
AG Ländlicher Tourismus und Naherholung, 2. Sitzung, Rathaus Gangelt, 22.03.06

Anwesend: André Mober, Günther Steinhauer, Hermann von den Driesch, Wolfgang Schwer, Ruth Deckers, Wilfried Holten, Frank Knob, Herbert Corsten, Giso Harrer, Patricia Mees, Simone Zaunbrecher, Kunigunde Bürgens, Jörg Borgans, Heide Huchel, Willi von den Driesch, Bernd Schölzel, Gerd Dahlmans, Arno Todt, Andreas Nienkemper

1. Prioritäre Projekte: Entwicklung eines grenzüberschreitenden Routennetzes

- Schaffung eines vernetzenden Autoroutensystems mit Parkplätzen sowie Kunst, Kultur und Gastronomie, von dem aus andere touristische Routen und Wege (wie Radrouten, Schmugglerroute, Skating- und Rolli-Route, Nordic Walking) leicht zu erreichen sind.
 - Entwicklung und Beschilderung des Routensystems (Berücksichtigung von Rundwegen, Informationstafeln an Knotenpunkten und Parkplätzen, Hinweise an Bundesstrassen etc.);
 - Erstellung und Vertrieb von Kartenmaterial;
 - Präsentation im Internet und Integration in Navigationssoftware;
 - Entwicklung von Parkplätzen und Knotenpunkten in Verbindung Radwegen und anderen Routen;
 - Projektträger: Gemeinden, evtl. Kreis Heinsberg.
- Realisierung einer touristischen Schmugglerroute.
 - Sammlung von Informationen, Zeitzeugen und „Originalen“ mit Hilfe von Heimatvereinen, Historikern und Schulprojekten;
 - Entwicklung der Route und Beschilderung mit Infotafeln (gemeinde- und grenzüberschreitender Ansatz, dabei sollte, historisch bedingt, jede Gemeinde über eigene „Schmuggelpfade“ verfügen);
 - Angebot von Führungen und Treffen mit Zeitzeugen;
 - Erstellung von Informationsmaterial und Gemeinde übergreifende Vermarktung;

- Veranstaltungen von Schmugglersonntagen, an denen Erlebnisveranstaltungen in Anknüpfung an diese Zeit realisiert werden;
- Evtl. Spielentwicklung für Familien „Schmugglerpfade in der Selfkant Region“;
- Projektträger: Tourismusvereinigung oder Heimatverein.

2. Prioritäre Projekte: Erschließung von Anziehungspunkten, Gastronomie und Übernachtung

- Realisierung attraktiver, mehrsprachiger Beschilderung in Niederländisch und Deutsch sowie evtl. auch in Englisch (für AWACS Beschäftigte und ihre Familien).
 - Willkommensschilder an den wichtigsten Zufahrtstraßen mit „Der Selfkant“-Logo;
 - Wegweiser zu den Anziehungspunkten mit Öffnungszeiten, insbesondere auch in den Orten;
 - Infotafeln an den Anziehungspunkten;
 - Projektträger: Gemeinden oder eventuell Tourismusvereinigung.
- Verbesserung der Öffnungszeiten in der Gastronomie.
 - Schaffung von Anreizen für die bestehenden Gastronomen und Gewinnung neuer Gastronomiebetreiber;
 - Weiterentwicklung der Gastronomie ist auch als ein Prozess zu verstehen, der sich aus neuen touristischen Impulsen und neuen Besuchern entwickelt;
 - Gemeinsame Saisonöffnung ist als ein neuer Impuls zu verstehen, an dem eine breite Beteiligung der Gastronomen wichtig wäre;
 - Es wäre wünschenswert, wenn sich die Gastronomen an neuen Routen z.B. mit gastronomischen Angeboten zum Thema (Erlebnisgastronomie) und abgestimmten Öffnungszeiten beteiligen.

3. Prioritäre Projekte: Vermarktung der Region als Naherholungs- und Tourismusgebiet

- Entwicklung von Strukturen zur touristischen Information, insbesondere an Wochenenden.
 - Realisierung von Informationskästen bzw. -tafeln an Rathäusern, Ortsmittelpunkten und wichtigen Anziehungspunkten;
 - Schaffung kostengünstiger, touristischer Informationsstellen bei Dritten (z.B. Gastronomie, Tankstellen, Direktvermarkter, Kioske) und gut erkennbare Kennzeichnung mit dem „Der Selfkant“-Logo und einem „i“ für Informationspunkt.
- Realisierung von Werbemitteln.
 - Einsatz des Logos auf Bussen, Baufahrzeugen und Speditionen sowie auf Verpackungen wie etwa von „Roseneiskrem“;
 - Breiter Einsatz des Logos „Der Selfkant“ als Qualitätssiegel, mit Entwicklung von Qualitätskriterien und Etablierung einer Vergabestelle.

4. Sonstiges

- Bäckerei Meyers produziert Backwaren in Katzenform, die evtl. als Werbemittel genutzt werden können.
- Käserei Tholen will zur Grünen Woche einen „Selfkant-Käse“ produzieren.
- Für eine professionelle touristische Information und Vermarktung wird eine eigene Einrichtung für die Region als sinnvoll angesehen. Schwierig erscheint die Finanzierung von Personal und Marketingetat. Grundsätzlich sollte eine solche Struktur nach und nach, entsprechend dem touristischen Aufkommen, entwickelt werden. In einem ersten Konzept können ehrenamtliche Personen, evtl. auch ältere Jahrgänge, eine Rolle spielen. Anreize für ehrenamtlich engagierte Personen und Anstellungen auf 400 Euro Basis könnten erprobt werden. Kontinuität ist ein entscheidendes Erfolgskriterium.