

Tourismusstrategie 2017

der Stadt Olfen

Stadt Olfen

Der Bürgermeister

Fachbereich 1

- Allgemeine Verwaltung, Bildung, Freizeit und Generationen

Lisa Lorenz

Kirchstraße 5

59399 Olfen



Stand: 06/2017

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

ob durch verschiedene Erlebnismöglichkeiten rund um die Steveraeue, ein ausgereiftes Angebot zum Thema Radfahren, einem einzigartigem Naturbad oder einer besucherfreundlichen Innenstadt: Beliebtheit bei Touristen ist in den letzten Jahren immer mehr gewachsen.

Auf Basis entsprechender Tourismuskonzepte konnte das touristische Potenzial Olfens kontinuierlich ausgeschöpft werden. Die Entwicklung des Olfener Tourismus soll weiterhin gefördert werden. Durch gezielte Strategien, Spezialisierung, neue Leistungen und der qualitativen Verbesserung von Angeboten sollen die touristischen Potenziale Olfens weiter ausgeschöpft werden.

Die Tourismusstrategie 2017 ff. der Stadt Olfen bestimmt die touristische Zielrichtung für die nächsten Jahre. Diese Strategie dient als Leitfaden für die Planung, Organisation und Durchführung touristischer Maßnahmen der Stadt Olfen. Die vorgeschlagenen Maßnahmen, die im Rahmen dieses Konzeptes genannt werden, müssen durch ständiges Überprüfen vor dem Hintergrund möglicher geänderter Rahmenbedingungen immer wieder neu durch die an der Entwicklung des Tourismus Beteiligten definiert und beschlossen werden.

Ich danke allen Beteiligten, die an der Erarbeitung dieses Konzeptes mitgewirkt haben.



Wilhelm Sendermann
Bürgermeister

Inhaltsverzeichnis

1	Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus	4
1.1	Kurze Aufenthaltsdauer; kürzere Reisen.....	4
1.2	CSR (Corporate Social Responsibility) & Nachhaltigkeit.....	5
1.3	Barrierefreiheit.....	5
1.4	Fahrradtourismus	6
1.5	Wassertourismus.....	7
1.6	Naturtourismus	8
1.7	Campingtourismus.....	9
1.8	Geschäftstourismus.....	9
2	Planerische Grundlagen	10
3	Analyse des touristischen Status Quo in Olfen	13
3.1	Verkehrsanbindung und Mobilität.....	13
3.2	Beherbergungsbetriebe	13
3.3	Attraktionen / POIs (Points Of Interests)	14
3.4	Veranstaltungen.....	15
3.5	Kommunikation / Medienanalyse	16
3.6	Servicequalität	18
3.7	Kernthemen in Olfen.....	19
3.7.1	Radfahren.....	19
3.7.2	Wandern.....	19
3.7.3	Wasser und Natur erleben.....	20
3.7.4	Kultur	20
3.7.5	Wellness.....	20
3.7.6	Shopping.....	21
4	Organisations- und Marketingstrukturen	21
4.1	Lokale touristische Akteure	21
4.2	Überregionale touristische Akteure.....	21
5	Marketingstrategie.....	23
5.1	Profilierung und Positionierung.....	23
5.2	Zielgruppen.....	23
5.3	Visionen und Ziele	24
6	Handlungs- und Maßnahmenprogramm.....	25
6.1	Abgeschlossene Maßnahmen (Tourismuskonzept seit 2005)	25
6.2	Weitere Maßnahmen	27
6.2.1	kurzfristige Maßnahmen (bis Ende 2017)	27
6.2.3	langfristige Maßnahmen (ab 2020)	31
6.2.4	dauerhaft begleitende Maßnahmen	33

1 Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus

1.1 Kurze Aufenthaltsdauer; kürzere Reisen

In einer Studie des Deutschen Tourismusverbandes e. V. (DTV) wurden 436,2 Mio. Übernachtungen in deutschen Beherbergungsbetrieben ab zehn Betten bzw. Stellplätzen ermittelt. Beherbergungszahlen aus kleineren Betrieben, Pensionen oder Ferienwohnungen werden noch dazu gerechnet.¹

Ein Anstieg der Reiseregelmäßigkeit der Deutschen ist deutlich zu erkennen: Gerade mal ein Viertel der deutschen Bevölkerung reiste um 1972 regelmäßig. 1982 waren es ein Drittel und in 2010 über die Hälfte der Deutschen ab 14 Jahren. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) spricht von regelmäßigem Reisen, wenn jährlich mindestens eine Reise in den letzten drei Jahren unternommen wurde.

Ein Kernelement des inländischen Tourismus in Deutschland sind die Tages- und Kurzreisen. Diese werden oftmals als Ergänzung zum Hauptjahresurlaub gesehen. Eine Statistik des BMWi zeigt, dass der Trend zum Tages- und Kurzurlaub seit 1990 stetig steigt. Allein im Jahr 2010 haben rund 35 Mio. Deutsche zwischen 14 und 70 Jahren einen solchen Kurzurlaub unternommen.²

Mit 2.884,8 Mio. Tagesreisen, die innerhalb eines Jahres in Deutschland stattgefunden haben, sorgt dieses touristische Segment für eine ganzjährige Auslastung der verschiedenen touristischen Destinationen, wie zum Beispiel Gastronomiebetriebe, Freizeitorganisationen oder Einkaufsmöglichkeiten. Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg stehen in der Top Ten der beliebtesten Bundesländer ganz vorne. Mehr als zwei Drittel der Tagesreisen werden im gleichen Bundesland unternommen. Die Einwohner Nordrhein-Westfalens verlassen ihr Bundesland am seltensten.³ Auch speziell das Münsterland gewinnt als Region in den letzten Jahren kontinuierlich an Zuwachs an Besucher- und Übernachtungsgästen.⁴

¹ DTV - Studie 2015

² BMWi: Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland

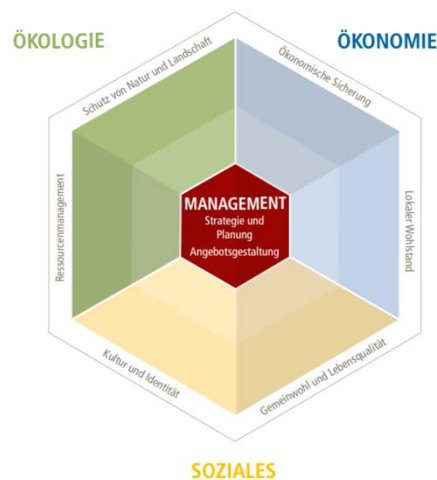
³ BMWi: Tagesreisen der Deutschen

⁴ NRW-Tourismus – Statistik 2016

1.2 CSR (Corporate Social Responsibility) & Nachhaltigkeit

„Corporate Social Responsibility⁵ bezeichnet das Bewusstsein und den Einsatz eines Unternehmens für die Umwelt, Nachhaltigkeit sowie soziale Belange.“ Das Thema Nachhaltigkeit ist in vielen Bereichen zunehmend wichtiger geworden. Auch in der Tourismusbranche geht der Trend in diese Richtung. „Sanfter“ oder auch „intelligenter“ Tourismus sind hierbei die Schlüsselbegriffe. Einwohner, Besucher und die Öffentlichkeit erwarten von den touristischen Akteuren ein hohes Maß an Bewusstsein und Verantwortung im Umgang mit Ressourcen und Umwelt.

Nachhaltiger Tourismus erfüllt nicht nur die Ansprüche der Touristen und der lokalen Bevölkerung, sondern trägt ebenfalls dazu bei, zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten zu sichern und zu verbessern. Diese Art von Tourismus ist als Prozess zu verstehen, der eine Optimierung der Ausgangssituation vor Ort anstrebt. Zusätzlich stellt er einen Zusammenhang zur Gästezufriedenheit her und strebt ein höheres Qualitätsbewusstsein bei den Gästen an. Handlungsfelder des nachhaltigen Tourismus sind:⁶



1.3 Barrierefreiheit

In Deutschland gibt es etwa 9,6 Mio. Menschen mit Behinderung, das entspricht rund 10 % der Bürgerinnen und Bürger. Davon leben 7,1 Mio. mit einer schweren, 2,5 Mio. mit einer leichten Behinderung. 58 % der schwerbehinderten Menschen sitzen im Rollstuhl. Rund die Hälfte der schwerbehinderten Menschen unternimmt Reisen. 50 %

⁵ GfK Travelscope 2010

⁶ Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

würden gerne häufiger reisen, 37 % reisen weniger, weil barrierefreie Angebote fehlen.⁷

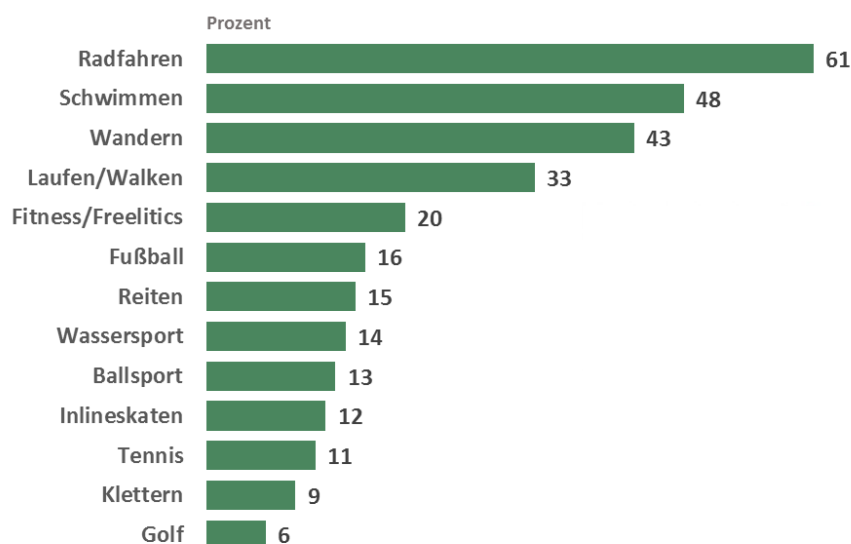
Von barrierefreien Angeboten profitieren ebenfalls Personen mit Kinderwagen, kleine Kinder und ältere Menschen.

Es wird zwangsläufig weiterhin touristische Angebote geben, die nicht barrierefrei sein können, gerade im Erlebnis-, Abenteuer- oder Sporttourismus. Dennoch setzt sich die Bundesregierung für barrierefreie Angebote in allen Bereichen des Tourismus ein und hat sich als Ziel gesetzt, Barrierefreiheit zukünftig zu einem Markenzeichen im Deutschlandtourismus zu machen.

Anregungen und Leitfäden zum barrierefreien Tourismus bieten die NRW-Stiftung, NRW-Tourismus und die Webportale www.barrierefreie-reiseziele.de; www.natko.de; www.reisen-fuer-alle.de.

1.4 Fahrradtourismus

Die beliebtesten Outdoor-Sportarten der Deutschen



©www.marktmeinungsmensch.de

Daten: Online-Umfrage von Research Now im Auftrag von Rosebike
Bevölkerung von 16-65 Jahren; n=1181; Jan. 2016



⁷ BMWi / BMFSJ – Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend / NRW-Stiftung

Eine der beliebtesten Aktivitäten der Deutschland-Touristen ist das Fahrradfahren. Sowohl die wachsende Zielgruppe der so genannten Silver Ager (50 Jahre und älter) als auch die jüngeren Generationen bringen den Fahrradtourismus an die Spitze der favorisierten Tätigkeiten. Nicht nur das klassische Radtouren-Fahren, sondern auch Nischenmärkte, wie z. B. Downhill-Fahren oder BMX-Fahren sind dem Fahrradtourismus zuzuordnen.

Die Ansprüche und Anforderungen der Zielgruppen sind unterschiedlich und individuell. Während die Tourenradfahrer gerade und asphaltierte Strecken bevorzugen, erfreuen sich Mountainbiker über ein wildes und abwechslungsreiches Gelände. Ziel der Angebotspalette sollte es sein, dem Kunden die Möglichkeit zu bieten, sein individuelles Radfahrerprofil in der Region verwirklichen zu können.

E-Bikes gewinnen zwar stetig an Beliebtheit und erfreuen sich hoher Zuwachsraten, sind aber kein eigenständiges Marktsegment, sodass sie sich in die bereits bestehende Angebotspalette integrieren.

Hohe Ansprüche der Radtouristen

Da vor allem Radfahrer spezifische und individuelle Ansprüche an die Radwege haben, gilt es, verschiedene Kriterien einzuhalten, um als qualitativ hochwertiger Radweg anerkannt zu werden. Hierbei spielen die hohen Ansprüche an Infrastruktur (Radwege), Attraktion (Landschaft, Orte), Service und Produkte die zentrale Rolle. Das Münsterland hat sich im Fahrradtourismus zu einer der Best-Practice-Regionen entwickelt und stellt die Angebotspalette für Radfahrer in den Fokus. Neben der Infrastruktur sind Veranstaltungen, Events und Servicequalität von besonderer Bedeutung.⁸

Anregungen und Leitfäden zum Fahrradtourismus bieten folgende Webportale: www.adfc.de, www.rad-reise-service.de und www.dwif.de

1.5 Wassertourismus

Ob aus landschaftlicher oder sportlicher Sicht: Wasser spielt bei touristischen Nachfragen eine bedeutende Rolle. Strand- und Badeurlaube gehören nach wie vor zu den beliebtesten Ausflugs-kategorien. Die Nachfrage nach wassersportlichen Aktivitäten ist dabei ebenfalls sehr hoch. Fahrgastschiff-fahren, Rudern und Kanufahren sowie der Angelsport sind oft im Urlaubsprogramm der Deutschen wiederzufinden.

⁸ ADFC Radreiseanalyse | Tourismus NRW e. V. | dwif-Consulting GmbH | Zukunftsinstitut GmbH 2014

Für das Kanufahren lassen sich folgende Trends ausmachen:

- die Qualität der Kanustrecken steht an oberster Stelle
- Interesse an geführten Touren
- angepasste Erlebnis- und Komplettpakete sind im Trend
- Einwegfahren und Kombinationsangebote mit dem Fahrrad sind gefragt
- steigendes Komfortbedürfnis⁹

1.6 Naturtourismus

Die deutschen Nationalen Naturlandschaften wie Nationalparke, Biosphärenreservate oder auch Naturparke sind Lebensräume, in denen sich Mensch und Natur unter ganz besonderen Umständen begegnen. Sie dienen in erster Linie dem Erhalt der Biodiversität, sind jedoch aufgrund ihrer interessanten Naturlandschaften und landschaftlichen Schönheit auch für den Naturtourismus besonders attraktiv.

Zielsetzungen und Auswirkungen des Naturtourismus stehen teilweise in Konflikt zueinander. Einerseits will der Naturtourismus auf die Schönheiten der Natur aufmerksam und diese auch Besucherinnen und Besuchern zugänglich machen. Andererseits kann sich der Naturtourismus auch zu einem Mitverursacher von Belastungen für Natur und Umwelt entwickeln.

Um Natur und Tourismus in Einklang zu bringen, ist ein effizientes Management auf der Grundlage von Schutz- und Nutzungskonzepten erforderlich. Davon profitieren die Reisenden, die Natur und auch die Bevölkerung vor Ort. Eine nachhaltige, also ökonomisch, ökologisch und sozial tragfähige Tourismusentwicklung ermöglicht den Schutz sensibler Gebiete und stärkt zugleich auch regionale Wirtschaftskreisläufe.

Welche Bedeutung dem Naturtourismus in Deutschland zukommt, belegen verschiedene Umfragen und Studien. So zeigt der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2014/2015 der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.), dass "Natur und Landschaft" sowohl für deutsche als auch für ausländische Gäste ein wesentliches Entscheidungskriterium für die Wahl der Urlaubsregion sind.¹⁰

⁹ BMWi

¹⁰ Leitfaden „Faszination Natur erlebbar machen“ von Naturparke Deutschland | Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

1.7 Campingtourismus

Der Campingtourismus lässt sich in drei Campingarten unterscheiden: Touristik-Camping, Reisemobilisten und Dauer-Camping. Während bei den ersten beiden Kategorien ein Trend nach oben zu erkennen ist, verliert das Dauer-Camping immer weiter an Bedeutung.

Die Betreiber der Campingplätze sollten sich optimaler Weise mit den vorhandenen lokalen und regionalen Begebenheiten vernetzen und passende Angebote schaffen. Eine Kooperation mit lokalen Akteuren und Partnern ist dabei hilfreich. Als sinnvoll wird außerdem eine zielgruppengerechte Ausrichtung des Campingplatzes angesehen, z. B. Sport-Camping oder Wellness-Camping.

„Glamping“ als Trend im Campingtourismus

Aus dem niederländischen Sprachraum kommend, setzt sich der Begriff des Glampings aus den Worten „Glamorous“ und „Camping“ zusammen. Dies steht für einen aktuellen Trend im Bereich des Campings. Wie das Wort „Glamorous“ beschreibt, steht Glamping für ein besonders komfortables Campinggefühl. Stil und Exklusivität sowie Naturnähe, Einfachheit und Freiheit sind dabei wesentliche Schlüsselbegriffe. Auch eigentliche Nicht-Camper fühlen sich durch diesen wachsenden Trend angesprochen. Beispiele hierfür können sein: Safarizelte, Tipis, kreative Schlafwaggons und -fahrzeuge, Baumhäuser, Wohnboote u. v. m.

1.8 Geschäftstourismus

Tagungen, Kongresse oder geschäftliche Veranstaltungen sind Kernelemente des Geschäftstourismus. Gerade in Deutschland sind Veranstaltungen und Tagungen im Bereich Business immer gefragter, auch international.

Moderne Technologie und Infrastruktur sind dabei unverzichtbar. Einige Instrumente, die dabei fortführend wichtiger werden, sind Online-Buchungssysteme sowie eine flexible Raum- und Technikinfrastuktur. Auch die Möglichkeit für virtuelle Konferenzen spielt eine zentrale Rolle.

2 Planerische Grundlagen

Bei der touristischen Entwicklung Olfens werden folgende Strategien und Konzepte berücksichtigt und eingebunden:

- **Beweidungskonzept Steveraue 2002 | Umweltinstitut Höxter**

Das im Jahr 2002 aufgestellte Beweidungskonzept Steveraue beschäftigt sich mit der Umwandlung von ackerbaulichen Flächen in eine auenveträgliche offene bis halboffene Weidelandschaft. Seitdem wird die Steveraue kontinuierlich weiterentwickelt.

- **Tourismuskonzepte Stadt Olfen (ab 2005)**

Das im Jahre 2005 entwickelte Tourismuskonzept beschäftigte sich mit touristischen Möglichkeiten und Potenzialen Olfens. Welche zusätzlichen Maßnahmen seitdem geplant und umgesetzt wurden, wird in Kapitel 6 erläutert.

- **Dossier 2Stromland 2013 | Stein + Schulz**

Zwischen Lippe und Stever, zwischen Olfen und Haltern am See, zwischen dem Ruhrgebiet und dem Münsterland liegt ein fast vergessener Raum: das 2Stromland. Ziel ist es, den ca. 8.000 ha großen Bereich in eine zukunftsfähige Landschaft zu verwandeln, die sich als ökonomisch tragfähig, ökologisch nachhaltig und für die Menschen erlebbar erweist. Projektbausteine sind dabei: Experiment Hutewald, Experiment Flussstrand, Experiment Wassermödel, Experiment Akademie Haus Vogelsang, Experiment Wirtschaftswege.

- **Integriertes Handlungskonzept Innenstadt Olfen 2015 – „Perspektive 2020“ | Farwick + Grote**

Das integrierte Handlungskonzept aus 2013 und die Fortschreibung aus 2015 sollen einen Rahmen für die Innenstadtentwicklung in den nächsten 10 bis 15 Jahren geben und zielen auf eine Profilierung und quantitative Aufwertung der Innenstadt. Dazu werden in einer Bestandsaufnahme verschiedene Aspekte der Bereiche Verkehr, Baukultur, Freiraumstruktur und Energie in Bezug auf die zukünftige Entwicklung der Innenstadt analysiert.

- **Zukunftsbild Olfen 2014 | Stein + Schulz**

Das Zukunftsbild aus dem Jahr 2014 soll dabei helfen, auf gemeinsame Ziele hinzuwirken, größere Zusammenhänge zu erkennen und dabei zu Olfen passende Entscheidungen zu treffen. Folgende Handlungsfelder setzen sich aus bereits Bewährtem

und neuen Maßnahmen zusammen: Stadtbild, Bildung, Familie, Naherholung und Tourismus, Mobilität, Energiewende in Bürgerhand, Region und die Bürgergesellschaft.

- **WasserWegeSteuer - Didaktisches Konzept 2014 | Planungsbüro Koenzen & Signatur**
 Das Hauptziel des Projektes WasserWegeSteuer ist es, die teils sensiblen Zusammenhänge des Wasserkreislaufes im Steverraum einschließlich der vielfältigen Nutzungen des Wassers durch den Menschen, zu vermitteln. Dadurch soll der nachhaltige Umgang mit diesem besonderen Gut gefördert werden. Die einzelnen Projektbausteine werden durch die Steverlandroute miteinander verbunden. Als Rad- und Fußweg führt dieser ca. 70 km lange Weg entlang der Stever und bildet die „Schnur“ des Gesamtprojektes. Einer der Projektbausteine ist „WasserZwischenRäume“, welcher im nächsten Punkt erläutert wird.
- **Interkommunaler Masterplan WasserZwischenRäume 2016 | FSWLA**
 Die abwechslungsreiche Kulturlandschaft zwischen den Städten Olfen und Selm wird maßgeblich durch die unterschiedlichen Wasserläufe wie den Dortmund-Ems-Kanal, die Stever, wie auch durch die kleineren Wasserläufe Selmer Bach und Funne bestimmt und gegliedert. Zwischen den Wasseradern haben sich landschaftlich geprägte Zwischenräume entwickelt, die neben der Nutzung durch die Landwirtschaft Freiräume bieten, die sich besonders für Freizeitgestaltung und Erholung eignen. Diesen Raum mit dem Ternscher See als Kernbereich zukunftsorientiert zu gestalten mit einem Nebeneinander von ökologischem Schutzstatus, naturnaher Entwicklung der Stever und attraktivem touristischen Ziel für die Region, ist die Aufgabe dieses Bausteins.
- **Prozesshafter Masterplan „Schlösser und Burgenregion Münsterland“ 2016 | Münsterland e. V.**
 Bei dem im Rahmen der Regionale 2016 entwickelten „Masterplan Schlösser- und Burgenregion Münsterland“ geht es neben der verbesserten Erreichbarkeit, Zugänglichkeit und Erlebbarkeit der Schlösser und Burgen im Münsterland auch um die destinationsweite Vermarktung, eine stärkere Vernetzung der Schlösser und Burgen mit den umliegenden touristischen und sonstigen Betrieben und um Hilfestellungen für die Besitzer und Betreiber von Schlössern und Burgen, die sich stärker für Besucher öffnen möchten und die ihre Angebote ausbauen wollen.

- **Klimaschutzteilkonzept - Klimafreundliche Mobilität in der Stadt Olfen 2017**

- *in Aufstellung*

Die Stadt Olfen möchte die zukünftige Verkehrsentwicklung weiter in eine umweltverträgliche Mobilität lenken und ein klimafreundliches Mobilitätskonzept erstellen, in dem der Handlungsrahmen für die nächsten 10 bis 15 Jahre in einem offenen, dialogorientierten Prozess entwickelt wird. Das Konzept soll auf den aktuellen Planungen der Stadt aufbauen und alle Verkehrsarten berücksichtigen, wobei hier insbesondere dem Handlungsfeld E-Mobilität sowohl beim PKW als auch im Radverkehr eine hohe Bedeutung zukommen wird. Weitere Handlungsfelder sind Mobilstationen, Mobilitätsmanagement aber auch Förderung der Nahmobilität in der Stadt Olfen.

- **Dorfentwicklungskonzept Vinnum 2017 | farwick + grote**

- *in Aufstellung*

Innerhalb des Dorffinnenentwicklungskonzeptes werden Handlungsmaßnahmen erstellt, die darauf abzielen, eine zukunftsfähige Situation im Ortsteil Vinnum zu schaffen. Geplant sind beispielsweise die Verkehrsberuhigung der Ortsdurchfahrt, die Schaffung eines Dorfgemeinschaftshauses und eine Verbesserung der Versorgungs- und Mobilitätssituation. Auch soll das „Älter werden“ in einem kleinen Ortsteil ermöglicht werden.

- **Lokale Entwicklungsstrategie Region Hohe Mark 2017 - Leben im Naturpark Förderprogramm: Vital NRW**

Um die Region Hohe Mark als attraktiven Lebensraum zu bewahren, haben sich sechs Kommunen (Dorsten, Dülmen, Haltern am See, Olfen, Raesfeld und Reken) dazu entschlossen, gemeinsam die in der Zukunft stehenden Herausforderungen für diesen Bereich zu bewältigen. Denn nicht zuletzt birgt der demografische Wandel sowie die klimatischen Veränderungen Herausforderungen, die frühzeitig anzugehen sind. Ziel ist es dabei, die ländlich geprägte Heimat lebenswert zu erhalten sowie die Daseinsvorsorge in der Region zu sichern.

- **Olfener Westen 2017 | Farwick + Grote**

- *in Aufstellung*

Das grundsätzliche Ziel der Planung ist eine verträgliche Ordnung und Sortierung vorhandener und zukünftig geplanter Nutzungen (Landwirtschaft, Gewerbe, Freizeit & Erholung) im Westen Olfens. Bei der Ansiedlung neuer Nutzungen soll der naturbezogene Ansatz, wie er z. B. im Naturbad und der Steveraue zum Ausdruck kommt,

soweit möglich aufgegriffen werden. Das Plangebiet umfasst die vier Teilbereiche Füchtelner Mühle, ehem. Campingplatz, Sternbusch und Naturbad und Umgebung.

- **Naturpark Hohe Mark Westmünsterland e. V. - Strategie 2020**

Die Strategie 2020 des Naturparks Hohe Mark Westmünsterland e. V. gibt einen Rückblick auf die erfolgreiche Neuetablierung des Naturparkvereins in 2012 und einen Ausblick auf die zukünftige Entwicklung bis 2020. Bausteine dieser Entwicklung sind u. a. Gebietserweiterung, Ausbau als Dachmarke für die Region, Förderung nachhaltiger Regionalentwicklung, Nutzung der Potenziale im Naturtourismus. Eine besondere Maßnahme ist hier die Schaffung und Etablierung des Hohe Mark Steigs.

3 Analyse des touristischen Status Quo in Olfen

3.1 Verkehrsanbindung und Mobilität

Direkt an Olfen grenzen die Bundesstraßen B235 und B236. Die nächstgelegenen Autobahnen kann man wie folgt erreichen: A1 über Ascheberg oder Werne; A2 über Datteln/Henrichenburg; A42 über Castrop-Rauxel und die A43 über Dülmen, Haltern am See oder Senden. Die nächsten Bahnhöfe liegen in Dülmen (15 km), Haltern am See (16 km), Lüdinghausen (8 km) und Selm (6 km). Für Olfen sind folgende Flughäfen innerhalb einer Stunde zu erreichen: Flughafen Münster/Osnabrück (70 km), Flughafen Düsseldorf (87 km), Flughafen Dortmund (36,5 km). In unmittelbarer Nähe befindet sich außerdem der Flugplatz Borkenberge (10 km).

Innerhalb Olfens fahren die Buslinien „Vestische“ und „Regionalverkehr Münsterland“ (RVM). Die Busse fahren in Richtung Datteln, Lüdinghausen/Seppenrade und Selm. Zurzeit wird an einer Schnellbuslinie gearbeitet, die ab Sommer 2017 angeboten werden kann. Der Schnellbus fährt dann von Münster bis nach Datteln um dort einen Anschluss zum nächstgelegenen Bahnhof in Recklinghausen zu bekommen.

Kernelement für die Mobilität innerhalb Olfens ist der Bürgerbus, der seit 2013 bedarfsorientiert geführt wird. Bürgerinnen und Bürger können den Bürgerbus vorab telefonisch bestellen und werden dann an der Haustür abgeholt.

3.2 Beherbergungsbetriebe

Die Beherbergungsbetriebe in Olfen lassen sich grob in drei verschiedene Kategorien unterteilen: Hotels, Ferienwohnungen und Campingplätze.

Hotels:

- Hotel-Gasthof „Zum Steverstand“, Lüdinghauser Straße
- Hotel-Restaurant „Zur Rauschenburg“, Dattelner Straße
- Hotel-Restaurant „Mutter Althoff“, Hauptstraße

Ferienwohnungen:

- 5 Ferienwohnungen Familie Schulze-Althoff, Benthof
- Familie Beckmann „Am Naturbad Olfen“, Alter Postweg
- Familie Seypelt, Hahnenberg
- Familie Kalamorz, Zur Vogelruthe
- Familie Wichmann, Schmiesheide
- 3 Ferienwohnungen Familie Brömmelkamp, Dortland

Campingplätze:

- Campingplatz „Zur fröhlichen Wiese“, Kökelsumer Straße
- Campingplatz „Große Heide“, Heideweg
- Campingplatz Hahnenberg, Hahnenberg

3.3 Attraktionen / POIs (Points Of Interests)

- Alte Fahrt
- Altes Hafengelände
- Burgruine Rauschenburg
- Floßfahrten und Führungen in der Steveraue
- Füchtelner Mühle
- Flussstrand Füchtelner Mühle
- Flussstrand Dreibogenbrücke
- Grüne Achse | Stadtpark
- Innenstadt
- Kanalbrücke Lippe
- Naturbad | Wasserspielplatz
- Schiefe Brücke
- Schloss Sandfort
- Steveraue
- St. Vitus Kirche

- 2Stromland | Lippeaue
- Wintersport: Rodelberg und Eislauffläche

3.4 Veranstaltungen

Im Laufe eines Jahres finden viele verschiedene Veranstaltungen in und um Olfen herum statt. Durch das rege Vereinsleben in Olfen und durch städtische Veranstaltungen in Kooperation mit anderen Gruppierungen wird den Olfenern sowie den Besuchern der Stadt ein breites und abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm geboten.

Während das Hafenfest, Lippeauenfest und das Steverauenfest im Wechsel organisiert werden, finden alle weiteren Veranstaltungen im jährlichen Turnus statt. Hinzu kommen zahlreiche Veranstaltungen und kulturelle Termine, die durch die örtlichen Vereine organisiert werden. Nachfolgend eine Aufzählung Olfener Veranstaltungen, welche nicht abschließend ist:

Steverauenfest	Veranstalter: Stadt Olfen → 1 Tag im Juni
Lippeauenfest	Veranstalter: Stadt Olfen → 2 Tage im Juni
Kultur in der Stadthalle	Veranstalter: Stadt Olfen → 3 bis 4 Veranstaltungen / Jahr zzgl. weiterer kultureller Veranstaltungen durch Vereine
Hafenfest	Veranstalter: Stadt Olfen in Koop. mit Musikcorps Olfen → 2 Tage im Juli; alle 2 bis 3 Jahre
Neubürgerbegrüßung	Veranstalter: Stadt Olfen → 1 Tag nach den Sommerferien
Oktoberfest	Veranstalter: Werbering Treffpunkt Olfen e. V. → 2 Tage im Oktober mit verkaufsoffenem Sonntag
Frühlingsfest	Veranstalter: Werbering Treffpunkt Olfen e. V. → 1 Tag im Mai mit verkaufsoffenem Sonntag
Adventsmarkt	Veranstalter: Werbering Treffpunkt Olfen e. V. → 2 Tage im Dezember mit verkaufsoffenem Sonntag
Summer Specials	Veranstalter: Stadt Olfen → 6 Samstage in den Sommerferien inkl. Open-Air-Konzert mit Wolf Coderas Session Possible
Internat. Wandertage	Veranstalter: Haard-Trapper-Wanderfreunde e. V. → 2 Tage im Juli in den Sommerferien
Sonstig. Vereinsfeste	z. B. Schützenfeste, Schlepperfreunde, SUS-Tage, ...

3.5 Kommunikation / Medienanalyse



Ziel des Stadtmarketings ist die Erhöhung der touristischen Attraktivität der Stadt und die Durchführung imagefördernder Maßnahmen. Hierzu werden konkrete Projekte in den Bereichen Veranstaltungen und Stadtwerbung umgesetzt.

Grundlage für ein einheitliches Bild nach Außen sollte ein festgelegtes Corporate Design, welches bei Print- und Onlinewerbung verwendet wird, sein. Nach dem Relaunch der städtischen Homepage www.olfen.de werden die Printprodukte nach und nach an das neue Design angepasst (sh. Imagebroschüre, Seniorenwegweiser und Gästeverzeichnis). Elemente wie Schriftart, Farbpalette und Formen bleiben dabei gleich.

Auch die Logos der Stadt Olfen haben nach dem letzten Relaunch eine Anpassung hinsichtlich der Farbtöne erfahren.



Internetpräsenz der Stadt Olfen



Die touristischen Angebote der Stadt Olfen werden auf der Homepage www.olfen.de dargestellt. Es gibt einen Schnelleinstieg für Touristen auf der Startseite und das Untermenü „Tourismus“ in der Startseite. Viele Verlinkungen und Banner weisen auf POIs und Angebote hin.

Darüber hinaus ist die Stadt Olfen mit touristischen Hintergründen in den sozialen Medien aktiv. Für folgende Plattformen wurde ein Account eingerichtet:



Facebook

www.facebook.com/naturbad.olfen (Naturbad)

www.facebook.com/olfen.tourismus (Tourismus allgemein)



Google+, GoogleMyBusiness

<https://plus.google.com/u/0/b/107012319815258206511/107012319815258206511/posts> (Naturbad)



<https://plus.google.com/u/0/b/116313124850749739916/116313124850749739916/posts> (Steveraue)



Google Panoramio

www.panoramio.com/user/9119296 (Tourismus allgemein)



Twitter

www.twitter.com/OTourismus (Tourismus allgemein)



Instagram

www.instagram.com/olfen.tourismus (Tourismus allgemein)

Die Facebook-Seiten für den allgemeinen Tourismus in Olfen und für das Naturbad werden regelmäßig gepflegt. Google-Accounts wurden hauptsächlich erstellt, um im Google-Ranking weiter oben zu stehen und um Einfluss auf die Infos in der Google-Schnellübersicht nehmen zu können. Twitter und Instagram werden oft kombiniert genutzt. Im Google-Ranking steht die Webseite der Stadt Olfen bei den Schlüsselwörtern „Olfen“, „Naturbad“ und „Steveraue“ ganz oben. Diese Suchmaschinenoptimierung wird durch entsprechende Pflege im Typo3-System der Webseite erreicht.

Neben den eigenen Websites und Social Media-Kanälen bearbeitet die Stadt Olfen regelmäßige Informationen und Veranstaltungen auf anderen Webportalen, z. B. tourismus-hohemark.de, muensterland-touristik.de, muensterland.de, u. ä.

3.6 Servicequalität

Interessierte Olfener, Gäste und Touristen können das Tourismus- und Bürgerbüro in der Olfener Innenstadt ab Mai 2017 zur Informationsbeschaffung und Beratung nutzen. In den Monaten Mai bis September ist das Büro auch am Wochenende für touristische Dienstleistungen geöffnet.

Öffnungszeiten

Montag-Mittwoch, Freitag:	8.30 - 12.00 Uhr
Montag, Dienstag, Freitag:	14.00 - 17.00 Uhr
Donnerstag:	7.30 - 18.00 Uhr
Samstag, Sonntag, Feiertag:	11.00 - 17.00 Uhr (Mai - September)

Dienstleistungen:

- allgemeine touristische Beratung, Anfragen, Erstkontakt
- kostenlose Auslage und Versand von Infomaterial
- Buchungen von Floßfahrten und Führungen
- Verkauf von Veranstaltungstickets
- Verkauf von Souvenirs wenn Poststelle geschlossen
- Verkauf von Radfahrkarten

Zusätzlich sind touristische Anfragen über das Kontaktformular der Webseite www.olfen.de, über die E-Mail-Adresse tourismus@olfen.de und über die Facebook-Seite „Tourismus Olfen“ möglich.

3.7 Kernthemen in Olfen

3.7.1 Radfahren

In Olfen gibt es grundsätzlich ein breites Angebot für den Fahrradtourismus. Folgende Routen führen durch Olfen:

- Radweg „rundum Olfen“ 33 km
- Radwanderweg „Steveraue“ 8 km
- Überregionale Radwege:
 - Naturpark Hohe Mark Westmünsterland-Route (TAG Naturpark Hohe Mark)
 - Römer-Lippe-Route (RuhrTourismus AG)
 - 100 Schlösser-Route (Münsterland e. V.)
 - Burg- und Schlosstour (TAG SteverLippe)
 - Dortmund-Ems-Kanal-Route
 - Kleeblatt-Tour Nr. 3 (ADFC)

Sinnvoll ist an dieser Stelle ein Fahrradverleih, um das vorhandene Radwegenetz in und um Olfen herum besser nutzen und anbieten zu können. Derzeit fehlt dieses Angebot in Olfen.

3.7.2 Wandern

Wanderinteressierte können in und um Olfen verschiedene Strecken erkunden. Neben den mit „X“-markierten Wanderwegen, die vom Sauerländischen Gebirgsverein regelmäßig kontrolliert werden, gibt es folgende Angebote:

- Radwanderweg „Steveraue“ 8 km
- Wanderweg Dülmen-Olfen-Haltern am See-Reken (TAG Naturpark Hohe Mark) 95 km
- Internationale Wandertage; jährlich im Juli (Haard-Trapper-Wanderfreunde e. V.)

3.7.3 Wasser und Natur erleben

Die unter 3.3 genannten Attraktionen und POIs bieten ein breites Angebot, um Wasser und Natur in Olfen erleben zu können. Dazu gehören:

- Angelsport
- Dortmund-Ems-Kanal
- Floßfahrten auf der Stever
- Flussstrände an der Füchtelner Mühle und Dreibogenbrücke
- Grüne Achse
- Hafenbecken
- Kanufahren
- Lippeaue im 2Stromland mit Baubotanik und Lippe
- Steveraue und Stever

3.7.4 Kultur

Über 14 Vereine, die in den Kulturförderungsrichtlinien der Stadt Olfen gelistet sind, sorgen in Olfen für viele Möglichkeiten, Kultur zu erleben. Die Stadt Olfen erstellt in jedem Jahr einen Flyer mit einer Übersicht der verschiedenen kulturellen Veranstaltungen Olfener Vereine und Organisationen.

Neben diesen Vereinsangeboten organisiert die Stadt Olfen jährlich weitere kulturelle Veranstaltungen (sh. 3.3). Dazu gehört u. a. das Kulturabonnement. Drei Veranstaltungen werden dabei zu einem Preis angeboten. Diese Veranstaltungen finden in der Stadthalle statt, welche Sitzplätze für bis zu 400 Personen bietet.

3.7.5 Wellness

Im Bereich Wellness gibt es in Olfen Angebote im herkömmlichen Rahmen (z. B. Unternehmen mit Fitness- und Entspannungsangeboten). Weitere Angebote sind vorstellbar.

3.7.6 Shopping

Die Stadt Olfen verfügt über einen funktionierenden, gewachsenen Ortskern, was sich in einer nahezu ausgewogenen Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur darstellt. Insbesondere die Konzentration von nahversorgungsrelevanten Betrieben im Innenstadtbereich ist erkennbar. Durch die stetige Fortschreibung eines Einzelhandelskonzeptes wird die Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur Olfens sichergestellt und optimiert.

4 Organisations- und Marketingstrukturen

4.1 Lokale touristische Akteure

- Tourismus- und Bürgerbüro im Rathaus

Das Tourismus- und Bürgerbüro der Stadt Olfen übernimmt die Funktion einer Tourist-Information und wird gleichermaßen von Gästen und Einwohnern genutzt. Das Leistungsspektrum umfasst die touristische Information, den Verkauf von Souvenirs am Wochenende und den Verkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen sowie die Buchung von Führungen und Floßfahrten. Aufgebaut ist der touristische Bereich des Tourismus- und Bürgerbüros wie ein klassisches Front-Office mit direktem Kontakt zu den Besuchern. (Öffnungszeiten sh. 3.6)

- Werbering Treffpunkt Olfen e. V.

In Kooperation mit der Stadt Olfen arbeitet der Werbering Treffpunkt Olfen e. V. an der Steigerung der Attraktivität als Einkaufsstadt. Der Werbering organisiert Aktionen und Veranstaltungen mit verkaufsoffenen Sonntagen, wie z. B. „Olfener Frühling“, „Olfener Oktoberfest“ und „Olfener Adventsmarkt“.

4.2 Überregionale touristische Akteure

- **Tourismus NRW e. V.**

Der Tourismus NRW e. V. ist der touristische Dachverband für Nordrhein-Westfalen und hat seinen Sitz in Düsseldorf. Der Verein bildet das Tourismus-Kompetenzzentrum des Landes und hat das Ziel, den Tourismus-Standort NRW zu stärken.

- **Münsterland e. V.**

Der Münsterland e. V. ist die Dachgesellschaft des Münsterlands für alle touristischen Belange und bündelt die Aktivitäten der Kommunen und der Leistungsträger der Tourismusbranche. Mit ca. 370 Mitgliedern zählt der Münsterland e.V., Verein zur Förderung des Münsterlandes, zu den stärksten Regionalinitiativen in Deutschland. Der Verein erbringt Dienstleistungen zum Zwecke der regionalen sowie landes-, bundes- und europaweiten Imageförderung für die Region des Münsterlandes und koordiniert von der Region ausgehende Werbe- und PR-Maßnahmen, insbesondere der Wirtschaft, der Wissenschaft, der Kultur und des Tourismus. Darüber hinaus fördert und initiiert der Verein regionale Projekte der Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik und der regionalen Kulturpolitik und setzt diese selbst oder in Zusammenarbeit mit anderen Institutionen um.

- **Naturpark Hohe Mark Westmünsterland e. V.**

Der Naturpark Hohe Mark Westmünsterland e. V. hat den Zweck, den Naturpark Hohe Mark Westmünsterland mit dem Ziel zu fördern, in diesem als Erholungsgebiet besonders geeigneten Raum die Landschaft zu erhalten und zu pflegen, die heimische Tier- und Pflanzenwelt zu schützen, natur- und landschaftskundliche Informations- und Bildungsarbeit zu betreiben und durch geeignete Maßnahmen eine naturnahe Erholung und einen nachhaltigen Tourismus zu ermöglichen.

- **TAG Naturpark Hohe Mark Westmünsterland**

Die touristische Arbeitsgemeinschaft (TAG) Naturpark Hohe Mark Westmünsterland setzt sich aus 11 Orten zusammen: Bocholt, Borken, Dülmen, Haltern am See, Heiden, Isselburg, Olfen, Raesfeld, Reken, Rhede und Velen. Die touristischen Vertreter der Kommunen kommen regelmäßig zusammen und arbeiten an gemeinsamen Informationsbroschüren, Erlebnistouren und Marketingmaßnahmen.

- **Ruhr Tourismus GmbH**

Die RTG ist eine Tochtergesellschaft des Regionalverband Ruhr (RVR) und für die touristische Vermarktung des Verbandsgebietes zuständig. Ziel der Ruhr Tourismus GmbH ist die Entwicklung eines eigenständigen touristischen Regionalprofils und die Bündelung von Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb zur Profilierung der Metropole Ruhr als neues und modernes Ziel. Darunter gliedert sich die Kooperationsgemeinschaft Römer-Lippe-Route, die sich mit der Organisation der Römer-Lippe-Route - zu der auch Olfen gehört - befasst.

5 Marketingstrategie

5.1 Profilierung und Positionierung

Der Ansatz „von Jedem etwas“ führt zu einer unscharfen Wahrnehmung durch den Gast, da sich die Infrastruktur- und Angebotsentwicklung ebenso wie die Kommunikation an allen möglichen Themen orientiert. Dies ist finanziell nicht tragfähig und arbeitet nicht die Besonderheiten der Stadt / Region heraus.

Um erfolgreich handeln zu können, ist es wichtig, sich seiner Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale bewusst zu sein. Dabei müssen diese für den Gast authentisch, erlebbar und buchbar sein. Wichtig ist also die Konzentration auf eindeutige Schwerpunktthemen.

Zur Ableitung der relevanten Themen für die Stadt Olfen wurden u. a. die Ergebnisse der Bestandsanalyse und die bisherigen Entwicklungen sowie Zukunftsabsichten berücksichtigt. Im Ergebnis zeigt sich eine Konzentration auf folgende Themenfelder:

- Natur + Aktiv
- Kultur

5.2 Zielgruppen

Wichtig ist die Zielgruppenorientierung bei der Produktentwicklung und dem Marketing. Jede Zielgruppe hat individuelle Wünsche und Bedürfnisse, die während des Aufenthaltes befriedigt werden wollen. Es hängt vom jeweiligen Produkt ab, wie erfolgreich z. B. Wanderer, Kulturinteressierte oder Familie angesprochen werden können. Mögliche Zielgruppen für die Stadt Olfen:

- Motivgruppen:
 - Freizeitaktive / Aktivtouristen (Wanderer, Radfahrer, etc.)
 - naturverbundene Erholungssuchende und Naturinteressierte
- Soziodemographische Gruppen:
 - Best Ager / Silver Ager (Generation 50+)
 - erwachsene Paare
 - Familien mit Kindern

- Reisezeit:
 - Tagesausflügler
 - Kurzurlauber / Wochenendausflügler

5.3 Visionen und Ziele

Folgende Visionen und Leitsätze sollen als Grundlage des zukünftigen touristischen Handelns in Olfen verstanden werden:

Wir möchten als naturverbundene Stadt im Grünen wahrgenommen werden.

Durch Fortführen und Weiterentwickeln von Maßnahmen im Naturtourismus möchte die Stadt Olfen Erholungs- und Rückzugsort für Olfener und Besucher - vor allem aus dem Ruhrgebiet - sein.

Wir legen Wert auf einen qualitätsorientierten Tourismus.

Nach dem Motto „Qualität vor Quantität“ sollen touristische Angebote und Leistungen qualitäts- und serviceorientiert weitergeführt und entwickelt werden. Um diesem Leitsatz nachzukommen, sind u. a. ein weltoffenes Auftreten sowie die Bereitstellung und Pflege der touristischen Infrastruktur Voraussetzung.

Wir achten auf eine Balance zwischen Natur, Lebensqualität und wirtschaftlicher Entwicklung.

Die touristische Weiterentwicklung Olfens muss unter den Gesichtspunkten der guten Lebensqualität für Bürgerinnen und Bürger sowie unter wirtschaftlichen Aspekten geführt werden.

6 Handlungs- und Maßnahmenprogramm

In diesem Abschnitt werden konkrete touristische Maßnahmen erfasst und beschrieben. Zunächst wird auf die bereits abgeschlossenen Maßnahmen eingegangen. Die weiteren, geplanten Maßnahmen werden zeitlich kategorisiert in kurzfristige, mittelfristige, langfristige und dauerhaft begleitende Maßnahmen.

6.1 Abgeschlossene Maßnahmen (Tourismuskonzept seit 2005)

Maßnahme	Beschreibung
Eröffnung einer Touristinformation am Markt	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation Ausstellungsmaterial zu verschiedenen Themenschwerpunkten • Einleitung Vermarktung „Steveraue“ • Erstellung einer Imagebroschüre • Erstellung von Prospektmaterial zur Steveraue und Radrouten
Einrichtung und Ausarbeitung der Rad- und Wanderwege „Steveraue“ und „rundum Olfen“	<ul style="list-style-type: none"> • Beschilderung • Hinweistafeln an den Knotenpunkten • Beobachtungsstationen • naturkundliche Führungen • Flyer und Kartenmaterial
Überarbeitung des touristischen Bereichs der Homepage www.olfen.de	
Planen und Anstoßen der Baumaßnahmen zur Einrichtung eines „Startpunktes“ Fuchtelner Mühle als Ausgangspunkt für Radtouren und Wanderungen	Planungen sh. Konzept „Olfener Westen“ sh. 2
Organisation und Durchführung regelmäßig stattfindender Events	Veranstaltungen sh. 3.3
Verbesserung der Angebote im Gastronomie- und Beherbergungsbereich	13 Ferienwohnungen, 3 Hotels und 3 Campingplätze in Olfen sh. 3.2

<p>Ausweiten der Angebots- und Informationspalette zum Thema „Natur und Landschaft“ auf Stadtgebiete außerhalb der Steveraue</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aufstellen von Hinweistafeln wie im Bereich der Steveraue
<p>Förderung und Intensivierung der interkommunalen Zusammenarbeit</p>	<p>sh. 4.2.2</p>
<p>Förderung der Imagebildung der Stadt Olfen als gastfreundliche, gepflegte Stadt im Grünen</p>	
<p>Umgestaltung des Marktplatzes und des Stadtparks</p>	<p>2014: Umgestaltung des Marktplatzes 2017: Umgestaltung des Stadtparks im Rahmen der Grünen Achse</p>
<p>Entwicklung von Olfener Souvenirs für den Verkauf</p>	<p>Olfener Souvenirs wurden zunächst im Tourismus- und Bürgerbüro angeboten. Seit 2016 sind verschiedene und wechselnde Artikel in der Postfiliale und am Wochenende im Tourismusbüro erhältlich.</p>
<p>Fotostelen in der Olfener Innenstadt</p>	<p>Bisher wurden an fünf Stellen Fotostelen mit alten Bildern aus Olfen aufgestellt.</p>
<p>Weitere touristische Maßnahmen außerhalb des Tourismuskonzeptes</p>	<p>u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Errichtung und Vermarktung des Naturbades • Anbringen von großen, plakativen Fotos an den Ortseingängen • Einrichtung von Social Media-Kanälen • Organisation und Durchführung von Führungen und Floßfahrten im Bereich der Steveraue • Präsentation auf verschiedenen Messen und Veranstaltungen • Entwicklung und Druck neuer Printprodukte, z. B. Kulturflyer • Etablierung eines Kulturabonnements mit jährlich drei Veranstaltungen • Gestaltung von Begrüßungsmappen für Neubürger

6.2 Weitere Maßnahmen

Abgeleitet aus den bisherigen Ausarbeitungen lassen sich zur Weiterentwicklung des Tourismus in Olfen folgende Maßnahmen benennen:

6.2.1 kurzfristige Maßnahmen (bis Ende 2017)

Maßnahme	Beschreibung
<p>Öffnungszeiten im Tourismus- und Bürgerbüro auch am Wochenende</p>	<p>Das Tourismus- und Bürgerbüro soll zukünftig auch Anlaufstelle für Touristen, Gäste und interessierte Olfener am Wochenende sein.</p> <p><i>Öffnungszeiten</i> Samstag, Sonntag, Feiertag: 11 - 17 Uhr</p> <p>Die Dienstleistungen, die am Wochenende wahrgenommen werden können, sollen ausschließlich touristischer Natur sein, u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buchen von Floßtouren und Führungen • Verkaufen von Kartenmaterial f. Radfahrer • Verkaufen von Souvenirs (aus der Postfiliale) • Verkaufen von Tickets städtischer Veranstaltungen • Bereitstellen u. Versenden von Infomaterial • Beantworten und Beraten touristischer Anfragen
<p>Verbesserung des Gästeleitsystems</p>	<p>Die Beschilderung und das Gästeleitsystem innerhalb und außerhalb Olfens sollen noch optimiert werden.</p> <p>Insbesondere die Wegeführung in die Stadt und aus der Stadt heraus (Startpunkt Tourismusbüro) zu verschiedenen POIs stehen hierbei im Fokus.</p>
<p>Verbesserung und Erneuerung der Informationstafeln in den Außenbereichen, insbesondere Steveraue</p>	<p>Die 2007 angeschafften Infotafeln, die in der Steveraue Informationen und Hintergründe liefern, sollen durch neue Holzstelen ersetzt werden. Hier orientiert sich die Stadt Olfen am Design der Holzstelen der Naturpark</p>

	<p>Hohe Mark Westmünsterland e. V.</p> <p>Die neuen Holzstelen sollen nicht nur die bisherigen Infotafeln ersetzen, sondern auch an neuen Standorten angebracht werden.</p>
<p>Einrichtung eines „Park+Bike“-Parkplatzes auf dem Parkplatz des Rathauses</p>	<p>Auf Anregung des SuS Olfen Radlertreffs soll ein Anlauf- und Startpunkt für Radfahrer in Olfen geschaffen werden.</p> <p>Hierfür sollen in Zusammenarbeit mit dem Münsterland e. V. zwei Übersichtstafeln mit einer jeweils großformatigen Karte, auf der verschiedene Radrouten eingezeichnet werden, angebracht werden.</p> <p>Für die Übersichtstafeln werden vier verschiedene Radtouren in die Nachbarstädte ausgearbeitet. Diese Touren werden als Flyer zum Mitnehmen unterhalb der Tafel zur Verfügung gestellt.</p> <p>Innerhalb der Verbesserung des Gästeleitsystems sollen die Gäste bereits an den Ortseingängen zum „Park+Bike“-Parkplatz geführt werden.</p>
<p>Schaffung von Radpflegestrukturen</p>	<p>Da das Angebot für den Radtourismus weiter ausgebaut werden soll, sind gut funktionierende Pflegestrukturen nötig. Vor allem das regelmäßige Befahren und Überprüfen von Radwegen in und um Olfen herum hat dabei Priorität, um Radfahrern eine möglichst hohe Qualität bieten zu können.</p> <p>Hierfür sollen Kooperationen mit dem SuS-Radlertreff und dem ADFC eingegangen werden.</p>
<p>Erweiterung der Fotostelen in der Innenstadt</p>	<p>Die Stelen in der Innenstadt, welche Stadtportraits aus der Vergangenheit zeigen, sollen durch weitere ergänzt werden.</p> <p>In Zusammenarbeit mit dem Heimatverein</p>

	<p>Olfen e. V. wird nach geeignetem Bildmaterial für folgende Standorte gesucht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stadtpark Alter Friedhof • Altes Hafenbecken • Alte Baumschule • Marktplatz mit Blick in Richtung Eisdiele Haus Simon
Errichtung eines Wohnmobilstellplatzes	Im Bereich des Hotel-Restaurants „Zum Steverstrand“ oder am Naturbad sollen Infrastruktur und Plätze für Wohn- und Reisemobile geschaffen werden.
Anpassung an das Corporate Design	<p>Nach dem Relaunch der städtischen Homepage werden die Printprodukte nach und nach an das neue Design angepasst (sh. Imagebroschüre, Seniorenwegweiser und Gästeverzeichnis). Elemente wie Schriftart, Farbpalette und Formen bleiben dabei gleich.</p> <p>Auch die Logos der Stadt Olfen haben nach dem Relaunch eine Anpassung hinsichtlich der Farbtöne erfahren und werden nach und nach in allen Bereichen ausgetauscht.</p>
Olfen-Zeitung und Öffentlichkeitsarbeit	Eine Olfen-Zeitung soll im regelmäßigen Turnus über Neuigkeiten und Entwicklungen in der Stadt Olfen informieren.

6.2.2 mittelfristige Maßnahmen (2018 -2020)

Maßnahme	Beschreibung
Entwicklung von buchbaren Erlebnispaketen	Für verschiedene Zielgruppen sollen Erlebnis- und „Rundum-Sorglos“-Pakete geschnürt werden. Diese können im Tourismus- und Bürgerbüro der Stadt Olfen gebucht werden.

	<p>Die Erlebnispakete setzen sich aus verschiedenen Erlebnisbausteinen, Übernachtungsangeboten, Gastronomiebesuchen und weiteren Leistungen (z. B. Besuch von Veranstaltungen) zusammen.</p>
<p>Touristische Einbeziehung Vinnums</p>	<p>Bei der Ausarbeitung konkreter Maßnahmen des Tourismuskonzepts wird Vinnum berücksichtigt.</p>
<p>Förderung der Vermittlung der Stadtgeschichte</p>	<p>Durch geschichtliche Stadtführungen und weiteren Fotostelen in der Innenstadt soll die Vermittlung der Olfener Stadtgeschichte gefördert werden.</p>
<p>Öffentliche Toiletten</p>	<p>Um Touristen und Bürgern eine bessere Nutzung von öffentlichen Toiletten zu ermöglichen, sollen bereits vorhandene Strukturen (z. B. sanitäre Anlagen in Restaurants) zur Verfügung gestellt werden. Eine verbindliche Strategie ist erforderlich.</p>
<p><i>Naturpark Hohe Mark Westmünsterland</i></p> <p>Aufwertung und Entwicklung der Naturpark Hohe Mark Route</p>	<p>Die seit Jahren durch die TAG Naturpark Hohe Mark Westmünsterland vermarktete Radroute soll zukünftig deutlich aufgewertet und ggf. ergänzt werden. Ziel ist es, die Route zu einem attraktiven überregional zu vermarktendem touristischen Ziel auszubauen. Eine Klassifizierung sowie Ernennung zur Premiumroute wird angestrebt.</p>
<p><i>Naturpark Hohe Mark Westmünsterland</i></p> <p>WALDband - Hohe Mark Steig</p>	<p>Der Hohe Mark Steig stellt ein Teilprojekt des des Förderprogramms WALDband dar. Dabei soll ein zertifizierter Qualitäts-Fernwanderweg von Olfen bis nach Wesel (153 km) entstehen.</p> <p>Eine Etappe dieses Fernwanderwegs kann die „Wasseretappe“ von Olfen bis nach Haltern am See sein.</p>

6.2.3 langfristige Maßnahmen (ab 2020)

Maßnahme	Beschreibung
<p><i>Olfener Westen (in Aufstellung)</i></p> <p>Entwicklung des Zentrums Füchtelner Mühle</p>	<p>Der Teilbereich Füchtelner Mühle soll zukünftig als Ausgangspunkt für verschiedene „touristische“ Aktivitäten dienen und zudem Hauptstandort für den Bereich Umweltbildung im Zusammenhang mit der Steverau sein. Um den Standort darüber hinaus zu beleben, sollen möglichst weitere Nutzungen aus dem Bereich Freizeit/ Erholung angesiedelt werden.</p> <p>In diesem Teilbereich sind folgende Maßnahmen vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auenschule • Gaststätte Füchtelner Mühle • Floßanleger Steverau • Entwicklung Anwesen ehem. Ritter • Ökologische Aufwertung von stevernahen Flächen • Errichtung eines barrierearmen Wanderweges • Errichtung von sanitären Anlagen • Parkplatz • Wegeführung • Brücke über die Stever • Verkehrssituation • Weitere Nutzungen
<p><i>Olfener Westen (in Aufstellung)</i></p> <p>Entwicklung ehemaliger Campingplatz</p>	<p>Der Teilbereich umfasst den Bereich des ehem. Campingplatzes westlich der Kökelsumer Straße. Der Bereich zwischen Kökelsumer Straße und der Umflut wurde in der Vergangenheit bereits zu einer Wiesenlandschaft mit Wanderwegen und einem Strand an der Stever umgebaut. Westlich der Umflut, im Waldgebiet, sind jedoch die Hinterlassenschaften des Campingplatzes noch sichtbar. Hier muss im Zusammenhang mit der Umsetzung der angedachten Maßnahmen der Wald „aufgeräumt“ werden.</p> <p>In diesem Bereich sind folgende Maßnahmen vorgesehen:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Grill-/Zeltplatz für Pfadfinder und Landjugend • Sitzbank Heimatverein • Wanderweg und Erneuerung Brücke • Erweiterung Beweidung • Gastronomie/ Hofladen
<p><i>Olfener Westen (in Aufstellung)</i></p> <p>Entwicklung Sternbusch</p>	<p>Der Bereich umfasst das Waldgebiet zwischen Steveraue, Kökelsumer Straße und der Siedlung Sternbusch.</p> <p>In diesem Bereich sind folgende Maßnahmen vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung Beweidung • Naturlehrpfad
<p><i>Olfener Westen (in Aufstellung)</i></p> <p>Entwicklung Naturbad und Umgebung</p>	<p>Der Teilbereich 4 umfasst das Naturbad und dessen nähere Umgebung. In diesem Bereich sind folgende Maßnahmen vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übernachtungen/Gewerbe • Freizeitwiese • Weiterentwicklung Naturbad und ergänzende Angebote • Landschaftsseen • Neue Wegeverbindung
<p><i>WasserWegeSteuer</i></p> <p>Auenschule Füchtelner Mühle</p>	<p>In unmittelbarer Nähe zur naturnah gestalteten Steveraue können Aspekte des Projektes WasserWegeSTEVEER in einer umgebauten Scheune auf Olfener Stadtgebiet vertieft werden.</p> <p>Die Einrichtung eines Labors und eines Steveraquariums unterstützen dabei die Vermittlung von Aspekten rund um das Thema ‚Wasser‘. Darüber hinaus bieten die Räumlichkeiten die Möglichkeit zu Ausstellungen und Begegnungen zur Stärkung als Tourismusstandort.</p>
<p><i>Vital NRW Region Hohe Mark</i></p>	<p>Im Rahmen der lokalen Entwicklungsstrategie Region Hohe Mark 2017 und des Förderprogramms Vital NRW können Maßnah-</p>

	men zur Optimierung des barrierefreien Tourismus umgesetzt werden.
Einrichtung weiterer Wohnmobilstellplätze	Die Einrichtung weiterer Wohnmobilstellplätze in Olfen ist angedacht.
Verbesserung des Übernachtungsangebotes	Im Hinblick auf die allgemeinen touristischen Entwicklungen in Olfen soll auf die Verbesserung des Übernachtungsangebotes hingearbeitet werden.
Einbeziehung Stadtrandgebiete	Ausweiten der Interessen der Stadt Olfen in den Bereichen Borkenberge und Yachthafen

6.2.4 dauerhaft begleitende Maßnahmen

Maßnahme	Beschreibung
Jährliche Medien- und Marketingpläne	<p>Jährliche Medien- und Marketingpläne sollen dazu dienen, dass sämtliche Marketingmaßnahmen eines Jahres aufeinander abgestimmt sind.</p> <p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pressemitteilungen • Anzeigenschaltungen • Regelmäßiges Überarbeiten von Broschüren und Flyern • Regelmäßiges Überarbeiten der Homepage www.olfen.de • Pflege der Kanäle in den Sozialen Medien • Bedienen von Veranstaltungskalendern verschiedener Webportale • Olfen-Zeitung • Präsentation auf Messen und Veranstaltungen
Interkommunale Zusammenarbeit	Die Zusammenarbeit mit anderen Kommu-

	<p>nen wird kontinuierlichen weitergeführt und ausgebaut. Dazu gehören verschiedene Projekte und u. a. folgende Zusammenschlüsse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Touristische Arbeitsgemeinschaft Naturpark Hohe Mark Westmünsterland • Naturpark Hohe Mark Westmünsterland e. V. • Münsterland e. V. • Vital NRW • WasserZwischenRäume • WasserWegeSteuer • ZStromland
<p>Ausbau des Souvenirshops in der Postfiliale</p>	<p>Seit der Sortimentserweiterung in der Olfener Postfiliale werden dort auch Olfen-Souvenirs verkauft. Das Sortiment wird regelmäßig auf Akzeptanz und Beliebtheit überprüft, sodass sich die Produkte weiterentwickeln und neue Produkte entstehen.</p>
<p>Kontrolle der Radwegestrukturen</p>	<p>Durch die Kooperationen zwischen der Stadt Olfen und dem SuS-Radlertreff sowie ADFC werden die Beschaffenheit sowie Beschilderung der Radwegestrukturen innerhalb Olfens regelmäßig überprüft.</p>
<p>Durchführung der städtischen Veranstaltungen im festgelegten Terminus</p>	<p>Jährlich finden regelmäßige Veranstaltungen statt. Die Stadt Olfen fördert die Veranstaltungen als Veranstalter oder Kooperationspartner. (sh. 3.3)</p>
<p>Weiterentwicklung Tourismus- und Bürgerbüro</p>	<p>Die Leistungen und Angebote durch das Tourismus- und Bürgerbüro sollen dauerhaft evaluiert und optimiert werden.</p>