

Ergebnisprotokoll

Workshop zur Erarbeitung der RES 08.03.2014, 10.00 – 13.15 Uhr

Ort

Jugend- und Begegnungszentrum "Fabrik e.V.",
Guben, Mittelstraße 18

TeilnehmerInnen

siehe Teilnehmerliste

Organisation und Moderation

Sabine Slapa, Nadine Ranft, Patrick Giebel

Zeit

10:00 – 13.15 Uhr

Ablauf

1. Begrüßung und Einstieg; Frau Sembol
2. Inputvortrag LEADER, RES, Arbeitsweise in Themenfeldern; Sabine Slapa
3. Arbeit in Arbeitsgruppen (Stärken, Schwächen, Zielformulierungen)
4. Zusammenfassung der Ziele in den Themenfeldern; Nadine Ranft, Sabine Slapa, Patrick Giebel
5. Arbeit in Arbeitsgruppen (Sammlung von Projektideen)
6. Zusammenfassung der Ergebnisse in den Themenfeldern; Nadine Ranft, Sabine Slapa, Patrick Giebel

Tagesziel

Ergänzung von regionsspezifischen Stärken und Schwächen sowie Zielen für die Region

Sammlung und ggf. Vernetzung von Projektideen

Ergebnisse

Arbeitsgruppe 1: Themenfelder „Arbeits- und Lebensqualität im ländlichen Raum“ – „Regionale Identität u. Bürgerschaftliches Engagement“

Stärken:

Arbeits- und Lebensqualität im ländlichen Raum/ Regionale Identität u. Bürgerschaftliches Engagement

- Landschaft und Naturraum

- Nähe zu Polen/ Grenzregion (als Chance)
- Gelebte Tradition und Bräuche (z.B. Fastnacht)

Schwächen:

Arbeits- und Lebensqualität im ländlichen Raum/ Regionale Identität u. Bürgerschaftliches Engagement

- Demographische Entwicklung
- Verkehrliche Anbindung
- Infrastruktur (Breitband)
- Landschaftliche Auswirkungen durch den Tagebau

Ziele

- Erhalt des kulturellen Lebens auf dem Land
- Brauchtümer pflegen
- ÖPNV überdenken und ggf. anpassen
- Fokus entsprechend der demographischen Entwicklung auch auf die Senioren richten
 - Betreuung im ländlichen Raum ausbauen
 - Treffpunkte für Senioren schaffen
- Vereinsarbeit stärken (v.a. finanziell)
- Grenzübergreifende Bildung
 - Sprachbildung in polnisch „von klein auf“
- Ehrenamt im Jugendbereich stärken
- Freizeitangebote schaffen (vielleicht auch in Form von flexiblen und nicht stationären)
- Angebote transparenter machen
- Angebote bündeln und abstimmen
- Vereine vernetzen und finanziell fördern
- Höhepunkte/ Highlights absprechen

Projektideen

- Schaffung eines Dorfgemeinschaftshauses
 - Mehrgenerationenzentrum und Kulturzentrum
- Deutsch-Polnisches Bildungszentrum
 - Lebenslanges Lernen
 - Mehrgenerationenbildung
 - Nach 5 Jahren selbst tragfähig und finanziert über eine Stiftung
- Dorfgaststätte sanieren
 - Pflegeplätze anbieten
 - Altersgerechtes Wohnen
 - Mehrgenerationentreffpunkt
 - Ergänzt um eine Gemeindegemeinschaft, welche auch außerhalb des Hauses aktiv ist
- Weinanbau und Schule vernetzen
 - Weg Wein & Honig von Polen nach Brandenburg verlängern
 - Naturbildung und Identitätsvermittlung

- Vergrößerung des Tierheims Guben und mit Tierschutzbildung kombinieren
- Fahrradbrücken über die Neiße
 - z.B. Albertinenaue
- Oder-Neiße-Radweg
- Bussystem bzw. –linie zu Veranstaltungshighlights
- Breitbandnetz ausbauen
- Angebotsplattform für die gesamte Region, die auch grenznahe Veranstaltungen und Angebote in Polen mit einschließt
 - Hierfür bedarf es einen Koordinator (evtl. MUT?)
- Einstellung des Braunkohleplanverfahrens Jänschwalde-Nord

Arbeitsgruppe 2: Themenfelder „Regionale Wirtschaft - Fachkräftesicherung“ – „Erneuerbare Energien und Ressourcennutzung“

Stärken

- hohe Lebensqualität der Region, v.a. Naturausstattung
- Potenzial des Grenzraums: Kooperation der Handwerker, Bewirtschaftung landwirtschaftlicher Flächen, gute Netzwerke auf menschlicher Ebene
- gute Zusammenarbeit Guben-Gubin

Schwächen

- Industrie und Wertschöpfung fehlen
- geringes Lohngefüge
- Problem der Fachkräftesicherung
- Wirtschaftsraum Guben ist aufgrund der Aktiven Tagebaue eingeschränkt
- aufgrund der Tagebauplanungen bestehen Abwanderungstendenzen sowie Investitionsstau
- Imageproblem: Tagebau steht im Vordergrund, Mittelstand ist nicht bekannt
- unterschiedliche Rechts- und Wirtschaftsräume beiderseits der Grenzen behindern Nutzung der Potenziale hinsichtlich Auslastung des Wohnungsmarktes, medizinische Versorgung u.a.

Ziele

- Lebensqualität stärken und kommunizieren, um insbesondere junge Familien in der Region zu halten
- Stärkung des regionalen Selbstverständnisses
- Sicherung des Fachkräftebedarfs
- Bekanntmachung des Mittelstandes
- Stärkung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit, insbesondere in der Fachkräftesicherung und Wirtschaft
- Erhalt des Naturraums als Grundlage für nachfolgende Generationen und als Grundlage für die ländliche Wirtschaft

- Nutzung der Potenziale des Grenzraums
- Stärkung der Netzwerke in der Region

Projektansätze

- Vermittlung von Wirtschaftsgeschichte an Schüler
- Sprachförderung (polnisch) in den Schulen und der Erwachsenenförderung
- Schau- und Lehrimkerei inkl. Werkstatt/ Museum
- Ausbau der Produktionsstätte für Sirup (mit regionalen Zutaten)
- Ein- und Ausstiegsstelle für Wassertourismus (in Groß Gastrose)
- Energielehrpfad entlang des Radwegs in der INA Lieberoser Heide)
- Aufbau einer Vertriebsstrategie für regionale Produkte
- Zentrum für Regionale Vermarktung sowie Bildungsangebote zu Erneuerbaren Energien in der Gubener Wolle
- Unterstützung des Netzwerks Energetische Sanierung „Guben-Gubin“
- Etablierung einer „Task Force“ aus Partnern der Wirtschaft, Verwaltung und Politik zum Aufbau von Kooperationen und Stärkung der Wirtschaft

Arbeitsgruppe 3: Themenfeld „Naherholung und Tourismus“

Stärken

- Vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen
- Raum für „Entschleunigung“
- Oder-Neiße-Radweg
- Region Berlin und Dresden nah (zwischen den beiden Städten gelegen), auch Anziehungspunkt für Berlin- und Dresden-Besucher
- Internationale Naturausstellung
- Viel Wald, viel Heidelandschaft, Seen und Flüsse
- Nachbarschaft zu Polen
- Im Süden von Brandenburg gelegen – in der Mitte von Europa gelegen

Schwächen

- Verschiedene regionale Zuschnitte in den Zuständigkeiten (Tourismus, Förderkulissen, DEHOGA, ...), dadurch eine eindeutige Mitgliedschaft zu den einzelnen Themenfeldern sehr schwierig
- Mangelnde touristische Angebote an den touristischen Start- und Endpunkten
- Fehlendes Profil – Alleinstellungsmerkmal
- Das Zugpferd „Spreewald“ wird nicht genutzt, sondern eher als Konkurrenz gesehen

- Die Angebote werden nicht ausreichend von Naherholungssuchenden genutzt
- Ganzjahresangebote fehlen
- Defizite in der Servicequalität
- Probleme in der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, z.B. Forst mit der Bahn, aber auch die kleineren Orte mit dem ÖPNV – Abhängigkeit vom Pkw
- Fehlende Kombinationsangebote im Transport: z.B. Bus mit Fahrradmitnahme
- Fehlende flächendeckende Barrierefreiheit der Einrichtungen
- Großer Konkurrenzgedanke untereinander – keine Netzwerke
- Fehlendes gastronomisches Angebot mit „Flair“
- Fehlende Zielangebote
- Fehlenden Querverbindungen unter den touristischen Räumen - Viele Löcher bezogen auf Landschaftsräume (Truppenübungsplatz)
- Fehlende Nutzung der Nachbarschaft zu Polen

Ziele

- Die Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten – der Region ein Profil geben (z.B. Peitzer Teiche)
- Das regionale Profil nach innen und nach außen leben lassen (Innen- und Außenmarketing)
- Die Region positiv darstellen
- Die Vermarktung der Region verbessern

- Die Nähe bzw. Lage zu Berlin und Dresden aber auch zum Spreewald besser nutzen – Synergien leben – Konkurrenzgedanken abbauen
- Die Nähe/ Nachbarschaft zu Polen besser nutzen
- Querverbindungen zwischen den verschiedenen Landschafts- und Erholungsräumen schaffen

- Gastronomische Angebote ausbauen, hier besonderen Wert auf „Flair“ legen
- Angebote ganzjährig ausbauen
- Zielgruppenorientierte Gesamtangebote entwickeln
- Qualität schaffen
- die vorhandenen Angebote besser vernetzen und ergänzen
- eine Freundlichkeitsoffensive durchführen.

Projektansätze

- teilräumliche Profile herausarbeiten

- Ansprechpartner für die teilräumlichen Profile benennen – Ansprechpartner/ Paten für die Teilräume
- die Ausbildung eines Koordinators für das Herausarbeiten und Leben eines gesamten „regionalen Profils“ in Absprache mit den Teilräumen
- die Persönlichkeiten der Region besser herausstellen und mit diesen die Region besser vermarkten, z.B. Billard-Meisterschaften in der Region oder auch besondere Ausstellungen, jeweils in Verbindung mit weiteren touristischen Besonderheiten
- Vermarktung des bestehenden „Kunstladens“ in Guben (regionale Kunst)
- Schaffung eines Netzwerkes zur Koordination der touristischen Angebote entlang der Neiße und auf der Neiße, hier auch Qualifizierung der Angebote mit weiteren wassertouristischen Ausbauten wie Ein- und Aussteige für Wasserwanderer, Ausschilderung der Wasserwanderwege, Erarbeitung von Kartenmaterial, Schaffung von Wasserwanderrastplätzen, Ausbau der Unterkünfte, Verbesserung der Ein- und Ausstiegsstellen sowie die Verbesserung der Transportwege zwischen den nicht befahrbaren Wasserstellen und die Sicherung der Wehre. Hier auch Plätze auf beiden Seiten der Neiße, Deutschland und Polen ausbilden, ebenfalls ein Hochwasserwarnsystem. Wichtig ist die Verankerung im Tourismusverband.
- Durchführung eines Wettbewerbs zur Findung einer „Gemeinsamen Identität“
- Absicherung in der Verlässlichkeit im Angebot, um hier auch eine gemeinsame Vermarktung vornehmen zu können.
- Entwicklung des Gebietes am Pinnower See: Vogelpfad mit Quiz, Schaffung von weiteren Erlebnisstationen.
- Wiederbelebung des Weinbaus in Guben: Weinbau als überregionales und internationales Thema entwickeln; alte Weinsorten wieder anbauen/ Anbau legalisieren und damit das Lutzketal mit Wanderwegen und weiteren Besonderheiten qualifizieren.
- Die INA auch als Verbindung zum Spreewald nutzen: Ausbau des Wegenetzes sowie Einrichtung eines Herdenschutzzentrums.
- Schulungen/ Weiterbildungsseminare zum Thema Servicequalität
- Ausbildung eines Historienpfades für Radtouristen in Taubendorf

Formulierung von Leitlinien (Entwurf):

Die Region, die...

- ihre Brauchtümer pflegt,
- ihre Treffpunkte sichert, pflegt und belebt, ihre Gemeinsamkeiten lebt,
- touristisch/ wirtschaftlich/ bürgernah vernetzt ist in und mit ihren Angeboten, ihren Anbietern, innerhalb der Region, in die Nachbarregionen bis hin in das Land Polen kooperativ zusammen arbeitet,
- über die deutsch - polnische Grenze hinaus denkt und miteinander arbeitet,

- Profil hat und Image zeigt, welches sie nach innen und außen lebt, sich offensiv vermarktet, ohne Konkurrenzgedanken.