

Das NEUGRAD im Nationalpark Eifel

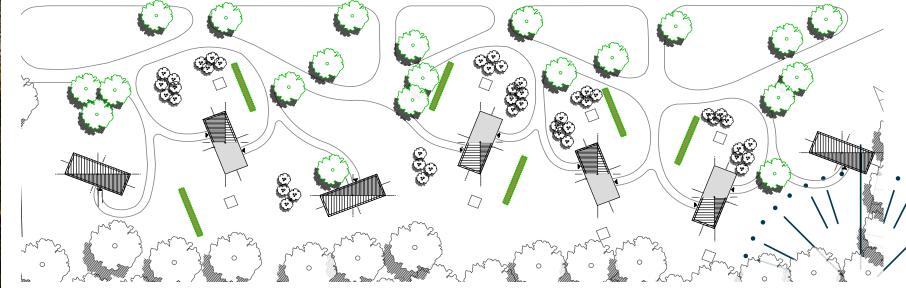




Das NEUGRAD im Nationalpark Eifel

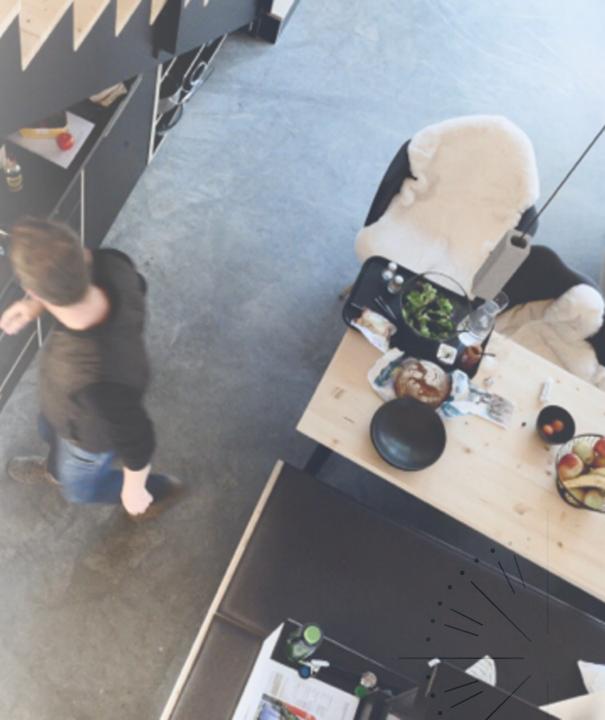
11 Design-Cabins inmitten der Natur mit liebevollen Details, intelligenten Raumlösungen, zurückhaltender Möblierung, moderner Haustechnik und ökologischen Materialien.

"Zeit lassen - Leben spüren - Neu denken "



Der Nachhaltigkeits-Gedanke

- Cabins aus ökologischen Baustoffe (Holzständerbauwerk)
- o emissionsarmes Heizungssystem (Luftwärmepumpe)
- effiziente D\u00e4mmstoffe (neuster Stand der ENEV)
- o entspiegelte Glasfassaden
- Versickerung des Niederschlagwassers auf dem Grundstück
- o minimierte Lichtverschmutzung (Sternenpark)
- o kaum Flächenversieglung
- o 1.600 neue Sträucher und Bäume auf dem Grundstück
- o Errichtung neuer Brutstätten für Fledermäuse
- Reinigungsfahrzeug ist ein E-Mobil
- o kein PKW-Verkehr auf dem Grundstück
- keine Einwegverpackungen (Frühstückslieferungen ist komplett recycelbar)



Gäste – Zielgruppe, Ansprache und Herkunft



Zielgruppe

- Aktive & naturverbundene Paare sowie junge Familien
- o gehobene Mittelschicht, typische Altersklasse 25 50 Jahre
- o suchen Ruhe, Inspiration und sind an neuem Umfeld interessiert
- haben Interesse an Themenreisen (Retreats, Workation, Micro-Sabbaticals)

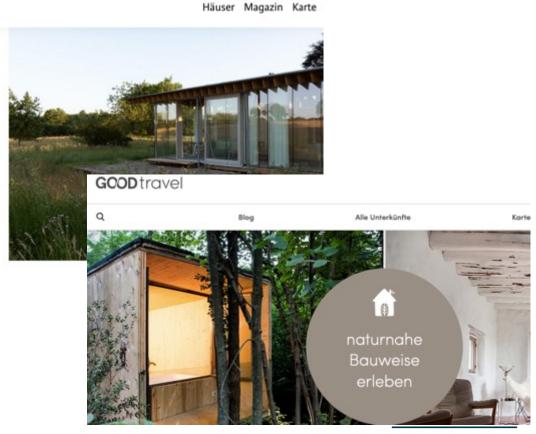
Ansprache

Die Gäste-Ansprache erfolgt zumeist über interessensorientierte Online-Portale

(urlaubsarchitektur.de, goodtravel.de, workation.de lieblingsquartiere.de, charminghideaways.de, littletravelsociety.de, hundereisen.de etc.).

Zudem über einen interessensgerichteten Einsatz von Social Media Tools.







Die Gäste-Herkunft

Aufgrund der individuellen Ansprache werden in erster Linie Gäste angesprochen, welche über das Produkt "NEUGRAD" (Architektur, Design und Livestyle-Gedanke) an den Standort kommen. Ein klarer Vorteil für die Region, welche sich Gästen öffnen kann, die "ungewollt" die Eifel als Urlaubsdestination kennen lernen möchten.

Zahlen zur Gäste-Herkunft

- o 37 % Ballungsgebiet Köln / Bonn / Düsseldorf
- 12 % Rhein-Main-Neckar Region
- 11 % Benelux und Schweiz
- o 7 % Hamburg, Berlin/Potsdam, München und Stuttgart
- 33 % sonstige Herkunftsorte



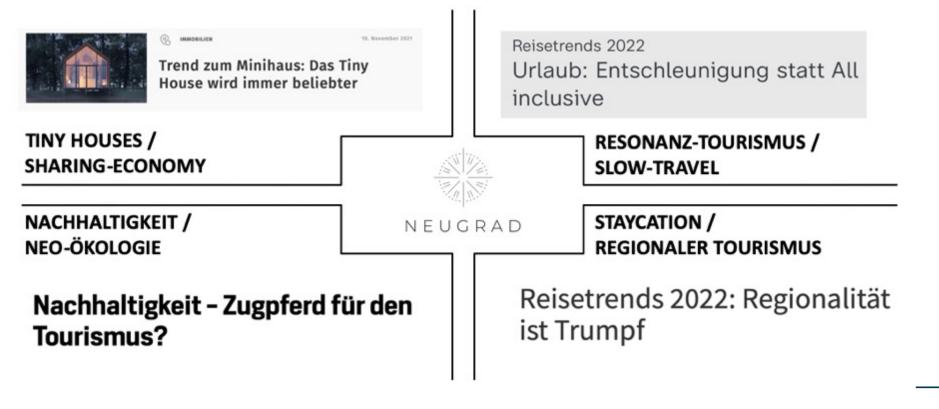
Tourismus im Wandel



Tourismus-Trends

Nicht zuletzt die Effekte der Corona-Krise haben dazu geführt, dass ein Wandel im modernen und nachhaltigen Tourismus vollzogen wird. Der Binnentourismus gewinnt fortlaufend an Bedeutung, zudem werden die Gästevorstellungen sehr individuell und wertebezogen.

"Zukunftstrends werden bestimmt durch Parameter wie Sicherheit, Naturerlebnis, Regionalität und Nachhaltigkeit."



Die Vision von Neugrad



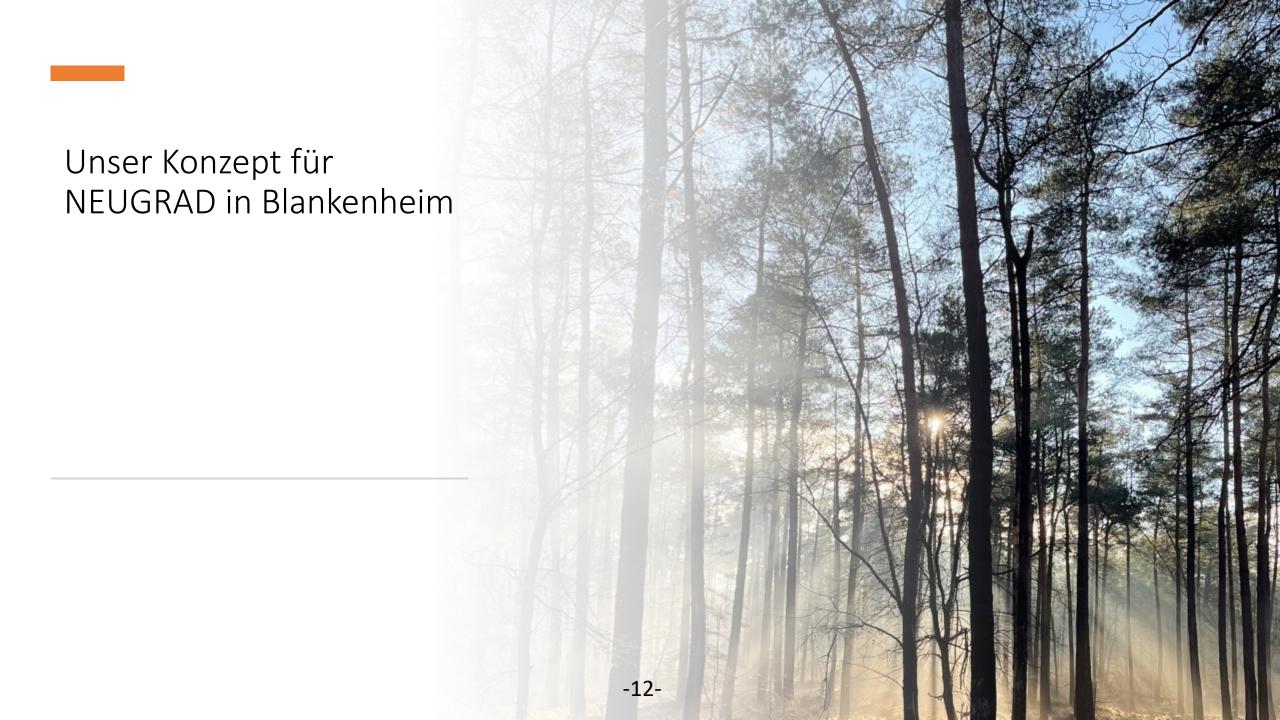
Die Vision von NEUGRAD

Entwicklung einer Cabin-Marke für nachhaltigen und sanften Tourismus in der Natur, in Kombination mit dem Aufbau einer Lifestyle-Marke, welche in allen Belangen für die Werte "Natur & Ruhe", "Design & Ästhetik" sowie "Inspiration & Achtsamkeit" eintritt.



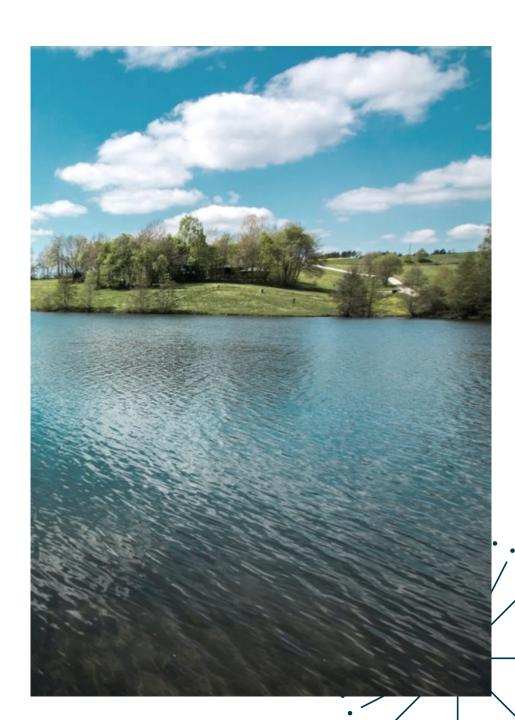
- o Nachhaltige und ökologische Bauweise mit hohem Anspruch an Architektur, Design und Komfort
- o Energieeffiziente und moderne Haustechnik (umweltschonender Betrieb)
 - Smart Home Technik
 - App für Services und Kommunikation
- o Fokus auf die Markenphilosophie: Reduktion auf das Wesentliche Zurück zur Natur Nährboden für Energie und Inspiration
- Vermittlung eines Lebensgefühls, geprägt von Naturnähe, Design, Reduktion ("weniger ist mehr"), Solidität, Nachhaltigkeit, Inspiration ("Lust auf Neues") etc.





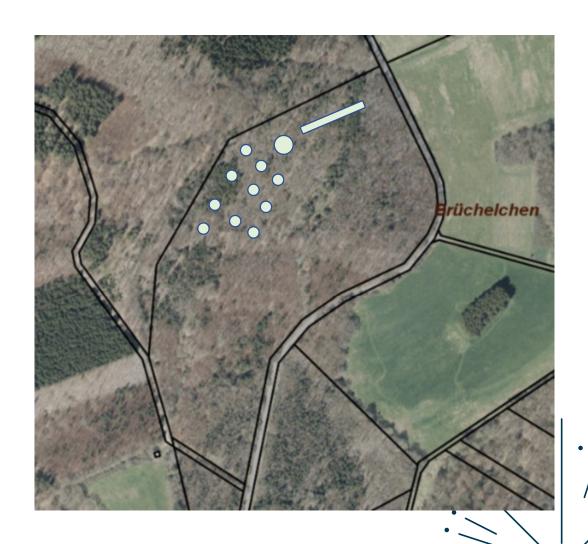
NEUGRAD in Blankenheim

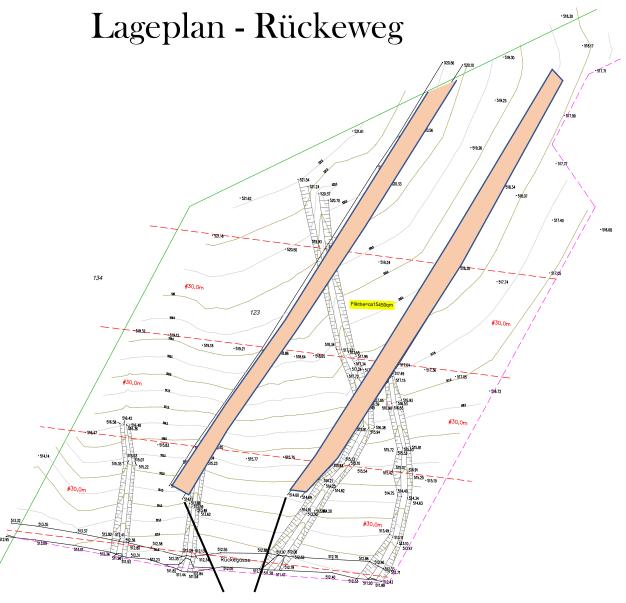
- Nachhaltige, ökologische Design-Cabins im Wald mit geringem Eingriff in die Natur
 - ✓ Aufgeständerte Cabins, sodass der Waldboden nicht versiegelt wird
 - ✓ geringe Flächenversiegelung / Versickerung des Niederschlagswassers vor Ort
 - ✓ Autofreies Grundstück Waldfußwege zu den Cabins
 - ✓ Minimierung der notwendigen Eingriffe in die Natur
 - ✓ Maßvoller Nutzungsgrad der verfügbaren Flächen (gemäß B-Plan ist die mögliche Nutzung um das fünfzehnfache höher)
- Ruhige Tourismus-Form der zukunftsweisenden Art (Mega-Trends Slow Travel + Resonanz-Tourismus)
- Ansprache von Gästen aus den nahen Ballungszentren, jedoch auch aus entfernteren Einzugsgebieten
- Ganzjahrestourismus sorgt für kontinuierliche Auslastung von Arbeitskräften, Dienstleistungsangeboten und Kaufpräsenz



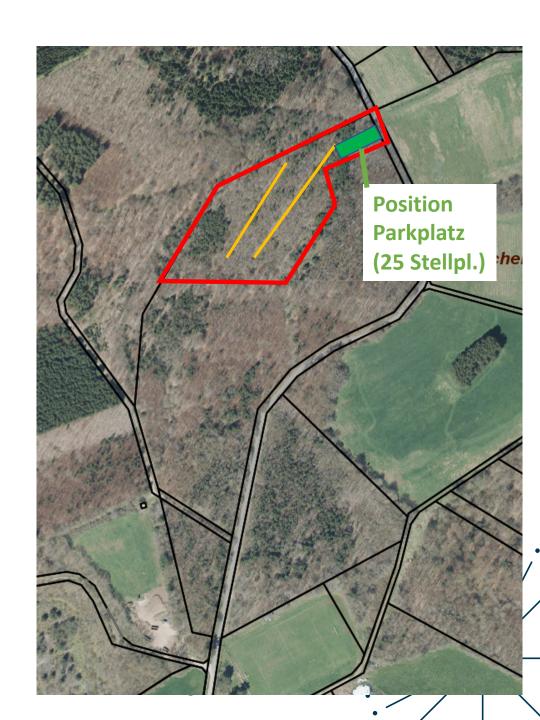
Einflüsse auf die Natur - Wald

- Freiflächenbedarf für Tiny Häuser und Parkfläche = 2.500 qm in Form von Lichtungen
- 85 % der Waldfläche des Grundstückes bleiben erhalten
- 60% der Erschließungswege sind aufgrund der existierenden Rückewege bereits vorhanden (keine Rodungen notwendig)
- Ausschließlich Rodung von Jungbäumen (der Bebauungsplan sieht den Erhalt von Bäumen mit einem Stammumfang von mehr als 50 cm vor)
- Notwendige Rodung von ca. 20 Festmeter Holz (zum Vergleich: im Zuge der Bewirtschaftung der 4.300 Hektar Forstbetriebsfläche der Gemeinde Blankenheim werden jährlich ca. 20.000 Festmeter Holz geerntet)





unbewaldeter Forst-Rückeweg, b=4 m



Einflüsse auf die Natur - Flächenversiegelung

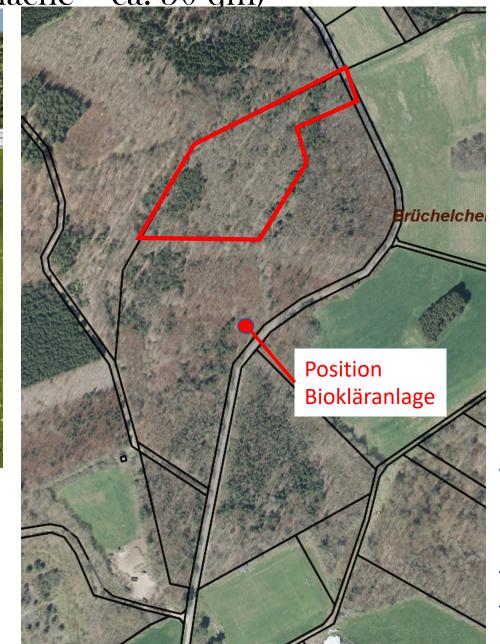
- Tiny Häuser stehen auf Schraubfundamenten komplette Geländefläche bleibt unversiegelt
- Wege und Parkflächen in Form einer wassergebundenen Wegedecke
- Dachfläche pro Tiny Haus ca. 25 qm, Versickerung erfolgt über die belebte Bodenzone, ohne das öffentliche Kanalnetz zu belasten



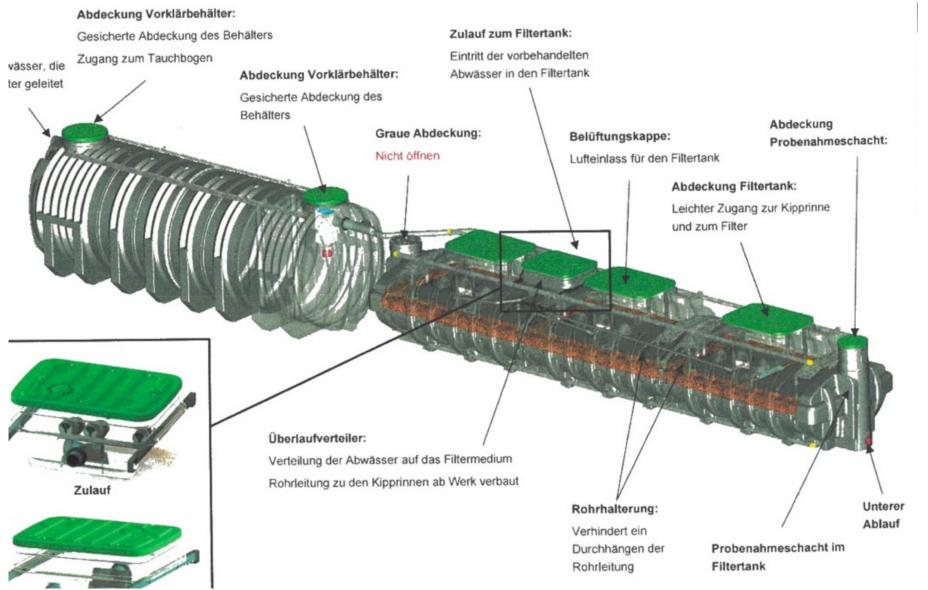


Biokleinkläranlage (benötigte Grundstücksfläche = ca. 50 gm)





Biokleinkläranlage (benötigte Grundstücksfläche = ca. 50 qm)



Effekte für den Standort:

- Investitionsvolumen EUR 3,5 Mio. EUR 5,0 Mio.
- Personalbedarf:
 - ✓ 1-2 Vollzeitstellen für Admin, Buchungsmanagement, Repräsentanz
 - ✓ 5-7 Halbtagsstellen für Reinigung
 - ✓ 1 Vollzeitstelle für Technik und Außenanlage
 - ✓ 1 Teilzeitstelle für Veranstaltungsmanagement
- Ca. EUR 300.000,00 bis EUR 450.000,00 p.a. Umsatz mit örtlichen Dienstleistungsunternehmen (Frühstücks-Service, Wäscherei, Gastro-Catering, Verleih von Sport-Equipment etc.)
- Ca. EUR 500.000,00 bis EUR 750.000,00 Umsatz p.a. für die örtliche Infrastruktur
 - (bei Ausgaben von EUR 25,00 pro Gast/Übernachtung für Gastronomie, Einzelhandel, Unterhaltung etc.)



Nutzen für die Region:



- Blankenheim als Vorreiter für einen modernen Tourismustrend verträglich für Umwelt und örtliche Bevölkerung
- Imagegewinn für den Standort durch bundesweite Präsenz in anspruchsvollen Medien (GEO Saison, Traveler, Walden, schöner
 Wohnen etc.)
- Erschließung einer neuen, zahlungskräftigen Zielgruppe auch aus dem weiteren Einzugsgebiet
- O Bis zu 10.000 Gäste per anno geben Geld in der Region aus
- Schaffung eines nachhaltigen Arbeitsplatzangebotes, welches mit örtlichem Personal besetzt wird
- o Einbindung lokaler Dienstleister sowie Kooperationen mit lokalen Marktteilnehmern
- Ganzjahres-Tourismus sorgt für kontinuierliche Auslastung und Umsatzzahlen





Ansprechpartner:

Neugrad Immobilien GmbH – Opladener Straße 149 – 40789 Monheim am Rhein

www.neugrad-eifel.de Telefon: 021 73 – 208 96 67

Frank Zweigner – <u>frank.zweigner@neugrad-eifel.de</u>

Frederik Eichen – <u>frederik.eichen@neugrad-eifel.de</u>

