



# Krummhörn-Greetsiel

## Dokumentation Leitbildprozess

- Stand April 2016 -



Dokumentation des Leitbildprozesses  
für die Destination Krummhörn-Greetsiel  
(Kurzfassung ohne Anlagen)

Im Auftrag der

**Krummhörn-Greetsiel Touristik GmbH**  
Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel  
Rathausstr. 1  
26736 Krummhörn-Pewsum  
[www.greetsiel.de](http://www.greetsiel.de)

Verantwortlich:

**Prof. Dr. Enno Schmoll**  
Sielhamm 41  
26434 Wangerland

Telefon: +49 (0) 44 25 25 93 011  
Mobil: +49 (0) 170 286 26 44

April 2016





## **Inhaltsverzeichnis**

1. Zur Destination Krummhörn-Greetsiel.....	1
2. Zur Methodik und dem Prozess der Leitbildentwicklung.....	2
3. Erkenntnisse aus der SWOT-Analyse.....	6
4. Mission und Vision.....	10
5. Botschaften und Leitsätze.....	12
6. Projekte und Maßnahmen.....	20
7. Implementierung und Post-Leitbild-Prozess.....	32
8. Abschließende Bemerkung.....	34



## 1. Zur Destination Krummhörn-Greetsiel

Die Gemeinde Krummhörn besteht aus 19 Ortschaften. Tourismus zählt zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren in der Krummhörn und wirkt als wirtschaftlicher Querschnittsbereich direkt wie indirekt als Motor für die gesamte Volkswirtschaft. Die Organisation der touristischen Infrastruktur übernimmt als Destination-Management-Organisation die Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, als Eigengesellschaft der Gemeinde Krummhörn ist.

Der Tourismus hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt. So steigerte sich in den vergangenen Jahren die Bettenanzahl in der Gemeinde um durchschnittlich 150 Betten. Inzwischen sind in der Destination 1.053 Beherbergungsbetriebe inzwischen über ein Gesamtbeherbergungsangebot von 5.538 Betten. Zudem sind die Gästeankünfte in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen:

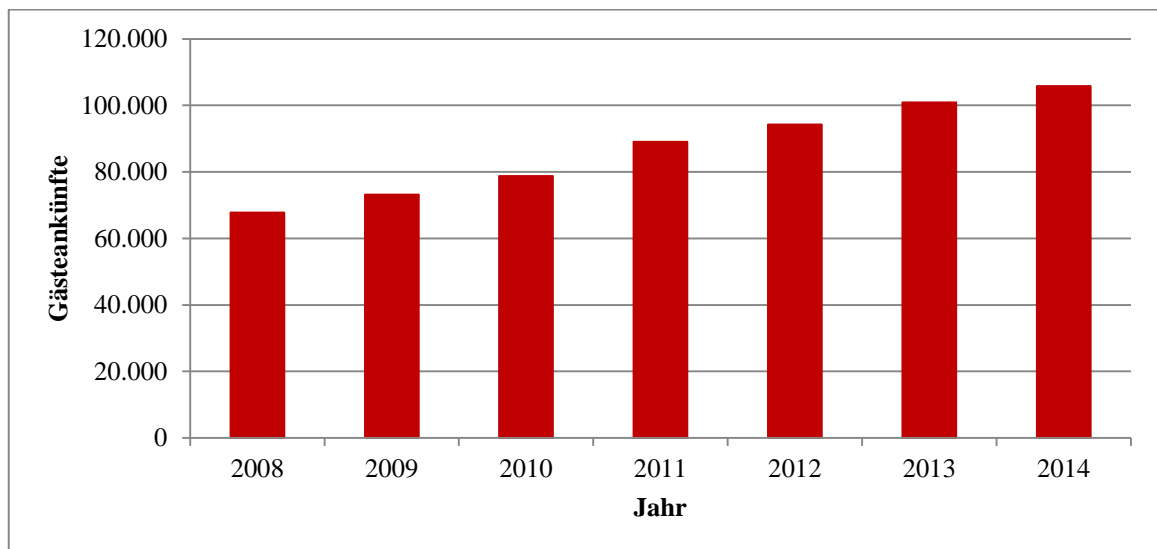


Abb. 1: Entwicklung der Gästeankünfte in Krummhörn in den Jahren 2008 bis 2014

Da die Aufenthaltsdauer der Gäste (5,4 Tage) wie in den weitaus meisten deutschen Destinationen allerdings zurückgeht, ist eine weitere kontinuierliche Steigerung der Gästezahlen allerdings auch notwendig, sofern die Übernachtungszahlen auch in



Zukunft gehalten werden sollen. Auch die Bettenauslastung mit 28,2 % in 2014 ist noch steigerungsfähig.

### **2. Zur Methodik und dem Prozess der Leitbildentwicklung**

„Yes, we can.“ Mit diesem simplen, griffigen Slogan veränderte Barack Obama ein Stück weit unsere Welt. Indem er Menschen die Vision einer besseren Zukunft an die Hand gab, schöpften Sie Mut und Hoffnung auf eine gemeinsame Reise in eine bessere Welt. So konnten Widerstände überwunden werden und Menschen wuchsen über sich hinaus. Auch John F. Kennedy nutzte bereits die motivierende Kraft von Visionen, als er in seiner legendären Rede von 1961 ausrief, dass am Ende der Dekade der erste Mensch auf dem Mond landen sollte. Mehr als 400.000 Menschen in 20.000 Unternehmen arbeiteten fortan begeistert an der Umsetzung des Apollo-Programms, bis am 21. Juli 1969 Neil Armstrong die Mondoberfläche betrat und die ganze Welt in Staunen versetzte.

So bildet die **Vision** als übergeordnetes unternehmerisches Ziel ebenfalls die Basis für ein Leitbild, welches Werte und Führungsleitlinien im Unternehmen schafft und zugleich Mittel und Wege zum Erreichen klar umrissener Ziele beschreibt. Dabei müssen sowohl Mitarbeiter als auch Stakeholder der Destination sich und ihre Arbeit in einem solchen Leitbild wiedererkennen und sich mit ihm identifizieren können.

Ein kraftvolles Leitbild bietet daher Orientierung, indem es weit genug von der Gegenwart entfernt ist, um Ambitionen und Zukunft auszudrücken, andererseits noch nah genug an der gegenwärtigen Wirklichkeit bleibt, um realistisch zu sein. Es erfüllt damit zugleich eine perspektivische („Wo wollen wir hin?“) als auch instrumentelle („Wie kommen wir dort hin?“) Funktion.

Unternehmen wie auch Destinationen ohne Zukunftsklärung, ohne Leitbild, erscheinen hingegen in der Regel als ziellos, ihre Führung als plan- oder ideenlos. Doch auch bereits vorhandene Leitbilder bedürfen fortlaufender Überprüfung, Justage und ggf. einer Neuformulierung.



Allein das Vorhandensein eines Leitbildes ist für eine positive Veränderung jedoch nicht ausreichend. Eine Blitzlicht-Untersuchung des Instituts für Gegenwartsforschung zeigte 2008, dass in der Praxis häufig eine Kluft zwischen nach außen kommunizierten Leitbildern und der gelebten Praxis der Mitarbeiter besteht. Ungefähr drei Viertel der befragten Mitarbeiter waren beispielsweise die Leitsätze des Unternehmens überhaupt nicht präsent, knapp 70 Prozent der Befragten konnten sich nicht mit den Slogans identifizieren und nur ein Drittel der Mitarbeiter war davon überzeugt, dass die nach außen kommunizierten Inhalte auch mit der Wirklichkeit des Unternehmens übereinstimmen.

Die Antwort auf die **Frage, was ein Leitbildprozess zu leisten vermag**, ist daher ebenso abhängig von dem Design des Leitbildprozesses selbst. In der Praxis sind nicht nur die Prozesse und Methode zur Erarbeitung eines Leitbildes oftmals sehr unterschiedlich – auch die Ergebnisse daraus sind ebenso heterogen. Einfache Leitbilder bleiben bei einem „Wir-Verständnis“ und Gemeinschafts-Bekenntnis stehen. Hier gibt man sich damit zufrieden, dass eine Verständigung über Vision, Mission und zentrale Leitgedanken stattgefunden hat. Doch damit verschenkt man zugleich das Potenzial und die Dynamik zur Veränderung und gemeinsamen Strategieentwicklung.

Touristische Leitbilder für Destinationen sollten daher auch die Formulierung von Maßnahmen und Projekten beinhalten, welche die Umsetzung des Leitbildes sicherstellen bzw. verstärken. Diese Ideen und Projekte ergeben sich zwangsläufig aus der Analyse.

Grundsätzlich vermag ein Leitbild dabei folgende Hauptziele zu erfüllen:

- Ein Leitbild formuliert das **Selbstverständnis** eines Ortes, einer Region oder eines Leistungsträgers.
- Es beinhaltet **Leitlinien und Ziele**, welche die zukünftige Entwicklung einer Destination bestimmen sollen.
- Damit ist es zugleich eine **Orientierungshilfe** für alle Leistungsträger und Tourismusorganisationen, bei der Ausrichtung ihrer eigenen Strategie als auch im täglichen Handeln.



- Zugleich ist ein Leitbild eine **Entscheidungshilfe**, sowohl für die Politik als auch für eventuelle Investoren, welche ihre eigenen Ziele mit dem vorliegenden Leitbild abgleichen und somit feststellen kann, ob eine Investition überhaupt gewünscht ist bzw. sinnvoll ist.
- Ein Leitbild dient zugleich auch der **Außendarstellung**, zum Beispiel gegenüber den Gästen und Besuchern. Es vermittelt Außenstehenden zum Beispiel, was dieser Ort möchte, wie er sich und seine Gäste sieht.
- Letztlich wird das Leitbild in **konkrete Handlungsideen, Maßnahmen und Projekte** übersetzt. Damit wird die erfolgreiche Umsetzung des Leitbildes sichergestellt.

Damit ein Leitbild als Führungsinstrument greifen kann, ist bereits der Prozess seiner Entwicklung von großer Bedeutung. Um eine breite Beteiligung der Share- und Stakeholder zu gewährleisten, wurde in dem hier vorliegenden Leitbild eine akteursorientierte Vorgehensweise gewählt. Neben einer Lenkungsgruppe wurden Workgroups zu folgenden vorher gemeinsam mit der Geschäftsführung definierten Handlungsfeldern gebildet:

- **Gastgewerbe & Handel**
- **Infrastruktur, Verkehr & Mobilität**
- **Kultur & regionale Identität**
- **Wirtschaft, Management & Marketing**
- **Sport, Bewegung, Gesundheit**
- **Natur und Nutzung der natürlichen Ressourcen**

In diesen Workgroups konnten sich die verschiedenen Akteure entsprechend ihrer Neigung bzw. Qualifikation einbringen. Die Arbeit der Workgroups wurde dabei durch Workshops begleitet. Aus jeder Workgroup wurde zudem ein Sprecher in die Lenkungsgruppe gewählt, in welcher unter anderem Zwischenergebnisse ausgewertet und in die Arbeitsgruppen zurückgespiegelt wurden.



Neben dem Umriss einer Vision für die Zukunft der Destination Krummhörn-Greetsiel wurden im Laufe des Prozesses Leitsätze bzw. Botschaften formuliert und diese – so weit möglich – mit messbaren Indikatoren hinterlegt. Während die gemeinsam formulierten Leitsätze als Botschaften gegenüber etwaigen Investoren, den Gästen und letztlich allen Stakeholdern der Destination dienen, liegt der größte messbare und greifbarere Wert eines touristischen Leitbildes allerdings in der Formulierung von realen Projekten, welche sich an der Vision und den Leitsätzen orientieren.

Während es in den ersten Stufen des Leitbildprozesses vor allem auch darum ging, das Tourismusbewusstsein aller Beteiligten, Betroffenen und Bürger zu schärfen sowie das Verstehen auch gegensätzlicher Positionen und Interessenslage zu fördern, so ergab sich der weitaus größte Nutzen des hier formulierten touristischen Leitbildes aus der Einigung auf und der Ausformulierung von konkreten Handlungsprojekten. Die Struktur des hier erarbeiteten touristischen Leitbildes lässt sich dabei wie folgt darstellen:

Abbildung 4: Aufbau eines progressiven touristischen Leitbildes nach SCHMOLL



Quelle: eigene Darstellung





In der **Mission** verständigen sich die Teilnehmer darüber, warum sie überhaupt für wen welche Leistung erbringen. Diese noch recht allgemein gehaltene Grundsatzfassung wird dann im Weiteren präzisiert und mit Leben gefüllt. In der **Vision** verständigen sich die Teilnehmer darüber, wie sie ihre Destination ihren Ort in Zukunft sehen möchten.

Die daraus abzuleitenden Werte und **Leitsätze** vermitteln als Botschaften nach innen und außen die zentrale Struktur des Leitbildes. Hier wurden zudem größtenteils **Indikatoren** festgelegt, mit welchen die Erfüllung bzw. Umsetzung der Leitsätze später auch geprüft werden kann. Das Fundament für die Umsetzung des Leitbildprozesses bilden die im Prozess beschriebenen **Projekte** und Maßnahmen, welche sehr konkret den Weg zur Überführung des Leitbildes in die Praxis beschreiben.

Der Prozess einer akteursorientierten Leitbildentwicklung orientiert sich an eben dieser Struktur, wobei ihr eine ausführliche Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse („SWOT-Analyse“) vorangestellt ist. Erfahrungsgemäß ist es sinnvoll diese ausführlich und gemeinsam mit den Beteiligten der Arbeitsgruppen durchzuführen, um einerseits auch hier die nötige Breite und Tiefe der Analyse zu erreichen, als auch die gefundenen Ergebnisse gemeinsam zu bewerten. Nach einer gründlichen Analyse und den daraus bereits gewonnenen Einsichten sind die weiteren Projektschritte zudem einfacher und schneller zu verwirklichen. Dabei wechselten in dem von uns moderierten Prozess Phasen der Arbeit einzelner Arbeitsgruppen mit Phasen gemeinsamer Arbeit im gesamten Plenum („Großgruppe“) ab.

Der Leitbildprozess in der Krummhörn-Greetsiel begann im Sommer 2014 und setzte sich bis in den Herbst 2015 fort. Im gesamten Prozess haben weit mehr als 70 Personen mitgewirkt, wenn auch nicht alle kontinuierlich und mit unterschiedlichem Zeiteinsatz.

### 3. Erkenntnisse aus der SWOT-Analyse

In einer gemeinsam über mehrere Wochen hinweg erarbeiteten Situationsanalyse wurde der IST-Zustand der Destination gemeinsam vertiefend analysiert. Die Bewertung der



Ergebnisse fand dabei anhand einer SWOT-Analyse statt. Diese setzt sich aus der Stärken-Schwächen-Analyse und der Chancen-Risiken-Analyse zusammen. Die Bezeichnung SWOT leitet sich dabei aus den Anfangsbuchstaben Strength (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken) ab. Im Folgenden werden die als zentral genannten Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken aufgeführt.



**Wesentliche Stärken**

- *Warfendörfer & Gulfhöfe*
- *Kirchen- & Orgellandschaft*
- kulturelle Identität & Brauchtum
- Landschaftsbild
- Kulturelle Angebote in den Dörfern
- Tee & ostfr. Gemütlichkeit
- *Trockenstrand*
- *Pilsumer Leuchtturm*
- Weltnaturerbe Wattenmeer
- Marke Greetsiel
- Klima & Luft
- Geschäfte in Greetsiel & Pewsum
- Gastronomie in Greetsiel & Pewsum
- Fischerei erlebbar
- Anbindung Quellgebiet NRW
- Radfahren / Radwegenetz
- *Gesundheits-Infrastruktur*
- *Palliativ-Medizin*
- geringe Tourismusdichte, z. T. Hotspots
- Lebensqualität



**Wesentliche Schwächen**

- Qualität der Radwege, zu wenig Unterstellmöglichkeiten
- Bademöglichkeiten in der Nordsee fehlen
- Zerstörung der Dorfstrukturen
- Mobilfunk- & Internetversorgung
- ÖPNV-Verbindungenkeine
- bezahlbarer Wohnraum
- fehlende(r) Gastronomie & Handel in der Krummhörn
- fehlende Gestaltungssatzung
- zu wenig Angebote für Jugendliche
- fehlendes Tourismusbewusstsein
- Vernetzung Gesundheitswirtschaft & Tourismus zu gering
- z. T. zu geringer Servicegedanke
- fehlende Netzwerke & fehlende Abstimmung, Uneinigkeiten
- Zersiedelung der Dorfstrukturen
- Anbindung ÖPNV
- Kohlekraftwerke Eemshaven
- Gülle-Tourismus
- Fahrradtransport mit Bussen



## Wesentliche Chancen

- Freiflächen erhalten
- Intakte Marschenlandschaften
- Dorfgemeinschaftshäuser nutzen
- Wasserwegenetz
- Neue Zielgruppen erschließen
- moderner Radtourismus
- veränderte Ansprüche der Gäste (Qualität, Gesundheit z. B.)
- Barrierefreie Angebote
- Qualitätssteigerungen
- Kulturtourismus
- Gesundheitstourismus
- Radtourismus / E-Bikes
- Warftenlandschaft als Weltkulturerbe
- Neue Jugendherberge



## Wesentliche Risiken

- zunehmende Baudichte zerstört Landschafts- und Aufrissbild
- Abnahme ÖPNV-Versorgung
- Geistersiedlungen im Winter
- Verschlickung der Deichküste
- Naturschutz versus Tourismus
- zunehmende Konkurrenz im Tourismus
- Quantität statt Qualität
- Baustopp Greetsiel
- Identitätsverlust der Einwohner
- Verlust von Ritualen & Brauchtum
- Einkommensentwicklung
- Klimaveränderung
- zu wenig Parkplätze
- demographischer Wandel

Kursiv sind hier jene Stärken gesetzt, welche ein hohes Differenzierungspotenzial besitzen. Diese sollten besondere Beachtung finden, da sie geeignet sind, die Destination innerhalb des touristischen Wettbewerbs zu positionieren und abzugrenzen. Allerdings gibt es auch Stärken, die hier nicht aufgeführt sind, da ihr Wirkungsgrad noch gering ist oder als wenig ausgeprägt eingeschätzt wird. Sofern sie jedoch ein hohes Differenzierungspotenzial besitzen, gilt Ihnen allerdings eine besondere Aufmerksamkeit. Denn derartige „Dornröschen“ könnten aus ihrem Schlaf erweckt und



ausgebaut werden und damit das Profil der Destination weiter stärken. Hier wurden beispielsweise genannt:

- „Dörfer erzählen Geschichten“
- die Mühlen
- das Campener Museum

Die differenziertere Darstellung und vollständige Aufzählung der für die einzelnen Themenbereiche festgestellten Aspekte findet sich einer extra erhältlichen Anlage. Tatsächlich wurde diese Analyse für jedes der sechs Themenfelder getrennt durchgeführt.



#### 4. Mission und Vision

Nach der Erarbeitung der SWOT-Analyse und einer ersten Ableitung von Handlungsmaßnahmen, wurden auf einer eintägigen Zukunftswerkstatt wesentliche Elemente der zukünftigen Vision für die Destination – mit der Perspektive 2030 – erarbeitet. Aufgrund der bereits in der Phase der SWOT-Analyse stattgefundenen ausgiebigen Diskussionen und Gespräche, konnte hier sehr schnell unter den Teilnehmern ein Konsens über die Inhalte geschaffen werden. Folgende Aussagen umreißen dabei das von den Workgroups bereits im Vorfeld umrissene Bild:

##### Aussagen zur Mission

Wir bieten mit der Krummhörn-Greetsiel unseren Gästen einen hochwertigen Lebensraum, der es seinen Gästen ermöglicht, sich wohlzufühlen, zu entschleunigen, zu entspannen und auf- wie durchzuatmen.

Die Region begeistert zugleich durch das Erlebnis und den Erhalt seiner einmaligen und ursprünglichen Kulturlandschaft.

Eine Mission beschreibt klassischerweise das „Warum?“ des Handelns, den inneren Antrieb bzw. den Sinn des unternehmerischen Tuns jenseits eigener monetärer Ziele. Sie drückt damit die intrinsische Motivation des eigenen Handelns aus und formuliert den eigentlichen Unternehmenszweck. Niedergeschrieben bietet sie Orientierung und Motivation zugleich.



Die daraus abgeleitete Vision umschreibt ein zukünftiges Idealbild, das es anzustreben gilt. Sie konkretisiert die Mission in plastischer und zukunftsweisender Beschreibung wesentlicher Eckpunkte einer künftigen Entwicklung.

### Vision zu Krummhörn-Greetsiel im Jahre 2030

***In 2030 zeichnet sich die Region Krummhörn-Greetsiel dadurch aus, dass sie***

- Traditionen, die ostfriesische Sprache und ihre Kultur erhalten und gefördert hat.
- innovative nachhaltige Mobilitätskonzepte entwickelt hat.
- die Nutzung erneuerbarer Energien vorangetrieben hat.
- die authentische ländliche Idylle erhalten hat.
- Wasserwege nutzbar gemacht hat und der Wassertourismus ausgebaut wurde.
- in ihrer Entwicklung Qualität vor Quantität gesetzt hat.
- die Gemeinschaft der Dörfer gestärkt wurde.
- regionale Produkte – insbesondere aus der Landwirtschaft und Fischerei - (auch in Dörfern) angeboten werden.
- Barrierefreiheit umgesetzt und Gesundheitsangebote entwickelt hat.
- Natur erlebbar gemacht hat.

**(Auch) in 2030 ist Krummhörn-Greetsiel „Ostfriesland pur“.**



## 5. Botschaften und Leitsätze

Während des Leitbildprozesses wurden von den einzelnen Workgroups wesentliche Werte, welche das zukünftige Arbeiten und Miteinander bestimmen sollen, benannt. Daran anlehnend wurden Botschaften formuliert, welche sowohl das Selbstverständnis als auch die Zielrichtung künftigen Handelns vorgeben sollen. Diese Botschaften wurden mit allen Workgroups in einem mehrstufigen Verfahren untereinander abgestimmt, so dass das hier festgehaltene Ergebnis dabei den Konsens aller Workgroups darstellt.

Jedem Themenfeld wurden dabei fünf zentrale Botschaften zugeordnet. Zudem wurden dort, wo es sinnvoll und möglich war, Indikatoren formuliert, mit denen die Erreichung eines Zieles (der Botschaft) zukünftig geprüft werden kann. Die Botschaften sollen dabei sowohl nach innen, z. B. gegenüber allen Stakeholdern, als auch nach außen, z. B. gegenüber Gästen und potenziellen Investoren, kommuniziert werden.

Folgende Botschaften und mögliche Indikatoren wurden dabei unter Berücksichtigung vorher erarbeiteter Werte formuliert:



Themenfeld: Gastgewerbe & Handel

	<b>Botschaft</b>	<b>Möglicher Indikator</b>
1	Lebenswert, liebenswert, schützenswert – unsere Krummhörn.	<i>Bauordnungen/Gestaltungssatzungen sind für die Krummhörn flächendeckend vorhanden und schützen die Ortskerne.</i>
2	Mit der Natur gestalten wir unsere Region und machen die Natur für ALLE erlebbar.	<i>Umweltverträgliche Naturerlebnisangebote für Touristen sind vorhanden, z.B. Radangebote, eine Badestelle.</i>
3	Echt Krummhörn heißt leben am Wasser mit Warften, Wind und Wattenmeer, mit Deich, Salzwiesen, Ebbe & Flut	<i>Salzwiesen und Warften bleiben erhalten und werden geschützt.</i>
4	Einatmen – Ausatmen – Wohlfühlen. Hier können Sie Wurzeln schlagen.	
5	Wir betreuen unsere Gäste mit Begeisterung.	<i>Die Ergebnisse aus dem vergleichenden Gästemonitors bleiben positiv.</i>

Zentrale Werte:

**Kulturverbundenheit \* exzellente Qualität \* Vielfältigkeit \* hohe Authentizität \* Ehrlichkeit \* große Zuverlässigkeit \* große Menschlichkeit**





Themenfeld: Wirtschaft

	Botschaft	Möglicher Indikator
1	In der Krummhörn hat der Euro einen MEER-Wert.	<i>Das Watt ist erlebbar, z. B. durch geeignete Zugänge und Führungen.</i>
2	Bei uns gelten noch Handschlag und Wort.	
3	Wir garantieren nichts, darauf können Sie sich verlassen. Wir tun unser Möglichstes.	<i>Regelmäßige Gästebefragungen bestätigen diese Aussage.</i>
4	Genießen Sie die Herzlichkeit der Menschen. Sie sind es uns wert.	<i>Die Ergebnisse aus dem vergleichenden Gästemonitors bleiben positiv, insbesondere auch unter dem Aspekt der Herzlichkeit.</i>
5	Bei uns heißt es: „Hier is mooij, hier will ik blieven, “ deshalb haben Qualität und Warmherzigkeit bei uns eine lange Tradition.	<i>Die Ergebnisse aus dem vergleichenden Gästemonitors bleiben positiv, insbesondere auch unter dem Aspekt der Herzlichkeit.</i>
6	Für uns ist jede Ihrer Reisen nicht pauschal, nicht uniform, sondern einzigartig.	

Zentrale Werte:

**Wertschöpfung \* Wirtschaftlichkeit \* Ehrlichkeit \* Rechtschaffenheit \* Erreichbarkeit \* Natürlichkeit \* Wärme \* Verlässlichkeit \* Offenheit \* Wertschätzung**



Themenfeld: Natur & natürliche Ressourcen

	<b>Botschaft</b>	<b>Möglicher Indikator</b>
1	Krummhörn – Kultur Leben im Schutz des Deiches.	<i>Kultur ist - als wesentlicher Attraktions-faktor für den Tourismus – erlebbar, z. B. mit einem Deicherlebensprojekt.</i>
2	Natur und Natürlichkeit sind unsere Stärken.	<i>Unsere touristischen Angebote sind (ostfriesisch) authentisch.</i>
3	Bei uns radeln Sie zu Kunst und Kultur inmitten von Marsch und Meer.	<i>Radtouristische Angebote sind vorhanden und auf aktuellem Stand (z. B. Wege, Ausschilderung).</i>
4	Wir haben schon immer mit der Wildheit der Natur gerungen, sie uns nutzbar gemacht und zugleich geschützt. Wir können heute nicht anders.	<i>Naturschutz wird mit den touristischen Anforderungen in Einklang gebracht.</i>
5	Wind ist ein Teil unserer Seele. Er belebt uns und befreit uns.	<i>Wind und seine Nutzung sind erlebbar.</i>

Zentrale Werte:

**Identifikation \* Nachhaltigkeit & Ressourcenschonung \* Erlebbarkeit \* Ursprünglichkeit \* Wasser ist Leben \* Sichtbarer Himmel \* Echtheit \* Echt ostfriesisch \* Bodenständigkeit \* Saubere Luft**



Themenfeld: Sport, Bewegung & Gesundheit

	Botschaft	Möglicher Indikator
1	Darf es etwas langsamer sein? – Krummhörn. Bei uns können Sie ruhig tief durchatmen.	
2	Wasser bewegt – generationslos gleiten. Hier können Sie Wasser erleben.	<i>Wassersporttouristische Angebote sind in ausreichendem Maße für alle Gäste-gruppen vorhanden.</i>
3	Hier ist Urlaub der Sie bewegt, aus der Krummhörn – in der Krummhörn und mit der Krummhörn.	<i>Die Ergebnisse aus dem vergleichenden Gästemonitors bleiben positiv.</i>
4	Unsere Menschen – unsere Gäste – unsere Herzlichkeit.	<i>Die Ergebnisse aus dem vergleichenden Gästemonitors bleiben positiv, insbesondere auch unter dem Aspekt der Herzlichkeit.</i>
5	Hier bist Du dem Himmel so nah, dem Handy so fern, - hier kannst Du durchatmen.	

Zentrale Werte:

**Freiheit \* Offline \* Entschleunigung \* Freies Atmen, frische Luft \* Aktivität \* Fürsorge \* Authentizität \* Wasser bewegt**



Themenfeld: Infrastruktur & Mobilität

	<b>Botschaft</b>	<b>Möglicher Indikator</b>
1	19 Dörfer, 19 Erlebnisse, 1 Region - unsere Krummhörn. Wir bewahren sie für die Zukunft.	<i>Bauordnungen/Gestaltungssatzungen sind für die Krummhörn flächendeckend vorhanden und schützen die Ortskerne.</i>
2	„Daar bün ik to huus“- wo Ostfriesland typisch ist – echt Krummhörn.	<i>Das ostfriesisch-typische wird authentisch in der Region gelebt und in allen Bereichen gefördert.</i>
3	In der Krummhörn ist elke Dörp en lüttje Welt. Wir behüten unsere heilen Welten.	<i>Die Krummhörner Dörfer sind für die Einheimischen lebenswert (Dorfladen) und bieten Ihnen bezahlbaren Wohnraum.</i>
4	Wir achten uns, unseren Lebensraum und unsere Gäste.	
5	Ursprünglichkeit bewahren und Traditionen modern fortsetzen sowie in der Gemeinschaft zusammen leben – das sind unsere Wurzeln.	<i>Ostfriesische Traditionen werden gelebt, erhalten und gefördert.</i>

Zentrale Werte:

**Einzigartigkeit \* Achtsamkeit \* regionale Identität \* Leistungswille \*  
Alleinstellungsmerkmal der Orte \* Geborgenheit \* Ausgewogenheit**



Themenfeld: Kultur & regionale Identität

	<b>Botschaft</b>	<b>Möglicher Indikator</b>
1	Wir sind: liebenswert gelebte Kultur.	<i>Kultur und kulturelle Angebote werden bei uns wertgeschätzt.</i>
2	Entdeckungsreisen mit dem Rad oder Festivals auf Weltniveau, wir bieten jedem Vielfalt im Einklang mit Natur und Landschaft.	<i>Hochwertige Festivals werden erhalten, radtouristische Angebote werden qualitativ hochwertig ausgebaut.</i>
3	Die Krummhörn – Platt das Land und Platt-Deutsch die Sprache.	<i>Plattdeutsch wird als Sprache gefördert und gelebt, z. B. auch durch Sprachkurse für Gäste wie Zugezogene.</i>
4	Wi bünt so ... wir sind so. Und nu eerst mol 'n Koppke Tee. Ostfriesische Gelassenheit.	<i>Ostfriesische Gelassenheit ist an wesentlichen Gastkontaktpunkten erlebbar.</i>
5	Ob Orgelfrühling, Gartenroute oder Kirchturmtour, wir leben und lieben unsere kulturelle Vielfalt.	<i>Veranstaltungen wie z. B. Orgelfrühling, Gartenroute und die Kirchturmtour werden durchgeführt.</i>

Zentrale Werte:

**Entschleunigung \* Atmosphäre der Geborgenheit \* Leben in den Herausforderungen der Naturgewalten \* markante Authentizität \* weltoffene Geschichte \* freie weite Horizonte**



Übergeordnet:

	Botschaft	Möglicher Indikator
1	Krummhörn – Der Himmel - Weite – Unterschied.	



## 6. Projekte und Maßnahmen

Bereits während des gesamten Leitbildprozesses wurden notwendige Maßnahmen und Projekte gesammelt. Ausgewählte Projekte und Maßnahmen wurden am Ende des Leitbildprozesses auf einem öffentlichen Hearing vorgestellt und diskutiert.

Insgesamt wurden zahlreiche Ideen, Maßnahmen und Projekte im Laufe des Prozesses festgehalten. Diese wurden im weiteren Verlauf gefiltert, zusammengefasst und in den Gruppen erörtert. Folgende Projekte und Maßnahmen sind am Ende zur Umsetzung des Leitbildprozesses beschlossen worden:<sup>1</sup>

<b>Gastronomie &amp; Handel</b>			
Nr.	Projektitel	Hinweise/Stichwörter zum Projekt	Kümmerer
1	„Informationsplattform für Gäste und Einheimische“	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neue Web-Seite als Content-Management-System</li> <li>- Programmierung einer APP</li> <li>- Aktive Bearbeitung/Abfrage bei Institutionen, Vereinen, Vermietern etc.</li> <li>- Einbinden der kulturellen Veranstaltungsgeber</li> <li>- Verlinkung mit der jeweiligen Homepage von Gastronomieanbietern gegen Kostenbeteiligung</li> <li>- Verlinkung auf externe Web-Seiten etc.</li> </ul>	Herr Siebrands
2	Reaktivierung „Alter“ Gasthäuser	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reaktivierung von Gastronomie in den Dörfern</li> <li>- „Vernetzung“ der bereits bestehenden Häuser in der Krummhörn</li> <li>- Öffnungszeiten bindend für alle Gastronomie an eine „Meldestelle“, z.B. Informationsplattform, weitergeben</li> </ul>	Herr Kuhn
3	„Kulinarischer Kalender“	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebot von hiesigen Gerichten in der Gastronomie vergrößern</li> <li>- gemeinschaftliche Aktionswochen/-Monate“ zu bestimmten Themen/Motto</li> </ul>	Herr Eilers
4	„Aktionswochen/ Aktionswochenenden für Gäste“	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plattdeutsch für Zugezogene und Gäste mit Tee und Teekuchen</li> <li>- geführte Boßeltouren mit Essen (hotelübergreifend/ ortsübergreifend)</li> <li>- Schöfeln auf den Tiefs</li> <li>- Ausweitung der „Zugvögelwoche“ -</li> </ul>	Frau Stroman und FVV-Greetsiel

<sup>1</sup> Die ausführlichen Projektbeschreibungen finden sich im Anhang.



	geführte Touren - Picknick am Deich (Verein ONNO / Familie Itzenga)	
--	--	--

Gesundheit & Sport			
Nr.	Projekttitle	Hinweise/Stichwörter zum Projekt	Kümmerer
1	<b>Radtourismus</b>	- Radwege/ Wirtschaftswege vollständig sanieren - Übernachtungsmöglichkeiten für Radfahrer schaffen für 1 Nacht GPS-Tourenplanung - Besenwagen - Knotenpunkt-System / Beschilderungen Fahrradstandorte - Angebote für besondere Zielgruppen	Touristik GmbH Joachim Kah
2	<b>Wassersport / Segeln lernen</b>	- Einbindung der Schleuse als Abfahrt-/Ankunftsort - Wassersportzentrum zum Erlernen des Segelns (Jollen für Kinder/Erw) Kajak und Surfen erlernen in Kooperation mit Jugendherberge, Schulen und Universitäten - Für Ausbildung - außerschulischer Lernort - beide Seiten des Hafens als möglicher Standort	
3	<b>Wassersport / Segeln lernen</b>	- Einbindung der Schleuse als Abfahrts-/Ankunftsort - Wassersportzentrum zum Erlernen des Segelns (Jollen für Kinder/Erwachsene) - Kajak und Surfen erlernen in Kooperation mit Jugendherberge, Schulen und Universitäten - für Ausbildung - außerschulischer Lernort - beide Seiten des Hafens als möglicher Standort	Herr Hillers
4	<b>Motorsport/Anlegeplatz</b>	- Krummhörner Kanäle alle zu befahren und Anlegeplätze / kleine Marinas zu schaffen - kleine Toilettenhäuschen/Dusch-häuschen schaffen - siehe Holland	Herr Hillers
5	<b>Wassersport / Paddel und Pedal</b>	- Stationen mit Unterkünften in einzelnen Dörfern z. B. Pewsum, Grimersum, Eilsum, Uttum, Greetsiel, Visquard - Radanbindung schaffen (Beispiel Petkum - Großes Meer)	Herr Hillers





6	<b>Kyten / Windsurfen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schulungszentrum für Kyten / Windsurfen</li> <li>- Plattform / Aussichmöglichkeiten</li> <li>Upleward aufwerten mit Blickpunkten</li> <li>- Attraktivität steigern</li> </ul>	Herr Hillers
7	<b>Gesundheitstourismus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung des Gesundheitstourismus aufgrund der Bachelor-Arbeiten, die der Touristik GmbH bereits vorliegen.</li> <li>- Angebote schaffen für Entschleunigung, Stressbewältigung, Eigenverantwortlichkeit und Ernährung</li> <li>- Kommunikation zwischen den Anbietern</li> <li>- Plattform für Anbieter und Nachfrager schaffen</li> <li>- Reisen für ALLE - Barrierefrei</li> </ul>	Touristik GmbH Joachim Kah
8	<b>Wellness / Thalasso</b>	Thalasso - Zertifizierung	Touristik GmbH
9	<b>Medizinische Versorgung</b>	Plattform für Gesundheitsangebote Koordinationstelle f. medizinische und therapeutische Angebote	Heike Kampen Judith Sutter

## Kultur & regionale Identität

Nr.	Projektitel	Hinweise/Stichwörter zum Projekt	Kümmerner
1	<b>Ostfriesische Baukultour</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radfahrroute zur Besichtigung von Burgen, Parks, Gulfhäusern, Kirchen, Orgeln, Leuchttürmen, Mühlen, WEA, Museen und Privathäusern, Ziegeleien und Klosterstätten. Idealerweise sind die Einrichtungen an diesem Tag/Tagen geöffnet und die Besitzer erzählen von ihren Denkmälern/oder der Ortsvorsteher oder Gästeführer oder ähnlich fundiertes und Anekdoten, zwischendurch Ess- und Trinkpausen</li> <li>- Dorfaufbau</li> <li>- „Baukultour“flyer</li> <li>- geführte Radtour</li> <li>- Möglichkeit an bestimmten Tagen die Tour abzufahren (mit geöffneten Denkmälern)</li> <li>- Ausweisung der Route als Karte/Flyer/Wegweiser</li> </ul>	Frau Georgs Herr Kayser
2	<b>Kennen Sie schon unsere Bräuche?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Den Touristen soll die Teilnahme an Brauchtumsveranstaltungen (Osterfeuer, Eiertrullen, Maibaumaufstellen, Brautpfade legen, Martinisingen, Verknobeln) ermöglicht werden. Dazu müssen sie über das Stattfinden der Veranstaltungen (Ort und Datum) und über den Ablauf informiert bzw. dazu eingeladen werden.</li> <li>- Dazu evtl. auch „ausgestorbene“ Bräuche wieder revitalisieren.</li> <li>- Auch geführte Touren dorthin aber auch zum Beispiel Boßel-Schnuppertour, Schöfeln, Schaufischen und Krabbenpulen, Murneln in</li> </ul>	



		<p>Uttum oder die Einführung in die Teezeremonie (siehe eigenes Projekt) sind möglich.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationen über andere Brauchtümer wie z.B. Bogenmachen Jahrmärkte: historischen Jahrmarkt organisieren (siehe Museumsdorf Cloppenburg)</li> </ul>	
3	<b>„Dörfer erzählen Geschichten 2“</b>	<p>Nach dem „Modell“ von „Dorfer erzählen Geschichten“ sollen den Touristen (und den Einheimischen) auch andere Sachverhalte aus der Region vermittelt werden.</p>	<p>Frau Georgs Frau Kaufmann</p>
4	<b>Events</b>	<p>Erstellung einer Vorschlagsliste mit weiteren Veranstaltungen, die nicht nur dem Tourismus, sondern auch als „Treffpunkt“ für Einheimische dienen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Märchenabend für Kinder (evtl. an besonderen Orten Deich/Hafen/ Fischkutter, Mühle, Bauernhof) mit zur Örtlichkeit passenden Märchen (Der Fischer und seine Frau, Die kleine Meerjungfrau, Tischlein Deck Dich, Die goldene Gans) und natürlich einem verkleideten Märchenerzähler</li> <li>- Bauern-/Wochenmarkt mit regionalen Produkten</li> <li>- Krummhörner Flohmarkt in Pewsum</li> <li>- Spiele ohne Grenzen zwischen Krummhörner Dörfern</li> <li>- Gartenmarkt</li> <li>- Krummhörner Adventskalender „jeden“ Tag in einem anderen Dorf</li> <li>- Tag der offenen Gartenpforte ausbauen</li> </ul>	
5	<b>Festivals</b>	<p>a) weiterhin Veranstaltungsorte für Gezeitenkonzerte anbieten und Gezeitenkonzerte in den Krummhörner Veranstaltungskalender aufnehmen (evtl. auch verknüpfte Veranstaltungen mit Essen, Gartenbesichtigungen usw.)</p> <p>b) gleiches gilt für den „Musikalischen Sommer“</p> <p>c) Krummhörner Chorfestival mit allen Krummhörner Chören und Gästen</p> <p>d) weitere Festivals entwickeln</p>	
6	<b>Häuptlinge - Burgen - Herrlichkeiten - Friesische Freiheit</b>	<p>Diese Themen müssen mehr als Alleinstellungsmerkmal genutzt werden. Viele Gäste denken bei „Burg“ an „Ritter“ und nicht an Häuptlinge und bei „Häuptling“ denken sie an Indianer... Hier ist Aufklärung erforderlich.</p> <p>Der Begriff / die Begrifflichkeiten müssen mehr im allgemeinen Sprachgebrauch verankert werden, z.B. „Häuptlingsteller“ im Restaurant und keinen Ritterteller. Dazu ist zuerst die Information der Bevölkerung notwendig z.B. in Form einer „Heimatkundestunde“ in geselliger Runde.</p>	



7	<b>Historie</b>	Historische Ortsführungen in jedem Dorf - evtl. verbunden mit einer Radtour durch mehrere Dörfer - evtl. inszeniert/im Kostüm - Entstehung der Ortsnamen <u>Dorfübergreifende Sonderthemen:</u> - Dorfschiffer - untergegangene Dörfer - Häuptlinge und Herrlichkeiten - Deichbau und Entwässerung	Frau Kaufmann
8	<b>Historische Kirchen und Orgeln in der Krummhörn</b>	- Die Krummhörn hat einen einzigartigen Schatz an historischen Kirchen und Orgeln mit einer außergewöhnlichen Reformationsgeschichte. Diese muss besser für den Tourismus erschlossen werden. - Darstellung der Kirchen und ihrer außergewöhnlichen Reformationsgeschichte mit Hilfe eines Flyers (alle Kirchen zusammen) - Mehr Orgelkonzerte → Festivals / Events, dafür möglicherweise festen regelmäßigen Zeitpunkt (z.B. jede Woche in einer anderen Kirche), dabei evtl. auch andere Musikstile einbinden. - Kirchenführungen mit Orgelkonzert (Erklärkonzert) - Längere und verlässliche Öffnungszeiten der Kirchen - QR-Code in der Kirche	Touristik GmbH
9	<b>Kultureller Reiseführer</b>	Erstellen eines handlichen Reiseführers für die Krummhörn, der sowohl Informationen über die einzelnen Dörfer, Sehenswürdigkeiten, Denkmäler, Hinweise auf die Klosterkultur, Landwirtschaft, Deichbau und Entwässerung usw. als auch Informationen über mögliche Kulturereignisse (z.B. Brauchtumsveranstaltungen, Orgelfrühling, Kirchturmtour), Vereine (LAK, Heimatverein), private Sammlungen sowie Öffnungszeiten und praktische Informationen enthält. Als Grundlage dafür wäre der Krummhörnführer von Jürgen Hoogstraat sehr geeignet. Der Führer sollte ein handliches Format haben, damit man ihn unterwegs dabei haben kann (evtl. spiralisiert). Ergänzend auch eine App programmieren (lassen).	Frau Kaufmann
10	<b>Menschen</b>	In diesem Projekt werden Maßnahmen zusammengefasst, die dazu beitragen sollen, dass die Bürger der Krummhörn sich mehr mit ihrer Umgebung und dem Tourismus identifizieren. ⇒ „Einwohnerkarte“ Dazu gehört z.B. dass auch den Einheimischen touristische Angebote zu	Frau Kaufmann Frau Saathoff Frau Aeils



		<p>vergünstigten Preisen ermöglicht werden, z.B. durch eine Art Einwohnerjahreskarte (Gleichstellung von Einwohnern und Touristen) oder eine Gratis-Nordseeservice-Card für Kinder während der Ferienzeiten. Falls es diese Möglichkeiten schon gibt, müssen die Einheimischen darüber besser informiert werden und sie müssen, was die Leistungen betrifft, den Touristen gleichgestellt werden. Mehr Angebote für Jugendliche schaffen.</p> <p>⇒ <u>Dorfmanager</u></p> <p>Ziel: Dörfliche Strukturen müssen überschaubar bleiben. Entstehung von Ferien-Schlafdörfern verhindern.</p> <p>Dazu: Installierung eines Dörfermanagers (eine Stelle für alle Dörfer) in Anlehnung an „Quartiermanager“ in Großstädten (z.B. Bremen-Tenever) (Achtsamkeit der Einwohner fördern, Potentiale heben und Bevölkerung und Tourismus zusammenführen, dabei Interessengemeinschaften, „Moiymakers“ u.s.w. einbinden). Evtl. Pilotprojekt gemeinsam mit anderer Gemeinde (z.B. Hinte oder Brookmerland).</p> <p>Sensibilisierung der Menschen und der Gemeindeverwaltung/des Gemeinderates für den Wert unserer Dörfer.</p> <p>„Interessant auch unter Berücksichtigung der möglicherweise auf uns zukommenden Asylbewerber“</p> <p>⇒ <u>regionale Identität stärken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– nicht nur Pilsumer/Greetsieler u.s.w. sein, sondern auch Krummhörner</li> <li>– Bürger sollen sich mehr der Besonderheit und Schönheit ihres „Lebensraumes“ klar werden</li> </ul>	
11	<p><b>Wi sünd platt</b></p>	<p>Die eigene Sprache der Ostfriesen, die ja auch Alleinstellungsmerkmal ist, muss mehr gefördert, herausgestellt und erlebbar gemacht werden.</p> <p>Dafür:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mehr Aufforderung an die Einheimischen: Proot doch platt!</li> <li>- Information/Übung für Zugezogene und „Halfplatte“: Konversationskurse, Plattdeutschkurse, „Mut machen“. Der Krummhörner sagt Moin!</li> <li>- Information über/Nutzung des Plattdeutschen gegenüber Touristen z.B. Platt für Einsteiger, Servietten oder Tischsets mit Miniplattdeutschkurs, zweisprachige Straßennamen, Orts- und Hinweisschilder ...</li> <li>- zusätzliche Ortseingangsschilder mit</li> </ul>	<p>Christiane Hölscher-Kuhn</p>



		<p>Wappen und Angebot des Dorfes → Projekt Infotafel Baudenkmäler</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ostfriesische Gerichte auf plattdeutsch auf der Speisekarte anbieten, platt-deutsche/zweisprachige Speisekarte.</li> </ul> <p>Es könnten drei verschiedenen Kursformen angeboten werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurs/Vortrag (evtl. auch gemeinsam mit Teeseminar) für Touristen</li> <li>- Plattdeutschanfängerkurs für Zugezogene und andere ohne Sprachkenntnisse</li> <li>- Konversationskurs für Einheimische mit (zu) wenig Übung</li> </ul>	
12	<b>Radfahren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erstellen eines Radwanderführers Kultur</li> <li>- Radfahrkarte Krummhörn mit den entsprechenden Routen (Kirchturmtour, Baukultur, „Hauptlingstour“ u.s.w.)</li> <li>„Internationale Radroute“</li> <li>- Fahrradtour „Untergegangene Kloster“ im Rahmen von Reformationsgeschichte → Infotafeln zu Klosterstätten</li> </ul>	Joachim Kah
13	<b>Private Sammlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ermittlung und Erfassung der in der Krummhörn vorhandenen privaten Sammlungen (z.B. Osterburg in Groothusen, Fahrradmuseum Mentjes Groothusen, Bildersammlungen, Bücher, Landwirtschaftliche Geräte, Geschirr o.ä.).</li> <li>- Veröffentlichung der Besichtigungsmöglichkeiten im Kulturführer (siehe Projekt Kulturführer) und im Informationsmaterial und auf den Internetseiten der Touristik GmbH</li> <li>- Veranstaltung entsprechender Führungen durch die Sammlungsbesitzer und ggf. geschulte Gästeführer</li> <li>- möglicherweise Tag der offenen Tür oder „Route privater Sammlungen“</li> </ul>	
14	<b>Teeseminar – zelebrieren einer ostfriesischen Teestunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teeseminare in denen die ostfriesische Teestunde zelebriert wird</li> <li>- regelmäßige Veranstaltungen in verschiedenen Dörfern der Krummhörn</li> <li>- Referenten die Kultur und Sprache (Plattdeutsch) näher bringen</li> <li>- Geeignete Veranstaltungsorte (Gastronomie, Einrichtungen → z.B. Manningaburg)</li> <li>- Zielgruppen definieren (Erwachsene, Familien, Kinder)</li> <li>- Preis/Aufwand/Dauer sollte im Rahmen bleiben (Tee und Kekse/Krintstut)</li> <li>- Teeseminar „im Kostüm“, im Garten u.s.w.</li> </ul>	Frau Mönck
15	<b>Infotafel Baudenkmäler</b>	<p>Infotafel für jedes Dorf mit Ortsplan und Standorte der Denkmäler (siehe Groothusen am Torfanleger) sowie Erklärung des</p>	



		Objektes / Baujahr / Eigentümer / Besonderheit / QR Code mit ergänzten Texten auf Wikipedia	
16	<b>Weltkulturerbe Marschenkultur</b>	Ziel: UNESCO Weltkulturerbe Marschenkultur; Hoher Kulturstandard in der Region Krummhörn u. angrenzenden übergreifenden Gebieten wie z. B. Niederlande	Herr Dr. Balder

## Natur & Nutzung der natürlichen Ressourcen

Nr.	Projektitel	Hinweise/Stichwörter zum Projekt	Kümmerer
1	<b>Projekt Buten un Binnen</b>	<p>Trockenstrand und Badestelle in Upleward sind in „die Jahre gekommen“. Eine Anpassung an die Bedürfnisse der Gäste von morgen ist angebracht. Der sogenannte Trockenstrand sollte durch mehr „Strand-Atmosphäre“ attraktiver gestaltet werden. (Sand / Dünen / Ausblick / Anblick / Umfeld).</p> <p>Für Strandbesucher und Badegäste sollte persönlicher Wind- und Wetter-Schutz vorgehalten werden.</p> <p>Zugang auf den Deich auch für Rollstuhlfahrer ermöglichen.</p> <p>Sanitäre Einrichtungen modernisieren.</p> <p>Restauration den Besucherbedürfnissen anpassen (individuelle Angebote an Gruppen / Strand-Bar, Sonnenuntergang-, Starkwind-Erlebnisse).</p> <p>Die jetzige Kite-Schule sollte sich optisch ansprechender darstellen.</p> <p>Markierungen der Badestelle sowie der Kite- und Surf-Fläche sichtbarer und klarer für Besucher und Benutzer gestalten.</p> <p>Ausfluglokal mit Blick über den Deich und Trockenstrand, die Alternative bei „Schlechtwetter“. Das Lokal ist bewusst in Modulbauweise konzipiert und daher „mobil“, d.h. es kann ohne große Baumaßnahme erweitert, verändert, versetzt werden.</p>	Touristik GmbH
2	<b>Projekt Wasserstand</b>	<p>Der Greetsieler Hafen ist seit 1991 eingedeicht und somit ist dort Ebbe und Flut nicht mehr erlebbar, ein für die Nordsee aber typisches Phänomen. Der Wasserstand im Hafen ist, bis auf Ausnahmen, gleichbleibend.</p> <p>Der an Ebbe und Flut interessierte Feriengast oder Einheimische muss sich dann schon auf den Deich begeben, um zu sehen, ob</p>	



		<p>das Wasser „noch da oder schon weg ist“, was jedoch bedeutet, dass derjenige hier doch eine gewisse Strecke zurückzulegen hat, bevor sich diese Möglichkeit bietet. Eine sogenannte Gezeiten-Uhr würde hier eine leicht zugängliche Information bieten. Diese Uhr, an einem zentralen Ort in Greetsiel aufgestellt, könnte zu einem Informations-, Treff- und Anziehungs-Punkt werden, ein Mehrwert für den Ort Greetsiel. Die Darstellung der Gezeiten wird einmal als Uhr dargestellt. Um das Thema Hoch- und Niedrig-Wasser aber auch modellhaft zeigen zu können, sollte ein Funktionsmodell dazu installiert werden. Hier kann die/der „Nichtfach-Frau/Mann“ an Hand eines aktuell ablaufendes Modells ersehen, wie der Stand von Ebbe und Flut ist. Denkbar ist auch eine horizontale Darstellung des Funktionsmodell, zu berücksichtigen, sind hier jedoch die höheren Unterhaltungskosten (Verschmutzung/ Reinigung) des Beckens. Messpunkt für die erforderlichen Daten könnte ein vorhandener Pegel, z.B Dukegatt oder Emshörn sein. Diese Messdaten würden angepasst und könnten so den Wasserstand an der Schleuse Leysiel oder Pilsumer Leuchtturm auf der Tideuhr und am Modell anzeigen.</p>	
3	<p><b>Wattenblick</b></p>	<p>Durch die Eindeichung des Hafens Greetsiel hat sich mit dem Flügeldeich, der Fahrrinne zur Schleuse und dem Rückbau des Deichvorlandes der Leybucht zu Salzwiesen, ein neues Landschaftsbild entwickelt. Östlich des Deiches erstreckt sich inzwischen eine typische Deichvorlandschaft mit hohem ökologischen Wert, Teil des Nationalpark Wattenmeer und Weltnaturerbe. Mit dem Flügeldeich und der Schleuse entstand hier ein Bauwerk, das von der menschlichen Kunst des Wasserbaus (Küstenschutz) zeugt. Technik und Natur treffen in diesem Bereich zusammen, die Auswirkungen / Veränderungen dürften für Einheimische und Gäste von Interesse sein. Dieses Projekt kann dem Besucher das Thema Deich- Land- und Naturschutz praktisch verdeutlichen. Unmittelbar an der Schleuse wird eine Info-Station mit Panorama-Blick auf das eingangs beschriebene Gebiet errichtet. Von dieser Position aus kann der Besucher/Betrachter den Schleusenbetrieb, Flora und Fauna in der Leybucht sowie Ebbe und Flut erleben. Das Gebäude verfügt außerdem über eine Restauration sowie über eine Toiletten-</p>	



		<p>anlage. Um Nicht-Fußgänger/innen oder Nicht-Radfahrer/innen den Zugang zu ermöglichen, wird während der Öffnungszeiten des Gebäudes ein Zubringerdienst mit einem Elektrobus angeboten. Der Elektrobus wird NATÜRLICH entweder mit Solar- oder Wind-Strom betrieben, ein zusätzliches Argument für regenerative Energie und umweltbewussten Straßenverkehr. Abfahrt der Buslinie von und zur Schleuse ist der Parkplatz am Pilsmer Leuchtturm. Je nach Bedarfsentwicklung könnte eine zusätzliche Haltestelle in Richtung Greetsiel-Ortsmitte eingerichtet werden.</p> <p>Der Shuttle-Bus ist als „Vorwärts-Rückwärts“ Bus konzipiert, er benötigt weder am Start noch am Ziel-Punkt einen Wendeplatz. Gebäude und Bus sind so konzipiert, dass Personen mit eingeschränkter Mobilität diese Einrichtungen ungehindert nutzen können.</p>	
4	<b>Marschen, Siele und Entwässerung einst und heute</b>	Schautafeln, auch vom Wasser aus lesbar & Informationen über die Notwendigkeit sowie Sinn und Zweck unseres Entwässerungssystems.	
5	<b>Heilkraft des Seewassers nutzen</b>	Einrichtung einer naturverträglichen Seebadestelle am Westdeich	
6	<b>„Der blanke Hans“</b>	Schaurig interessanter Abend mit Informationen, Berichten und Geschichten über Sturmfluten, Schiffuntergänge etc. unter multimedialer Begleitung	Wolfgang Kubait, Frank Schoof
7	<b>„Auf Schusters Rappen“</b>	Vorschläge für Wanderungen durch die Krummhörn abgestimmt auf die Busfahrpläne (fakultativ für Hin- oder Rückfahrt)	
8	<b>Neubau Jugendherberge</b>	Ausrichtung auf Natur- und Umweltgesichtspunkte	
9	<b>Angelsport</b>	Hochseeangeln oder Meeresfischen vom Greetsieler Hafen aus anbieten	
10	<b>Sternenhimmel</b>	Angebot zur Himmelsbeobachtung und Sternenführung	

## Wirtschaft, Management & Marketing

Nr.	Projekttitlel	Hinweise/Stichwörter zum Projekt	Kümmerner
1	<b>Marke Greetsiel – stärker mit Krummhörn verbinden</b>	Marke Greetsiel individuell stärker mit der Krummhörn verbinden	
2	<b>Marke Greetsiel individuell stärker mit</b>	Marketingauftritt optimieren Zielgruppendefinition etc.	





	der Krummhörn verbinden		
3	Segel-/Surfkurse für Kinder	Segel- und Surfkurse für Kinder und Jugendliche in der Krummhörn anbieten Erwerb eines „kleinen Segelscheins“ „Schnupperkurse“	
4	Vermarktung und Werbung für regionale Produkte / LOGO Pilsmer Leuchtturm	Schaffung eines Marketing-Logos für regionale Produkte aus der Krummhörn	
5	Weiterbildung / Qualifizierung	Qualifizierung/Weiterbildung für Vermieter, Gastronomen, Angestellte Qualifizierung im Servicebereich	
6	Wohnmobilparkplatz in der Krummhörn	Schaffung von Wohnmobilparkplätzen in allen Dörfern der Krummhörn, pro Dorf ca. 5-10 Stellplätze	
10	„Auf Schusters Rappen“	Vorschläge für Wanderungen durch die Krummhörn abgestimmt auf die Busfahrpläne (fakultativ für Hin- oder Rückfahrt)	

## Infrastruktur, Mobilität & Verkehr

Nr.	Projekttitle	Stichwörter zum Projekt	Kümmerner
1	Gulfhöfe, Alternative Nutzung suchen, z. B. Spielscheune	Umnutzung der nicht mehr genutzten Scheunen alter Gulfhöfe zu wetterunabhängigen Spielplätzen oder Veranstaltungsort dörflicher oder kultureller Art. Gastronomiemöglichkeit, Kinderbetreuung	
2	Autobahnanbindung, Infotafel „Kulturlandschaft Krummhörn“	Hinweisschilder wie Feenlandschaft oder Meyer-Werft. An der B31 zwischen Riepe u. Emden Ost	Touristik GmbH
3	Radwege-Netz, bessere Beschilderung, baulichen Zustand verbessern.	Ausbau der Beschilderung auch Gemeinde übergreifend. Innerhalb der Gemeinde Krummhörn müssen alle Radwege überprüft und dringend saniert werden. Mehr Schutzhütten.	Joachim Kah
4	Pilsmer Leuchtturm: Mehr für die Öffentlichkeit zugänglich machen.	Parkplatz am Leuchtturm erweitern. Führungen nicht nur in den Hauptsaisonmonaten. Ideal ganztägige Öffnung.	
5	Pünke	Baulichen Zustand verbessern, mehr Hinweisschilder aufstellen, Aufnahme in die Radkarte	
6	Touristenbus	Vernetzung der Dörfer mit ÖPNV verbessern (keine Beschränkung in den Schulferien) , eigene Buslinie in der Gemeinde , evtl. historisches Fahrzeug (Historischer VW T1	



		Bulli Bus Bj. Mitte 60er ca. 35.000€)	
7	<b>Weltnaturerbe Wattenmeer</b>	Erlebbar und zugänglich machen	Joachim Kah
8	<b>Bademöglichkeiten in der Nordsee</b>	Erschließung des Badestrandes an Leyhörn und Schaffung einer Verbindung zwischen Greetsieler Hafen und Leyhörn z. B. mit einem Schiff	Joachim Kah
9	<b>Erhalt der Dorfstrukturen</b>	Auflegen von B-Plänen in den Dörfern, Angebot von bezahlbaren Grundstücken in Greetsiel, Programm „Jung kauft Alt“ umsetzen.	Gisbert Kuhn
10	<b>Dorfgemeinschaftshäuser stärken</b>	Mehr Veranstaltungen, Einzelinitiativen unterstützen, Ideen wecken	Joachim Kah
11	<b>Seeblick für Senioren</b>	Sperre/Schranke Hauen am Parkplatz zum Leuchtturm rückverlegen oder für Busse nach Absprache öffnen. Zufahrt für Busse ermöglichen bis zum Schafgatter (Wendemöglichkeit vorhanden)	
12	<b>Dorferleben verbessern</b>	Im Sommer kleine Gastronomie, (Kiosk) in jedem Ort	
13	<b>Einrichtung eines Hundespielplatzes</b>	Trainingsplatz und Spielplatz für Hunde	Wolfgang Kubait
14	<b>Notfall-Positionsschilder am Deich</b>	Notfall-Positionsschilder am Deich errichten für bessere Ortung im Notfall.	
15	<b>Wanderwege schaffen</b>	Alte Wanderwege wieder aktivieren. Wanderwart einsetzen.	
16	<b>E-Mobile anbieten / stärken</b>	Ladestation und Vermietungsstation für E-Mobile, Bahnhof Emden	Joachim Kah
17	<b>Ruhemöglichkeiten erweitern (Ruhebänke)</b>	Mehr Bänke auf den Deichen und in den Ortskernen.	
18	<b>Veranstaltungsorte barrierefrei machen</b>	Gilt auch für Restaurants, Treppen zum Deich, Befahrbarkeit Gassen (da Kopfsteinpflaster).	
19	<b>Badesee Greetsiel attraktivieren</b>	Toiletten, Strandkörbe, Fußduschen	



## 7. Implementierung und Post-Leitbild-Prozess

Zur Sicherstellung und Unterstützung der im Leitbild getroffenen Aussagen und Vorsätze wurden aus den Teilnehmern des Leitbildprozesses Personen gefunden, welche sich bereit erklärt haben, einzelne Maßnahmen und Projekte als Promotoren voranzutreiben und mit zu betreuen. Diese „Kümmerer“ werden im weiteren Prozess als „Leitbildlotsen“<sup>2</sup>. bezeichnet.

Um den Umsetzungsprozess weiter zu unterstützen, wurde seitens der Touristik GmbH darüber hinaus eine zusätzliche Mitarbeiterstelle geschaffen, die als zunächst zweijährige Projektstelle, die Umsetzung der Maßnahmen und Projekte vorantreiben wird. Zudem werden mindestens die Leitbildlotsen zweimal jährlich zu gemeinsamen Gesprächen eingeladen.

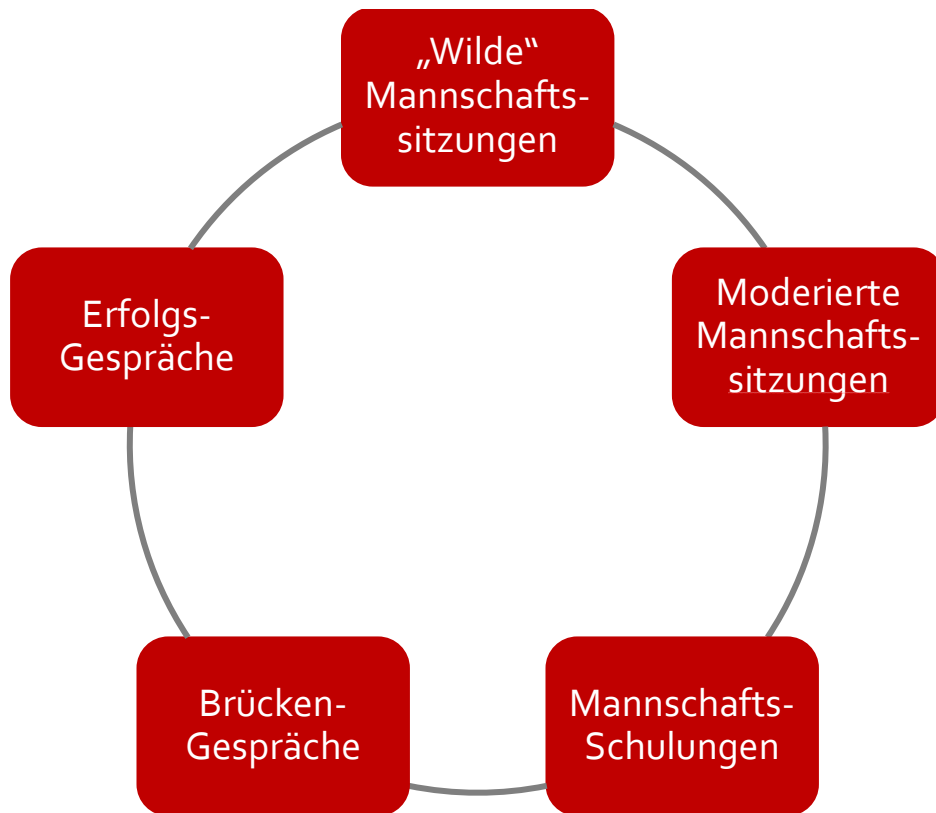
Weiterhin ist anzuregen, dass sich die Leitbildlotsen selbstorganisiert, z. B. monatlich ohne formellen oder inhaltlichen Zwang zu einem regelmäßig fest vereinbarten Zeitpunkt und Ort zu sogenannten „wilden“ Mannschaftssitzungen treffen und sich austauschen. Konkret bedeutet dies, dass sich die Leitbildlotsen ein- oder zweimal jährlich zu einem Workshop zusammenkommen, zu dem formell eingeladen wird und der sowohl inhaltlich als auch methodisch vorbereitet und (extern) moderiert wird. Auf Wunsch könnte es zu speziellen Themen auch Schulungen, sogenannte „Mannschaftsschulungen“, geben. Zudem hat jeder Leitbildlotse das Recht, einmal halbjährlich zum Stand der Umsetzung seiner betreuten und mitverantworteten Projekte mit der Geschäftsleitung der Touristik GmbH ein sogenanntes „Brückengespräch“ einzufordern. Abgeschlossene und umgesetzte Projekte bzw. Maßnahmen werden mit sogenannten „Erfolgsgesprächen“ entsprechend gewürdigt. Folgende Abbildung verdeutlicht das mögliche Instrumentarium noch einmal:

---

<sup>2</sup> Der Begriff des „Leitbildlotsen“ ist vom tEAM-Institut/Schmoll geschaffen worden.



Abbildung 5: Mögliche Instrumente des Implementierungsprozesses nach SCHMOLL



Quelle: eigene Darstellung



## **8. Abschließende Bemerkung**

Das hier vorliegende Leitbild wurde über einen langen Zeitraum intensiv von einer großen Zahl Freiwilliger erarbeitet. Dabei waren sowohl Touristiker als auch Nicht-Touristiker, direkte als auch indirekte Nutznießer des Tourismus an dem Prozess beteiligt. Diese haben sich intensiv und mit viel Engagement sowie Herzblut in ungezählten Arbeitsstunden das vorliegende Leitbild entwickelt und erfolgreich zum Abschluss gebracht. Gleichzeitig wurden bereits während des Leitbildprozesses einige wenige Ideen, Maßnahmen als auch Projekte umgesetzt.

Zur jetzt folgenden Umsetzung des Leitbildes, der Realisierung von Maßnahmen und Projekten braucht es sowohl die wohlwollende Begleitung durch die Politik und der politischen Gremien als auch der Wertschätzung gegenüber der geleisteten Arbeit der freiwilligen Mitarbeiter des Leitbildprozesses bzw. der Leitbildlotsen. Des Weiteren muss das Leitbild nach Außen und Innen künftig entsprechend kommuniziert, verbreitet und gelebt werden.

Die Verabschiedung des Leitbildes ist letztlich der Startschuss zur Umsetzung und Verwirklichung der hier genannten Werte, Ziele und Visionen. Dabei ist auch das Leitbild selbst nur ein fortlaufender Prozess, welcher der regelmäßigen Überprüfung und gegebenenfalls Anpassung bedarf.