

Oberharz will Millionen-Marke knacken

Damit mehr Touristen übernachten: Ideen von Escape Room bis zum neuen Hotel – Auch Wandern bleibt Thema

Von Corinna Knoke

Oberharz. Wie will sich der Oberharzer Tourismus für die nächsten Jahre aufstellen? Anhaltspunkte für politische Entscheidungsträger und betroffene Akteure liefert das Tourismuskonzept, das die GLC Glücksburg Consulting AG jetzt in Altenau vorgestellt hat. Die Verantwortlichen haben sich hohe Ziele gesetzt, sie wollen die Millionen-Marke bei den Übernachtungen im Oberharz knacken. Um das zu schaffen, gibt es viele Ideen. Bei der Präsentation wurde deutlich, dass die Entwicklungen im Tourismus nicht nur einen Mehrwert für die Urlauber sondern auch für die Einheimischen bieten sollen.

Wie berichtet ist die GLC mit Hauptsitz in Hamburg seit 1. Januar 2023 für fünf Jahre als sogenannter Geschäftsbesorger weiterhin für den Betrieb der Tourist-Informationen und das touristische Marketing im Oberharz verantwortlich sein. Kristin Seydewitz und Julia Ungereit, Kommunalberaterinnen der GLC, stellten bei der Abschlusspräsentation im Kurgastzentrum die Ergebnisse aus zahlreichen Workshops und Besprechungen vor. Bei diesen Treffen wurden einerseits die Stärken und Schwächen des Oberharzes herausgearbeitet, andererseits Projekte und Maßnahmen entwickelt, um den Tourismus noch besser aufzustellen.

Breite Zielgruppe

„Wenn du schnell gehen willst, dann gehe allein. Wenn du weit gehen willst, gehe mit anderen“, zitierte Bettina Beimel als Geschäftsführerin der Kurbetriebsgesellschaft ein afrikanisches Sprichwort. Weil der Oberharz weitreichende Ziele habe, sei es ihr wichtig, alle Partner aus dem Tourismusbereich, aber auch darüber hinaus in die Planungen mit einzubeziehen. Denn: „Wer sich für den Tourismus im Oberharz starkmacht, setzt sich auch für die Wertschöpfung der Region ein“, betonte Beimel.

Für die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes ist es laut Beraterin Ungereit erst einmal wichtig, sich einen Überblick darüber zu verschaffen, wer überhaupt im Oberharz Urlaub macht. Wie breit die Zielgruppe ist, zeigte sich bei der Auswertung: Familien, „Best Ager“, aktive Ruheständler, Singles und Paare jeden Alters, Schulklassen und sonstige Jugendgruppen seien häufige Gäste im Oberharz. Die Touristen hätten vor allem ein Faible für Aktivurlaub. Ungereit zählte Wandern, Mountainbiken, Motorradfahren, Klettern und Wassersport auf. Wiederum andere suchen die Ruhe in der Natur, hätten Interesse am Welterbe und am Bergbau. Im Trend seien aber auch Trips mit dem Wohnmobil sowie Urlaub mit Hund. Dieses breite



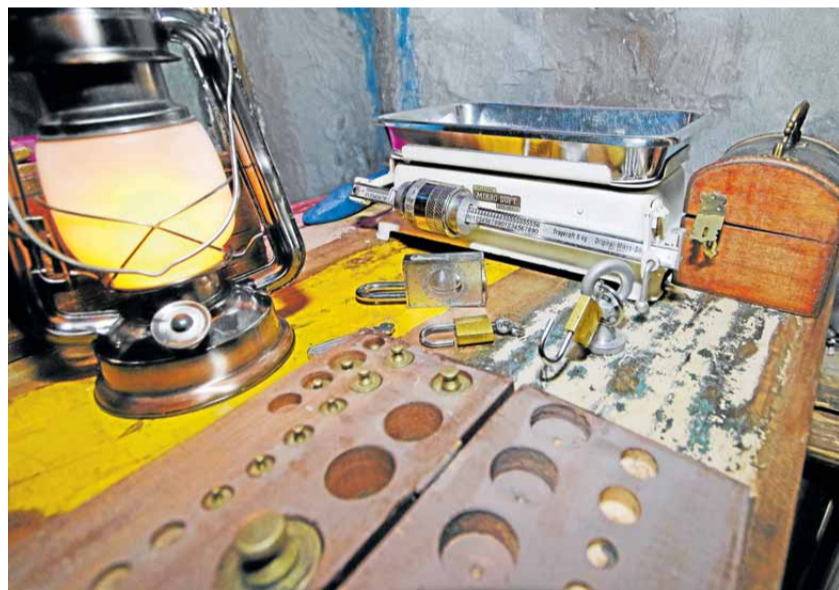
Viele Menschen kommen nach wie vor zum Wandern in den Oberharz. Um aber noch mehr Menschen anzulocken, reichen schöne Wanderwege allein nicht aus.
Foto: Tourist-Informationen Oberharz

Spektrum müsse bei der Planung stets berücksichtigt werden. Bei all den neuen Konzipierungsideen dürfe also die Pflege und Instandhaltung der bestehenden Wanderwege nicht außer Acht gelassen werden.

Aktuell verzeichnet die Berg- und Universitätsstadt rund 800.000 Übernachtungen jährlich, die Verantwortlichen der GLC sehen aber noch deutlich Luft nach oben. Das Ziel sei es, die Millionen-Marke zu knacken. Braunlage beispielsweise verzeichnete im Jahr 2022 mehr als 1,4 Millionen Übernachtungen. Um mehr Menschen anzulocken, sollen daher „innovative Beherbergungsangebote geschaffen werden“, wie es Seydewitz zusammenfasste. Sie sprach vom Bau eines größeren Hotels, um die Kapazitäten zu erweitern.

Campingfässer und Tipis

Weitere Ideen seien ein Thermenhotel, Erlebnisübernachtungen, nachhaltige Hotels, Campingfässer und Tipis. Ein Baumhaushotel, wie es gerade für den Zellerfelder Kurpark in Planung ist, passt laut Kurdirektorin Beimel ebenfalls hervorragend in das Konzept. Dieses Beispiel zeige aber auch, dass so etwas nur möglich sei, wenn sich private Initiatoren fänden. Es sollen aber nicht nur neue Unterkünfte geschaffen werden, sondern auch die bestehenden Beherbergungsangebote weiterentwickelt werden. Sei es durch Renovierungen oder Kapazitätserweiterungen. Gleiches gelte



Ein Escape-Room im Oberharz? Genau Pläne gibt es noch nicht, aber die Idee könnte eine Schlecht-Wetter-Alternative sein – so wie das Goslarer „Vistory“. Archivfoto: Epping

für Restaurants im Oberharz. Diese sollen ebenfalls bedarfs- und zielgruppengerechter ausgebaut werden, dafür könnten beispielsweise leer stehende Gebäude genutzt werden. Die Kommunalberaterin Seydewitz sagte, dass auch Ruhetage besser koordiniert werden könnten.

Bei den Workshops haben die Beteiligten Ideen zusammengetragen, um die Schlechtwetterangebote im Oberharz zu optimieren. Bei der Abschlusspräsentation war die Rede von einer Indoor-Bogenschießhalle, einer Spielscheune und einem Escape-Room. Natürlich könne so etwas nur langfristig umgesetzt werden. Eine Spaß-Sporthalle baue sich ja nicht von heute auf morgen. Mittelfristiger soll die bestehende Infrastruktur aufgewertet werden. Die GLC sprach vom 19-Lachter-Stollen in Wildemann, dem Racepark in Schulenberg, der Altenauer Therme und dem Herzweg.

Neue Spielplätze

Außerdem plant die Hamburger Firma, Einrichtungen mit Eventcharakter weiterzuentwickeln, wie der Zellerfelder Kunsthandwerkerhof oder die Altenauer Brauerei. Ein Anliegen der GLC sei es zudem, die Spielplätze in der Stadt aufzuwerten und welche mit speziellen The-

menschwerpunkten zu schaffen. Als Beispiel wurde der Robinsonspielplatz genannt.

Generell sollen Dinge konzipiert werden, die ein Alleinstellungsmerkmal bieten. In der Präsentation sprach Seydewitz von der Entwicklung der Okertalsperre, einem Themenkletterpark oder dem geplanten Blick des Springers, einem Skywalk an der Großen Altenauschanze.

Nicht nur für Urlauber

Weitere Stichworte bei der Entwicklung von Anreizen für den Oberharz sind Edutainment (Education und Entertainment) sowie Storytelling. Dabei werden Unterhaltung und Bildung miteinander verbunden. Außerdem geht es darum, mit den Angeboten eine Geschichte erzählen und so möglichst viele Menschen anzulocken und langfristig an den Oberharz zu binden, heißt es in der Abschlusspräsentation. Für Clausthal-Zellerfeld sei ein Gedanke, mit den Sagen und Mythen zu spielen, Kinder- und Familienrallyes anzubieten sowie interaktive Wanderungen rund um die Wasserwirtschaft auszubauen. Das wäre natürlich nicht nur etwas für Urlauber, sondern auch für die einheimischen Familien.



Stellen im Kurgastzentrum das neue Tourismuskonzept vor (v.l.): Kristin Seydewitz und Julia Ungereit von der GLC, Kurdirektorin Bettina Beimel und Katharina Dundler als Teamleiterin der Tourist-Informationen Oberharz.
Foto: Knoke