



Nina Brandt Jacobsen (von links), Katja Lauritzen, André Rosinski, Beate Burow, Juliane König und Joachim Nitz wollen die Beliebtheit der Ostseeküste gemeinsam steigern. Jeder von ihnen hat sich dazu auf ein Fachgebiet spezialisiert. Foto: KG

OHT setzt auf Deutsch-Dänische Kooperation

Länderübergreifendes Marketing soll Ostseeküste nach vorne bringen.

Scharbeutz. Nach eineinhalb-jähriger Vorbereitungszeit arbeiten jetzt 13 deutsche und dänische Projektpartner an einem ehrgeizigen Projekt. Gemeinsam wollen sie die Ostseeküste als Nordeuropas bestes Resort für modernen, aktiven Küstentourismus positionieren. Ziel ist es, voneinander zu lernen und die Übernachtungszahlen weiter zu steigern. Das Marketing der Deutsch-Dänischen Kooperation wird der Ostsee-Holstein-Tourismus e.V. (OHT) mit Geschäftsführerin Katja Lauritzen übernehmen. Als Mittel stehen für die nächsten drei Jahre insgesamt 4,5 Millionen Euro zur Verfügung. 75 Prozent davon, also 3,3 Millionen Euro, werden durch das neue Interreg Va-Projekt „REACT“ gefördert.

„Wir haben die geballte touristische Kompetenz an Bord“, gibt sich Katja Lauritzen zuversichtlich. Im Visier für die grenzüberschreitende Entwicklung der Ostsee haben die Touristiker die The-

menschwerpunkte Aktiv-Urlaub, Wassersport, Strand, Angeln, Wandern und Radfahren.

„Das Thema Strand bietet neue Chancen“, ist sich der Timmendorfer TSNT Geschäftsführer Joachim Nitz sicher. „Bei uns gibt es zum Beispiel 3000 Strandkörbe, in Dänemark hingegen keinen einzigen. Ein anderes Beispiel ist die blaue Flagge in Dänemark, die für zertifizierte Strände steht.“

André Rosinski vom Vorstand der TALB sieht weitere Möglichkeiten beim Radfahren. „Jeder dritte Gast erkundet die Region mit dem Fahrrad“, erklärt er und weist darauf hin, dass noch Nachbesserungsbedarf beim Kartenmaterial, speziellen Übernachtungsmöglichkeiten und digitalen Informationsmöglichkeiten besteht.

Und auch beim Angelsport gibt es noch Handlungsbedarf. „Mit Apps, ebooks, Netzwerken und Angelevents liebe sich der Angelsport besser vermarkten“, ist sich Beate

Burow sicher, zumal vielen Anglern die rechtlichen Bedingungen im Nachbarland unbekannt sind.

Mit Produktentwicklung, traumhaften neuen Routen, besserem Kartenmaterial, Aussichts- und Picknickpunkten und einer besseren Beschilderung möchte die Dänin Nina Brandt Jacobsen aus Svendborg vom Naturtourismus Wandern als Urlaubsangebot ausbauen. „Wir haben die perfekte Landschaft ohne Berge und wandern ist für alle im Alter von drei bis 97 Jahren geeignet“, findet Nina Brandt Jacobsen.

Nach wie vor erfreut sich der Wassersport großer Beliebtheit. „Wind- und Kitesurfen, SUP, Kanu- oder Kajakfahren – die Ostseeküste ist die perfekte Sportdestination“, wirbt Juliane König vom OHT für die Region.

Die gemeinsame Vermarktung der Region soll im Januar 2017 beginnen. Bereits für Mitte dieses Jahres kündigt Katja Lauritzen den Start einer Internetseite an. KG