

Protokoll

Zeit: 08.09.08; 19:00 bis 21:45
Ort: Sitzungssaal Verbandsgemeinde Hahnstätten
Anlass: Arbeitskreis „Freizeit, Tourismus“

Teilnehmer: 20, siehe Liste im Anhang
Verteiler: wie Teilnehmer

1. Ergänzung der Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken-Analyse

Das Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken-Tableau, zusammengestellt aus den Ergebnissen der Auftaktveranstaltung (Anzahl Mehrfachnennungen in Klammern), wird wie folgt ergänzt (Zusätze = Fettdruck):

Stärken-Schwächen/Chancen-Risiken			
Bereich: „Freizeit, Tourismus“			
Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Schöne Wald, Natur- und Kulturlandschaft zu Fuß erreichbar/ erlebbar	Ungenügende Qualität des gastronomischen Angebots im Bereich „Hohlenfels“	<i>Profilierung als Naherholungsziel mit hoher Qualität</i>	<i>Verlust an potentiellen Touristen</i>
Geologische Besonderheiten		<i>Möglichkeit zur Integration in den Geopark</i>	
Bergbautradition (touristische Nutzung liegt brach)		<i>Zusätzliche touristische Attraktion; Möglichkeit zur Integration in den Geopark</i>	
Hohe allgemeine Freizeiteignung		<i>Kann noch besser genutzt werden</i>	
Viele touristische Sehenswürdigkeiten z.B. Burgen	Touristische Sehenswürdigkeiten noch zu wenig erschlossen		<i>Geringere Attraktivität für Touristen</i>
Jüdische Friedhöfe in Burgschwalbach und Kaltenholzhausen		<i>Erschließung zusätzlicher Zielgruppen</i>	
Hügelgräber und Germanenburg		<i>Sinnvolle Ergänzung des Limestourismus auf der „germanischen“ Seite</i>	

Stärken-Schwächen/Chancen-Risiken			
Bereich: „Freizeit, Tourismus“			
Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Kulturangebot Kreml/ Fahr zur Aar, Schloss- gartenkonzerte. Pau- schalangebote für Ta- gestouristen, Draisinen	Lücken in der Freizeit- /Tourismusinfrastruktur u.a. für Jugendliche z.B. kein Freibad, Disco, Kino	<i>Entwicklung von Ni- schenangeboten</i>	<i>Abwanderung der Kaufkraft von Bürgern und Touristen</i>
Gut ausgebaute Rad- und Wanderwege	Wander-/ Radwege noch zu wenig überregional ver- netzt und gemeinsam mit der Gastronomie vermark- tet	<i>Möglichkeit von der tou- ristischen Attraktivität ergänzender Angebote zu profitieren</i>	<i>Verlust an Tagesaus- gaben der Touristen</i>
	Wanderwege insbeson- dere mit Hessen noch nicht gemeinsam ver- netzt/vermarktet (es feh- len plakative Informatio- nen)	Gemeinsame attraktive Angebote	
Angebot an Para- hotellerie (FEWOS, Ferienhäuser, Pensi- onen)	Zu wenig Übernachtungs- möglichkeiten u.a. in Burg- schwalbach	<i>Entwicklung des Fami- lienurlaubs</i>	<i>An Wertschöpfung schwächere Tages- touristen</i>
	Keine Möglichkeiten für touristische Kurztransporte		<i>Geringere Attraktivität für Touristen</i>
Aartal als „touristische Destination“ (2)		Aartal als „Marke“ u.a. für Naherholungsgäste aus Rhein-Main und Rhein-Ruhr	

Für die Endfassung des ILEK werden die Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken noch präzisiert und zusammengefasst.

2. Ergänzung und Priorisierung der Projekte und Maßnahmen

Die Projektideen aus der Auftaktveranstaltung werden vorgestellt, teilweise überarbeitet, geclustert und durch das folgende Projekt ergänzt: „Land“schaft“natur (Fettdruck). Im Anschluss erhält jeder Teilnehmer 5 Klebepunkte zur Projektpriorisierung. Das Ergebnis stellt sich wie folgt dar:

Projekt	Anzahl Punkte
Ausbau des Wander-/Radwegenetzes (inkl. Bau von Grill- und Rastplätzen entlang der Fahrradwege; Ausbau eines Radweges in Richtung Panrod/ Kettenschwalbach als Querverbindung zum Radweg „Idsteiner Land/Goldener Grund“, Lahntalwanderweg mit dem Aartal vernetzen; Schaffung von touristischen Rücktransportmöglichkeiten; Ausweisung/Schaffung von Unterstellmöglichkeiten/Regenschutz am Aartalradweg; Angebote „Wandern ohne Gepäck“ entwickeln)	16 + 10
Erarbeitung eines länderübergreifenden Marketing- und Tourismus / Kulturkonzepts für das Aartal (inkl. Historische Besonderheiten sammeln, hervorheben, d.h. beschildern und vermarkten; Ausbau seniorenfreundlicher Angebote; Ausbau der Kinderbetreuungsangebote z.B. Ferienspiele)	19
Schnüren von touristischen Komplettangeboten mit Übernachtungen (inkl. Aufbau von entsprechenden Strukturen z.B. Ferienwohnungen für den Landurlaub)	16
„Land“schaft“natur (Kreativangebote unter Einbezug von Natur, Kultur, Bildung, Gesundheit)	11
Integration der lokalen, geologischen Besonderheiten in den Geopark „Limburg, Weilburg, Diez“	6
Öffentliche Förderung der regionalen Kultur erhöhen	6
Integration des Rad- und Wanderwegenetzes einschließlich Sehenswürdigkeiten und Gastgewerbe in ein „Geografisches Informationssystem“ (GIS) einschließlich Karten, Navigation	3
Einrichtung von Wohnmobilparkplätzen	3
Einführung einer regionalen Familien-Kultur/Freizeitkarte zur Verbilligung von ÖPNV, Kultur- und Freizeitangeboten	0
Gastronomische Aufwertung des Ausflugszieles „Hohlenfels“	0
Streuobstkultur weiterentwickeln und mit der Nassauer Streuobstroute vernetzen	0
Bau eines Kneippbeckens in Burgschwalbach	0
Integration von Kulturangeboten in den Kulturführer „Lahn-Taunus“	0

3. Konkretisierung der wichtigsten Projekte

Für die 4 am höchsten eingestuften Projekte erfolgt in 4 Kleingruppen die Konkretisierung (soweit möglich) auf einem vorgegebenen Projektblatt.

Handlungsfeld: „Freizeit Tourismus“		Pate: Herr Harry Rollig	
Projekt: Erarbeitung eines länderübergreifenden Marketing- und Tourismus / Kulturkonzepts für das Aartal („Marke Aartal“)	Ziele / Wirkungen:	<ul style="list-style-type: none"> - Positionierung des Aartals als touristisches Ziel für die Großräume Rhein-Main und Rhein-Ruhr 	
Träger / Projektverantwortliche: Zweckverband oder Regionalentwicklungsverein	Weitere Beteiligte:	<ul style="list-style-type: none"> - Verbands- und Ortsgemeinden - Landkreise Rhein-Lahn und Rheingau-Taunus - Landesregierungen (RLP/HE) - DEHOGA 	
Projekthalte:	Worauf ist zu achten ? (offene Fragen):	<ul style="list-style-type: none"> - Bestandsaufnahme - Produktbestimmung - Konzeptstruktur - Zielgruppenbestimmung - Imageziele festlegen - Konzepterarbeitung 	
Kostenschätzung:	Finanzierungsmöglichkeiten:	<ul style="list-style-type: none"> - 50.000 € (insgesamt für die Teile von RLP und HE) 	
Zeitraumen:	Erfolgskontrolle:	<ul style="list-style-type: none"> - Paul/Paula - ELER - Kommunale Eigenmittel 	
<ul style="list-style-type: none"> - 2 Jahre 	<ul style="list-style-type: none"> - Statistische Auswertungen, Umfragen (vorher/nachher), Akzeptanz des Konzepts bei den Beteiligten) 		

Handlungsfeld: „Freizeit Tourismus“		Pate: Frau Christel Schmiel	
Projekt: Ferien auf dem Land	Ziele / Wirkungen: <ul style="list-style-type: none"> - Mehr Übernachtungskapazitäten/mehr Übernachtungen im Bereich Ferienwohnungen - Höher Wertschöpfung durch Übernachtungstourismus - Angebotspauschalen mit Übernachtung - Vermeidung von Wohnungsleerstand 		
Träger / Projektverantwortliche: <ul style="list-style-type: none"> - Verbandsgemeinde - Projektteam 	Weitere Beteiligte: <ul style="list-style-type: none"> - Privatvermieter - Wohnungsbesitzer - Landwirte - Pensionen - Tourismusverbände 		
Projekthinhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Information(sveranstaltungen) schriftlich/mündlich - Klassifizierung (Beratung bei der Planung, Bau, Ausstattung) - Fördermittelberatung - Aufbau eines Vermarktungssystems/Homepage 	Worauf ist zu achten ? (offene Fragen): <ul style="list-style-type: none"> - Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden (Familien mit Kindern, Senioren) - Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis - Attraktive arrondierende Aufenthalts- und Freizeitangebote 		
Kostenschätzung: <ul style="list-style-type: none"> - € 15.000,00 Informationsveranstaltungen - Umbaukosten (individuell) - € 7.000,00 Homepage 	Finanzierungsmöglichkeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Private Eigenmittel - Öffentliche Förderung 		
Zeitrahmen: <ul style="list-style-type: none"> - 1-2 Jahre 	Erfolgskontrolle: <ul style="list-style-type: none"> - Zunahme der Anzahl an Privatvermieter und FEWOS in der Verbandsgemeinde 		

Handlungsfeld: „Freizeit Tourismus“		Pate: Herr Claus Harry Becker	
Projekt: Ausbau des Wander-/Radwegenetzes	Ziele / Wirkungen: <ul style="list-style-type: none"> - Bessere Erschließung und Vernetzung der Rad- und Wanderwege - Schaffung von Themenwanderwegen - Bessere Beschilderung, mehr Einkehrmöglichkeiten, Transportmöglichkeiten - Steigerung der Vermarktungsfähigkeit auch durch die Kooperation mit Nachbarregionen 		
Träger / Projektverantwortliche: <ul style="list-style-type: none"> - Projektteam - Verbandsgemeinde, Ortsgemeinden 	Weitere Beteiligte: <ul style="list-style-type: none"> - Landwirte - Anlieger - Verkehrsbetriebe - Interessensverbände - Aufsichtsbehörden - ADFC 		
Projekthinhalte – erste Schritte: <ul style="list-style-type: none"> - Machbarkeitsstudie/Strategieplanung/ Konzept - Wegegestaltung; Installation von Beschilderung, Versorgungsmöglichkeiten, Rastplätzen; Koordination mit Transportmöglichkeiten; Entwicklung von Wanderführern/Karten/GIS; Marketing einschließlich einer Koordinationsstelle 	Worauf ist zu achten ? (offene Fragen): <ul style="list-style-type: none"> - Partizipation u. Wissensmanagement - Ökologie - Einbindung touristischer Attraktionen 		
Kostenschätzung: <ul style="list-style-type: none"> - € 10.000 bis € 250.000 je nach Qualitätsanspruch und evtl. Nutzungsmöglichkeit des Ehrenamts 	Finanzierungsmöglichkeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Eigenmittel - ILEK Fördermittel - LBM Mittel - Sponsoren/ Maecenata (Kompetenzzentrum für Zivilgesellschaft, Stiftungswesen, Philanthropie, Gemeinnützige Organisationen) - Kommunen 		
Zeitraumen: <ul style="list-style-type: none"> - 10 Jahre 	Erfolgskontrolle: <ul style="list-style-type: none"> - Die definierten Projektziele sind erreicht 		

Handlungsfeld: „Freizeit Tourismus“		Pate: Frau Patricia Janning	
Projekt: Land"schaft"Kultur	Ziele / Wirkungen: - Kulturelle Bildung im ländlichen Raum als touristisches Angebot entwickeln	Träger / Projektverantwortliche: - Kreml - Verbandsgemeinde	Weitere Beteiligte: - Künstler - Dozenten - Vereine - Gastgewerbe
Projekthalte – erste Schritte: - Ausarbeitung von Kreativangeboten unter Einbezug von Inhalten aus Natur, Kultur, Bildung, Gesundheit) - Regionalakademie im Kreml mit naturpädagogischen und gesundheitsorientierten Angeboten aufbauen - Marketingaktivitäten	Worauf ist zu achten ? (offene Fragen): - Vermarktung - Terminliche Koordination mit anderen Veranstaltungen und Aktivitäten	Kostenschätzung: - € 15.000 p.a. für Marketingaktivitäten - € 10.000 p.a. für spezifische Ausstattung - € ? für laufenden Betrieb	Finanzierungsmöglichkeiten: - ESF - Mittel aus der Förderung der Erwachsenenbildung - Teilnehmerbeiträge
Zeitraumen: - Aufbauphase 2-3 Jahre	Erfolgskontrolle: - Über Teilnehmerstatistik		

4. Weiteres Vorgehen/Sonstiges

Die Projekte werden gemeinsam mit den Ergebnissen der anderen Arbeitsgruppen in das ILEK einfließen und bei der Abschlussveranstaltung im Oktober der Öffentlichkeit vorgestellt. Zudem ist vorgesehen in dieser Veranstaltung die o.a. Projektteams zur Umsetzung einzelner Maßnahmen bzw. Projekte zu werben.

Aus dem Teilnehmerkreis wird angeregt den Informationsaustausch aller Arbeitsgruppenteilnehmer untereinander zu ermöglichen. Zumindest sollten die Adressen untereinander ausgetauscht oder sogar ein Internetplattform für das ILEK auf der Homepage der VG eingerichtet werden. Auch sollten die Ergebnisse der Arbeitsgruppen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden (Presse, Internet) und das Projekt „ILEK VG Hahnstätten“ nochmals erklärt werden.

Der Moderator bedankt sich bei allen Sitzungsteilnehmern für die kreative Mitarbeit. Herr Bürgermeister Satony schließt die Sitzung um 21:45 Uhr.

Hahnstätten/Wiesbaden, den 10.09.2008



(Alexander Fromm)