



Empfehlungen und Projektvorschläge für die Region

4. Kooperation

Ausgangssituation

Im Zuge der Einrichtung des Nationalparks setzte die Bezirksregierung eine Reihe von kommunalen Konsens- und Arbeitsgruppen ein. Das "Perspektivenbuch Tourismus" als Gemeinschaftsprojekt des Naturparks Hohes Venn - Eifel und der Arbeitsgruppe Tourismus, sowie die "Machbarkeitsstudie Vogelsang" und der vorliegende "Touristische Masterplan Erlebnisregion Nationalpark Eifel" bilden Planungsgrundlagen, die auf dieser Basis entstanden sind.

Mit dem Erlass der Verordnung sind die Belange des Tourismus innerhalb des Nationalparks verbindlich geregelt. Damit ist die Aufgabe der Arbeitsgruppe Tourismus in Bezug auf die Verordnung abgeschlossen.

Nicht geregelt ist dagegen die Verantwortlichkeit für die zukünftige touristische Entwicklung des Themas "Nationalpark" außerhalb der Nationalparkgrenzen, d.h. rund um den Nationalpark und in der Region Eifel. Dies betrifft vor allem auch die Koordination und die Konsensfindung der im Masterplan vorgeschlagenen Projekte.

Die Forderung nach einer geregelten regionalen Konsensfindung und Transparenz der Projekte wurde unter anderem bei den Versammlungen der Bürgermeister des Kreises Euskirchen und des Kreises Düren, in denen Ergebnisse des Masterplans vorgestellt wurden, ausdrücklich gestellt.

Für eine zielgerichtete regionale Projektentwicklung ist es notwendig, zwei Gremien einzurichten:

1. eine kommunale Lenkungsgruppe
als politisches Gremium zur regionalen Konsensfindung, das zukünftige Projekte abstimmt, initiiert und begleitet und für eine regionale Transparenz der Projekte sorgt
2. eine Arbeitsgruppe
als fachlich verantwortliche Projektvorbereitung und -umsetzung



Kommunale Lenkungsgruppe “Erlebnisregion Nationalpark Eifel”

Mitglieder der Lenkungsgruppe

Die kommunale Lenkungsgruppe setzt sich mindestens aus den Vertretern der drei Kreise Aachen, Düren und Euskirchen sowie den Vertretern ihrer zugehörigen Gemeinden und der Eifel Tourismus GmbH als regionale Tourismusagentur zusammen, die vom Nationalpark unmittelbar betroffen sind bzw. am Thema “Nationalparktourismus” interessiert sind.

Es wird angeregt, darüber hinaus einen politischen Vertreter der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens sowie zur Vertretung von Rheinland-Pfalz die zuständigen Vorsitzenden der Eifel Tourismus GmbH an der Lenkungsgruppe zu beteiligen.

Falls die Diskussionsthemen zusätzliche fachspezifische Kompetenz erforderlich machen, kann die Lenkungsgruppe im Einzelfall die Vertreter der Arbeitsgruppe (s. Projekt 2) zur Beratung hinzuziehen.

Ziele und Aufgaben

Ziele und Aufgaben beziehen sich auf nationalparkbezogene Tourismusprojekte außerhalb der gesetzlich definierten Nationalparkgrenzen:

- Bildung eines verbindlichen regionalen Konsens
- Klärung des Handlungsbedarfes und der Prioritäten auf Basis des Masterplans
- Initiativrecht für Projekte
- Projektskizzierung & Vorbereitung
- Definition der Mitglieder der Arbeitsgruppe (s. Projekt 2)
- Auftragsbeschreibung an die Arbeitsgruppe
- Informationspflicht an die interessierten Partner über alle relevanten Projekte rund um den Nationalpark



Arbeitsgruppe “Erlebnisregion Nationalpark Eifel”

Mitglieder der Arbeitsgruppe

Über die politische Abstimmungsebene der Lenkungsgruppe hinaus ist es erforderlich, eine touristische Arbeitsebene einzurichten, die sich um die konkrete Umsetzung der Projekte vor Ort kümmert und diese gemeindeübergreifend koordiniert. (z. B. touristische Organisationen der Gemeinden, Naturpark, Nationalpark usw.)

Die weiteren Mitglieder der “Arbeitsgruppe” werden von den Mitgliedern der Lenkungsgruppe bestimmt. Als permanente Mitglieder sollten die regionalen Vertreter, d.h. Eifel Tourismus, die touristischen Arbeitsgemeinschaften, der Nationalpark und der Naturpark vertreten sein. Die Arbeitsgruppe sollte offen sein für eine Beteiligung von temporären Mitgliedern, die sich an regionalen themenbezogenen Projekten aktiv beteiligen wollen.

Ziele und Aufgaben

- Projektvorbereitung und Umsetzung im Auftrag der Lenkungsgruppe mit Arbeitsschwerpunkt auf Projekten des Masterplans
- Beratung der Lenkungsgruppe
- Transparenz und Abstimmung laufender touristischer Aktivitäten
- Klärung des aktuellen Handlungsbedarfs und nächster Schritte



5. Kommunikation & Service

Kommunikation des Nationalparks im Tourismus

Ziele

- Platzierung des Begriffs "Nationalpark" als Einstieg und Qualitätsmerkmal
- Präsenz des Nationalparks in der touristischen Kommunikation
- einheitliche Kommunikation & Präsentation
- klare Orientierung & Information der Besucher
- Besuchermanagement: Steuerung der Besucherströme im Nationalpark und in der Region

Inhalte

Sprache und Gestaltung der touristischen Kommunikation sollten auf ein allgemein interessiertes Publikum (natur- und bewegungsorientierter Typ, s. "Trends") ohne spezielle Vorkenntnisse ausgerichtet sein. Die touristische Kommunikation des Nationalparks muss Antworten auf die folgenden Fragen geben.

- Was ist das Besondere des Nationalparks?
 - Leitbild und Besonderheiten
 - Verhaltensregeln
- Was kann ich im Nationalpark unternehmen?
 - Angebote, Aktionsmöglichkeiten
 - spezielle "Nationalpark-Produkte" - Produktqualität
- Was gibt es außer dem Nationalpark sonst noch?
 - Angebot im touristischen Umfeld
 - Angebote "Naturerlebnis" Gesamttraum Eifel-Ardenen



Anforderungen an die touristische Kommunikation

- Veröffentlichung gemeinsamer touristischer Medien mit Nationalparkinformationen und -angeboten (zentrale Internetseite, zentrale Hotline, gemeinsame Angebotsbroschüren der Kommunen/Nationalpark/Naturpark usw.)
- Integration des Themas Nationalpark in alle touristischen Informationsebenen (z. B. Prospektständer Nationalpark in Tourist-Informationen, Verlinkung der lokalen Homepages mit Nationalpark)
- Der Nationalpark "verweist in die Region"
Der Nationalpark als Impulsgeber für die touristische Entwicklung sollte sich als Bestandteil eines Netzwerks Naturerlebnis Eifel verstehen, auf das Angebot der Region verweisen und Kooperationen bilden (z. B. Internetseite, Nationalparkzentrum, Nationalpark-Service-Stationen).

Wo ist die Nationalparkregion?

Im Zusammenhang mit der touristischen Planung stellt sich die Frage, welche Region über die konkreten Grenzen des Nationalparks hinaus von Belangen des Nationalparks betroffen ist.

Die Definition einer "Nationalparkregion" ist...

- **... für den Touristen nicht notwendig**
 - das Ziel "Nationalpark" reicht als primäres Qualitätsmerkmal aus
 - die Nationalparkregion als touristisches Umfeld wird durch den Aktionsradius und die Wahrnehmung des Gastes selbst definiert
 - mit der "Nationalparkregion" ist bisher kein touristisches Qualitätsmerkmal verbunden
 - mit Eifel und Ardennen sind landschaftsorientierte Begriffe für die touristische Region vorhanden



■ **... für die Zusammenarbeit sinnvoll**

- gemeinsame Identifikation als "Destination Nationalpark"
- gemeinsame Qualitäts- und Produktentwicklung
- Betroffenheit und Verflechtung nimmt mit zunehmender Entfernung vom Nationalpark ab
- die höchste Betroffenheit entsteht im unmittelbaren Umfeld (Nationalparkgemeinden und Anrainer)
- der Nationalpark sollte als Einstieg in das Thema "Naturerleben" zur weiträumigen regionalen Profilierung und Qualitätsentwicklung in der Gesamtregion Eifel und Ardennen genutzt werden

"Nationalparkort" als Prädikat?

Die Nationalparkverordnung sieht vor, dass sich Ortschaften der Belegenheitsgemeinden als Nationalparkort bezeichnen dürfen.

Orte, die sich als "Nationalparkort" bezeichnen, demonstrieren ihre Identifikation mit dem Nationalpark und seinen Zielsetzungen. Der Titel ist daher vor allem in Zusammenhang mit der dauerhaften lokalen Akzeptanz und Unterstützung des Nationalparks zu sehen.

■ **In der touristischen Kommunikation ...**

- ...ist der Titel nur sinnvoll, wenn er mit Qualitätsmerkmalen verbunden ist, die über die reine kommunale Zugehörigkeit hinausgehen.
- ... ist eine Beschränkung eines Qualitätsbegriffes auf kommunale Grenzen problematisch.
- ... Macht die Füllung des Titels mit Qualitätsmerkmalen ein System der Titelvergabe und -kontrolle erforderlich.



■ Der Identifikationsprozess muss reifen

Der Identifikationsprozess mit dem Nationalpark muss reifen. Neben dem rein räumlich orientierten Kriterium "Nationalparkort" oder Bezeichnungen wie "...am Nationalpark gelegen" wird es entscheidend sein, touristische Produkte mit einer zuverlässigen Qualität zu entwickeln.

Die Nutzung des Begriffes "Nationalpark" in Zusammenhang mit ausgewählten Leitprodukten wie "Nationalpark-Gastgeber" oder "Nationalpark-Shuttle", deren Qualität festgelegt und kontrolliert wird sowie fest vereinbarte Formen der Zusammenarbeit als "Nationalpark-Partner" (z. B. Sponsoren, umweltfreundliche Betriebe, Netzwerk Natur- und Kulturzentren, Partner im Jugend- und Bildungstourismus usw.) sind dabei wichtige Schritte, die sowohl zur regionalen Identifikation als auch zur touristischen Profilierung beitragen.



Nationalparkmagazin “Naturerlebnis Eifel”

Ausgangssituation

Naturerlebnis bildet ein Kerngeschäft der Eifel, das mit dem Label “Nationalpark” in Zukunft eine zusätzlich hohe Aufmerksamkeit erzielen kann. Um diesen Effekt zu nutzen, ist es notwendig, das Thema “Nationalpark” im touristischen Marketing präsent zu machen und mit dem Kerngeschäft Naturerlebnis Eifel in Zusammenhang zu bringen.

Mit der erstmaligen Herausgabe des “Naturparkmagazins” der Eifel Tourismus GmbH ist ein erster Schritt getan, mit dem Aufhänger Naturpark die Besonderheiten der Eifellandschaft und -natur zu präsentieren und mit touristischen Angeboten zu bewerben. Der Nationalpark ist hier ebenfalls vertreten, wird jedoch noch nicht auf dem Titel des Magazins kommuniziert.

Zur Stärkung des Themas “Naturerlebnis” ist eine stärkere Fokussierung auf die landschaftlichen Besonderheiten notwendig. Dabei sollte die redaktionelle Gestaltung so ausgerichtet sein, dass sie in der Lage ist, Faszination für die Eifelnatur auszulösen und die landschaftlichen Besonderheiten in touristischen Erlebnissen fassbar zu machen.

Ziele

- Präsenz des Nationalparks in der überregionalen touristischen Werbung
- Positionierung des Nationalparks als Zugpferd für qualitativ hochwertige Naturerlebnisse in der Eifel
- Bewerbung des Gesamtprodukts “Naturerlebnis Eifel”
- Erstinformation für Einsteiger nach dem Motto “Da fahren wir mal hin”
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungsgäste

Inhalt

- Ob der Titel “Nationalparkmagazin” als Titel für die Darstellung der Präsentation von Naturerlebnissen in der Gesamteifel Akzeptanz findet, ist zu klären. Denkbar ist eine



Fortsetzung des bisherigen Titels "Naturparkemagazin" und die grafische Einbindung "Nationalpark Eifel" auf der Titelseite. In jedem Falle sollte der Begriff "Nationalpark" auf der Titelseite kommuniziert werden.

- Fokus: qualitätvolle, ausgewählte Naturerlebnisprodukte Gesamttraum Eifel
- jährliche Neuauflage mit unterschiedlichen Themenakzenten, Portraits, Essays
- inhaltliche Kategorien:
 - Nationalpark
 - Portrait & Regeln
 - nationalparkspezifische Angebote
 - Naturparke
 - Portrait der besonderen Landschaften und Schutzgebiete
 - ausgewählte Produkte
 - Netzwerk Naturerlebniszentren Eifel-Ardennen
 - Adressen, Öffnungszeiten
 - Angebotsschwerpunkte
 - buchbare, umsetzbare Naturerlebnisangebote und Tourentipps
 - Radfahren, Wandern, Reiten usw.
 - Natur-Edutainment - Angebote
 - Landschaftsmarken - Angebote
 - Nationalpark-Gastgeber
 - Essays zu naturorientierten Themen, Kurzportraits von Einrichtungen, Aktivitäten, Sehenswürdigkeiten usw.

Träger

- Eifel Tourismus GmbH

Projektstand

- als "Naturparkmagazin" mit Nationalparkteil 2003 erstmals produziert

Freizeitführer “Erlebnisregion Nationalpark Eifel”

Ausgangssituation

Mit der Destination “Nationalpark” ist die Erwartung der Gäste verbunden, im Nationalpark selbst und in seinem Umfeld etwas unternehmen zu können. Die räumliche Zersplitterung der touristischen Informationen wirkt hierbei hinderlich und verfehlt das Ziel, dem Touristen einen leicht fassbaren Überblick über die touristischen Angebote im Aktionsradius rund um den Nationalpark zu verschaffen.

Der “Freizeitführer rund um den Nationalpark”, der im November 2003 zum Reisemarkt Köln erschienen ist, bildet ein erstes Produkt, das in Zukunft fortgeführt werden sollte.

Ziele

- “Was machen wir morgen?” - Information zur konkreten Gestaltung des Aufenthaltes vor Ort
- räumliche Bündelung der touristischen Angebote
- anwendungsbezogene Aufbereitung
- thematische Strukturierung der Angebote
- mittelfristig sollte angestrebt werden, die vorhandenen Angebotsbroschüren der beteiligten Gemeinden durch den Freizeitführer “Erlebnisregion Nationalpark” zu ersetzen

Inhalt

- Fokus: Nationalpark & touristischer Aktionsradius (max. 30-60 Min. Fahrt vom Übernachtungsort, d.h. NRW-Eifel-Gemeinden, Anrainer Belgien und Rheinland-Pfalz)
- Inhaltliche Kategorien:
 - Nationalpark
 - Portrait & Regeln
 - nationalparkspezifische Angebote



- touristische Angebote im Aktionsradius

Themen: Natur, Geschichte/Kultur, Freizeit/Sport, Eifeler Spezialitäten

dabei Einbindung:

- Angebote des Naturparks
 - Angebote Natur-Edutainment
 - Angebote Landschaftsmarken
 - Netzwerk Naturzentren
 - Nationalpark-Gastgeber (Gastronomie)
 - Nationalpark-Shuttle
 - Nationalpark-Service-Stationen
- anwendungsbezogene Aufbereitung
 - Lage, Öffnungszeiten, Preise, Angebot
 - Tipps für Tages- und Halbtagesausflüge und -touren mit Etappen- und Zeitangabe
 - zielgruppenspezifische Angaben (Angebote für: Kinder, Senioren, Behinderte, Wanderer, Radfahrer usw.)
 - durchgehende redaktionelle Linie
 - einheitlich gestaltete Präsentation der Partner und Angebote
 - gemeinsame Angebotsteile (z. B. Radfahren, Wandern)

Träger

- Anrainer-TAGs des Nationalparks und weitere Partner im touristischen Aktionsradius

Projektstand

- erste Auflage zum Reisemarkt November 2003 produziert
- Kosten: 30.000,00 € (netto)
- Klärung der nächsten Auflage steht an
- Mitteleinsatz durch Zusammenlegung und Einstellung der Angebotsprospekte der Partner muss diskutiert werden

Ausgangssituation

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Nationalparks entsteht eine zentrale Internet-Präsenz zum Thema Nationalpark. In der Folge des Perspektivenbuchs Tourismus entstand eine regionale Arbeitsgruppe (TAGs / touristische Vertreter der Nationalparkgemeinden, Nationalparkverwaltung, Naturpark, Förderverein, Eifel-Tourismus), um die Nationalparkseite in einen touristischen Zusammenhang mit der Gesamtregion zu bringen.

Inhaltliche Anforderungen

An die Realisierung des Internetauftritts wurden folgende Anforderungen gestellt:

- Darstellung touristischer Angebote des Nationalparks
- regionaler touristischer Teil, Gestaltung von touristischen Partnern gesteuert
- Datenpflege über zentrale touristische Datenbank (TKN)
- Einrichtung einer Schnittstelle zur Eifel Tourismus GmbH
- Links zu den Kommunen im touristischen Aktionsradius über eine interaktive Karte
- Link zu
 - Eifel Tourismus GmbH
 - Naturpark Hohes Venn - Eifel
 - Tourismusverband NRW(vgl. Perspektivenbuch Tourismus, S. 32)

Projektstand

- Projekt in Umsetzung
Die Internetseite des Nationalparks wird zur Eröffnung freigeschaltet. Die Verknüpfung mit den regionalen touristischen Informationen ist weiter zu klären.

Ausgangssituation

Der Nationalpark wirft vor allem in der Startphase viele Fragen bei Touristen, Interessenten und örtlich Betroffenen auf. Im Zentrum stehen unter anderem Fragen der Verordnung und Zugänglichkeit, der geplanten Entwicklungsschritte (z. B. Vogelsang) sowie die touristischen Nutzungsmöglichkeiten und Angebote.

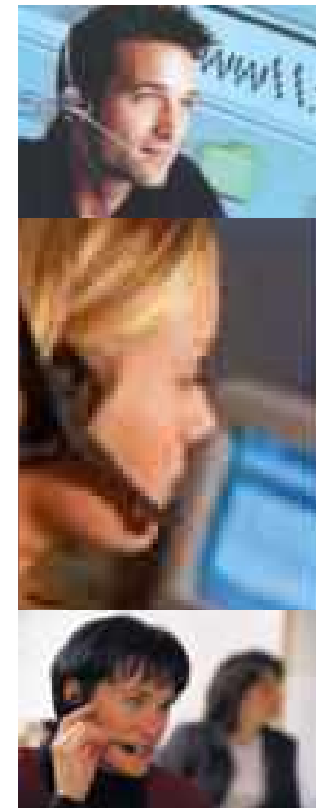
In der Folge des Perspektivenbuchs Tourismus hat sich die regionale Arbeitsgruppe, die auch mit dem Thema Internet und Freizeitführer befasst war (TAGs/touristische Vertreter der Nationalparkgemeinden, Nationalparkverwaltung, Naturpark, Förderverein, Eifel Tourismus GmbH) mit den Einrichtungsmöglichkeiten einer "Nationalpark-Service-Hotline" für telefonische Anfragen beschäftigt und erste Schritte vorbereitet.

Inhaltliche Anforderungen

- Besetzung der Hotline von 8:00-18:00 Uhr
- themenorientierte Durchwahlmöglichkeiten, je nach Anfrage zu
 - Nationalparkverwaltung
 - Nationalpark-Service-Stationen
 - Naturpark

Projektstand

- Projektdurchführung mit beteiligten TAGs und Nationalpark vorbereitet
- Kosten der technischen Abwicklung ca. 35,00 € monatlich/Anschluss
- Konsensfindung unter den Nationalpark-Service-Stationen über den Modus, zu welcher Station weitergeschaltet wird und zur einheitlichen Informationsweitergabe (=Freizeitführer) notwendig



Nationalpark-Service-Stationen

Ausgangssituation

Eine hohe Qualität der Besucherinformation und ihre strategische Platzierung in der Region ist eine unabdingbare Voraussetzung für ein effizientes Besuchermanagement und die touristische Qualität eines Nationalparks.

Über ein Netzwerk an leicht erreichbaren Informationsstellen im unmittelbaren Umfeld des Nationalparks können Besucherströme sowohl innerhalb des Nationalparks als auch in die Region gesteuert werden. Dies ist eine unabdingbare Voraussetzung zur Nutzung der regionalen touristischen Effekte. Naturgemäß bieten sich die Tourist-Informationen an, ein spezielles Ausstattungs- und Serviceprofil im Sinne einer "Nationalpark-Service-Station" zu entwickeln.

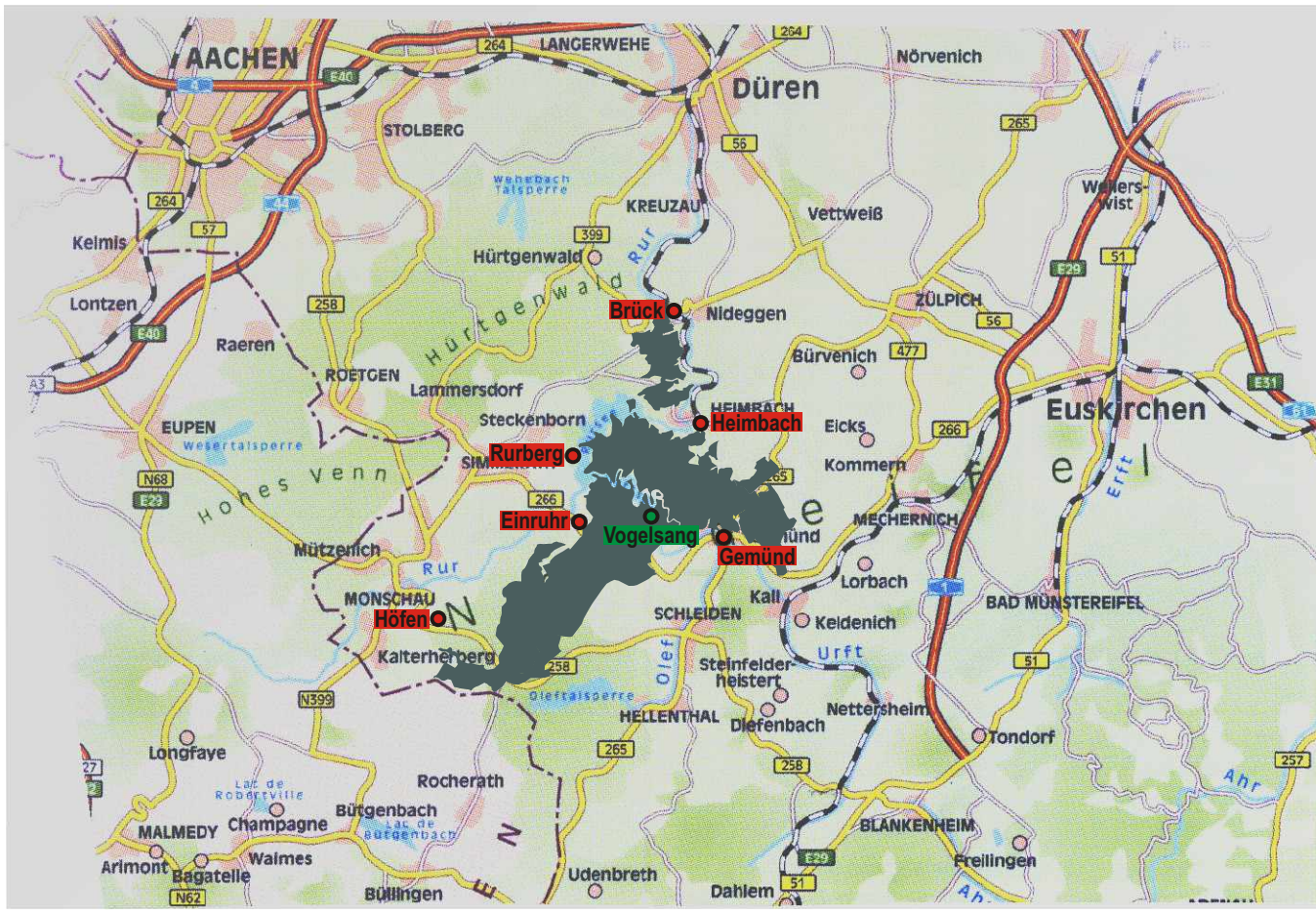
Das neue Profil bietet darüber hinaus die Chance, Tourist-Informationen mit Modellcharakter zu entwickeln, die für die gesamte Eifel imagewirksam sind und als Entwicklungsvorbilder dienen sollen.

Um eine hohe Nachfrage und ein erfolgreiches Funktionieren als Tourist-Information zu erzielen, sollten die Nationalpark-Service-Stationen an touristischen Schwerpunkten angesiedelt und mit der örtlichen Tourist-Information verbunden sein. Darüber hinaus sollten sie an den verkehrlichen Hauptzugangsachsen zum Nationalpark gelegen sein, damit sie den Besucher innerhalb des Nationalparks lenken und rund um den Nationalpark in die Region steuern können.

Da der Besucher erwarten wird, im unmittelbaren Umfeld einer "Nationalpark-Service-Station" den Nationalpark erleben zu können, sollte sie in fußläufiger Entfernung des Nationalparks gelegen sein.

Vor diesem Hintergrund erscheinen 5-6 Stationen, in räumlicher Verteilung rund um den Nationalpark als sinnvoll und hinsichtlich ihrer Nachfrage realistisch.

Potenzielle Standorte



- Nationalpark-Service-Stationen
- Nationalparkzentrum

Ziele

- Besuchermanagement innerhalb des Nationalparks
- Steuerung der Besucherströme in die Region
- Treffpunkt auf dem Weg in den Nationalpark
- Tourist-Information mit Imagewirksamkeit und Vorbildfunktion für die Eifel
- Schwerpunkt auf "Service & Information", Angebot draußen
- Teil eines Informationsnetzwerkes "Nationalpark"

Standortindikatoren

- fußläufig zum Nationalpark gelegen
- Besucherschwerpunkt
- Verkehrsgunst (Hauptverkehrsachse, ÖPNV)
- Gruppentauglichkeit (Raumpotenzial, Busparkplatz)

Informationsnetzwerk

Bis zur Eröffnung eines Nationalparkzentrums auf Burg Vogelsang (frühestens 2008) kommt den Nationalpark-Service-Stationen eine erhöhte Bedeutung im Rahmen des durch den Nationalpark verursachten Informationsbedarfs zu.

Bis zu diesem Zeitpunkt sollten sich die Stationen durch Information, Service und touristische Angebote profilieren, nicht aber durch Ausstellungen, da die ausstellungsbezogene Nachfrage sich langfristig auf das Nationalparkzentrum konzentrieren wird. Wichtig zur Sicherung der Nachfrage wird sein, dass konkrete Erlebnisse im Umfeld der Nationalpark-Service-Stationen angeboten werden, die sich ergänzen und touristisch attraktiv aufbereitet sind.



Informationen zu Themen des Nationalparks sollten dem ersten Einstieg dienen und Faszination für den Nationalpark wecken. Sie sollten sich thematisch ergänzen, spielerisch didaktisch aufbereitet sein und in räumlicher Verbindung zur touristischen Service-Theke stehen (z. B. Projektionswand in der Nähe der Servicetheke, Tafel mit aktuellen Nationalparkinformationen, transparente Großformatbilder, interaktives Spiel, gelegte Spuren, überdimensionale Modelle von Tieren usw.).

Nationalpark-Service-Stationen verstehen sich somit als Teil eines Infonetzwerks "Nationalpark" mit folgenden Elementen:

■ **Typ 1 "Nationalparkzentrum"**

- Zentrale Nationalparkausstellung
- Service, Information, Angebote (Führungen, Aktionen, Veranstaltungen usw.)
- touristische Information (Umfeld, Eifel, Netzwerk Natur-/Kulturerlebniszentren)
- Standort: Burg Vogelsang

■ **Typ 2 Nationalpark-Service-Station**

- Tourist-Information nach ATIS Standard ("Anerkannte Tourist-Informationsstelle")
- nationalparkspezifischer Service & Information
- Erlebnisangebote und Aktivitäten draußen im unmittelbaren Umfeld

■ **Typ 3 "Nationalpark-Infopunkt"** in bestehenden Natur-/Kulturzentren

- Infopunkt als standardisierte Informationseinheit (z. B. Prospektständer, Website) des Nationalparks
- Baustein im Projekt "Netzwerk Natur-/Kulturerlebniszentren)
- Standort z. B.: Nettersheim Naturschutzzentrum, Blankenheim Eifelmuseum, Kommern Freilichtmuseum

■ **Typ 4 "Nationalpark-Infopunkt"** in der Landschaft

- Informationstafeln in der Landschaft
- lokale Orientierung und Aktionsmöglichkeiten (Wege, Besichtigung)
- Regeln
- regionale Einordnung
- optional: (sichtbarer) lokaler Themenfokus
- Standorte: z. B. Mariawald, Urftseestaumauer, Zerkall (s. Perspektivenbuch Tourismus 2003)



Anforderungen

- Entwicklungs- und Betriebskonzept (Projektexposé nach standardisiertem Fragekatalog)
- einheitlicher Auftritt in Qualität, Service und wiedererkennbarem CD
- Funktionsbereiche:
 - "Information" zu den Bereichen: Nationalpark, lokale TAG, Eifel Tourismus GmbH
 - "Verkaufstheke": Literatur, Karten, optionale Erweiterungen (z. B. regionale Produkte)
 - "Aufenthalt": Sitzgelegenheit (drinnen und draußen), Toiletten, Parkplatz, Fahrradabstellanlage, Spielbereich
- Kernöffnungszeiten: 9:00 - 18:00 Uhr
- geschultes Personal (touristisch, Nationalpark, Sprachen)
- Aufgabenprofil
 - Nationalparkerlebnis im Umfeld
 - Vermittlung von Nationalparkangeboten (z. B. Waldführer)
 - touristische Information und Beratung (lokal, regional)
 - Zimmervermittlung
 - Vermittlung von Gästeführern
 - Verkauf
- Selbstverpflichtung zur Kooperation
 - Zusammenarbeit der Nationalpark-Service-Stationen (Angebote, Aktivitäten, Erfahrungsaustausch usw.)
 - Besuchermonitoring (Anfragen, Erwartungen, Zufriedenheit, Frequenz usw.)
 - Qualitätsstandards und -kontrolle

Standorte

Auf Basis der Standortfaktoren, räumlichen Verteilung und unter der Voraussetzung der Erstellung und Umsetzung eines Betriebskonzeptes nach dem oben beschriebenen Profil erscheinen folgenden Standorte als sinnvoll: Gemünd, Rurberg, Einruhr, Heimbach, Höfen, Brück

Träger

Träger sind die beteiligten Kommunen der interessierten Standorte. Nationalparkbezogene Informationen werden vom Nationalpark gestellt.

Projektstand

- Projektprofil und Fragekatalog zur einheitlichen Erstellung von Projektexposés vorbereitet
- Umsetzungskonzepte nach standardisiertem Fragekatalog liegen für Gemünd, Rurberg, Einruhr, Höfen und Heimbach vor
- Ansatz für ein gemeinsames CD liegt vor
- Nationalparkinformation für die Stationen in Erarbeitung

Verknüpfung mit weiteren Projekten

- ▣ Gästeführer
- ▣ Internet/Service-Hotline
- ▣ Nationalpark-Magazin / Freizeitführer
- ▣ Nationalpark-Gastgeber
- ▣ Nationalpark-Shuttle
- ▣ Nationalpark-Dienstleister

→ **Anhang:**
Profil - Nationalpark-Service-Stationen
Fragekatalog zum Projektexposé

Nationalpark-Shuttle

Ausgangssituation

Der Nationalpark ist durch den regionalen ÖPNV aus Richtung der umgebenden Ballungsräume grundsätzlich gut erreichbar. Vor allem die Bahnlinie nach Heimbach stellt mit kurzen Taktzeiten und Fahrradmitnahmemöglichkeiten eine attraktive Verbindung für Touristen dar. Die Möglichkeiten der Buslinien der drei Verkehrsträger rund um den Nationalpark sind für den auswärtigen Gast jedoch zum Teil nicht transparent genug und in ihren Fahrtzeiten noch nicht auf Besuche rund um den Nationalpark abgestimmt und verknüpft. Die Kombination mit den Schifflinien auf Rursee und Obersee bietet weitere attraktive Möglichkeiten zur Erschließung der Region mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

Eine attraktive Erschließung des Nationalparks mit Bus, Bahn und Schiff, die auf die touristischen Bedürfnisse der Gäste eingestellt ist, kann als Service- und Qualitätsmerkmal des Nationalparks entwickelt werden und dient darüber hinaus zur verkehrlichen Entlastung.

Die Erschließung sollte sich auf die touristischen Zentren und Startpunkte für Erlebnismöglichkeiten rund um den Nationalpark konzentrieren und Streckenwanderungen zwischen den Zielen möglich machen.

Ziele

- touristisch attraktiver ÖPNV-Service in Verbindung mit Nationalparkangeboten
- Anbindung:
 - Nationalpark-Service-Stationen und Nationalparkzentrum auf Vogelsang
 - touristische Schwerpunkte im Umfeld des Nationalparks
 - Bahnhöfe Heimbach, Kall
 - Rursee-Schiffahrt
- Rückfahrtsicherheit bei Streckenwanderungen
- einfache Handhabung für den Nutzer



Inhalte

- Einrichtung von verbundenen Nationalparklinien als "Nationalpark-Shuttle" rund um den Nationalpark
- Anpassung der Fahrplänezeiten, Fahrtakte
- Kommunikations- und Marketingmaßnahmen
 - Erstellung eines leicht verständlichen Netzplans mit Fahrzeiten
 - Tourenvorschläge mit ÖPNV-Vorschlag
 - Infoboxen mit Tourentipps (in Bussen, an ausgewählten Haltestellen)
 - Integration in touristische Information (Nationalpark-Website, Freizeitführer, angebundene Zentren und Angebote)
 - Gestaltung der Busse als "Nationalpark-Shuttle" (Name, Logo, Farbe)
 - Gestaltung der Haltestellen des Nationalpark-Shuttles
 - Entwicklung eines "Nationalpark-Tickets" mit touristischen Einrichtungen
- Option: Erweiterung um private Angebote
Busservice als durchgehende Rundlinie (spezieller Bustyp, Panoramafenster, Nationalparkinformationen)
- Die touristische Nachfrage an den Haltestellen muss gewährleistet sein. Die eingebundenen Stationen müssen vor Ort Angebote und touristische Pakete vorbereiten, die in Verbindung mit dem Shuttle realistisch und attraktiv sind und für den Shuttle aktiv werben.

Projektstand

- Das vorliegende Projektprofil beruht auf einer Ausarbeitung der betroffenen Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbünde und den touristischen TAGs des Nationalparks, die zum Thema "Nationalparkshuttle" eine kontinuierliche Arbeitsgruppe eingerichtet haben. Vor dem Hintergrund der oben angeführten Zielsetzungen und Inhalte wurden 4 Linien des Nationalpark-Shuttles mit angepassten Fahrzeiten sowie ergänzende Linien ausgearbeitet und die anfallenden Kosten berechnet.



- Linie 1: (wird ab 2004 angeboten)
 - Heimbach - Schwammenauel - Urftsee - Kloster Mariawald - Gemünd - Kall
Anbindung an Rurseeschiffahrt - Anbindung an Linie 3
- Linie 3:(wird ab 2004 angeboten)
 - Simmerath - Einruhr - Gemünd
- Linie 2 (zweite Umsetzungsstufe)
 - Nideggen - Brück - Schmidt
Diese Linie muss ggf. noch einmal überdacht werden, da sie kein Teil einer Ringverbindung ist und der Anschluss der Nationalpark-Service-Station Brück an die Rurtalbahn ausreichend ist.
- Linie 4 (zweite Umsetzungsstufe)
 - Monschau - Höfen - Dreiborn - Vogelsang - Gemünd - Einruhr
- Es besteht Abstimmungsbedarf mit den Kommunen im Umfeld des Nationalparks (z. B. Einbindung von Hellenthal).
- Die Partner prüfen z. Zt., welche Haltestellen als "Nationalparkhaltestellen" ausgestattet werden können und welche neu eingerichtet werden müssen.
- Bereitschaft der Fa. Taeter, einen Bus als "Nationalparkbus" zu gestalten
- Kosten:
 - zusätzliche Betriebskosten der Verkehrsträger für alle vier Linien: 85.000,00 €
 - Kosten für Marketing, Kommunikation, Infrastruktur (z. B. Ausstattung an Bushaltestellen) müssen kalkuliert werden

Verknüpfung mit weiteren Projekten

- ▣ Nationalpark-Service-Stationen
- ▣ Gästeführer
- ▣ Wandern
- ▣ Landschaftsmarken
- ▣ Nationalpark-Magazin / Freizeitführer
- ▣ Internet / Service-Hotline

→ **Anhang:**
Profil - Nationalpark-Shuttle

Straßenbeschilderung

Ausgangssituation

Die Steuerung der Besucherströme gehört zu den wichtigsten Aufgaben im Zusammenhang mit dem Nationalparktourismus. Da der Großteil der Besucher mit dem PKW anreist, spielt die Straßenbeschilderung eine wichtige Rolle.

Die Autobahnen und Bundesstraßen aus Richtung der umgebenden Ballungszentren stehen dabei im Zentrum des Informationsbedarfs. Hierbei gilt es, den Besucher, der Einstiegspunkte für Aktivitäten im Nationalpark sucht, auf zentrale Anlaufstellen (Nationalpark-Service-Stationen) zu lenken.

Ziele

- Lenkung der Besucherströme über die Nationalpark-Service-Stationen
- leichte touristische Orientierung als Service-Qualität
- Präsenz des Nationalparks in der Region

Inhalte

- Beschilderungsmaßnahmen gemäß der empfohlenen Richtlinien für touristische Beschilderung der Straßenverkehrsordnung
- Schildertyp 1: Autobahnhinweis "Nationalpark Eifel" an den Abfahrten zum Nationalpark
- Schildertyp 2: ab Autobahn-Abfahrt und an Hauptverkehrsachsen zum Nationalpark Leitung zu den Orten mit Nationalpark-Service-Station als Zusatzhinweis zur vorhandenen Ortswegweisung (z.B. Ortsname plus Nationalparklogo)

- Schildertyp 3: Willkommensschilder "Nationalpark Eifel" und ggf. weitere Maßnahmen im Straßenbelag (Schwelle, Markierung) an den Nationalparkgrenzen
- Schildertyp 4: innerhalb der betroffenen Ortschaften touristische Wegweisung (braune Beschilderung mit touristischem *i* + "Nationalpark-Service-Station") zu den Nationalpark-Service-Stationen

Projektstand

- Willkommensschilder des Nationalparks in Vorbereitung
- Projektprofil muss vorbereitet und regional diskutiert werden

Verknüpfung mit weiteren Projekten

- ▣ Nationalpark-Service-Stationen