

DOKUMENTATION

Dorferneuerung Oberndorf

Arbeitskreistreffen

Thema:
Tourismus

Pfarrheim in Oberndorf

am 18.03.2011

Arbeitskreissitzung Oberndorf am 18.03.2011

Thema: Tourismus

_Teilnehmer und Teilnehmerinnen

Jan Asendorf, Caspar Bingemer, Helga Bowitz, Günter Behrens, Saskia Drutjons, Jan-Dierk Horeis, Detlef Horeis (teilweise), Jan-Dierk Horeis, Hans-Heinrich Katt, Inge Köpke, Henning Kuhne, Carola Maas, Dieter Mehnert, Horst Nickel, Hans Poser, Petra Reese, Harald Säland, Jan Sieb, Albert Traeger, Siegrun van Bernem, Eibe von Glasow, Thomas Tiedemann, Horst von Thaden

Moderation und Protokoll: Sonja Hörster, Jascha Rohr (IPG)

_Zeitlicher Ablauf

18:30 Uhr	Begrüßung
	Rückblick letztes Arbeitskreistreffen & Ausblick auf die weitere Arbeitskreisarbeit
18:40 Uhr	Austausch von Neuigkeiten
19:00 Uhr	Kurzvortrag zum Thema Tourismus
19:20 Uhr	Rückfragen & Diskussion
19:30 Uhr	Themenplanung Tourismus
20:30 Uhr	Präsentation & Besprechung der Themenplanungen
21:10 Uhr	Ausblick auf das nächste Arbeitskreistreffen zum Thema Tourismus
21:30 Uhr	Ende des Arbeitskreistreffens

_Austausch von Neuigkeiten

_Bäume in Oberndorf

Im Ort wurden in der vergangenen Woche drei Buchen gefällt, die alt und entsprechend ortsbildprägend waren. Das wird bedauert. Herr Horeis teilt mit, dass die Buchen auf einem Privatgrundstück standen und das der Besitzer vor der Fällung eine Genehmigung eingeholt hat. Darauf entsteht die Frage, ob es denn für Oberndorf keine Baumschutzsatzung gibt. Sollte es keine geben, so steht die Frage im Raum, ob die Einführung einer Baumschutzsatzung eventuell Sinn machen würde. Das IPG wird sich erkundigen. Herr Tiedemann hat gehört, dass die Buchen wohl krank waren und daher gefällt werden mussten.

Herr Katt merkt an, dass im vergangenen Jahr auf der rechten Seite der Oste im Deichbereich enorme Kahlschläge stattgefunden haben. Herr Katt hat versucht Einfluss zu nehmen, was ihm aber nur partiell gelungen ist. Zuständig für den Deich sind zwei Deichverbände, die im Bezug auf Bäume sehr unterschiedlich agieren. Herr Bingemer trägt bei, dass die Oste kein Kanal ist und auch nicht als solcher wirken sollte, was durch Kahlschlag jedoch so wirkt. Auch im Sinne des Tourismus ist das nicht förderlich.

Herr Bingemer hatte mit Herrn Bgm Wagner, der im Deichverband ist, hierzu eine kontroverse Diskussion. Er hat mitgeteilt, dass alle Bäume gefällt werden sollen und höchstens noch Reet angepflanzt werden soll.

Natürlich sind sich alle einig, dass Deichschutz wichtig ist und daher Bäume, die durch ihren Wurzelwuchs den Deich gefährden, entfernt werden müssen. Auf der anderen Seite bewirken Bäume auch Deichschutz, z.B. im Winter gegen Eisschollen. Frau Drutjons bietet an, sich im Namen der Landwirtschaftskammer nach den Begründungen der Baumfällungen auf dem Ostedeich zu erkundigen und merkt an, dass zur Zeit generell viele Bäume auf Privatgrundstücken gefällt werden, um Photovoltaikanlagen auf dem Dach zur vollen Besonnung zu verhelfen. Frau Bowitz berichtet, dass vor kurzen auf ihrem Grundstück für sie unvermittelt von der Kreisstraßenmeisterei Bäume gefällt worden sind und regt an, dass Bäume nachgepflanzt werden, um unseren Kindern und Enkelkindern eine intakte Umwelt zu hinterlassen. Herr Horeis erinnert an die Idee, eine Baumpflanzaktion am Liebesweg durchzuführen oder auch einen Hochzeithain zu pflanzen bzw. mit den Konfirmanten Bäume zu pflanzen. Generell wird angeregt, die beiden Deichverbände und die Kreisstraßenmeisterei zu einem Gespräch in den Arbeitskreis Dorferneuerung einzuladen und nach einer gemeinsamen Lösung zu suchen. Es wird noch einmal thematisiert, dass Bäume den Charakter eines Ortes prägen. Natürlich ist es gut, Bäume nachzupflanzen, dennoch können sie für lange Zeit, alte und daher große, ortsbildprägende Bäume nicht ersetzen. Gerade auch in Hinsicht auf das Thema Tourismus ist es wichtig auf das Ortsbild zu achten und entsprechend sensibel mit der Fällung von ortsbildprägenden Bäumen umzugehen.

Leerstandskataster für Oberndorf

Die Erstellung eines Leerstandskatasters für die Gemeinde Oberndorf ist positiv beschieden worden und wird ergänzend zur Dorferneuerung durch das IPG erarbeitet. Die Vorbereitung findet im April statt, die Bestandsaufnahme zwischen dem 03.05 und 07.05.2011 in Oberndorf statt. Frau Hörster wird dazu ehrenamtliche Helfer benötigen. Herr Kuhne hat sich freundlicherweise bereits bereit erklärt für den Kernbereich Oberndorf Frau Hörster zur Seite zu stehen. Die Daten werden zur Planungswerkstatt Ende Mai vorliegen und in die Entwicklungsplanung einfließen können.

Sanierungsgebiet

Frau van Bernem berichtet, dass es verschiedene Programme der Städtebauförderung gibt, u.a. ein neu aufgelegtes Programm für kleine und mittlere Städte. Neuanträge müssen bis zum 1. Juni gestellt werden. Das Leerstandskataster ist eine gute Voraussetzung, um in die Förderung aufgenommen zu werden. Ihr Vorschlag ist nun einen Gesprächstermin mit Bürgermeister Herrn Horeis, Herrn Jungclaus vom Bauamt der Samtgemeinde und der Samtgemeindebürgermeisterin Frau Gallinat zu vereinbaren, um das weitere Vorgehen auszuloten.

Energie

Die aktuellen Ereignisse in Japan werden angesprochen. Was bedeutet das für Oberndorf? Wie wird in Oberndorf zukünftig Energie gewonnen? Muss Oberndorf autark werden? Wie soll mit dem Thema Windkraft umgegangen werden, in Oberndorf ein Reizthema? Ist Windkraft z.B. auch ein touristisches Thema? Frau Drutjons berichtete, dass in Bereich Brmerhaven Führungen zum Thema Windkraft angeboten und sehr gut angenommen werden.

Spannend wäre es, ein Energiekonzept für Oberndorf zu entwickeln, damit sich eine Mischnutzung koordiniert entwickeln kann. Es entsteht die Idee, einen unabhängigen Experten zum Thema Energie nach Oberndorf einzuladen. Frau Hörster schaut sich um. Frau Maas würde die Organisation vor Ort übernehmen.

Kurzvortrag zum Thema Tourismus in Oberndorf

Gesellschaftliche Urlaubstrends

Verschiebung der Altersstruktur

- Die 50 - 59-jährigen und Generation 60+ nimmt zu (dabei hat ein heute 70-jähriger die körperliche Verfassung eines 49jährigen im Jahre 1970)
- Urlaubsreisen mit Kindern: Häufiger in Begleitung Erwachsener, die über 50 Jahre sind
- Die Saisonalität wird sich wegen der demografischen Veränderung weiter entzerren (nicht mehr an Ferientermine gebunden)

Individualisierung

- Spontane Reiseentscheidungen nehmen zu. Marken vereinfachen dabei den Entscheidungsprozess, die Orientierungs- und Suchphase wird verkürzt, das Kaufrisiko wird reduziert und Grundqualitäten werden transportiert. Daher Suche nach Orientierung durch Marken
- Zunahme des „Smart Shoppers“. Er sucht im Unterschied zum „Schnäppchenjäger“ Qualität bei Preisvorteil
- Luxus und Askese schließen sich nicht mehr aus (Genussorientierung)
- Der Online-Vertrieb nimmt zu

Anforderungen an die niedersächsische Nordseeregion

Generell

- Die Deutschen sind auch in Zukunft die bedeutendste Zielgruppe für die niedersächsische Nordseeküste
- Die Nachfrage aus dem Ruhrgebiet - einer der zentralen Quellmärkte für die Nordsee - geht weiter zurück (Bevölkerungsrückgang, Veralterung, abnehmende Kaufkraft).
- Daher: Neue Märkte müssen erschlossen werden. Neue Märkte können jedoch nur mit guten Angeboten erschlossen werden
- Qualitativ hochwertige und authentische Angebote bei gutem Preis-Leistungsverhältnis werden als die einzige Chance angesehen, den Markt der niedersächsischen Nordseeregion auszubauen
- Servicequalität: Auf Grund zunehmender Reiseerfahrung steigende Erwartungen an die Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Bereitwilligkeit, auf spezielle Wünsche einzugehen
- Unterkunftsformen: Ausbau von Hotels, Ferienwohnungen und Ferienhäuser (das Buchen von Privatquartieren nimmt ab)

Zielgruppen und Urlaubszeiten

- Ältere und gesundheitsorientierte Gäste gewinnen an Bedeutung
- Saisonverlängerung: Gewinnung von Gästen für die Nebensaison
- Kurzurlaubsgerechte Angeboten werden stärker nachgefragt
- Haupturlaub für Familien: Zielgruppengerechtere Gestaltung mittels Infrastruktur (Familotels, zeitgemäßes Ambiente, Klassifizierung für familienfreundliche Betriebe, bessere Kinderbetreuung, Bauernhöfe im Binnenland)

_Strategie niedersächsische Nordseeregion

_(Re)Attraktivierung

- Mehr architektonische Qualität: Sanierung
- Regionaltypisches Ambiente, regionalisierte Ortsbilder
- Neugestaltete Fassaden
- Aufenthaltsatmosphäre

_Umsetzungsgedanken

- Umsetzung der Projekte durch Akteure vor Ort
- Mittelzuflüsse von Außen durch schlüssige Konzepte und die Ausweisung attraktiver Standorte

_Themenmarketing

- Konsequentes Zielgruppen- und Themenmarketing
- Aufbau eines Nischenmarktes: Individuell und mit Werten
- Bessere Angebote als bisher: Authentische Angebote, die den Wunsch des Gastes in den Mittelpunkt stellen
- Nordsee als CO2 Musterregion

_Betonung regionale Besonderheiten

- Weiterentwicklung der regionalen Besonderheiten
- Natur, Landschaft und Kultur als unverwechselbarer Maßstab und Bezugspunkt für touristische Angebote

_Leitlinien

_Binnenland niedersächsische Nordseeküste

- Position als Kultur- und Aktivregion sichern und ausbauen
- Natur, Landschaft und Kultur als unverwechselbarer Maßstab und Bezugspunkt für touristische Angebote
- Als günstige Alternative zur Küste positionieren
- Weiterentwicklung der regionalen Besonderheiten
- Weitere Themen profilieren Geschäfts- und Gruppentourismus ausbauen
- Saison durch Kurzurlaub weiter verlängern
- Bed & Bike ausbauen
- Tagestourismus halten und ausbauen

_Region Oste

- Rad, Urlaub auf dem Land, Wasserwandern (Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015)
- Maritime Urlaubsregion zwischen Elbe und Oste (Regionales Entwicklungskonzept Kehdingen-Oste)
- Standort mit der besonderen Entwicklungsaufgabe Erholung, Vorsorgegebiet Erholung (es gäbe auch noch Fremdenverkehr!), Vorranggebiet für Natur und Landschaft, Sportboothafen (Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Cuxhaven)
- Krimiland, Störinformationszentrum, Milchstraße, Schönheit der Ostelandschaft, Deutsche Fährstraße, Infozentrum Osteland (Stichworte, da und dort)

_Erfahrungen aus Oberndorf

1. Mocambo

_Angebot

- Neben der Schiffstour werden in der Regel noch 1 - 2 zusätzliche Angebote (Museumsprogramm Osten, Hasenfleet, Ulex, etc.) wahrgenommen, in einer Gaststätte zu Mittag gegessen und nachmittags (meistens an Bord) Kaffee getrunken
- Familienfeiern: überwiegend aus dem regionalen Umfeld
- Besondere Events: Autorenlesungen an Bord und Rundfahrten zu besonderen Anlässen

_Wer kommt wie von wo?

- 80% - 90% Tagestouren
- Etwa 60% der Touristen reisen in Gruppen an und etwa 40% sind Einzelbucher, die an Fahrplanfahrten teilnehmen
- Veranstalter: Vereine, Betriebe und zunehmend kleinere bis mittlere Busunternehmen
- Einzugsgebiet: Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, sowie das südliche und westliche Niedersachsen, regional Ansässige
- 80% der Besucher und damit Hauptzielgruppe sind 50 + (für über 90% der Kinder sind Fahrten, die länger als 45 Minuten dauern unattraktiv)

_Werbung

- Wichtigste Werbemedien: Internet und Mundpropaganda
- Zusätzlich Werbung über Touristikbüros der Umgebung, Touristikvereine sowie Werbung in Sonderpublikationen und in Tageszeitungen zu besonderen Anlässen
- Keine direkte Bewerbung von Veranstaltern (das geschieht indirekt über die Tourismusbüros)

2. Molkerei Hasenfleet

_Angebot

- Seit 2008 / 2009 Informations- und Besuchercenter
- Motto: probieren-studieren- einkaufen
- Angebot: Vortrag mit Film und Verkostung, den Milchmagister ablegen, Milchfrühstück und Kaffee & Kuchen (keine Bäckertorte)

_Wer kommt wie von wo?

- Die Besucher kommen per Rad, Auto und Bus.
- Besucher sind Kinder (Kindergarten, Schulen), Familien (Ferienwohnungen, Campingplatz usw.) und andere Altersgruppen (Thema interessiert alle Altersgruppen)
- Bei Gruppen mit Bus können wir für Oberndorf leider noch keine Tagestour anbieten (z.B. Molkerei-Mittagessen-Mocambo-Seilerei)

Werbung

- Mit Flyern, im Internet, über mehrere Tourismuszentralen, Auslegen der Flyer auf Messen und Anschreiben aller Busunternehmen mit der PLZ 2.... vorne.
- Beste Werbung für den Absatz der tollen Milchprodukte ohne Konservierungsstoffe und Zusätzen nach dem Besuch

Zahlen

- Mocambo: zwischen 3.000 - 5.000 Besucher pro Jahr
- Molkerei: In 2010 ca. 2.400 zahlende Besucher (Kindergarten und Schule sind frei)

Anregungen & Ideen

- C. Bingemer: Dorfrundgang mit Gästeführer, der u.a. die historische Fährstelle, die Kirche und einige interessante und malerische Örtlichkeiten beinhaltet
- H. von Thaden: Da uns Radwege zur Verbindung zum Ort fehlen, würde eine Anregung sein, ein Gefährt zur Personenförderung von Hasenfleet nach Oberndorf und zurück anzuschaffen

Bestand in Oberndorf, unvollständige Stichwortsammlung (IPG)

- Ortsbild mit hohem Potential
- Schöne direkte Umgebung (Oste, Bereich um Ostedeich)
- Unterkünfte: Ferienwohnungen, Wohnmobilstellplatz
- Touristische Ortsgestaltung: Radlers Rast, Stördenkmal
- Gastronomie: Ostekieker, Restaurant / Café 53° Nord
- Ausflugsziele: Mocambo, Molkerei Hasenfleet, Seidensticker Nudelspezialitäten
- Event: Weihnachtsmarkt
- Kunst & Kultur: Ortsansässige Künstler, KunstWerkGrün, Kultur auf dem Land e.V. ...

Potential in Oberndorf, unvollständige Stichwortsammlung (IPG)

- (Re)Attraktivierung des Ortsbilds
- Unterkünfte: Bed & Bike, Kurzurlaub, Single & Pärchen, Senioren
- Tourenplanung und Marketing (Gästeführer)
- Rundtouren (zu Fuß, mit dem Rad, Kanu, Mocambo)
- Kunst & Kultur vor Ort
- Paketangebote

_Umsetzungsgedanken (IPG)

_Konzeptentwicklung vor Ort

- Betriebe und Personen, die in und für Oberndorf Tourismus betreiben (wollen), entwickeln gemeinsam ein schlüssiges Tourismuskonzept
- Selbstermächtigung: Nur wer mitmacht, kann Schwerpunkte setzen und davon profitieren
- Mit einem schlüssigen Konzept werden Mittel / Förderungen akquiriert
- Themen z.B.: Zielgruppendefinition, Zusätzliche Unterbringungs-formen & Urlaubszeiten, Themenfo-kussierung und -marketing, Paketangebote, Ausarbeitung Oberndorfer Besonderheiten

_Paketangebote

_Schnüren von Paketen, z.B.

- Paket 1: Tagesausflug Oberndorf
- Paket 2: Bed & Bike in Oberndorf
- Paket 3: Kurzurlaub in Oberndorf
- Paket 4: Urlaub in Oberndorf

_Sparten

- Aktiv bewegen: Kanu, Schwimmen, Rad fahren, Reiten
- Besichtigen: Oberndorf, Ausflugsziele, Adventsspecial
- Kultur & Kunst selber machen: Theater, Landart

_Themen

- Entscheidungsfindung: Wilde Mischung oder Konzentration auf ein Oberthema, z.B.:
- Gläserne Landwirtschaft
- Lebensader Oste
- Kunst & Kultour Oberndorf

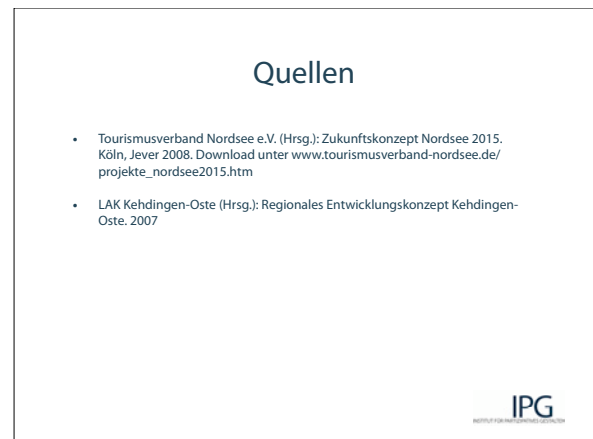
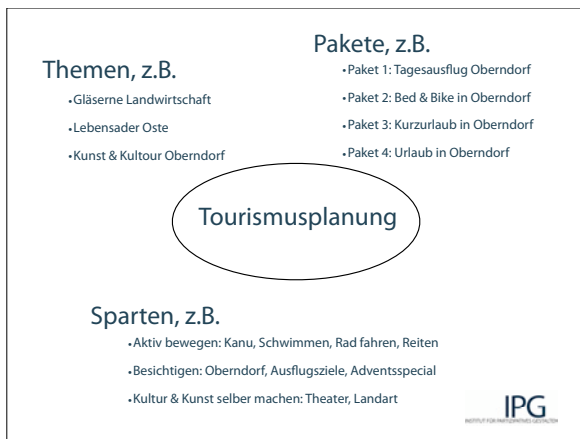
Touristikerfahrungen
Mocambo und Molkerei Hasenfleet



Exkurs:
(Re)Attraktivierung
Ortsbild



Rückschlüsse für Oberndorf



Themenplanung: Tourismus

Themenplanungen betrachten eine Planung ausschließlich aus der Perspektive eines Themas. Ziel ist dabei das maximale Lösungspotential zum jeweiligen Thema zu erfassen und darzustellen. Die einzelnen Themenplanungen der Arbeitskreissitzungen werden in der anschließenden Planungswerkstatt dabei helfen, stimmige Gesamtlösungen zu entwickeln, die die Besonderheiten aller Themen berücksichtigen.

Aufgabe:

Teil 1: Diskutieren Sie folgende Fragen in Ihrer Gruppe und finden Sie realistische Lösungen:

- Was benötigt unserer Idee minimal damit sie erfolgreich und attraktiv ist?
- Wen müssen wir für unsere Idee begeistern und auf jeden Fall mit ins Boot holen und wie machen wir das?
- Wie könnte unsere Idee realistisch finanziert werden?
- Was wären die ersten Schritte, die zu tun sind und wer tut sie?

_Elevator Pitch - Aufzugpräsentation



Was ist das?

Ein Pitch ist im Englischen ein Verkaufsgespräch. Ein Elevatorpitch, ist ein Gespräch, das nicht länger als die Fahrt in einem Aufzug dauert (ca. 30 Sekunden).

Wofür ist das nützlich?

Eine Aufzugspräsentation diente ursprünglich dazu z.B. einem Vorgesetzten oder einem Investor in der Dauer einer Fahrstuhlfahrt eine Idee schmackhaft zu machen.

Wie wird's gemacht?

Bei einem Elevator Pitch ist es wichtig, das Gegenüber emotional anzusprechen und in ihm starke und anregende Bilder zu produzieren. Dafür sind eine bildhafte Sprache, eine gute Stimme und Körpersprache nötig. Es hilft, eine kurze Geschichte zu erzählen oder eine prägnante Pointe zu setzen. Ein Elevator Pitch muss sofort und leicht zu verstehen sein.

In einem Elevator Pitch sollten zudem folgende Fragen beantwortet werden:

- Wer bin ich?
- Was ist meine Idee?
- Wofür ist diese Idee gut?
- Was hat mein Gegenüber von meiner Idee?
- Ein konkreter Vorschlag für den nächsten Schritt (z.B. eine vertiefendes Gespräch vereinbaren)
-

Verbindung zu anderen Methoden

Ein Elevator Pitch ist dann geeignet, wenn man eine gute tragfähige Idee hat und nun testen möchte, ob andere ebenfalls auf diese Idee anspringen und einen dabei unterstützen, sie weiterzuentwickeln.

Ein Elevator Pitch kann daher nach einer vorbereitenden Ideenfindung (z.B. Brainstorming (0002), Mindmapping (0003), Quick and Dirty Prototyping (0011)) und vor einer tiefergehenden Ausarbeitung (z.B. Entwerfen (0005), Konzeptidee aufschreiben (0010)) stattfinden.

Ergebnisse Arbeitsgruppe 1: Ortsbildgestaltung in Oberndorf

Inge Köpke, Eibe von Glasow, Hans Poser, Carola Maas, Dieter Mehnert, Horst Nickel

Was benötigt unserer Idee minimal damit sie erfolgreich und attraktiv ist?

- Idee / - Kreativität
- Einwohner
- Geld!!!
- Gestaltungsempfehlungen (z.B. Backstein sichtbar ...)

Was kann getan werden?

- Bepflanzung / Begrünung
- Ziegel / Fenster / Türen
- Reet (Dach)
- Ortsanlage / Straßendorf
- Straßenlaternen
- Zäune, Grundstückseinfriedung
- Pflaster
- Eingangsgestaltung
- Gänge (Steikbädelsgang)
- Straßenschilder (-Namen)
- Rückbau / Umbau
- Hofanlagen
- Gräben attraktiver gestalten (ursprüngliche Marschlandschaft)
- Ansprechendes Leitsystem
- Begehbarkeit der Deiche
- Tiere

Wen müssen wir für unsere Idee begeistern und auf jeden Fall mit ins Boot holen und wie machen wir das?

- Anwohner begeistern (Beispiele präsentieren, Fördergelder in Aussicht stellen)
- Gemeinderat zur Unterstützung mit einbeziehen
- Vereine einbeziehen
- Projektbezogene Spenden
- Fördergelder

Was wären die ersten Schritte, die zu tun sind und wer tut sie?

- Praktikable Gestaltungsempfehlungen entwickeln
- Das werden wir machen. Wir fangen an!

Ergebnisse Arbeitsgruppe 2: Oste erleben - Kurzurlaub in Oberndorf

Sigrun van Bernem, Hans-Heinrich Katt, Petra Reese

Ziel: Kurzurlauber kommen wieder / bleiben länger. Oberndorf: Gigantisches Potenzial für Kurzurlauber

_Zielgruppe

- Aktivurlauber
- Radfahrer / (Deich)-Wanderer (mit Hund)
- Kanuten
- Reiter
- Nacherholung, alle Altersgruppen
- Familien mit Kind

_Was wird benötigt?

- Gesamtkonzept
- Akzeptanz im Ort
- Qualitativ geeignete Quartiere
- Interessierte / geeignete Vermieter
- Gastronomie-Auswahl
- Aktivitätensvorschläge / Angebote - Touristisch
- Markenzeichen / Marke
- Vermarktungsstrategie
 - Warum kommt der Gast
 - Osteland
 - Cuxland-Spezial
 - Alleinstellungsmerkmale: Oste, Fahrradverleih? Kanu (mit Einweisung)?
- Fördermittel + Investitionen
- Routenvorschläge für Wanderer & Räder
 - Deich
 - Nähere- / weitere Umgebung
 - Kooperation mit Nachbarstrukturen

_Wen müssen wir begeistern?

- Oberndorf/-er
- Vermieter (Wohnungen, Fahrrad, Kanu's)
- Gastronomie

_Finanzierung

- Privatmittel von überzeugten vermietern (wirtschaftlicher Anreiz, Idealismus, Soziales Kapital ...)
- Fördermittel (für Qualitätsoffensive). Basis: Klares Konzept

_Erstes Fazit & erste Schritte

- Gesamtkonzept aus der Arbeitsgruppe heraus entwickeln
- Ziel, Weg, Nutzen
- Profi's involvieren (Check auf Machbarkeit?)
- Alle Interessengruppen aktiv einbinden (z.B. Segler, Angler, Schützenverein)
- Umsetzungskonzept mit Finanzierung, Zeit- und Aktivitätenplan

_Wer machts?

Wir! Unsere Arbeitsgruppe fängt an

Ergebnisse Arbeitsgruppe 3: Tagesausflug Oberndorf - Das All-Inklusive - Paket

Horst von Thaden, Helga Bowitz, Henning Kuhne, Günter Behrens, Harald Säland, Caspar Bingemer

_Paket 1

- Molkerei
- Mocambo
- Dorfrundgang
- Kirche (Orgel?)
- Heimatstube
- Seilerei
- Restaurant

_Weitere Möglichkeiten Tagesausflug

- Fahrraderverleih
- Skippern und Wandern
- Bündelung Werbung

Ergebnisse Arbeitsgruppe 4: Kunst und Kultur(ismus)

Albert Traeger

_Touristen wollen unterhalten werden und benötigen Anlaufpunkte

- Kunstausstellungen
- Kunstmarkt
- Lesungen
- Malkurse
- Naturkundliche Vorträge
- Umweltthemen
- Theater

_Wen muss man begeistern?

- Autoren
- Regionale Künstler
- Fachkundliche Experten einladen

_Wo kann das Ganze statt finden?

- Kunstscheune / Kulturscheune (siehe in Neuhaus: Schleusenhäuschen)

_Wer kümmert sich darum?

Ich, Albert Traeger. Ich stelle auch meine Räumlichkeiten „Am Dammhof“ zur Verfügung

_Wie kann das finanziert werden?

Privatmittel und Fördermittel

_Offene Fragen

- Wie funktioniert das mit den Versicherungen?

Ergebnisse Arbeitsgruppe 5: Gläserne Landwirtschaft

Jan-Dierk Horeis, Jan Sieb, Thomas Tiedemann, Jan Asendorf, Saskia Drutjons

Idee 1: Der Tagesausflug „Raus aufs Land“

In der Oberndorfer Landwirtschaft spielt Milchviehhaltung und das Produzieren von Milch eine maßgebliche Rolle. Man könnte unter dem Motto „Raus aufs Land“ eine Tagesfahrt anbieten. Ein Milchviehbetrieb richtet dazu einen Seminarraum her und öffnet seine Pforten. Ähnlich wie in der Molkerei kann hier zunächst eine Einführung erfolgen und vielleicht ein kleiner Infofilm gezeigt werden. Der Gästeführer erklärt die Abläufe auf einem Milchviehbetrieb, es gibt einen Imbiß und dann macht man einen Rundgang. Danach geht man weiter zur Molkerei Hasenfleet, um die Weiterverarbeitung der Milch zu erleben.

Idee 2

Es gibt einige schöne Wege in der Oberndorfer Landschaft, die auch immer wieder einmal von Radfahrern genutzt werden oder bei entsprechender Herrichtung von diesen genutzt werden könnten. An diesen Wegen könnte man ansprechend gestaltete Hinweistafeln aufstellen, die auf besondere Aspekte der Landwirtschaft und der Oberndorfer Landschaft hinweisen und sie näher erklären.

Offene Fragen & Ideen

Keiner der anwesenden Landwirte hat einen Milchviehbetrieb. Man weiß auch nicht, wer bereit sein könnte, ein solches Programm zu entwickeln und durchzuführen, da die Landwirtschaft an sich schon sehr arbeitsintensiv ist.

Man könnte vielleicht einen bereits berenteten Landwirt als Gästeführer einstellen. Wie kann man jemanden finanzieren, der so etwas macht? Oder könnten die Landfrauen hier etwas wissen oder Interesse haben?

Ein Busunternehmen aus dem Bremerhavener Raum bietet erfolgreich „Raus aufs Land Touren“ an. Auch mit der Bildungsbehörde in Cuxhaven könnte gesprochen werden

Wer macht's?

Soweit niemand

Weitere Gedanken nach den Präsentationen

- Vernetzung: Der Schlüssel zum Erfolg im Bereich Tourismus liegt darin, dass man alle Beteiligten an einen Tisch bekommt
- Der Wirtschaftsfaktor solcher Unternehmungen muss deutlich und kommuniziert werden
- Für die Ferienhausvermieter: Pakete für den Weihnachtsmarkt z.B. auch für das Kanusommerfest. Geschlossene Programmvorschlage. Was ungewöhnliches.
- Was ist mit einem Markt? Z.B. Regionalmarkt: Kunsthandwerk und Ausstellungen vielleicht sogar auf dem Dammhof vielleicht mit einem musikalischen Event. Wer könnte das machen wollen?
- Input von der Samtgemeinde Am Dobrock holen. Von Herr Johnen und Herr Rico Karsten. Was für ein Spielball ist man in Bezug auf die Nahregion Hamburg
- Die Samtgemeinde am Dobrock hat auch ein Touristikkonzept erstellen lassen. Das IPG besorgt es und informiert über die Inhalte.
- In Rinstedt gibt es ein Heuhotel, das sehr erfolgreich betrieben wird. Die Landsehnsucht ist auf jeden Fall da und kann genutzt werden

Einbindung in den Gestaltungsprozess

Dieses Arbeitskreistreffen hat bei uns einen ganz besonders guten Eindruck hinterlassen. Es war sehr fröhlich, es wurde viel gescherzt und gelacht.

Auch wurde mehrfach von verschiedenen Teilnehmerinnen und Teilnehmern angesprochen, dass die Grundlage einer tiefgreifenden Dorfentwicklung das eigene Aktiv werden ist und man daher selber Teil und Akteur von Veränderungen sein muss.

Diese Erkenntnis wurde bereits umgesetzt, indem fast alle Arbeitsgruppen beschlossen haben, die ersten Schritte zur Umsetzung ihrer Vorschläge selber in die Hand zu nehmen und weiter daran zu arbeiten.

Verabschiedung und Terminklarung

Der Termin für den letzten Arbeitskreis vor der Planungswerkstatt steht nun fest: Dienstag, der 03.05.2011 um 18:30 Uhr

Die 2. Bürgerversammlung zur Vorstellung des Dorfentwicklungskonzepts im Entwurf findet am Dienstag, der 28.06.2011 um 19:00 Uhr statt