



GLÜCKSBURG
CONSULTING AG

Fortschreibung des Regionalen touristischen Konzepts für den Oberharz Abschlusspräsentation

19. Dezember 2023

AGENDA

RÜCKBLICK

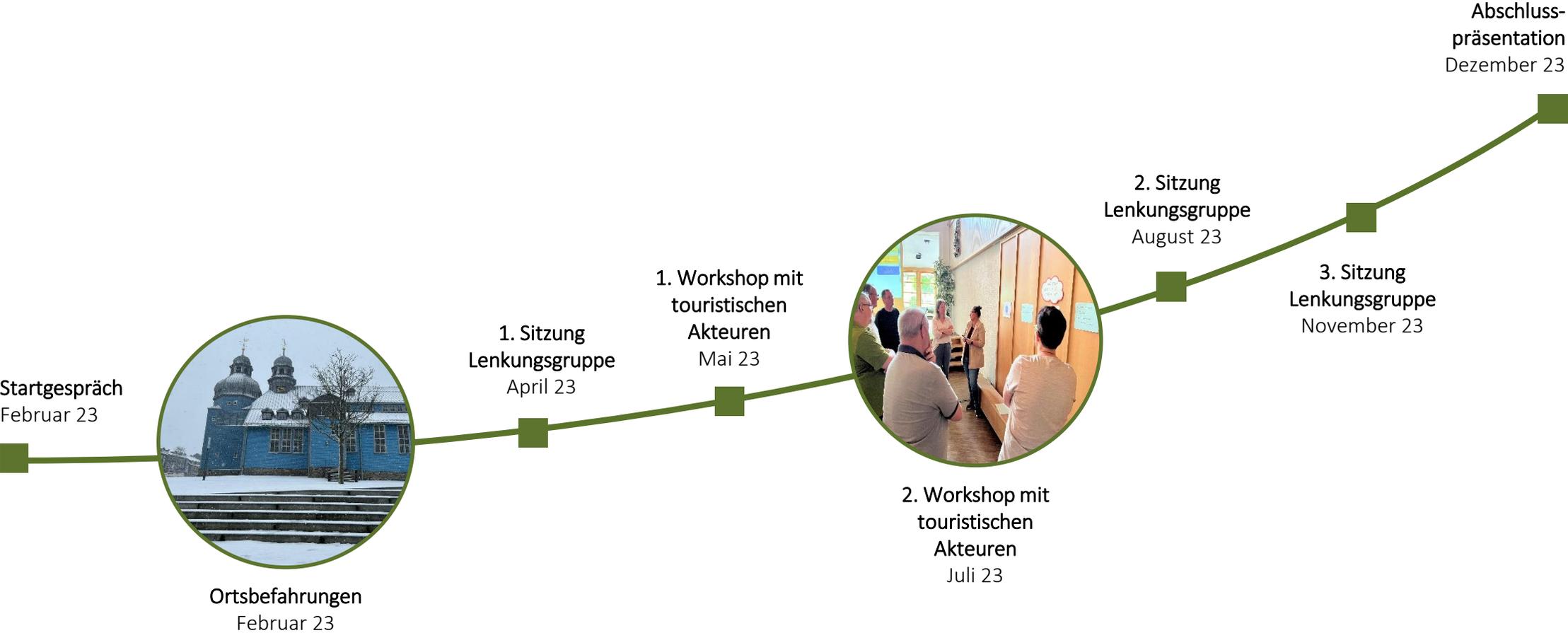
ENTWICKLUNGSZIELE

POSITIONIERUNG

PROJEKT- UND MAßNAHMENKATALOG



Rückblick



Touristische Infrastruktur, Mobilität & Beherbergung

- Attraktionen, POIs
- Erlebnisangebote
- Sportinfrastruktur
- ÖPNV, Anbindung & Erreichbarkeit
- Rad- und Wanderwege
- Beschilderung
- Beherbergungsbetriebe
- Gastronomie

Angebots- & Produktentwicklung

- Trends und neue Zielgruppen
- Produktszenierung
- Angebotskombinationen
- (digitale) Informationsangebote
- Angebote für Leistungsträger
(Qualitätssicherung, Weiterbildung)

Marketing, Vertrieb, Kooperation

- positives Image
- Digitalisierung und Soziale Medien
- Online- und Offline-Vertrieb
- Netzwerkarbeit
- Möglichkeiten zur Kooperation
- Synergien

Handlungsfelder

Touristische Infrastruktur, Mobilität & Beherbergung

- Ausbau einer marktgerechten Infrastruktur und entsprechender Angebote, z.B. im Bereich Mobilität (ÖPNV), Digitalisierung, Gastronomie, Gesundheit
- Ausbau der Elektromobilitätsinfrastruktur
- Schaffung ganzjähriger Angebote, die die Wetterabhängigkeit reduzieren
- Bedarfsgerechter Ausbau der Beherbergungskapazitäten
- Um- und Nachnutzung leergefallener Bausubstanz zur Verbesserung der Ortsbilder

Angebots- & Produktentwicklung

- Profilierung, Innovation und Qualitätssteigerung der touristischen Angebote
- Ansprache bewährter und Gewinnung neuer Zielgruppen
- Ansprache und Gewinnung zusätzlicher ausländischer Gäste, z.B. durch die Kommunikation der Themen Bergbauerlebnis und UNESCO-Welterbe
- Förderung lokaler Anbieter durch die Einbeziehung regionaler Produkte
- Stetige Weiterentwicklung des Veranstaltungsangebotes

Marketing, Vertrieb, Kooperation

- Ganzheitliche (digitale und analoge) Vermarktung des Oberharzes
- Positive Kommunikation und Aufklärungsarbeit in Bezug auf die Veränderungen im Erscheinungsbild des Waldes
- Sensibilisierung der Einwohnenden für den Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor für den Oberharz
- Stärkere Einbindung der Akteure durch Bündelung von Aktivitäten und Beteiligungsangebote

- Steigerung der gewerblichen und nicht-gewerblichen Übernachtungszahlen auf über 1 Mio. bezogen auf die Einheitsgemeinde Clausthal-Zellerfeld
- Steigerung der ganzjährigen Auslastung der Betriebe und Freizeiteinrichtungen und damit Fachkräftesicherung und -gewinnung
- Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der ortsansässigen KMU

Quantitative Ziele

Entwicklungsziele

Positionierung

Zielgruppen

- Familien
- Best Ager/Aktive Ruheständler
- Singles und Paare aller Altersgruppen
- Schulklassen, Vereine, (Jugend-) Gruppen

Quellmärkte

- Deutschland, dabei v.a. Niedersachsen, Hamburg, NRW, Sachsen-Anhalt und Berlin
- NL, DK, BE

Themen

- Aktivurlaub (z.B. Wandern, E-Bike, Mountainbike, Rennrad, Motorrad, Klettern, Angeln, Bogenschießen, Wassersport etc.)
- Natur, Erholung, Entspannung
- Gesundheit & Wellness
- Welterbe, Bergbau & Kultur
- Camping/Wohnmobilurlaub
- Urlaub mit Hund
- Regionalität & Kulinarik
- Sagen & Mythen

Rückblick 2. Workshop

SITUATION DER STÄDTEN FÜR TOURISTISCHE EVENTS

WIRTSCHAFTS- UND KUNDENSITUATION
 für dieses Thema (Wer sind Gäste?)

Schaffung von Individualität (für Kinder & Jugend)

GEFÜHLE UND ANSICHTEN
 - Identifizierung
 - Identifizierung
 - Identifizierung

AUTENTISCHES ERLEBNIS
 - Authentizität
 - Authentizität
 - Authentizität

THEMENFELD
 - Themenfeld
 - Themenfeld
 - Themenfeld

SCHLÜSSELWörter
 - Schlüsselwörter
 - Schlüsselwörter
 - Schlüsselwörter

TOURISTISCHE MOBILITÄT & SEHERBERGUNG

Planung
 - Planung
 - Planung

RECHNUNG UND BELEGANFORDERUNGEN

ERLEBNIS
 - Erlebnis
 - Erlebnis
 - Erlebnis

OPTIMALES ERLEBNIS
 - Optimales Erlebnis
 - Optimales Erlebnis
 - Optimales Erlebnis

MARKETING, VERTRIEB & KOOPERATION

Positive Kommunikation
 - Positive Kommunikation
 - Positive Kommunikation

Marketingaktionen
 - Marketingaktionen
 - Marketingaktionen

Interne Kampagne
 - Interne Kampagne
 - Interne Kampagne

Digitale Geschichte
 - Digitale Geschichte
 - Digitale Geschichte

Social Media & PR
 - Social Media & PR
 - Social Media & PR

Auswahl Online-Marketing-Aktivitäten
 - Auswahl Online-Marketing-Aktivitäten
 - Auswahl Online-Marketing-Aktivitäten

Werbung (Sponsoring)
 - Werbung (Sponsoring)
 - Werbung (Sponsoring)

Investoren und Sponsoren gewinnen
 - Investoren und Sponsoren gewinnen
 - Investoren und Sponsoren gewinnen

Veranstaltungen für Kinder
 - Veranstaltungen für Kinder
 - Veranstaltungen für Kinder

Winterferienprogramm
 - Winterferienprogramm
 - Winterferienprogramm

Partnership
 - Partnership
 - Partnership

Veranstaltung für Partner (Jugend) / Mitarbeiter/Eltern Gäste und Co.
 - Veranstaltung für Partner (Jugend) / Mitarbeiter/Eltern Gäste und Co.
 - Veranstaltung für Partner (Jugend) / Mitarbeiter/Eltern Gäste und Co.

Kooperationen stärken & schaffen
 - Kooperationen stärken & schaffen
 - Kooperationen stärken & schaffen



ANGEBOTS- & PRODUKTENTWICKLUNG

PERSONAL ANBIETER FÜR BEWAHRER
 - Personal Anbieter für Bewahrer
 - Personal Anbieter für Bewahrer

Kooperationen der Betriebe in der Gastronomie
 - Kooperationen der Betriebe in der Gastronomie
 - Kooperationen der Betriebe in der Gastronomie

Kollektive Bewahrung
 - Kollektive Bewahrung
 - Kollektive Bewahrung

STREIFENFEST FÜR TOURISTISCHE ANBIETER
 - Streifenfest für Touristische Anbieter
 - Streifenfest für Touristische Anbieter

PLANUNG
 - Planung
 - Planung

ONE-STOP-STRATEGIE
 - One-Stop-Strategie
 - One-Stop-Strategie

COOPERATIONEN STÄRKEN & SCHAFFEN
 - Kooperationen stärken & schaffen
 - Kooperationen stärken & schaffen

Veranstaltungen für Kinder
 - Veranstaltungen für Kinder
 - Veranstaltungen für Kinder

Winterferienprogramm
 - Winterferienprogramm
 - Winterferienprogramm

Partnership
 - Partnership
 - Partnership

Veranstaltung für Partner (Jugend) / Mitarbeiter/Eltern Gäste und Co.
 - Veranstaltung für Partner (Jugend) / Mitarbeiter/Eltern Gäste und Co.
 - Veranstaltung für Partner (Jugend) / Mitarbeiter/Eltern Gäste und Co.

Kooperationen stärken & schaffen
 - Kooperationen stärken & schaffen
 - Kooperationen stärken & schaffen



Projekt- und Massnahmenkatalog



Sicherung bestehender sowie trend- und zielgruppenorientierter Ausbau der Freizeitinfrastruktur

- Projektbausteine -

Optimierung und ggf. Realisierung weiterer Sport- und Freizeitangebote im Oberharz

- ▶ Sicherung Infrastrukturen, z.B. Therme, 19-Lachter-Stollen, MTB-Racepark, Altenauer Harzweg, Harzturm, Kräuterpark
- ▶ Aufwertung vorhandener Spielplätze, Schaffung weiterer themenspezifischer Spielplätze
- ▶ Schaffung innovativer Freizeitinfrastruktur als „Pull-Faktor“ für den Tourismus, z.B. Themen-Kletterpark, Mehrgenerationenangebote, Entwicklung Okertalsperre, „Blick des Springers“



Schaffung von Schlechtwetter-Angeboten

- ▶ Indoorangebot, z.B. Indoor-Bogenschießhalle, Spielscheune, Funsportarten, Escape Room
- ▶ Weiterentwicklung von Einrichtungen mit Eventcharakter, z.B. Kunsthandwerkerhof, Altenauer Brauerei)

Stadt, KBG
Eigentümer/Betreiber bestehender
Freizeitanlagen
Private Investoren



mittelfristiger
Umsetzungsbeginn

Qualitativer, bedarfs- und zielgruppengerechter Ausbau der Angebote im Gastgewerbe

- Projektbausteine -

Weiterentwicklung der bestehenden Beherbergungsbetriebe

- ▶ z.B. Kapazitätserweiterungen, Renovierungen, temporäre Aktionen mit Partnern

Ausbau des gastronomischen Angebotes

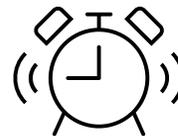
- ▶ Um- und Nachnutzung von Leerständen
- ▶ Intensivierung der Akquise
- ▶ Innovative/qualitative Angebote
- ▶ Koordination der Ruhetage



Schaffung innovativer Beherbergungsangebote, z.B.

- ▶ Ein größeres Hotel (Kapazitätserweiterung)
- ▶ Thermenhotel
- ▶ Erlebnisübernachtungen
- ▶ Ausbau Campingangebote: Baumzelte, Campingfässer, Tipis, Schlafwagen
- ▶ Baumhaushotel
- ▶ Nachhaltige Hotels (z.B. Biohotel)
- ▶ Barrierefreie Betriebe

Stadt, Wirtschaftsförderung
Private Investoren



mittel- bis langfristiger
Umsetzungsbeginn

Förderung der Mobilität

- Projektbausteine -

Optimierung bestehender ÖPNV-Angebote

- ▶ Taktung
- ▶ Lückenschlüsse

Ausbau des ÖPNV-Angebotes

- ▶ Ausbau Linien/Routen
- ▶ Bedarfsmodelle (Flexbus/Rufbus)
- ▶ Sonderfahrten zu Veranstaltungen
- ▶ Prüfung Kooperation für Tourenangebote



Ausbau der Elektromobilitätsangebote

- ▶ Ausbau Ladeinfrastruktur (Umsetzung Ladeinfrastrukturkonzept → derzeit 9 Ladesäulen im Stadtgebiet geplant, Stadtwerke und Harzenergie als Betreiber)
- ▶ Schaffung E-Bike-Ladestationen, ggf. mit Reparatur-/Service-Stationen
- ▶ Kommunikation des bestehenden Netzes

Stadt, KBG
Verkehrsbetriebe
Harz AG (HATIX)
Kreis, Land

Private Initiativen, tour. Akteure, Ehrenamt



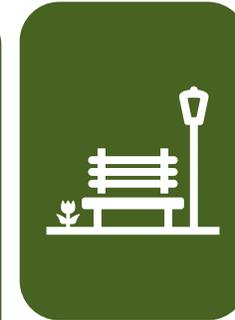
kurzfristiger Umsetzungsbeginn (E-Mobilität)
mittelfristiger Umsetzungsbeginn (ÖPNV)

Weiterentwicklung der Wanderwegeinfrastruktur

- Projektbausteine -

Pflege und Instandhaltung bestehender Wege, Konzipierung neuer Wege, z.B.

- ▶ Naturerlebnispfade, Naturlehrpfade
- ▶ Nature Trails
- ▶ Thematische Rundwege
- ▶ Barfußpfad
- ▶ Barrierearme Wanderwege (z.B. kurze Rundwege)
- ▶ „Mängelmelder“-Vordrucke in Betrieben



Weiterentwicklung der Wegeausstattung

- ▶ Bänke, Notfallbänke
- ▶ Sonnenschutz
- ▶ Trinkwasserstationen
- ▶ Besucherlenkung durch Weggestaltung und Beschilderung

Inszenierung von Wanderwegen

- ▶ Naturerlebnisstationen
- ▶ Selfiepoints
- ▶ QR-Codes, Storytelling

Stadt, KBG
Tourist-Informationen
Nationalpark Harz
Harzklub



mittel- bis langfristiger
Umsetzungsbeginn

Sicherung und Weiterentwicklung des Mountainbikewegenetzes

- ▶ (Natur-)Trailparks
- ▶ Flowing Trails
- ▶ Familienfreundliche Trails
- ▶ Passende Strecken für (E-)Mountainbikes und (E-)Trekkingräder
- ▶ „Mängelmelder“-Vordrucke in Betrieben
- ▶ Transport von Mountainbikes zu bestimmten Punkten



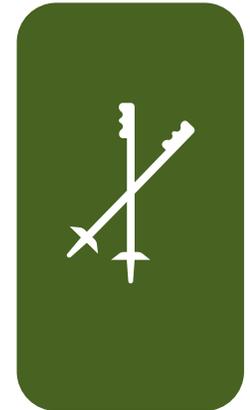
Stadt, KBG
Tourist-Informationen
Harz-Agentur
Weitere touristische Akteure



mittelfristiger
Umsetzungsbeginn

Pflege des vorhandenen Wintersportangebotes

- ▶ Loipenpflege und Ausbau von Skating-Loipen
- ▶ Prüfung von Konzepten zur Nachnutzung/Sommernutzung (der alpinen Bereiche)



Stadt, KBG
Betreiber der Wintersportanlagen



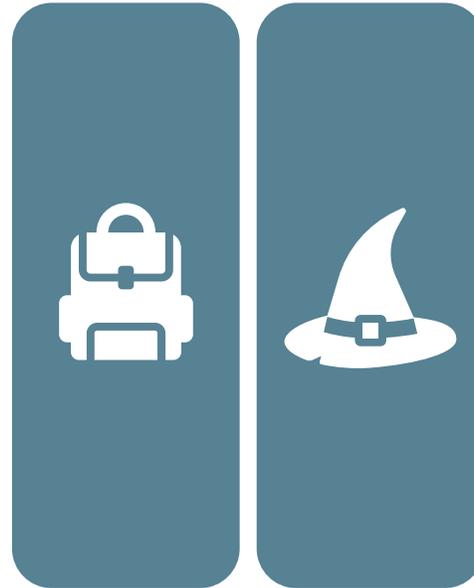
mittelfristiger
Umsetzungsbeginn

Innovative Produktentwicklung

- Projektbausteine -

Schaffung von Angeboten und Produkten, möglichst mit Alleinstellungsmerkmal

- ▶ Kinder-/Familienrallye
- ▶ Spezielle Wanderungen
- ▶ Angebote rund um UNESCO Welterbe Oberharzer Wasserwirtschaft
- ▶ Angebote mit Gesundheitsfokus, Kulinarik
- ▶ Aufgreifen der ortsspezifischen Besonderheiten



Produktinszenierungen, Storytelling

- ▶ Im Bereich Führungen, Events, digitale Angebote
- ▶ Oberharzer Geschichten
- ▶ Edutainment

Tourist-Informationen
Tour. Betriebe und Einrichtungen
GästeführerInnen
GesundheitsanbieterInnen



kurzfristiger
Umsetzungsbeginn

Ausbau des Angebotes für Familien

Schaffung eines Kinderferienprogramms

- ▶ Ausbau der Angebote, auch bei schlechtem Wetter
- ▶ Ausbau Kooperationen (Jugendpflege CLZ, Landkreis Goslar)
- ▶ Bündelung der bestehenden Angebote



Babysitting-Angebot für Gäste

- ▶ Erarbeitung möglicher Rahmenbedingungen und Suche nach Kooperationspartnern



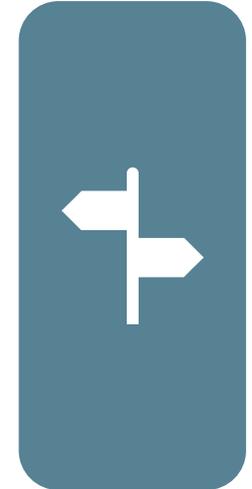
Stadt, KBG
Tourist-Informationen
Touristische Betriebe
Ehrenamt, Vereine, private Initiatoren
HTV



kurzfristiger
Umsetzungsbeginn

Besucherlenkung

- ▶ Punktuelle Optimierung der Beschilderung
- ▶ Umsetzung des Besucherlenkungskonzeptes des HTV



Stadt, KBG
HTV
Harzklub, weitere Vereine



mittelfristiger
Umsetzungsbeginn

Vorantreiben der Digitalisierung

Ausbau der Online-Marketing-Aktivitäten

- ▶ Crossmediale Kommunikation, Kooperation
- ▶ Stetige Weiterentwicklung oberharz.de und social media

Entwicklung einer App/PWA als digitale Gästemappe

Ausbau Buchungssystem

Digitale Gästekarte



Stadt, KBG
Tourist-Informationen
Touristische Betriebe



kurz- bis mittelfristiger
Umsetzungsbeginn

Förderung einer positiven Kommunikation und Steigerung des Tourismusbewusstseins

Positive Kommunikation im Rahmen der Aufklärung zum Waldumbau

- ▶ Bewerbung „neuer Aussichten“
- ▶ Erklärungen und Empfehlungen



„Bettgeflüster“-Aktion

- ▶ Beherbergungsbetriebe/Freizeiteinrichtungen in Nebensaison zu Sonderkonditionen an Einheimische → Einheimische zu Tourismusexperten im eigenen Ort machen



Stadt, KBG
Tourist-Informationen
Touristische Betriebe



kurzfristiger
Umsetzungsbeginn

Ausbau der Kooperationen im Bereich Marketing und Vertrieb

- Projektbausteine -

Marketingaktivitäten bündeln

- ▶ Beteiligungsangebote für touristische Akteure
- ▶ Gewinnung von Sponsoren
- ▶ Landkreisübergreifende Marketingkooperationen
- ▶ Cross-Marketing-Aktionen
- ▶ Enge Zusammenarbeit mit dem HTV
- ▶ Ausbau Kooperationen im Netzwerk UNESCO Welterbe im Harz, Nationalpark Harz, Landesforsten etc.



Akteursworkshops

- ▶ Vernetzung der Akteure
- ▶ Präsentation bestehender und kreative (Weiter-)Entwicklung neuer Angebote als Bausteine oder vernetzte Angebote
- ▶ Angebote und Produkte mit regionaler Identität und Erlebniswert

Tourist-Informationen
Tour. Betriebe und Einrichtungen
GästeführerInnen



kurzfristiger
Umsetzungsbeginn

Interne Kommunikation, Prüfung der Beschäftigung eines „Kümmers“

- ▶ Unterstützung und Hilfestellung für Betriebe
- ▶ Unterstützung Stadtmarketing/WiFö im Bereich Fachkräftegewinnung im Gastgewerbe
- ▶ Informationsveranstaltungen und Workshops für Gastgeber (z.B. zur Optimierung der Energiebilanz/energetischer Sanierung)



Stadt, Wirtschaftsförderung
Unterstützend KBG, Tourist-Informationen
Touristische Betriebe
Kooperations- und Netzwerkpartner



kurz- bis mittelfristiger
Umsetzungsbeginn

Qualitätsoffensive Oberharz

- ▶ Information und Ermutigung zur Teilnahme an Zertifizierungsprogrammen
- ▶ Vorstellung von Best-Practice-Beispielen als Impuls
- ▶ Ziel: Orientierung und Sicherheit für Gäste, durchgehendes Qualitätsniveau



Stadt, KBG
Tourist-Informationen
Touristische Betriebe



kurzfristiger
Umsetzungsbeginn

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Wir bedanken uns bei den engagierten touristischen Akteuren
und der Lenkungsgruppe für die gute und konstruktive
Zusammenarbeit.





GLÜCKSBURG
CONSULTING AG

ANALYSE · KONZEPT · UMSETZUNG

GLC Glücksburg Consulting AG | Albert-Einstein-Ring 5 | D-22761 Hamburg
www.glc-group.com

