchenlochhöhle
Birresborner Eishöhlen
Dolomiten Gerolstein
Mühlsteinhöhlen
Helenequelle

Hillesheimer Krimitage
Kriminalhaus
Krimibus
Krimiführungen
Motorradfahren
Fliegenfischen
Klettern

Erlöserkirche Gerolstein
Burg Kerpen
Bertradaburg
Ruine Löwenburg
Naturkundemuseum Gerolstein
Mausfallenmuseum Neroth
Kasselburg
Römische Villa
Wassermühle Birgel

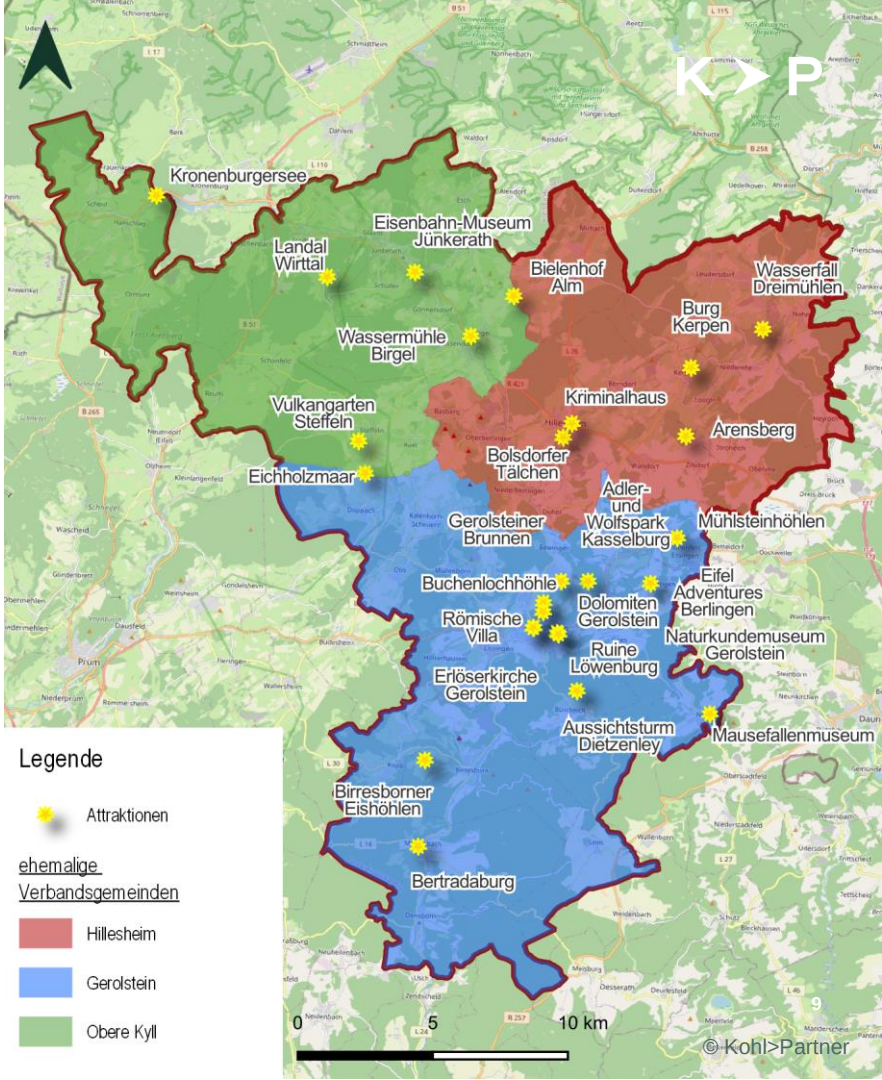
* Hierbei handelt es sich nicht um eine vollständige Aufzählung.

Touristische Infrastruktur und Angebote.

Teilregionen

Beiliegende Karte zeigt die während der Recherche auf den Eifel-Webseiten, Reiseblogs und in Broschüren meistgenannten touristischen Attraktionen.

- Die Region um Gerolstein ist insgesamt eher geprägt von Kultur und Geologie und steht zusätzlich stark für das Thema Wasser.
- Die Region Obere-Kyll ist eher naturbelassen und ländlich geprägt und hat mit dem Landal Wirfttal ein starkes konzentriertes Übernachtungsangebot.
- Die Region Hillesheim ist stark von dem Nischenthema Krimi geprägt mit weiteren einzelnen Freizeitangeboten in der Umgebung.



Touristische Performance.

Statistische Kennzahlen 2020

- Aufgrund der Neubildung der Verbandgemeinde Gerolsteiner Land 2019 und der Touristik GmbH Gerolsteiner Land 2020 sind keine einheitlichen Daten vorhanden. Die Zeitreihenanalyse wurde basierend auf den verfügbaren Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz erstellt.
- Alle weiteren Daten beziehen sich auf das Gründungsjahr 2020.

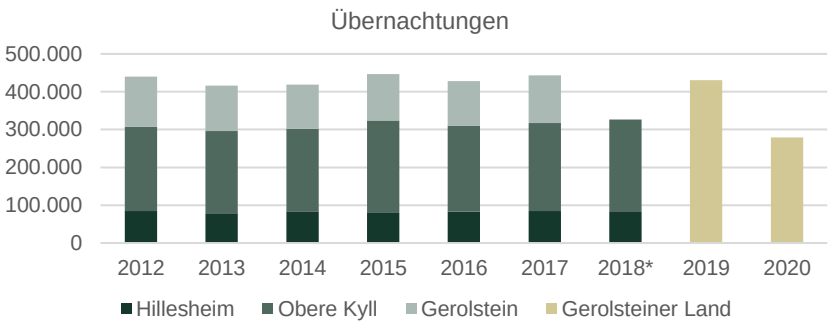
157 statistisch erfasste Betriebe mit 3.683 Betten

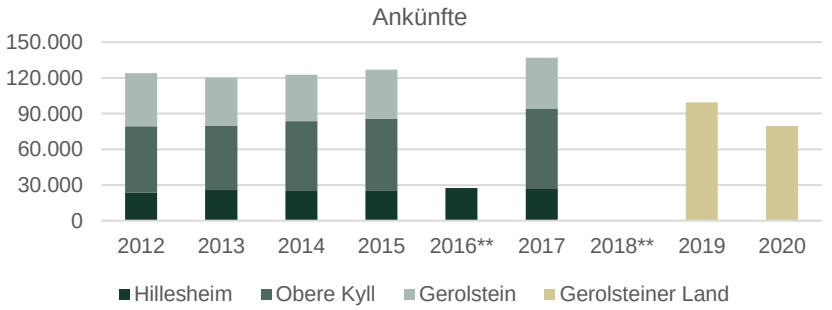
279.403 Übernachtungen

Auslastung von 20,8%

79.601 Ankünfte

Ø Aufenthaltsdauer 3,5 Tage





Quellen: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2021

* Keine Daten für Gerolstein vorhanden
**Keine Daten für Obere Kyll und Gerolstein vorhanden

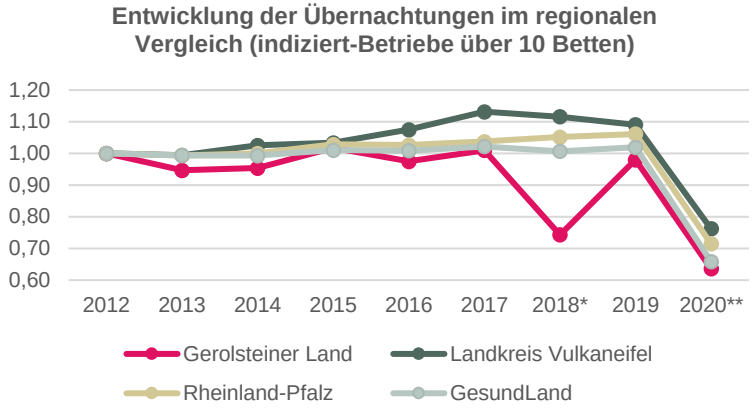
Touristische Performance.

Touristische Kennzahlen des Gerolsteiner Land

- Die Aufenthaltsdauer der Gäste ist an den Rad- & Wanderwegen relativ kurz, da sich die Gäste auf der Durchreise befinden. In den Ferienparks hingegen verweilen die Besucher:innen (insbesondere Familien) länger.

- Aus den Nachbarregionen kommen vereinzelt Tagesgäste und Kurzurlauber:innen. Andersherum sind die Nachbarregionen auch Ziel für einen Tagesausflug der Gäste im Gerolsteiner Land.

- Einschätzung der Tagesgäste
  - Keine konkrete Berechnung zum Tagestourismus vorhanden
  - In der Eifel werden für 2016 ca. 7,4 Millionen Tagesgäste geschätzt, die jeweils ca. 23 € pro Tag ausgeben



- Der Einbruch durch Coronabeschränkungen in 2020 deckt sich mit dem Landkreis und der Nachbarregion GesundLand.

Quelle: www.wirtschaft.eifel.info

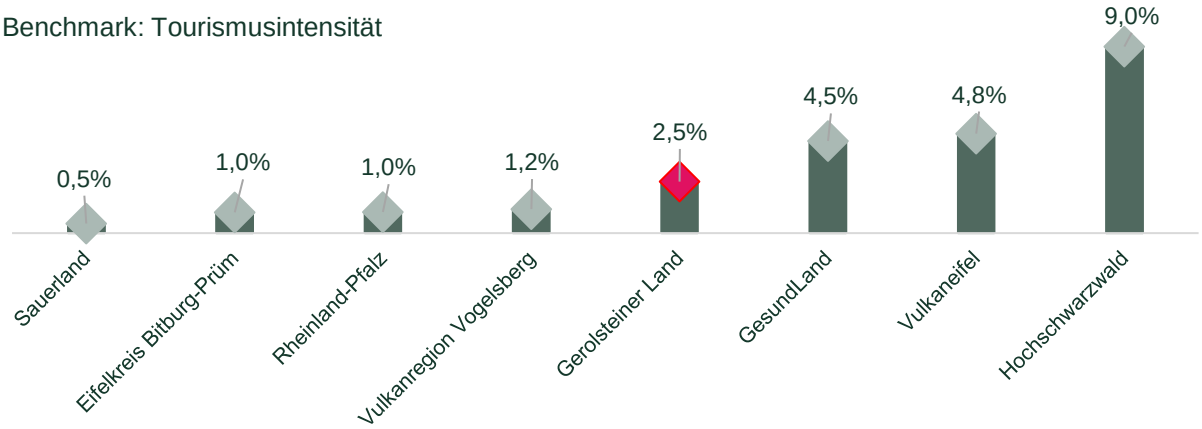
* Keine Daten für die Stadt Gerolstein im Gerolsteiner Land vorhanden
** Schätzung der Daten für VG Daun

Touristische Performance.

Tourismusintensität & Tourismusdichte

- Die Tourismusintensität von 2,5% im Gerolsteiner Land bedeutet im Durchschnitt je 100 Einwohner:innen 2,5 Übernachtungsgäste pro Tag.
- Das Gerolsteiner Land hat eine Tourismusdichte (Betten pro km^2) von 8,09, die sowohl unter dem Wert der Nachbarregion GesundLand mit 10,16 und dem Landkreis Vulkaneifel mit 11,25 liegt.

Benchmark: Tourismusintensität

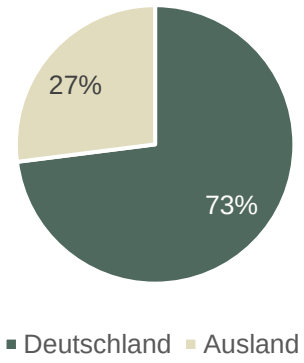


Quellen: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2021

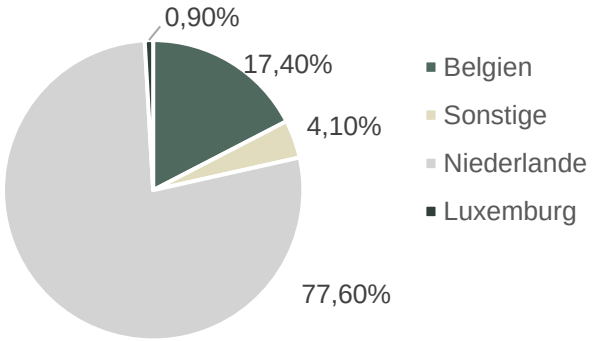
Touristische Performance.

Quellmärkte der Übernachtungsgäste 2020

Gäste-Herkunft (2020)



Gäste-Herkunft (2020)
Verteilung internationaler Quellmärkte



- 27% der Ankünfte im Gerolsteiner Land kommen aus dem Ausland. Dadurch liegt der Wert über dem rheinland-pfälzischen Landesdurchschnitt von 21%.
- Bei den ausländischen Quellmärkten macht sich die Nähe zu den Niederlanden und Belgien stark bemerkbar. Diese Quellmärkte machen zusammen 95% aller ausländischen Ankünfte aus.
- Laut Expertengesprächen kommen die deutschen Gäste (Tages- und Übernachtungsgäste) aus dem Nahbereich von ca. 2 PKW-Fahrstunden, vor allem aus dem Bereich Köln und Bonn.

Quellen: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2021

Qualität und Gastgeber.

Qualitätsauszeichnungen und Profilierungen

	Kategorie	Betriebe	Klassifizierung
HOTELSTARS.EU DEUTSCHLAND	Deutsche Hotelklassifizierung	Hotel/Gasthöfe/ Pensionen	7x *** 2x ****
DTV Klassifizierung Deutscher Tourismusverband e.V.	DTV Klassifizierung (F/P)	Ferienwohnungen/ Privatzimmer	Ca. 25
bett+bike adfc	Bett+Bike	Fahrradfreundliche Betriebe	7 x Bett & Bike
	Service Qualität Deutschland	Betriebe	2x
EIFEL	Regionalmarke EIFEL	Gastgeber	2x
NATURLAUB AUF WINZER- UND BAUERNHÖFEN	„NATUrlaub“	Gastgeber mit Bauernhof-Ambiente	3x
	Wanderbares Deutschland	Wanderfreundliche Gastgeber	9x
	ADAC Motorradfreundlicher Betrieb	Gastgeber	3x

Hinweis
Folgende Auszeichnungen könnten für das Gerolsteiner Land interessant sein, dazu wurden jedoch keine Auszeichnungen gefunden:
Reisen für alle, Geopark Gastgeber

Quellen: www.hotelstars.eu, www.bettundbike.de, www.wanderbares-deutschland.de, www.deutschertourismusverband.de, www.canva.com

Organisation & Marketing.

Tourismusorganisation Gerolsteiner Land

Organisation

- Touristik GmbH Gerolsteiner Land
- 3 Tourist-Informationen an den Standorten Gerolstein, Hillesheim und Stadtkyll
- Insgesamt sind 7,25 Vollzeitäquivalente in der Touristik GmbH Gerolsteiner Land besetzt, wovon sich eine Person in der Ausbildung befindet.
- Am Standort Hillesheim ist zusätzlich der Postservice an die Tourist-Information angegliedert und ist mit 1,3 Stellen besetzt.
- Insgesamt stehen der Touristik GmbH Gerolsteiner Land ca. 700.000€ im Jahr zu Verfügung, wovon ca. 150.000€ in Infrastruktur investiert werden.
- Die Touristenabgabe ist in den Teilregionen unterschiedlich. In Gerolstein ist es eine freiwillige Abgabe von 1,50 €, in Hillesheim sind pro Gast 1 € und in Stadtkyll 0,75 € Pflichtabgabe.

Marketing

- Erstellung eigener Printmedien (z.B. Flyer, Stadtpläne, Gastgebermagazine oder Veranstaltungskalender)
- Online Marketing (Webseite in Anlehnung an die Eifel Tourismus Seite, Social Media)
- Vertretung auf Messen und Ausstellungen
- Diverse Anzeigen und Advertorials
- PR und Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Pressereise)

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

Überblick über bestehende Konzepte und Unterlagen.

K ➢ P

Stadtentwicklungskonzept Gerolstein (Juni 2017)

- Stadtentwicklungspolitische Neubestimmung angestrebt
- In Dialogen bzw. Workshops fokussiert auf die vier Themenbereiche:
  - Wohnen
  - Tourismus
  - Medizin & Pflege
  - Handel & Innenstadt

Wichtige Aspekte

- ➢ Potential im Tourismus vorhanden, insbesondere im Outdoor- und Adventure Tourismus
- ➢ Beschilderung in der Stadt & auf den Wander-/ Radwegen verbesserungswürdig
- ➢ Austausch und Zusammenarbeit muss verstärkt werden

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Hillesheim (Oktober 2017)

- Ziel: Sicherung des Bestandes, Schutz und Stärkung zentraler Versorgungsbereiche
- Hillesheim hat eine alte und lange Tradition als Handelsstandort
- Ehemalige VG Hillesheim liegt mit 1,8 bei der Flächenausstattung je Einwohner des Einzelhandelsbestand knapp über dem bundesdeutschen Durchschnitt von 1,5

Wichtige Aspekte

- ➢ Ausstattung und Angebotstiefe im Handel sichern, um die überörtliche Attraktivität dauerhaft zu gewährleisten
- ➢ Traditionelle und langjährige Anbieter im Handel unterstützen und halten
- ➢ Keine Detailaussagen zu Gastronomie und Tourismus

Gerolsteiner Land aus Gästesicht.

Aussagen von Bewertungsportalen

4,25 von 5 Punkten im Schnitt

Bewertungen

- Wenige Bewertungen, eher positiv, nicht aussagekräftig

Zitate

- „Man kann hier einfach nur ins Schwärmen kommen“
- „Toller Ort in einer kleinen Stadt in der schönen Eifel versteckt“
- „Freundlich schnell und lecker“
- “Nettes Restaurant mit frischer Küche und freundlichen Menschen”

8,7 von 10 Punkten im Schnitt

Bewertungen

- Als positiv werden die Lage und das Personal bewertet
- Negative Stimmen gibt es zu den Ausstattungen vereinzelter Ferienwohnungen

Zitate

- „Super Lage mit sehr schönem weiten Blick in die Landschaft. Gutes Restaurant, flexibles Personal, auch bei Sonderwünschen.“
- „Klasse Lage, wunderbarer Blick auf die "Dolomiten"; sauber und gute Betten“
- „ Es war alles zu unserer Zufriedenheit.“

Gesellschaftliche Trends.

Ausgewählte Trends für das Gerolsteiner Land

Bewegung im Freien!
Die Natur als Kraftquelle.

Regionalität, Authentizität & Nachhaltigkeit
Die Region mit allen Sinnen erleben.

Experiences
Die Suche nach dem gewissen Extra!

Zeit, Immaterieller Luxus, Social Cocooning
Wertschätzung von Platz, Raum, Ruhe & Zeit. Sehnsucht nach Miteinander.

Neue Technologien
Chatbot, VR, AR, Apps,..

Bewegung im Freien.

- Menschen haben wieder vermehrt das Verlangen sich mit der Natur verbunden zu fühlen.
- Urlauber haben den Wunsch aktiv zu sein und ihre Batterien aufzuladen, um gesund zu bleiben.
- Schlagwörter: Regrounding, Detoxing, Sportivity, Lebensenergie, Nachhaltigkeit.

Regionalität & Authentizität.

- Der Fokus von Gästen liegt darauf, die Region mit allen Sinnen zu erleben. Dies verlangt nach regionalen Produkten & authentischen Gastgebern.
- Mikro-Erlebnisse gewinnen stark an Bedeutung.
- Schlagwörter: echt & fair, regionale Produkte, authentische, herzliche Begegnungen, Nachhaltigkeit, Neo-Ökologie; Holistic Health.

Experiences.

- Gäste heutzutage fordern nach dem gewissen Extra. Sie suchen „Experiences“.
- Das Anbieten der klassischen Basisleistungen genügt nicht mehr. Der Fokus muss in Zukunft darauf liegen, entlang der Customer Journey zusätzliche, extra Erlebnisse einzubauen.

Zeit, Immaterieller Luxus.

Wertschätzung von Platz, Raum, Ruhe & Zeit.

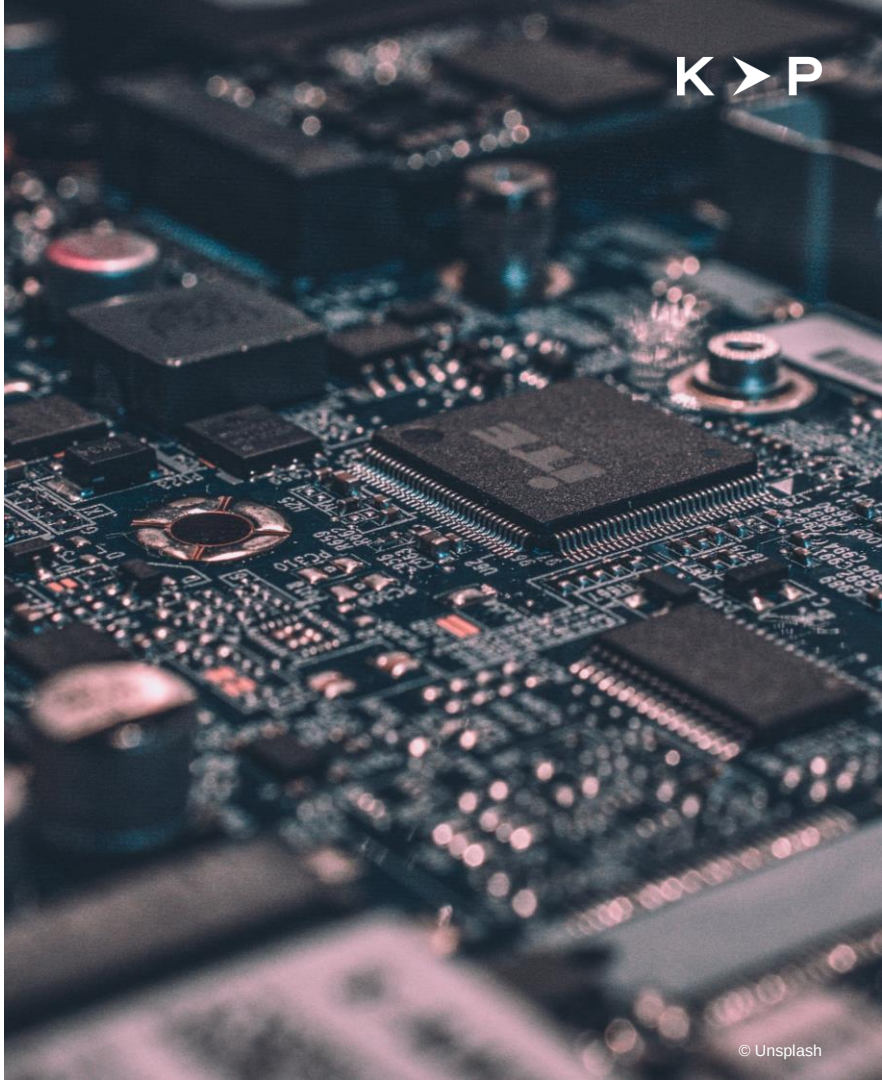
- Die Luxusgüter der Zukunft sind nicht materielle Wertgegenstände.
- Wertschätzung wird auf Platz & Raum gelegt, Ruhe, Zeit, Sicherheit und die Natur und Umwelt.
- Das wohl wertvollste gut in unserer schnell-lebigen Zeit ist die Zeit an sich. Sich Zeit nehmen für Dinge, welchem einen wichtig sind und am Herzen liegen.
- Schlagwort: Work-Life Balance; Yoga Retreats.

Neue Technologien.

Chatbot, IOT, VR, AR, Apps.....

- Vor allem die Generationen Y und Z setzten die Integration von neuen Technologien voraus und sehen diese als digital Natives als Selbstverständlichkeit.

- Integration von Chatbots, IOT, VR, AR und Apps sind daher essenziell um die junge Generation und Gäste von Morgen aktiv anzusprechen. Um diese Gäste zu erreichen ist vor allem Social Media Marketing das Schlagwort!



Veränderungen durch Corona.

K ➤ P

Verändertes Gästeverhalten

- **Veränderte Urlaubsmotive** der Reisenden durch einen hohen Nachholbedarf. Trotz aktuell schwieriger Lage ist das Interesse, auch an Auslandsreisen, sehr hoch. Naherholung und Aktivitäten in der Natur sind begehrt und vermitteln ein Gefühl der Sicherheit.
- **Bewusstere** Entscheidung und Buchung der Gäste. Unternehmen müssen sich potenziellen Gästen klar und innovativ präsentieren. Wachsende Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit, insbesondere der Sozialverträglichkeit.
- **Digitale Angebote und (aktuelle) online Informationen** werden bei Besucher:innen immer stärker nachgefragt und gewinnen an Relevanz.
- **Regionaler Tourismus** hat an Attraktivität gewonnen und bietet kleineren Destinationen eine Chance, sich zu präsentieren und zu behaupten. Durch die wieder möglichen Fernreisen wird dieser Trend voraussichtlich wieder zurückgehen, als Kurzurlaubs- und Ausflugsziel kann die Nahregion jedoch weiter profitieren.

Herausforderungen für Destinationen

- **Transparent** sein in der Kommunikation, da die Qualität der Interaktion mit den Reisenden künftig noch ausschlaggebender sein wird. Die Kunst ist es persönlich, emotional, authentisch, vielleicht auch humorvoll zu kommunizieren.
- **Garantien, Sicherheiten und Flexibilität** der Destinationen und Tourismusanbieter spielen in der Entscheidung der Gäste eine immer größere Rolle. Die Entscheidung der Besucher:innen wird kurzfristiger getroffen.
- **Arbeitskräftemangel im Tourismus** wurde durch die Pandemie verstärkt und muss durch innovative und alternative Ideen gelöst werden.
- **Schließungen von Betrieben und drohender Qualitäts- und Investitionsstau** sind Langzeitfolgen denen gemeinsam entgegengewirkt werden muss.

Quellen: www.zukunftsinstitut.de, www.bw.toruismismusnetzwerk.info

Tourismusumfeld.

Tourismus Überregional

1

Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

- Vorstellungen und Vorgaben des Landes für die touristische Entwicklung
- Listet die wichtigsten Ziele, Handlungsfelder und Themen auf

Wichtige Aspekte

- Angebot sollte sich in den erfolgsversprechenden Geschäftsfeldern Genusskultur, Kulturgenuss und Naturgenuss wiederfinden
- Strategische Handlungsfelder wie Strukturen und Prozesse konsequent bündeln und finanzielle Ressourcen auf Impulsinvestitionen fokussieren

2

Tourismusstrategie Eifel

- Vorstellung und Vorgaben der Eifel Region für die touristische Entwicklung
- Listet die strategischen und operativen Handlungsfelder auf
- Handlungsfelder bleiben mit Fokus auf „Bestehendes besser machen“ bestehen

Wichtige Aspekte

TOP KMUs	TOP POIs	TOP Events	TOP Produkte

3 Handlungsfelder
- Digitalisierung
- Wettbewerbsfähigkeit der KMUs
- DMO als Netzwerk der Netzwerke

Quellen: www.mwvlw.rlp.de, https://tourismus.eifel.info/

Tourismusumfeld.

Tourismus Überregional

3

Masterplan: Natur- und Geopark Vulkaneifel

- Natur- und GeoPark Vulkaneifel GmbH trägt die Verantwortung der geotouristischen Inwertsetzung und Vermarktung der Region
- Umsetzung der Mußepfade (Partnerpfade des Eifelsteigs

Wichtige Aspekte

- Nachhaltigkeit in der Angebotsentwicklung berücksichtigen
- Inwertsetzung und Vermarktung abstimmen
- Abstimmung der Wanderwege

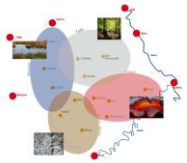
4

Konzeption: Erlebnisraumdesign Eifel-Ardennen (2012)

- Zentrale Idee: Slow Travel
- Metastory: „Kampf der Elemente“ und Aufteilung der Region in 4 Teilbereichen anhand der Elemente als regionsübergreifende Geschichte
- Vorhersage von Paradigmenwechsel hin zu weniger ist mehr und Kraft & Ruhe aus den Elementen bekommen

Wichtige Aspekte

- Das Gerolsteiner Land ist dem Element Feuer zugeordnet
- Storytelling (Meta- und Substories) aus Sicht des Elementes in der Destination nutzen
- Auseinandersetzung des Gastes mit der Natur und den Erlebnissen intensivieren



Quellen: www.geopark-vulkaneifel.de

Tourismusumfeld.

Tourismus Überregional

5

Leistungsträger:innen Befragung Tourismus in der Region Eifel (2022)

- Aktuell: schlechte Geschäftslage, positiver Zukunftsblick
- Größte Herausforderungen: steigende Betriebskosten, Fachkräftemangel, Behördliche Auflagen
- Unterstützungswünsche: Marketingaktivitäten, Krisenmanagement, Digitalisierung und Wissenstransfer
- Konkrete Fördermaßnahmen der Bundesländer noch weitgehend unbekannt

Wichtige Aspekte

- Größter Handlungsbedarf bei Ortsbilder und Wander-/Radwegen
- Zusammenarbeit Tourismusorganisationen und Leistungsträger:innen verbessern
- Leistungsträger:innen intensiv unterstützen zu Themen: Marketing/Vertrieb, Arbeitskräfte, Digitalisierung und Wissenstransfer
- Fördermaßnahmen besser kommunizieren, bei Antragsstellung unterstützen

Quellen: www.dwif.de

Vergleichsregionen.

Vulkanregion Vogelsberg

- Einwohner:innen: 70.871 (2019), 70.946 (2020)
- Ankünfte: 137.998 (2019), 72.938 (2020)
- Übernachtungen: 485.801 (2019), 300.448 (2020)
- Highlights Profil, Angebot & Marketing:
  - Aktiv: Radwege, Wanderwege, Motorradtouren, Nordic-Walking Strecken
  - Natur: Geopark, Naturpark, Vulkan
  - Kultur: Schlösser und Burgen
  - Genuss: Landgasthäuser und Restaurants mit regionalen Spezialitäten

Zum Nachdenken:

- Stärkerer Fokus auf Gastronomie mit regionalen Produkten und Nischenthemen wie Motorrad
- Marketing: #einfachfrei in Verbindung mit Radwegen, Wanderwegen, Erlebnis- und Entdeckungsreisen und Kulinarik

Quellen: Statistisches Landesamt Hessen, www.vogelsberg-touristik.de

Vergleichsregionen.

GesundLand

- Einwohner:innen: 41.425 (2019), 41.534 (2020)
- Ankünfte: 254.968 (2019), keine Angabe (2020)
- Übernachtungen: 1.046.999 (2019), ca. 676.326* (2020)
- Highlights Profil, Angebot & Marketing:
  - Aktiv: Radwege, Wanderwege und -pfade, Parcours
  - Natur: Maare, Kratersee, Vulkan-Highlights, UNESCO Global Geopark
  - Kultur: Eifel Vulkanmuseum Daun, Sommer-Musik-Festival Klassiker auf dem Vulkan, Deutsche Meisterschaft Vulkan-Cross-Triathlon, Maarmuseum Manderscheid
  - Genuss: Hofläden und regionale Produkte

Zum Nachdenken:

- Fokus auf E-Bike Verleih und Ladestationen
- Starke Verknüpfung zwischen Natur und Wohlbefinden
- Mehrere und größere Veranstaltungen und Indoor Attraktionen

Quellen: www.gesundland-vulkaneifel.de, statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz
* Schätzung aufgrund von fehlenden Daten

Vergleichsregionen.

Sauerland

- Einwohner:innen: 870.936 (2020)
- Ankünfte: 2.607.004 (2019), 1.508.961 (2020)
- Übernachtungen: 7.883.408 (2019), 5.178.973 (2020)
- Highlights Profil, Angebot & Marketing:
  - Aktiv: Rad fahren, wandern, Outdooraktivitäten
  - Natur: Rothaargebirge, Arnsberger Wald, Sauerland-Seen
  - Kultur: Fokus auf Kunst: „Kunstwege“ in der Landschaft
  - Genuss: regionale Produkte, Sauerland-Gastrogeschichten, Cafés (außergewöhnliche Cafés, Bauernhofcafés, Cafétouren)

Zum Nachdenken:

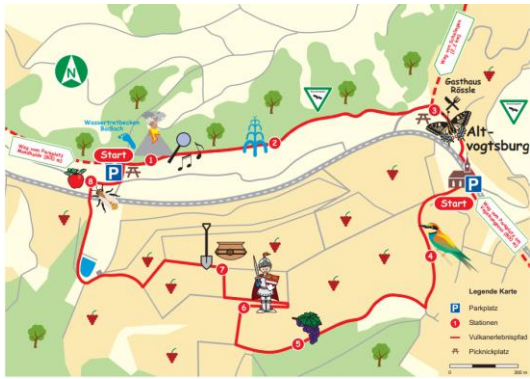
- Schwerpunkt Familien: Großes Indoor-Aktivitäten-Angebot für Kinder und Familien,
- Starker Fokus auf Mikroabenteuer-Vermarktung durch #dasistsauerland auf Social Media
- Verknüpfung zwischen Natur, Wohlbefinden und Auszeit

Quellen: www.sauerland.com, www.statistik.hessen.de, www.it.nrw

Best-Practice.

Vulkanerlebnispfad

- Für Kinder konzipierter Lehrpfad im Naturschutzgebiet „Badberg“ und Vogelschutzgebiet „Kaiserstuhl“
- Begleitung durch Ritter Hugo, der Geschichten erzählt und Informationen liefert
- Verschiedene Stationen zum entdecken entlang des Pfades
- Fokus auf Pflanzen, Tiere, vulkanische Gesteine, archäologische Ausgrabungen



Zum Nachdenken: :

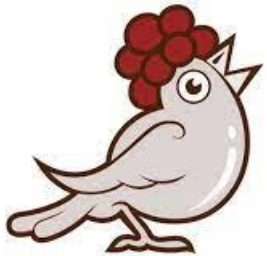
- Starker Fokus auf Familien und Kinder durch Ritter Hugo
- Barrierefreiheit (mit Kinderwagen problemlos begehbar)
- Aktivitäten für Kinder entlang des Pfades

Vulkanerlebnispfad

Quellen: www.vogtsburg.de, www.schwarzwaldportal.com/vulkanerlebnispfad

Best-Practice.

Kuckucksstube



- „regional, authentisch & lecker“ - Franchisekonzept aus dem Hochschwarzwald mit der Bellini Gruppe
- Ziel: vom Aussterben bedrohte Gastronomie und regionale Vielfalt und Tradition schützen
- Speisen werden in der Zentralküche der Bellini-Gruppe zubereitet und angeliefert, sodass keine Großküche vor Ort benötigt wird
- Wichtige Aspekte: Tradition, Regionalität und Herzlichkeit
- Gewinner des Land.Voraus! Projektwettbewerb 2020 von Netz der Regionen

Zum Nachdenken: :

- Innovatives Gastronomie-Franchisekonzept inkl. enger Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten
- Themen wie Fachkräftemangel, Nachhaltigkeit und Digitalisierung stehen im Vordergrund
- Neue Idee die die Tradition wieder neu beleben soll

Quellen: www.kuckucksstube.de, www.coucou-hotel.de

Best-Practice.

Wasserspielplatz Edelwies

- Bietet angenehme Abkühlung an heißen Tagen
- Gibt Kindern die Möglichkeit Wasser neu zu erleben
- Mit Schattenüberdachung
- Verschiedene Spielelemente können beliebig kombiniert werden
- Sperren, Räder, Schnecken, Pumpen, Arretierverschlüssen und sogar handgefertigte Figuren sorgen für Individualität
- Als Wasserspielplatz oder Matschanlage

Zum Nachdenken: :

- Gute Möglichkeit, um das Element Wasser weiter aufzugreifen und spielerisch zu gestalten
- Attraktion für Kinder und Familien

Quellen: www.edelwies.com, www.wasspa.com

Best-Practice.

Wasserwelt Eis Greissler

- Bietet angenehme Abkühlung an heißen Tagen
- Gibt Kindern die Möglichkeit, Wasser neu zu erleben
- Mit Schattenüberdachung
- Spray Park mit Bächen, Düsen, Rutschen, Geschicklichkeitsparcours und einer Floßfahrt
- Individuelles Design, welches das Thema „Eis“ gut umsetzt und aufnimmt

Zum Nachdenken: :

- Gute Möglichkeit, um das Element Wasser weiter aufzugreifen und spielerisch zu gestalten
- Auch das Element Feuer und das Thema Vulkanismus können durch ein individuelles Design mitaufgenommen werden

Quellen: www.eis-greissler.at, www.watergamesandmore.com

Best-Practice.

Indoor Klettervulkan

- Eindruckschaffende Attraktion für Kinder und Eltern
- 90°- Grad, 180°- Grad oder 360°- Grad Ausführung
- 3,80 oder 4,65 Meter hoch
- Plattform am Vulkan
- Durch PVC-Plane haben Kinder die Möglichkeit sicher vom Vulkan runterzurutschen
- Mit Sicherheitsbodenbelag und Griffen zum festhalten ausgestattet
- Verschiedene Designs erhältlich
- Möglichkeit Rutschen anzubringen

Zum Nachdenken: :

- Indoor-Attraktion für Kinder und Familien, die das Thema Vulkanismus aufnimmt und spielerisch gestaltet
- Kombinierbar mit anderen Indoor-Spielplatz-Elemente, um größere Indoor-Spielanlage zu gestalten

Quellen: https://eliplay.de,

Experteneinschätzung.

Zitate aus Gesprächen

Zur Erfassung der Erwartungen und Zielvorstellungen der Tourismusakteure (Leistungsträger:innen und Gastgeber:innen) wurden Anfang 2022 Expert:inneninterviews mit unterschiedlichen Stakeholder:innen im Gerolsteiner Land durchgeführt. Zitate aus diesen Gesprächen, zu der aktuellen Situation sowie der weiteren Entwicklung sind hier gebündelt dargestellt.

„Der Tourismus in der Region ist naturgegeben nachhaltig.“

„Dem Gerolsteiner Land mangelt es an einem Alleinstellungsmerkmal.“

„Das Thema in Hillesheim ist Krimi.“

„Der Eifler ist nicht so stolz auf die Eifel und die Angebote, wie Sauerländer auf das Sauerland.“

„Die Kyll ist das verbindende Element im Gerolsteiner Land.“

„Die Eifel generell ist ein guter Fleck um die Geologie hautnah erleben zu können.“

„Gäste aus den Niederlande, Belgien und größeren Städten haben die Chance in kürzester Zeit einen Tapetenwechsel hier im Gerolsteiner Land zu haben.“

„Es mangelt an Zusammenarbeit.“

„Tourismus findet aktuell nicht mit Leistungsträgern und Betrieben statt.“

„Politik muss den Wirtschaftsfaktor Tourismus verstehen und umsetzen.“

Zusammengefasste Stärken.

K ➤ P

STÄRKEN

- **Natur**
  Naturnah, unberührt, ruhig, ursprünglich, Naturaktivitäten, hohe Luftqualität
- **Gute zentrale Lage**
  Nähe zu Holland und Belgien, umgeben von Großstädten und urbanen Regionen
- **Wandern und Rad**
  Viele regionale und überregionale Wanderwege, sehr gut ausgebautes Radwegenetz ohne starke Steigungen, digital aufbereitet, Anbindung an Radwegenetz Eifel
- **Geologie & Vulkanismus**
  Verschiedene Landschaftsformen, gute Erlebbarkeit
- **Eifel, Gerolstein, Vulkanismus bekannt**
  Gerolsteiner Land kann gut verortet und zugeordnet werden, hoher Wiedererkennungswert
- **Krimistadt Hillesheim**
  Highlight, da einzigartig in Deutschland
- **Viele Ferienparks**
  Mit guter Ausrichtung auf Familien, konzentrierten Übernachtungsangeboten
- **Teil des UNESCO-zertifizierten Natur- und Geopark**
  Gute Zusammenarbeit zwischen TI und Natur- und Geopark

Zusammengefasste Schwächen.

K ➤ P

SCHWÄCHEN

- **Fehlendes Alleinstellungsmerkmal**
  Es gibt keine Attraktion, die einzigartig ist und für die das Gerolsteiner Land bekannt ist
- **Fehlende Indoor-Aktivitäten**
  Geringe Anzahl an Alternativen für Gäste, insbesondere für Familien und bei schlechtem Wetter
- **Eingeschränktes Übernachtungs- und Gastronomieangebot**
  Wenig Landhotels, Hütten, regionale Gastronomie, teilweise Investitionsstau, Nachfolgeprobleme
- **Schwache Einbindung der touristischen Leistungsträger und Betriebe**
  spärliche Zusammenarbeit zwischen öffentlichem und privatem Tourismus, teilweise Spannungen, wenige Vertretungen in Gremien
- **Mangelhaftes Tourismusbewusstsein & -akzeptanz in der Region**
  Geringes Bewusstsein für Tourismus und dem Wirtschafts- und Freizeitfaktor
- **Wenig Themen- und Spazierwege**
  Wenig einheitlich ausgeschilderte Spazier- oder Themenwege
- **Fehlende einheitliche Denkweise, Bild und verbindende Kommunikation der Region**
  Teilregionen werden noch einzeln gedacht, schwache interne Kommunikation
- **Zu geringe Kommunikation der vereinzelten regionalen Produkte**
  regionale Produkte fehlen, geringfügig berücksichtigt in der Vermarktung

Inhalt.

1. Einleitung: Zielsetzung und Prozess
2. Reflexion: Woher kommen wir? Wie ist unser Umfeld?
3. Vision und Ziele: Wohin wollen wir?
4. Strategie: Wie kommen wir zum Ziel?
5. Realisierung: Was müssen wir konkret tun?

Gerolsteiner Land – Vision 2030.

Alleinstellungsmerkmale als Grundlage

Ausgangsbasis für die Vision sind die Stärken und Schwächen sowie die besonderen Alleinstellungsmerkmale: Die Dinge, die den Ort oder die Region von Anderen unterscheidet.

Die Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale vom Gerolsteiner Land sind:

- Das gesamte Gerolsteiner Land ist Teil des UNESCO-Geoparks Vulkaneifel
- Die Naturbelassenheit, Reinheit und Ruhe in der Natur, vor allem mit dem Element Wasser neben Erde, Luft und Feuer
- Die Vielfältigkeit an geologischen und vom Vulkanismus geprägten Landschaftsmerkmalen
- Die Einzigartigkeit des Themas Krimi in Hillesheim

Vulkanismus, Wasser, Natur, Ruhe, Krimi

Gerolsteiner Land – Vision 2030.

Für den Tourismus

Auf Basis der vorangehenden Analysen, den vorhandenen Konzepten und der geführten Diskussionen wurden im Strategie-Workshop am 05. Mai 2022 die nachfolgende Vision und die wichtigsten touristischen Ziele vorgestellt und an der Tourismuswerkstatt am 19./20. Juli 2022 mit den Bürger:innen abgestimmt.

„Wir l(i)eben das Gerolsteiner Land!“

„Bürger und Touristen kommen zusammen“

„Gerolsteiner Land – die Familienregion in der Vulkaneifel“

„Aus 3 mach 1 – drei Gebiete sind zusammen touristisch stark“

„Tourismus- und Abenteuer-region Vulkaneifel“

„Ruhe und Erholung bei und mit den Menschen im Gerolsteiner Land“

„Die Region ist komplett modern und digital aufgestellt und für Junge interessant“

„Nachhaltigkeit ist eine Grundvoraussetzung“

„Urlaub vulkanisch genießen“

„Wir haben hier beste Naturerlebnisse mit Abenteuercharakter“

Als Teil der Vulkaneifel versteht sich das Gerolsteiner Land als **eine** attraktive und naturnahe Tourismus- und Freizeitregion, die nachhaltig Mehrwert für Bürger:innen, Gäste und Betriebe schafft.

Touristische Leitlinien.

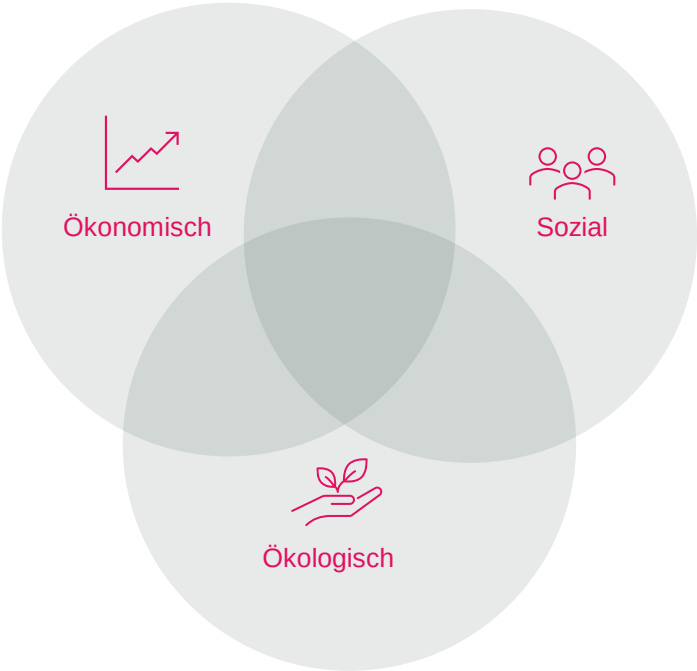
Strategischer Rahmen zur Umsetzung der Vision

Nachhaltige Grundorientierung

Die Vision, die Leitlinien und die Projekte in diesem Masterplan orientieren sich an den Prinzipien der Nachhaltigkeit. Dabei werden die drei Säulen als gleichwertig betrachtet. Eine ganzheitlich nachhaltige Entwicklung kann nur bei gleichzeitiger Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Zielsetzungen erreicht werden.

Folgende beispielhafte Themen und Aspekte im Masterplan verdeutlichen diese Grundorientierung:

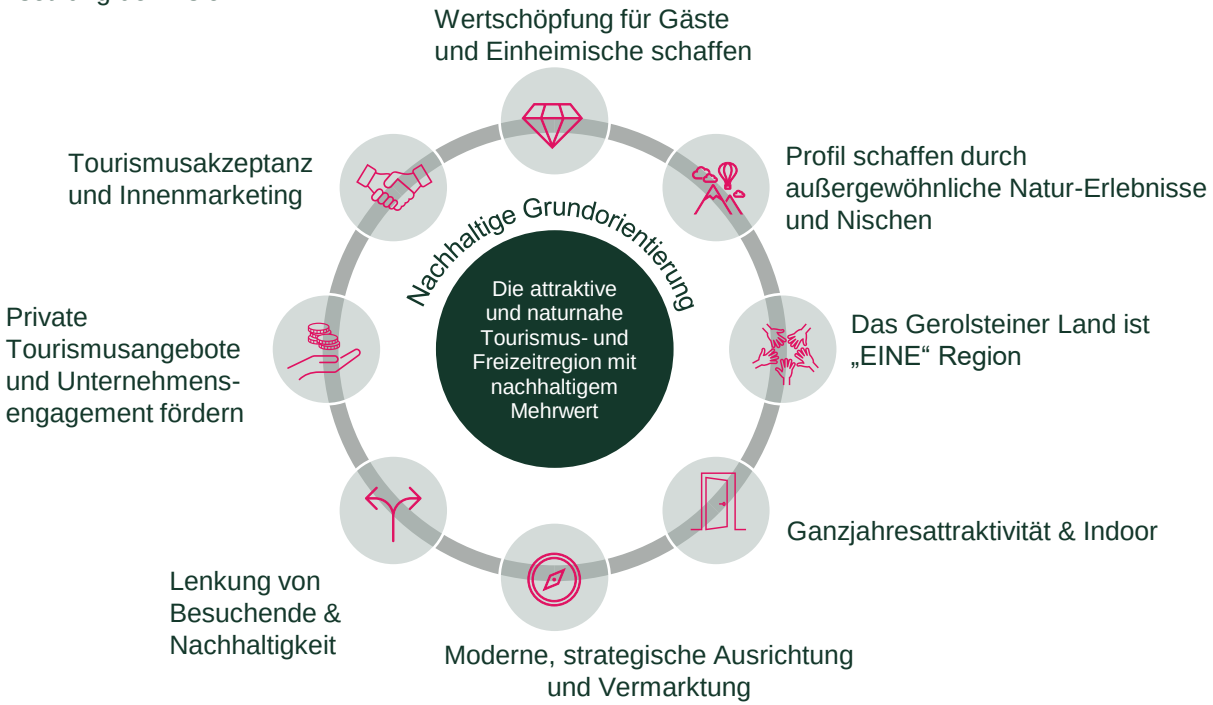
- **Ökonomisch**: Steigerung der Wertschöpfung, Saisonverlängerung, smarte Buchbarkeit, Förderung des Unternehmertums
- **Ökologisch**: Besucher:innenlenkung, Vermittlung von Naturerlebnissen, Abstimmung mit Naturpark und Geopark
- **Sozial**: Entwicklung für & mit Bürger:innen und Gäste, Dialog miteinander



Touristische Leitlinien.

Strategischer Rahmen zur Umsetzung der Vision

Die zukünftige touristische Entwicklung und Vermarktung des Gerolsteiner Landes soll den nachfolgenden touristischen Leitlinien folgen. Sie bilden den strategischen Rahmen für einzelne Projekte und die Umsetzung der Vision:



Touristische Leitlinien.

Strategischer Rahmen zur Umsetzung der Vision

Wertschöpfung für Gäste und Einheimische schaffen

Fokus im Gerolsteiner Land ist, die Infrastrukturen und Wertschöpfungsmöglichkeiten an bestehenden Anziehungspunkten (POI) und Highlights zu optimieren. Dazu zählt auch, per Digitalisierung Information und smarte Buchbarkeit zu praktizieren und die Wertschöpfung zu erhöhen. Neue Ideen und Angebote gilt es durch Machbarkeits-studien, Hotelmasterpläne und Information über Förderprogramme optimal zu gestalten.

Profil schaffen durch außergewöhnliche Natur-Erlebnisse und Nischen

Durch die Entwicklung ausgefallener Erlebnisse und Nischenangebote soll das Gerolsteiner Land ein für sich individuelles Profil schaffen. Spezielle Angebote und Erlebnisse in der Nebensaison tragen zu einer Saisonverlängerung bei, während Nischenangebote ganz spezielle Zielgruppen anlocken, die sehr spezifisch in der Vermarktung angesprochen werden können und ein großes Potential für das Gerolsteiner Land darstellen.

Touristische Leitlinien.

Strategischer Rahmen zur Umsetzung der Vision

Das Gerolsteiner Land ist „EINE“ Region

Die touristische Entwicklung des Gerolsteiner Landes braucht den Rückhalt der Bürger:innen und Anbieter. Innerhalb der Region muss das Ziel sein, ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu schaffen. Nach Außen hin gilt es einheitlich am Markt aufzutreten. Nach Innen hat jede Region ihre Stärken. Eine enge Zusammenarbeit der Betriebe untereinander und mit dem Tourismusverband Gerolsteiner Land stärkt die touristische Entwicklung der Region.

Ganzjahresattraktivität & Indoor

Das Gerolsteiner Land bietet seinen Gästen viele Outdoor-Aktivitäten an, die vom Wetter abhängig sind. Durch den Ausbau von Indoor-Aktivitäten und ausgefallenen Erlebnissen, die bei allen Wetterlagen und in der Nebensaison möglich sind, kann die ganzjährige Attraktivität der Region für den Gast verbessert werden. Zur Ganzjahresattraktivität zählt auch, mit neuen (digitalen) Ansätzen die Öffnungszeiten der Betriebe auf Gästebedürfnisse zu optimieren ohne dabei die Wirtschaftlichkeit aufzugeben.

Touristische Leitlinien.

Strategischer Rahmen zur Umsetzung der Vision

Moderne, strategische Ausrichtung und Vermarktung

Durch eine junge und moderne strategische Ausrichtung soll das Profil des Gerolsteiner Landes weiter geschärft und attraktiviert werden. Mit dem Ausbau der ausgefallenen Erlebnissen und weiteren Nischenthemen können gezielt Familien, Jüngere und Nischen-Zielgruppen angesprochen werden. Dies gelingt durch eine gezielte, moderne und digitale Vermarktung.

Besucher:innenlenkung & Nachhaltigkeit

Durch die Lage vieler Attraktionen in der Natur ist es notwendig, die Besucher:innenströme durch den Ausbau von Infrastruktur und innovativer Besucher:innen-Leitsysteme zu lenken und zu entzerren. Hierdurch kann verhindert werden, dass die Natur größeren Schaden nimmt und es zu „Overtourism“-Erscheinungen kommt. Die Besucher:innen und die Bürger:innen sollen sich jederzeit im Gerolsteiner Land wohlfühlen. Die touristische Entwicklung soll die Nachhaltigkeit immer im Blick haben.

Touristische Leitlinien

Strategischer Rahmen zur Umsetzung der Vision

Private Tourismusangebote und Unternehmensengagement fördern

Unternehmertum und Investitionsvorhaben sind notwendig um das Gerolsteiner Land touristisch weiterzuentwickeln. Durch Workshops-, Weiterbildungs- und Beratungsangeboten, zur Umsetzung, Förderungs- und Investitionsmöglichkeiten, werden (Neu-)Unternehmer in ihrem Vorhaben unterstützt und eine Umsetzung der Ideen gefördert.

Tourismusakzeptanz und Innenmarketing

Die touristische Entwicklung des Gerolsteiner Landes braucht den Rückhalt von Einwohner:innen und Anbietern. Durch ein innovatives Innenmarketing soll das Interesse am Tourismus und die Tourismusakzeptanz der Bevölkerung gesteigert werden. Ein erfolgreiches Innenmarketing spricht auch neue Arbeitnehmer und Nachwuchskräfte an und kann dadurch dem Fachkräftemangel entgegen wirken.

Operationelle Ziele.

Der Touristischen Leitlinien

Auf Grund einer fehlenden Datenbasis bei einigen Zielwerten sind die Ziele teilweise qualitativ statt quantitativ formuliert. Diese sollen dem Gerolsteiner Land als Orientierung für die Evaluierung dienen.

Ziel	Zielwert 2030
Steigerung der Wertschöpfung im Tourismus	+15%*
Steigerung der Anzahl von Beherbergungsbetrieben und Betten	+15% (ca. 500 Betten)
Steigerung der Bettenauslastung ausgehend von 20,8%	Mind. 25%
Steigerung der ÜN in Nebensaison-Monaten (Nov.-Mär.)	+20%
Digital buchbare Natur-Erlebnisse	Mind. 15 Erlebnisse bis 2025
Indoorangebote für den Tourismus	Mind. 1 Highlight
Hohe Tourismusakzeptanz der Bürger:innen	Mind. Schulnote 2* Umfrage 2025
Hohe Zufriedenheit der Tourismusakteure mit Tourismusarbeit	Mind. Schulnote 2* Umfrage 2025

* Wir empfehlen für die Messung der Zielwerte eine Wirtschaftsfaktoranalyse sowie eine Umfrage unter Leistungsträgern und Bürger:innen

Inhalt.

1. Einleitung: Zielsetzung und Prozess
2. Reflexion: Woher kommen wir? Wie ist unser Umfeld?
3. Vision und Ziele: Wohin wollen wir?
4. Strategie: Wie kommen wir zum Ziel?
5. Realisierung: Was müssen wir konkret tun?

Touristische Positionierung.

Gerolsteiner Land

Das Gerolsteiner Land ist die Freizeitregion Nr. 1 in der Eifel für ausgefallene und echte Naturerlebnisse verbunden mit Wasser und Vulkanismus.

Gerolsteiner Land
Vulkanismus, Wasser, Natur, Ruhe, Krimi

Geologie/Vulkanismus/Elemente

- UNESCO Geopark
- Entstehungsgeschichte
- Höhlen, Maare, Vulkane
- Geologie, Felsen, Fossilien
- Wasser, Quellen, Dreese

Wandern/Rad/Winter

- Wanderwege (überregional - lokal)
- Themen-Erlebniswege
- Familien-Radwege, E-Bike
- Winterangebote
- Natur-Spezialangebote

Krimi

Qualität & Infrastruktur

Marketing & Organisation

Erläuterung zur Positionierung.

Gerolsteiner Land

- **Freizeitregion** – Das Gerolsteiner Land bietet eine große Auswahl an Aktivitäten und viele Möglichkeiten der Freizeitgestaltung für Gäste und Einheimische. Die 3 ehemaligen Regionen, jetzigen Teilregionen, habe jeweils ihren eigenen Schwerpunkt an Freizeitangeboten und die Vielzahl an Nischenthemen tragen zur großen Auswahl bei.
- **Nr. 1 in der Eifel** – Das Gerolsteiner Land ist die Region an die Gäste denken, wenn sie einen aktiven, abenteuerlichen und vielseitigen Urlaub in der Eifel machen möchten. Solch eine Auswahl an außergewöhnlichen Erlebnissen gibt es in keiner anderen Region in der Eifel.
- **Ausgefallene und echte Naturerlebnisse** – Die ausgeprägten Landschaftsgegebenheiten im Gerolsteiner Land machen die Region zu etwas Besonderem. Als eine stark geologisch geprägte Region bietet sie vor allem Erlebnisse in der Natur an. Es werden nicht nur klassische und alltägliche Erlebnisse angeboten, sondern es stehen besondere Erlebnisse im Vordergrund.
- **Wasser** – Der Fluss Kyll ist das verbindende Element der Teilregionen im Gerolsteiner Land. Es bietet dem Gast Erfrischung und Erlebnisse. Durch seine Starke Marke ist das Gerolsteiner Wasser vielen Menschen ein Begriff und wird mit der Region in Verbindung gebracht.
- **Vulkanismus –** Die Landschaft im Gerolsteiner Land ist durch den Vulkanismus vielseitig geprägt. Während ihrem Besuch sehen und erleben die Besucher:innen die vulkanischen Landschaftsformen wie zum Beispiel Vulkanischen Krater.

Moodboard.

Das Gerolsteiner Land

Das Moodboard soll die emotionale Stimmung und Atmosphäre aus der Positionierungs-Idee vermitteln sowie mögliche Themen, Angebote und Infrastrukturen exemplarisch aufzeigen.

Zielgruppen Gerolsteiner Land.

Veränderungsansatz

Zielgruppenmerkmale heute	Zielgruppenmerkmale in Zukunft
Familien: vorhanden, 5-7 Tage, viele Outdoor Aktivitäten	Familien: Steigerung, 5-7 Tage, Auswahl an Indoor und Outdoor Aktivitäten
Altersgruppe: alle Altersgruppen vorhanden	Altersgruppe: alle Altersgruppen beibehalten, verstärkt Junge Aktive und Familien anlocken
Wander:innen: vorhanden	Wander:innen: beibehalten und Natur Aktive weiter steigern
Special Interest Tourist:innen: teilweise vorhanden (Bsp. Hillesheim – Krimi)	Special Interest Tourist:innen: verstärkt ansprechen und anlocken zu unterschiedlichen Themen
Nachhaltigkeit: kein Fokus	Nachhaltigkeit: in allen Angeboten und Entwicklungen berücksichtigen und kommunizieren
Saison: Sommermonate	Saison: ganzjährig
Bürger:innen: wenig Tourismus Bezug	Bürger:innen: Akzeptanz des Tourismus steigern

Zielgruppen Gerolsteiner Land.

Gesamtübersicht

Nebenzielgruppe wird über die Eifel mit vermarktet

Zielgruppen Gerolsteiner Land.

Hauptzielgruppe nach Reisemotiv

K ➤ P

Bernd & Ulrike Blum (Aktive Naturgenießer:in)

Merkmale & Werte	Reisemotiv	Erwartungen	Typische Reiseformen	Herkunft
Gehobene Mittelschicht 40+ Jahre Überdurchschnittliches Einkommen Genussmenschen Hohes Natur- und Umweltbewusstsein	Freude daran gemeinsam Neues entdecken (Landschaften und Leute) Nachhaltige Erlebnisse Wissenserweiterung	Zertifizierte Wander- und Radwege Attraktive Landschaften Regionale Produkte und Speisen Kulturelle Sehenswürdigkeiten Wellnesangebote	Häufig als Paar unterwegs Familien Kleingruppen Anreise meistens mit Auto oder Bahn	Deutschland Ausland: Belgien, Niederlande, Frankreich

Aktivitäten:

- Wanderwege und Radwege erkunden
- Besuch der Burgen
- Vulkane, Maare und Höhlen besichtigen
- Regionale Produkte verkosten
- Fliegenfischen ausprobieren

Zielgruppen Gerolsteiner Land.

Hauptzielgruppe nach Reisemotiv

K ➤ P

Familie Wolf (Vielseitig Aktive)

Merkmale & Werte	Reisemotiv	Erwartungen	Typische Reiseformen	Herkunft
Gehobene Mittelschicht 30+ Jahre überdurchschnittliches Einkommen Aktivurlauber Hohe Design- und Komfortansprüche	Action, Spaß und Spannung erleben Zeit mit Familie verbringen Abwechslung zum Alltag Natur, Kultur und Action erleben	Erlebnisreiche Wander- und Radwege Abenteuer und Action Verschiedene Outdoor und Indoor-Aktivitäten vor Ort Familienfreundliche Angebote	Überwiegend als Familie Auch als Paar oder Kleingruppe unterwegs Mehrere Familien gemeinsam Anreise mit Auto oder Bahn	Deutschland Ausland: Niederland, Belgien, Luxemburg Frankreich,

Aktivitäten:

- Besuch von Adler- und Wolfspark, Eifel Adventures Berlingen
- Krimistadt Hillesheim erkunden
- Natur (z.B. Wasserspielplätze) erlebnisorientiert erfahren
- Vulkanismus und Geologie erforschen
- Teilnahme an kleineren Veranstaltungen, vor allem für Familien und Kinder

Zielgruppen Gerolsteiner Land.

Nebenzielgruppe nach Reisemotiv

K ➢ P

Andrea Schwab (Nur Wanderer)

Merkmale & Werte	Reisemotiv	Erwartungen	Typische Reiseformen	Herkunft
Gehobene Mittelschicht 40+ Jahre überdurchschnittliches Einkommen Interesse an Regionalität und Natur Verantwortungsvolle Genussmenschen	Horizont- und Wissenserweiterung Etwas für die Gesundheit tun, Entschleunigung Natur und Umwelt erleben und erkunden Regionalität genießen	Zertifizierte Wanderwege mit guter Markierung und Wegweisung Wanderfreundliche Unterkünfte am Wegrand Aktualisierte Wanderkarten und Tourenplaner	Häufig alleine oder als Paar unterwegs Kleingruppen Anreise vorzugsweise mit öffentlichen Verkehrsmitteln	Deutschland Ausland: Belgien , Niederlande, Frankreich

Aktivitäten:

- Wanderung des Eifelsteiges oder der Partnerwege
- Geologie und Vulkanismus erkunden
- Krimistadt erkunden
- Regionale Produkte und Speisen verkosten
- Spezielle Nischenthemen ausprobieren

Zielgruppen Gerolsteiner Land.

Rahmen der Zielgruppe

K ➤ P

Einwohner:innen

- Wohnen in der Region
- Legen Wert auf Lebens- und Freizeitqualität im Alltag
- Kennen die Region meist sehr gut
- Ggf. widersprüchliche Erwartungen im Vergleich zu Tourist:innen

Bedeutung für das Gerolsteiner Land

- ➤ Sie sind wichtige Botschafter für den Tourismus einer Region
- ➤ Berücksichtigung ihrer Bedürfnisse darf nicht zugunsten des Tourismus verloren gehen
- ➤ Sie sind eine wichtige Zielgruppe für den Einzelhandel

Urlauber:innen

- Kurzaufenthalte von 1-2 Nächten oder längere Aufenthalte von 5-7 Nächten
- Gehen vielfältigen Interessen und Aktivitäten nach (Naturerlebnisse, Stadterkundungen, Museumsbesuche)
- Erwarten ein passendes Indoor sowie Outdoorangebot, je nach Wetterlage

Bedeutung für das Gerolsteiner Land

- ➤ Bieten durch längere Aufenthalte die Chance einer erhöhten Wertschöpfung
- ➤ Vielzahl an Indoor & Outdoor Attraktionen steigert

Special interest tourists

- Kommen aus einem ganz bestimmten Grund und Thema ins Gerolsteiner Land
  - Krimi
  - Fliegenfischen
  - Bogenschießen etc.
- Legen Wert auf Qualität
- Bereitschaft höhere Preise zu bezahlen ist gegeben

Bedeutung für das Gerolsteiner Land

- ➤ Große Bedeutung und Potenzial, da eine Vielzahl an Nischen Themen vorhanden sind
- ➤ Zielgruppenspezifische Bedürfnisse wichtig zu beachten

Handlungsfeld: Geologie/Vulkanismus/Elemente.

Ziele

Geologie & Vulkanismus und die 4 Elemente Wasser, Feuer, Erde und Luft sind in der gesamten Region hochwertig erlebbar. Der Geopark Vulkaneifel ist in der gesamten Region präsent und in die Vermarktung integriert. Die Angebote sind hochwertig aufbereitet und die Hot-Spots auf Kundenbedürfnisse optimiert.

Das Thema Wasser erfährt eine zusätzliche Profilschärfung. Neue Indoor- und Outdoorangebote machen das Thema Wasser in Zusammenhang mit Feuer in der Region sichtbar. Das Marketing erfolgt in enger Kooperation mit der Firma Gerolsteiner.

Zu der starken Profilierung im Bereich Natur zählt für uns auch, eine starke Profilierung mit regionalen Natur-Produkten, Eifler Gerichten und dass sich die verschiedenen Profilthemen (Feuer/Wasser/Geologie/Vulkanismus) auch in Gastronomie und Handel wiederspiegeln.

Handlungsfeld: Geologie/Vulkanismus/Elemente.

Projekte

Top Projekte
➤ Umsetzung weiterer Elemente aus der TAO-Studie (Bsp. Optimierung Vulkangarten, weitere Erlebnispunkte, Guides) ➤ Indoor-Outdoor Erlebniswelt „Wasser“ mit Inszenierung des Themas Wasser, erlebnisorientiert, ev. AR/VR ➤ 2-3 große attraktive Wasserspielplätze in der Region verteilt, ev. in Kombination mit der Kyll, vorhandene optimieren

Handlungsfeld: Geologie/Vulkanismus/Elemente.

Projekte

K ➤ P

Weitere Projektideen

- Thema „Quellen&Dreese“ bündeln und vermarkten
- Thema Fossilien in Gerolstein wieder aufleben
- Schaffung von 2-3 GeoCaching-Angeboten
- Entwicklung von Escape-Rooms (Indoor-Erlebnis) und Escape-Touren
- Geysire: ein Fontaine(spiel)platz als Geysirplatz (pro Stadt/Teilregion), Gesteuerte Geysire - da natürliche Geysire vorhanden sind mit genügend Druck
- Themenabende: regionale Küche + Produkte, Kochkurse
- Netzwerk und Zusammenarbeit der Gastronomen und Regionalen Erzeuger
- Aufwertung der geologischen Aufschlusspunkte
- Wasser in Verbindung mit Klimawandel, Hochwasserschutz, Wasserkreislauf durch Lehrpfade, Veranstaltungen, Attraktionen
- Wassersport (vor allem Winter): Kayak auf der Kyll, Wasserfestival
- Events zu den Themen: Vulkanismus (Bsp. Tanz im Vulkan), Wasser,
- Geologischen Pfad wieder aufwerten und Pflegeverantwortung klären

Handlungsfeld: Wandern/Rad/Winter.

Ziele

- Die regionalen und überregionalen Wander- und Radwege sind gepflegt, werden in die vulkaneifelweite und eifelweite Vermarktung eingebracht und die Infrastrukturen entlang der Wege sind optimiert.

- Regionale Spazierwege und attraktive Themen-Erlebniswege für Familien ergänzen das Wanderangebot für Urlauber:innen und Bürger:innen. Die Themenwege erzählen Geschichten zu den Elementen oder Themen der Region. Die Wege sind gut ausgeschildert, die Pflege ist geregelt, die infrastrukturelle Basis ist gegeben und sie werden gut kommuniziert, sowie vermarktet. Ein Teil der Wege ist barrierefrei gestaltet und gekennzeichnet.

- Einzelne ausgewiesene Familien-Radrouten und E-Bike-Strecken ergänzen das Radangebot, beziehen wichtige POI´s und regionale Betriebe ein und sind gut aufbereitet.

- Attraktive Events, Veranstaltungen, Aktionen, Touren und Führungen ergänzen das Aktivangebot. Neue Winterangebote sowie vorhandene Attraktionen geöffnet haben im Winter schaffen zusätzliche Erlebnisse und verbessern die Wertschöpfung ganzjährig.

Handlungsfeld: Wandern/Rad/Winter.

Projekte

Top Projekte

- 2-3 lokale Rundwander-/Spazierwege Orte/Teilregionen, Aufbereitung/Beschilderung/Marketing/Pflegeregelung
- 2-3 Themen-Erlebniswege für Familien, Z.B. zu Elementen, Wasser, Fossilienerlebnisweg, Dinos/Höhlenmenschen, mit Storytelling (Willi Basalt und/oder Karla Kirsche)
- System mit 2-3 „Natur-Parcours“ als Hindernisparcours durch die Natur (z.B. Rothaus Mediator)
- Entwicklung 3-4 ausgezeichneter Familien bzw. E-Bike Radrouten (z.B. Eifelquerbahn) z.B. zum Kronenburgersee, zur Wassermühle Birgel, etc. (Aufbauen nach dem „Radverkehrskonzept“ Ende 2022)

Handlungsfeld: Wandern/Rad/Winter.

Projekte

Weitere Projektideen

- Entwicklung und Ausbau der begleitenden Veranstaltungen für Wandern und Rad wie Führungen, Radwandertage, Feste, Wettkämpfe
- (Themen-)Wanderwege: Bachwanderwege, Mittelwald, Galgenweg, Hexenweg, Sternwanderung, Wasserwandern
- Baumwipfelpfad, ev. auch dort Thema Wasser oder Feuer aufnehmen
- Kletterpark bzw. Waldseilgarten
- Hop on Hop Off Bus (auch für Fahrrad und Wanderer)
- Kugelbahn Angebot (ev. in Kombination mit Erlebnisweg)
- Abstimmung und Vereinheitlichung der Wanderbeschilderung und Regel der Pflege
- Entwicklung von Winterangeboten (evtl.) unter Berücksichtigung von Tao: Popup Schlittenbahn, Schneeschuhwandern, Winterwandern & Fackelwanderung, Schlittschuhbahn (indoor/outdoor), Eisstockschießen inkl. Glühwein/Bowle
- Eisturm/Schwedenfeuer an den Brunnenplätzen
- Traditionelle Winterrituale erlebbar machen: Winter austreiben, Burgenbrennen, Räderschieben

Handlungsfeld: Krimi.

Ziele & Projekte

Ziele

- Das Thema Krimi findet sich insbesondere in Hillesheim und stellt ein besonderes Alleinstellungsmerkmal für das gesamte Gerolsteiner Land dar. Wichtige Veranstaltungen und Angebote zum Thema Krimi sind durch eine breite Unterstützung gesichert und das Angebot wird durch mehrere Veranstalter und Leistungsträger erbracht.

- Der Ausbau flankierender (kleinerer) Angebote und Veranstaltungen in Gerolstein und Stadtkyll trägt zur Präsenz des Themas in der gesamten Region bei. Die Aktivitäten werden dabei gemeinsam und in Abstimmung mit den Anbietern aus Hillesheim abgestimmt.

- Das Thema Krimi findet im Marketing des Gerolsteiner Landes besondere Berücksichtigung und durch ein ganzjähriges und saisonal unabhängiges Angebot tragen die Krimiangebote optimal zur ganzjährigen Auslastung der Betriebe bei.

Handlungsfeld: Krimi.

Ziele & Projekte

Projekte und Angebote

- Bei Bedarf Tatort „Krimi“ vom Landkreis übernehmen, um die Reichweite zu erhöhen
- Escape-Rooms oder -Touren in der gesamten Region etablieren
- Einrichtung einer thematischen Arbeitsgruppe, die die Krimiangebote im gesamten Gerolsteiner Land koordiniert und abstimmt
- Verknüpfung der Krimiangebote mit den beiden Themensäulen Rad/Wandern und Geologie/Vulkanismus um ein ausgefalleneres Angebot zu schaffen
- Entwicklung neuer kinderfreundlicher Angebote, die das Thema Krimi aufnehmen bzw. thematisieren
- Krimifestival in der Ruine Hillesheim/Stadtmauer

Exkurs: Ausgefallene Naturerlebnisse.

Ziele & Projekte

Ziele

Ausgefallene Natur-Erlebnisse stärken das individuelle Profil des Gerolsteiner Lands. Sie sollen durch ihren außergewöhnlichen Charakter für **Aufmerksamkeit** bei der Presse und den Zielgruppen sorgen.

Die besonderen Erlebnisse sollen vor allem in der **Nebensaison** angeboten werden und damit zur **besseren Auslastung und Saisonverlängerung** beitragen.

Die Erlebnisse sollen **einfach und digital buchbar** sein und dürfen auch Special-Interest-Zielgruppen ansprechen.

Projekte und Angebote

- Buchbare „Aktiv-Erlebnisse“ rund um Wandern und Rad, z.B. Kräuterwanderungen, Lamawanderungen, Wanderwochen, Events
- Vogelbeobachtungen, Tierbeobachtungen im Wald, Wasserrallye, Natur-Führungen, Höhlen-Führungen, Aktionen zu den Elementen etc.
- Mikroabenteuer „Naturübernachtung“ mit Waldcampingplatz, Waldtoiletten, Waldhütte
- Ausbau „Natur-Selfness“ als Thema, z.B. mit Waldbaden, Natur-Yoga, Esoterikangeboten (Feuerlaufen), auch mit Hinweis auf die besonders hohe Luftqualität
- Sternenführungen, Sternenblicke in Kooperation mit dem Naturpark Nordeifel, z.B. Eifelblicke nutzen
- Vulkanglühen im Vulkan
- Waldspielplatz mit weiteren Erlebnissen
- Wald-Jugend-Camp (Evtl. Stausee Gerolstein)

Exkurs: Special-Interest-Angebote.

Ziele & Projekte

Ziele

Spezielle Nischenangebote für konkret ansprechbare Special-Interest-Zielgruppen werden gemeinsam mit den Betrieben und mit Unterstützung der Gemeinden **weiter entwickelt und optimiert.**

Die Nischenangebote sorgen für ein **effizientes Marketing und eine Auslastungssicherung** über den gesamten Jahresverlauf. Die Angebote tragen wesentlich zur **besonderen Profilierung** des Gerolsteiner Lands bei.

Als **mögliche Nischenthemen** werden vorgeschlagen**, Fliegenfischen, Motorradfahren, Bogenschießen, Klettern, Rennradfahren**

Projekte und Angebote

- **Fliegenfischen:** Fokus auf der Kyll – auch als verbindendes Element aller 3 Gebiete, Klärung der touristischen Nutzung und Möglichkeiten, Abstimmung des Angebotes, Kooperation mit Übernachtungsbetrieben, Einbezug lokale Experten
- **Motorradfahren:** Zusammenführung der Anbieter, Abstimmung des Angebotes, sensibles Marketing durch die Betriebe, Unterstützung durch die Tourismus GmbH bei Print Medien oder Touren Broschüren etc.
- **Bogenschießen:** Sammlung der Ausübungsstandorte, Austausch unter Anbietern, Zusammenstellung in einer Broschüre, Aufbereitung sowohl für Special-Interest-Gruppen wie auch als Angebot unter „ausgefallene Erlebnisse“ mit digitaler Buchbarkeit
- **Klettern:** Abstimmung der Potenziale und Möglichkeiten, insbesondere mit Naturschutz, Marketing so fern noch Potenziale und Möglichkeiten vorhanden
- **Rennradfahren:** Prüfen ob hier eine Nische besetzt werden kann

Querschnittsaufgaben: Qualität & Infrastruktur.

Ziele

Die bestehenden touristischen Anziehungspunkte und Highlights sind bezüglich notwendiger Infrastrukturen, Wertschöpfungsmöglichkeiten und nachhaltiger Nutzung durchdacht und optimiert. Sie bieten hohe Kundenorientierung und es gibt entsprechende Ansätze zur Besucherlenkung bei starker Frequentierung.

Private Angebote in den Bereichen Beherbergung, Gastronomie und touristische Dienstleistungen sind gesichert und ergänzen das kommunale Tourismusangebot. Die privaten Tourismusanbieter und das Unternehmertum ist gestärkt. Jungunternehmer:innen werden beim Einstieg in den Tourismus tatkräftig unterstützt, bestehende Unternehmen erhalten wichtige Hilfe bei der Betriebsentwicklung und –optimierung.

Die Attraktivität, Aufenthaltsqualität und Erlebbarkeit der Städte ist verbessert. Sie haben sich zum Treffpunkt der Region entwickelt und laden zum Bummeln, Essen und Flanieren ein. Kulturelle Angebote ergänzen die Attraktivität und interessante Veranstaltungen schaffen Aufmerksamkeit.

Querschnittsaufgaben: Qualität & Infrastruktur.

Projekte

Top Projekte

- Projekt zur Optimierung der POI´s und Wanderwege mit Prüfung Infrastrukturen, Besucherlenkung, Kundenorientierung
- Machbarkeitsstudien und alternative Betriebskonzepte Gastronomie & Beherbergung
- Workshops-, Weiterbildungs- und Beratungsangebote zur Betriebsoptimierung, Marketing, Neugründungen sowie Förderungs- und Investitionsmöglichkeiten
- Vernetzung von regionalen Erzeugern und Beherbergung & Gastronomie und Einbindung ins touristische Angebote und Marketing
- Förderung der Zusammenarbeit mit regionalen Wirtschaftsunternehmen zur Förderung des touristischen Unternehmertums und touristischer Produkte (z.B. Gerolsteiner, Bitburger, Eifel-Film-Bühne…)
- Produktentwicklung und Erstellung neuer buchbarere Angebote durch die Zusammenarbeit unterschiedlicher Leistungsträger und der Touristik GmbH

Querschnittsaufgaben: Qualität & Infrastruktur.

Projekte

Weitere Projektideen

- Gewinnung weiterer Betriebe mit Qualitätssiegel
  (z.B. Eifel-Qualität, Geopark-Gastgeber, Bett&Bike, Wanderbares D)
- Kommunale Unterstützung von regionalen Erzeugern, Einrichtung von Landcafés, Hütten, Kiosk, Gaststätten
- Thematische Indoor-Spielplatze, z.B. mit Hüpfvulkan
- Förderung der Aufenthaltsqualität in den Städten
- Sicherung von Hallen- und Freibädern als ergänzende Infrastrukturen für Gäste und Bürger:innen
- Regionale Abstimmung des Veranstaltungsprogramms und touristische Vermarktung der besonderen regionalen authentischen Feste und Festivals
- (Weiter-)Entwicklung neuer profilorientierter Veranstaltungen (z.B. Natur-Hindernislauf, Marathon)
- Engagement zur Verbesserung des ÖPNV und Anbindung der touristischen Highlights (Bsp. Flexi- Busse)
- Ausbau Wohnmobil-Stellplätze
- Attraktivierung der Museen und Ausstellungen (z.B. geologisches Museum) und Zusammenführung mit dem Outdoor-Angebot
- Gastro bietet Gerichte mit speziellen Namen in Verbindung mit Geologie/Wasser/Elemente z.B. Dolomitensuppe, Lavabombe
- Beschilderung innerhalb der Städte vereinheitlichen und übersichtlich gestalten

Querschnittsaufgaben: Qualität & Infrastruktur.

Projekt: Optimierung der POI´s

Zur Optimierung der POI´s wird eine Überprüfung der Infrastruktur, der Kundenorientierung und der Besucherlenkung vorgenommen. Bei neuen POIs gilt es diese von Beginn an mitzudenken. Folgende POI`s sollten überprüft werden:

- Eifelsteig & Partnerwanderwege*
- Wasserfall Dreimühlen*
- Vulkangarten Steffeln*
- Helenenquelle
- Arensberg*
- Kronenburgersee*
- Dolomiten Gerolstein
- Bolsdorfer Tälchen
- Birresborner Eishöhlen
- Kyll-, Kalkeifel-Radweg
- Eichenholzmaar
- Buchenlochhöhle
- Mühlsteinhöhlen
- Aussichtsturm Dietzenley
- Stadterlebnis (Mauer) Hillesheim
- Erlöserkirche Gerolstein
- Burg Kerpen
- Bertradaburg
- Burgruine Kasselburg
- Römische Villa
- Frei-& Hallenbad Gerolstein

* Die POI´s mit denen empfohlen wird zu beginnen

Querschnittsaufgaben: Marketing & Organisation.

Ziele

Das Gerolsteiner Land tritt nach Außen einheitlich auf, im Design sowie auch mit den themenorientierten Angeboten. Naturnahe Erlebnisse mit Wandern und Rad sowie um die Themen Wasser und Vulkanismus stehen im Fokus und finden sich in allen Teilgebieten wieder. Über besondere Erlebnisse und Nischenangebote profilieren sich die Teilregionen und setzen individuelle Schwerpunkte.

Das Marketing ist jung, pfiffig und integriert sich dennoch gut in den Gesamt-Markenauftritt der Eifel. Die Konzentration auf zwei Hauptzielgruppen und spezialisierte Nischen-Zielgruppen sorgt in Kombination mit einer modernen und digitalen Vermarktung für eine effektive und passgenaue Ansprache der Gäste. Ergänzend werden die Bewohner:innen der Region als weitere Zielgruppe gesehen.

Die Zusammenarbeit im Tourismus ist deutlich verbessert und intensiviert. Sowohl zwischen Verwaltung und Politik und den privaten Leistungsträgern wie auch zwischen den einzelnen Teilgebieten und touristischen Teilorganisationen. Der laufende und transparente Austausch und die Einbeziehung der Leistungsträger:innen und Bürgerinteressen sichert ein enges Zusammenspiel zur Optimierung des Tourismus- und Freizeitangebotes und schafft einheitliche Strukturen und Arbeitsabläufe.

Querschnittsaufgaben: Marketing & Organisation.

Projekte

Top Projekte
➤ Einheitliche Tourismusabgabe inklusive Klärung einheitlicher GästeCard
➤ Regelmäßiger Vermieterdialog, eventuell interne Kommunikationsplattform
➤ Vorhandene Angebote und Erlebnisse buchbar machen
➤ Fokus Social-Media, Verlagerung des Marketing mehr in Soziale Medien inklusive Elementen zur kurzfristigen Besuchersteuerung
➤ Zielgruppenorientiertes Special-Interest Marketing
➤ Kampagnenentwicklung Bürger mit Infos zu Ausflugszielen

Querschnittsaufgaben: Marketing & Organisation.

Projekte

Weitere Projektideen

- Entwicklung eines Claims, der die Positionierung zum Ausdruck bringt
- Digitale Karte mit allen POI´s
- Weiterentwicklung der App zur besseren Besucherlenkung
- Aktionen, Angebote und Betonung der Kyll als verbindendes Element aller drei Teilregionen
- Zusammenführung der Online & Printmedien im einheitlichen Design des Gerolsteiner Landes
- Vernetzung, auch mit Nachbarregionen, erweitern
- Kampagne zur Tourismusakzeptanz mit Infos zum Wirtschaftsfaktor, Vorteile für die Bevölkerung (in Kombination mit Dialogveranstaltungen)
- Zusammenführung der Tourismusvereine
- Struktur und Öffnungszeiten der Tourismusbüros prüfen inkl. Möglichkeit digitaler Information oder Besucherinfo an touristischen POI´s an Wochenende
- Zur zielgerichteten Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit empfehlen wir ein:e Nachhaltigkeitsmanger:in im Team auszubilden (z.B. 1-Tagesschulung TourCert)

Tourismusorganisation & -finanzierung.

Exkurs zur Organisation des Tourismus

Status und Bewertung Organisation

Die gutachterliche Studie zum System Tourismus Rheinland-Pfalz empfiehlt eine Verringerung der kleinstrukturierten Funktionen und Abläufe. Im dort skizzierten Drei-Ebenen-Model entspricht das Gerolsteiner Land der „Lokalen Ebene“ mit dem konkreten Auftrag, als sogenanntes TSC – Tourismus Service Center – zu fungieren. Aufgabenschwerpunkt auf dieser Ebene bildet Strategieentwicklung, Gästeservice, Qualitätsmanagement im Angebot und Infrastrukturentwicklung, Mobilitätsmanagement in Form von analoger und digitaler Besucherlenkung vor Ort sowie Lobbyarbeit und Tourismusakzeptanz. Im Marketing soll der Fokus auf Erstellung von hochwertigem Content, ein starkes Produktmarketing sowie auf Top-Gästeservice und Kundenbindungsmaßnahmen gelegt werden, insbesondere auch den Vertrieb konkreter Touren und Aktivitäten.

- Die Zusammenführung der Tourismusaufgaben im Gerolsteiner Land auf Verbandsebene wurde über die Gründung der Touristik Gerolsteiner Land GmbH bereits vollzogen.
- Die in der Studie fixierten Mindestkriterien für ein TSC werden zum größten Teil erfüllt. (Manko noch bei fehlender Destinationsidentität nach innen und außen.)
- Die personelle Ausstattung entspricht mit 7,25 VZA gerade den geforderten Ressourcen (gefordert mind. 3 VZA Destinationsmanagement zzgl. Gästeservice in den 3 Tourist-Infos).
- Die Vereine Tourismusverein Vulkaneifel e.V., GeroTeam e.V., Urlaubsregion Hillesheim/Vulkaneifel e.V. bündeln die Interessen privater (touristischer) Betriebe und sind Gesellschafter der GmbH. Die Umsetzung der Aufgaben wird teilweise mangels aktiver Mitglieder und fehlenden Ressourcen immer schwieriger.

Weitere Informationen zur Gutachterlichen Studie zum System Tourismus Rheinland-Pfalz:

Quelle: https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/mwkel/Abteilung_3/Tourismus/Strukturen_-_Gutachten_System_Tourismus_Rheinland-Pfalz.pdf

Tourismusorganisation & -finanzierung.

Exkurs zur Organisation des Tourismus

K > P

Empfehlungen Organisation

- **Weitere Umsetzung TSC-Aufgaben**
  Die Touristik Gerolsteiner Land erfüllt bereits fast alle empfohlenen Mindestkriterien und Schwerpunkte für die Lokale DMO gemäß dem Gutachten für das System Tourismus. Die definierten Aufgaben sind in diesem touristischen Masterplan aufgenommen und operationalisiert. Es wird empfohlen, die Mindestkriterien laufend zu prüfen und die Aufgabenschwerpunkte umzusetzen.
- **Sicherung der Ressourcenausstattung**
  Die aktuellen personellen Ressourcen sind derzeit ausreichend. Die privaten Leistungsträger sollen zukünftig verstärkt in die Tourismusarbeit eingebunden werden. Dabei ist noch offen, in wie fern hier durch die Vereine eigene Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. K>P empfiehlt, für die Zusammenarbeit mit den Betrieben (Vermieterbetreuung) und weiteren Produktentwicklung und Qualitätssicherung gemäß diesem Konzept noch eine weitere Stelle zu schaffen.
- **Langfristige Zusammenführung der Tourismusvereine**
  Die Kleinstrukturiertheit bei den Tourismusvereinen sollte nochmals überprüft werden. Langfristig ist eine Bündelung der Ressourcen zur Steigerung von Effektivität und Effizienz auf Verbandsebene durch Zusammenführung der touristischen Vereine zu empfehlen.
- **Einrichtung von Arbeitsgruppen zur themenorientierten Produktentwicklung/ -vermarktung**
  Insbesondere für die speziellen Nischenthemen bietet sich an, die Anbieter und Leistungspartner an einen Tisch zu bringen und die Angebotsentwicklung und gemeinsame Vermarktung abzustimmen und für das gesamte Gerolsteiner Land zu koordinieren. Erste Themengruppen könnten z.B. zu den Themen Krimi, Fliegenfischen und besondere Naturerlebnisse installiert werden.

Tourismusorganisation & -finanzierung.

Exkurs zur Finanzierung des Tourismus

Status Tourismusfinanzierung

Eine Grundvoraussetzung, um eine gute Wettbewerbsposition unter touristischen Organisationen zu haben, ist eine gute Finanzierung des touristischen Systems. Tourismusfinanzierung ist wichtig, da sie für mehr Standortqualität, Freizeit-, Sport- und Kulturangebote, Wertschöpfung und Identität und Bindung sorgt.

Der Rheinland-Pfalz Tourismus- und Heilbäderverband e.V. hat eine Handlungshilfe zur nachhaltigen Finanzierung touristischer Aufgaben entwickelt um Kommunen mit der Umsetzung einer strategischen Tourismusfinanzierung zu helfen, dabei werden drei Instrumente angeregt: Gesetzliche Instrumente durch Tourismus- und Gästebeiträge bzw. Bettensteuer, Instrumente der freiwilligen Tourismusfinanzierung sowie Einnahmeorientierte Instrumente.

Grundsätzlich ist bei der Wahl der Finanzierung das EU-Beihilferecht und das Vergabegesetz stehts zu beachten. Diese und ihre Wechselwirkungen, zusammen mit den steuerlichen Auswirkungen sind von höchster Relevanz für den öffentlichen Tourismus. Vom Land wird angeregt, die entsprechenden finanziellen Möglichkeiten zu nutzen und auszuschöpfen, insbesondere die Gesetzlichen.

- Die Finanzierung der Touristik Gerolsteiner Land GmbH erfolgt derzeit durch die Gesellschafter, insbesondere die Verbandsgemeinde.
- Die teilweise Refinanzierung wird über eine Touristenabgabe pro Übernachtung umgesetzt, die in den Teilregionen jedoch unterschiedlich ausfällt. In Gerolstein ist es eine freiwillige Abgabe von 1,50 €, in Hillesheim sind pro Gast 1,50 € und in Stadtkyll 0,75 € Pflichtabgabe fällig.

Weitere Informationen zu den Instrumenten sowie zur Umsetzung speziell für Rheinland Pfalz:

Quelle: http://rlp.tourismusnetzwerk.info/download/THV-Broschuere-Nachhaltige-Finanzierung.pdf

Tourismusorganisation & -finanzierung.

Exkurs zur Finanzierung des Tourismus

K ➤ P

Instrumente der Tourismusfinanzierung im Detail

Gesetzliche Instrumente

- Durch die Kommunalabgaben-gesetze (KAG) können Tourismus- und Gästebeiträge verlangt werden
- Die Beiträge sind zweckgebunden für die Finanzierung für Tourismus-werbung, Herstellung, Betrieb & Unterhaltung
- Beispiele sind: Kurbeitrag, Gästebeitrag, Tourismusbeitrag, Bettensteuer

Instrumente der freiwilligen Tourismusfinanzierung

- Die Privatwirtschaft wird in die Finanzierung des Tourismus nach dem Prinzip der Freiwilligkeit eingebunden
- Modellarten sind: „Fonds“, „Umlage“, „Pool“, und „Paket“
- Modelle unterscheiden sich in der Art und Weise der Mitwirkung bzw. Mitbestimmung der privaten Partner

Einnahmeorientierte Instrumente

- Durch zusätzliche Eigenmittel wird eine weitere Möglichkeit der Finanzierung geschaffen
- Zum Beispiel durch zusätzliche Vertriebsprodukte oder Dienstleistungen
- Sehr wichtig: EU-Beihilferecht und Vergabegesetz beachten

Quelle: http://rlp.tourismusnetzwerk.info/download/THV-Broschuere-Nachhaltige-Finanzierung.pdf

Tourismusorganisation & -finanzierung.

Exkurs zur Finanzierung des Tourismus

K > P

Empfehlungen Finanzierung

- **Einheitlicher Tourismusbeitrag Gerolsteiner Land**
  K>P empfiehlt dringend, den kommunalen Tourismusbeiträge in den drei Teilregionen zu vereinheitlichen, sowohl was die Höhe (z.B. 1,50€) wie auch das Verfahren (freiwillig oder Abgabe) betrifft. Dabei wäre durchaus denkbar, dass die Abgabe seitens der einzelnen Gemeinden an die Verbandsgemeinde (Abgabe) bzw. die GmbH (freiwilliger Beitrag) delegiert wird. Gleiches gilt für die Verwendung mit einer Aufschlüsselung in Marketingbeitrag (GmbH) und Infrastrukturbeitrag (Teilbereiche).
- **Gegenleistungen zum Tourismusbeitrag sichtbar machen/einheitliche Gästekarte**
  Einführung von konkreten Gegenleistungen für den Gast für die Tourismusbeiträge. Zum Beispiel mit Vergünstigen im Rahmen einer einheitlichen Gästekarte für das gesamte Verbandsgebiet (nach Beispiel GeroGastCard). Enge Abstimmung dabei auch mit Eifel Tourismus.
- **Aufbau ergänzende Marketingfinanzierung mit Betrieben über Pools**
  Gerade für die naturnahen Erlebnisse, Angebotsthemen oder Nischenfelder könnten kleine Arbeitsgruppen und Marketingpools mit interessierten Betrieben gebündelt werden. Dabei wäre denkbar, dass Lenkungsmaßnahmen, Produktentwicklung und insbesondere einzelne Marketing-materialien und –aktionen durch Anzeigen oder Beteiligungen der Betriebe kofinanziert werden.
- **Weitere Eigeneinnahmen/Förderungen generieren**
  Einnahmeorientierte Instrumente: Überlegen welche Vertriebsprodukte und Dienstleistungen können von der TI weiter angeboten werden (Bsp. Buchbare Erlebnisse, Führungen, Wanderungen, Leistungspakete etc.). Zusätzlich gilt es wie bisher, entsprechende Fördermittel für Projekte sowohl auf regionaler Ebene (Naturpark, LEADER) wie überregional (Land/Bund) zu akquirieren.

Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

Empfehlungen Marken- und Marketingmanagement

- **Einheitliches und durchgängiges Erscheinungsbild**
  Corporate Design des „Gerolsteiner Land“ noch besser in der Region sichtbar machen. Zum Beispiel Farben, Formen und Schriften bei Beschilderungen, Ausgestaltung der Tourist-Informationen und in der analogen und digitalen Kommunikation berücksichtigen.
- **Claim-Entwicklung für das Gerolsteiner Land**
  Weiterentwicklung der Marke „Gerolsteiner Land“. Insbesondere Entwicklung eines Claims gemeinsam mit einer Werbeagentur, welcher die besonderen Alleinstellungen und die Positionierung in der Kommunikation optimal transportiert.
- **Verstärkte Zusammenarbeit im Marketing mit Eifel-Tourismus**
  Gezielte Zusammenarbeit mit Eifel-Tourismus zum Erreichen der speziellen Nischen-Zielgruppen und geografischen Zielmärkte. Einklinken mit Erlebnissen und Angeboten in die eifel- bzw. landesweite Vermarktung. Abstimmung Marketingstrategie und operative Marketingmaßnahmen.
- **Stärkerer Einsatz des UNESCO Geopark- und Naturparklabels im Marketing**
  Die Auszeichnungen können noch mehr im Marketing thematisiert und in den Vordergrund gestellt werden. Dabei empfiehlt sich eine Abstimmung mit dem Geo- und Naturpark.

Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

Empfehlungen Produktentwicklung

- **Produktentwicklung „Echte und ausgefallene Erlebnisse“**
  Ausgefallene Erlebnisse stärken das individuelle Profil, die Alleinstellung des Gerolsteiner Landes. Sie sollen durch ihren außergewöhnlichen Charakter für Aufmerksamkeit bei der Presse und den Zielgruppen sorgen. Themenbereich in denen diese ausgefallenen Natur-Erlebnisse entwickelt werden sollen sind Vulkanismus, Wasser, Natur, Ruhe, Krimi.

- **Produktentwicklung „Nischenangebote für Spezial-Interest-Zielgruppe“**
  Spezielle Nischenangebote schaffen eine Alleinstellung für konkret ansprechbare Special-Interest-Zielgruppen. Dabei erleichtern konkrete Zielgruppen das Marketing und schaffen eine einfache Auslastungssicherung über den gesamten Jahresverlauf. Als mögliche Nischenthemen werden wie schon oben aufgeführt vorgeschlagen: Krimi, Fliegenfischen, Motorradfahren, Bogenschießen, Klettern, Rennradfahren

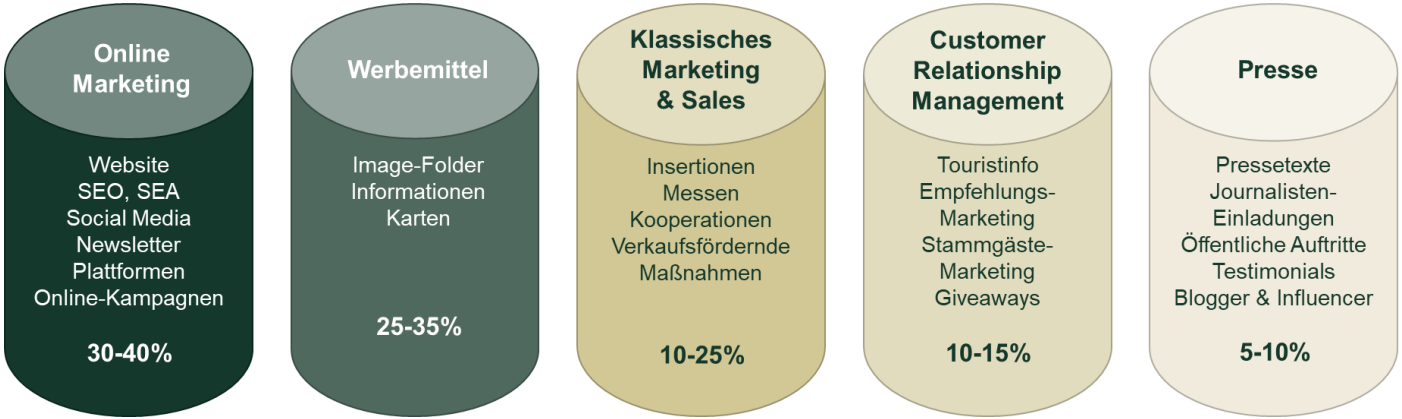
- **Produktentwicklung gemeinsam mit den Betrieben und weiteren Anbietern**
  Wie schon beim Exkurs „Organisation“ erwähnt, empfiehlt sich für beide Themen die Produktentwicklung in Arbeitsgruppen unter Beteiligung der entsprechenden Akteure und Anbieter unter Federführung der Gerolsteiner Land Tourismus GmbH

Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

Empfehlungen Kommunikation

- **Verlagerung der Marketingmittel mehr in digitale Medien**
  Verlagerung des Marketingbudgets mehr in digitale Medien. Ausbildung des bestehenden Personals in diesem Bereich bzw. Definition von konkreten Aufgaben und Aktivitäten**.**
- **Kohl > Partner Empfehlung zum Marketingmix**
  K>P empfiehlt in der Kommunikation das Budget an den folgenden fünf Marketingsäulen zu orientieren mit den entsprechenden Budgetanteilen.



Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

Empfehlungen Kommunikation

- **Marketing mit Storytelling und Zielgruppenfokus**
  Weiterentwicklung des Marketings strikt auf die definierten Zielgruppen ausgerichtet und mit starkem Fokus auf interessante Geschichten aus dem Gerolsteiner Land. Gerne auch unter Bezug auf spezielle Erlebnisse und Erfahrungen im Tourismus von Gästen und Anbietern.
- **Familienmarketing mit Willi Basalt ausbauen**
  Willi Basalt vermittelt in idealer Weise das Thema Vulkanismus und Geologie an die Zielgruppe der Kinder. Idealerweise kann das Marketing mit Willi Basalt weiter ausgebaut werden. Z.B. auch mit einer eigenen Kinderrubrik auf der Webseite, weiteren Give Aways und dem Marketing in speziellen familienorientierten Fachzeitschriften oder Portalen. Langfristig wäre zu überlegen, Karla Kirsche wieder zum leben zu erwecken und so Willi Basalt noch ein weibliche Figur beizustellen.
- **Innenmarketingkampagne**
  Entwicklung einer Kampagne nach Innen für Bürger:innen der Region mit Hinweis auf touristische Wertschöpfung, Tourismus als weicher Standortfaktor, Tourismus als Faktor zur Verbesserung der Freizeitqualität und Sicherung der Infrastrukturen. Ev. auch Hinweise zu attraktiven Besonderheiten und Ausflugszielen in der Region. Zum Beispiel als Kampagne in Sozialen Medien, in Mitteilungsblättern der Gemeinden oder in Zusammenarbeit mit regionalen Zeitungen.

Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

Empfehlungen Kommunikation

- **Buchbare Angebote und Erlebnisse schaffen**
  immer stärker zeigt sich am touristischen markt, das Gäste eine schnelle und einfache digitale Buchbarkeit wünschen. Dafür sind verschiedene Tools am Markt erhältlich und werden schon von der Gerolsteiner Land Tourismus GmbH umgesetzt. Zentrales Element sollte sein, insbesondere die ausgefallenen Erlebnisse und Aktionen einfach buchbar zu machen und damit auch die Besucherlenkung und –steuerung zu unterstützen. Gleichzeitig kann damit zusätzlicher Eigenumsatz generiert werden. Ziel wäre, die Erlebnisse auf möglichst vielen Buchungsportalen auszuspielen.

- **Starkes Storytelling über Pressearbeit und Bloggerreisen**
  Gerade die außergewöhnlichen Erlebnisse eignen sich für die Pressearbeit oder auch einmal eine Bloggerreise. Dabei könnten gerade die Hauptzielgruppen Aktive Naturgenießer und Familien im Vordergrund stehen. Gleichfalls bietet sich in Zusammenarbeit mit Special-Interest Magazinen die Platzierung von Storys zu den Nischenangeboten in diesen Magazinen an. Gerne nicht nur in Printversionen, sondern auch bzgl. Digitaler Portale.

- **Messebesuche mit Eifel-Tourismus, ergänzend Regional**
  Bei den größeren Tourismusmessen bietet sich ein Anschluss an die Messeaktivitäten der Eifel-Tourismus GmbH, insbesondere in den definierten Zielgebieten, an. Gleichzeitig wäre zu überlegen, regionale Messen im Gerolsteiner Land (Binnenmarketing) oder auch im näheren Zielgebiet Köln/Bonn zu bespielen, so fern nicht von Eifel-Tourismus besetzt. Insbesondere kommen auf Grund der starken Naturausrichtung die Reise- und Outdoormessen in Köln, Bonn oder Düsseldorf in Frage.

Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

K ➤ P

➤ Vermarktung über übergeordnete Organisationen

Märkte:
Benelux insbesondere Niederlande, Belgien, Luxemburg sowie Deutschland

Themen:
Wandern, Rad, Vulkanismus, Krimi

Wenn möglich als Anschließer über Eifel-Tourismus oder RPT

➤ Eigene Marketingaktivitäten - klassische Themen

Märkte:
Insbesondere Nahbereich Köln/Bonn

Themen:
Wandern, Rad, Vulkanismus, Naturerlebnisse, Krimi

Vermarktung z.B. auch ausgerichtet nach den 4 Jahreszeiten

➤ Eigene Marketingaktivitäten - Special-Interest (in starker Kooperation mit Betrieben)

Märkte:
Mindestens Deutschland, ev. auch Nachbarländer

Themen:
Krimi, Fliegenfischen, Geologie

Tourismusmarketing.

Exkurs zu Marketing aus Fachsicht

Idee: Marketing im Jahresverlauf

- **Kampagnenmarketing nach Jahreszeiten**
  Eine neue und einzigartige Herangehensweise in der Eifel wäre das Marketing nach den vier Jahreszeiten. Dabei könnten sich digitale Kampagnen, Anzeigenschaltungen insbesondere im Einzugsbereich der Nahmärkte (Köln/Bonn) an den Jahreszeiten orientieren und auf jeweils entsprechend passende Themen fokussieren.

  Erste Ideen zum thematischen Marketing im Jahresverlauf:

Frühling	Sommer	Herbst	Winter
Wandern Regionale Produkte Vulkanismus	Wasser Rad Höhlen	Wandern, Geologie Vulkanismus	Krimi Winter Weihnacht

Inhalt.

1. Einleitung: Zielsetzung und Prozess
2. Reflexion: Woher kommen wir? Wie ist unser Umfeld?
3. Vision und Ziele: Wohin wollen wir?
4. Strategie: Wie kommen wir zum Ziel?
5. Realisierung: Was müssen wir konkret tun?

Umsetzungsleitlinien.

Strategie zur Umsetzung

Die Umsetzungsleitlinien zeigen auf, welche wichtigen Aspekte in der Umsetzung berücksichtigt werden müssen, um vom Wollen ins Tun zu kommen. Ebenso werden wichtige Rahmenbedingungen aufgeführt, welche die Umsetzung des Konzeptes und der Projekte beschleunigen oder erleichtern.

- **Touristik GmbH Gerolsteiner Land als Koordinator, Umsetzung als „Gemeinschaftsaufgabe“**
  Moderator und Treiber der touristischen Entwicklung im Gerolsteiner Land ist die Touristik GmbH Gerolsteiner Land. Doch wichtige Partner wie die Hotellerie, Gastronomie, Handel und Wirtschaft müssen die Region intensiv bei der Umsetzung begleiten und unterstützen. Nur im engen Dialog und Verpflichtung aller Beteiligten gelingt der Schulterschluss für die wichtigsten Projekte. Auch die Teilregionen sind dabei aufgefordert, ihren Beitrag zur Umsetzung des Masterplans zu leisten und die touristische Entwicklung zu unterstützen. Eine wesentlich engere Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern und Partnern sowie die Zusammenführung der Tourismusvereine sind hier wichtige Bausteine.

- **Denken in einer Region - Zusammenführung der Tourismusvereine der drei Teilregionen**
  Der Touristische Masterplan des Gerolsteiner Landes zeigt das touristische Potenzial für die gesamte Region auf. Eine erfolgreiche Umsetzung kann nur erfolgen, wenn die Region als „EINE“ Region nach Aussen auftritt, aber auch nach Innen als eine Einheit agiert. Die Zusammenführung der Tourismus-vereine der drei Teilregionen ist hierfür ein notwendiger Schritt in der Professionalisierung des Tourismus im Gerolsteiner Land. Dadurch besteht die Möglichkeit, gemeinsam die gesamte Region voran zu bringen unter Berücksichtigung aller Teilregionen.

Umsetzungsleitlinien.

Beispielhafte Themen und Beiträge der drei Teilregionen zum Gerolsteiner Land

	Gerolstein	Hillesheim	Stadtkyll
Profil	➤ Wasser ➤ Fossilien ➤ Felsen	➤ Krimi ➤ Kultur	➤ Wasserspielplätze ➤ Familien ➤ Vulkanismus
Beitrag/Angebote zum Gerolsteiner Land	➤ Das Thema Wasser besetzen & bespielen, idealerweise mit einer Wassererlebniswelt ➤ Indoorangebote schaffen ➤ Thema Fossilien wiederbeleben ➤ Aktivitäten am und mit den Felsen steigern ➤ ÖPNV-Anbindung sichern ➤ Freizeitinfrastrukturen bereitstellen	➤ Krimi bespielen, einzelne Angebote im ganzen Gerolsteiner Land ➤ Aufenthaltsqualität der Stadt verbessern (Flanieren & Einkaufen) ➤ Stadtmauer inszenieren & Kulturangebote ausbauen ➤ Bolsdorfer Tälchen pflegen	➤ Kronenburger See als wichtigstes Sommer-Ausflugsziel weiterentwickeln ➤ Familienfreundlich Angebote weiter ausbauen: Wasserspielplätze, Themenwege, Naturübernachtungen ➤ Wertschöpfung des Vulkanismus steigern (Bsp. Vulkangarten Steffeln)

Umsetzungsleitlinien.

Beispielhafte Themen und Beiträge der drei Teilregionen zum Gerolsteiner Land

Gerolstein	Hillesheim	Stadtkyll

„Eine Region“

- Zu den Themen Vulkanismus und Geologie sowie Wander-, Rad- und Winterangebote müssen alle drei Teilregionen Angebote vorhalten bzw. entwickeln.
- Jede Teilregion sollte nochmal ihre herausragenden POIs definieren, welche im Rahme des Projektes „Optimierung POI“ auf Infrastruktur, Kundenorientierung und Besucherlenkung überprüft werden.
- Alle Teilregionen sind aufgefordert neben den Aktiven Naturgenießern (Wandern/Rad) ihre touristischen Angebote auf die zweite Hauptzielgruppe Familien auszurichten.
- Im Hinblick auf eine gemeinsame Tourismusentwicklung sind Leistungsträger, Tourismusvereine und politische Verantwortliche in allen Teilregionen zur stärkeren Vernetzung und Zusammenarbeit aufgerufen.

Kyll

Die Kyll als verbindendes Element

- Fliegenfischen: Angebote bündeln und Sichtbarkeit steigern
- Wasserspielplätze: Anzahl steigern an der Kyll und vorhandene aufwerten
- Kyll-Radweg: Als wichtiges gemeinsames Angebot in Szene setzen, Angebote entlang dem Radweg verbessern

Umsetzungsleitlinien.

Vorgeschlagene Strategie zur Umsetzung

- **Touristischer Masterplan als Teil der regionalen Entwicklung betrachten**
  Im Rahmen dieses Touristischen Masterplans ist der Fokus eindeutig auf den touristischen Blickwinkel gerichtet. Doch die Inhalte zeigen, dass Kultur, Stadt- & Regionalentwicklung, Verkehr und Infrastrukturen sowie Wirtschaft bei der Querschnittsfunktion des Tourismus schnell involviert sind. Es gilt daher, die im Strategieprozess gewonnen Erkenntnisse in andere Bereiche und Branchen zu transportieren und für die entstandenen Projektideen zu werben. Es empfiehlt sich, im Rat und in der Verwaltung der VG bzw. den Ortsgemeinden immer wieder zu prüfen, ob dort entsprechende Maßnahmen, Aktionen oder Investitionen zur definierten Positionierung und Strategie passen und diese unterstützen. Nur wenn bei der gesamten regionalen Entwicklung die Orientierung am Konzept erhalten bleibt, ist eine stringente und zielführende Umsetzung möglich.

- **Bürger:innen, Betriebe und Beteiligte für Tourismus sensibilisieren**
  Der Zusammenhalt und die Sensibilität für Tourismus in der Region trägt wesentlich zu einer erfolgreichen Entwicklung bei. Für das Gerolsteiner Land als eine sehr junge Region ist es wichtig, eine Identität zu entwickeln und Wertschätzung sowie Begeisterung für den Tourismus zu schaffen. Dabei beginnt die Wertschätzung der touristischen Arbeit bei den politischen Verantwortlichen in der Region. Nicht zuletzt muss dabei immer wieder betont werden, dass Tourismus nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist und Einkommen schafft, sondern auch zur Lebens- und Freizeitqualität der Bürger:innen beiträgt. Exklusive Aktionen für Einheimische, eine Innenmarketingkampagne sowie Beteiligungsmöglichkeiten an Projekten und Kommunikationsmaßnahmen schaffen ein starkes Bewusstsein für den Tourismus und die eigene Region und bauen Identität auf.

Umsetzungsleitlinien.

Vorgeschlagene Strategie zur Umsetzung

- **Projektfokussierung und -priorisierung mit höchstem Nutzen**
  Um eine möglichst nutzenstiftende Umsetzung des Masterplans zu sichern, sind Projekte nötig, welche verschiedene Aspekte der Umsetzung berücksichtigen. Dabei ist es für das Gerolsteiner Land besonders wichtig, nicht möglichst viele Projekte anzugehen, sondern die Kraft auf diejenigen Projekte zu konzentrieren, welche den höchsten Nutzen bringen. Nachfolgender Vorschlag für eine Projektpriorisierung beruht auf der Berücksichtigung folgender Faktoren:

  Projekte, die …
  - einen hohen Beitrag zu den Zielen leisten
  - viele verschiedene Interessen berücksichtigen
  - sowohl den Gästen als auch den Bürger:innen zu Gute kommen
  - von verschiedenen Partnern unterstützt werden
  - von Seiten der Verwaltung als umsetzbar eingestuft werden
  - auf mehrere Themen einzahlen
  - schnelle Erfolgserlebnisse ermöglichen

- Der Projektpool bzw. das Projektbacklog (nicht fokussierte Top-Projekte und alle Projektideen) kann nach der Umsetzung der prioritären Projekte als Ideenspeicher genutzt werden, um in den nächsten Jahren neue Projekte und Maßnahmen abzuleiten und agil umzusetzen. Es bleibt den verschiedenen Akteuren und Verantwortlichen überlassen, sich bei freiwerdenden Ressourcen oder veränderten Rahmenbedingungen schon früher der Umsetzung der Projekte aus dem Projektpool zu widmen oder neue Projekte und Ideen zu ergänzen. Methoden wie das Kanban-Board können als Unterstützung dienen die agile Projektarbeit umzusetzen (siehe Monitoring).

Fokusprojekte.

Priorisierte Projekte im Fokus

- Aus dem Prozess heraus wurden im Dialog von externer Expertenmeinung und Diskussion in der Lenkungsgruppe und Tourismusbeirat 10 Fokusprojekte aus den insgesamt 24 Top-Projekten der einzelnen Handlungsfelder definiert. Insgesamt sind in den Prozess 81 Projektideen eingeflossen.

- Fokusprojekte sind diejenigen Projekte, die in den nächsten ein bis zwei Jahren mit höchster Priorität bearbeitet werden sollen. Gleichzeitig stellen sie den weiteren Umsetzungsplan für den touristischen Masterplan dar. Für die im Fokus stehenden Projekte wurde die zeitliche Umsetzungsmöglichkeit definiert und der Finanzierungsaufwand abgeschätzt.

- Um größtmögliche Transparenz zu schaffen, eine optimale Abstimmung mit dem Rat herbeizuführen und die Umsetzung der Projekte auf breite Schultern zu stellen, wird empfohlen, in einem nächsten Schritt konkrete Projekt-Steckbriefe zu erstellen und Details zur Projektumsetzung zu vertiefen. Neben den bereits definierten Inhalten in diesem Konzept werden dabei entsprechende Umsetzungsschritte, weitere vertiefende Details, Ausführungsideen, praktische Beispiele gesammelt und eine erste Kostenschätzung und Ideen zur Finanzierung geklärt.

- Nachfolgend eine Übersicht zu allen Top Projekten und den 10 Fokusprojekten:

Fokusprojekte.

Top-Projekte in der Übersicht

Geologie/Vulkanismus/Elemente

- **Umsetzung TAO-Studie** (Bsp. Optimierung Vulkangarten, weitere Erlebnispunkte, Guides)
- **Indoor-Outdoor Erlebniswelt „Wasser“** mit Inszenierung des Themas Wasser, erlebnisorientiert, ev. AR/VR
- **2-3 große attraktive Wasserspielplätze** in der Region verteilt, ev. in Kombination mit der Kyll, vorhandene optimieren

Wandern/Rad/Winter

- **2-3 lokale Rundwander-/Spazierwege** Orte/Teilregionen, Aufbereitung/ Beschilderung/Marketing/ Pflegeregelung
- **2-3 Themen-Erlebniswege** für Familien, z.B. zu Elementen, Wasser, Fossilienerlebnisweg, Dinos/Höhlenmenschen, mit Storytelling
- System mit **2-3 „Natur-Parcours“** als Hindernisparcours durch die Natur
- Entwicklung **3-4** ausgezeichneter **Familien** bzw. **E-Bike Radrouten**

Ausgefallene Naturerlebnisse

- **Buchbare „Aktiv-Erlebnisse“** rund um Wandern und Rad,
- **Neue Naturangebote:** Vogelbeobachtungen, Tierbeobachtungen im Wald, Wasserrallye, Natur-Führungen, Höhlen-Führungen, Aktionen zu den Elementen etc.
- **Mikroabenteuer „Naturübernachtung“** mit Waldcampingplatz, Waldtoiletten, Waldhütte
- **Ausbau „Natur-Selfness“ als Thema**, mit Hinweis auf die besonders hohe Luftqualität
- Entwicklung von **„Detox“ Angeboten**

Qualität & Infrastruktur

- Projekt zur **Optimierung der POI´s** und Wanderwege mit Prüfung Infrastrukturen, Besucherlenkung, Kundenorientierung
- **Alternative Betriebskonzepte** Gastronomie & Beherbergung
- **Weiterbildungs- und Beratungsangebote** zur Betriebsoptimierung, Marketing, Neugründungen sowie Förderungen
- **Vernetzung von regionalen Erzeugern** und Beherbergung & Gastronomie
- **Zusammenarbeit mit regionalen Wirtschaftsunternehmen** zur Förderung des touristischen Unternehmertums und touristischer Produkte (z.B. Gerolsteiner, Bitburger, Eifel-Film-Bühne…)
- **Produktentwicklung** und Erstellung neuer buchbarer Angebote

Marketing & Organisation

- Einheitliche **Tourismusabgabe inklusive Klärung einheitlicher GästeCard**
- Regelmäßiger **Vermieterdialog,** ev. interne Kommunikationsplattform nach Innen
- **Buchbare Angebote und Erlebnisse**
- **Fokus Social-Media**, inklusive Elementen zur kurzfristigen Besuchersteuerung
- **Zielgruppenorientiertes Special-Interest Marketing**
- **Kampagnenentwicklung Bürger** mit Infos zu Ausflugszielen

Fokusprojekte.

Priorisierte Projekte im Fokus

	Projekt	Handlungsfeld	Prio	Zeit-bedarf	Kosten
1	Einheitliche Tourismusabgabe inklusive Klärung einheitlicher GästeCard	Marketing & Organisation	10	🕓	€
2	Optimierung der POI´s mit Prüfung Infrastrukturen, Besucherlenkung, Kundenorientierung (inkl. Steffeln)	Qualität & Infrastruktur	9	🕓🕓🕓	€€€
3	2-3 große Wasserspielplätze in der Region verteilt, ev. in Kombination mit der Kyll, Vorhandene optimieren	Geologie/Vulkanismus/ Elemente	8	🕓🕓	€€
4	2-3 Themen-Erlebniswege für Familien, z.B. zu Elementen, Wasser, mit Storytelling	Wandern/Rad/Winter	8	🕓🕓	€€

- Priorität: 1 niedrig bis 10 sehr hoch
- Umsetzung: 🕓 = bis 1 Jahr; 🕓🕓 = 1-3 Jahre, 🕓🕓🕓 = über 3 Jahre
- Finanzierung: € = bis 10.000€, €€ = 10.000€ – 100.000€, €€€ = über 100.000€

Fokusprojekte.

Priorisierte Projekte im Fokus

	Projekt	Handlungsfeld	Prio	Zeit-bedarf	Kosten
5	Produktentwicklung neue buchbare Angebote/Erlebnisse	Marketing & Organisation	7	🕓🕓	€
6	Machbarkeitsstudien und alternative Betriebskonzepte Gastronomie & Beherbergung	Qualität & Infrastruktur	6	🕓🕓	€€
7	System mit 2-3 „Natur-Parcours“ als Hindernisparcours durch die Natur (z.B. Rothaus Mediator)	Wandern/Rad/Winter	6	🕓🕓	€€
8	Indoor-Erlebniswelt „Wasser“ mit Inszenierung, erlebnisorientiert, ev. AR/VR	Geologie/Vulkanismus/ Elemente	5	🕓🕓🕓	€€€

- Priorität: 1 niedrig bis 10 sehr hoch
- Umsetzung: 🕓 = bis 1 Jahr; 🕓🕓 = 1-3 Jahre, 🕓🕓🕓 = über 3 Jahre
- Finanzierung: € = bis 10.000€, €€ = 10.000€ – 100.000€, €€€ = über 100.000€

Fokusprojekte.

Priorisierte Projekte im Fokus

	Projekt	Handlungsfeld	Prio	Zeit-bedarf	Kosten
9	Workshops-, Weiterbildungs- und Beratungsangebote zur Betriebsoptimierung, Marketing, Neugründungen sowie Förderungs- und Investitionsmöglichkeiten	Qualität & Infrastruktur	4	🕓	€
10	Zusammenarbeit mit regionalen Wirtschaftsunternehmen zur Förderung des touristischen Unternehmertums und touristischer Produkte (z.B. Gerolsteiner, Bitburger, Eifel-Film-Bühne…)	Marketing & Organisation	3	🕓	€

Weitere fokussierte Themen und Projekte waren:

- 2-3 lokale Rundwander-/Spazierwege, insbesondere Verbesserung Beschilderung und Pflege
- Social-Media und Digitalisierung als wichtige Elemente im Marketing
- Zusammenführung der Tourismusvereine

- Priorität: 1 niedrig bis 10 sehr hoch
- Umsetzung: 🕓 = bis 1 Jahr; 🕓🕓 = 1-3 Jahre, 🕓🕓🕓 = über 3 Jahre
- Finanzierung: € = bis 10.000€, €€ = 10.000€ – 100.000€, €€€ = über 100.000€

Umsetzungsplan.

Nächsten vorgeschlagene Schritte

Phase 1

Konzeptkommunikation
Beschlüsse
Umsetzungsorganisation

11.2022 – 03.2023

- Vorstellung des Touristischen Masterplans im Beirat und den Tourismusvereinen
- Beschluss des Masterplans, idealerweise mit dem Beschluss von 2-3 Fokusprojekten
- Information über Masterplan bei den Räten, Anbietern, Leistungsträgern und Partnern
- Einleitung der organisatorischen Veränderungen zur Umsetzung bzgl. Tourismusabgabe und Zusammenführung der Tourismusvereine
- Diskussion der Projekte und Themen in den drei Teilräumen und der dortigen Schwerpunktsetzung inkl. Projektauswahl und Verantwortlichkeiten
- Erste Anpassungen im Marketing der Gerolsteiner Land Tourismus GmbH für das Jahr 2023

Phase 2

Umsetzung erste Fokusprojekte

04.2023 – 12.2025

- Umsetzungs-Workshops zu einzelnen ausgewählten Fokusprojekten mit Gerolsteiner Land GmbH bzw. Projektpartnern
- Entwicklung der Projekte mit konkreten Inhalten, Beispielen, Meilensteinen, Finanzierung, Verantwortungen
- Finanzielle Einplanung Projekte und Investitionen in zuständigen Gremien
- Diskussion/Einholung der Beschlüsse für Projekte bzw. Abstimmung mit umsetzenden Partnern
- Umsetzung weiterer Empfehlungen zu Organisation, Finanzierung und Marketing

Phase 3

Laufende Strategieumsetzung mit Partnern

ab 2026

- Umsetzung des Touristischen Masterplans mit Partnern
- Dauerhafte Umsetzung Fokusprojekte nach Prioritätenliste
- Laufende Überprüfung Projektliste, evtl. neue Projekte, evtl. neue Bewertung

Monitoring.

Methoden-Vorschläge für das Gerolsteiner Land

Eine kontinuierliche Beobachtung und Überprüfung der operationellen Zielen, der Projekte, der Stimmung und gesamten Entwicklung ist notwendig um eine nachhaltige Umsetzung der Strategie zu garantieren. Die Möglichkeiten des Monitorings sind vielseitig und müssen destinationsspezifisch abgestimmt werden. Folgende Methoden werden von Kohl > Partner für das Gerolsteiner Land vorgeschlagen und empfohlen:

Monitoring Tools

- Projektbacklog und Projektsprints etablieren: In dem Projektbacklog (Projektpool) werden kontinuierlich Projektideen gesammelt und festgehalten. Dadurch kann sichergestellt werden, dass keine Ideen verloren gehen. Per Projekt-sprints können zeitlich und aktuell passende Projekte priorisiert, gestartet und agil umgesetzt werden. Ideal ist die Führung und das Monitoring der Projekte (Backlog, in Arbeit, umgesetzt) über ein Kanban-Board.
- Interne Befragungen: Regelmäßige Befragungen der Bürger:innen und Leistungsträger:innen gibt dem Gerolsteiner Land ein Stimmungsbild. Basierend auf diesem Stimmungsbild lassen sich neue Maßnahmen definieren um den Tourismus in Zukunft ganzheitlich zu gestalten.
- Daten auswerten: Zu Beginn wird empfohlen den Wirtschaftsfaktor Tourismus vom DWIF zu erwerben. Aufbauend darauf können dann in regelmäßigen Abständen, mit den vorhandenen Daten (Übernachtungszahlen, Ankünfte, Betriebe etc.) Aussagen über die Entwicklung und den Stand des Tourismus getroffen werden.
- Kundenbefragung: Regelmäßige Abfrage der Kunden zum Angebot (indoor/outdoor), digitaler Buchbarkeit und Informationsbereitstellung.

Gemeinsam erfolgreich.
Besten Dank.

Wir wünschen den Entscheidungsträgern des Gerolsteiner Landes in der Weiterentwicklung des Tourismus viel Erfolg und bedanken uns für die gute Zusammenarbeit. Für etwaige weiterführende Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Alexander Seiz

Jana Große Hokamp

Dipl.-BW^{FH} Alexander Seiz
Schwäbisch Gmünd, 30. November 2022

Jana Große Hokamp
Schwäbisch Gmünd, 30. November 2022

Die vorgehenden Informationen wurden durch die "Kohl & Partner Stuttgart" nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Sie beruhen auf spezifischen Branchenerfahrungswerten, entsprechen dem letzten Wissens- und Informationsstand der " Kohl & Partner Stuttgart " und basieren auf Informationen, die der " Kohl & Partner Stuttgart" zum Zeitpunkt der Berichtsausarbeitung zur Verfügung standen. Die " Kohl & Partner Stuttgart" übernimmt keine Haftung für die budgetierten Zahlen. Jede Entscheidung, die auf Basis der aufbereiteten Unterlagen getroffen wird, geschieht auf Verantwortung des Verwenders.

Kontakt.

Alexander Seiz
+49 7171 947 70-11
alexander.seiz@kohl-partner.eu

Kohl & Partner Stuttgart
Auf der Höhe 42, 73529 Schwäbisch Gmünd

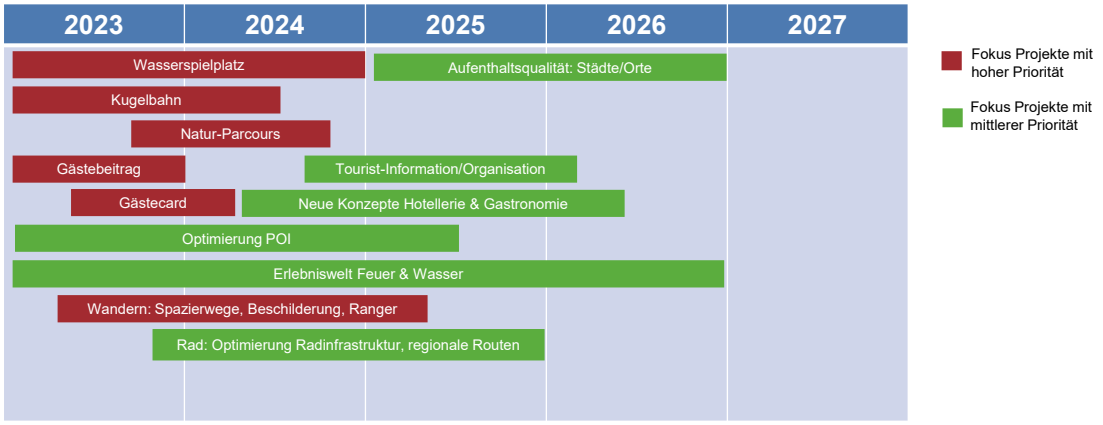
© 2022 Kohl & Partner, www.kohl.at. Alle Rechte vorbehalten. Rechte der Veröffentlichung, Übersetzung, Speicherung auf elektronischen Medien und dergleichen benötigen die schriftliche Genehmigung von Kohl & Partner.

Umsetzung Touristischer Masterplan Gerolsteiner Land

- Stand 10 Juli 2023 -

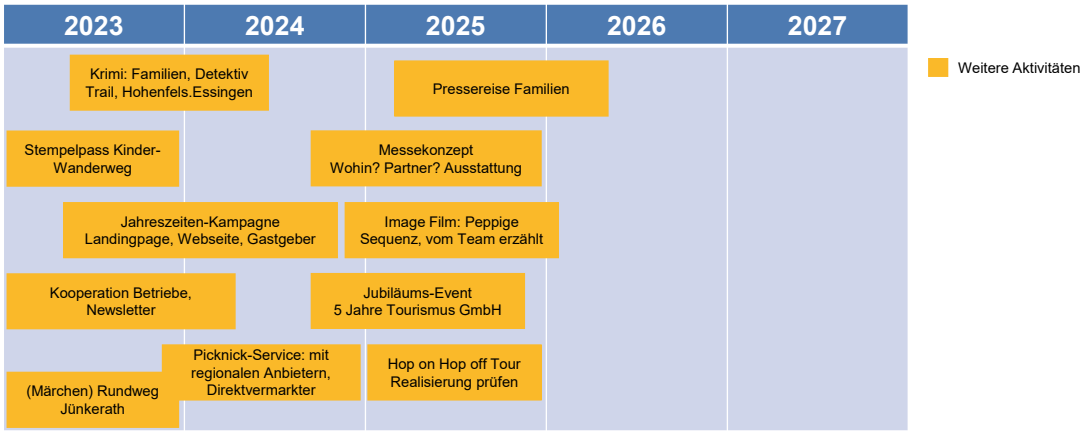
1

5 JAHRESPLAN
-Projekte inkl. Planungsphase-



2

5 JAHRESPLAN
-Weitere Aktivitäten-



3

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Gästebeitrag bzw. digitales Meldewesen -

- Einheitlicher Gästebeitrag im gesamten Gerolsteiner Land
- Idee: 50% des Beitrags für einzelne Ortsgemeinde für touristische Projekte & Infrastruktur, 50% GmbH für Projekte Infrastruktur, Marketing, Produktentwicklung
- Automatisierte Abrechnung der Gästebeiträge
- Gästevorteile durch einheitliche Gästecard

Aktueller Status

- Finale Prüfung von zwei Anbietern für digitales Meldewesen
- AVS-Meldewesen und Feratel-System wurde geprüft und Kosten ermittelt
- AVS-Meldesystem favorisiert

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Ab Anfang 2024

4

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Gästecard -

- Einheitliche GästeCard im gesamten Gerolsteiner Land
- Gegenleistung für Gästebeitrag für die Gäste durch Bonussystem
- Beginn mit erster Stufe einer digitalen Gästekarte & physischer Card
- Benötigt wird eine Kontrollsystem für die Bonusleistungen und eine PWA zur Ausspielung
- Langfristig komplett digital

Aktueller Status

- Für das Kontrollsystem kommen derzeit nur die AVS GmbH und die Feratel AG infrage
- Gespräche mit 5 unterschiedlichen PWA-Anbietern geführt
- Erste Angebote erhalten und geprüft, davon 3 Anbieter verworfen
- Endgültige Entscheidung für PWA erst nach der Auswahl des Meldescheinsystems möglich

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Ab Dezember 2024

5

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Naturerlebnispfad mit Waldkugelbahn -

- Naturerlebnispfad mit Kugelbahn als Erweiterung des Angebotes und speziellen Highlights für Familien und Kindern
- Projektvorgespräche (arbor GbR) bereits durchgeführt
- LEADER-Förderung für Konzeption läuft
- Planungsstudie zum Bau und Betrieb eines Naturerlebnispfades wird durchgeführt

Aktueller Status

- März 2023 Veränderung der grundsätzlichen Leitgedanken des Projektes
- 2 gleichartige und sich ergänzende Projekte in Gerolstein und Hillesheim
- LEADER-Beantragung einer weiteren Planungsstudie und des Baus von zwei Naturerlebnispfaden ab Spätsommer 2023

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Ab ?? 2024

6

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Wasserspielplatz-

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Weitere attraktive Wasserspielplätze in der Region mit Inszenierung Wasser
- Eventuell in Kombination mit der Kyll
- vorhandene Wasserspielplätze optimieren
- Wertschöpfung für Stadt/Gastronomien bringen

Aktueller Status

- Stadtkyll Gespräche geführt & Standort besprochen
- Infomaterial unterschiedlicher Firmen angefordert
- Anfrage an die Bauabteilung VG Gerolstein über die Kosten des Wasserspielplatzes gestellt
- Möglichkeit Fördermittel beim Wirtschaftsministerium RLP zu beantragen besteht

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Ab ?? 2024

7

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Natur-Parcour-

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Hindernis-Parcour durch die Natur, Bsp. Nettersheim
- Aufgreifen und in Anlehnung an die Werbung von Gerolsteiner Mineralwasser
- Neues interessantes und aktives Natur-Erlebnis-Angebot
- Erlebnisangebot abseits sensibler Naturbereiche

Aktueller Status

- Projekt wird aktuell zurückgestellt
- Notwendigkeit der Realisierung des Naturparcours kostentechnisch infrage gestellt
- Alle drei Standorte sind grundsätzlich durch die drei Großprojekte mit einem touristischen Highlight versorgt

Planung	Umsetzung	Aktivierung

8

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Märchenpfad-

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Konzept für einen Kinderwanderweg basierend auf einem Märchen in Zusammenarbeit mit Beiratsmitglied Frau Ulrike Erb-May
- Interaktive Gestaltung entweder durch geführte Wanderungen oder in Eigenregie mit der Familie, Kleingruppen
- Ziel: Leseförderung der Kinder und Lust auf Lesen wecken

Aktueller Status

- Konzept für Jünkerath ausgearbeitet für die Geschichte „Mit 6en um die Welt“
- Konzept muss hinsichtlich praktischer Durchführung im Detail getestet und angepasst werden
- Nach der Detailklärung erfolgt die Einrichtung der Stationen auf dem Märchenpfad

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Ab Spätsommer 2023

9

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Krimi Angebote: Detektiv-Trail Hillesheim-

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Erweiterung des Krimiangebotes auf die Zielgruppe Familien und Kinder
- Detektiv-Trail: spielerische Entdeckung der Stadt Hillesheim mit 9 Rätselposten und Schatz
- Begleitung durch das Maskottchen „Willi Basalt“
- Ziel der „Reise“ ist Kriminalhaus - Wertschöpfung in der Gastronomie schaffen

Aktueller Status

- Detektiv-Trail wurde getestet und ist Ende Mai 2023 in Betrieb gegangen
- Eine Begleitbroschüre als Printversion wird beim Verkauf ausgegeben
- Bis August 2023 soll der Trail auch digital und in Niederländisch einsatzbereit sein

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Seit Ende Mai 2023

10

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Krimi Angebote : weitere Angebote -

- Kinder-Krimi-Touren: Erarbeitung des Programmes durch erfahrene Krimiführerinnen

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Ab September 2023

- Krimiführung Hohenfels-Essingen: Thema flächendeckender in der Region ausweiten; weitere Krimiführungen konzipiert durch die Gästeführerinnen

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Verzögerung durch Krankheit

- Hillesheimer Krimitage: 14.-17. September 2023 vielfältiges Krimiprogramm inkl. Lesungen, Musik, Leserundreise mit dem Bus, Kinder-Krimi-Programm, Mordes-Kirmes

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		September 2023

11

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Radstrecken Gerolsteiner Land -

- Radwege/-führung überprüfen und digitalisieren
- Verbesserung der Beschilderung und Radinfrastruktur
- Ausarbeitung von Neuen Rundtouren und Angebote für Familien und eBike-Fahrer

Aktueller Status

- Fokus auf die Zielgruppe eBike-Fahrer
- 3 Rundtouren wurden ausgearbeitet (Bolsdorf, Gerolstein, Jünkerath)
- Einbeziehen von Sehenswürdigkeiten und Gastrobetrieben

Planung	Umsetzung	Aktivierung
	Bis 12/2023	März 2024

12

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Betriebliche Fortbildung -

- Weiterbildung zu arbeitsrelevanten Themen
- kontinuierlichen Fortbildung jedes Mitarbeiters auf dem rheinland-pfälzischem eLearning-Portalen TNWissen-RLP und Teejit.de inkl. Dokumentation des Fortschrittes
- Zusätzlich Einzelfortbildungsmaßnahmen zu unterschiedlichen Themen

Aktueller Status

- Kontinuierliche Fortsetzung auf Grundlagen von Notwendigkeit und Verfügbarkeit
- Aktuelle Themenschwerpunkte: Online-Marketing und Digitalisierung

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Fortlaufend aktiv!

13

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Digitalisierung: Messung des Digitalisierungsgrades -

- Beteiligung an zwei Studien/Befragungen zur Statusermittlung des touristischen Digitalisierungsgrades im Gerolsteiner Land
  - DMO DigitalMonitor der Agentur BTE – Tourismus- und Regionalberatung: Beantwortung von sechs Befragungsmodulen
  - Selbstcheck zur Digitalisierung vom NRW Tourismus e.V & der Fachhochschule Westküste

Aktueller Status

- Warten auf das Auswertungsergebnis des DMO DigitalMonitors für die Gesamtregion der Eifel
- Digital-Selbstcheck des NRW Tourismus ⇨ Verzerrung der Ergebnisse da noch keine ausreichende digitale Infrastruktur im Gerolsteiner Land vorhanden ist

➔ Der Entwicklungstrend mit durchschnittlich 6 Punkten auf einer Werteskala 1-10 ist situationsbedingt gut!

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Fortlaufend aktiv!

14

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Digitalisierung: Open-Data-Richtlinien -

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Anpassung der digitalen Bilder und Texte der Touristik GmbH an die Open-Data-Richtlinien und an den technischen Fortschritt
- Daten der Gastgeber- und Infrastrukturbetriebe im Informationssystem Deskline sukzessive anpassen
- Beratung und Unterstützung der Partnerbetriebe in dem Reformprozess

Aktueller Status

- Neuorganisation der touristischen Bilddatenbank
- Sammlung und Einarbeitung neuer, saisonaler Fotoaufnahmen mit neuem Fotografen
- Der Anpassungsprozess für die Daten der Partnerbetriebe gestaltet sich langsam, da bisher eine geringe Rückmeldung erfolgte und die Pflege sehr zeitaufwendig ist

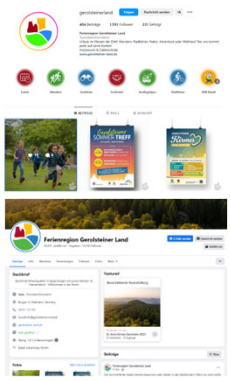
Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Sommer 2024

15

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Social Media -

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Neustrukturierte Bespielung von Instagram und Facebook seit Januar 2023
- Redaktionsplan wird umgesetzt und erweitert
- Durchführung und festhalten der monatlichen Analyse aller Kanäle



Aktueller Status

- Verbesserung in der Planung und Ausspielung der Marketinginhalte
- Interaktionsrate erhöht und Traffic auf allen Online-Kanälen gesteigert
- Fortlaufender Ausbau des inhaltlichen Zusammenspiels von Social-Media-Kanälen und weiteren Online-Medien

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Fortlaufend aktiv

16

PROJEKTE IN UMSETZUNG
- Lokale Produzenten und Produkte -

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Zusammenarbeit, Unterstützung und Netzwerk der lokalen Produzenten & Schaffenden ausbauen
- Erweiterung der Shop-Artikel in den Tourist-Informationen
- Vorstellung der regionalen Produzenten auf der Webseite und auf den Social-Media-Kanälen
- Ziel ➔ aktives und kreatives Cross-Marketing

Aktueller Status

- Im zweimonatigen Rhythmus Vorstellung eines regionalen Produzenten unter #GeroRegional
- Sukzessiver Ausbau der touristischen Angebotspalette in Zusammenarbeit mit den regionalen Vermarktern
- Synergieeffekte nutzen

Planung	Umsetzung	Aktivierung
		Fortlaufend aktiv

17

PROJEKTE IN UMSETZUNG
-Beschilderung der Wanderwege im Gerolsteiner Land-

GEROLSTEINER LAND
Gerolstein | Hillesheim | Obere Kyll

- Beschilderungssystem auf Wanderwegen an die eifelweiten Standards anpassen
- Es werden neue Themen-/Spazierwege konzipiert und umgesetzt
- Klärung der Pflege und Infrastrukturen an Wander- und Spazierwegen

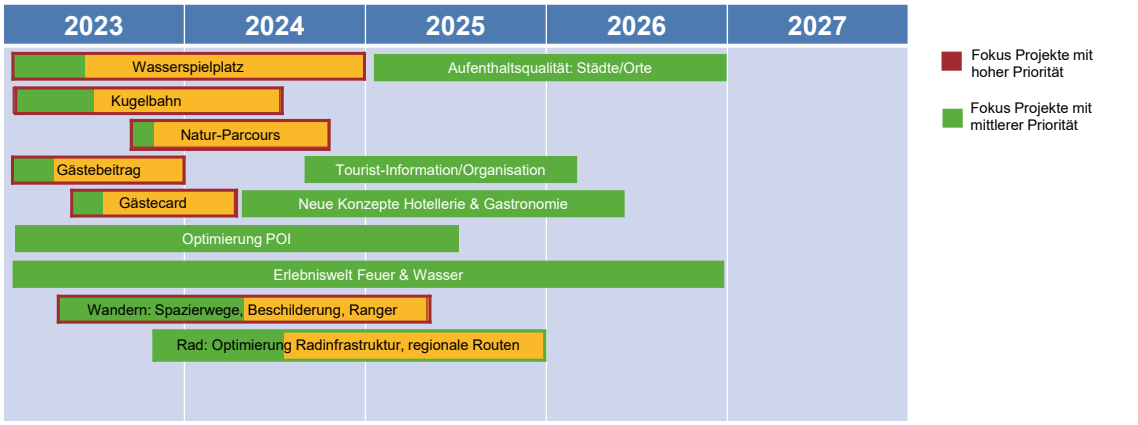
Aktueller Status

- Anpassung Beschilderungssystem in den Ortsgemeinden Oberbettingen, Nohn und Esch
- „Nohner Vier Elementepfade“ konzipiert
  - 2 x 12km Themenrundwege in Nohn zu dem Thema Entstehung der Eifellandschaft durch den Einfluss der vier Elemente

Planung	Umsetzung	Aktivierung
	Bis 09/2023	Oktober 2023

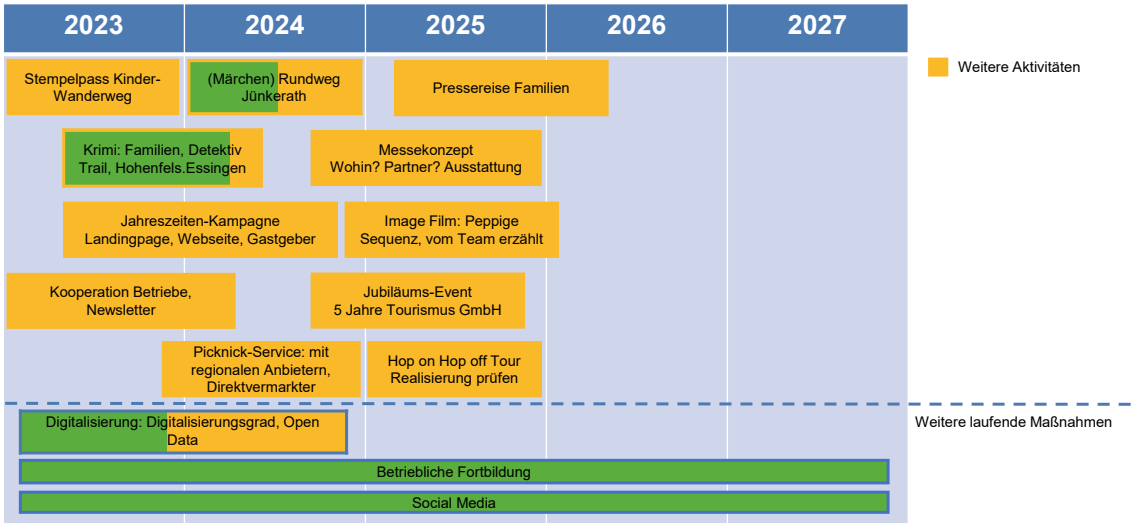
18

5 JAHRESPLAN
-Projekte inkl. Planungsphase-



19

5 JAHRESPLAN
-Weitere Aktivitäten-



20

SITZUNGSVORLAGE

Fachbereich:	Organisation und Finanzen	**Datum:**	18.07.2023
Aktenzeichen:	1/61100-40150/01 - fa	**Vorlage Nr.**	**1-0172/23/01-052**

Beratungsfolge	**Termin**	**Status**	**Behandlung**
Haupt- und Finanzausschuss	27.07.2023	öffentlich	Vorberatung

Satzung der VG Gerolstein über die Erhebung eines Gästebeitrags - Vorberatung

Sachverhalt:

In der Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 15.05.2023 wurde ein erster Entwurf der Satzung zur Einführung eines Gästebeitrages / Gästekarte vorgestellt.

Seitens der Verwaltung haben sich am ersten Satzungsentwurf nur noch kleinere Änderungen ergeben, die aus der Einführung einer digitalen Meldescheinverfahrens resultieren.

Die Touristik GmbH Gerolsteiner Land steht aktuell mit zwei Anbietern im Austausch, wie sich die Erhebung eines Meldescheins mit der Ausgabe einer Gästekarte digital umsetzen lassen. Eine verpflichtende Umsetzung des digitalen Verfahrens lässt sich nicht realisieren, so dass die Satzung um folgende Absätze ergänzt werden soll:

- § 7 Erhebungsverfahren – Absatz 7
- § 8 Gästekarte – Absatz 6

Die weiteren Regelungen der Satzung wurden wie in der Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 15.05.2023 übernommen. Aus den Fraktionen sind bisher keine Änderungswünsche bei der Verwaltung eingegangen.

Die Verwaltung beabsichtigt, sofern im Ausschuss eine Beschlussempfehlung für den Verbandsgemeinderat ausgesprochen wird, in der Stadt Hillesheim und der Ortsgemeinde Stadtkyll für eine Angleichung der Satzungen zu werben.

Dies beinhaltet vor allem Anpassungen bzgl. der Befreiungstatbestände von Berufstätigen. Daneben wird sich die Verwaltung noch einmal mit dem Tourismus Verein Gerolsteiner Land zur freiwilligen Tourismusabgabe des Vereins abstimmen.

Parallel zu den v. g. Gesprächen mit den Kommunen Hillesheim und Gerolstein soll die Verwaltung in Zusammenarbeit mit der Touristik GmbH die Einführung des Gästebeitrages bei den Beherbergungsbetrieben vorstellen und Ihnen darstellen, welche Nutzen die Gäste und damit die Beherbergungsbetriebe haben. Gleichzeitig soll für die Nutzung der digitalen Meldescheinverfahrens geworben werden.

Beschlussvorschlag:

Der Haupt- und Finanzausschuss empfiehlt dem Verbandsgemeinderat die Satzung über die Erhebung eines Gästebeitrages in der Verbandsgemeinde Gerolstein ab dem 01.01.2024 in dem als Entwurf beigefügten Fassung zu beschließen.

Finanzielle Auswirkungen:

Mit der Einführung des Gästebeitrages werden jährliche Einnahme in Höhe von ca. 300.000 € erwartet, die zur Finanzierung der Gästekarte und von touristischen Projekten verwendet werden sollen.

Anlage(n):
Entwurf Gästebeitrag Verbandsgemeinde Gerolstein ab 01.01.2024 (Stand:18.07.2023)

Verbandsgemeinde
GEROLSTEIN

Satzung
über die Erhebung eines Gästebeitrags in der Verbandsgemeinde Gerolstein
vom XX.XX.2023

Inhalt:

§ 1 Erhebungszweck 2
§ 2 Erhebungsgebiet 2
§ 3 Beitragspflichtige 2
§ 4 Beitragsbefreiung 2
§ 5 Beitragsmaßstab und Höhe des Gästebeitrages 3
§ 6 Beginn der Beitragspflicht 3
§ 7 Erhebungsverfahren 3
§ 8 Gästekarte 4
§ 9 Haftung 4
§ 10 Datenerhebung und -verarbeitung 5
§ 11 Ordnungswidrigkeiten 5
§ 11 Inkrafttreten 6

Satzung über die Erhebung eines Gästebeitrags in der Verbandsgemeinde Gerolstein vom XX.XX.2023

Aufgrund des § 24 der Gemeindeordnung (GemO) und der §§ 2 und 12 Abs. 2 des Kommunalabgabengesetzes (KAG) in der jeweils gültigen Fassung hat der Verbandsgemeinderat in seiner Sitzung am XX.XX.2023 die folgende Satzung beschlossen:

§ 1 Erhebungszweck

Die Verbandsgemeinde Gerolstein erhebt jährlich für die Herstellung, den Betrieb und die Unterhaltung der ganz oder teilweise touristischen Zwecken dienenden Einrichtungen sowie für die zu diesen Zwecken durchgeführten Veranstaltungen einen Gästebeitrag.

§ 2 Erhebungsgebiet

Erhebungsgebiet ist das gesamte Verbandsgemeindegebiet.

§ 3 Beitragspflichtige

Beitragspflichtig sind alle Personen, die im Erhebungsgebiet (§ 2) Unterkunft nehmen, ohne dort eine Hauptwohnung oder Nebenwohnung zu haben und denen die Möglichkeit zur Benutzung der Einrichtungen und zur Teilnahme an den Veranstaltungen geboten wird.

§ 4 Beitragsbefreiung

(1) Nicht beitragspflichtig gem. § 12 Absatz 2 KAG sind:
   a) Personen, die sich im Erhebungsgebiet (§ 2) zu Unterrichts- und Ausbildungszwecken aufhalten.
   b) Personen, die sich im Erhebungsgebiet (§ 2) zum vorübergehenden Besuch bei Verwandten ohne Zahlung eines Entgelts aufhalten.

(2) Von der Entrichtung des Gästebeitrags sind befreit:
   a) Kinder bis zur Vollendung des 6. Lebensjahres
   b) Personen, die berufsbedingt in der Verbandsgemeinde Unterkunft nehmen.

(3) Die Voraussetzungen einer Beitragsbefreiung nach Absatz 2 sowie einer Beitragsbefreiung nach Absatz 1 Buchstabe a) sind von den Berechtigten am Tag ihrer Ankunft durch entsprechende Ausweise oder sonstige geeignete Unterlagen nachzuweisen.

§ 5 Beitragsmaßstab und Höhe des Gästebeitrages

(1) Der Gästebeitrag wird nach der Anzahl der Übernachtungen bemessen.

(2) Der Gästebeitrag beträgt pro beitragspflichtige Person und Übernachtung X,XX Euro.

§ 6 Beginn der Beitragspflicht

Die Gästebeitragspflicht beginnt mit der Unterkunftnahme im Erhebungsgebiet (§ 2). Die Gästebeitragspflichtigen haben den Gästebeitrag spätestens am Tag ihrer Abreise an den Beherbergungsbetrieb zu entrichten.

§ 7 Erhebungsverfahren

(1) Wer als beitragspflichtige Person bei einem Beherbergungsbetrieb im Erhebungsgebiet (§ 2) übernachtet, hat am Tag seiner Ankunft den von der Verbandsgemeindeverwaltung vorgeschriebenen Meldevordruck auszufüllen und zu unterschreiben. Der Inhaber des Beherbergungsbetriebes hat die vorgeschriebenen Meldevordrucke bereitzuhalten und darauf hinzuwirken, dass die von ihm aufgenommenen beitragspflichtigen Gäste diese Pflichten erfüllen.

(2) Die Ausgabe der Meldevordrucke nach Absatz 1 erfolgt durch die Verbandsgemeindeverwaltung oder durch eine von ihr beauftragten Stelle; der Erhalt der Meldevordrucke ist bei Empfang zu quittieren.

(3) Der Inhaber des Beherbergungsbetriebes ist verpflichtet, die Meldevordrucke zu sammeln und vom Tag der Ankunft an ein Jahr aufzubewahren. Auf Verlangen sind der Verbandsgemeindeverwaltung zu Kontrollzwecken die Meldevordrucke vorzulegen oder Einsicht in diese zu gewähren. Die Meldevordrucke sind vor unbefugter Einsichtnahme zu sichern und innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist zu vernichten.

(4) Der Inhaber des Beherbergungsbetriebes hat den Gästebeitrag von den bei ihm verweilenden gästebeitragspflichtigen Personen einzuziehen und innerhalb eines Monats nach Zugang einer entsprechenden Zahlungsnachricht (Bekanntgabe eines Gästebeitragsbescheides) an die Verbandsgemeindeverwaltung abzuführen. Verweigert eine gästebeitragspflichtige Person die Zahlung des Gästebeitrages, ist dies durch den Inhaber des Beherbergungsbetriebes innerhalb von einem Tag der Verbandsgemeindeverwaltung anzuzeigen.

(5) Der Inhaber des Beherbergungsbetriebes hat für jedes Quartal bis zum 15. des folgenden Monats eine Gästebeitragserklärung der gewährten Gästeübernachtungen sowie der eingezogenen und abzuliefernden Gästebeiträge nach dem von der Verbandsgemeindeverwaltung vorgeschriebenen Muster abzugeben; dies gilt auch, sofern der Beherbergungsbetrieb in einem Quartal keine Personen beherbergt hat. In diesem Fall hat eine Fehlanzeige („Null-Meldung“) zu erfolgen.

(6) Beherbergungsbetrieb ist, wer Personen gegen Entgelt beherbergt oder einen Campingplatz betreibt.

(7) Seitens der Verbandsgemeinde wird angestrebt zum 01.01.2024 einen digitalen Meldeschein einzuführen. Die Beherbergungsbetriebe sollen darum gebeten werden, das digitalen Meldescheinverfahren zu verwenden, um das Verfahren einfacher und effektiver abzuwickeln. Abweichend von den v. g. Regelungen des § 7 gelten bei der digitalen Erfassung folgende Änderungen:

- Eine Unterschrift des Meldescheins (Absatz 1) ist nicht erforderlich.
- Die Archivierung / Sicherung der Meldescheine nach Absatz 3 entfällt für den Beherbergungsbetrieb. Diese Regelungen werden durch die Verbandsgemeinde sichergestellt.
- Die Abgabe einer Gästebeitragserklärung nach Absatz 5 entfällt.

§ 8 Gästekarte

(1) Jede beitragspflichtige Person erhält nach dem Ausfüllen des Meldevordrucks (§ 7 Absatz 1) eine Gästekarte. Sie gilt ab dem Tag der Ankunft und verliert ihre Gültigkeit mit Ablauf des Tages der Abreise.

(2) Die Gästekarte wird auf den Namen der beitragspflichtigen Person ausgestellt und ist nicht übertragbar.

(3) Die Gästekarte berechtigt zum Besuch und zur Benutzung der Tourismuseinrichtungen und-veranstaltungen. Die Erhebung von Benutzungsgebühren oder Entgelten bleibt hiervon unberührt. Die Gästekarte ist auf Verlangen den mit der Überwachung beauftragten Personen vorzuzeigen.

(4) Bei Verlust der Gästekarte ist dies der Verbandsgemeindeverwaltung unverzüglich anzuzeigen; eine Ersatzkarte kann von der Verbandsgemeindeverwaltung oder von einer von ihr beauftragten Stelle (Touristik GmbH) ausgestellt werden.

(5) Bei missbräuchlicher Nutzung wird die Gästekarte ohne Ausgleichsleistung eingezogen.

(6) Auch die Gästekarte soll in digitaler Form zur Verfügung gestellt werden. Dies erfolgt grds. unmittelbar mit der Erfassung des digitalen Meldescheins. Sofern Beherbergungsbetriebe an dem digitalen Meldescheinverfahren nicht teilnehmen, kann diese Gästekarte nach Vorlage des analogen Meldescheins in den Touristikbüros der Tourist GmbH Gerolsteiner Land ausgestellt werden.

§ 9 Haftung

Der Beherbergungsbetrieb haftet für die ordnungsgemäße und rechtzeitige Einziehung und Abführung des Gästebeitrages der bei ihm verweilenden Gästebeitragspflichtigen.

§ 10 Datenerhebung und -verarbeitung

(1) Die Verbandsgemeindeverwaltung kann die zur Ermittlung der Beitragspflichtigen, zur Beitragsfestsetzung und die zur Durchführung aller weiteren Bestimmungen nach dieser Satzung erforderlichen Daten gemäß Artikel 6 Absatz 1 Satz 1 Buchst. e) Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) und §§ 3 und 4 des Landesdatenschutzgesetzes (LDSG), soweit sie zur Aufgabenerfüllung nach dieser Satzung erforderlich sind, neben den bei den Betroffenen erhobenen Daten, aus folgenden Unterlagen erheben:

- Daten des Melderegisters,
- Grundsteuerveranlagungen
- den bei der Verbandsgemeindeverwaltung vorliegenden Unterlagen über An- und Abmeldungen sowie Änderungsmeldungen von Beherbergungsbetrieben nach den Vorschriften der Gewerbeordnung,
- Mitteilungen der vorherigen Beherbergungsbetriebe.

(2) Die Verbandsgemeindeverwaltung darf sich diese Daten von den dort genannten Stellen übermitteln lassen und ist befugt, diese zu den in Absatz 1 genannten Zwecken nach Maßgabe der Bestimmungen des Landesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

§ 11 Ordnungswidrigkeiten

(1) Ordnungswidrig im Sinne des § 16 Absatz 2 Nr. 2 KAG handelt, wer vorsätzlich oder leichtfertig

1. entgegen § 5 Absatz 1 den zu zahlenden Gästebeitrag nicht spätestens am Tag der Abreise an den Beherbergungsbetrieb oder den Betreiber des Campingplatzes entrichtet;
2. entgegen § 7 Absatz 1 seiner Meldepflicht nicht nachkommt;
3. entgegen § 7 Absatz 1 seiner Pflicht, die vorgeschriebenen Meldevordrucke nicht bereithält;
4. entgegen § 7 Absatz 3 die Meldevordrucke nicht oder nicht fristgemäß aufbewahrt oder auf Verlangen nicht vorlegt oder die Einsichtnahme verweigert;
5. entgegen § 7 Absatz 4 den von den bei ihm verweilenden beitragspflichtigen Gästen eingezogenen Gästebeitrag nicht oder nicht rechtzeitig an die Verbandsgemeindeverwaltung abführt,
6. entgegen § 7 Absatz 4 nicht innerhalb eines Tages der Verbandsgemeindeverwaltung anzeigt, wenn ein Beitragspflichtiger die Zahlung des Gästebeitrages verweigert.
7. seinen Meldepflichten nach § 7 Absatz 5 nicht oder nicht rechtzeitig nachkommt oder falsche Angaben in der Gästebeitragserklärung – insbesondere in Bezug auf die beitragspflichtigen Übernachtungen macht,

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 10.000 € geahndet werden.

§ 11 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt ab 01. Januar 2024 in Kraft.

Gerolstein, den XX.XX.2023

_____

Hans-Peter Böffgen
Bürgermeister

Hinweis für die vorstehende Satzung:

Es wird darauf hingewiesen, dass nach § 24 Abs. 6 der Gemeindeordnung (GemO) eine Satzung, die unter Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften der GemO oder aufgrund der GemO zustande gekommen ist, ein Jahr nach der Bekanntmachung als von Anfang an gültig zustande gekommen gilt.

Dies gilt nicht, wenn

1. die Bestimmungen über die Öffentlichkeit der Sitzung, die Genehmigung, die Ausfertigung oder die Bekanntmachung der Satzung verletzt worden sind, oder
2. vor Ablauf der in Satz 1 genannten Frist die Aufsichtsbehörde den Beschluss beanstandet oder jemand die Verletzung der Verfahrens- oder Formvorschriften gegenüber der Verbandsgemeindeverwaltung unter Bezeichnung des Sachverhalts, der die Verletzung begründen soll, schriftlich geltend gemacht hat.

Hat jemand eine Verletzung nach Satz 2 Nr. 2 geltend gemacht, so kann auch nach Ablauf der in Satz 1 genannten Frist jedermann diese Verletzung geltend machen.

SITZUNGSVORLAGE

Fachbereich:	Organisation und Finanzen	**Datum:**	18.07.2023
Aktenzeichen:		**Vorlage Nr.**	**1-0415/23/01-168**

Beratungsfolge	**Termin**	**Status**	**Behandlung**
Haupt- und Finanzausschuss	27.07.2023	öffentlich	Entscheidung

Umsetzung von Maßnahmen aus dem Radwegekonzept

Sachverhalt:

In der Zwischenzeit haben weitere Abstimmungen mit dem Landesbetrieb Mobilität und dem Planungsbüro VIA stattgefunden. Weiterer Abstimmungsbedarf besteht noch mit dem Landkreis Vulkaneifel. Ziel ist es, ein finales Umsetzungskonzept zu erhalten. Im aktuellen Entwurf sind noch ca. 600 Einzelmaßnahmen enthalten.

Die Städte Gerolstein und Hillesheim beabsichtigen, innerstädtische Maßnahmen im Rahmen der dort zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel eigenständig zu planen und umzusetzen. Die Ortsgemeinde Jünkerath hat für die Einzelmaßnahme „Ausleuchtung Prinzenallee am Kyll Radweg“ einen Zuwendungsantrag gestellt.

Der Ausschuss für regionale Entwicklung hat in seiner Sitzung am 27.06.2023 empfohlen, aus dem aktuell zur Verfügung stehenden Budget der Verbandsgemeinde zunächst folgende Maßnahmen in den Fokus zu nehmen.

- Verkehrssicherheit an den „großen Linien“ Kyll Radweg/Kalkeifel-Radweg
- Anbindung Gewerbegebiete (Vulkanring Gerolstein; IGP Wiesbaum) mit alltagstauglichen Radverkehrsstrukturen

Vorrangig sollen die wichtigen Linien mit einer hohen Frequenz in den Blick genommen werden, auch wenn damit zunächst nicht alle Ortsgemeinden an das Netz angebunden werden.

Als wichtiges Rückgrat des verbandsgemeindeweiten Radverkehrskonzeptes wurde der Kyll Radweg identifiziert, der traditionell im touristischen, aber zunehmend auch im alltäglichen Radverkehr eine steigende Bedeutung hat, da er die Verbandsgemeinde von Norden nach Süden durchzieht und 13 der insgesamt 38 Ortsgemeinden tangiert. Viele der nicht direkt angeschlossenen Gemeinden profitieren dennoch vom Kyll Radweg, da Zuwegungen bereits vorhanden sind bzw. geschaffen werden sollen.

Daher möchte die Verbandsgemeinde in die Umsetzungsphase mit einer Verbesserung der Radverkehrsinfrastruktur auf dem Kyll Radweg starten.

Auf dem Kyll Radweg wurden im Radverkehrskonzept auf 111 Einzelmaßnahmen benannt. Dabei sind die Umsetzungshorizonte der empfohlenen Maßnahmen unterschiedlich:

- 77 Maßnahmenempfehlungen sind als kurzfristige Maßnahmen (Durchfahr-/ Umlaufsperren entfernen oder markieren, Markierungen an Knotenpunkten und an Strecken, Fahrradstraße einrichten, Reduzierung der zulässigen Höchstgeschwindigkeit prüfen),
- 20 als mittelfristige Maßnahmen (Oberflächensanierung, Umbau / Ausbau an Knotenpunkten und Strecken (ggf. auch Neubau) und
- 14 als langfristige Maßnahmen (Neubau) klassifiziert worden.

Alle Maßnahmen müssen mit den Akteuren vor Ort abgestimmt werden. Die Ergebnisse sollen in ein kommunen- und baulastübergreifendes Maßnahmenprogramm überführt werden, das von der Verbandsgemeindeverwaltung federführend koordiniert und bearbeitet wird. Dieser Prozess soll von einem Planungsbüro begleitet und inhaltlich vor- und nachbereitet werden.

Das Maßnahmenprogramm des Radverkehrskonzeptes führt verschiedene Maßnahmen-kategorien auf. Die häufigsten Streckenmaßnahmen sind:

- Fahrradstraßen inner- und außerorts einrichten
  (41 Streckenabschnitte auf insgesamt 16 km)
- Retroreflektierende Randmarkierung aufbringen
  (24 Streckenabschnitte auf insgesamt 19 km)
- Markierungsmaßnahmen innerorts
  (7 Strecken auf insgesamt 1,3 km)

Hinzu kommen Maßnahmenempfehlungen an Knotenpunkten:

- Umbau Knotenpunkt (6 Knotenpunkte)
- Prüfung Neubau von Querungshilfen im weiteren Bedarf (6 Knotenpunkte)
- Ausbau Querungshilfe (2 Knotenpunkte).

Um mit der Umsetzung der Maßnahmen beginnen zu können, haben wir das Planungsbüro VIA gebeten, uns ein Angebot zu unterbreiten, für eine begleitende Beratung und Prozesssteuerung sowie die Erarbeitung der Grundlagendaten für die Umsetzungsphase.

Diese Leistungen umfassen vor allem folgende Aufgabenbereiche:

- Beratung zur Abstimmung und Vorbereitung der Umsetzung der definierten Projekte, Definition von Maßnahmenpaketen, die als Sofortmaßnahmen umgesetzt werden können
- Vorbereitung, Teilnahme und Dokumentation der Abstimmungsgespräche mit der Verbandsgemeindeverwaltung und weiteren Akteuren (LBM, Kreis, etc.)
- Konkretisierung der Maßnahmenplanung auf den Fahrradstraßen und den weiteren empfohlenen innerstädtischen Markierungen (insgesamt max. 18 km) sowie der Neugestaltung von 10 Knotenpunkten in Anlehnung an die HOAI-Leistungsphase 2,

Das Angebot der Firma VIA schließt mit einer Angebotssumme von 25.585,00 €. Mit diesen Unterlagen können die entsprechenden Zuwendungsmittel für die Umsetzung der Maßnahmen beantragt werden.

Beschlussvorschlag:

Der Haupt- und Finanzausschuss beschließt die Umsetzung der beschriebenen Radwegekonzept-Maßnahmen auf dem Kyll Radweg.

Die Verwaltung wird ermächtigt, Zuwendungsanträge aus dem Sonderprogramm „Stadt und Land“ (Zuwendung bis 90%) zu stellen und im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel im Benehmen mit den Beigeordneten die Ausschreibung von Planungs- und Ausführungsleistungen durchzuführen und entsprechende Aufträge zu erteilen.

Finanzielle Auswirkungen:

Zur Umsetzung von Maßnahmen des Radverkehrskonzeptes stehen im Haushalt der VG insgesamt 100.000 € zur Verfügung. Hierzu wird eine Zuwendung von 90 % bei einem Eigenanteil von 10 % = 10.000 € erwartet.

SITZUNGSVORLAGE

Fachbereich:	Organisation und Finanzen	**Datum:**	23.05.2023
Aktenzeichen:	1/11620-212/01	**Vorlage Nr.**	**1-0296/23/01-122**

Beratungsfolge	**Termin**	**Status**	**Behandlung**
Haupt- und Finanzausschuss	27.07.2023	öffentlich	Vorberatung

Verzinsung der Finanzmittelbestände in der Einheitskasse der VG Gerolstein - Vorberatung

Sachverhalt:

Nach § 68 Abs. 4 Gemeindeordnung Rheinland-Pfalz (GemO) bilden die Kassen der Verbandsgemeinde und der Städte/Ortsgemeinden eine einheitliche Kasse (=Einheitskasse). Neben der Verbandsgemeinde, den Städten und Ortsgemeinden sind auch die Betriebszweige des Eigenbetriebes der VG und die Zweckverbände Teil der Einheitskasse. In der Einheitskasse werden somit die jeweiligen Kassenbestände von 46 kommunalen Einrichtungen geführt.

Die Kassenbestände differieren sehr stark von Forderungen über 5 Mio. € bis hin zu Verbindlichkeiten von 7,5 Mio. €. Von den 46 Einrichtungen haben 12 Verbindlichkeiten gegenüber der Verbandsgemeindekasse und 34 Forderungen. Dieser Vorlage ist eine Übersicht beigefügt, aus der die Finanzmittelbestände zum Stichtag 30.06.2023 ersichtlich sind.

Nach ständiger Rechtsprechung sind die Forderungen der Ortsgemeinden grds. zu verzinsen. Ortsgemeinden mit Verbindlichkeiten haben die Kosten, die der Verbandsgemeinde entstehen, zu erstatten. Zwischen den Ortsgemeinden untereinander bestehen keine Erstattungsansprüche.

Aus dem Prinzip der Einheitskasse als eigene Aufgabe nach § 68 GemO folgt auch, dass die Verbandsgemeinde entscheidet, wie die Forderungen angelegt werden. Aus dem Prinzip der Wirtschaftlichkeit in der kommunalen Familie ist es daher selbstverständlich, dass mit den Forderungen zunächst die Verbindlichkeiten anderer Ortsgemeinden ausgeglichen werden. Dies führt zum Stichtag 30.06.2023 dazu, dass sich der Kassenbestand der Einheitskasse bei Verbindlichkeiten i. H. v. 14,9 Mio. € und Forderungen i. H. v. 32,1 Mio. auf 17,2 Mio. € beläuft.

Dieser Kassenbestand unterliegt starken Schwankungen. Dies ist vor allem der quartalsweisen Einziehung von Steuern sowie Zahlungen von Zuweisungen im Verhältnis zu den regelmäßigen monatlichen Auszahlungen (Lohnkosten, Tilgungen, pp.) und der Umsetzung von Baumaßnahmen geschuldet. Der Kassenbestand schwankt aktuell zwischen 12 Mio.€ und 19 Mio. €.

Seit der Fusion zum 01.01.2019 mussten keine Liquiditätskredite aufgenommen werden. Gleichzeitig war in den vergangenen Jahren eine sichere Finanzanlage mit der Erzielung von Zinserträgen nicht möglich. Aus diesem Grunde hat in den vergangenen Jahren das Thema der Verzinsung von Finanzmittelbeständen keine Rolle gespielt. Da die Zinspolitik sich im Jahre 2023 verändert hat, muss nun festgelegt werden, wie die Forderungen der Ortsgemeinden verzinst werden.

Die Verwaltung hat in Abstimmung mit den Beigeordneten folgende Vorschläge für die Verzinsung der Finanzmittelbestände erarbeitet.

Die Verzinsung der Finanzmittelbestände soll für die Verbandsgemeinde Gerolstein selbst grds. ergebnisneutral sein. Für Ihren eigenen Finanzmittelbestand wird sie wie alle anderen Einrichtungen behandelt.

Ein fester Bestandteil bei der Verzinsung sollten die Zinserträge der Verbandsgemeindekasse sein, die durch die Finanzanlagen tatsächlich erwirtschaftet werden. Unter Berücksichtigung der Konditionen, welche zum 30.06.2023 vorlagen und der durchschnittlichen Anlagenhöhe ergeben sich für ein Jahr folgende Zinserträge:

	Anlage	Betrag	Zinssatz	Zinsen 2023
1	Sparkassenbrief	7.500.000,00 €	3,42	256.500,00 €
2	Kündigungsgeldkonto KSK	2.500.000,00 €	1,75	43.750,50 €
3	Tagesgeld Voba (Durchschnitt) (Stand 30.06.: 4,9 Mio. €)	2.500.000,00 €	1,35	33.750,00 €
	Summe der Zinsen:			**334.000,00 €**

Die Gesamtsumme der jährlichen Erträge aus allen Zinsanlagen, wird anteilig auf die Forderungen der Ortsgemeinden umgelegt. Auf ein Jahr bezogen bedeutet dies, dass die Forderungen i. H. v. 32,1 Mio. € mit einem Zinssatz von 1,04 % verzinst werden.

Bei der Frage einer weiteren Verzinsung möchten wir folgende 2 Varianten unterscheiden:

Vorschlag 1:
Da die VG die Verbindlichkeiten der Ortsgemeinden mit den Forderungen ausgleicht, stehen diese nicht zur Anlage auf dem Finanzmarkt zur Verfügung und können keine Zinserträge erwirtschaften.

Basierend auf der obigen Ermittlung des Zinssatzes für die gesamten Forderungen könnten die Verbindlichkeiten der Ortsgemeinden i. H. v. 14,9 Mio. zusätzlich mit einem Zinssatz von 1,04 % verzinst werden. Dies würde zu weiteren Zinserträgen von ca. 154.700 € führen. Diese würden ebenfalls auf die Forderungen anteilig umlegt, was zu einer weiteren Verzinsung von 0,48 % führt, mithin in Summe 1,52 %.

Vorschlag 2:
Auf eine zusätzliche Verzinsung der Verbindlichkeiten der Ortsgemeinden wird verzichtet, um die finanzschwachen Ortsgemeinden nicht noch mit einer fiktiven Verzinsung zusätzlich zu belasten. Die Verwaltung favorisiert den Vorschlag Nr. 2. Die Gründe werden in der Ausschusssitzung noch einmal diskutiert und erörtert.

Neben der Entscheidung zur Vorschlag 1 (1,52 %) oder Vorschlag 2 (1,04 %) soll von der Verbandsgemeinde festgelegt werden:

- Die Verzinsung erfolgt zum Jahresende auf Basis der tatsächlichen Finanzmittel-bestände zum 31.03, 30.06, 30.09. und 31.12. des jeweiligen Jahres.
- Bei der Ermittlung des Zinsertrages werden die tatsächlich im Jahr erzielten Zinserträge berücksichtigt und anteilig nach der Summe der Finanzmittelbestände aufgeteilt. Dabei wird auch der Zeitpunkt der Auszahlung von Zinserträgen berücksichtigt.
- Sofern Vorschlag 1 zum Tragen kommen sollte, werden die v. g. Bestimmungen analog angewandt.
- Sollte zur Sicherstellung der Liquidität der Verbandsgemeindekasse die Aufnahme von Liquiditätskrediten notwendig werden, tragen die Ortsgemeinden die hierfür anfallenden Zinsaufwendungen anteilig (Höhe der Verbindlichkeiten zum jeweiligen Stichtag) zu tragen. Bei Vorschlag 1 würde dieser Zinssatz auch für die Forderungen der Ortsgemeinden angewandt.

Seitens der Verbandsgemeinde wird in der Ausschusssitzung keine abschließende Entscheidung zur Verzinsung der Finanzmittelbestände angestrebt. Ziel der Beratung ist ein gemeinsamer Blick auf die Angelegenheit zu erhalten und einen der beiden Vorschläge zu favorisieren.

Auf Basis dieser Beratung wird die Verwaltung den Entwurf einer Regelung zur Verzinsung der Finanzmittelbestände in der Einheitskasse entwerfen, der in der nächsten Ausschusssitzung vorberatend für den VGR erörtert werden soll.

Beschlussvorschlag:

Die Haupt- und Finanzausschuss beauftragt die Verwaltung, den Entwurf einer Regelung zur Verzinsung der Finanzmittelbestände für die nächste Ausschusssitzung vorzubereiten.

Hierbei sollen die im Sachverhalt aufgeführten Inhalte unter Berücksichtigung des Vorschlages 1 / oder des Vorschlages 2 berücksichtigt werden.

Finanzielle Auswirkungen:

Für die eigenen Finanzmittelbestände in der Einheitskasse würde die Verbandsgemeinde Gerolstein auf Grundlage der Beispielrechnung Erträge von ca. 13.000 € erhalten.

Anlage(n):
nichtöffentliche Anlagen - Verzinsung Finanzmittelbestände, Beispielrechnungen