



Ostern unplugged - Straßenmusikfestival

Scharbeutz. Auf dem Seebrückenvorplatz erwartet die Gäste von Scharbeutz ein österliches Ambiente. Musik von Welt - unplugged wird an fünf Tagen über Ostern geboten. Außerdem findet am Samstag ein Osterfeuer und am Sonntag das große Ostereiersuchen am Strand statt.

Neben den Leckerbissen auf den Bühnen gibt es zahlreiche Leckerbissen aus den Pfannen und Töpfen internationaler Küche zu entdecken. Weiterhin locken Künstler, Designer und Kunsthandwerker mit allerlei Schönerem und Außergewöhnlichem auf dem neuen Veranstaltungsplatz im Kurpark.

Programm:

Gründonnerstag, 24. März

16 bis 20 Uhr Ostermarkt
 16 bis 20 Uhr „Mimi Crie“

Karfreitag, 25. März

Markt geschlossen - Gastronomie geöffnet. Keine Livemusik erlaubt.

Ostersamstag 26. März

Ab 11 Uhr Markt
 13 bis 17 Uhr „Valentine & The True Believers“
 18 bis 22 Uhr „Roarings 40's“
 18 Uhr Osterfeuer

Ostersonntag, 27. März

Ab 11 Uhr Markt
 12 Uhr Ostereiersuchen am Strand
 11 bis 15 Uhr: „Friedrich JR“
 16 bis 20 Uhr: „Projekt Caramba“

Ostermontag, 28. März

Ab 11 Uhr Markt
 12 bis 16 Uhr: „Acoustic Fusion“ (red)

„Geballte touristische Kompetenz“

Deutsch-dänische Partnerschaft stellte neues Interreg-Projekt vor



Sechs Vertreter der 13 Projektpartner stellten die geplanten gemeinsamen Aktivitäten vor (hi. v. lks.): Nina Brandt Jacobsen (Naturtourisme I/S), André Rosinski (Tourismus Agentur Lübecker Bucht), Beate Burow (Stadt Fehmarn), Joachim Nitz (Timmendorfer Strand Niendorf Tourismus GmbH) sowie Katja Lauritzen und Juliane König vom OHT (vo. v. lks.).

Scharbeutz. Nach rund eineinhalb Jahren Vorbereitungszeit stellten die 13 deutschen und dänischen Projektpartner am vergangenen Freitag im Bürgerhaus das neue Interreg-Projekt vor. „Wir wollen Nordeuropas bestes Resort für modernen, aktiven Küstentourismus etablieren – und das wollen wir gemeinsam mit unseren dänischen Freunden“, erklärte Katja Lauritzen, Geschäftsführerin des Wirtschaftsverbands Ostsee-Holstein-Tourismus (OHT) einleitend. Dafür stehe den Projektpartnern über eine Laufzeit von drei Jahren (November 2015 bis Dezember 2018) ein Gesamtbudget von 4,5 Millionen Euro zur Verfügung, das zu 75 Prozent, also mit rund 3,3 Millionen Euro, gefördert werde. Der OHT ist dabei verantwortlich für das Marketing des gesamten Projektes und verwaltet das Budget von 750.000 Euro für die gemeinsamen Marketingaktivitäten, die Anfang 2017 starten werden.

Neben dem OHT gehören zu den Projektpartnern: Kiel Marketing GmbH, Timmendorfer Strand Niendorf Tourismus GmbH, Tourismus Agentur Lübecker Bucht, Stadt Fehmarn/Umweltrat, Wirtschaftsförderungs-Agentur Kreis Plön GmbH, Entwicklungsgesellschaft Ostholstein mbH sowie auf dänischer Seite Naturtourisme I/S, Business Lolland-Falster, Partnerskabet for Østersøturisme, Destination Fyn, Destination Lillebælt und Destination Sønderborg. „Ich denke wir sind sehr gut aufgestellt auf beiden Seiten der Ostsee und haben die geballte touristische Kompetenz an Bord“, freute sich Katja Lauritzen. So soll nun zunächst ein gemeinsames Profil der Destination Ostsee erstellt werden, welches auf bestehenden Marktforschungsanalysen aufbaut und mit neuen Analysen ergänzt wird. „Wir wollen sozusagen die DNA unserer Teilregion erarbeiten“, erklärte die

be sehr beliebt und stark vertreten, in Dänemark finde man jedoch nicht einen einzigen, wie Joachim Nitz, Tourismuschef in Timmendorfer Strand als Beispiel anführte. Die Projektpartner fokussieren ihre Arbeit dabei auf fünf Aktivurlaubs-Themen: Wassersport, Angeln, Radfahren, Wandern und Strandleben.

Neben der Aufstellung von Investment- und Entwicklungsplänen sollen zudem rechtliche Fragestellungen gelöst werden. Ziel sei es auch, insbesondere Angebote für die Nebensaison zu schaffen, um die Kapazitäten auszulasten und die Saison zu verlängern. Unter anderem sollen neue Angebote zur Belebung des Strandes in der Nebensaison entwickelt werden, die eventuell mit den anderen Themenbereichen kombiniert werden können. Auch denke man darüber nach, die Qualität von touristischen Produkten durch Zertifizierungen für Gäste verstärkt nachweisbar zu machen. So seien Strände in Dänemark mit der „Blauen Flagge“ ausgezeichnet, einem Umweltgütesiegel, das unter anderem Aufschluss über die Badewasserqualität gibt, so Joachim Nitz. Auf deutscher Seite können Fahrradurlauber in der Lübecker Bucht vielerorts bereits besonders fahrradfreundliche Betriebe am „Bett + Bike“-Schild des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) erkennen, erklärte André Rosinski, Vorstand der Tourismus Agentur Lübecker Bucht, was bei den dänischen Touristikern auf großes Interesse gestoßen sei.

Zu den weiteren geplanten Maßnahmen gehören das Erstellen von Bild- und Filmmaterial zur Vermittlung der Erlebnisse innerhalb der Aktivurlaubs-themen, die Entwicklung grenzüberschreitender Fahrradrouten sowie Wassersport- und Angel-Events. Moderne Kommunikations- und Vermittlungswege wie beispielsweise digitalisiertes Kar-