

# ENTWURF

## SWOT-Analyse Handlungsfeld 1 „Erholung, nachhaltiger Tourismus, Naturerleben und Barrierefreiheit“

**Inhalt:** Kurze Analyse der Ist-Situation, Darstellung der internen Einflussfaktoren in Form von Stärken und Schwächen des Naturparks Südeifel sowie der externen Einflussfaktoren, wie Chancen und Risiken für den Naturpark Südeifel (SWOT-Analyse) nach Auswertung der Arbeitskreis-Ergebnisse vom 07.11.2016

### IST-Analyse:

Das Handlungsfeld 1 bildet eines der Handlungsfelder in denen der Naturpark Südeifel in seiner bisherigen Arbeit die größten finanziellen und personellen Ressourcen eingebracht hat. Dies bezeugt die große Bedeutung dieses Handlungsfeldes für den Träger und die Region Naturpark Südeifel. Hier steht insbesondere die Ausstattung des Naturparks mit Wanderwegen höchster Qualität im Vordergrund. Im Bereich des Tourismus fungiert der Naturpark Südeifel derzeit als Projektmanager und Akquisiteur von Fördermitteln, sowie Entwickler und Umsetzer von touristischen Angeboten im Naturtourismus. Zudem hat der Naturpark auch eigene Gästeführer ausgebildet und verfügt über ein professionell und autark geführtes Naturparkzentrum mit hohen Besucherzahlen. Eine Erweiterung des Angebots im Bereich des Naturtourismus und der Barrierefreiheit befindet sich gerade im Aufbau. Der Naturpark Südeifel kooperiert bei der Entwicklung und Umsetzung der touristischen Projekte intensiv mit den Tourismusorganisationen im Naturpark Südeifel und fungiert als Dienstleister für Tourismusorganisationen außerhalb des Naturparks in den Verbandsgemeinden Prüm und Speicher. Trotz aller Bemühungen und der Entwicklung qualitativ hochwertiger Angebote ist es bisher nicht gelungen den Naturpark Südeifel über die Projektlaufzeiten hinaus in das touristische Marketing zu integrieren.

***Ergänzungs- und Änderungsvorschläge des Arbeitskreises am 28.11.2016 sind **rot** dargestellt.***

**ENTWURF**

| Themenbereich Wandern (Angebot)  |  |
|--|--|
| Stärken  | Schwächen  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>NaturWanderPark DeLux</b> als grenzüberschreitendes Angebot von Premiumwanderwegen</li> <li>▪ Neu ausgewiesene <b>lokale Wanderwege</b> im gesamten Naturparkgebiet</li> <li>▪ <b>Naturpark-Wandertag</b> mit guter Organisation</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>NaturWanderPark DeLux</b> ist zu wenig bekannt, Identifikation in der Region sowie „<b>Marke</b>“ ist zu wenig ausgeprägt</li> <li>▪ <b>Keine aktuelle Wanderkarte</b> des Naturparks (<i>Neuaufgabe der drei Karten 1:25000 in Bearbeitung durch den Eifelverein</i>)</li> <li>▪ <b>kurze Premiumwanderwege</b> fehlen</li> <li>▪ <b>Dichte der Premiumwanderwege</b> zu gering</li> <li>▪ Auffindbarkeit der lokalen Routen im <b>Internet</b> schwierig</li> <li>▪ Mangelnder Rückbau der alten <b>Routenmarkierungen</b></li> <li>▪ Zu wenig <b>Informationstafeln</b> an Wanderwegen (zu Routenverlauf und Routen in der Umgebung)<br/><i>Derzeit werden Infotafeln in den Ortsgemeinden und auf Wanderparkplätzen installiert</i></li> <li>▪ Fehlende <b>Profilierung</b> der einzelnen Wege (&gt;Storytelling, Alleinstellungsmerkmal)</li> <li>▪ <b>Kommerzielle Nutzung der Wanderwege ermöglichen (Naturparkranger)</b></li> </ul> |
| Chancen  | Risiken  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>NaturWanderPark DeLux</b> bietet Basis für Einbindung / Umsetzung von „Storytelling“</li> <li>▪ <b>SocialMedia</b> als Werbemöglichkeit auch im Thema Wandern</li> <li>▪ Mit (mehr) <b>geführten Wanderungen</b> auf das Wanderangebot der Region aufmerksam machen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gefahr dass bei Neugestaltung von Wander-Infrastruktur der hohe (finanzielle) Aufwand zur <b>nachhaltigen Qualitätssicherung</b> nicht beachtet wird.</li> <li>▪ Einfluss von <b>Änderung der Landnutzung</b> auf die Qualität der Wanderwege ist nicht immer vorhersehbar (&gt; Energiemais, Windkraft, Ausbau von Wirtschaftswegen, Entfernen von Hecken)</li> </ul>  |

**ENTWURF**

| <b>Themenbereich Wandern (Wegemanagement)</b>  |  |
|--|--|
| <b>Stärken</b>   | <b>Schwächen</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestehendes <b>Wegemanagement</b> für Premiumrouten mit zentralem Wegemanager (Geschäftsstelle Naturpark) und <b>Wegepaten</b></li> <li>▪ Wegemanagement für lokale Naturpark-Routen im Aufbau</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Kommunikation von Wegemanagement und Touristinformationen / Gästeservices</b> nicht ausreichend (z.B. Zwischeninfos bei Beeinträchtigungen der Begehbarkeit), Kommunikationswege nicht eindeutig</li> <li>▪ <b>Gemeinden</b> sind nicht ausreichend in das Wegemanagement eingebunden</li> <li>▪ Keine <b>Zuständigkeiten</b> bei der <b>Schadensbehebung</b>, vor Ort, dadurch lange Reaktionszeit bei Schadensmeldungen</li> <li>▪ Streckenweise Mängel in <b>Wegemarkierung / Beschilderung</b> (verwitterte Markierung)</li> <li>▪ Die <b>Abläufe des Wegemanagements und das Wegekataster sind</b> nicht ausreichend digitalisiert</li> </ul> |
| <b>Chancen</b>   | <b>Risiken</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestehende Strukturen des Wegemanagements können ausgeweitet werden</li> <li>▪ <b>Zusammenarbeit mit dem Eifelverein</b></li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hoher (finanzieller) Aufwand zur <b>nachhaltigen Qualitätssicherung</b></li> <li>▪</li> </ul>   |

e

| <b>Themenbereich Radfahren</b>  |  |
|---|--|
| <b>Stärken</b>  | <b>Schwächen</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Ausgewiesene Radwege</b> im Naturpark vorhanden</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zu wenig ausgewiesene <b>regionale Rad-Rundtouren und Verbindungswege</b></li> <li>▪ Keine offiziellen <b>MTB-Trails</b></li> </ul>   |
| <b>Chancen</b>  | <b>Risiken</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Neben ausgewiesenen Radwegen ist ein dichtes Netz an „mit dem Rad <b>befahrbar</b>en“ <b>Wegen</b> vorhanden</li> <li>▪ <i>Durch zunehmende Verbreitung von <b>E-Bikes</b> können auch Radrouten mit anspruchsvoller Topografie befahren werden</i></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bei <b>Ausbau von Radwegen</b> potentielle Konflikte mit anderen Nutzern im Blick halten</li> <li>▪ Konkurrenz von <b>Mountainbikern und Wanderern</b> auf den Premiumwanderwegen (Gefährdung des Zertifikats, Verkehrssicherheit)</li> </ul> |

**ENTWURF**

| Öffentlichkeitsarbeit  |  |
|--|--|
| Stärken  | Schwächen  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Naturparkzentrum Teufelsschlucht</b></li> <li>▪ <b>Naturpark-Ranger</b></li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unzureichende Internetdarstellung / <b>Internetkommunikation</b></li> </ul> <p><i>Naturpark Südeifel arbeitet gerade an einer neuen Internetseite</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Naturpark ist zu wenig bekannt</b> (in Region und außerhalb)</li> <li>▪ Naturpark ist in den <b>Sozialen Netzwerken</b> nicht vertreten</li> <li>▪ Kein einheitliches <b>Leitsystem</b> für Gäste im Naturpark (Wanderparkplätze, Sehenswürdigkeiten)</li> <li>▪ Es fehlt an „<b>NaturparkBotschaftern</b>“ aus der Region.</li> <li>▪ Es fehlt an einem eigenen <b>Profil des Naturparks</b></li> <li>▪ Naturpark ist im Naturparkzentrum Teufelsschlucht <b>zu wenig präsent</b></li> <li>▪ Fehlende <b>Vernetzung der Umweltbildung</b> im Naturpark Südeifel (Naturparkzentrum Teufelsschlucht, Waldjugendheim Dasburg , Ranger, Naturparkschule etc.)</li> </ul> |
| Chancen  | Risiken  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durch gezielte Angebote wie <b>geführte Wanderungen</b> oder bei <b>thematischen Veranstaltungen</b> können die „Naturpark-Themen“ kommuniziert werden und ein stärkeres Bewusstsein für den Naturpark geschaffen werden.</li> <li>▪ <b>Vorhandene Medien</b> (z.B. Kreisnachrichten, Mitteilungsblätter) können genutzt werden</li> <li>▪ <b>Teufelsschlucht</b> ist markante Anlaufstelle für Naturpark-Besucher</li> <li>▪ Werbemöglichkeiten im <b>Internet / soziale Netzwerke</b> (überwiegend kostenpflichtig)</li> <li>▪ Initiative des Verbandes Deutscher Naturparke <b>Naturparkschule</b> ein bundesweites Projekt um die Bevölkerung im Naturpark zu erreichen</li> <li>▪ Angebot des Naturparkzentrum Teufelsschlucht ist eine gute Ausgangsbasis zur Erweiterung der <b>Angebote</b> im Bereich</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bezogen auf <b>touristisches Marketing</b>: Bei unklarer Lage der <b>Zuständigkeiten</b> innerhalb der verschiedenen touristischen Ebenen besteht Gefahr dass Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit nicht abgestimmt und damit nicht ausreichend zielführend sind.</li> </ul>   |

# ENTWURF

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Umweltbildung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Naturpark-Ranger</b> können als Multiplikatoren genutzt werden</li> <li>▪</li> </ul> |  |
|--|--|

| <b>Nachhaltiger Tourismus</b>   |   |
|---|---|
| <b>Stärken</b>  | <b>Schwächen</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestehende „<b>Lauschtouren</b>“ (thematische Audio-Touren, <b>auch für Kinder und Jugendliche</b>)</li> <li>▪ <b>Nachhaltiger</b> und umweltverträglicher <b>Tourismus</b></li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fehlender Leitfaden / <b>Leitlinien für nachhaltigen Tourismus</b> im Naturpark Südeifel</li> <li>▪ Zusammenspiel von <b>Naturschutz und Naturpark</b> muss stärker beworben werden (Schwächen hier asphaltierte Wege, Windkraftanlagen, wilde Abfälle)</li> <li>▪ Fehlende Zertifizierung von Gastgeberbetrieben, z.B. als <b>Naturpark-Gastgeber</b></li> <li>▪ Kooperation zwischen <b>Tourismus und Naturpark</b> erfolgt nur auf Projektebene (vgl. HF4)</li> <li>▪ Die Nachhaltigkeit des Tourismus im Naturpark Südeifel wird <b>nicht</b> an den Gast <b>kommuniziert</b></li> </ul> |
| <b>Chancen</b>  | <b>Risiken</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Landschaftspflege</b> kann als touristisches Mitmach-Angebot etabliert werden</li> <li>▪ <b>Kooperationsmöglichkeiten</b> von Naturpark und Gastgebern</li> <li>▪ <b>Thematische „Tourismus-Pakete“</b> anbieten (z.B. für Orchideenfremde)</li> <li>▪ Zusammenspiel von <b>Naturschutz und Naturpark</b> herausstellen</li> <li>▪ Erfolg des Modellprojekts „<b>Lauschtouren</b>“ nutzen zum weiteren Ausbau, Möglichkeit zur Sensibilisierung und thematischen Fokussierung</li> <li>▪ Vernetzung mit Themenbereich <b>Umweltbildung</b>, z.B. Lernort Bauernhof</li> <li>▪ großes Potential zur gezielten Inszenierung der Landschaft (z.B. <b>Aussichten</b> im Naturpark)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Gastgeber</b> wollen nicht mehr Zertifikate</li> <li>▪ <b>Orchideenangebote</b> können mit den Zielen des Artenschutzes kollidieren und müssen sensibel abgestimmt werden (vgl. HF 2)</li> <li>▪ Beeinträchtigung des <b>Landschaftsbildes</b> und des Landschaftserlebens durch Energiepflanzenanbau und Windräder</li> <li>▪ Energiewende und Erhalt der Kulturlandschaften stehen im Konflikt (s. HF2: insbesondere Windkraft im Wald wird in der Öffentlichkeit kritisch betrachtet)</li> </ul>   |

**ENTWURF**

| <b>Barrierefreie Angebote</b>  |   |
|--|---|
| <b>Stärken</b>   | <b>Schwächen</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Barrierefreie Komfortwanderwege</b> am Stausee Bitburg und Stausee Irrhausen</li> <li>▪ Südeifel ist Modellregion im Wettbewerb „<b>Tourismus für Alle</b>“</li> <li>▪ ab 01.01.2017 personelle Ausstattung für „<b>Kümmerer</b>“</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (noch) zu wenig <b>Angebote</b></li> <li>▪ <b>Kommunikation</b> der Angebote noch unzureichend</li> </ul>                  |
| <b>Chancen</b>   | <b>Risiken</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklung von Angeboten mit Hilfe von <b>Betroffenen aus der Region</b></li> <li>▪</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Möglichkeit der <b>Umsetzung</b> nicht überall gegeben (räumliche Ausstattung, finanzieller Aufwand)</li> <li>▪</li> </ul> |

| <b>Touristische Angebote: E-Bike, Natursportarten, Erlebnispfade</b>  |  |
|---|--|
| <b>Stärken</b>  | <b>Schwächen</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potentielle <b>Wege-Infrastruktur</b> vorhanden</li> <li>▪</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine einheitliche und ausreichende Ausstattung mit <b>E-Bike-Ladestationen</b></li> <li>▪</li> </ul>     |
| <b>Chancen</b>  | <b>Risiken</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angebote zur (kostenneutralen) Einrichtung von <b>E-Bike-Ladestationen</b> bestehen (RWE)</li> <li>▪ Naturräumliche Ausstattung für die Gestaltung von <b>Kletter-Angeboten</b></li> <li>▪ Die Nachfrage nach <b>Trekkingcamps</b> ist vorhanden.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Interessenskonflikte</b> innerhalb der Natursportarten (MTB-Trails &lt;&gt; Premiumwandern)</li> </ul> |

# ENTWURF

## Erste Projektideen

---

### Öffentlichkeitsarbeit

- Entwicklung einer **NaturparkApp** mit Informationen zu Naturpark, Veranstaltungen rund um Naturpark-Themen, Vernetzung von Anbietern
- Herausgabe eines **Jahreszeitenkalenders** für den Naturpark
- Maßnahmen zur Sensibilisierung „**Leben und Urlaub im Naturpark**“(Umweltbewusstsein allgemein, Umgang mit Müll z.B. an Wanderwegen)
- Entwicklung einer „Vision“ zur **nachhaltigen Entwicklung** des **Standorts Teufelsschlucht** und zur Einrichtung von „**Naturpark-Info Satelliten**“ (meint: kleinere „Außenstellen“ der Teufelsschlucht im Naturpark-Gebiet)

### Nachhaltiger Tourismus

- Einrichtung von **Trekkingcamps/Naturcamping** als grenzüberschreitendes Projekt (Nutzung von Erfahrungen aus vergleichbaren Projekten: Pfälzer Wald, Soonwald)
- Einrichten einer **Naturpark-Akademie**
- **Schulwandern, Naturparkschule** auch als Tagesprojekte (1-2 Tage, kompakte Angebote auch für Gäste)
- **Erlebnispunkte** in der Natur mit Gastronomie / Gastronomie unterwegs

### Touristische Angebote: E-Bike, Natursportarten, Erlebnispfade

- Bei Erlebnispfaden auch das **Thema Fitness (Gesundheit)** einbinden.
- **Achtsamkeitswege/-plätze** (Plätze für Meditation/Erholung in der Stille) einrichten sonstige
- Einrichtung von **Wohnmobilstellplätzen**

### Handlungsfeldübergreifend:

Öffentlichkeitsarbeit/ Kommunikationsstrategie:

Entwicklung einer **Kommunikationsstrategie** zur Bildung eines Profils für den Naturpark Südeifel um den Bekanntheitsgrad des Naturparks und der Angebote in der Naturparkregion zu steigern. (z.B. Landschaft des Naturparks Südeifel emotional kommunizieren)(HF1,2,3 und 4)