

17.01.2018 „Chancen der Siehafenorte aus Sicht eines Inselbürgermeisters“

Liebe Arbeitskreismitglieder der Dorfregion Sielhafenorte im Landkreis Wittmund, liebe Karin Emken, lieber Jürgen Peters, liebe NWPLer
Moin tosamen,

ich freue mich sehr über die Einladung hier sprechen zu dürfen und möchte gleich klarstellen, dass ich nicht den Stein der Weisen aus der Tasche holen kann – dat kann een Insulaner an't Fastland ohnhen nich rieten, een Sieler to seggen, wor dat lang geht.

Ich bin nur der Meinung, dass eine Außensicht sehr hilfreich sein kann, wenn man seinen eigenen Standort bestimmen will. Ich hoffe, ich kann dazu ein wenig beitragen. Ich bitte darum zwischenzufragen, wenn irgendetwas nicht verständlich ankommt. Im übrigen freue ich mich hinterher über Fragen zu meinen Anmerkungen.

Die LEADER Region „Nordseemarschen“ ist direkter Nachbar des „Wattenmeerachters“, unserer LEADER Region der Inseln. Nachbarschaft ist nur etwas wert als gute Nachbarschaft. Also müssen wir uns gegenseitig stützen, müssen aussprechen, was nicht gut ist und wir müssen das Schwierige überwinden und besser miteinander weitermachen.

Ich sehe die Inseln nicht als Konkurrenten zu den Sielorten, im Gegenteil, Inselgäste sind anders als Festlandgäste. Aber alle Inselgäste reisen über Sielorte an, die daraus auch Einnahmen generieren. Jeder Insulaner kennt die Siele als ersten heimatlichen Aufschlag, wenn er zur Insel zurückkehrt. Eine Reihe von Insulanern stammt von der Küste, die verwandtschaftlichen Beziehungen sind beachtlich. Was uns immer verbindet ist die Schifffahrt vom Siel zur Insel, sind die Dienstleistungsbeziehungen, die sich aus der touristischen Wertschöpfung ergeben, z. B. Arbeitsplätze, Aufträge an Handwerksbetriebe, die Parkplätze und vieles andere, die Zugehörigkeit zum Landkreis Wittmund, wenn ich von Spiekeroog und Langeoog rede.

Ich glaube, dass wir uns im überregionalen Marketing als eine Region vermarkten müssen, damit wir möglichst viel Aufmerksamkeit auf die Nordseeküste mit Ihrem Alleinstellungsmerkmal des Weltnaturerbes Wattenmeer und dem Nordseeklima, sowie unseren sehr spezifischen touristischen Leistungen lenken können.

Dem scheint die neueste Entwicklung mit der Gründung der Ostfriesische Inseln GmbH entgegenzustehen, aber ich versichere Ihnen, dass dem nicht so ist. Die Inseln und die Inselreedereien haben sich in einem längeren Prozess zueinander positioniert, ihre Gemeinsamkeiten und das Unterschiedliche definiert und eine Markenschärfung vorgenommen. Jetzt vermarkten sie das Ergebnis unter der neuen Marke Ostfriesische Inseln GmbH, haben ihre bisherigen Marketingbudgets für das überregionale Marketing zusammengelegt, eine ganz schmale Verwaltung mit einem ehrenamtlichen Geschäftsführer und einer hauptamtlichen Marketing- Koordinatorin gegründet und können dadurch einen Etat von gut 300 TEUR vorweisen, von denen ca. 2/3 ausschließlich für professionelles Marketing aufgewendet werden.

Ähnliches wünschen wir uns von den Küstenbadeorten, damit auch die zukünftig gemeinsames effektives überregionales Marketing betreiben können. Dann können wir als Inseln und Küste auf Augenhöhe wieder gemeinsam agieren und noch stärker nach außen auftreten.

Ich habe die offensichtlich vorhandenen Unterschiede zwischen den vier Ortschaften Ihrer Dorfregion nicht weiter betrachtet, da sind Sie selber die besseren Fachleute. Eines ist aber aus meiner Sicht klar. Die erste und die zweite Küstenlinie müssen ihre Angebote bündeln und so eine Vielseitigkeit erzeugen, die den Bewohnern und den Besuchern einen Mehrwert schafft. Gemeinsam handeln macht viel stärker, als die Abgrenzung hervorzuheben.

Ich gehe davon aus, dass Ihr Arbeitskreis das Ziel hat, Wege einer gegenseitigen Stärkung an der Küste zu finden und dass es um substantielle Verbesserungen und Zukunftssicherung Ihrer Dörfer in unserer Region gehen soll, dass die begehrten Fördergelder diesem Ziel zu dienen haben. Das klingt selbstverständlich, aber ich habe auch schon erlebt, dass Projekte aufgestellt wurden, weil Fördermittel da waren. Das klappt nicht.

Es ist in Zeiten, in denen alte Traditionen keine große Rolle für den Alltag mehr spielen, sehr wichtig, regelmäßig seinen Standort zu bestimmen. Das galt und gilt für Langeoog und die anderen Inseln ebenso wie es für die Sielorte gilt, eine Vorstellung davon zu entwickeln, wie unsere Ortschaften sich erfolgreich entwickeln können. Diese aktive Bestimmung ist deshalb wichtig, weil die Sielorte sich auch ohne eigenes Eingreifen verändern, nämlich von außen verändert werden. Das war schon immer so, nur dass Entwicklungen in der Vergangenheit langsamer abliefen als heute in einer globalisierten, vernetzten Welt .

Veränderung geschieht durch die steigenden Immobilienpreise und der unentwegten Suche des freien Kapitals - und davon gibt es ungeheuer viel auf dem Weltmarkt – nach Landnahme überall auf der Welt. Allerdings gibt es außer dem Käufer auch den Verkäufer, der aus dem eigenen Haus kommt. Über die Berechtigung der Gründe von Verkaufsentscheidungen kann man trefflich streiten.

Veränderung geschieht auch durch einen Strukturwandel, der stetig im Gang ist. Die Handelsflotte der Segelschiffe gibt es lang nicht mehr, heute fährt sie im Lieferwagen vor. Die landwirtschaftlichen Betriebe werden weniger, sie vermarkten sich in der Regel nicht mehr vor Ort, die Fischereibetriebe fischen in einem sehr geregelten Markt, sie werden immer folkloristischer. Die Umgebung Ihrer Orte hat keinen freien Horizont mehr, Windräder bestimmen das Landschaftsbild erheblich mit. Der touristische Markt wird digitalisiert und professionalisiert, sehr viele Dienstleistungen werden in größeren Orten zentralisiert, man denke nur an Schulen, an Apotheken, an Arztpraxen.

In diesem Wandel nicht zu verlieren und sich in diesem Wandel nicht zu verlieren, ist garnicht so einfach. Wie kann man Wandel aktiv gestalten und seine Eigenart bewahren? Kann und soll man seine Eigenart überhaupt bewahren, wenn man sich wandelt? Was ist das Ziel?

Das erste Ziel der Menschen einer Region ist, sich zuhause zu fühlen, ein Heimatgefühl zu haben, ein Heimatwertgefühl. Damit meine ich keine Gefühlsduselei, sondern eine innere Übereinstimmung mit dem Wohnort, der Wohngegend. Diese Übereinstimmung schafft Selbstbewußtsein. Selbstbewusstsein entsteht aus dem Wissen heraus, in einer besonderen Gegend zu leben, sein Handwerk zu verstehen, einen guten, einen angemessenen Lohn für seinen Einsatz zu erhalten, in der Gemeinschaft anerkannt zu sein, seine Persönlichkeit entfalten zu können. Alle diese Aspekte sind wichtig und Sie haben das mit Ihren verschiedenen Arbeitskreisen auch erkannt.

Frieslands Marschen, das weite Land, die Kultur der Sielorte und Ostfrieslands Höfe, das Wattenmeer, der Horizont, das ist eine besondere Gegend. Wer hier aufwächst ist geprägt, wer hier längere Zeit lebt, wird geprägt.

Verstehen Sie Ihr Handwerk? Ich meine, gibt es genügend Arbeitsplätze in Ihren Orten und wird hier vor Ort ausgebildet, so dass Sie hier leben können, oder müssen Sie täglich weite Fahrten auf sich nehmen, um Ihren Broterwerb zu erzielen? Täglich eine Stunde Hin- und Herfahrt ist noch akzeptabel, aber es muss Broterwerb in Ihren Orten geben, damit es Geschäfte gibt, damit andere zu Ihnen kommen mögen und können.

Erhalten Sie einen angemessenen Lohn für Ihre Arbeit? Setzen Sie sich dafür ein, dass alle, die fleißig sind, einen angemessenen Lohn erhalten?

Wissen Sie, was Sie können und in was für einer großartigen Landschaft Sie leben? Wer zeigt es Ihnen und wer zeigt es Ihren Kindern und den neuen Mitgliedern Ihrer Dörfer?

Erkennen Sie Ihre Gemeindemitglieder in ihrer Vielseitigkeit als Gemeinschaft , oder fehlt ihnen der Zusammenhalt? Wie gehen Sie mit Künstlern und Lebenskünstlern um?

Können Sie Ihre Persönlichkeit in Ihrer Dorfregion entwickeln und Ihre Ideen umsetzen, ohne sich die Eigenarten zu neiden?

Wieviele Menschen wollen in Ihrer Dorfregion leben? Es gibt 231 Menschen in Bensorsiel, 1.128 Menschen in Neuharlingersiel, 800 Menschen in Harlesiel, 470 Carolinensiel, 714 Menschen in Werdum, im ganzen Dorfentwicklungsgebiet 4.500 Menschen, 65 Menschen pro km².

Reicht das aus? Nein. Ohne eine Einnahme von außen, ohne zusätzliche Menschen werden Sie alle Geschäfte verlieren, werden die Dienstleister aus Ihren Orten verschwinden. Darum ist der Gästebetrieb so wichtig.

Ich glaube, es ist ganz wichtig zu akzeptieren, dass die Welt der Sielorte sich wandeln muss. Wenn ein Großteil der örtlichen Vermieter der Generation 60+ angehört, dann sind das in 10 Jahren 70+ und in weiteren 10 Jahren 80+. Mit den Vermietern altern ihre Gäste. Wenn der Tourismus auch zukünftig das Hauptstandbein Ihrer Kommune sein soll, dann müssen Sie den Tourismus verjüngen, konsequent verjüngen, also Gutes für junge Familien und junge Leute tun. Das werden die Vermieter der Generation 60+ und älter nicht schaffen. Wenn aber die jungen Menschen vor Ort in ihren Häusern keine Wohnungen für Gäste bereitstellen möchten, wer kann und soll es dann tun?

Wenn die eigenen Bewohner die Herberge nicht stellen können, müssen Beherbergungsprofis ran. Sie haben Campingplätze, gut, Sie haben die Jugendherbergen, gut, Sie brauchen aber auch Vermieter von Ferienwohnungen und Sie brauchen Angebote außerhalb der Hauptsaison. Dafür brauchen Sie hotelartige Betriebe. Professionelle Beherbergungsbetriebe wollen das ganze Jahr Umsätze machen, weil sie es nicht nebenbei tun, sondern davon leben, ausschließlich davon leben.

Verbinden Sie die Themen Natur und Kultur Ihrer Dorfregion, zeigen Sie ihren Besuchern und den Bewohnern, wie Ihre Infrastruktur funktioniert. Sie glauben nicht, wie spannend es ist, eine Kläranlage zu besichtigen oder den Weg des Wassers vom Regen, über die Felder, die Tiefs und das Siel ins Meer zu verfolgen, die Themen der Gewässerbelastung anzusprechen und wie Sie damit umgehen. Zeigen Sie, dass Sie etwas für den Erhalt der Landschaft und des Wattenmeers tun, präsentieren Sie ihre landwirtschaftlichen Betriebe. Suchen Sie nach guten Erzählern. Es gibt sie, vielleicht wissen Sie es nur noch nicht. Gäste wollen erfahren wie Sie leben, was Ihre Sorgen sind, dann identifizieren Sie sich mit Ihnen. Ich meine damit nicht, dass Sie Ihnen intimen erzählen, dann werden Sie gefressen.

Profis sind digital unterwegs, weil der Gast von heute digital bucht und die Gäste von morgen nur noch digital buchen. Wie sind Ihre Vermieter unterwegs, wie ist Ihr Ort unterwegs? Profis betreiben eigenes Marketing und entlasten so die Kurbetriebe. Professionelle Vermieter und Dienstleister suchen nach den Stärken ihres Umfeldes und brauchen ein starkes Umfeld, weil ein attraktives touristisches Angebot im Umfeld weitere Gäste anlockt. Nicht umsonst gehen Aldi, Combi und Lidl auf einen Standort. Und gönnen Sie sich gegenseitig die Butter aufs Brot, gönnen Sie dem Nachbarn den geschäftlichen Erfolg, es gibt nämlich mehr Menschen, die zu Ihnen kommen wollen, als sie Betten haben, wenn Sie das Potenzial Ihrer Dorfregion heben können.

Aber Sie müssen das wollen und Sie müssen wissen, dass diejenigen, die viel Geld investieren, sich nicht vorschreiben lassen wollen, wie sie ihren Betrieb organisieren. Langeoog hat in den vergangenen Jahren einige Interessenbekundungsverfahren gestartet, um Liegenschaften zu verwerten, die ihre Funktion verloren hatten. Der Veräußerungserlös wurde zum Schuldenabbau verwendet und es wurden dringend erforderliche Investitionen zur Modernisierung der weiterhin benötigten Liegenschaften getätigt.

Dabei haben sich glücklicherweise fast immer mehrere Interessenten mit durchaus unterschiedlichen Lösungsansätzen gefunden. Mithilfe von Bewertungsmatrixen sind die besten Vorschläge ermittelt und entsprechend die Vergabeentscheidungen getroffen worden.

Dabei hat sich herausgestellt, dass die besten Angebote von regional beheimateten Investoren kamen, also keinen Großinvestoren, auch wenn mancher Politiker sie so bezeichnet hatte. Der Vorteil dabei ist, dass die Kommune auf Augenhöhe verhandeln kann und dass die Projekte besser in das ebenfalls mittelständische Umfeld passten. Für alle Projekte haben wir verlangt, dass sie integrativ wirken, das heißt, sie sollten den übrigen Akteuren nicht das Wasser abgraben, sondern dem örtlichen Angebot etwas hinzufügen, von dem der Neue und die etablierten Betriebe einen Nutzen haben. Wir haben städtebauliche Ziele formuliert, was aus meiner Sicht sehr wichtig ist. Für ein Projekt mit über 30 Ferienwohnungen musste auf einem Drittel der angebotenen Fläche Gewerbe, das nicht Vermietung ist, etabliert werden. Dazu der für Mitarbeiter erforderliche Wohnraum. Dadurch ist es schließlich gelungen, einen zweiten Lebensmittelbetrieb auf die Insel zu holen.

Kümmern Sie sich um die historische Substanz, sie macht einen Ort geschichtsträchtig und romantisch, fordern Sie von neuen Anlagen eine bewusste Auseinandersetzung mit dem Ortsbild, nicht den Nachbau alter Formen, sondern eine neue maritime Gestaltung, die auch in 30 oder 50

Jahren noch ansehnlich ist. Dazu brauchen Sie einen Städteplaner und sie müssen die eigenen Vorstellungen formulieren, das geschieht in der Bürgerbeteiligung.

Mit Blick auf die Dorfregion der Sielhafenorte müssen Sie auch gut überlegen, ob sie überall die gleiche Infrastruktur anbieten wollen, oder ob Sie es schaffen, den verschiedenen Orten verschiedene Schwerpunkte zuzuordnen. Damit könnten Sie die Betriebskosten je Ort senken und durch unterschiedliche touristische Angebote ein insgesamt spannenderes und abwechslungsreicheres Gesamtangebot für Ihre in der Regel mobilen Gäste schaffen. Das ist ein Vorteil im Gegensatz zur Inselfituation, die immer das gesamte touristisch erforderliche Angebotspektrum vorhalten muss.

Wenn die touristischen Angebote verstärkt durch professionelle Betriebe erbracht werden, dann gibt es umgekehrt auch den Effekt, dass Sie weniger Gastgeber haben und dass sie möglicherweise mehr Einwohner haben, die, weil sie nicht Gastgeber sind, dem Tourismusbetrieb skeptisch gegenüberstehen, sich durch die „Fremden“, die in der Saison die Mehrheit der Bewohner stellen und die Straßen verstopfen, belästigt fühlen. Das muss durch bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema und durch eine klare Abgrenzung bestimmter Nutzungszonen geregelt werden.

Sie werden aber keinen Arzt und keine Physiotherapeuten mehr in Ihre Dorfregion an der Küste holen, wenn Sie nicht genügend Kundschaft haben, Sie werden Ihre Geschäfte verlieren und die Gewerbesteuereinnahmen erzielen. Sie werden die jungen Menschen verlieren, wenn Sie kein spannendes Freizeit- und Familienangebot haben.

Die Demografie in Form der Alterung der örtlichen Bevölkerung greift überall, auch in den Sielorten. Deshalb sollten Sie nicht allzu wählerisch sein, wenn sich junge Menschen ansiedeln. Die professionellen Beherbergungsbetriebe und Gastronomen stellen möglicherweise Menschen als Arbeitskräfte ein, die nicht aus Ihren Orten kommen, vielleicht aus osteuropäischen oder anderen Ländern. Versuchen Sie, diese Menschen zu integrieren, sie suchen auch eine Heimat.

Sielorte waren immer Orte der Begegnung Einheimischer mit Fremden, das hat ihren besonderen Reiz ausgemacht, der die Landbevölkerung früher in die Sielorte zog. Sorgen Sie für diese Reize, indem Sie weltweit Ihre regionale Prägung auch anderen Menschen als Gast und als Dienstleister anbieten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Uwe Garrels