

# Neuer Trend, neue Chance, neue Auflage

## Diese Botschaft der Meyer Werft lässt Papenburgs Touristiker hoffen

Von Gerd Schade

**PAPENBURG** Die touristische Entwicklung in Papenburg ist seit Jahren eng mit der Meyer Werft verknüpft. Die Schiffbauer erleben coronabedingt nach eigenen Angaben gerade die schwerste Krise seit dem Zweiten Weltkrieg. Und doch blicken die Touristiker in der Fehnstadt optimistisch in die Zukunft – dank einer Botschaft von Werftchef Jan Meyer.

Mit dramatischen Worten hatte sich Meyer vor drei Wochen in einem Video an die Belegschaft gewandt. Von einer „existenziellen Krise“ war die Rede und davon, dass alle Arbeitsplätze auf dem Spiel stünden (wir berichteten).

Meyer sagte aber auch etwas, was dem Geschäftsführer der Papenburg Marketing GmbH (PMG), Kai-Olaf Nehe, in der öffentlichen Wahrnehmung um die Zukunftsdebatte der Werft zu kurz kommt und das für die PMG von entscheidender Bedeutung sei. Denn die gute Nachricht sei doch gewesen, dass keine Reederei einen Neubauftrag storniert habe und dass es der Werft wie geplant gelungen sei, das Bauprogramm zu strecken, betont Nehe im Gespräch mit unserer Redaktion. Das Strecken bedeute, dass die Werft ihre Aufträge bis 2025 abarbeiten könne. „Und für uns



**Neu im Angebot** sind Kanu-Paddeltouren auf dem Hauptkanal.

Foto: Papenburg Marketing GmbH

bedeutet das langfristige Planungssicherheit“, sagt Nehe. „Welche andere touristische Organisation kann das in diesen Zeiten von sich behaupten?“

Natürlich habe auch die PMG die Auswirkungen der Pandemie deutlich zu spüren bekommen, sagt der Geschäftsführer und erinnert an die dreimonatige Schließungszeit des Meyer-Werft-Besucherzentrums infolge des weitgehenden „Lockdowns“ im Frühjahr. Dorthin strömen jährlich bis zu 300 000 Besucher – viele davon kommen in Bussen nach Papenburg. In diesem Jahr hat es Nehe zufolge aber kaum Bustourismus gegeben. Dafür habe der Individualtourismus zugenommen. Aktuell registriert die PMG nach eigenen Angaben mehr als 10 000 Individualgäste pro Monat.

Nehe sieht darin nicht nur einen Trend, der durch Corona beschleunigt worden sei,

sondern vor allem auch eine Chance. Deshalb werde die PMG für Einzelgäste in Zukunft „deutlich mehr Produkte“ anbieten, verspricht er. Wie er weiter ausführt, hätten die Touristiker trotz der Krise investiert und ein neues Buchungsprogramm angeschafft. „Wir sind nach wie vor recht optimistisch“, sagt Nehe.

### Zwei Schiffe im Bau

Wie wichtig für die PMG die oben beschriebene Planbarkeit bis 2025 ist, verdeutlicht er mit einer wesentlichen Frage, wenn Anfragen für einen Papenburg-Besuch eingehen: „Kann ich ein Schiff im Bau sehen?“ Diese Frage könne man in den kommenden Jahren bejahen. Das sei das Schöne an Jan Meyers Botschaft gewesen. Aktuell beziehungsweise für die Herbstferien wirbt die PMG dafür, gleich zwei Kreuzfahrtschiffe im Bau zu erleben: die „AIDAcosma“

und die „Odyssey of the Seas“.

Im Hinblick darauf, dass die Werft nicht mehr wie zuletzt drei bis vier Schiffe pro Jahr, sondern „nur“ zwei abliefern, bringt es Nehe bildlich gesprochen so auf den Punkt: „Das Herz der Werft schlägt vielleicht nicht mehr im Dreivierteltakt, sondern in einem Anderthalbtakt. Aber es schlägt.“

Überdies freuen sich Nehe und sein Team, wenn sie 2021 „einigermaßen“ zum Alltagsgeschehen zurückkehren können. Buchungsanfragen auch von Gruppen gebe es bereits.

Passend dazu hat die PMG in Kooperation mit der städtischen LGS GmbH das Touristinfo-Magazin „Erlebniskompass“ neu aufgelegt. 30 000 Exemplare wurden gedruckt. Mit einem emotionalen Begleitschreiben wird das 90 Seiten umfassende Heft in diesen Tagen an 2500 Anbieter von Gruppenreisen in ganz Deutschland verschickt, erklärt LGS-Geschäftsführer Heiko Abbas, der auch die Geschicke der Touristinformation lenkt.

Beworben wird in dem Magazin unter anderem das Projekt „Maritime Erlebniswelt“, der neue Kanuverleih für Paddeltouren auf dem Hauptkanal und der neue „Stahlbieger-Shop“, in dem die PMG maritimes Merchandising betreibt.