

Arbeitskreis Kultur & Tourismus

Förderung – Was ist möglich?

touristische Infrastruktur / Freizeitinfrastruktur: Rastplätze, Schutzhütten, Ausschilderung, Naturerlebnisräume, Radwege, Reitwege, ...

Angebots- und Produkterstellung, Konzeptionen, Machbarkeitsstudien

Ausgangslage

Landesstrategie

Tourismusagentur
Schleswig-
Holstein

Zielgruppen: Familien mit Kindern mit mittlerem bis hohem Einkommen, **Best Ager**, Anspruchsvolle Genießer

Themen: **Gastronomie**, Gesundheit & Wellness, **Kultur & Freizeit**, **Radfahren**, Reiten, **Natur erleben**

= **Kooperationsebene für bundesweiten Übernachtungstourismus Familienkampagne, Best Ager Kampagne**

Holstein

(Untereibe
Tourismus e.V.)

Zielgruppen: Familien mit Kindern mit mittlerem bis hohem Einkommen, **Best Ager**

Themen: **Gastronomie**, **Kultur & Freizeit**, **Radfahren**, **Natur erleben**

= **Kooperationsebene für Radtourismus und tages touristische**

Vermarktung

(Promotionteam, Radmessen, Ausflugs magazin, GGV, Vertrieb Gruppenflyer, Werbung HVV, www.hamburg.de), Marketingbudget ca. 100.000 €

Regionales Potenzial /Regionale Strukturen

Achtung: Keine abschließende Arbeit

Organisation: Elbmarschenhaus (TIM e.V., ISU) als zentrale Tourismusstelle, Wedel Marketing, (Stadtmarketing Elmshorn), Geschäftsstelle Regionalpark Wedeler Au, Flugplatz, Hochseilgarten Heist

Radfahren: Ochsenweg, Nordseeküsten-Radweg, Elberadweg, Kreisradwegenetz (wird überarbeitet, Unterhaltung geklärt), GPS-Touren, Produkt Radfahren mit Sahnehäubchen) – Das Thema in der tages touristischen Kommunikation

Gastronomie & Regionale Produkte: zahlreiche Cafés, zahlreiche Direktvermarkter, Obstanbau: Holsteiner Apfeltage, Führungen, Obstblüte

Natur erleben: Elbmarschenhaus, Regionalpark Wedeler Au, Elbe, Carl-Zeiss Vogelstation, Liether Kalkgrube, Holmer Sandberge, Natur- und Landschaftsführern, NSG Tävsmoor, Reet Schalen

Kultur: Maritime Kultur, Rosen & Gärten (Aboretum, Rosarium, Baumschulen, Bandreißerkultur, Kultureinrichtungen: Batavia, Töverhuus, Bandreißerkate Haseldorf,...), Regionale Events: Wedeler Hafenfest, Holsteiner Apfeltage,

Stärken /Chancen

Tages tourismus ist Wachstumsmarkt

Hamburger Randlage – hohes tages touristischen Potenzial

Hohes Landschaftspotenzial

Verkehr: A 23, Bahnlinie, HVV

Radtourismus: hohes Potenzial, Kreisnetz wird optimiert, Fernradwanderwege

Gastronomie & Regionale Produkte: Obstanbau, zahlreiche Direktvermarkter

Kultur: kreative u. zahlreiche Akteure, gute Kultureinrichtungen, regional verankerte Kultur (Rosen & Gärten, Bandreißer, maritimer Kultur, Reetdachhäuser)

Reiten: teilweise große Reitstelle, hohe Bedeutung auf der Geest

Schwächen/Risiken

Hamburger Randlage: Nutzungskonflikte nehmen zu / Freizeitdruck (ldw. Maschinen)

Radtourismus: Öffnungszeiten Sperrwerke begrenzt, ergänzende Radwegebau erforderlich

Freizeitinfrastruktur ausbaufähig, jedoch geringe Investitionsbereitschaft (Toiletten, Rasplätze)

Maritimes Erlebnis: Mangelnde touristische Nutzung der Sportboothäfen, fehlende Ausflugs schiffahrt, Verschlickung der Häfen

Unzureichende Ausschilderung von Ausflugszielen / Cafés

Naturbad Oberglinde ist sanierungsbedürftig

Zu wenig spezifische

Übernachtungsangebote (für Radfahrer, Zeltplätze)

Keine attraktiven Wohnmobilstellplätze

Kein Kultur Netzwerk vorhanden

Reiten: Erweiterung des Reitwegenetzes aufgrund von Nutzungskonflikten schwierig

Keine naturverträgliche Anreise am Wochenende

Keine behindertengerechte/ barrierefreien Angebote bzw. kein Überblick über die Angebote

Arbeitskreis Kultur & Tourismus

Ziele

- 1. Ziel:** Die Entwicklungschancen der Region werden in erster Linie im Tagestourismus und in der Entwicklung von Naherholungsangeboten gesehen. Zielmarkt ist hier vorrangig die Metropole Hamburg.
- 2. Ziel:** Die Infrastruktur- und Angebotsentwicklung sowie die Kommunikation ist auf die
 - **Zielgruppen** Familien mit Kindern mit mittlerem bis hohem Einkommen und Best Ager sowie
 - auf die **Themen Radfahren, Gastronomie & Regionale Produkte, Kultur- und Naturerlebnisse** sowie auf das **Reiten** zu konzentrieren.
- 3. Ziel:** Regionale Akteursnetzwerke sollen aufgebaut und bestehende Netzwerke unterstützt werden.
- 4. Ziel:** Die Onlinevermarktung sowie der tagestouristischen Vermarktung in der Metropolregion Hamburg soll intensiviert werden.
- 5. Ziel:** Die Region kooperiert in der touristischen Vermarktung mit dem Unterebbe Tourismus e.V. und entwickelt die Marke holstein weiter. In der Region kommt dem Elbmarschenaus bei der Bündelung von Akteuren und Angeboten sowie deren Vermarktung eine zentrale Funktion zu.

Projekte

Leitprojekt:

- Regionalpark Wedeler Au
- Optimierung des Kreisradwegernetzes

Projektansätze:

- Touristische Nutzung der historischen Bahnlinie Uetersen-Tornesch
- Ausbau des Reitwegernetzes
- Wohnmobilstellplätze /Wohnmobillahafen : Deekenhörn, Seestermühe
- Bündelung des Kulturangebotes
- Elbmarschen-Tidenkieker
- Alte Kirchsteige Groß Nordende ausbauen
- Zeltlagerplätze / Übernachtungen für Radfahrer
- Naturerlebnisraum Liether Kalkgrube -Antrag
- Geologischer Lehrpfad Liether Kalkgrube
- Kulturführer / Kulturkalender
- Hist. Handwerk erlebbar machen: Weiden, Reet
- Angebote für Inliner
- Sicherung des frühgeschichtlichen Erbes
- Verbesserung der Krückauquerung (Brücke im Winter geschlossen lassen, Brückenveränderung, Ausweitung der Fährfahrten)

Wie wollen wir arbeiten?

Verein Tourismus in der Marsch e.V. bündelt touristische Leistungsträger
Aufbau eines Kulturnetzwerkes (vor Etablierung eines eigenen Netzwerkes
Abstimmung mit dem Kreis Pinneberg vornehmen. Dort soll Kulturarbeitskreis kreisweit
aufgebaut werden.