

# Aus viel Klein-Klein wird ein großes Ganzes

**TOURISMUS** Agentur Nordsee nimmt in Wilhelmshaven Arbeit auf – Küstenorte schließen sich zusammen

VON LENNART STOCK

**WILHELMSHAVEN** – Die Büroräume in der Wilhelmshavener Börsenstraße sind gerade bezogen, die ersten sechs Mitarbeiter eingestellt – nun soll die Arbeit der neuen Tourismus-Agentur Nordsee, abgekürzt „Tano“, Fahrt aufnehmen. Mario Schiefelbein ist seit Anfang November der neue Chef der Agentur, die die touristische Zusammenarbeit fast aller niedersächsischen Küstenorte von der niederländischen Grenze bis zur Elbe inklusive Bremerhaven stärken soll. „Wir sind hochmotiviert und haben ein erstklassiges Kernteam“, berichtet er: „Wir wollen gerade sehr viel gleichzeitig machen, müssen uns aber an manchen Stellen selbst disziplinieren.“

## Bisher 60 Organisationen

Der 57-jährige gebürtige Kieler, der in Cuxhaven aufwuchs, gilt als Experte für Markenbildung. Mindestens genau so groß wie die Zahl seiner Ideen sind aber wohl auch die Aufgaben, vor der die neue Agentur steht. Denn mit der Tano soll das bisherige Klein-Klein im Tourismusmarketing an der niedersächsischen Küste verschwinden. Bislang gibt es dort mehr als 60 Organisationen, die ihre Orte bewerben: Von der kleinen Tourist-Information über die Kurverwaltungen bis hin zu den regionalen Tourismusgesellschaften.

Die neue Agentur soll also helfen, Doppelstrukturen abzubauen, Ressourcen zu bündeln und die Urlaubsregion auch international stärker bekannt machen. Es gibt auch



Mario Schiefelbein, Geschäftsführer der Tourismus-Agentur Nordsee (TANO), steht an der Promenade am Südstrand in Wilhelmshaven. Am neuen Hauptsitz sollen zukunftssträchtige Projekte entwickelt werden.

DPA-BILD: HAUKE-CHRISTIAN DITTRICH

schon erste Ideen, wo die Zusammenarbeit besser werden könnte: Bei der Digitalisierung der Tourismusorte etwa oder bei der Fachkräftegewinnung.

## 333 km Küstenlinie

Die Tourismusorganisationen am Ort seien „Partner“ und unentbehrlich für die Tano, sagt Schiefelbein. Es gehe nicht darum, jemandem ins Tagesgeschäft hineinzureden. Die Agentur biete Hilfe an, wo immer es gewünscht sei und stelle Synergien her. „Wir schauen, dass wir möglichst viele Partner finden, die an einem Strang ziehen. Das ist bislang nicht immer der Fall gewesen. Wir müssen daher

## 7 LANDKREISE UND 2 STÄDTE BETEILIGT

**Nach Jahren der Vorarbeit** gründeten Anfang 2022 neun Landkreise und Städte entlang der Küste die neue touristische Dachorganisation – die Tano.

**Beteiligt sind** die sieben Landkreise Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch und Wittmund sowie die Stadt Wilhelmshaven und die Seestadt Bremerhaven. Allein

das Wir-Gefühl an der niedersächsischen Nordseeküste steigern.“

die Stadt Emden ist aus eigenem Willen bislang nicht Teil des Verbundes.

„Wir setzen auf eine stärkere interkommunale Zusammenarbeit und Abstimmung von Projekten für Gäste, aber auch für Einheimische“, sagte der Landrat des Kreises Wittmund und Aufsichtsratsvorsitzender der Tano, Holger Heymann (SPD), bei der Gründung.

Wichtig sei es, die gesamte Region mit ihrer rund 333 Kilometer langen Küstenlinie im

Blick zu halten, sagt er und bekenn: „Das ist eine Mammutaufgabe.“ Als eines der ersten Projekte will die Agentur nun eine eigene Marke für die niedersächsische Nordseeküste samt Bremerhaven etablieren. Das sei mehr als überfällig, sagt Schiefelbein.

Wie sehr die Nordseeküste im Hintertreffen ist, geht aus Daten der Landesgesellschaft Tourismus-Marketing Niedersachsen (TMN) hervor. Zwar hat die niedersächsische Nordseeküste die Corona-Pandemie demnach besser verkraftet als die Küsten der anderen Länder. Sowohl bei den Übernachtungen als auch bei den Ankünften wurden Marktanteile seit dem Einbruch mit der Corona-

Pandemie 2020 hinzugewonnen.

## Akzeptanz fördern

Allerdings liegt die niedersächsische Nordseeküste bei den Gesamt-Marktanteilen im Vergleich weiter deutlich zurück. Braucht es nun also mehr Urlauber an der Nordsee? „Es wird nicht darauf hinauslaufen, um jeden Preis immer mehr Touristen zu einem Besuch an der niedersächsischen Küste zu motivieren“, sagt Mario Schiefelbein.

Der Begriff des sogenannten Overtourism – also dass es aus Sicht der Einheimischen zu viel Tourismus an einem Ort gibt – sei auch in der Region schon zu hören. „Wir denken vielmehr aus der Perspektive der Einheimischen und fördern die Akzeptanz für den Tourismus auf der einen Seite und das Verständnis für Schutzmaßnahmen im Sinne unseres Naturerbes auf der anderen“, sagt Schiefelbein. Das Ziel sei es, die Wertschöpfung zu steigern.

## Zwei bis drei Jahre Zeit

Zwei bis drei Jahre Zeit bleibe, so Schiefelbein, um den Gesellschaftern der Tourismusagentur Nordsee zu beweisen, dass der eingeschlagene Weg der richtige sei. Richtig sichtbar werden soll die Arbeit zuerst im Marketing. Zurzeit arbeitet die Agentur an einer Website für Touristen, die im Frühjahr an den Start gehen soll. Auch die Fachkräftegewinnung und die Inszenierung von nachhaltigen Naturerlebnissen will Agenturchef Schiefelbein 2023 angehen.

# Soldaten spenden an Hospiz

**HILFE** Unterstützung für Einrichtung in Leer

**LEER/LR** – Seit 2009 engagieren sich die ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Hospizhauses Leer für Menschen, die eine weit fortgeschrittene Erkrankung mit einer begrenzten Lebenserwartung von einigen Wochen oder Monaten haben.

Das Kommando Schnelle Einsatzkräfte Sanitätsdienst

(Kdo SES) „Ostfriesland“ unterstützt diese Initiative bereits seit 2014. Auch in diesem Jahr konnten aus dem Erlös einer Tombola und aufgestellter Sammeldosen 1000 Euro an das Hospizhaus überreicht werden.

Die Übergabe des symbolischen Schecks erfolgte durch den Kommandeur, Oberstarzt

Dr. Kai-Siegfried Schlolaut und die „Spieße“, die Kompaniefeldwebel, der Leeraner Truppe. Gretel Bluhm-Janssen, Ehrenvorsitzende der Hospizinitiative Leer und Vorsitzende der Hospiz-Stiftung, freute sich über den Besuch und gewährte einen interessanten Einblick in die Arbeit dieses ehrenamtlichen Vereines.



Bei der Scheckübergabe: Vertreter des Kommando Schnelle Einsatzkräfte Sanitätsdienst übergaben die Spende an Gretel Bluhm-Janssen von der Hospizinitiative (3.V.I.). BILD: BUNDESWEHR

# Moormerlander übernimmt Westersteder Sandwich-Restaurant

**GASTRONOMIE** Öcalan Miho neuer Inhaber der „Strandstulle“ – Offizielle Eröffnung am Samstag

VON JAN-MICHAEL HEIMANN

**WESTERSTEDE/MOORMERLAND** – Veränderungen in der Westersteder Meinardusstraße: Der 23-jährige Öcalan Miho hat das Sandwich-Restaurant „Strandstulle“ übernommen. Seit dem 3. Februar verkauft er dort Sandwiches, die sich die Kunden nach eigenen Wünschen belegen lassen können. Die „Strandstulle“ ist eine Kette, die ihren Ursprung auf den ostfriesischen Inseln hat. Im Grunde ist das Konzept ähnlich wie bei der wesentlich bekannteren Kette „Subway“.

„Es war mein Traum, etwas Eigenes zu haben“, sagt Miho.



Öcalan Miho bereitet ein Sandwich zu: Mit frischen Zutaten will er seine Gäste künftig überzeugen.

BILD: JAN-MICHAEL HEIMANN

Da habe sich die Übernahme der „Strandstulle“ angeboten. Kritisch sieht er die Arbeit seines Vorgängers. Nun wolle er die Kunden jedoch mit frischen Zutaten auf Sandwiches und in Wraps, mit Cookies, Kuchen und Salaten überzeugen. Am Samstag, 18. Februar, findet ein offizieller Eröffnungstag statt. Ab 11 Uhr öffnet das Sandwich-Restaurant dann die Türen. Dann gibt es auch Gastgeschenke, ein Gewinnspiel und einen Sektempfang.

Grundsätzlich ist montags bis freitags von 11 bis 21 Uhr geöffnet, samstags und sonntags von 14 bis 21 Uhr. Im Umkreis von zehn Kilometern

gibt es zudem täglich von 16 bis 20.30 Uhr einen Lieferdienst.

Der 23-jährige Miho wird zunächst gemeinsam mit seinem Bruder das Restaurant betreiben. Erfahrung in der Gastronomie hat er nach eigenen Angaben beim „Fehntjer Partyservice“ gesammelt. Miho selbst kommt aus dem ostfriesischen Moormerland. Mit den ersten Tagen ist er zufrieden. „Es kamen schon einige Leute rein. Damit hätte ich nicht gerechnet“, sagt er. Den Januar nutzte er noch für Aufräumarbeiten und Umdekorierungen, nun freut er sich, dass der Betrieb endlich läuft.