

N i e d e r s c h r i f t

über die 17. - öffentliche - Sitzung (auswärtige Sitzung)

des Unterausschusses „Tourismus“

des Ausschusses für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung

am 8. August 2024

in Goslar

Tagesordnung:

Seite:

1. **Impulsvorträge von und Austausch mit Tourismusakteurinnen und -akteuren der Harz-region** 4
2. **Führung durch das historische Rathaus von Goslar** 8

Anwesend:

Mitglieder des Unterausschusses:

1. Abg. Oliver Ebken (SPD), Vorsitzender
2. Abg. Christoph Bratmann (SPD)
3. Abg. Karin Emken (SPD)
4. Abg. Frank Henning (SPD)
5. Abg. Björn Meyer (SPD)
6. Abg. Christoph Willeke (i. V. d. Abg. Philipp Meyn) (SPD)
7. Abg. Saskia Buschmann (CDU)
8. Abg. Axel Miesner (CDU)
9. Abg. Jonas Pohlmann (CDU)
10. Abg. Sina Maria Beckmann (GRÜNE)
11. Abg. Christian Schroeder (GRÜNE)
12. Abg. Marcel Queckemeyer (AfD)

Von der Landtagsverwaltung:

Regierungsrat Martin.

Niederschrift:

Redakteur Ramm, Stenografischer Dienst.

Sitzungsdauer: 10.00 Uhr bis 14.00 Uhr.

Außerhalb der Tagesordnung:

Billigung von Niederschriften

Der **Unterausschuss** billigt die Niederschrift über die 16. Sitzung.

* * *

Tagesordnung:

Impulsvorträge von und Austausch mit Tourismusakteurinnen und -akteuren der Harzregion

Einführende Worte von Urte Schwerdtner, Oberbürgermeisterin der Stadt Goslar

Bürgermeisterin **Schwerdtner** (SPD) begrüßt die Ausschussmitglieder und führt einleitend zu zentralen touristischen Aspekten der Stadt Goslar aus, wobei sie zuvorderst die Themenfelder Mobilität und Stadtentwicklung anspricht. Besonders hebt sie darauf ab, dass die Installation von PV-Anlagen auf Fachwerkhäusdächern auch nach der Änderung des Niedersächsischen Denkmalschutzgesetzes immer noch mit sehr viel Prüfaufwand einhergehe.

*

Vortrag von Carola Schmidt, Geschäftsführerin des Harzer Tourismusverbandes

*Präsentationsgrafiken: **Anlage 1***

GF'in **Schmidt** (HTV) trägt im Wesentlichen die Inhalte der Präsentation vor, auf die insofern verwiesen wird.

Sie führt sodann auf Nachfrage von Abg. **Christian Schroeder** (GRÜNE) aus, ab 2015 seien im Harzgebiet viele medienwirksame Investitionen getätigt worden, weshalb vor der Corona-Pandemie die Übernachtungszahlen gestiegen seien, wie auf Folie 12 der Präsentation zu sehen sei. Ausbleibender Schneefall in den Wintermonaten wirke sich zudem merklich negativ auf die Übernachtungszahlen aus, wenn auch es Harzregionen gebe, die davon profitierten.

Auf eine Informationsfrage zum Thema künstliche Intelligenz (KI) von Abg. **Sina Maria Beckmann** (GRÜNE) antwortet die HTV-Geschäftsführerin, dass derzeit erst allgemein eruiert werde, in welchen Bereichen KI theoretisch sinnvoll einsetzbar sei.

Fragen von **Björn Meyer** (SPD), Abg. **Sina Maria Beckmann** (GRÜNE), Abg. **Axel Miesner** (CDU) und Abg. **Karin Emken** (SPD) aufgreifend, sagt GF'in **Schmidt** (HTV), ein zentrales Anliegen des Tourismusverbands sei die Förderung der regionalen Destinationsmanagementorganisation. In Niedersachsen sei diese Förderung aktuell zu gering, weshalb signifikante Probleme nicht adäquat angegangen werden könnten. In Sachsen-Anhalt und Thüringen hingegen belaufe sich die jährliche Fördersumme auf jeweils 200 000 Euro pro Jahr aus dem regulären Haushalt. In Thüringen gebe es eine 100-prozentige Förderung, in Sachsen-Anhalt, wo darüber hinaus weitere Fördermöglichkeiten existierten, eine 90-prozentige. Die Kosten für Personal und Verwaltung dürften sich dabei auf maximal 50 % der gesamten förderfähigen Kosten belaufen. Zu den förderfähigen Projekten zählten unter anderem Kampagnen, Produktentwicklungen und Veranstaltungen. Die Verbesserungswürdigkeit der Förderbedingungen in Niedersachsen werde auch im tourismuspolitischen Positionspapier des Tourismusverbands Niedersachsen aufgegriffen.

Laut der Unterschwellenvergabeordnung sei eine Beschaffung ohne Vergabeverfahren nur bei Leistungen bis zu einem voraussichtlichen Netto-Auftragswert von 1 000 Euro gestattet. Eine generelle Anhebung auf zum Beispiel 10 000 Euro sei wünschenswert.

*

Vortrag von Wolfgang Langer, Bürgermeister der Stadt Braunlage

Präsentationsgrafiken: Anlage 2

Bürgermeister **Langer** trägt im Wesentlichen die Inhalte der Präsentation vor, auf die insofern verwiesen wird.

Abg. **Saskia Buschmann** (CDU) bittet um Ausführungen zur Planbarkeit des Wintertourismus angesichts des unzuverlässigen und tendenziell abnehmenden Schneefalls. - Bürgermeister **Langer** bestätigt, dass dies grundsätzlich ein Problem darstelle, weshalb die Zahl der Indoor-Angebote zunehme, für die die Touristinnen und Touristen auch die Nachbarregionen besuchten. Seit dem Jahr 2010 würden auf dem Wurmberg erfolgreich Beschneiungsanlagen verwendet. Stürme stellten für die Wurmbergseilbahn ein größeres Problem dar.

Abg. **Sina Maria Beckmann** (GRÜNE) erkundigt sich nach der Haltung Einheimischer gegenüber dem zunehmenden Tourismus. - Bürgermeister **Langer** betont, der überwiegende Anteil der Bevölkerung profitiere vom Tourismus und heiße ihn daher gut. Beschwerden würden vornehmlich von Zugezogenen formuliert. Die künstliche Schneeerzeugung, für die ein Privatunternehmen verantwortlich sei und die keine unverhältnismäßig hohe ökologische Belastung darstelle, stoße in Braunlage grundsätzlich nicht auf Widerspruch.

Auf eine Frage nach der Finanzierung von bestehenden und geplante Projekten vonseiten des Abg. **Axel Miesner** (CDU) sowie auf eine weitere Nachfrage des Abg. **Christoph Bratmann** (SPD) nennt Bürgermeister **Langer** die Hängeseilbrücke im Rappbodetal als Leuchtturmprojekt, welches durch die Alberti-Lift GmbH rein privat finanziert sei und sich durch Einnahmen refinanzieren. Aufgrund der Stahlpreisentwicklung infolge des Russland-Ukraine-Krieges sei es hierbei zu Verzögerungen gekommen. Auch das Skigebiet am Wurmberg sei durch private Investitionen in Höhe von 14 Millionen Euro entstanden; lediglich für die periphere Infrastruktur seien im Jahr 2011 Landesmittel in Höhe von 2 Millionen Euro verwendet worden.

Eine zur Nachfrage passende Wohnraumverfügbarkeit werde angestrebt, erwidert der Bürgermeister auf eine Frage von Abg. **Oliver Ebken** (SPD). Es mangele zuvorderst an Raum für Familien, weshalb ein neues Wohngebiet am Ortsrand gebaut werden solle.

Abg. **Christoph Bratmann** (SPD) fragt nach dem derzeitigen Planungsstand zur Erweiterung der ehemaligen Rehbergklinik in das „Rehberg Health Resort“. - Bürgermeister **Langer** sagt, hierzu könne er keine genauen Informationen liefern, die Lage sei unklar.

Auf eine weitere Frage von Abg. **Christoph Bratmann** (SPD) zum Fachkräftemangel in der Gastronomie erwidert Bürgermeister **Langer**, die Kommune agiere hier vorwiegend als Vermittler, indem sie zum Beispiel appelliere, Kooperationen einzugehen. - Abg. **Christian Schroeder** (GRÜNE) merkt an, dass gastronomische Angebote in hohem Maße in der Lage seien, Innenstädte zu beleben.

*

Vortrag von Marina Vetter, Geschäftsführerin der GOSLAR marketing GmbH

Frau **Vetter** thematisiert ebenfalls den Unterschied der niedersächsischen Förderlandschaft zu der in Thüringen und Baden-Württemberg und führt unter anderem zu folgenden Punkten aus:

- Der innerstädtische Handel, große Wirtschaftsunternehmen und die Hotellerie wie Gastronomie fungierten als Gesellschafter der GOSLAR marketing GmbH mit gleichen Anteilen.
- Im Jahr 2023 habe es in Goslar 760 000 touristische Übernachtungen gegeben, was 2 % weniger als 2019 gewesen seien. In der Jahresgästebeitragsstatistik lägen Goslar und Hahnenklee-Bockswiese insgesamt bei ca. 1 Million Übernachtungen, wovon 494 000 auf den Stadtkern Goslars entfielen.
- Insgesamt ständen ca. 2 500 Betten zur Verfügung.
- Die Anzahl der jährlichen Tagestouristen belaufe sich auf ca. 5,5 Millionen.
- Der Status als UNESCO-Welterbe-Stadt kommt dem Tourismus sehr zugute.
 - o Die Altstadt von Goslar und der Rammelsberg seien 1992 von der UNESCO zum Welterbe ernannt worden. Im Jahr 2010 habe die Erweiterung der Welterbestätte um die Oberharzer Wasserwirtschaft stattgefunden.
 - o Aufgrund von Denkmalschutz sei es aber schwierig, bauliche Neuerungen zur Begünstigung des Tourismus durchzuführen.
- Die Tourismusakzeptanz in Goslar sei relativ hoch.
- Derzeit würden Konzepte im Sinne des regenerativen Tourismus entwickelt.

*

Vortrag von Eva-Christin Ronkainen-Kolb und Holger Kolb, Geschäftsführung der Harzventure GmbH

Frau **Ronkainen-Kolb** und Herr **Kolb** stellen ihren Familienbetrieb und ihre Projekte vor und sprechen ebenfalls die nach ihrer Bewertung unzureichenden Förderquoten an. Im Zentrum des Vortrags stehen folgende, auf Ganzjahrestourismus ausgelegte Lokalitäten auf dem Gebiet der Stadt Bad Harzburg:

- Baumwipfelpfad Harz
- WasserErlebnisWeg
- Wurzel- und Bodenpfad
- Baumschwebebahn
- Burgberg-Seilbahn am Burgberg
- Erlebniskino Harz
- Weihnachtsmarkt „Adventsmarkt im Vollblutgestüt in Bad Harzburg“.

Auf eine Frage zur Profitabilität des Baumwipfelpfads im Vergleich mit dem gleichartigen Angebot in Bad Iburg des Abg. **Frank Henning** (SPD) sagt Herr **Kolb**, dass mit dem Pfad in Bad Harzburg Gewinne erwirtschaftet würden. Der Pfad könne aber nicht unabhängig von den Nachbarangeboten sowie den grundsätzlichen Umgebungsfaktoren - der Harz habe genau wie der Bayerische Wald und der Schwarzwald für sich bereits eine enorme touristische Sogwirkung - bewertet wer-

den. - Abg. **Marcel Queckemeyer** (AfD) unterstreicht die Notwendigkeit einer guten Marketingstrategie. - Herr **Kolb** ergänzt, die sichtbaren Ergebnisse regelmäßiger Investitionen hätten zu wiederkehrender Radio- und TV-Berichterstattung geführt.

Führung durch das historische Rathaus von Goslar

Der **Ausschuss** besichtigt das Rathaus.

Die Tourismus- destination Harz

8. August 2024

Harzer Tourismusverband e.V.

Carola Schmidt



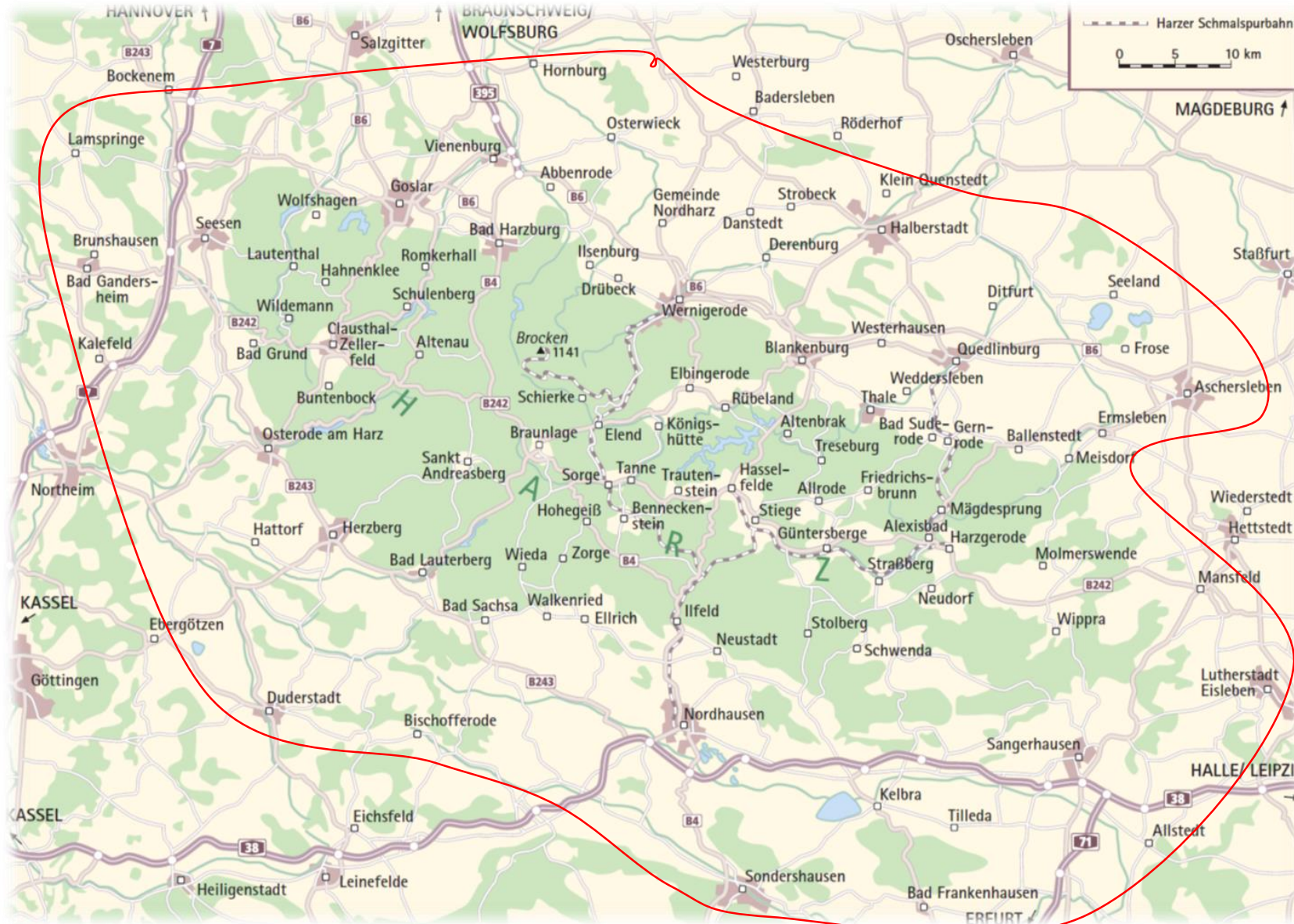
Harz

Agenda

- Die Tourismusdestination Harz
- Wirtschaftsfaktor Tourismus im Harz
- Der Harzer Tourismusverband -
Destination Management und Marketing für den Harz



Harz



Die Tourismusdestination Harz

- 6 Landkreise, drei Bundesländer
- über 60 Städte- und Gemeinden
- über 300 Freizeit- und Kultureinrichtungen
- über 800 gewerbliche Beherbergungsbetriebe mit über 55.000 Betten
- über 13.000 Betten in nicht-gewerblichen Betrieben

Die Tourismusdestination Harz

Die touristischen Schwerpunktthemen im Harz

Kultur:

- drei Unesco-Welterbestätten in einer Region (u.a. Goslar Altstadt, Bergwerksmuseum Rammelsberg, **Oberharzer Wasserwirtschaft**)
- zahlreiche Burgen und Schlösser, Klöster, **Kirchen**
- erstklassige **Museen und Baudenkmäler der Industriekultur**
- Fachwerkarchitektur und andere architektonische Besonderheiten
- **Veranstaltungen**, Events, Festspiele, Konzerte



Harz

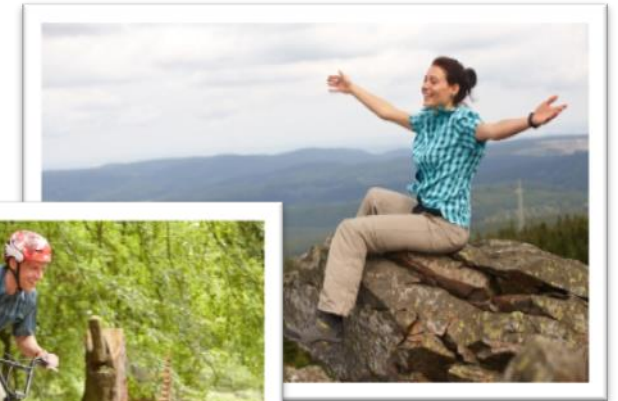
Natur:

- fünf Nationale Naturlandschaften (ein **Nationalpark**, drei **Naturparke**, ein Biosphärenreservat)
- **außergewöhnliche Flora und Fauna**
- höchste Berge Brocken (1141 m), Wurmberg (971 m)
- zahlreiche **Talsperren, Teiche der Oberharzer Wasserwirtschaft**



Spaß - Freizeitaktivitäten/ Sport:

- **Wanderwegenetz** 9000 km, u.a. TOP TRAIL **Harzer-Hexen-Stieg**
- **Mountainbikenetz** Volkbankarena Harz – über 2000 km, **Downhill-Parks**
- Kletterparks, Monsterroller-Strecken, Sommerrodelbahnen, TITAN RT, Megazipline
- fünf **Alpine Wintersportgebiete**, **Loipennetz** – 500 km
- vier Golfanlagen
- u.v.m.



HARZ (GESAMT)



Tagesreisen
41,3 Mio.



Einwohner*innen¹
826.320



Übernachtungen in
Beherbergungsbetrieben²
11,461 Mio.



VFR-
Übernachtungen³
5,007 Mio.

Harz

¹ Stand: 31.12.2019; Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale) 2020; Thüringer Landesamt für Statistik, Erfurt 2020; Landesamt für Statistik Niedersachsen, Hannover 2020.

² Inklusive Gäste in Privatquartieren und Freizeitwohnsitzen, Touristik-, Dauercamper*innen sowie Reisemobilist*innen.

³ Die Daten zum VFR wurden vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt. Sie beziehen sich auf das Jahr 2011 und wurden anhand aktueller Strukturwerte hochgerechnet. Das dwif übernimmt keine Verantwortung für die Richtigkeit dieser Angaben.

Quelle: dwif 2020, Kartengrundlage: GfK

Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2019¹

MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	x	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten ²	1,212 Mio.	x	35, ⁶⁰ €	=	43,1 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten), sowie Freizeitwohnsitze ³	2,76 Mio.	x	76, ⁶⁰ €	=	211,4 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ⁴	7,489 Mio.	x	112, ⁵⁰ €	=	842,2 Mio. €
 Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR) ⁵	5,007 Mio.	x	43, ⁷⁰ €	=	218,8 Mio. €
 Tagesreisen	41,3 Mio.	x	23,- €	=	951,9 Mio. €
GESAMT	57,768 Mio.				2.267,4 Mio. €

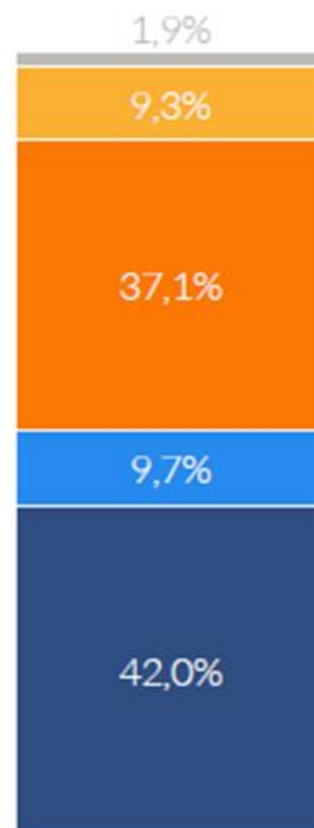
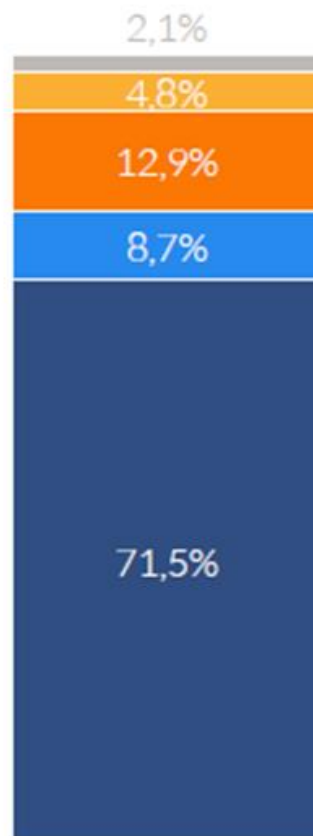
¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte. ² Angaben des Harzer Tourismusverbandes e. V., Goslar 2020; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018 und 2019; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2020. ³ Auskünfte und Statistiken des Harzer Tourismusverbandes e. V., Goslar 2020; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2020. ⁴ Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale) 2020; Thüringer Landesamt für Statistik, Erfurt 2020; Landesamt für Statistik Niedersachsen, Hannover 2020. ⁵ Die Daten zum VFR wurden vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt. Sie beziehen sich auf das Jahr 2011 und wurden anhand aktueller Strukturwerte hochgerechnet. Das dwif übernimmt keine Verantwortung für die Richtigkeit dieser Angaben.

Quelle: dwif 2020

Bedeutung der touristischen Marktsegmente

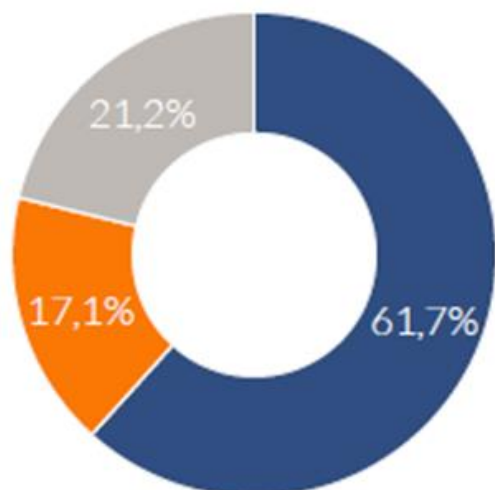
AUFENTHALTSTAGE 57,768 MIO.

UMSÄTZE 2.267,4 MIO. €



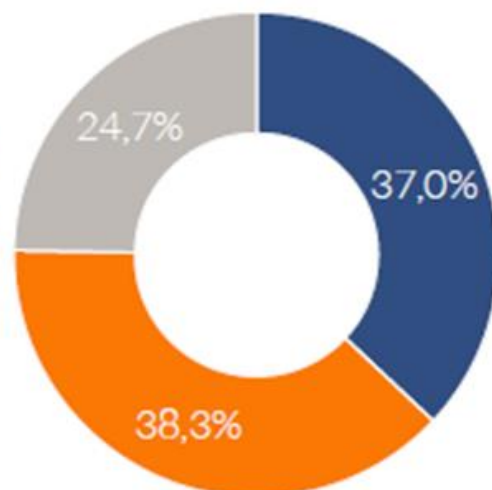
Quelle: dwif 2020

Direkte Profiteure des Tourismus

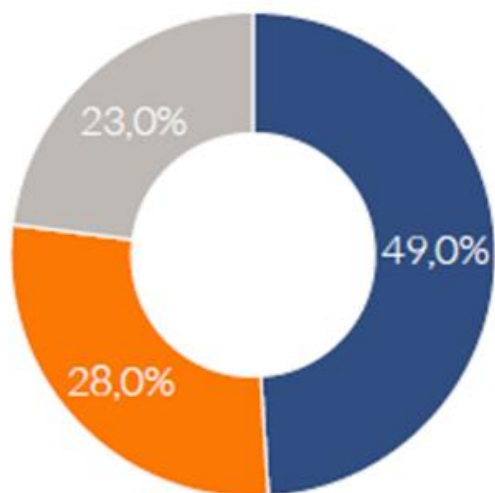


Übernachtungsgäste
1.096,7 Mio. €

Tagesgäste inkl. VFR
1.170,7 Mio. €



GESAMT 2.267,4 Mio. €



Gastgewerbe 1.110,0 Mio. €



Einzelhandel 635,5 Mio. €



Dienstleistungen 521,9 Mio. €

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus



Bezieher*innen eines
Ø-Primäreinkommens

53.100 PERSONEN

touristisches Einkommen insgesamt
1.087,7 Mio. €

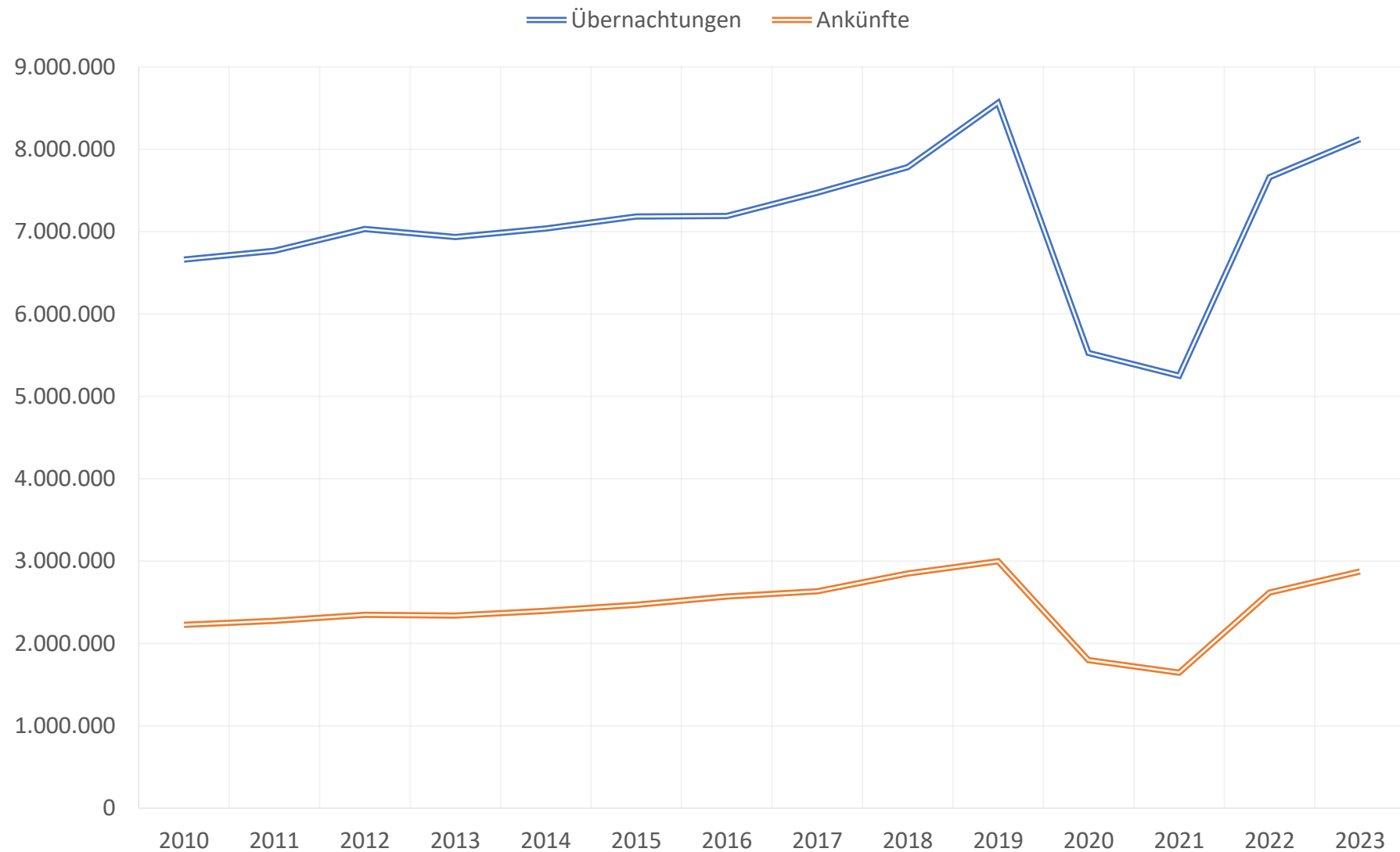
Ø-Primäreinkommen pro Kopf
20.484,- €¹

Der Einkommensbeitrag von 1.087,7 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 53.100 Personen, die durch die touristische Nachfrage im Harz ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 20.484,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer*innen im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Touristen etc.).

¹ Gewichteter Wert für die Landkreise im Harz 2017, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.

STATISTIK HARZ 2010 - 2023



Der Harzer Tourismusverband

Destinationsmanagement und –marketing Organisation für den Harz

- Verbandsgebiet: Harz in drei Bundesländern/ 6 Landkreise – darunter der Landkreis Göttingen mit dem Gebiet des Altlandkreises Osterode
- gegründet 1904
- 50 Mitglieder (Kommunen) und ca. 350 Partner vorwiegend aus der Privatwirtschaft
- Geschäftsstelle in Goslar, 11 Mitarbeiter

Aufgaben:

- Destinationsmarketing (Onlinemarketing, Kampagnen, Print, Messen etc.)
- Produktentwicklung (Harzer Hexen-Stieg, Brockenbande, etc.)
- Destinationsmanagement (Strategieentwicklung, Interessensvertretung, Qualitätsmanagement, Beratung, Schulung (Tourismusakademie/ eLearning-Plattform))



Der Harzer Tourismusverband als regionales Netzwerk



Aktuelle Herausforderungen

- zahlreiche neue Aufgaben, keine Kompensation durch Reduktion bisheriger Aufgaben (Datenmanagement, Digitalisierung, KI, neue Kommunikationswege, anspruchsvollere Zielgruppen,...)
- neue Ansprüche an das Destinationsmanagement (Nachhaltigkeit, Klimaanpassung, Besuchendenerfassung und -lenkung, Tourismusakzeptanz und -bewusstsein, Angebots- und Produktentwicklung)
- zu geringe Ressourcen – personell/ finanziell
- Bürokratie/ Gesetze (u.a. Ausschreibungsverfahren/ Angebotseinholung, Energie-Audit, Datenschutz/ DSGVO, Urheberrecht etc.)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Harzer Tourismusverband e.V.

Marktstraße 45, 38640 Goslar





Wintertourismus als Teil des Ganzjahrestourismus

Braunlage, 8. August 2024

Zahlen, Daten, Fakten

- Übernachtungen 2023: rund 1.400.000*
- Einwohner rund 5.400
- Gästebetten: rund 12.500
- Zweitwohnungen rund 2.500

Einwohneräquivalent: etwa 20.000

➔ Tourismusintensität: etwa 144.000

*Gästebeitragspflichtig

Tourismusintensität

	Tourismusintensität 2019
Braunlage	143.992²
Bad Lauterberg	45.021
Bad Sachsa	35.043
Clausthal-Zellerfeld	33.351
Stadt Wernigerode	31.131
Oberharz am Brocken	25.982
Thale	23.911
Quedlinburg	19.525
Bad Harzburg	17.830
Stadt Goslar	15.308
Blankenburg	11.004

Quelle: Recherchen und Berechnungen *ift* auf Angaben Statistische Landesämter

Bedeutung Tourismus

- Umsätze aus dem Tourismus 154,5 Mio € p.a.

➡ Touristischer Einkommensbeitrag 77,3 Mio €

- Anteil reiner Wintersaisonanteil (Dezember-März): 40,4 Mio €

➡ Touristischer Einkommensbeitrag 24,1 Mio €

Einzugsgebiete/Marktpotential

- Der wichtigste Einflussfaktor für das Marktpotenzial für Tagesbesuche und Kurzreisen in die Region ist die Zahl der Einwohner im relevanten Einzugsgebiet.
(berechnet auf Basis durchschnittlicher PKW-Fahrzeiten auf innerstädtischen Straßen, Landes- und Bundesstraßen sowie Bundesautobahnen)

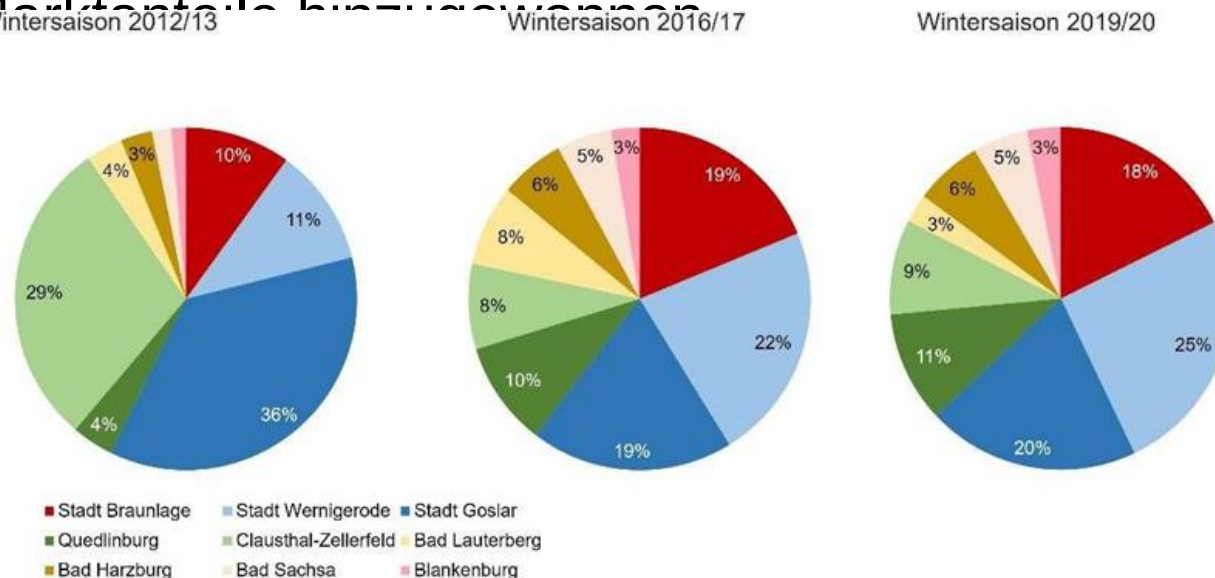
- Potenziale
 - bis **30 Minuten: 132.330 Einwohner**, 70.425 Haushalten, Kaufkraft von 2,7 Mio. €
 - bis **60 Minuten**: weitere 1.162.986 Einwohner (u.a. Braunschweig, Salzgitter) kumuliert **1.295.316 Einwohner**)
 - **60 bis 90 Minuten** liegen u.a. die Städte Wolfsburg, Magdeburg, Göttingen, Hannover, Kassel (kumuliert **4,027 Mio. Einwohner**)
 - **90 bis 180 Minuten** liegen u.a. die Städte Berlin, Potsdam, Hamburg, Bremen, Bielefeld, Chemnitz, Dresden (kumuliert **28,282 Mio. Einwohner** in 14,6 Mio. Haushalte mit einer Kaufkraft in Höhe von 638 Mrd. Euro).

(Quelle: Touristisches Entwicklungskonzept Braunlage, ift GmbH, 28.10.2020 S. 15)

Marktposition Wintersaison im Harz

Die Stadt Braunlage hat im Ergebnis der **Investitionen in das Wintersportangebot** ihre Marktanteile bei den Ankünften im Winter (Dezember bis Februar) nahezu verdoppelt (von 10 % in 2013 auf 18 % in 2019), im Sommer (Juli bis Oktober) aber Marktanteile abgegeben (2013: 19% Marktanteil, 2019: 15 %). Im Sommer haben die beiden großen Städteziele Wernigerode und Quedlinburg deutlich Marktanteile hinzugewonnen.

Marktanteile Ankünfte



Klimatische Bedingungen

- Das Klima im Harz ist deutlich rauer, wie in den südlichen Mittelgebirgen oder in vergleichbaren Höhenlagen der Alpen. Die natürliche Baumgrenze im Harz liegt bei etwa 1.050m. Das heißt eine Höhenlage von 1.000 m im Harz entspricht in etwa 1.300-1.400 m in den bayrischen Alpen und 1.600-1.800 m etwa in Südtirol. Hinzu kommen Mikroeffekte wie beispielsweise die Exposition der Skihänge

Gedanken zur Energie-/Co2-Bilanz

- **70-75 % der CO2-Menge bei der Anreise, etwa 20-25% beim Aufenthalt und nur etwa 5 % beim Betrieb des eigentlichen Skibetriebs anfällt.**
- Daher sind bei der Gesamtbetrachtung die Aspekte Anreise und Aufenthalt zu betrachten. Dabei erfüllen die Mittelgebirgsdestinationen eine wichtige Funktion. Als erste Wintersportgebiete aus Richtung Dänemark, den Niederlanden und den nördlichen Regionen Deutschland sind sie erste Anlaufstelle für viele (Winter-)Gäste. **Diese stellen gerade für Gelegenheitsskisportler eine Alternative zu den Urlaubsregionen in den Alpen da.** Hinzu kommt Tagesanreisen und Kurzurlaube aus den Ballungsgebieten. Der Harz, wie auch die anderen Mittelgebirge liegen im Umkreis großer Ballungszentren mit einer Fahrzeit unter drei Stunden. Da die Hauptanreisemittel nach wie vor der PKW ist, werden Millionen von Fahrkilometern eingespart.

Lenkungsfunktion von Skigebieten

- Skigebiete **kanalisieren den Besucherandrang**. Insbesondere in der Nähe von Schutzgebieten ein nicht zu unterschätzender Faktor. Ein Beispiel aus der jüngsten Vergangenheit zeigt dieses besonders eindrücklich:
- In den ersten Wochen der Corona-Krise wurde entschieden, die Pisten und Skigebiete (nicht nur in Niedersachsen) zu sperren. Folge war ein massives Ausweichen auf nicht gesperrte und kontrollierte Bereiche. Völlig unkontrolliert wurde im u.a. auf Flächen des Nationalparks Harz gerodelt, Skigefahren und gewandert. Das Wegegebot war obsolet.

Wandel der Nutzung

- **Umstellung von Skibetrieb auf Rodeln**
- In den niedrig gelegenen Skigebieten ist die Umstellung auf Rodeln für einige Betreiber eine Option. Hier reichen deutlich geringe Schneehöhen für einen Betrieb. So wirbt der Betreiber der Aufstiegshilfen im Ortsteil Hohegeiß mit dem Slogan „größtes Rodelzentrum“ des Harzes.
- Verlegung von Loipen auf Forstwege (geringere Schneeeauflage wird benötigt)

Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten

- Die Schneeerzeugung wird durch den technischen Fortschritt immer effizienter. Wasserverbrauch und Strombedarf pro erzeugter Menge Schnee ist rückläufig.
- Der gesamte Energieverbrauch für die Betrieb eines Skigebietes wird überschätzt. Zieht man einen analogen Vergleich, zu einer Analyse des Skigebietes Feldberg im Schwarzwald, so verbraucht die **Schneeerzeugung für das Skigebiet am Wurmberg pro Saison etwa so viel Energie wie ein Hin- und Rückflug von und nach Mallorca, bei etwa 100mal so vielen SkifahrerInnen wie Passagiere pro Flug.**

Wintersaison als essentieller Beitrag für das gesamte Jahr

- Die Wintermonate Januar, Februar und März tragen maßgeblich zum Gesamtjahresergebnis bei. Dieser Anteil lag 2010 bei 28% und im „Vor-Coronajahr“ 2019 bei 27 %. In einem schneereicheren Jahr wie 2010 bei 33% und einem schneeärmeren Jahr wie 2022 bei 22%.
- Insgesamt ist festzuhalten, dass der Übernachtungsanteil der Wintermonate am Gesamtaufkommen im Braunlage weitgehend konstant ist.
- Der Umsatz liegt bei über 40 Mio. Euro nur durch Übernachtungsgäste im Bereich der Stadt Braunlage liegen.
- Hinzu kommen noch eine sechsstellige Zahl an Tagesgästen während der Wintermonate. Eine genauere Analyse wird Ende des Jahres vorliegen, wenn die Ergebnisse eine Studie der Stadt und der Tourismusmarketinggesellschaft zum Thema „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Braunlage“ vorliegt.

Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

- Im Jahr 2019 wurde mit Hilfe von LEADER-Mitteln das Tourismuskonzept aus dem Jahr 2010 fortgeschrieben.
- *Ergebnis der Diskussion von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, Freizeit Anbietern, Vertretern aus Politik und Verwaltung: Besondere Chancen sehen die Akteure bei den Themen **Wandern, Mountain(e-)Biking**, aber auch Gesundheit und Nachhaltigkeit. Auch der **Wintersport** wird künftig weiterhin eine herausragende Rolle bei der touristischen Positionierung spielen. Nun geht es darum, auch für den Sommer und die Nebensaisonzeiten in die touristischen Angebote zu investieren und zwar sowohl „outdoor“ als auch „indoor“.*
- *Im Ergebnis der Potenzialanalyse, die sowohl Marktentwicklungen als auch die aktuelle Angebotssituation berücksichtigt, ergeben sich für die Stadt Braunlage besondere Chancen in den **Segmenten Mountainbiken** (Wachstumsmarkt, schon teils sehr gute Angebote), Wandern (gute Chancen, noch verbesserbares Angebot) und **Natur (Landschaft, Nationalpark Harz)**. Hinzu kommen eher „unspezifische“ Segmente wie Ausflüge (auch Besichtigungen) und Erholung. Im **Wintersport** hat die Stadt Braunlage zwar im Harz und für ganz Norddeutschland eine führende Marktposition, aber es stagniert langfristig die Marktentwicklung, auch vor dem Hintergrund der erwarteten **Folgen des Klimawandels***
- (Quelle: Touristisches Entwicklungskonzept Braunlage, ift GmbH, 28.10.2020)

Entwicklungsempfehlungen aus Tourismuskonzept

A. Infrastruktur, Mobilität, Ortsbilder

A1 Wurmberg:
Ausbau Erlebnisangebote

A2 Matthias-Schmidt-Berg:
Ausbau Erlebnisangebote

A3 Optimierung Wintersportangebote

A4 Pumptrack Outdoor-Aktiv-Park
im Kurpark Hohegeiß

A5 *UNESCO Welterbe Grube Samson:
Welcome Center, Umfeld*

A6 *Sankt Andreaskirche:
Inwertsetzung, Erlebnisachse*

A7 Hallenbad Braunlage:
Attraktivierung, Saunapark

A8 *Waldschwimmbad Hohegeiß:
Attraktivierung*

A9 Konzepte Kurgastzentren:
Braunlage, Sankt Andreasberg

A10 *Premium Wanderregion
Wanderwegekonzept*

A11 *Touristische/Nationalpark-Infopunkte,
Infostelen*

A12 *Wohnmobilstellplätze*

A13 Attraktive Ortsbilder, Konzepte,
Erlebnisraumdesign

A14 *ÖPNV, HATIX*

A15 *Harzer Schmalspurbahn Anbindung
Braunlage*

A16 Verkehrskonzept, Anbindung Hexenritt,
„Besucherampeln“

A17 *E-Mobilitätsregion*

B. Betriebe

B1 Ansiedlung Gastronomie,
Abendgastronomie

B2 *Ansiedlung besondere
Beherbergungsbetriebe*

B3 Ansiedlung Indoor-Aktivangebote mit
Strahlkraft

B4 (e-) *Mountainbike: Ausbau Angebote*

B5 *Flyline Hohegeiß*

B6 *Nationalpark-Partner: Etablierung, neue
Partner*

*Kursiv: Projektplanungen laufen oder erste
Überlegungen bereits vorhanden*

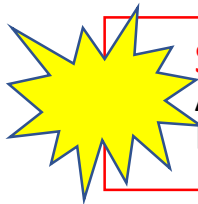
Stärkt das Thema Bergerlebnis

Kommunale Infrastruktur (abgeschlossen oder in Bau)

- Stadtsanierung Braunlage (2018-2025)
- Waldschwimmbad Hohegeiß (Eröffnung 9.8.2024)
- Umstellung LED-Beleuchtung
- Nahwärmenetz Hallenbad – Kurgastzentrum – Heimatmuseum – Kindergarten
- Sanierung der Grube Samson als Teil des UNESCO-Welterbes
- „Silverhall“, Welcome-Center für die Grube Samson (Teil des UNESCO Welterbes)
 - ➡ Antrag N-Bank

B-Pläne aktuell/anstehend

- Königskrug (Stadt Braunlage, Prometheus Investment Gesellschaft)
- Kollie - Waldresort (Stadt Braunlage, Blueorange-Tidevand)
- Kollie - Wohnbauquartier (Stadt Braunlage, Niedersächsische Landges.)
- Matthias-Schmidt-Berg (Stadt Braunlage, Alberti, Hängeseilbrücke)
- Jordanshöhe (Stadt Braunlage, SN Sauerland)
- Wurmberg A (Stadt Braunlage, Wurmbergseilbahn GmbH & Co. KG & Erweiterung Nutzung des Schneisees)
- Pfaffensteig-Ahorn Hotel (Spielewelt)
- Heart Hotel (Erweiterung Waldlodges); 2024/25

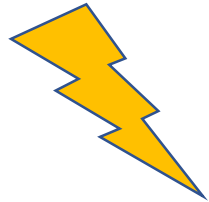


Sonnenberg: „Relikt des alten Harzes“

Aufgabe der Stadt Braunlage, aber **wünschenswert** gemeinsame Ideen von Landkreis Goslar, Nationalpark und Landesforsten

Optimierung am Wurmberg

- Wurmberg B (Optimierung Winterangebot, Ausbau der Ganzjahresangebote)



Herausforderung: Natur- und Landschaftsschutz !!!

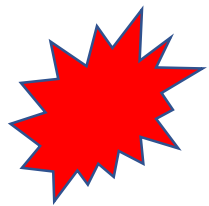
Überzeugung nicht nur der Akteure vor Ort, sondern auch auf anderen (politischen) Ebenen

z.B. Regionalverband Braunschweig (Ziele der Raumplanung)

z.B. Kreisebene (kein Selbstläufer mehr, Gebiete aus einem LSG entlassen oder auch nur von der H(aupt) in die T(ouristikzone) umzuwandeln)

Langfristige Projekte

- Anschluss Braunlages an die Harzer Schmalspurbahnen
 - Zwischenziel Machbarkeitsstudie wird in 05/2024 beauftragt, Finanzierung
 - 1/3 HSB, 1/3 Land Sachsen-Anhalt, 1/3 Land Niedersachsen über den RV BS
 - Untersuchungsziele: Streckenführung, Beitrag zum ÖPNV, Baukosten, Betriebskosten, Auswirkung auf **Wertschöpfung in der Region**
 - Ergebnis der Studie 3./4. Quartal 2025



Marathonlauf durch die Instanzen!

Ziel: Ist eine Realisierung aus ökonomischer, naturschutzrechtlicher, raumplanungsrechtliche und und und... Sicht überhaupt möglich?!

Ziel: Verkauf der ersten Fahrkarte 2034 !

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!