

IKEK Arbeitsgruppenprotokoll
AG „Technische Infrastruktur, Wirtschaft und Bildung“

Sitzungsort	DGH Rodenberg
Datum, Uhrzeit	13.8.2015 19 ³⁰ Uhr
Thema	Themenoffener Dialog mit dem selbständigen Tourismusberater Diplom-Geograph Michael Volkwein www.Tourismusberatung.net
Besonderheiten	Referent: Herr Michael Volkwein

Anwesenheitsliste			
NAME	E-MAIL	Tel.	Anwesend
Drees, Rüdiger	ruedigerdrees@yahoo.de		√
Brück, Sascha	sa.brueck@gmx.de	0178/3339111	√
Gödde, Josef	info@josef-goedde.de	0162/4409698	√
Körber, Oliver	Info@ing-koerber.de	0171/2744208	√
Schöndorf, Prof. Dr. Erich	Erich_schoendorf@gmx.de		√
Spies, Werner	w.spies@freenet.de	0175/5945153	√
Weber, Rico	info@ricoweber.de		√
Weiler, Thomas	tomweiler@aol.com		√
Protokoll-Adresssat(en)			
Schenk, Steffen	steffen.schenk@greifenstein.de		√

Herr Dipl.-Geograph Michael Volkwein stellte sich vor. Er ist selbständiger Tourismusberater und aktiv als

- Prüfer des [Deutschen Tourismusverbandes e. V.](#) für Tourist-Informationen (i-Marke)
- Prüfer und Trainer des [Deutschen Tourismusverbandes e. V.](#) für die Klassifizierung von Privatvermietern
- Auditor im Verfahren [Qualitätsmanagement für Kinder- und Jugendreisen \(QMJ\) - Unterkünfte](#)

Er erstellt Konzepte in den Bereichen Tourismusmarketing, Infrastrukturentwicklung, touristische Attraktionspunkte, Einzelhandelsentwicklung und Regionalmanagement und ist Mitglied im geschäftsführenden Vorstand des [Greifenstein-Verein e. V.](#) sowie an der Geschäftsstelle des neuen [GEOPARK Westerwald-Lahn-Taunus](#) beteiligt.

Dann erläuterte Herr Volkwein einige Aspekte des Gemeindemarketings, die unabhängig davon, ob das Marketing zur Ankurbelung des Tourismus oder von Gewerbe erfolgt, häufig übersehen werden.

- Marketing muss sich auch nach innen richten. Einwohner, die selbst überwiegend die Nachteile ihres Wohnortes im Auge haben, würden Besucher und potentielle Neubürger stark abschrecken.

Als Beispiel nannte er die Stadt Hadamar, deren Einwohner sich selbst noch als Bewohner der „historischen Fürstenstadt Hadamar“¹ verstehen, obwohl es dort seit 1743 keinen residierenden Fürsten mehr gibt. Nach Herrn Volkwein ist es für Hadamar zielführender, sich wegen der Glasfachsche (von denen es in Deutschland nur 3 gibt) als Glasstadt zu vermarkten. Das müsste an mehr Punkten im Stadtbild zum Ausdruck kommen.

Für Naherholung und Tourismus könnte sich Hadamar besser als Vorort von Limburg vermarkten, weil die 7 km Abstand zum Limburger Stadtzentrum für die meisten Touristen nicht von Belang sind. Das Problem ist aber, dass die Einwohner von Hadamar sich dagegen wehren, sich als Vorort Limburgs zu verstehen.

- Hintergrund: Hauptreiseziel der Deutschen ist inzwischen Deutschland, nicht mehr Spanien (Siehe Anhang, In Deutschland gibt es auch europaweit die meisten gewerblich bedingten Übernachtungen.) Entfernungen zwischen benachbarten Orten spielen für die meisten Touristen keine große Rolle, denn die meisten Fahrten werden mit dem Auto unternommen, vielleicht bald signifikant mehr mit dem Fernbus, der heute aber absolut gesehen erst eine geringe Rolle spielt.

Auf Greifenstein übertragen

- Greifenstein sollte nicht alles Marketing auf Greifenstein ausrichten, sondern seine Brückenfunktion zwischen Lahntal und Westerwald kommunizieren.
- Wichtig ist, auch ein positives Image nach innen zu vermitteln.
- Immer erst Angebote, die schon stehen und funktionieren bewerben, damit es zu positiven Überraschungen aber nie zu Enttäuschungen kommt.

Diskutiert wurde dann, dass dies für den Ulmtal-Radweg zutrifft, der jetzt schon von der eigenen Bevölkerung und Touristen angenommen wird, obwohl er offiziell noch nicht ganz den angestrebten Qualitätsmerkmalen entspricht.

In der folgenden Diskussion betonte Herr Schenk, dass man sich bemühe, die eigenen Leute in der Gemeinde zu halten und dazu Pakete zur Grundversorgung zu schnüren, die sowohl der eigenen Bevölkerung als auch Touristen dienlich seien.

Herr Volkwein wandte ein:

- Mangelnde Unterkünfte als auch fehlende Gastronomie seien wunde Punkte. Derzeit sei in vielen Teilorten Greifensteins keinerlei Gastronomie oder Unterkunft verfügbar, und zur Zeit gebe es nicht einmal auf der Burg Greifenstein einen Restaurantbetrieb.
- Die Situation werde sich noch verschärfen, weil es auf Grund der demografischen Entwicklung zu einem Mangel an Gastgebern kommen werde.
- Die Greifensteiner hätten kein Gastgeber-Bewusstsein, würden einem potentiellen Wirt auf der Burg aber durchaus erzählen, dass sich das lohnen würde.
- Die Regionalität sei am besten als „herb-herzlich“ zu charakterisieren wie mit folgendem Beispiel erläutert: Ein Radtourist, der durchs Dorf fährt und grüßt, wird bestenfalls zurück angebrummt. Wenn derselbe Tourist aber seinen Mut sammelt und bei einer Panne jemanden fragt, wird man ihm durchaus helfen.

Herr Gödde machte den Vorschlag, Personalabteilungen von Firmen in der Umgebung eine Datenbank zugänglich zu machen, in der leer stehende und kaufbare Anwesen in Greifenstein aufgelistet sind. Damit könnte man die Schwelle zur Ansiedlung in der Gemeinde senken. Es kam die Bemerkung, dass z.T. Sogar schon die von einzelnen alten Personen bewohnten Häuser erfasst worden seien, und dass so etwas an Unmoral grenze. Im übrigen sei eine solche Datenbank vorsichtig zu gestalten, da sonst der Berufsverband der Makler dagegen klagen könnte. Herr Volk-

¹ Zitat der Webseite <http://www.hadamar.de>

wein empfahl. diesbezüglich Leistungen der [Regionalmanagement Mittelhessen GmbH](#) in Anspruch zu nehmen².

Herr Schenk bemerkte, dass bei der Gemeinde Greifenstein in 2015 deutlich mehr Kaufverträge als in 2014 angezeigt würden, und dass in Arborn 4 und an anderen Stellen noch ein bis zwei gewerbliche Parzellen zur Verfügung ständen.

Herr Volkwein wandte ein, dass Greifenstein daran arbeiten müsse, dass es imagemäßig nicht als Leuchtturm fungiere, sondern etwas gesichtslos zwischen Lahn- und Dillachse liege. Um das zu ändern könne man ruhig über den Tellerrand schauen und sehen, was es woanders gibt. Um Leuchtturm-Merkmale heraus zu arbeiten, müsse man sie vor allem der eigenen Bevölkerung bekannt machen. Im IKEK fehle so etwas wie ein Preisausschreiben, das den Bürgern mit einem Anreiz vermittelt, sich mehr Wissen über ihre eigene Gemeinde anzueignen und sich damit zu identifizieren. Eine Möglichkeit früherer Zeiten, das Fach Heimatkunde in der Schule existiert nicht mehr, da es in Greifenstein nur noch Kindergärten und Grundschulen gibt (Thema der nächsten Sitzung).

Herr Körber schlug vor, aus dem Thema der Brücke zwischen Dill- und Lahntal ein Leuchtturm-Merkmal zu erarbeiten.

Herr Schöndorf schlug vor, an prominenter Stelle in Ulm dem dort geborenen Theaterintendanten, Regisseur und Theaterpädagogen Erwin Friedrich Max Piscator (1893-1966) ein Denkmal zu setzen.

Herr Volkwein meinte, dass man ein solches Denkmal als Eisenkunstguss ausführen sollte. Eisenkunstguss hat als lokal ausführbare Technik (Rincker) eine Chance, vom IKEK gefördert zu werden.

Herr Spies, der Herrn Volkwein für den Abend eingeladen hatte, schlug vor, die im Rahmen von IKEK die Zusammenarbeit mit Herrn Volkwein weiter zu führen, auch als Brücke zum Greifenstein-Verein.

Herr Volkwein antwortete, dass so etwas wohl ausgeschrieben werden müsse, und dass vorher unbedingt ein Auftragsklärungsgespräch nötig sei. Die normalerweise nötigen Arbeiten zur Bestandsaufnahme seien aber unnötig, weil schon durch IKEK geleistet.

Nächstes Treffen des Arbeitskreises:

24. September 19³⁰Uhr, im Landhaus Hui Wäller, Schlossstraße 7, 35753 Greifenstein-Beilstein

Thematik: Schulwesen in Greifenstein

Anhänge:

Referat von Herrn Volkwein: Auswirkungen der demografischen Entwicklung auf den Tourismus in Hessen

Vorgaben für die Klassenbildung

Der Schulentwicklungsplan 2014/15 liegt noch nicht elektronisch vor und wird nachgereicht.

² Beispiel für eine solche Datenbank auf der [Webseite der Nachbargemeinde Mengerskirchen](#):

Grundstücks- und Immobilienbörse Marktflecken Mengerskirchen

In dieser Rubrik haben Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, in Mengerskirchen liegende Grundstücke und Immobilien kostenlos anzubieten oder entsprechend zu suchen. Das Einpflegen in die Grundstücks- und Immobilienbörse erfolgt ausschließlich auf Antrag. Nach einem Zeitraum von einem Jahr wird der jeweilige Eintrag automatisch gelöscht. Wenn Sie einen Immobilie oder ein Grundstück suchen oder anbieten möchten, nutzen Sie unser Onlineformular.