

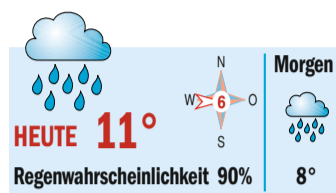
Norderneyer Badezeitung

Amtliche Zeitung der Stadt und des Nordseeheilbades Norderney

Gegründet 1868

Samstag, 22. Februar 2020

Einzelverkaufspreis 1,05 Euro / Nr. 45



HEUTE 11°
Regenwahrscheinlichkeit 90%
Morgen 8°

HOCHWASSER NORDERNEY
22. Feb.: 22.13 Uhr 11.00 Uhr
23. Feb.: 23.52 Uhr 11.43 Uhr

LEUCHTFEUER

Geschlossen

Zielstrebig hält eine Frau auf das Schaufenster eines Bekleidungsgeschäftes an der Ecke des Rathauses zu. Ihr Mann blickt auf das Schild an der Säule vor dem Geschäft, auf dem der Markenname „closed“ steht und sagt: „Ist geschlossen.“

IN KÜRZE

Party im Atelier

Nachdem das Atelier art & bar im Foyer des Kurtheaters wieder geöffnet hat, findet heute eine Party statt. Start ist um 22.22 Uhr. Theezenspey, Mo und Fabiano lassen Plattenteller und Tanzfläche glühen.

VOR 25 JAHREN

22. Februar 1995

Die städtischen Finanzierungsmöglichkeiten werden knapper. Ein ausgeglichener Haushalt wurde nur durch beachtliche Kreditausweitung, Einsparungen und geplante Mehrerhebungen möglich.

VOR 50 JAHREN

22. Februar 1970

Norderney bekommt einen neuen Fähnanleger. Das teilt die Kurverwaltung mit. Er soll zur Beschleunigung und Vereinfachung des Norderney-Verkehrs beitragen. Stärkster Reisemonat 1969: Der Juli mit 462 990 Übernachtungen.

KONTAKT

Die Norderneyer Badezeitung erreichen Sie unter

TELEFON 04932/9919680
TELEFAX 04932/9919685
REDAKTION 04932/9919681
E-MAIL: norderney@skn.info

ÜBER UNS

Norderneyer Badezeitung
Wilhelmstraße 2
26548 Norderney

Die Norderneyer Badezeitung erscheint werktäglich.

Öffnungszeiten
Mo. bis Fr.: 9 bis 16.30 Uhr



„Wir sind sehr gut unterwegs“

POLITIK Konkrete Projektvorschläge zum „Lebensraumkonzept Norderney“ erarbeitet

Traumreisen gibt es nicht nur bei einer Meditation: Donnerstag wurden rund 70 Insulaner gebeten, in sich hinein zu hören, um festzustellen, wie sich künftig ein Leben auf Norderney vorstellen.

NORDERNEY/BD – Nach der Auftaktveranstaltung im Oktober, fand Donnerstag Modul vier des „Lebensraum-Konzeptes Norderney 2035“ statt. Zum Workshop war öffentlich eingeladen worden, 70 Insulaner nahmen laut der Agentur Kohl und Partner teil, die das Projekt betreut. Wer den Blick schweifen ließ konnte feststellen: Alles Funktionäre. Ausnahmen mag es gegeben haben. Grund dafür kann sein, dass der Workshop ab 14 Uhr stattfand, Diskussionen dazu hatte es im Vorfeld gegeben. Alexander Seiz von Kohl und Partner sagte, weshalb der Workshop tagsüber angesetzt wurde: „Wir brauchen diese Zeit.“ Abends erst um 17 Uhr oder später anzufangen sei sinnlos, weil es dann bis spät in die Nacht gehen würde. Diskutiert wurde Donnerstag von 14 bis 19 Uhr. Abends gab es dann eine öffentliche Informationsveranstaltung über die bisherigen Ergebnisse und Eindrücke des Tages. Den Ausführungen folgten etwa 60 Interessierte.

„So geht es nicht weiter“

„Norderney ist 2030 die glücklichste Insel der Welt“, resümierte Seiz. Erkenntnis des Tages sei, wie man die Balance zwischen Natur, Tourismus und Gemeinschaft hinzubekomme. Ein Schlüsselprojekt dabei sei, „wie gehen wir mit den Gästen besser um, wie mit Zugezogenen?“. Außerdem: „Auf den Parkplätzen Wohnraum schaffen.“

Eine „klare Aussage“ der Vi-



Die Theseninseln waren offenbar zum Niederknien.

FOTOS: DIERCKS



Wohnraum ist ein Dauerthema.

sionsgruppe 2030 war laut Seiz: „So geht es nicht weiter. Wir sind alle Norderneyer!“ Ebenfalls klar war die Ansage für ökologische, nachhaltige Entwicklungen und die Arbeitswelt flexibler zu Gunsten von Familien zu gestalten. Eine weitere Forderung lautete: „Wir brauchen ein eigenes Schulsystem.“ Genannt wurden Internat und vielleicht sogar Universität oder Hochschule. In beiden Visionsgruppen war Thema, den Gästen

Tradition und Natur von Norderney besser näher zu bringen, um eine bessere Wertschätzung zu erzielen. Kritik an der Politik beziehungsweise Verwaltung gab es ebenfalls.

Im Team „Next Generation“, bei dem nur unter 35-Jährige mitmachen durften, war Wohnraum, bezahlbar, bedarfsgerecht mit gutem Standard, genauso ein großes Thema. Was den jungen Leuten ebenfalls aufgefallen war: Der

Unterschied, der zwischen Zugezogenen und Insulanern gemacht wird. Und: „Wir werden nicht wahr- und ernstgenommen.“ Ihre Forderung: „Wir wollen von allen akzeptiert werden.“ „Next Generation“ wünscht sich eine Perspektive, um auf der Insel bleiben zu können. Wenn soziales, wirtschaftliches und die Wohnungsfrage sicherer sei, würden sich junge Leute und Zugezogene in Augen von „Next Generation“ auch eher engagieren. Treffpunkte und ein vielfältiges Nachtleben schaffen gehörten ebenfalls zu den Forderungen. Was sie auch bewegte: Nachhaltigkeit.

Margret Grünfeld, Marketingleiterin beim Staatsbad, fasste die Ergebnisse der Theseninseln zusammen. Die Behauptungen hatten Kohl & Partner aufgrund der bisher gewonnenen Ergebnisse aufgestellt; zum Teil überzogen, „aber nicht völlig abwegig“.

„Das Engagement für andere nimmt ab, wir brauchen

mehr Visionen und mutige Entscheidungen, den Clubtourismus einschränken, die Zahl der Airbnb-Angebote ist zu hoch, Tagestourismus deutlich einschränken, Gästen den Naturschutz verständlich machen, weniger Investoren von außerhalb, mehr Mehrgenerationenprojekte, Nachhaltigkeit muss gelebt und Müll vermieden werden, Dorfcharakter stärken, gastronomieunabhängige Raumangebote schaffen und attraktive Rahmenbedingungen für Arbeitskräfte und Führungskräfte schaffen“, zählte Grünfeld einige Punkte auf. Der letzte Punkt fand sich Donnerstagabend im Conversationshaus immer wieder. Und das, so Seiz, wurde von allen gefordert, nicht nur von den Unternehmen beziehungsweise Arbeitgebern. „Gemeinschaftlich daran arbeiten“, hatte Sarah Rönner vom Inselmarketing von ihrer Thesenwand mitgebracht.

Ergebnisse für den Rat

Konkrete Projektvorschläge wurden am Donnerstag ebenfalls erarbeitet. Sie sollen jetzt zusammen gefasst und im Modul fünf, Roll-Out/Umsetzungsgespräche mit Konzeptentwurf und Umsetzungsplanung am 10. März vorgestellt werden. Die konkreten Handlungsempfehlungen sollen dann den Weg in den Rat finden. Im April beziehungsweise Mai soll die Entwurfsfassung fertig sein. Für April ist vorgesehen (Modul sechs), das Lebensraum-Konzept mit Vision, Handlungsfeldern und Projekten vorzustellen.

Seiz zeigte sich zum Schluss äußerst zufrieden: „Wir sind sehr gut unterwegs.“ Und, zu aller Sorge und Kritik zu Gästezahlen, Verkehr und Wohnraum: „Es ist noch nicht zu spät, wir müssen es nur jetzt anpacken!“

1000 Norderneyer machen mit

GESELLSCHAFT Beteiligung an Online-Umfrage beeindruckt Agentur Kohl und Partner

NORDERNEY/BD – Im Rahmen des Lebensraum-Konzeptes für Norderney gab es eine Online-Umfrage, das so genannte „LebensQualiMeter“. Damit wird die subjektive Einschätzung der Lebensqualität eines Standortes abgefragt. Ergebnisse wurden Donnerstag im Conversationshaus im Anschluss an die Workshops des Tages vorgestellt.

Die den Prozess begleitende Agentur Kohl und Partner äußert sich beeindruckt von der hohen Teilnehmerzahl beim LebensQualiMeter, die viel höher als in anderen touristischen Destinationen lag. „17 Prozent der Bevölkerung ha-

ben teilgenommen“, sagte Lena Helleisz von Kohl und Partner. 928 Insulaner nahmen teil. Dazu kommen 68 Jugendliche unter 18 Jahren und 66 Kinder. Für sie gab es eigene Fragestellungen und konnten deshalb gesondert erfasst werden. Gleiches gilt für Gäste, von den sich 379 an der Umfrage beteiligten. Abgefragt wurde: Was läuft gut, wo können wir handeln?“

Eingefangen werden konnte ein sehr gutes Stimmungsbild. Gut bewertet worden seien wirtschaftliche Sicherheit, Umgebung beziehungsweise Wohnumfeld sowie die allgemeinen Lebensbedingungen.

Schlecht schnitten Tourismus, Infrastruktur und Bildung ab.

Offene Fragen zur allgemeinen Situation haben laut Helleisz wichtige Informationen geliefert: Gewünscht wurde sich weniger Tourismus und Verkehr, niedrigere Mieten und dass mehr auf die Einheimischen geachtet wird sowie dass die Basis für das Leben auf der Insel ist.

Bei der Jugend lagen die Punkte Clubs (Nachtleben), Fitness sowie Shopping ganz vorne, neben mehr Orte für Jugendliche, wo sie sich treffen können.

Wunsch der Einheimischen:

Den öffentlichen Nahverkehr besser zu takten und mehr Fährverbindungen zu besseren Konditionen einzurichten.

Bei der Online-Umfrage wie auch beim Workshop am Donnerstag wurde deutlich, wie wichtig den Insulanern das Krankenhaus ist. „Darauf sind wir stolz“, hieß es immer wieder. Das können die Norderneyer laut Helleisz auch auf das produzierende Gewerbe sein, das einen Anteil von zehn Prozent der Unternehmen ausmache. „Sie haben noch regionale Produkte und eine aktive Handwerkschaft“, stellte Helleisz fest.

Mit gut wurden Veranstaltungen, Arbeitsplatzperspektiven und Lebensqualität bewertet. Minuspunkte dagegen sind die Immobilienpreise, Einschränkungen in Sachen Natur und die insgesamt hohen Lebenshaltungskosten.

Alexander Seiz sagte in einem seiner Resümees am Donnerstag, dass ihm zu viel „eigentlich“ in den Aussagen der Insulaner vorkommen. „Eigentlich geht es uns gut. Eigentlich ist es schon cool, was wir hier haben“, zitierte Seiz. „Es geht im gut“, sagte der Marketingfachmann. „Das Positive wird nicht mehr wahrgenommen.“