



Institut für Ökologie und
Innovation GmbH

nova - Institut für
Ökologie und Innovation
GmbH

Goldenbergstr. 2

D-50354 Hürth

Tel.: 02233-949041

Fax: 02233-949042

Email: arno.todt@nova-Institut.de

AG Ländlicher Tourismus und Naherholung, 1. Sitzung, Rathaus Gangelt, 22.02.06

Anwesend: Gerd Dahlmanns, Bernhard Tholen (zeitweise), André Mobergs, Wilfried Holten, Giso Harrer, Ruth Deckers, Jörg Borgans, Heide Huchel, Ina Bisani, Frank Knobens, Petra Claßen, Heinz-Willi Schröders, Kunigunde Bürgens, Simone Zaunbrecher, Willi von den Driesch, Horst Helbig, Wolfgang Erkens, Günther Steinhauer, Josef Schmitz, Herbert Jahr, Arno Todt, Andreas Nienkemper

1. Entwicklung eines grenzüberschreitenden Routennetzes

Konzeptionelle Aspekte

- Die Entwicklung des Routennetzes sollte mit den Betroffenen abgestimmt werden, um mögliche Konflikte im Vorfeld zu vermeiden.
- Bei der Realisierung sollte eine Beschränkung auf Routen-Highlights erfolgen, die zu einer stärkeren Profilierung des Routennetzes und der Region beitragen.
- Die Anbindung der Routen an Bahn, Bus und Straßennetz soll berücksichtigt, Knotenpunkte für den Einstieg geschaffen sowie Ruhepunkte und Rastplätze, Infopunkte und Aussichtspunkte einbezogen werden.
- Beim Wegenetz sollen Lücken zwischen den deutschen und zu den niederländischen Gemeinden geschlossen werden.
- In der Routenführung sollen gastronomische Betriebe und Anziehungspunkte miteinander vernetzt und besonders charakteristische Attraktionen herausgehoben werden. Das Rodebachtal, die Bussumer Heide und der Golfplatz sollen mit angebunden werden.
- Die ausgebildeten Gästeführerinnen sollen geführte Routen-Wanderungen anbieten.
- Bereits bestehende Routen sollen weiterentwickelt und möglichst in das Routennetz integriert werden.

Inhaltliche Ansätze

- Mögliche Routenformen bzw. Zielgruppen: Wanderer und Walker, Radfahrer, Kutsche, Auto, Inline-Skating, Motorrad und Oldtimer, Reitwege (inkl. Futterpunkte etc.), barrierefreie Rolliroute.
- Mögliche Routenthemen: Kirchen und Kapellen, „Auf den Spuren Carl Carstens“, Mühlen und Denkmäler, Waldroute, Gesundheitsroute, Frisch vom Land, Kunst und Handwerkeroute mit offenen Werkstätten, Frauenschätze, „Jenseits und diesseits der Grenze“, historische Personen aus der Region.
- Schmuggler Routen und Schmuggelmuseum: Es bestehen noch viele alte Schmugglerpfade, ein entsprechender grenzüberschreitender Touristenweg wird aktuell realisiert. Führungen könnten durch ältere Bürger mit Erlebnissen und Anekdoten aus dieser Zeit erfolgen. Historische Gegenstände könnten in einem kleinen Museum ausgestellt werden.

2. Erschließung von Anziehungspunkten, Gastronomie und Übernachtung

Allgemeine Aspekte

- Es bestehen keine Informationen über eine wachsende Nachfrage nach Übernachtungen. Aussagen dazu sind eher spekulativ. Die Auslastung der Übernachtungsbetriebe liegt aktuell bei etwa 27 Prozent (Information von Herrn Tholen). Mit der Entwicklung touristischer Angebote und der Qualität von Übernachtungsmöglichkeiten kann die Zahl von Mehrtagesgästen jedoch steigen.
- In der Region besteht bislang überwiegend Tagestourismus. In einem konkreten Fall ist es gelungen, mit Marketingmaßnahmen die Zahl von Tagestouristen (Bus) beträchtlich zu erhöhen. Die Maßnahmen sind in Zusammenarbeit mit dem VVV erfolgt.
- Einen interessanten Bereich für neue Übernachtungsmöglichkeiten können einfache, preiswerte Angebote bieten wie z.B. „Bed and Breakfast“, zumal hier von Anbietern oft keine großen Investitionen getätigt werden müssen.
- Landwirtschaftliche Betriebe als Anbieter von Übernachtungen oder Investoren für die Umnutzung ländlicher Gebäude könnten gewonnen werden: Übernachtung auf dem Bauernhof, Hofcamping, Heuhotels als Gruppenunterkunft. Die Gewinnung landwirtschaftlicher Betriebe hat sich in einem Projekt im Kreis Heinsberg insgesamt als nicht leicht erwiesen.
- In der Region bestehen gute Chancen für die kaufkräftige Zielgruppe der Wohnmobiltouristen: Der Wohnmobilplatz in Waldfeucht ist gut angenommen; es ist geplant, auch in Gangelt einen Wohnmobilplatz zu realisieren.

Projektansätze

- Wenn es darum geht, zusätzliche Anbieter von Übernachtung aus der Region zu gewinnen, sollte die Entwicklung des Bewusstseins als Tourismus- und Besucherregion ein wichtiges Element von Maßnahmen bilden.

- Die Entwicklung der Qualität von Gastronomie und Übernachtung ist erforderlich und sollte zuerst mit aufgeschlossenen Betrieben erfolgen, die Perspektiven für ihre Betriebe entwickeln wollen.
- Die Öffnungszeiten von Gaststätten und Anziehungspunkten in der Region sollten insbesondere an den Wochenenden verbessert werden.
- Es sollte eine einheitliche, ansprechende und mehrsprachige Beschilderung der Anziehungspunkte geschaffen werden.
- Ideen zu Realisierung von Events: Bitgang, Fest der Höfe, Zipfellauf, Drei-Gemeinde-Lauf.

3. Vermarktung der Region als Naherholungs- und Tourismusgebiet

Allgemeine Aspekte

- Überlegungen für eine regionseigene touristische Vermarktung wurden angestellt. Der Finanzierungsaspekt wurde nicht erörtert. Eine zentrale Stelle in der Region könnte als Koordinator (z.B.: Terminplanung zu Events, Zimmervermittlung, Routeninformation) und Vermarkter (z.B.: Informationsmaterial, Pressearbeit, Kontakte, Netzwerkarbeit) fungieren. Wichtig wäre eine Besetzung an Wochenende und Feiertagen. Als Ort für eine solche Stelle wurde beispielsweise die Breberer Mühle oder das alte Rathaus Gangelt vorgeschlagen.
- Die Region kann durch ihre geographische Lage gut als Ausgangsstandort für Tagesausflüge im Großraum Aachen, Maastricht, Lüttich dienen. Der Selfkant bietet einen preiswerten Standort in ruhiger Natur. Dieses kann als weiteres Marketingargument genutzt werden.
- Die Region brauche Alleinstellungsmerkmale. Vorgeschlagen wurden die folgenden Aspekte: westlichster Punkt in Deutschland und Zipfelregion (nicht geeignet für die Vermarktung in NL), Schmuggerregion, Entwicklung eines regionaltypischen Produkts (evtl. als zollfreie Ware vermarkten), historische Verbundenheit mit NL. Es könnten evtl. auch ein spezifischer überregionaler Event etabliert werden, um sich von anderen Regionen abzuheben.
- Bei Maßnahmen zur Vermarktung sollen Internet, Zeitschriften, Radio, Fernsehen, regional und überregional, Berücksichtigung finden. Als Werbeträger z.B. für das neue Logo könnten auch Fahrzeuge von Speditionen sowie Taxi- und Busunternehmen dienen.

Projektansätze

- Werbemittel: In Verbindung mit dem neuen Logo und der Katze wurde vorgeschlagen, Autoaufkleber, Postkarten, Ansteckpins, eine Katze als Stofftier (z.B. für die „Grüne Woche“) sowie Weingummi (Haribo) anfertigen zu lassen. Darüber hinaus könnten die Katze als Backware und Zipfelbrötchen in der Region produziert werden.

4. Sonstiges

- Erlebte Geschichte: In der Region leben viele ältere Menschen mit interessanten Erinnerungen aus historischer Zeit; diese Erfahrungen sollen erhalten und weitergegeben werden. Ansätze dazu liegen in den folgenden Bereichen: erzählte Geschichte in Schulen, Erzählcafes, Führungen durch ältere Bürger entlang der Routen sowie Treffs junger und alter Menschen.