

Cittaslow

*



MELDORF - lebenswerte Stadt

**Meldorf auf dem Weg
einer Cittaslow**

Eine Dokumentation

MELDORF – lebenswerte Stadt

Meldorf auf dem Weg einer Cittaslow
Eine Dokumentation

Impressum

Text und Fotos:

Anke Cornelius-Heide
Ellen Balsewitsch-Oldach
Dirk-Uwe Becker

© 2017 Stadt Meldorf
Alle Rechte vorbehalten

Redaktion:
elbaol verlag hamburg
www.elbaol-verlag-hamburg.de

Inhalt

Was ist Cittaslow, was will Cittaslow? – 5 –

Warum Cittaslow für Meldorf? – 6 –

Meldorf ist ... – 7 –

Zertifiziert – und weiter? – 12 –

Exkursion Zukunft – 14 –

- **Auftakt** – 14 –
- **Rundgang** – 15 –
- **Messe „Regionale Produkte“** – 16 –
- **Gruppenarbeit** – 17 –
 - AG Innenstadtbelebung – 18 –
 - AG Vermarktung regionaler Produkte – 18 –
 - AG Jugendkultur – 18 –
- **Präsentation in der Ditmarsia** – 19 –
- **Ausblick** – 22 –

Anhang:

Gesamtergebnisse der Gruppenarbeit – 23 –

Was ist Cittaslow, was will Cittaslow?

„Città“ (italienisch) steht für Stadt, „slow“ (englisch) für langsam – wobei „bedächtig“ bzw. „bedacht“ wohl eher zutreffen dürfte. Was „bio“ für Lebensmittel und „öko“ für das Handwerk, ist „Cittaslow“ für Städte: ein internationales Siegel der „Vereinigung lebenswerter Städte – Cittaslow“.

Wir leben in einer Zeit, in der globale Konzerne die regionalen Unterschiede nivellieren und kleine Betriebe vom Markt verdrängen. Cittaslow setzt auf regionale Unterschiede, wirbt für den Erhalt regionaler Strukturen und gleichzeitig für Weltoffenheit und Innovation.

Eine Cittaslow verfolgt ein *nachhaltig wirkendes Stadtentwicklungskonzept* und steht für *Lebensqualität*. Sie stellt den *Menschen in den Mittelpunkt*, orientiert sich an den *regionalen Stärken*, setzt grundsätzlich auf *Qualität statt Quantität*, fördert den *sozialen Zusammenhalt* und *bekämpft Armut*. Sie *entwickelt wertvolle Naturräume* und *erhält biologische Vielfalt*. Sie *pfl egt die Tradition* und steht gleichzeitig für *Innovation*, fördert *regionale Produkte* und *kurze Versorgungswege* und stärkt die *Beziehung zwischen Stadt und Land*.

Näheres zur Cittaslow-Bewegung [*hier...*](#)

Warum Cittaslow für Meldorf?

Meldorf hat viele Qualitäten – manche davon können noch besser gebündelt werden. Der „stärkenorientierte“ Ansatz der Cittaslow-Bewegung ist der zeitgemäße Weg, die Vorteile Meldorfs zu aktivieren, zu nutzen und sichtbar werden zu lassen, um Meldorf fit für die Zukunft zu machen.

Und womit punktet Meldorf?

Meldorf ist ...

... von einzigartiger Natur umgeben

Meldorf liegt 100 km nördlich von Hamburg. Die Nordsee – und damit der Nationalpark Wattenmeer – ist nur wenige Kilometer entfernt.

Wegen seiner Einzigartigkeit, seiner Ausdehnung und seiner Bedeutung als Rastplatz für Zugvögel erklärte die UNESCO das Wattenmeer zum Weltnaturerbe, das sich vom holländischen Den Helder bis zum dänischen Esbjerg erstreckt. Ein Teil davon liegt an bzw. in der Meldorfer Bucht, am Speicherkoog, ein nach der Eindeichung in den 1970er Jahren neu gewonnenes Kultur-Land.

Durch Konflikte, insbesondere zwischen Naturschutzverbänden und Tourismuswirtschaft, wurde die touristische Entwicklung der Region über Jahrzehnte blockiert. Inzwischen wurde die gemeinsame Arbeitsgrundlage für eine Flächennutzungsplanung erarbeitet, die ein Paradies gleichermaßen für Ornithologen und Naturliebhaber, für Wassersportler und Fahrradtouristen schaffen soll.

2008 wurde Meldorf Nationalparkpartner und hat sich damit verpflichtet, über diesen Naturraum zu informieren, für seinen Schutzbedarf zu sensibilisieren und ihn für Touristen erlebbar zu machen: „Man schützt nur, was man schätzt“. Als Nationalparkpartner hat Meldorf sich einem gut aufgestellten Netzwerk angeschlossen, das die Stadt in der Entwicklung eines naturnahen Tourismus unterstützt.

... kultureller Mittelpunkt

Nach Meldorf zieht es Nordseeurlauber vor allem wegen des vielfältigen kulturellen Angebotes. Hauptanziehungspunkt ist der Meldorfer Dom mit seiner hervorragenden

Akustik. Er ist eines der bedeutendsten Kirchenbauwerke zwischen Hamburg und dem dänischen Ribe. Von weither kommen Musikliebhaber, um die Domkonzerte zu genießen. Unvergesslich sind die Konzerte im Rahmen des Schleswig-Holsteinischen Musikfestivals, wenn vorher und nachher vor der beeindruckenden Domkulisse und der charmanten Altstadtsilhouette auf dem Marktplatz gefeiert wird. Über den Dom bzw. die Kirche hat sich Meldorf im Laufe der Jahrhunderte zu einem kulturellen Krafraum entwickelt. Doch auch die beiden Museen mit ihren Ausstellungen zur Dithmarscher Geschichte und Landwirtschaft, Theater, Kino und Kulturkneipe prägen den Ruf Meldorfs als Kulturhauptstadt.

... lebendige Vielfalt

Daneben ist Meldorf die Stadt der Inklusion. Vor mehr als 50 Jahren wurde in Meldorf die erste Werkstatt für Behinderte ganz Schleswig-Holsteins gegründet. Dadurch hat sich ein selbstverständlicher Umgang miteinander entwickelt. Der Höhepunkt des Jahres ist das Summer Open Air der Stiftung Mensch, wo Menschen mit und ohne Behinderungen zwischen historischem Rosengarten und Bauernhaus Musik machen und bis spät in die Nacht gemeinsam feiern – unterstützt von der Sozialen Allianz, einem breit aufgestellten Netzwerk von Unternehmen und Entscheidungsträgern für nachweislich soziales Engagement. Diese strategische Kooperation setzt sich für eine inklusive Gesellschaft ein, in dem sie Begegnungen auf Augenhöhe schafft durch Kultur, Praktika und fachlichen Austausch.

... Engagement für Nachhaltigkeit

Mit der Gründung des Eine-Welt-Ladens vor 30 Jahren fing es an und hat sich beständig weiterentwickelt. Er gab den Impuls für fairen Handel, der 2014 in der Zertifizierung Meldorfs als Fairtrade Town mündete. Inzwischen bieten 30 Geschäfte / Einrichtungen jeweils mindestens zwei faire Produkte an. Neben der Unterstützung von kleinbäuerlichen Strukturen im globalen Süden geht es darum, ein Bewusstsein für das Konsumverhalten auch hier vor Ort zu schaffen, denn die Meldorfer Fachgeschäfte sind ebenfalls bedroht.

Ein besonderes Engagement für Nachhaltigkeit zeigen auch einzelne Betriebe. Die Firma Naturbau war vor 25 Jahren Vorreiter für naturnahes Bauen und Wohnen. Mit der 1. Ökologischen Siedlung an der Nordseeküste schuf sie die beispielhafte Gestaltung eines Neubaugebietes. Die EversFrank Gruppe, eine der größten Druckereien Europas mit Hauptsitz in Meldorf, punktet mit Ökolabels und einem Aufforstungsprojekt. Die Fenster und Türen von Aldra zeichnen sich durch besondere Dichtungssysteme aus. Das Engagement für Themen der Nachhaltigkeit wird außerdem mit Stichworten wie die langjährig organisierten „Klimaschutztage“ (mit Handwerkermesse) sowie „Energiesparstadt“ belegt und soll nun im Zukunftshaus Westküste gipfeln, in dem über Ernährung, Landwirtschaft, Energie und andere Zukunftsfragen informiert und diskutiert werden soll. Seit mehr als 10 Jahren beteiligt sich Meldorf im Übrigen an der Solarbundesliga. Sie ist seit Jahren die Nummer eins unter den Städten in Schleswig-Holstein.

... Lebensqualität

Doch „echt besonders“ ist in Meldorf das große Engagement der Menschen, die hier leben. Viele Einrichtungen haben einen Förderverein bzw. engagierte Menschen, die dafür Sorge tragen, dass trotz leerer Stadtkassen die hervorragende Infrastruktur belebt wird: das Kulturzentrum Ditmarsia mit der Theaterbühne, das Landesmuseum, das Freibad, das barrierefreie Multifunktionsstadion, die Sporthallen und u. a. auch die Kulturkneipe Bornholdt.

Außerdem gibt es Fachgeschäfte, die gute Beratung und ein vielfältiges Warenangebot bereit halten. Sie engagieren sich gemeinsam mit Bürgern und Bürgerinnen für die Stadt, weil sie sich mit ihrer Stadt identifizieren und sie erleben, dass ihr Engagement die Stadt voranbringt. Dies ist eine Stärke unserer Kleinstädte. Die Überschaubarkeit ermöglicht Selbstwirksamkeit. Veränderungen sind wahrnehmbar.

Zudem gibt es noch etliche Fachgeschäfte, die gute Beratung und ein vielfältiges, sortiertes Warenangebot bereithalten. Diese Betriebe beleben die Innenstadt und unterstützen hiesige Vereine.

... Cittaslow

Meldorfs Stärken sind also Natur, Kultur, Inklusion und ein großes Engagement für Nachhaltigkeit, um eine Balance von Ökologie, Ökonomie und Sozialem herzustellen.

Dies alles ist Meldorfs Verständnis von Lebensqualität und dies macht Meldorf zur Cittaslow:

Im März 2016 hat Bürgermeisterin Anke Cornelius-Heide die Urkunde der „Vereinigung der lebenswerten Städte in Deutschland – Cittaslow“ in Empfang genommen und im April 2016 hat in Meldorf die bundesweite Mitgliederversammlung der Vereinigung stattgefunden.

Die Formalitäten einer Zertifizierung Meldorfs als Cittaslow waren damit erledigt, doch die Herausforderung lag weniger darin, offiziell Cittaslow zu *werden*; sie liegt viel eher darin, diese Auszeichnung mit Leben zu erfüllen.

Zertifiziert – und weiter?

Den Cittaslow-Status mit Leben erfüllen – ohne Menschen, die ihre Begeisterung dafür teilen, geht das nicht. Schon parallel zum Verfahren der Zertifizierung – auf Informationsveranstaltungen und Arbeitstreffen – hatten Bürgerinnen und Bürger sowie Mitglieder verschiedener regionaler Einrichtungen Möglichkeiten erörtert, wie der Cittaslow-Gedanke in die Praxis umgesetzt werden könnte. Aber es gab auch Ablehnung.

„Meldorf ist doch sowieso schon restlos verschlafen, warum soll es jetzt noch ‚langsamer‘ werden“, so der Tenor der kritischen Stimmen.

Doch darum geht es in der Cittaslow-Bewegung nicht, sondern darum, die Chancen für eine erfolgreiche Zukunft der Stadt zu nutzen. Slow steht für Lebensqualität, Zeit haben für Genuss.

Dies galt (und gilt) es den Menschen zu vermitteln, die in Meldorf leben und arbeiten; verständlich zu machen, dass sie von einer lebendigen Entwicklung Meldorfs hin zu einer gelebten Cittaslow nur profitieren können – und eingeladen sind, daran aktiv mitzugestalten. Denn nachhaltig können auch gute Ergebnisse nur sein, wenn sie von möglichst vielen Beteiligten mitgetragen werden.

Auf Initiative der Meldorfer Bürgermeisterin Anke Cornelius-Heide fanden sich engagierte Bürgerinnen und Bürger sowie Vertreter aus Politik, Vereinen, Wirtschaft und Kultur zu Arbeitsgruppen zusammen, um Ideen für Meldorf zu entwickeln, zu bündeln und umzusetzen. So entstand auch die Idee der Exkursion Zukunft.

Es bildeten sich Arbeitsgruppen mit hiesigen Experten und Expertinnen, die folgende Entwicklungsthemen bearbeiteten:

- Beleben der Innenstadt
- Vermarkten regionaler Produkte
- Schaffen einer lebendigen Jugendkultur

Um die eigenen Ideen zu überprüfen und neue Sichtweisen zu integrieren, entstand die Idee, externe Fachleute z.T. aus anderen Cittaslow-Städten zum Erfahrungsaustausch einzuladen. Außerdem sollten auch Meldorferinnen und Meldorfer Gelegenheit zur aktiven Mitwirkung erhalten.

In konzentrierter Zusammenarbeit aller gelang es, ein anspruchsvolles Programm zu gestalten und dabei einen ehrgeizigen Zeitplan einzuhalten, und so fand vom 15. bis 16. September 2016 der Workshop statt unter dem Motto:

Exkursion Zukunft

Exkursion Zukunft

Auftakt



Der Beginn der Arbeitstagung am Abend des 15. Septembers stand im Zeichen des gegenseitigen Kennenlernens der Gäste und der Meldorfer Arbeitsgruppenleitungen. Den gastronomischen Rahmen für diesen Auftakt bot ein Menü im „Restaurant V“ mit zeitgemäß interpretierten

traditionellen Gerichten, serviert von Kai Voss, Inhaber und Mitglied einer der Arbeitsgruppen.

Rundgang



Treffpunkt am Freitagmorgen war das Hotel „Zur Linde“ am Markt.

„Laut Duden ist eine Exkursion ein Gruppenausflug mit wissenschaftlichem oder Bildungszweck!“

Unter diesem Motto begann der thematische Stadtrundgang der Experten unter Führung der jeweiligen Arbeitsgruppenleitung und in Begleitung von Mitgliedern der Arbeitsgruppen sowie der Lenkungsgruppe.

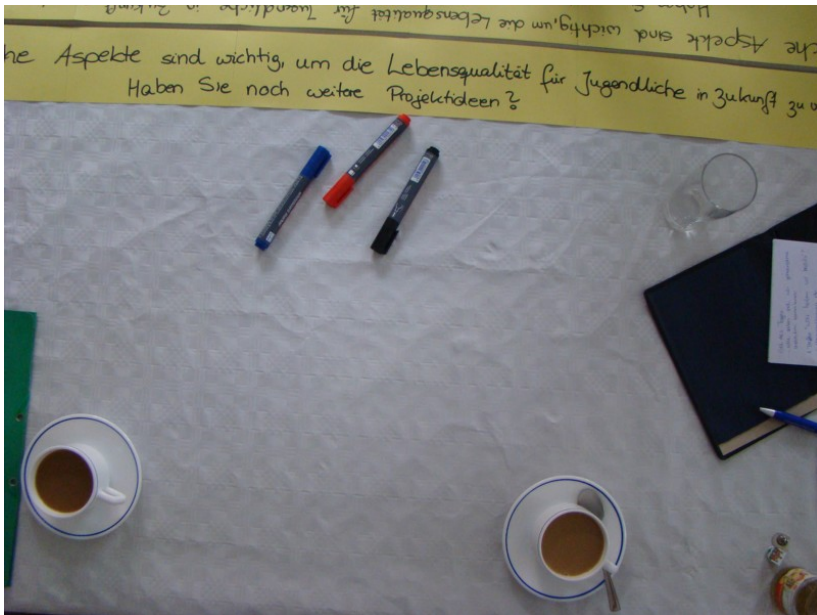
Messe „Regionale Produkte“



Am Ende der Rundgänge um die Mittagszeit war für eine Überraschung gesorgt: Verschiedene Produzenten von Lebensmitteln und anderen Waren aus der Umgebung präsentierten im Saal des Hotels „Zur Linde“ ihre Stände im Rahmen einer kleinen Messe für regional hergestellte Erzeugnisse.

Die angebotenen Spezialitäten gaben nicht nur einen repräsentativen Überblick über die Vielfalt der örtlichen Produkte, auch ihren Mittagsimbiss konnten sich die Teilnehmenden aus dem Angebot individuell zusammenstellen – insbesondere für die externen Experten lebendiges „Anschauungsmaterial“ (das Hotel „Zur Linde“ selbst hatte ein Irish Stew mit regionalen Zutaten vorbereitet – s. auch 5. Station des Rundgangs der AG „Vermarktung regionaler Produkte“).

Gruppenarbeit



Der Freitagnachmittag war reserviert für die Auswertung der Erkenntnisse aus dem Stadtrundgang und für den Erfahrungsaustausch der Meldorfer Arbeitsgruppen mit den jeweiligen externen Experten. Außerdem sollten Hand-

lungsansätze für die Umsetzung der gefundenen Ideen entwickelt und visualisiert werden, um sie in der Abendveranstaltung den Meldorfer Bürgerinnen und Bürgern zu präsentieren und deren Anregungen und Vorschläge dazu aufzunehmen.

Die Volkshochschule Meldorf hatte hierzu die erforderlichen Gruppenräume und die benötigte Technik zur Verfügung gestellt.

Die Meldorfer Arbeitsgruppen hatten ihre Schwerpunkte für den Workshop auf folgende Themen gelegt:

AG Innenstadtbelebung:

Belebung der Meldorfer Innenstadt durch z. B.

- Kultur
- Existenzgründung
- Online-Handel
- Flächen- und Leerstands-Management

AG Vermarktung regionaler Produkte:

Zusammenführung und Vernetzung von

- regionalen Betrieben, die Lebensmittel produzieren und verarbeiten
- mit denen, die diese Waren (ver)brauchen.

AG Jugendkultur:

Schaffung einer lebendigen Jugendkultur, die Meldorf für Jugendliche interessant macht, durch

- Entwicklung geeigneter Angebote und
- innovativer Projekte

Präsentation in der Ditmarsia

Um 19.00 Uhr war die Arbeit der drei Teams abgeschlossen und die Interessierten an der Abendveranstaltung der Exkursion Zukunft strömten in den Saal der Ditmarsia. Bürgermeisterin Anke Cornelius-Heide durfte rund 75 interessierte Bürgerinnen und Bürger sowie Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Vereinen und Presse begrüßen. Sie erläuterte die Exkursion Zukunft und betonte wiederholt die Wichtigkeit einer Mitwirkung der Meldorfer Einwohnerschaft.



„Speed dating“ an den Info-Ständen: Bürgerinnen und Bürger waren gefragt



Unter dem Motto:

Ihre Ideen sind gefragt! Bisherige Arbeitsergebnisse und neue Impulse: Was meinen Sie dazu?

wurden die Gäste im Wechsel von jeweils 20 Minuten an die Informationsstände der Arbeitsgruppen entlassen. Das Angebot wurde lebhaft angenommen und viele handschriftliche Kommentare mit Filzstift auf den mit Papier bezogenen Tischen hinterlassen.

Die Experten auf dem Podium



Im Rahmen einer Podiumsdiskussion unter Moderation von **Thomas Bultjer** (Geschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Schleswig-Holstein in Heide) gaben zum Abschluss der Veranstaltung die externen Experten auch dem Meldorfer Publikum einen Einblick in ihre Erfahrungen aus dem Workshop, aber auch in ihre Arbeit in der eigenen Region.

Die Diskussion schloss mit dem Fazit: Meldorf ist auf einem sehr guten Weg in die Zukunft als Cittaslow!

Ausblick

Der Erfahrungsaustausch mit den Experten, die Diskussion in den Arbeitsgruppen und nicht zuletzt die Anregungen und Kommentare der Meldorfer Bürgerinnen und Bürger haben ein komplexes Netz möglicher Maßnahmen ergeben, mit denen Meldorf als Cittaslow in die Zukunft starten kann. Manche lassen sich voraussichtlich kurzfristig, manche mittelfristig und andere erst langfristig umsetzen.

Die Arbeitsgruppen waren seit der Exkursion Zukunft nicht untätig und haben die Vorschläge darauf hin durchleuchtet. In Kürze sollen die ersten umgesetzt werden.

Diese Dokumentation wird laufend fortgeschrieben und soll über die Fortschritte kontinuierlich berichten.

**Anhang:
Gesamtergebnisse der Arbeitsgruppen**

AG „Innenstadtbelebung“:

Schwerpunkte:

Belebung der Meldorfer Innenstadt durch z. B.

- Kultur
- Existenzgründung
- Online-Handel
- Flächen- und Leerstands-Management

Moderation: Jörg Tietböhl

(Wirtschafts- und Verkehrsverein Meldorf; Thema: Innenstadtbelebung)

Experten:

Dr. Gaby Pils (agora, Linz/Österreich); hat Cittaslow in Enns, der ältesten Stadt Österreichs, umgesetzt und zwei weitere österreichische Städte zertifiziert. Sie unterrichtet an Universitäten und berät Kommunen. Ihr Hauptthema: **Leerstandsmanagement**.

Stefan Borgmann, Leiter des Stadtmarketings in Eckernförde, Unterstützer Meldorfs auf dem Weg zur Fairtrade-Town und Berater zu Fragen einer Stärkung des Meldorfer Wochenmarktes. Sein Hauptthema: Erhalt bzw. **Ausbau des Wochenmarktes** als wichtigen Faktor der Stadtwirtschaft.

Jens Korte, tätig für die egeb: Wirtschaftsförderung und im dualen Studium der Wirtschaftsförderung in Mannheim begriffen. Sein Thema: **Online-Handel** als Ergänzung zum örtlichen Ladengeschäft.

Weitere Teilnehmende: Ellen Balsewitsch-Oldach, Olaf Stemme, Michael Plachta, Axel Roskors (nachmittags)

Rundgang



Der Weg führte die Teilnehmenden über die Roggenstraße – als Fußgängerzone in Meldorfs Innenstadt liebevoll „Gehstraße“ genannt. Jörg Tietböhl erläuterte die Hintergründe für die aktuellen Leerstände, von

- mangelnder Kundennachfrage aufgrund der Strukturschwäche Dithmarschens über
- ausbleibendes Interesse der Nachkommen an der Weiterführung von Familienunternehmen und

- Abwanderung von Geschäften des täglichen Bedarfs in modernere, mit dem PKW besser erreichbare Einkaufszentren bis hin zu
- überhöhten Mietforderungen der Eigentümer von Gewerbeimmobilien

wurden vielschichtige Gründe deutlich, warum Geschäftslokale in Meldorf nicht genutzt werden.

Vorschläge der Experten, Zwischennutzungen durch die Präsentation von kleineren Kunstausstellungen u. ä. zu ermöglichen und die leeren Schaufenster so zum Blickfang zu machen, mussten von Jörg Tietböhl dahin gehend kommentiert werden, dass die Inhaber in Meldorf sich auf das Risiko von Zwischennutzungen kaum einließen.

Auch einer der vereinzelt Fälle, in denen lange Leerstandszeiten zur Abbruchreife des Gebäudes geführt hatten, wurde begutachtet und die Problematik thematisiert, die Abbruch und Neubau inmitten intakter benachbarter Wohnbebauung schwierig machen würde.

Seitens der Expertenrunde wurde angeregt, in solchen Fällen einen vorsichtigen Abbruch und die Neuschaffung einer kleinen Grünanlage in Erwägung zu ziehen, ggf. sogar mit einem kleinen Café, so dass einkaufende Kunden zur Rast eingeladen würden; die Erfahrung habe gezeigt, dass nicht nur die – schwierig zu realisierende – Schließung der bei Abbruch entstehenden Baulücke durch einen Neubau eine Option sei, insbesondere, wenn die begrünte Baulücke eine belebende Sichtbeziehung zwischen unterschiedlichen Einkaufsbereichen eröffne.

Die Großbaustelle zur Umgestaltung des Straßenraums am Zingel als nächstes Ziel diene als Beispiel dafür, wie wichtig nicht nur die räumliche Anbindung, sondern auch die optische Verbindung unterschiedlicher Ladenzentren sein kann.

Nach Erfahrungen aus dem Kreis der Experten habe sich hier schon – als relativ einfache Maßnahme – eine durchgehende individuelle Gestaltung des Straßenpflasters als erfolgreich erwiesen, die auf die Wegebeziehung von einer Einkaufsmöglichkeit zur anderen hinweise.

Der Rückweg führte durch die Spreetstraße als zweite Fußgängerzone, die gegenüber der Roggenstraße allerdings eher zweitrangig als Einkaufsmeile genutzt wird, obwohl die farbige Pflasterung eindeutig auf ihre Eigenschaft als Ladenstraße hindeutet. Die Spreetstraße weist allerdings im Verhältnis weniger Leerstände auf.

Der Rundgang an einem Freitag machte es möglich, dass auch der Meldorfer Wochenmarkt besichtigt werden konnte, der jeden Freitag ein Highlight der Meldorfer Einkaufsszene bildet.

Aus der Expertenrunde wurden vielfältige Anregungen aufgrund eigener Erfahrungen gegeben, wie zum Beispiel ein Show-Kochen mit frischen Zutaten, die auf dem Markt zu kaufen sind. Denkbar wäre hierzu ein Stand, den jeweils eines der Meldorfer Restaurants organisieren könnte. Das jeweilige Rezept könnte vervielfältigt und an Interessierte verteilt werden, dazu Hinweise, wo auf dem Markt die einzelnen Zutaten erhältlich sind. Für dieses oder andere „Events“, die während der Marktzeiten stattfinden, wäre es vielleicht einen Versuch wert, Radio- oder Fernsehsender für eine Direktübertragung zu gewinnen.

Für einen Einkauf auf dem Markt könnte an Kunden evtl. auch ein Gutschein für einen Rabatt an anderer Stelle vergeben werden.

Mit dem Marktbesuch endete der Rundgang der AG Innenstadtbelebung.

Gruppenarbeit



Folgende Schwerpunkte kristallisierten sich im Rahmen der Arbeit dieses Teams heraus:

Auch wenn der **Wochenmarkt** als einer der lebhaftesten Beiträge zum Meldorfer Wirtschaftsleben betrachtet werden könne, gebe es derzeit rückläufige Tendenzen, so dass einige Möglichkeiten für eine weitere Belebung unbedingt genutzt werden sollten.

Gegen den Begriff „Leerstandsmanagement“ erhob sich bei den Experten Widerspruch. Er sei negativ geprägt, weil er eher einen Notstand als die Chancen und Gestaltungsspielräume charakterisiere, die im Rahmen der freien Räume vorhanden seien. Außerdem unterstütze der negative Ausdruck ein Verhalten mancher Bürger, die einerseits kritisierten, dass sich keine Unternehmen in ihrer Stadt engagieren wollten, die aber andererseits ihre Stadt in der Öffentlichkeit kontinuierlich schlecht machten und so ihrerseits für ein unattraktives Image sorgten. Die AG Innenstadtbelebung einigte sich insofern schnell und einvernehmlich auf den Begriff **Freiflächenmanagement**.

Es zeigte sich, dass durch intensivere und vor allem vernetztere Information viel zur Belebung des touristischen und sonstigen wirtschaftlichen sowie des kulturellen Lebens in Meldorf beigetragen werden könnte; insofern wurde dieser Schwerpunkt unter dem Motto **Informationsmanagement** thematisiert.

Zum Schwerpunkt **Online-Handel** wurde hinterfragt, ob dieser Wirtschaftszweig nicht einer Belebung der Meldorfer Innenstadt mit Geschäften zuwider laufe. Die Arbeitsgruppe kam tendenziell zu einem gegenteiligen Ergebnis: Online-Handel, *zusätzlich* zum stationären Geschäft, ermögliche u. U. Unternehmen, die von einer Schließung bedroht seien, marktfähig zu bleiben.

Um das Internet für eine Präsentation der Profile von Meldorfer Geschäften (örtlich und/oder mit Online-Angebot) zu nutzen, empfehle sich die Gestaltung eines **Virtuellen Stadtrundgangs** durch Meldorf auf der offiziellen Website der Stadt. So könne für das Wirtschaftsangebot Meldorfs in einem sehr viel weiteren Kreis Aufmerksamkeit gewonnen werden.

Wie ein roter Faden zog sich eine Erkenntnis durch alle Aspekte: Für einen Erfolg in allen betrachteten Schwerpunkten wäre der Einsatz eines **hauptamtlichen Koordinators** („Kümmerer“) unerlässlich.

Mit zwei unterschiedlichen „Ständen“ präsentierte sich die Arbeitsgruppe Innenstadtbelebung abends, um interessierte Bürger und Bürgerinnen zu informieren und zur Beteiligung zu motivieren:

Im Saal der Ditmarsia unten wurden an **Stand 1** die **Schwerpunkte Wochenmarkt, Freiflächen- und Informationsmanagement** präsentiert,



Im Gruppenraum oben an **Stand 2** die Themen **Online-Handel und Virtueller Stadtrundgang**



Gesamtergebnis AG Innenstadtbelegung

Ergebnis Arbeitsgruppe / Experten:

Was gibt es bereits?

- Wochenmarkt mit Werbebanner
- Marktandacht
- Aktionen des Wirtschafts- und Verkehrsvereins Meldorf WVV (Meldorf-Woche / Kohltage / Blumenmarkt)
- NEU – Meldorfer Kultur Bonsche
- Domkonzert
- Theatergruppe
- Museum
- Kino
- Kunst & Krempel
- CAT
- Meldorf Gutscheine
- Wochenmarktfrühstück in allen Gastronomiebetrieben für die Besucher des Wochenmarktes (im Restaurant V umgesetzt)
- Stadt- und Marktführungen werden angeboten
- So is(s)t Meldorf
- Abendstadtführung mit Einkehr
- So weihnachtet Meldorf / Führung durch Geschäfte
- Wochenmarktführung: immer wieder freitags

Was fehlt?

- Mehr Werbung für den Wochenmarkt – an jeder Ortseinfahrt ein Banner
- Litfaßsäule

- Banner für alle Aktionen an den Ortseingängen / Banner für vorhandene Platten des WVV zum überziehen bzw. draufsetzen.
- Interessantere Aussteller für den Wochenmarkt / auf der Internetseite Marktstände in einem Plan anzeigen und zu welcher Jahreszeit welcher Stand da ist.
- Sonderfläche auf dem Wochenmarkt / Meldorfer Betriebe oder Vereine stellen sich vor, z.B. WVV-Betriebe, BUND, Steinzeitpark Albersdorf, Showkochen usw.
- Vernetzung in alle Bereiche hinein / einen zentralen „Kümmerer“ einsetzen
- Stadt lädt einmal im Jahr alle Wochenmarkt-Betreiber zu einem Frühstück ein mit Informationsaustausch (Dauer ca. 30 Min.)
- Fischladen / Bude auf dem Marktplatz (wie früher Fa. Baumann)
- Blumen in der Gehstraße
- Frequenzen / Open Air Veranstaltung
- Oper auf dem Markt / Großveranstaltung
- Lichterfest
- Nach Veranstaltungen die Besucher in Meldorf halten wie beim Jubiläum. Aufsteller bei der Veranstaltung mit Hinweis auf Gastronomen, die ein Menü anbieten; Betriebe mit Fackeln vor dem Haus
- Person / Berater von außen muss her
- Vermieterkonzept und Mieterkonzept auf Internetplattform – was kann ich zu welchen Eckdaten anbieten / was suche ich zu welchen Eckdaten? So können Mieter wie Vermieter sich informieren.
- Bürgerbus (ist kurz vor der Umsetzung)
- Info-Plan in Schaufenstern von Leerständen (Was finde ich wo?)

- Leerstände optisch besser gestalten – „Publikumspreis“ für SHMF-Fenster (= Publikum stimmt für schönsten Fenster) Grund: viele Menschen nehmen die Dekoration der Geschäfte zum Thema gar nicht wahr.
- Beteiligung der Geschäfte zum Thema erhöhen – Besucher neugierig machen – Innenstadt beleben
- Ähnliches auch zum Hafenfest / zur Nationalparkwoche (wie Fenster zur Nationalparkwoche 2015). WVV sollte Geschäfte dazu aktivieren.
- Online Vermarktung für Meldorf verbessern (Was gibt es alles in Meldorf?)
- Diverse Lesungen - einige bekannte Autoren kommen "extra" nach Meldorf
- Spieleabend im Bornholdt – Teilnehmer so um die 50 Jahre, auch junge(!) Leute und überregionale Interessenten erreichen
- Meldorf mehr zur bekannten Spielestadt zu machen ... es gibt viele Turniere und Meisterschaften zu diversen Spielen
- Ist auf jeden Fall ein Projekt, das wir mit ein bisschen mehr Zeit angehen möchten.

Wo wollen wir hin?

Noch nichts festgelegt

Fragen der Teilnehmer:

- Wie geht es nach dem 16.09. weiter?
- Ist die Politik auch bereit, diese Aktionen zu unterstützen?

Ergebnis Arbeitsgruppe / Experten / Bürgerbeteiligung

Vorschläge zum Wochenmarkt:

- Zentralen „Kümmerer“ einsetzen
- Marktsprecher (ein Ansprechpartner für alle Marktaussteller)
- Schulen- und Kindergarten-Exkursionen (den Kindern und Schülern Produkte vom Markt näher bringen / gemeinsamer Einkauf und danach Essen selber zubereiten)
- Markt für Jugendliche
- Mit dem Meldorf Gutschein bezahlen / mehr Werbung für den Gutschein
- Sonderflächen für Vereine, Einzelhändler, Handwerker usw.
- Show-Cooking mit Ausgabe der Rezepte und Laufplan, wo man die Lebensmittel auf dem Markt dafür bekommt. Mit Live-Übertragung im Offenen Kanal.
- Cittaslow-Stand
- Überdachte Flächen als Treffpunkt bei schlechtem Wetter
- Marktandacht in Aktionen mit einbinden
- Bürgerbus-Touren aus den Randgebieten / Umlandgemeinden einführen (z.B.: Fahrtkosten 2 EUR – 1 EUR wird beim Einkauf erstattet)
- Jeder Marktstand muss 1 EUR mehr für Werbung bzw. Sonderaktionen bezahlen.
- Marktflyer 4 mal im Jahr neu auflegen, um den Kunden über die aktuellen Stände der Saison zu informieren (mit Rezepten und passenden Themen zu der Saison)
- Internetwerbung

- Elektronische Info-Steile mit allen Informationen zu Meldorf (da das Infobüro nicht immer besetzt ist)
- Meldorf-Tasche / grafische Gestaltung durch regionale Künstler (Tasche mit neutraler Grundfarbe)
- An Tagen ohne regulären Markt: Themen- bzw. Ländermarkt organisieren z.B. Dänischer, Holländischer oder Bio-Markt.
- **Vorschläge für das „ Freiflächenmanagement“**
 - Zentralen „Kümmerer“ einsetzen
 - Ursachenanalyse
 - Strukturkennzahlen-Blatt für Mieter: Kaufkraft, Einwohnerzahl usw.
 - Kontaktpflege zu Eigentümern
 - Über Shop in Shop Läden nachdenken / unterschiedliche Gewerbe in einem Laden oder ein Gruppenbüro anbieten für Selbständige, die sonst kein Büro / keinen Treffpunkt für Kundengespräche haben.
 - Über Google die „Freiflächen“ optisch markieren und mit Eckdaten versehen (Größe in qm, Preis, Ansprechpartner usw.)
 - Fördergelder einwerben / nutzen
 - Schaufenstergestaltung ungenutzter Läden z.B. mit Folien usw.
 - Freiflächen in Gästezimmer umgestalten (wie „Pixel Hotel“ im Internet)
 - Wächterhäuser anbieten (mehr dazu unter <http://www.haushalten.org/>) Stichwort niedrige Miete / Mieter sanieren Wohnung oder Gebäude

Vorschläge für Informationsmanagement:

- Zentralen „Kümmerer“ einsetzen
- Kontakt / Info zu Bürgern
- Pressearbeit / mit Vorbereitung von Pressetexten und Bildern
- Touristik-Informationen
- Politik-Informationen
- Elektronischer Infoterminal
- Slogan z.B. meldorf - echt. besonders
- Einheitliches Corporate Design
- Werbemittel / Ortseingang Schilder/ Flyer / Taschen usw.
- Meldorf QR Code / APP entwickeln und einführen

Vorschläge zum Online-Handel/ Virtuellen Stadtrundgang

- <https://www.stadtbummel-roth.de/>
- <http://www.gocoburg.de/>
- <https://www.bad-neuenahr-ahrweiler.de/einkaufen/>
- Leichtere Sprache berücksichtigen für Menschen mit Handycap

Andere Vorschläge

- Straßennamen zusätzlich auf „Platt“ ausschildern
- Meldorfer Spieletage
- Bei Veranstaltungen im Dom die öffentlichen Toiletten öffnen
- Freies Parken für Hotelbesucher
- Schnitzeljagd für Touristen und Einwohner
- Tourist Info mit längeren Öffnungszeiten betreiben
- Laden mit regionalen Produkten direkt am Markt

- Mehr Veranstaltungen über Meldorf-Seite
- Neubürger-Informationen
- Vernetzungen von Veranstaltungen
- Die analoge Generation nicht vergessen
- Parkplätze vorhalten für Leute, die in der Stadt wohnen oder arbeiten
- Kostenloses Parken für Besucher

AG „Vermarktung regionaler Produkte“

Schwerpunkte:

Zusammenführung und Vernetzung von

- regionalen Betrieben, die Lebensmittel produzieren und verarbeiten
- mit denen, die diese Waren (ver)brauchen.

Moderation: Horst-Walter Roth

(Verein region: meldorf aktiv)

Expertinnen:

Annette Ludzay, Geschäftsführerin der Tourist-Info in Bad Essen, Sole-Kurort im Osnabrücker Land und im Februar 2016 als Cittaslow zertifiziert. Ihr Schwerpunkt: gute Vernetzung mit der Region und regionale Genuss-Events.

Katrin Loubier aus Marne, spezialisiert auf den Handel mit Bioprodukten im Rahmen von Lieferservice und Internet-Handel in Zusammenarbeit mit Erzeugern aus der Region. Ihr Schwerpunkt: Vernetzung.

Weitere Teilnehmer: Dirk-Uwe Becker, Kai Voss, Sarah Dreier, Michael Jannsen (zeitweise), Björn Rogalla, Kristin Bay, Elisabeth von Horsten

Rundgang:



Unter Führung von Horst-Walter Roth vom Verein „Region Meldorf aktiv“ machte sich die Arbeitsgruppe um 10.00 Uhr auf:

1. Station: Fleischerei Janssen, Grabenstr. 4



An regionalen Produkten gibt es hier u. a.:

- Dithmarscher Sauerfleisch
- Dithmarscher Bauernmettwurst
- Dithmarscher Fischermettwurst
- Lammleberwurst im Glas: eine grobe Leberwurst aus Dithmarscher Deichlammfleisch hergestellt
- Dithmarscher Sülztopf
- Schwarzsauer im Glas
- Fleisch von Schlachttieren Dithmarscher Bauern
- Grünkohl mit Kassler nach Dithmarscher Art
- Rübenschmaus mit Kassler nach altem Meldorfer Rezept

Fleischerei Jannsen (Inhaber: Michael Jannsen) ist ein Traditionsbetrieb in der dritten Familiengeneration, der auf die Produktion von feinsten Fleisch- und Wurstwaren großen Wert legt. Deren "Dithmarscher Spezialitäten" sind mehrfach prämiert worden. Die AG sah sich die verschiedenen Produkte an, besichtigte im Schlachthaus die Herstellung von Sauerfleisch und durfte einen Blick in den Rauchfang mit über 100 Jahre altem Rauch für die geräucherten Produkte des Hauses werfen. Es wird auf Sauberkeit, Umweltschutz und artgerechte Tierhaltung und Schlachtung höchsten Wert gelegt.

2. Station: Stiftung Mensch, Museumswerkstätten, Papenstr. 2



Besichtigt wurde zuerst die Töpferei im „Alten Pastorat“. Der Töpfermeister Herr Forche erläuterte den AG-Mitgliedern diesen Bereich, in dem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stiftung Mensch, angeleitet von vier Töpfer- und Keramikermeistern, Gebrauchs- und Dekorationskeramik in den unterschiedlichsten Formen und Farben anfertigen – über Geschirr und Vasen bis hin zu Tier- und Krippenfiguren. Die Produkte werden in hochwertigem, überwiegend hellem Steinzeug hergestellt, das problemlos in der Spülmaschine gereinigt werden kann. Der Töpfermeister Herr Wolf führte den AG-Mitgliedern das Gießen von Tongefäßen vor.



Dann ging der Rundgang weiter, in den hinteren Bereich des „Alten Pastorats“. Dort ist die einzige Handweberei Dithmarschens untergebracht und fertigt wahre Kostbar-

keiten aus Baumwolle, Kammgarn und reiner Schurwolle an, z. B. die herrlichen Webstoffe der Beiderwandtechnik. Diese aus dem 14. Jahrhundert stammende bäuerliche Volkskunst Schleswig-Holsteins verwebt hochwertige Woll- und Baumwollgarne miteinander und lässt die historischen Muster besonders eindrucksvoll zur Geltung kommen.

Klaus Paulsen von der Stiftung Mensch zeigte den AG-Mitgliedern einen alten Jacquard-Webstuhl, an dem gerade ein Mitarbeiter saß und die Funktion vorführte. Dieser automatische Webstuhl wurde 1805 von dem in Lyon geborenen Joseph-Marie Jacquard entwickelt und trug entscheidend zur industriellen Revolution bei. Es war die erste mit Lochkarten „programmierte“ Maschine und zählt somit zu den Vorläufern unserer Computer. Der älteste in dieser Weberei verwendete Jacquard-Webstuhl stammt aus dem Jahr 1855. Zusätzlich stellen die Weberinnen und Weber hochwertige Kamm- und Baumwollstoffe auf Flachwebstühlen her.

Etliche AG-Mitglieder wussten gar nicht, dass sowohl Töpferei als auch Handweberei täglich geöffnet sind und besucht werden dürfen. Einige meinten, man sollte dieses Kleinod besser ausschildern, damit Meldorf-Touristen diesen Ort auch finden.

3. Station: Dom-Café, Südermarkt 4



Sarah Dreier, Mitglied der AG, führte uns nun in ihr eigenes Domizil, das Dom-Café an der Markt-Südseite, erkennbar von weitem an der blauen Doppeltür. Im vorderen Teil des Cafés hat man einen freien Blick auf Markt und Dom. In den hell und freundlich gestalteten Räumen laden plüschige Sofas, gemütliche Korbsessel und gepolsterte Holzstühle zum Frühstück, Mittagessen oder zur Kaffeezeit mit einem Stück von einer der vielen Torten ein, die selbst hergestellt werden. Jede Ecke hat ein eigenes Flair; für Kinder gibt es sogar eine Spielecke mit Küche. Etwas Besonderes hängt an den Decken – Kronleuchter mit verschiedenen Tee- und Kaffeetassen, in denen Glühbirnen brennen.

Im bunten Pesel mit Blick auf den Garten wurde die AG dann von Sarah Dreier und ihrer Schwiegermutter Frauke, die das Dom-Café bis Mitte 2016 selbst geleitet hatte, begrüßt. Sarah Dreier stellte die historische wie auch künstlerisch-kulturelle Geschichte des Hauses vor und wies auch auf den stimmungsvollen Gewölbekeller hin, der häufig für Feiern, Lesungen und andere Veranstaltungen genutzt wird. Bei schönem Wetter kann man unter Sonnenschirmen auf dem Marktplatz sitzen und bei Kaffee oder Tee die Besucher an Markt- und Flohmarkttagen beobachten.

4. Station: Axels Delikatessen-Stand, Südermarkt



Axel Roskors stellte den Mitgliedern der AG seinen Delikatessen- und Gewürzstand auf dem Südermarkt, direkt

vor dem Dom-Café vor. Hier bietet er überwiegend regionale Produkte an. Zu den Besonderheiten gehören Honig-Spezialitäten wie: Honig trifft Limone, Minze & Honig, Zimt-Honig, uvm. Eine große Auswahl an Bio-Gewürzen mit vielen Informationen drumherum gehören ebenso zum Angebot wie selbst gemachte, getrocknete Gemüsebrühe ohne Zusatzstoffe, selbst gemachte Marmelade mit wenig Zucker, Liköre und saisonale Spezialitäten.

5. Station: Hotel zur Linde, Südermarkt 1



Björn Rogalla, ebenfalls Mitglied der AG, stellte der AG das Hotel zur Linde vor, das zu den wenigen Einrichtungen in Meldorf gehört, die seit mehreren Generationen in Familienhand sind: Das Hotel zur Linde wird seit 1931 in der 4. Generation betrieben! Hier werden die Gäste in der

historischen Gaststube oder im Restaurant mit regionalen Gerichten in entspannter Atmosphäre verwöhnt. Björn Rogalla wies darauf hin, dass die deutsche Küche jahrzehntelang im Schatten der Chinesen, Griechen, Jugoslawen und Türken eher ein Nischen-Dasein führte, jetzt aber aufgrund geänderter Essgewohnheiten einen neuen Hype erlebt. Es gibt an deutscher Küche in Meldorf neben dem Hotel zur Linde nur noch das Restaurant „V“ von Kai Voss. Im Hotel zur Linde werden z. B. Suppen noch selbst von Hand angesetzt und es gibt regionales Gemüse und, saisonal, Salzwiesen-Lammfleisch aus Neufeld. Ansonsten hat das Hotel regional-typische Gerichte wie Mehlbeutel, Sauerfleisch, Kohl, Schwarzsauer, Fisch im Angebot.

Für die drei AG, die sich alle nach Beendigung ihres jeweiligen Stadtrundganges im Hotel zur Linde zum Mittagstisch trafen, hatte Björn Rogalla ein Irish Stew aus Neufelder Salzwiesenslammfleisch zubereitet. Dazu gab es Dithmarscher Kohlbrot vom Bäcker Fischer.

Gruppenarbeit



In der Gruppenarbeit wurden die Ergebnisse der vergangenen Arbeitsgruppensitzungen und die Erkenntnisse der Exkursion zusammengefasst und diskutiert.

Insbesondere die Definition des Begriffes „Regionale Produkte“ fiel dabei schwer. Hilfreich war hier eine Definition, die die IHK Heide lieferte:

„Ist an der Herstellung einer Ware mehr als eine Region beteiligt, so gilt die Ware als Ursprungsware der Region

- in der sie der letzten wesentlichen, wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist,

- die in einem dazu eingerichteten Unternehmen vorgenommen worden ist
- und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder eine bedeutende Herstellungsstufe darstellt.“

Wertvolle Anregungen gab es von Seiten der externen Expertinnen. Sie empfahlen „Regionale Produkte“ in Szene zu setzen, beziehungsweise mit einer Story zu verbinden.

Weiterhin wurde empfohlen, Firmengeschichten insbesondere bei Familienbetrieben in 3. oder 4. Generation als regionale Besonderheit mit einzubeziehen.

Gesamtergebnis AG Vermarktung regionaler Produkte

Konzept zur Umsetzung einer Marke für Regionale Produkte

Ergebnis der Zusammenarbeit Arbeitsgruppe/Experten

Ziel:

- **Unmittelbare Ziele der Aktion:**
- Regionale Betriebe unterstützen
- Regionale Spezifikation herausstellen
- Vermarktungsplattform bilden
- Ortstypische Zubereitungen anbieten
- Einbindung von Herstellern und Produkten aus der Region
- Zulieferer aus der Region mit einbinden
- Vernetzung durch gemeinsame Werbung
-
- **Allgemeine Ziele:**
- Gesundheit fördern
- Nachhaltig Handeln
- Stärkung der heimischen Wirtschaft
- Image - Bildung
- Regionale Wertschöpfung
- Attraktivität Meldorfs steigern
- Einbeziehen des Fairen Handels
-

Marken-Bildung:

- Meldorf hat Geschmack
- Typisch Meldorf

Vermarktung:

- Prospekte, Mappen, Folder mit gegenseitiger Werbung der Teilnehmer
Verbreitung über Teilnehmer
Verbreitung über Ferienwohnungen
- Internet - an bestehende Plattformen anknüpfen (z.B. Meldorf – Seite)
- Online Handel
- Soziale Medien: Facebook etc.
- Meldorf Kiste mit Produkten aus der Region
z.B. als Geschenkidee für Gäste
- Gemeinsames Logo als Erkennungszeichen
- Nur über Mitgliedschaft in einem Verein ?
- Ggf. über CittaSlow

Umsetzung/Aktionen:

- Food-Festival
- Apfeltage
- Blumenmarkt
- Kohltage
- Meldorf-Woche
- Meldorf Flohmärkte
- Speisenangebot in der Gastronomie

Wer gehört dazu ?

- Kunsthandwerk
- Lebensmittelerzeuger und -verarbeiter
- Gastronomie

Welche Kriterien gelten für die Auswahl der Teilnehmer ?

- Regionale Ausdehnung ?
- Selbst erzeugte Produkte : Direktvermarktung
- Bestandteile und Zutaten aus der Region
- Ortstypische oder landestypische Rezepte / Zubereitungen
- Ggf. Bioprodukte
- Handwerkliche Produktion

Grenzbereiche

- Dithmarscher Giros
- Hemmingstedter Paprika
- Döner mit Zwiebeln aus Nindorf

Finanzierung

- Beiträge der Teilnehmer
- Förderung über regionale Mittel
- Fördergelder einwerben (CittaSlow ?)

Organisationsstruktur

- Ehrenamt
- Verein
- Bestehende Vereine / Verbände
- Aufnahme – Kommission

Ergänzungen zum Konzept durch Arbeitskreis und externe Gäste

Vorschläge für Vermarktung

- Markt der Genüsse, eventuell mit Verkostung
- Streetfood-Festival „Auf die Flosse“
- Flyer mit Produzenten und Bezugsquellen – Story erstellen
- Shop im Landwirtschaftsmuseum
- Präsentation der Produzenten, medial >> persönlich
- Axel Prah – Meldorfer Genuss-Botschafter
- Gourmet-Pakete – regionaler Warenkorb
- Trailer / Film zur Regionalität (MGS)

Stichworte „Regionale Produkte“: (Thematisch auf Empore)

- Politik informieren über Ideen zum Landwirtschaftsmuseum >> jetzt!
- Einbeziehen des Landesmuseums
- Sensibilisieren für regionale Produkte
- Treffpunkt „Samstags“
- Kooperation von z. B. Viva mit Biokiste
- Sanddorn-Sammeltag – Ernte – Produkt
- Annika Beckmann (Hofladenliebe) Online-Handel
- Attraktive Gestaltung der Produkte
- Logo: evtl. angelehnt an Meldorf-Gutschein oder Plakat 750 Jahrfeier
- Die Fibel als Logo auf den Produkten oder die Schnecke ohne Körper nur Gehäuse
- ersichtlicher machen, warum die Schnecke. Was bedeutet sie (für Touristen)

- Korb mit regionalen Produkten für Ferienwohnungen
- Laden auf dem Markt für Regionales, damit es sofort gesehen wird. Viele Informationen zum Mitgeben
- Infotafel auf dem Markt
- Sonderregal in den Läden
- Öffnungszeiten z.B. Stiftung Mensch schließt freitags um 13.00 Uhr. Eventuell Weberei „langer Verkaufsabend“
- Frischer Fisch, Fischgeschäft
- Info Geschenke Stiftung Mensch, Weberei oft unbekannt, keine Hinweisschilder
- Strandkorbmanufaktur kaum sichtbar
- Ein Meldorf Logo >> mit CittaSlow-Schnecke (Gegenstimme: Bitte nicht!)
- Homepage – wo finde ich was?
- Gehstraße = Spezialistenreihe
- Online-Shop als Plattform zum Versand von Präsenten

Stichworte „Regionale Produkte“: (Thementisch im Saal)

-
- Kleine Schritte machen, einfach loslegen
- Mindeststandard, Siegel
- Produzenten besuchen
- Nicht auf Lebensmittel beschränken
- Im Kino regionale Filme zeigen
- Innungsmeister mobilisieren
- Lebensmittelqualität und Identifikation der Bürger/innen
- Foodsharing – Essen teilen
- Regionale Produkte und deren Ketten
- Apps entwickeln
- Vernetzung der Produzenten
- Solawi
- Analyse der Ist Situation
- GourMED

AG „Jugendkultur“

Schwerpunkte:

Schaffung einer lebendigen Jugendkultur, die Meldorf für Jugendliche interessant macht, durch

- Entwicklung geeigneter Angebote und
- innovativer Projekte

Moderation: Kirsten Witt

(Stadtvertreterin für die Wählervereinigung Meldorf Freunde; Thema: Jugendkultur)

Experte:

Rüdiger Hasse, Leiter des Hauses der Jugend im Mehr- generationenhaus Brunsbüttel. Sein Beitrag u. a.: generationenübergreifende Zusammenarbeit und die Beteiligung von Jugendlichen.

Beobachterin:

Laya Cornelius, Beobachterin, schreibt zurzeit an der Leuphana ihre Bachelor-Arbeit über Cittaslow am Beispiel Meldorfs.

Weitere Teilnehmer:

Angelika Mahnke (OGT Grundschule Meldorf), Uta Kleinschmidt (Stiftung Mensch), Sonja Schukat (Dithmarscher Kindermuseum DiKiMu), Uwe Eschner (Dithm. Musikschule / Berufsbildungszentrum BBZ), Klaus-Peter Hagge (Familienbildungsstätte FBS), Hadi Knütel (BBZ), Laya Cornelius (Protokoll), Rüdiger Hasse (Mehrgenerationenhaus/Haus der Jugend Brunsbüttel)

Rundgang

Die Arbeitsgruppe zum Thema Jugendkultur um Stadtvertreterin Kirsten Witt hatte auf einen Rundgang verzichtet und ihre Arbeitstagung gleich im Gruppenraum in der Volkshochschule Meldorf begonnen: Die zu besichtigenden Orte hätten zu weit auseinander gelegen, um sie in der vorgegebenen Zeit aufzusuchen. Außerdem sollte der Tagesbetrieb der Schulen und anderen Stätten nicht unnötig gestört werden.

Gruppenarbeit



Die Gruppenarbeit begann damit, dass den Experten das Ergebnis bisheriger Vorarbeiten vorgestellt wurde, mit

dem seitens der Stadt Meldorf in die Fachtagung gestartet wurde:

- *Treffen zum Thema: Was haben wir bereits?*
Ergebnis:
- *Veranstaltungen etc.*
- *Institutionen, Vereine etc.*
- *Bildung*
- *Aufenthaltsorte*
- *Sonstiges*
 - *Hauptfazit: fehlende Vernetzung aller Institutionen, Vereine, Bildungsträger etc.*

- *Treffen zum Thema: Was fehlt uns?*
Ergebnis:
- *Veranstaltungen (Open Airs, Festivals etc.)*
- *Aufenthaltsorte*
- *Vernetzung*
- *Jugendbeteiligung*

- *Treffen zum Thema: Was geschieht am 16.09.2017? Ergebnis:*
- *Zwei Ideen/Projekte werden ausgearbeitet, um abends in der Exkursion Zukunft vorgestellt zu werden*

Am Vormittag wurden in der Gruppenarbeit erste Ideen für den Abend diskutiert:

- *Wo ist Platz für Jugendangebote? Was kann da hin?*
- *Fokussiert wurde die Idee „Jim’s Bar“: Einrichtung einer alkoholfreien Bar in einem Bauwagen unter angemessener Selbstverwaltung durch Jugendliche: Es stellte sich heraus, dass die Bauwagenak-*

tion zwar als eine interessante Idee bewertet wurde (vor allem, da der Experte Rüdiger Haase von einem positiven Versuch berichten konnte). Andererseits wurde jedoch kritisiert, dass die bauliche Genehmigung dafür ggf. problematisch, die Stadt Meldorf zu klein und mögliche Flächen ggf. ungeeignet seien.

Am Nachmittag arbeitete die Gruppe die bisherigen Ansätze zur Vorbereitung der Thementische auf.

In die nächste Runde, die Beteiligung interessierter Bürgerinnen und Bürger, ging die Arbeitsgruppe mit der Präsentation dieser Thementische:

An **Thementisch 1** wurden Projektideen vorgestellt, die zum Teil neu waren und zum Teil an bereits Vorhandenes anknüpften. Sie konnten mit farbigen Punkten jeweils



von Bürgern einerseits und Jugendlichen andererseits bewertet werden:

- Skaterpark (Otto-Nietsch-Weg)
- Legales Graffiti (z.B. am Bahnhof)
- Kanuanleger
- DIKIMU (Dithmarscher Kindermuseum)
- Jugend-Aktions-Mobil

Thementisch 2

Hier wurde eine Ideensammlung zu einer „Langen Nacht der Jugend“ (Arbeitstitel) erstellt:



Die Gäste gaben Anregungen zu den Schwerpunkten

- Aktivitäten
- Orte
- Akteure

und hatten Gelegenheit, sich zu folgenden Fragen zu äußern:

- Haben Sie weitere Projektideen?
- Welche Aspekte sind wichtig, um die Lebensqualität für Jugendliche in Zukunft zu verbessern?
- Wie kann man eine aktive Beteiligung an Jugendlichen erreichen?

Gesamtergebnis AG Jugendkultur

Nachdem die Teilnehmenden intensiv und zum Teil kontrovers über die Aspekte

- Veranstaltungen
- Institutionen, Vereine
- Bildung
- Aufenthaltsorte

diskutiert hatten, kamen sie zu dem hauptsächlichen Fazit, das eine **sinnvolle Vernetzung** aller Institutionen, Vereine, Bildungsträger etc. derzeit fast vollständig fehlt und dringend herzustellen sei.

Einvernehmlich war das Ergebnis, dass die **Arbeitsgruppe Jugendkultur** für die Zukunft weiter **bestehen bleiben** und vermehrt **Jugendliche beteiligen** solle, außerdem solle ein **Kinder- und Jugendtag** geplant werden.

Die Gäste des Abends wählten den Kanuanleger zum attraktivsten Projekt für Jugendliche. Favorisiertes Projekt – neben einer „**Langen Nacht der Jugend**“ – ist somit zunächst die Einrichtung eines **Kanuanlegers**. Dieses Ergebnis wird nun in Zusammenarbeit mit Hadi Knütel an die Schüler des BBZ zur weiteren Beurteilung gegeben. Zudem sollen die Meldorfer Gelehrtenschule (MGS) und die Gemeinschaftsschule Meldorf (GMS) ins Boot geholt werden.

Lenkungsgruppe

Die Lenkungsgruppe war – außer durch **Anke Cornelius-Heide** – vertreten durch **Martin Gietzelt** (Leiter des Vereins der Volkshochschulen), **Uta Kleinschmidt** (kaufmännische Leiterin der Stiftung Mensch), **Anja Wiebers** (Work-Life-Balance-Expertin), **Ellen Balsewitsch-Oldach** (Verlegerin, Autorin und Journalistin; Aufgabe: Dokumentation) und **Dirk-Uwe Becker** (Autor und bildender Künstler; Aufgabe: Dokumentation) sowie die AG-Leitungen Jörg Tietböhl, Horst-Walter Roth und Kirsten Witt.