



## Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode

### **BEKANNTMACHUNG Nr. 44/2022**

zur Sitzung Nr. 3/2022 der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode  
am Donnerstag, 21.07.2022, 19:30 Uhr  
im großen Rathaussaal des Rathauses, Marktplatz 11, 37247 Großalmerode

---

## Tagesordnung

### **öffentliche Sitzung**

1. Magistratsbericht
2. Beratung und Beschlussfassung über die Archivsatzung der Stadt Großalmerode (VL-103/2022)
3. Beratung und Beschlussfassung der strategischen und operativen Ziele 2023 (VL-110/2022)
4. Controllingbericht Q1 / 2022 (VL-111/2022)
5. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Waschplatzes am Feuerwehrgerätehaus Kernstadt (VL-120/2022)
6. Beratung und Beschlussfassung über den Abschluss des Betriebsvertrages für den Kindergarten Laudenbach (VL-114/2022)
7. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung einer Kindertagesstätte in Laudenbach (VL-118/2022)
8. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer außerplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Zaunes auf dem Parkplatz im Schwarzenbergstadion (VL-119/2022)
9. Beratung und Beschlussfassung des Anreizprogramms für private Eigentümer im Rahmen des Förderprogramms „Lebendige Zentren“ (VL-122/2022)
10. Beratung und Beschlussfassung der Zusammensetzung des Gremiums Lokale Partnerschaft im Rahmen des Förderprogramms "Lebendige Zentren" (VL-124/2022)
11. Beratung und Beschlussfassung des Antrags zum Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ (VL-123/2022)
12. Beratung und Beschlussfassung über das Stadtmarketingkonzept (VL-115/2022)
13. Einbringung Investitionsprogramm für die Jahre 2022 - 2026 (VL-117/2022)

Großalmerode, 07.07.2022

gez.  
Frank Anacker  
Stadtverordnetenvorsteher



# Stadt Großalmerode

22.07.2022

## Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode

### ÖFFENTLICHE - NIEDERSCHRIFT

zur Sitzung Nr. 3/2022 der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode  
am Donnerstag, 21.07.2022, 19:34 Uhr bis 20:55 Uhr  
im großen Rathaussaal des Rathauses, Marktplatz 11, 37247 Großalmerode

---

### Anwesenheiten

#### Vorsitz:

Anacker, Frank (WG)

#### Mitglieder:

Krauß, Stefan (CDU)

Schmuck, Hanna (SPD)

Dr. Ahlborn, Detlef (WG)

Alt, Maximilian (SPD)

Bittner, Ralf (WG)

Burhenn, Lothar (WG)

(19:43 - 20:55 Uhr)

Gundlach, Dirk (WG)

Koch, Vincent (WG)

Lefort, Bastian (CDU)

Marbach, Mischa (WG)

Möller, Marius (WG)

Möller, Marleen (WG)

Möller, Udo (SPD)

Notzon, Sara (WG)

Pflüger, André (SPD)

Pfarr, Volker (CDU)

Pohner, Felix (CDU)

Ränge, Uwe (WG)

Ricci, Daniela (SPD)

Stache, Jürgen (SPD)

Studenroth, Kurt (SPD)

Toby, Gerhard (WG)

von Drach, Sven (WG)

#### Weitere Anwesende

Thomsen, Finn

Alt, Magnus

(19:40 - 20:55 Uhr)

Gundlach, Georg

Huppach, Gerd

Liese, Marcus

Busch, Maximilian

Schriftführerin:

Reuß, Anja

Entschuldigt fehlten:

Söder, Michael (WG)

Bienert, Svenja (WG)

Bolte, Oliver (SPD)

De Sciscio, Nicola (SPD)

Hohmann, Harald (SPD)

Prauß, Steffen (SPD)

Roth, Daniela (SPD)

Möller, Ullrich

Gundlach, Karl Heinz

Lorenz, Mario

Prauß, Alexander

# Tagesordnung

## Öffentliche Sitzung

1. Magistratsbericht
2. Beratung und Beschlussfassung über die Archivsatzung der Stadt Großalmerode (VL-103/2022)
3. Beratung und Beschlussfassung der strategischen und operativen Ziele 2023 (VL-110/2022)
4. Controllingbericht Q1 / 2022 (VL-111/2022)
5. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Waschplatzes am Feuerwehrgerätehaus Kernstadt (VL-120/2022)
6. Beratung und Beschlussfassung über den Abschluss des Betriebsvertrages für den Kindergarten Laudenbach (VL-114/2022)
7. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung einer Kindestagesstätte in Laudenbach (VL-118/2022)
8. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer außerplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Zaunes auf dem Parkplatz im Schwarzenbergstadion (VL-119/2022)
9. Beratung und Beschlussfassung des Anreizprogramms für private Eigentümer im Rahmen des Förderprogramms „Lebendige Zentren“ (VL-122/2022)
10. Beratung und Beschlussfassung der Zusammensetzung des Gremiums Lokale Partnerschaft im Rahmen des Förderprogramms "Lebendige Zentren" (VL-124/2022)
11. Beratung und Beschlussfassung des Antrags zum Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ (VL-123/2022)
12. Beratung und Beschlussfassung über das Stadtmarketingkonzept (VL-115/2022)
13. Einbringung Investitionsprogramm für die Jahre 2022 - 2026 (VL-117/2022)

## Sitzungsverlauf

Herr Stadtverordnetenvorsteher Anacker eröffnet die Sitzung der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode um 19:34 Uhr und stellt fest, dass die Einladung form- und fristgerecht erfolgte und die Stadtverordnetenversammlung mit 23 Stadtverordneten beschlussfähig ist. Des Weiteren begrüßt er Frau Huck von der HNA sowie Herrn Busch vom Jugendparlament. Herr Stadtverordnetenvorsteher Anacker teilt mit, dass Frau Shamilla Schaal ihr Mandat niedergelegt hat und nun Herr Stadtverordneter Harald Hohmann als Nachrücker in der Stadtverordnetenversammlung vertreten ist. Weiterhin verweist er auf die ausgeteilten Schreiben und lädt, auch im Namen von Herrn Bürgermeister Thomsen, die Mandatsträger der Stadtverordnetenversammlung und des Magistrates sowie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung zum gemeinsamen Grillen am 16. September 2022 ein. Er hofft auf eine rege Beteiligung.

Änderungsanträge zur Tagesordnung liegen nicht vor.

### öffentliche Sitzung

#### 1. Magistratsbericht

Herr Bürgermeister Thomsen berichtet, dass das Hessische Finanzministerium mit Schreiben vom 13. Juli 2022 mitgeteilt hat, dass Veränderungen durch den Landesentwicklungsplan 2020 greifen und mit einer Anpassung im Kommunalen Finanzausgleich ab 2023 zu rechnen ist. Durch diese Veränderungen wurde Großalmerode neu dem ‚Ländlichen Raum‘ zugeordnet, was folglich eine Erhöhung des kommunalen Finanzausgleiches von ca. 3 % bedeutet. Wie hoch die Zahlungen ausfallen, wird erst im Herbst vom Ministerium bekanntgegeben.

Seit der Stadtverordnetenversammlung am 05.05.2022 haben 6 Magistratssitzungen stattgefunden.

#### Auftragsvergaben

Beratungsdienstleistungen für das Vergabeverfahren Natur-Kita	6.545,00 €
Rutschturm Spielplatz Kita Laudenbach	6.214,89 €
Stahlanker für den Rutschturm Spielplatz Kita Laudenbach	442,16 €
Stehwippe Spielplatz Kita Laudenbach	1.936,48 €
Beschickungspumpe für Schlammeindicker Kläranlage	6.378,75 €
Führerschein Ausbildung für Mitarbeiter Technische Betriebe	ca. 15.000,00 €
Nachtrag Rohbauarbeiten Kita Laudenbach	15.162,19 €
Abbrucharbeiten Öltank Kita Laudenbach	3.834,86 €
Pflasterarbeiten Parkplatz Feuerwehr Laudenbach	24.988,81 €
Anbindung des Wasserwerkes an das Visualisierungssystem für die Unterstation Weißenbach und Dudenrode	5.450,56 €

Anbindung des Wasserwerkes an das Visualisierungssystem für die Unterstation Großalmerode HB I + HB II	6.427,82 €
Endabrechnung Projektabschluss Büro ASP für Kita Laudenbach	5.827,00 €
Hebekissensatz für Feuerwehr Großalmerode-Kernstadt	5.243,12 €
Ingenieurleistungen Kanalbaumaßnahme am Hauptsammler vor Trubenhausen	11.862,42 €
Feuerwehrschutzkleidung für Atemschutzgeräteträger	11.046,25 €
Neuanlage eines Baumurnengrabfeldes auf dem Friedhof Rommerode	11.379,60 €
Sofortmaßnahme Kanalsanierung Gelsterstraße Großalmerode	bis zu 50.000,00 €
Planungsleistungen Elektro für das Panoramabad	26.316,24 €
Pflasterarbeiten an der Kita Laudenbach	61.969,43 €
Grundüberholung Gebläse Belebungsbecken Kläranlage	5.613,99 €

#### Weitere Themen in den Sitzungen waren u.a.:

- Personalangelegenheiten (u. a. Abschluss eines Aushilfsarbeitsverhältnisses, Stellenausschreibungen, Einstellungen, Probezeitverläufe)
- Bauanträge / Bauvoranfragen
- Grundstücks- und Pachtangelegenheiten (u.a. Abbruch und Neuerrichtung eines Gebäudes, Gaststätte Fahrbachtal, Bauplatz- und Grundstücksverkäufe, Ausübung eines Vorkaufsrechtes, Sonderparkausweise, Vermietung Eichenwalsiedlung, Sofortmaßnahme Kanalsanierung Gelsterstraße, vereinfachte Umlegung im Erschließungsgebiet „Adolf-Häger-Straße“, Löschung von Auflassungsvormerkungen)
- Aussetzung der Vollziehung – Straßenbeiträge Trubenhausen
- Anpassung des Rahmenvertrages für Unterhaltungsmaßnahmen Straße, Kanalisationsanlagen und Trinkwasserleitungsnetz
- Verzicht auf die Erstellung eines Mietspiegels nach dem Mietspiegelreformgesetz
- Glasfaserausbau
- Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“
- Nutzungsanfrage / Weiternutzung Flachdachkindergarten Großalmerode
- Feuerwehrangelegenheiten (Aktualisierung der Jugendordnung, Dienstzeitverlängerung, Feuerwehrfahrzeug Laudenbach)
- Archivsatzung der Stadt Großalmerode
- Steuerangelegenheiten
- Wirtschaftlichkeitsberechnung Geschwindigkeitsmessanlagen
- Prüfung – Hessischer Rechnungshof
- Jahresabschluss 2021 (Kenntnisnahme der Gesamtrechnung)
- Zuwendungsbescheide
- Friedhofangelegenheiten (u.a. Beschwerden über Gebührenbescheide, Friedhofsverwaltungsgebühren)
- Jubiläen der Stadtteile Trubenhausen, Uengsterode und Laudenbach
- Veranstaltung „Heimatshoppen“
- Vereinsangelegenheiten (u.a. Anbringung Klappstühle Tribüne Schwarzenbergstadion)
- Zusätzliche Trauörtlichkeit im Glas- und Keramikmuseum

- Verleihung von Ehrenbriefen

*Zwischenzeitlich betritt Herr Stadtverordneter Burhenn den Sitzungssaal um 19:43 Uhr und nimmt an den folgenden Beratungen und Beschlussfassungen teil. Somit erhöht sich die Zahl der Stimmberechtigten auf 24 Stadtverordnete.*

Es ergeben sich folgende Wortmeldungen:

Herr Fraktionsvorsitzender Pforr fragt an, was es mit der Gaststätte Fahrachtal auf sich hat und was die Wirtschaftlichkeitsberechnung zu den Geschwindigkeitsmessenanlagen für Folgen hat. Herr Bürgermeister Thomsen berichtet, dass der Grund und Boden im Fahrachtal im Eigentum der Stadt steht und entsprechend verpachtet ist. Gebäudeeigentümer ist der aktuelle Pächter. Seitens eines Investors besteht zur Modernisierung und Fortführung des Gaststättenbetriebes ein Kaufinteresse des Gebäudes, wodurch auch der Vertrag über Grund und Boden anzupassen ist. Die Wirtschaftlichkeitsberechnung zu den Geschwindigkeitsmessenanlagen hat ergeben, dass eine Ertüchtigung der Anlagen zu teuer ist. Künftig soll vermehrt die mobile Messung zum Einsatz kommen.

Herr Stadtverordneter Stache fragt nach dem Sachstand zur Baumaßnahme Aufstockung Kläranlage Trubenhausen und der Kostenkalkulation. Des Weiteren geht er kurz auf die vakante Ortsvorsteher-Situation des Ortsbeirates Großalmerode-Kernstadt ein. Er berichtet, dass die SPD-Fraktion vor der Einrichtung eines zusätzlichen Ortsbeirates gewarnt hätte und nun scheinbar mit ihren Befürchtungen Recht habe. Er fragt an, wie künftig die Arbeit des Ortsbeirates weitergeführt werden kann.

Herr Bürgermeister Thomsen berichtet, dass bereits mehrere Ausschreibungen für die Planung erfolgte, jedoch die Angebote wegen der Baukostensteigerungen zu teuer waren. Ein Auftrag konnte noch nicht vergeben werden, da die Beträge aus dem Wirtschaftsplan nicht ausreichen. Die Kostenkalkulation wird nachrichtlich im Protokoll mitgeteilt.

*Nachrichtlich: Die derzeitige Kostenkalkulation des Bauamtes beläuft sich auf 355.217,61 € ohne Berücksichtigung von evtl. Preissteigerungen.*

Zum Thema Ortsbeirat Kernstadt bestätigt Herr Bürgermeister Thomsen, dass dieser derzeit keinen Ortsvorsteher hat. Der Magistrat sei jedoch nicht weisungsberechtigt, da der Ortsbeirat selbständig tätig ist. Bei Bedarf können die Mitglieder des Ortsbeirates eine Sitzung einberufen.

## **2. Beratung und Beschlussfassung über die Archivsatzung der Stadt VL-103/2022 Großalmerode**

Herr Bürgermeister Thomsen verweist auf die Vorlage und berichtet, dass die Archivsatzung einer Überarbeitung aufgrund des Hessischen Archivgesetzes bedarf. Gemeinsam mit den Mitgliedern des Geschichtsvereins wurde die vorliegende Fassung auf der Grundlage der bisherigen Archivordnung, der Mustersatzung der Archivberatung Hessen sowie der Mustersatzung des Hessischen Städte- und Gemeindebundes, erarbeitet.

Für den Haupt- und Finanzausschuss teilt Herr Vorsitzender Mischa Marbach mit, dass sein Vertreter, Herr Oliver Bolte, den Vorsitz der letzten HFA-Sitzung wahrgenommen hat; da er selbst an der Sitzung nicht teilgenommen hat. Da Herr Bolte nicht anwesend ist, übernimmt nun er vertretungsweise den Bericht für die Stadtverordnetenversammlung.

Der Haupt- und Finanzausschuss empfiehlt einstimmig die Beschlussfassung gemäß Beschlussvorschlag.

Es liegen keine weiteren Wortmeldungen vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die Archivsatzung der Stadt Großalmerode – Satzung über die Aufgaben und die Nutzung des Stadtarchivs in Form der Anlage zu dieser Vorlage. Gleichzeitig wird beschlossen, dass die bisher gültige Archivordnung außer Kraft tritt.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**3. Beratung und Beschlussfassung der strategischen und operativen Ziele 2023 VL-110/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen berichtet, dass die Mandatsträger im Workshop am 21.05.2022 intensiv die Strategischen und Operativen Ziele erarbeitet haben und dankt nochmals allen Teilnehmern. Diese Ziele sind Grundlage der Haushaltsplanung 2023 und bedarf der Beschlussfassung, die der Magistrat empfiehlt.

Der Vorsitzende des Haupt- und Finanzausschusses Herr Mischa Marbach berichtet, dass die Beschlussfassung einstimmig empfohlen wird.

Weitere Wortmeldungen liegen nicht vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die in dem Workshop „Strategische und operative Ziele 2023“ vom 21.05.2022 erarbeiteten strategischen und operativen Ziele für das Jahr 2023 in Form der Anlage zu dieser Vorlage.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	23	0	1

**4. Controllingbericht Q1 / 2022 VL-111/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen verweist auf die Vorlage. Er gibt bekannt, dass das I. Quartal 2022 ein positives Ergebnis in Höhe von gut 613 T€ ausweist, welches im Wesentlichen auf geringere Aufwendungen im Bereich Personal sowie Sach- und Dienstleistungen beruhen.

Aus dem Haupt- und Finanzausschuss berichtet Herr Vorsitzender Mischa Marbach, dass der Bericht einstimmig zur Kenntnis genommen wurde.

Es liegen keine weiteren Wortmeldungen vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung nimmt den Controllingbericht Q1-2022 (zugleich Bericht gem. § 28 GemHVO) zur Kenntnis.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**5. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Waschplatzes am Feuerwehrgerätehaus Kernstadt VL-120/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen verweist auf die Vorlage und die bereits im letzten Jahr mitgeteilte Notwendigkeit der Errichtung eines neuen Waschplatzes. Der Auftrag wurde bereits an ein Planungsbüro erteilt, die ermittelten Kosten von 115 T€ steigen aufgrund der Baukosten auf 150 T€. Die überplanmäßigen Haushaltsmittel in Höhe von 35 T€ bedürfen den Beschluss der Stadtverordnetenversammlung. Die heutige Submission für die Baukosten hat ergeben, dass das günstigste, vorerst ungeprüfte Angebot, im kalkulierten Rahmen liegt.

Für den Haupt- und Finanzausschuss erklärt der Vorsitzende Herr Mischa Marbach, dass der Ausschuss dem Verwaltungsvorschlag einstimmig seine Zustimmung erteilt.

Herr Fraktionsvorsitzender Pforr sieht zwar die Notwendigkeit des Waschplatzes, jedoch erscheint ihm die Bausumme zu hoch. Er schlägt vor, die Errichtung des Waschplatzes auf 2023/2024 zu schieben.

Herr Bürgermeister Thomsen stellt klar, dass aktuell der vorhandene Waschplatz nur durch eine Ausnahmegenehmigung der Unteren Wasserbehörde genutzt werden kann, weil die Stadt nachweisen konnte, dass ein neuer, der DIN entsprechender Platz errichtet wird.

Herr Stadtverordneter Krauß stellt einen jetzigen Bau des Waschplatzes am Standort der Feuererwehr in Frage, wo doch laut Investitionsprogramm der „Neubau Bauhof“ in 2026 geplant sei und ein solcher Platz dort mit angesiedelt werden könnte.

Herr Bürgermeister Thomsen stellt klar, dass die Errichtung des Waschplatzes jetzt notwendig ist und das Verschieben bis mindestens 2026 keine Lösung darstellt, da für die Jahre bis dorthin eine Übergangslösung nötig wäre.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt gemäß § 100 Hessische Gemeindeordnung i.V.m. § 7 der Haushaltssatzung die überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 35.000 € für die Errichtung eines Waschplatzes am Gerätehaus der Kernstadt (Investitionsnummer: I023010.37). Als Gegenfinanzierung wird die Einsparung bei der Investitionsnummer I082020.03 – Sanierung Panoramabad- in gleicher Höhe beschlossen, da diese Maßnahme in 2022 nicht zum Tragen kommt.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	20	0	4

**6. Beratung und Beschlussfassung über den Abschluss des Betriebsvertrages für den Kindergarten Laudenbach**

**VL-114/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen verweist auf die Vorlage und erläutert die Notwendigkeit eines überarbeiteten Betriebsvertrages. Die Kinderbetreuung sei die größte Ausgabe im städtischen Haushalt und ein besonderer Fokus liegt auf der Schaffung von mehr Transparenz.

Aus dem Haupt- und Finanzausschuss berichtet Herr Vorsitzender Mischa Marbach, dass der Beschlussvorschlag einstimmig mit 9-Ja-Stimmen angenommen wurde.

Es liegen keine weiteren Wortmeldungen vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung stimmt dem Abschluss des Betriebsvertrages über den Betrieb der Kindertagesstätte Laudenbach mit der Arbeiterwohlfahrt Werra-Meißner e. V. in Form der Anlage zu dieser Vorlage zu.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**7. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung einer Kindertagesstätte in Laudenbach** **VL-118/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen teilt mit, dass der Kindergartenanbau fast fertiggestellt ist. Nun stehen noch die Pflasterarbeiten für die Zuwegung an. Die Kosten hierfür übersteigen die veranschlagten Kosten aufgrund von Preissteigerungen im Bereich der Materiallieferungen und einer größeren Fläche, als anfänglich geplant. Auch Nachträge führten zu einer Erhöhung der benötigten Mittel. Einsparungen sind nur über die Reduzierung der Pflasterfläche möglich. Der Magistrat hat sich für die überplanmäßige Haushaltsausgabe ausgesprochen.

Der Haupt- und Finanzausschuss empfiehlt einstimmig die vorliegende Beschlussfassung laut Herrn Vorsitzenden Mischa Marbach.

Weitere Wortmeldungen liegen nicht vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt gemäß § 100 Hessische Gemeindeordnung i.V.m. § 7 der Haushaltssatzung die überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 40.000 € für die Errichtung einer Kindertagesstätte in Laudenbach (Investitionsnummer: I061010.05). Als Gegenfinanzierung wird die Einsparung bei der Investitionsnummer I082020.03 –Sanierung Panoramabad- in gleicher Höhe beschlossen, da diese Maßnahme in 2022 nicht zum Tragen kommt.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**8. Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer außerplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Zaunes auf dem Parkplatz im Schwarzenbergstadion** **VL-119/2022**

Gemäß § 25 HGO Widerstreit der Interessen – verlässt Herr Stadtverordneter Möller den Sitzungssaal und nimmt an der Beratung und Beschlussfassung zu diesem Tagesordnungspunkt nicht teil.

Herr Bürgermeister Thomsen erläutert den Sachverhalt gemäß Sitzungsvorlage. Er berichtet, dass der Haupt- und Finanzausschuss einen Prüfauftrag an die Verwaltung gestellt hat und stellt in Folge dessen einen Änderungsantrag zur überplanmäßigen Ausgabe in Höhe von 40.000 €, welcher den Hauptantrag ersetzt. Der Prüfauftrag aus dem Haupt- und Finanzausschuss beinhaltet die Ermittlung der Kosten für einen festen, hohen Doppelstabmaschendrahtzaun anstatt eines Maschendrahtzaunes. Die vorhandene Hecke soll nach Auskunft des FCG-Vorsitzenden erhalten bleiben. Die Pflege der Hecke wird ehrenamtlich durch den FCG erfolgen. Des Weiteren berichtet Herr Bürgermeister Thomsen auf Nachfrage, dass mit dem zuständigen Jagdpächter vor Ort ein Termin und die Begutachtung des Zaunes, auch im unteren Bereich des Sportplatzgeländes erfolgte und dieser für ausreichend und gut befunden wurde.

Aus dem Haupt- und Finanzausschuss berichtet Herr Vorsitzender Mischa Marbach, dass der Beschlussvorschlag mit dem erläuterten Prüfauftrag einstimmig mit 9-Ja-Stimmen angenommen wurde.

Herr Stadtverordneter Mischa Marbach fragte an, ob eine Prüfung des Zaunes im unteren Bereich, erfolgte, was Herr Bürgermeister Thomsen bestätigte.

Herr Fraktionsvorsitzender Range stellt in Frage, warum im unteren Bereich der vorhandene Maschendrahtzaun ausreicht und für den oberen Bereich der Doppelstabmattenzaun mit einer Höhe von 1,80 m zwingend erforderlich ist.

Herr Bürgermeister Thomsen erklärt, dass der neue Zaun in der Unterhaltung günstiger und einfacher ist. Diese Variante ist ein Mittelweg um nicht den ganzen Platz neu einzäunen zu müssen. Wo bisher kein Zaun ist, soll der stabile neue Zaun errichtet werden.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt gemäß § 100 Hessische Gemeindeordnung i.V.m. § 7 der Haushaltssatzung die überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 40.000 € für die Errichtung eines Zaunes auf dem Parkplatz im Schwarzenbergstadion (neue Investitionsnummer: I082010.11). Als Gegenfinanzierung wird die Einsparung bei der Investitionsnummer I082020.03 – Sanierung Panoramabad- in gleicher Höhe beschlossen, da diese Maßnahme in 2022 nicht zum Tragen kommt.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
23	19	1	3

Nach der Beschlussfassung und Abstimmung des Tagesordnungspunktes betritt Herr Stadtverordneter Möller den Sitzungssaal und nimmt an den folgenden Beratungen und Beschlussfassungen wieder teil.

**9. Beratung und Beschlussfassung des Anreizprogramms für private Eigentümer im Rahmen des Förderprogramms „Lebendige Zentren“ VL-122/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen verweist auf die Vorlage und erörtert das Förderprogramm „Lebendige Zentren“ mit einer Förderquote von 1/3 Bund, 1/3 Land und 1/3 Stadt. Eine Bewerbung des Programmes soll u.a. mit Flyern erfolgen.

Der Haupt- und Finanzausschuss empfiehlt einstimmig die vorliegende Beschlussfassung laut Herrn Vorsitzenden Mischa Marbach.

Es liegen keine weiteren Wortmeldungen vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt das Anreizprogramm im Fördergebiet Lebendige Zentren Südstadt Großalmerode. Die Förderrichtlinie ist bekannt zu machen und tritt mit ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**10. Beratung und Beschlussfassung der Zusammensetzung des Gremiums Lokale Partnerschaft im Rahmen des Förderprogramms "Lebendige Zentren" VL-124/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen verweist auf die Vorlage und berichtet, dass das Förderprogramm die Einrichtung eines prozessbegleitenden Gremiums, welches durch die Stadtverordnetenversammlung zu beschließen ist, erfordert.

Herr Vorsitzender Mischa Marbach berichtet aus dem Haupt- und Finanzausschuss, dass der Beschlussvorschlag einstimmig empfohlen wird.

Weitere Wortmeldungen liegen nicht vor.

Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die Zusammensetzung der Lokalen Partnerschaft im Rahmen des Förderprogramms Lebendige Zentren aus den folgenden Vertretern:

*Nr. Institution / Gruppe*

ZIVILGESELLSCHAFT

- 1 Evangelische Kirche
- 2 Diakonie
- 3 Seniorenbeirat
- 4 Jugendparlament
- 5 Familienbeirat
- 6 lokaler "Kümmerer" des IKZ-Projekts "Energetische Quartierssanierung"
- 7 in Gründung befindliche Bürgergruppe zum Erhalt historischer Gebäude
- 8 in Gründung befindlicher Bürgerverein Großalmerode
- 9 Schulsozialarbeiterin

VERWALTUNG

- 10 Bürgermeister
- 11 Bauamt
- 12 Fördergebietsmanagement – Büro akp\_
- 13 Fördergebietsmanagement – Büro akp\_

POLITIK

- 14 Ortsbeirat Kernstadt
- 15 CDU-Fraktion
- 16 SPD-Fraktion
- 17 WG-Fraktion

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**11. Beratung und Beschlussfassung des Antrags zum Landesprogramm VL-123/2022 „Zukunft Innenstadt“**

Herr Bürgermeister Thomsen erläutert den Sachverhalt gemäß Sitzungsvorlage. Er berichtet, dass die Antragsfrist sehr kurzfristig war und die Verwaltung am 13. 05.2022 den Förderantrag eingereicht hat. Das neue Förderprogramm biete die Möglichkeit, Leerstände im Marktplatezbereich durch neue Nutzung und Alternativen zu beseitigen, wie zum Beispiel durch Schaffung von innenstadtnahen, barrierefreien Wohnraum. Zwischenzeitlich haben Gespräche mit Gebäudeeigentümern zum Umbau der Ladenflächen stattgefunden. Dieses Programm kann wirtschaftliche Lücken schließen. Es bietet die Chance zur Reduzierung des Leerstandes und Erreichung des strategischen Zieles von Bevölkerungswachstum.

Aus dem Haupt- und Finanzausschuss berichtet Herr Vorsitzender Mischa Marbach, dass dieser den Beschlussvorschlag der Verwaltung mit 1 Ja- Stimme, 1 Nein-Stimme und 7 Enthaltungen abgelehnt hat.

Herr Fraktionsvorsitzender Range teilt mit, dass er nicht an den Beratungen in der Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses teilgenommen hat. Er verweist auf die Chancen des neuen Förderprogrammes und die Innovation der ‚Öffentlichen Hand‘ einen Anreiz zu schaffen und

Wirtschaftslücken zu schließen. Eine gute Lösung sei u.a. das Ziel dieses Programmes Wohnraum zu schaffen durch Beseitigung von Leerständen. Herr Range appelliert zum Nachdenken und spricht sich für die Akquirierung der Fördermittel aus, um diese Chancen für Großalmerode zu nutzen.

Herr Fraktionsvorsitzender Pforr spricht sich für die Belebung der Innenstadt und die Beseitigung der Leerstände aus. Er fragt nach dem Ermessensspielraum der Stadt sowie der aufgeführten Förderquote des Landes von bis zu 90% und 10% der Stadt Großalmerode gemäß den Ausführungen der Vorlage.

Herr Bürgermeister Thomsen erklärt, dass für die Gewährung eines Zuschusses der Grundstückseigentümer eine Wirtschaftlichkeitsberechnung vorlegen muss, aus der sich die Förderquote ermittelt. Die Stadt selbst hat einen Ermessensspielraum bei der Ausgestaltung der Berechnung und muss sich mit 10 % bis 20 % an den zuwendungsfähigen Ausgaben beteiligen.

Für die SPD-Fraktion spricht sich Herr Stadtverordneter Stache gegen die Aufnahme des zusätzlichen Programmes aus, da seines Erachtens durch die bereits laufenden Förderprogramme IKEK und ISEK auch Förderungen zur Beseitigung von Leerständen genutzt werden können. Er befürchtet eine Verzettelung der vielen unterschiedlichen Förderprogramme.

Daran schloss sich noch eine kurze Diskussion über die Sinnhaftigkeit des Programmes, die Gleichbehandlung und die Unterstützung von Privatleuten durch die öffentliche Hand an.

#### Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt den Förderantrag zur Ausschreibung 2022 im Rahmen des Landesprogramms „Zukunft Innenstadt“ in der vorliegenden Fassung. Im Falle der Aufnahme der Stadt Großalmerode in das Programm ist zur Umsetzung der Projekte der kommunale Eigenanteil aus Haushaltsmitteln bereitzustellen.

#### Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	18	0	6

## **12. Beratung und Beschlussfassung über das Stadtmarketingkonzept VL-115/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen berichtet, dass im Rahmen der Strategischen Steuerung der Auftrag zum Stadtmarketingkonzept erfolgte. Dieses beruht auf folgende 3 Themenblöcke, und zwar:

- Einheitliches Erscheinungsbild zur Außendarstellung
- Zuzug von Privatpersonen und Gewerbe erhöhen
- Tourismus ankurbeln

Für die Umsetzung dieses Konzeptes soll eine halbe Stelle geschaffen und ein Budget zur Verfügung gestellt werden. Im Haupt- und Finanzausschuss hat man sich für eine Budgeterhöhung der Sachkosten auf 40.000 € anstatt der vorgeschlagenen 20.000 € ausgesprochen. Aufgrund dieser Beschlussfassung im Haupt- und Finanzausschuss stellt Herr Bürgermeister Thomsen den Änderungsantrag, Haushaltsmittel in Höhe von jährlich 70.000 € (30 T€ Personalkosten und 40 T€ Sachkosten) im Rahmen der Haushaltsplanungen einzustellen.

Herr Vorsitzender Mischa Marbach bestätigt den geänderten Beschlussvorschlag für den Haupt- und Finanzausschuss, welcher einstimmig gefasst wurde.

Es liegen keine weiteren Wortmeldungen vor.

#### Beschluss:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die Umsetzung der als Anlage beigefügten Maßnahmen für das Stadtmarketing. Die hierfür notwendigen Haushaltsmittel in Höhe von jährlich 70.000 € sind im Rahmen der Haushaltsplanung einzustellen.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

**13. Einbringung Investitionsprogramm für die Jahre 2022 - 2026**

**VL-117/2022**

Herr Bürgermeister Thomsen erläutert, dass das vorliegende Investitionsprogramm ein Gesamtvolumen von fast 38 Mio. vorsieht. Hierunter fallen u.a. die Maßnahmen Erweiterung Kindergarten Rommerode, Gelster-Renaturierung zum Hochwasserschutz, Straßenbaumaßnahmen wie z.B. die Baumhofstraße, Erschließungsmaßnahme „Zum Mergelborn“ in Rommerode, ein zusätzliches Fahrzeug für den Bauhof, Erneuerung des Servers, Sanierung des Sportplatzes Schwarzenbergstadion, Neustrukturierung von Verwaltungsräumlichkeiten, Sanierung des Rathaussaales, Ersatz für Tablets der Mandatsträger u.v.m..

Beschluss:

Der Entwurf des Investitionsprogrammes für die Jahre 2022 bis 2026 wird in die Stadtverordnetenversammlung eingebracht. Die Stadtverordnetenversammlung verweist diesen vorliegenden Entwurf zur Beratung an den Haupt- und Finanzausschuss.

Abstimmungsergebnis:

Anwesend	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
24	24	0	0

Herr Stadtverordnetenvorsteher Anacker schließt die Sitzung der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode um 20:55 Uhr und bedankt sich bei den Stadtverordneten für ihre Teilnahme.

Großalmerode, 22.07.2022

Stadtverordnetenvorsteher

Frank Anacker

Schriftführerin

Anja Reuß



# Stadt Großalmerode

<b>Beschlussvorlage</b>	
- öffentlich -	
<b>VL-103/2022</b>	
Federführendes Amt	Haupt- und Finanzabteilung
Datum	17.06.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	27.06.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

## **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung über die Archivsatzung der Stadt Großalmerode**

## **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die Archivsatzung der Stadt Großalmerode – Satzung über die Aufgaben und die Nutzung des Stadtarchivs in Form der Anlage zu dieser Vorlage. Gleichzeitig wird beschlossen, dass die bisher gültige Archivordnung außer Kraft tritt.

## **Finanzielle Auswirkungen:**

keine

## **Sachdarstellung:**

Die Archivberatung Hessen hat die ehrenamtlich tätige Leitung des Stadtarchivs darauf aufmerksam gemacht, dass die aktuell gültige Archivordnung nicht mehr den Vorgaben des Hessischen Archivgesetzes von 2017 entspricht.

Dies betrifft insbesondere die Beschränkung des Nutzungsrechts auf das „berechtigte Interesse“ in § 2, Abs. 1 und § 3, Abs. 2. Die Beschränkung wurde aus dem Hessischen Archivgesetz gestrichen und durch das sog. „Jedermannsrecht“ ersetzt. Die Beschränkung auf das „berechtigte Interesse“ verstößt somit gegen höherrangiges Recht. Die Archivordnung ist dahingehend zu überarbeiten.

Die Archivleitung hat daraufhin die Verwaltung kontaktiert und um Überarbeitung der Archivordnung gebeten.

In einem gemeinsamen Gesprächstermin mit dem Bürgermeister, der Abteilungsleiterin der Haupt- und Finanzabteilung, dem zuständigen Sachbearbeiter und den Mitgliedern des Geschichtsvereins, denen die ehrenamtliche Verwaltung, Leitung und Aufsicht des Stadtarchivs übertragen wurde, wurde die vorliegende Fassung der Archivsatzung auf der Grundlage der bisherigen Archivordnung, der Mustersatzung der Archivberatung Hessen, sowie der Mustersatzung des Hessischen Städte- und Gemeindebundes erarbeitet, die die Archivordnung ersetzen soll.

Thomsen  
Bürgermeister

Anlage(n):

1. Satzung Stadtarchiv 2022 v1.0
2. Synopse Neufassung Archivsatzung v1.2

# Stadt Großalmerode



## Archivsatzung

### Satzung über die Aufgaben und die Nutzung des Stadtarchivs

Gemäß § 5 der Hessischen Gemeindeordnung (HGO) i.d.F. der Bekanntmachung vom 07.03.2005 (GVBl. I S. 142), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 07.05.2020 (GVBl. S. 318), i.V.m. § 19 des Hessischen Archivgesetzes (HArchivG) vom 26.11.2012 (GVBl. S. 458), zuletzt geändert durch Artikel 14 des Gesetzes vom 05.10.2017 (GVBl. S.294), aktualisiert am 02.06.2021 hat die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode am 00.00.0000 folgende Archivsatzung beschlossen:

### § 1

#### Geltungsbereich, Begriffsbestimmung

- (1) Diese Satzung regelt den Umgang mit und die Nutzung von öffentlichem Archivgut der Stadt Großalmerode.
- (2) Öffentliches Archivgut sind alle archivwürdigen Unterlagen der Stadt Großalmerode oder sonstigen Stellen bzw. Rechtspersonlichkeiten, die zur dauernden Aufbewahrung in das Archiv übernommen worden sind.
- (3) Unterlagen sind insbesondere Akten, Amtsbücher, Urkunden und andere Schriftstücke, Karten, Pläne, Plakate, Karteien, Siegel, Stempel, digitale Aufzeichnungen, Bild-, Film- und Tonaufzeichnungen und sonstige Informationsträger einschließlich der auf ihnen überlieferten oder gespeicherten Informationen sowie die Hilfsmittel für ihre Ordnung, Nutzung und Auswertung.
- (4) Archivwürdig sind Unterlagen, die für die Erforschung und das Verständnis von Geschichte und Gegenwart von bleibendem Wert sind oder die zur Rechtswahrung sowie auf Grund von Rechtsvorschriften dauernd aufzubewahren sind.

## **§ 2**

### **Stellung und Aufgaben des Archivs**

- (1) Die Stadt Großalmerode unterhält im Rahmen ihrer Leistungsfähigkeit ein Archiv (Stadtarchiv).
- (2) Die Stadt Großalmerode überträgt die ehrenamtliche Verwaltung, Leitung und Aufsicht an geschulte Mitglieder des Geschichtsvereins Großalmerode e. V.
- (3) Das Stadtarchiv hat die Aufgabe, bei städtischen Stellen angefallene Unterlagen, die zur Aufgabenerfüllung nicht mehr benötigt werden, nach Feststellung der Archivwürdigkeit gemäß Abs. 6 zu archivieren.
- (4) Archivierung umfasst die Aufgabe, das Archivgut zu erfassen, zu übernehmen, zu erschließen, auf Dauer aufzubewahren, zu sichern und nutzbar zu machen.
- (5) Als städtische Stellen gelten auch
  1. städtische Eigenbetriebe sowie
  2. juristische Personen des Privatrechts, bei denen der Stadt mehr als die Hälfte der Anteile oder Stimmen zusteht.
- (6) Das Stadtarchiv hat grundsätzlich nicht die Aufgabe und die finanziellen und räumlichen Kapazitäten, um Archivalien, Dokumentensammlungen und dergleichen aus Privathand oder von Dritten aufzunehmen. Ausnahmen können durch die Archivare zugelassen werden, wenn die Archivalien, Dokumentensammlungen ausschließlich nach Kriterien der archivalischen Relevanz für die Stadtgeschichte und der spezifischen museologischen Belange des industriekulturell profilierten Glas- und Keramikmuseums von hoher Bedeutung sind.
- (7) Das Stadtarchiv trägt zur Erforschung und Kenntnis der Stadtgeschichte bei.

## **§ 3**

### **Nutzung des Archivgutes**

- (1) Die Nutzung des Archivgutes nach Maßgabe der Archivsatzung steht jeder Person zu, soweit sich aus Rechtsvorschriften oder Vereinbarungen mit derzeitigen oder früheren Eigentümerinnen oder Eigentümern des Archivgutes nichts Anderes ergibt.
- (2) Der Zweck der Nutzung, der persönlicher, amtlicher, wissenschaftlicher, pädagogischer, publizistischer oder gewerblicher Art sein kann, muss dargelegt werden.

- (3) Arten der Nutzung:
1. Archivgut wird grundsätzlich durch persönliche Einsichtnahme im Archiv genutzt.
  2. Weiterhin ist eine mündliche oder schriftliche Auskunftserteilung möglich, die eine Vorlage oder Abgabe von Reproduktionen gemäß Gebührenordnung einschließen kann.
  3. Die schriftliche oder mündliche Auskunftserteilung kann sich auf Hinweise zu einschlägigem Archivgut beschränken.
  4. Über die Art der Nutzung entscheidet das Archiv. Ein Anspruch auf Vorlage von Archivgut in ursprünglicher Überlieferungsform besteht grundsätzlich nicht.
- (4) Über die Erteilung der Nutzungsgenehmigung und die Art der Nutzung entscheidet die Leitung des Archivs auf der Grundlage der Archivsatzung.

## **§ 4**

### **Benutzungserlaubnis**

- (1) Die Benutzung des Archivs wird auf schriftlichen oder elektronischen Antrag zugelassen. Der Antrag kann auch durch persönliche Vorsprache gestellt werden.
- (2) Der Antragsteller hat im Antragsschreiben Name, Vorname und Anschrift sowie den Nutzungszweck anzugeben.
- (3) Der Antragsteller muss gleichzeitig erklären, dass er bei der Nutzung des Archivguts die Rechte und schutzwürdigen Belange der Stadt Großalmerode, die Urheber- und Persönlichkeitsrechte sowie den Datenschutz Dritter und deren schutzwürdigen Interessen wahren wird. Er hat die Stadt von Ansprüchen Dritter freizustellen.
- (4) Die Benutzungserlaubnis ist zu versagen oder einzuschränken
  1. wenn Grund zur Annahme besteht,
    - a. dass dem Wohl Deutschlands oder dem Wohl eines seiner Länder wesentliche Nachteile erwachsen,
    - b. dass schutzwürdige Belange Dritter beeinträchtigt werden,
    - c. dass der Erhaltungszustand des Archivguts gefährdet würde;
  2. a. wenn ein nicht vertretbarer Verwaltungsaufwand entstehen würde,
    - b. wenn Vereinbarungen mit derzeitigen oder früheren Eigentümern entgegenstehen.

- (5) Die Benutzungserlaubnis kann auch aus anderen wichtigen Gründen versagt oder eingeschränkt werden, insbesondere wenn
- a. das Wohl der Stadt verletzt würde,
  - b. der Antragsteller wiederholt und schwerwiegend gegen die Archivordnung oder Nebenbestimmungen verstoßen hat,
  - c. der Ordnungszustand des Archivguts seine Benutzung nicht zulässt,
  - d. Archivgut aus dienstlichen Gründen oder wegen gleichzeitiger anderweitiger Benutzung nicht verfügbar ist,
  - e. wenn der Nutzungszweck anderweitig insbesondere durch Einsichtnahme in allgemein zugängliche Druckwerke oder in Reproduktionen erreicht werden kann.
- (6) Die Benutzungserlaubnis kann mit Nebenbestimmungen (z.B. Auflagen, Bedingungen, Befristungen) versehen werden. Sie kann widerrufen oder zurückgenommen werden, insbesondere wenn
- a. Angaben im Benutzungsantrag nicht oder nicht mehr zutreffen oder
  - b. nachträgliche Gründe bekannt werden, die die Ablehnung der Benutzungserlaubnis gerechtfertigt hätten oder
  - c. der Benutzer gegen die Archivordnung verstößt oder ihm erteilte Auflagen nicht einhält,
  - d. der Benutzer Urheber- und Persönlichkeitsschutzrechte, Datenschutzrecht sowie schutzwürdige Belange Dritter nicht beachtet.

## **§ 5**

### **Ort und Zeit der Nutzung**

- (1) Das Archivgut wird während der festgesetzten Öffnungszeiten in den dafür bestimmten Räumen zur Einsichtnahme vorgelegt.
- (2) Das Betreten der Magazine durch Nutzerinnen und Nutzer ist untersagt.
- (3) Die Nutzerin oder der Nutzer hat sich im Nutzungsraum so zu verhalten, dass andere Personen nicht behindert oder belästigt werden. Zum Schutz des Archivgutes ist es insbesondere untersagt, im Nutzungsraum zu rauchen, zu essen oder zu trinken. Taschen, Mäntel und dergleichen dürfen nicht in den Nutzungsraum mitgenommen werden.

## **§ 6**

### **Vorlage von Archivgut**

- (1) Archivgut ist sorgfältig zu behandeln und in gleicher Ordnung und in gleichem Zustand, wie es vorgelegt wurde, bis zum Ende der jeweiligen Öffnungszeit wieder zurückzugeben. Es ist untersagt, die Reihenfolge der Dokumente zu verändern, Bestandteile des Archivguts zu entfernen, Vermerke im Archivgut anzubringen oder vorhandene zu tilgen sowie Archivgut als Schreib- oder Durchzeichnungsunterlage zu verwenden.
- (2) Bemerkt die Nutzerin oder der Nutzer Schäden an dem Archivgut, so hat sie/er dies unverzüglich dem Aufsichtspersonal anzuzeigen.
- (3) Das Stadtarchiv kann den Umfang des gleichzeitig vorzulegenden Archivgutes beschränken; es kann die Bereithaltung zur Nutzung zeitlich begrenzen.
- (4) Auf die Versendung von Archivgut zur Nutzung außerhalb des Stadtarchivs besteht kein Anspruch. In Ausnahmefällen kann Archivgut zu Ausstellungszwecken und im öffentlichen Interesse an andere Archive ausgeliehen werden. Für die Ausleihe zu Ausstellungszwecken ist ein Leihvertrag abzuschließen, der auch eine Vereinbarung über die Sicherheit und Haftung beim Transport und während der Ausstellung des Archivguts beinhaltet.

## **§ 7**

### **Haftung**

- (1) Die Nutzerin oder der Nutzer haftet für die von ihr/ihm verursachten Verluste oder Beschädigungen des überlassenen Archivgutes sowie für sonstige bei der Nutzung des Stadtarchivs verursachte Schäden. Dies gilt nicht, wenn die Nutzerin oder der Nutzer nachweist, dass sie/ihn kein Verschulden trifft.
- (2) Die Stadt haftet nur für Schäden, die auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit bei der Vorlage von Archivgut oder Reproduktionen zurückzuführen sind.

## **§ 8**

### **Belegexemplar**

- (1) Wird eine Arbeit unter wesentlicher Verwendung von Archivgut des Stadtarchivs verfasst, sind Nutzerinnen und Nutzer verpflichtet, dem Stadtarchiv kostenlos und unaufgefordert ein Belegexemplar zu überlassen. Dies gilt auch für Manuskripte und die Veröffentlichung von Reproduktionen. Auf die Abgabe kann in Ausnahmefällen verzichtet werden.
- (2) Beruht die Arbeit nur teilweise auf Archivgut des Stadtarchivs, so hat die Nutzerin oder der Nutzer unaufgefordert die Drucklegung mit den genauen bibliographischen Angaben anzuzeigen und kostenlos Kopien der entsprechenden Seiten zur Verfügung zu stellen.
- (3) Wird die Arbeit in einem elektronischen Netzwerk (z.B. Internet) veröffentlicht, so hat die Nutzerin oder der Nutzer dem Stadtarchiv unaufgefordert die entsprechende Adresse mitzuteilen. Bei zugangsbeschränkten Angeboten ist dem Stadtarchiv kostenloser Zugriff zur Sicherung eines Belegexemplars in elektronischer Form zu gewähren. § 8 Abs. (2) gilt entsprechend.

## **§ 9**

### **Reproduktionen und Editionen**

- (1) Die Anfertigung von Reproduktionen und deren Publikation sowie die Edition von Archivgut bedürfen der Zustimmung der Leitung des Archivs. Die Reproduktionen dürfen nur für den freigegebenen Zweck unter der Angabe der Quelle (mindestens Archiv, Signatur) verwendet werden. Veränderungen, Bearbeitungen und sonstige Abwandlungen bereitgestellter Daten sind mit einem Veränderungshinweis in der Quellenangabe zu versehen.
- (2) Die Herstellung von Reproduktionen fremden Archivgutes bedarf der schriftlichen Zustimmung der Eigentümerin oder des Eigentümers.

## **§ 10**

### **Auswertung des Archivgutes**

- (1) Die Nutzerin oder der Nutzer hat bei der Auswertung der aus dem Archivgut gewonnenen Erkenntnisse die Rechte der Stadt sowie die Urheber- und Persönlichkeitsrechte Dritter zu wahren. Sie/er hat die Stadt auf Verlangen von Ansprüchen Dritter durch schriftliche Erklärung freizustellen.
- (2) Bei der Veröffentlichung aus dem Archivgut gewonnener Erkenntnisse ist die Quelle (mindestens Archiv, Signatur) anzugeben.

## **§ 11**

### **Kosten der Benutzung**

- (1) Für die Benutzung der Archivbestände können Verwaltungsgebühren nach der Verwaltungsgebührenordnung erhoben werden.
- (2) Entstehende Sachkosten (z.B. für Reproduktionen) werden mit dem jeweils entstehenden Kostenbetrag gesondert in Rechnung gestellt.

## **§ 12**

### **Inkrafttreten**

Diese Archivsatzung ersetzt die Archivordnung vom 09.04.2010 und setzt diese außer Kraft. Sie tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Großalmerode, 00.00.0000

Der Magistrat  
der Stadt Großalmerode

## Stadt Großalmerode



### Archivordnung

Aufgrund der §§ 5 und 51 Nr. 6 der Hessischen Gemeindeordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 07.03.2005 (GVBl. I S. 142) zuletzt geändert durch Gesetz vom 15.11.2007 (GVBl. I S. 757) i.V.m. § 4 Abs. 1 des Hessischen Archivgesetzes (HArchivG) vom 18. Oktober 1989 (GVBl. I. S. 270) zuletzt geändert durch Gesetz vom 5. Juli 2007 (GVBl. I S. 380) hat die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode am 28. Januar 2010 folgende Satzung (Archivordnung) beschlossen:

### Archivsatzung

Satzung über die Aufgaben und die Nutzung des Stadtarchivs

Gemäß § 5 der Hessischen Gemeindeordnung (HGO) i.d.F. der Bekanntmachung vom 07.03.2005 (GVBl. I S. 142), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 07.05.2020 (GVBl. S. 318), i.V.m. § 19 des Hessischen Archivgesetzes (HArchivG) vom 26.11.2012 (GVBl. S. 458), zuletzt geändert durch Artikel 14 des Gesetzes vom 05.10.2017 (GVBl. S.294), aktualisiert am 02. Juni 2021 hat die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode am 00.00.0000 folgende Archivsatzung beschlossen:

### § 1

#### Geltungsbereich, Begriffsbestimmung

- (1) Diese Satzung regelt den Umgang mit und die Nutzung von öffentlichem Archivgut der Stadt Großalmerode.

	(2) Öffentliches Archivgut sind alle archivwürdigen Unterlagen der Stadt Großalmerode oder sonstigen Stellen bzw. Rechtspersönlichkeiten, die zur dauernden Aufbewahrung in das Archiv übernommen worden sind.
	(3) Unterlagen sind insbesondere Akten, Amtsbücher, Urkunden und andere Schriftstücke, Karten, Pläne, Plakate, Karteien, Siegel, Stempel, digitale Aufzeichnungen, Bild-, Film- und Tonaufzeichnungen und sonstige Informationsträger einschließlich der auf ihnen überlieferten oder gespeicherten Informationen sowie die Hilfsmittel für ihre Ordnung, Nutzung und Auswertung.
	(4) Archivwürdig sind Unterlagen, die für die Erforschung und das Verständnis von Geschichte und Gegenwart von bleibendem Wert sind oder die zur Rechtswahrung sowie auf Grund von Rechtsvorschriften dauernd aufzubewahren sind.
<b>§ 1 Aufgabe des Archivs</b>	<b>§ 2</b>
§1 (1) Die Stadt unterhält im Rahmen ihrer Leistungsfähigkeit ein Archiv (Stadtarchiv).	<b>Stellung und Aufgaben des Archivs</b>
	(1) Die Stadt <b>Großalmerode</b> unterhält im Rahmen ihrer Leistungsfähigkeit ein Archiv (Stadtarchiv).
§1 (2) Das Stadtarchiv (Standort derzeit Teichstraße 10, 1. OG) hat die Aufgabe alle archivwürdigen Dokumente der Stadt einschließlich aller Stadtteile zu archivieren. Eine kommunale Unterstützung anderer Archive ist insbesondere wegen der eingeschränkten Leistungsfähigkeit der Stadt ausgeschlossen.	Entfällt. Entspricht weitgehend § 2 (3) neu
§1 (3) Die Stadt Großalmerode überträgt die ehrenamtliche Verwaltung, Leitung und Aufsicht an geschulte Mitglieder des Geschichtsvereins Großalmerode e.V..	(2) Die Stadt Großalmerode überträgt die ehrenamtliche Verwaltung, Leitung und Aufsicht an geschulte Mitglieder des Geschichtsvereins Großalmerode e. V.

<p>§1 (4) Das Stadtarchiv hat die Aufgabe, Unterlagen, die von der Verwaltung zur Erfüllung ihrer Aufgaben nicht mehr benötigt werden auf ihre Archivwürdigkeit zu prüfen, als archivwürdig festgestellte Unterlagen zu übernehmen auf Dauer aufzubewahren zu sichern, zu erschließen und nutzbar zu machen.</p>	<p>(3) Das Stadtarchiv hat die Aufgabe, bei städtischen Stellen angefallene Unterlagen, die zur Aufgabenerfüllung nicht mehr benötigt werden, nach Feststellung der Archivwürdigkeit gemäß Abs. 6 zu archivieren.</p> <p>(4) Archivierung umfasst die Aufgabe, das Archivgut zu erfassen, zu übernehmen, zu erschließen, auf Dauer aufzubewahren, zu sichern und nutzbar zu machen.</p>
	<p>(5) Als städtische Stellen gelten auch</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. städtische Eigenbetriebe sowie</li> <li>2. juristische Personen des Privatrechts, bei denen der Stadt mehr als die Hälfte der Anteile oder Stimmen zusteht.</li> </ol>
<p>§1 (5) Das Stadtarchiv hat grundsätzlich nicht die Aufgabe und die finanziellen und räumlichen Kapazitäten, um Archivalien, Dokumentensammlungen und dergleichen aus Privathand oder von Dritten aufzunehmen. Ausnahmen sind zulässig, wenn die Archivalien, Dokumentensammlungen ausschließlich nach Kriterien der archivalischen Relevanz für die Stadtgeschichte und der spezifischen museologischen Belange des industriekulturell profilierten Glas- und Keramikmuseums von hoher Bedeutung sind.</p>	<p>(6) Das Stadtarchiv hat grundsätzlich nicht die Aufgabe und die finanziellen und räumlichen Kapazitäten, um Archivalien, Dokumentensammlungen und dergleichen aus Privathand oder von Dritten aufzunehmen. Ausnahmen können durch die Archivare zugelassen werden, wenn die Archivalien, Dokumentensammlungen ausschließlich nach Kriterien der archivalischen Relevanz für die Stadtgeschichte und der spezifischen museologischen Belange des industriekulturell profilierten Glas- und Keramikmuseums von hoher Bedeutung sind.</p>
	<p>(7) Das Stadtarchiv trägt zur Erforschung und Kenntnis der Stadtgeschichte bei.</p>

<p style="text-align: center;"><b>§ 2 Benutzung von Archivgut</b></p> <p>§2 (1) Jeder, der ein berechtigtes Interesse glaubhaft macht, kann Archivgut nach Maßgabe dieser Archivordnung benutzen, soweit durch Rechtsvorschriften nichts anderes bestimmt ist oder Vereinbarungen mit Eigentümern privaten Archivguts nicht entgegenstehen</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 3</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Nutzung des Archivgutes</b></p> <p>(1) Die Nutzung des Archivgutes nach Maßgabe der Archivsatzung steht jeder Person zu, soweit sich aus Rechtsvorschriften oder Vereinbarungen mit derzeitigen oder früheren Eigentümerinnen oder Eigentümern des Archivgutes nichts Anderes ergibt.</p>
<p>§2 (2) Als Benutzung gelten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) die Einsichtnahme in Findmittel,</li> <li>b) die Einsichtnahme in Archivgut,</li> <li>c) die Fertigung von Reproduktionen,</li> <li>d) die Anfertigung von Abschriften sowie das Abhören und Kopieren von Ton- und Bildaufzeichnungen.</li> </ul>	<p>Einzelaufzählung entfällt.</p>
	<p>(2) Der Zweck der Nutzung, der persönlicher, amtlicher, wissenschaftlicher, pädagogischer, publizistischer oder gewerblicher Art sein kann, muss dargelegt werden.</p>
<p>§2 (3) Das Archivpersonal soll Benutzer des Archivs durch Auskunft und Beratung unterstützen Das Abhören und Kopieren von Ton- und Bildaufzeichnungen darf nur mittels archiveigener, durch das Archivpersonal bediente Geräte vorgenommen werden.</p>	<p>Entfällt.</p>

	<p>(3) Arten der Nutzung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Archivgut wird grundsätzlich durch persönliche Einsichtnahme im Archiv genutzt.</li> <li>2. Weiterhin ist eine mündliche oder schriftliche Auskunftserteilung möglich, die eine Vorlage oder Abgabe von Reproduktionen gemäß Gebührenordnung einschließen kann.</li> <li>3. Die schriftliche oder mündliche Auskunftserteilung kann sich auf Hinweise zu einschlägigem Archivgut beschränken.</li> <li>4. Über die Art der Nutzung entscheidet das Archiv. Ein Anspruch auf Vorlage von Archivgut in ursprünglicher Überlieferungsform besteht grundsätzlich nicht.</li> </ol>
	<p>(4) Über die Erteilung der Nutzungsgenehmigung und die Art der Nutzung entscheidet die Leitung des Archivs auf der Grundlage der Archivsatzung.</p>
<p style="text-align: center;"><b>§ 3 Benutzererlaubnis</b></p> <p>§3 (1) Die Benutzung des Archivs wird auf schriftlichen Antrag (Besucherbuch) zugelassen.</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 4</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Benutzungserlaubnis</b></p> <p>(1) Die Benutzung des Archivs wird auf schriftlichen oder elektronischen Antrag zugelassen. Der Antrag kann auch durch persönliche Vorsprache gestellt werden.</p>
<p>§3 (2) Der Antragsteller hat im Antragschreiben sein berechtigtes Interesse an der Benutzung des Archivguts darzutun und glaubhaft zu machen.</p>	<p>(2) Der Antragsteller hat im Antragschreiben Name, Vorname und Anschrift sowie den Nutzungszweck anzugeben.</p>

<p>§3 (3) Der Antragsteller muss gleichzeitig schriftlich erklären, dass er bei der Nutzung des Archivgutes die Rechte und schutzwürdigen Belange der Gemeinde, die Urheber- und Persönlichkeitsrechte Dritter und deren schutzwürdigen Interessen wahren wird. Er hat die Stadt von Ansprüchen Dritter frei zustellen.</p>	<p>(3) Der Antragsteller muss gleichzeitig erklären, dass er bei der Nutzung des Archivguts die Rechte und schutzwürdigen Belange der Stadt Großalmerode, die Urheber- und Persönlichkeitsrechte sowie den Datenschutz Dritter und deren schutzwürdigen Interessen wahren wird. Er hat die Stadt von Ansprüchen Dritter freizustellen.</p>
<p>§3 (4) Die Benutzungserlaubnis ist zu versagen oder einzuschränken</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. wenn Grund zur Annahme besteht, <ol style="list-style-type: none"> <li>a) dass dem Wohl der Bundesrepublik Deutschland oder eines ihrer Länder wesentliche Nachteile erwachsen,</li> <li>b) dass schutzwürdige Belange Dritter beeinträchtigt werden,</li> <li>c) dass der Erhaltungszustand des Archivgutes gefährdet würde,</li> </ol> </li> <li>2. a) wenn ein nicht vertretbarer Verwaltungsaufwand entstehen würde,</li> <li>b) wenn Vereinbarungen mit derzeitigen oder früheren Eigentümern entgegenstehen.</li> </ol>	<p>(4) Die Benutzungserlaubnis ist zu versagen oder einzuschränken</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. wenn Grund zur Annahme besteht, <ol style="list-style-type: none"> <li>a. dass dem Wohl Deutschlands oder dem Wohl eines seiner Länder wesentliche Nachteile erwachsen,</li> <li>b. dass schutzwürdige Belange Dritter beeinträchtigt werden,</li> <li>c. dass der Erhaltungszustand des Archivguts gefährdet würde;</li> </ol> </li> <li>2 a. wenn ein nicht vertretbarer Verwaltungsaufwand entstehen würde,</li> <li>b. wenn Vereinbarungen mit derzeitigen oder früheren Eigentümern entgegenstehen.</li> </ol>

<p>§3 (5) Die Benutzungserlaubnis kann auch aus anderen wichtigen Gründen versagt oder eingeschränkt werden, insbesondere wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) das Wohl der Stadt Großalmerode verletzt würde,</li> <li>b) der Antragsteller schwerwiegend gegen die Archivordnung oder Nebenbestimmungen verstoßen hat,</li> <li>c) der Ordnungszustand des Archivguts seine Benutzung nicht zulässt,</li> <li>d) Archivgut aus dienstlichen Gründen oder wegen gleichzeitiger anderweitiger Benutzung nicht verfügbar ist.</li> </ul>	<p>(5) Die Benutzungserlaubnis kann auch aus anderen wichtigen Gründen versagt oder eingeschränkt werden, insbesondere wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. das Wohl der Stadt verletzt würde,</li> <li>b. der Antragsteller <b>wiederholt und</b> schwerwiegend gegen die Archivordnung oder Nebenbestimmungen verstoßen hat,</li> <li>c. der Ordnungszustand des Archivguts seine Benutzung nicht zulässt,</li> <li>d. Archivgut aus dienstlichen Gründen oder wegen gleichzeitiger anderweitiger Benutzung nicht verfügbar ist.</li> </ul>
<p>§3 (6) Die Benutzungserlaubnis kann mit Nebenbestimmungen (z. B. Auflagen, Bedingungen, Befristungen) versehen werden. Sie kann widerrufen oder zurückgenommen werden, insbesondere wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Angaben im Benutzungsantrag nicht oder nicht mehr zutreffen oder</li> <li>b) nachträgliche Gründe bekannt werden, die die Ablehnung der Benutzungserlaubnis gerechtfertigt hätten oder</li> <li>c) der Benutzer gegen die Archivordnung verstößt oder ihm erteilte Auflagen nicht einhält,</li> <li>d) der Benutzer Urheber- und Persönlichkeitsschutzrechte sowie schutzwürdige Belange Dritter nicht beachtet.</li> </ul>	<p>(6) Die Benutzungserlaubnis kann mit Nebenbestimmungen (z.B. Auflagen, Bedingungen, Befristungen) versehen werden. Sie kann widerrufen oder zurückgenommen werden, insbesondere wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Angaben im Benutzungsantrag nicht oder nicht mehr zutreffen oder</li> <li>b. nachträgliche Gründe bekannt werden, die die Ablehnung der Benutzungserlaubnis gerechtfertigt hätten oder</li> <li>c. der Benutzer gegen die Archivordnung verstößt oder ihm erteilte Auflagen nicht einhält,</li> <li>d. der Benutzer Urheber- und Persönlichkeitsschutzrechte, <b>Datenschutzrecht</b> sowie schutzwürdige Belange Dritter nicht beachtet.</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>§ 4 Ort und Zeit der Benutzung, Verhalten im Benutzerraum</b></p> <p>§4 (1) Das Archivgut kann nur im Benutzerraum während der festgesetzten Öffnungszeiten (alternativ: während der mit der Archivverwaltung vereinbarten Zeit) eingesehen werden. Der Benutzerraum wird durch Absperrkordeln eindeutig von den für Benutzer nicht geeigneten Flächen abgegrenzt.</p> <p>Das Betreten der sonstigen Aufbewahrungsbereiche und -räumen für Archivgut durch Benutzer ist nicht zulässig.</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 5 Ort und Zeit der Nutzung</b></p> <p>(1) Das Archivgut wird während der festgesetzten Öffnungszeiten in den dafür bestimmten Räumen zur Einsichtnahme vorgelegt.</p> <p>(2) Das Betreten der Magazine durch Nutzerinnen und Nutzer ist untersagt.</p>
<p>§4 (2) Benutzer haben sich im Benutzerraum so zu verhalten, dass andere weder behindert noch belästigt werden. Zum Schutz des Archivguts ist es insbesondere untersagt, im Benutzerraum zu rauchen, zu essen, zu trinken. Kameras, Taschen, Mappen, Mäntel und dergleichen dürfen in den Benutzerraum nicht mitgenommen werden.</p>	<p>(3) Die Nutzerin oder der Nutzer hat sich im Nutzungsraum so zu verhalten, dass andere Personen nicht behindert oder belästigt werden. Zum Schutz des Archivgutes ist es insbesondere untersagt, im Nutzungsraum zu rauchen, zu essen oder zu trinken. Taschen, Mäntel und dergleichen dürfen nicht in den Nutzungsraum mitgenommen werden.</p>
<p style="text-align: center;"><b>§ 5 Vorlage von Archivgut</b></p> <p>§5 (2) Archivgut ist sorgfältig zu behandeln und in gleicher Ordnung, in gleichem Zustand, wie es vorgelegt wurde, wieder zurückzugeben. Es ist untersagt, Archivgut zu beschädigen oder zu verändern, insbesondere</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Bemerkungen und Striche anzubringen,</li> <li>b) verblasste Stellen nachzuziehen,</li> <li>c) darauf zu radieren,</li> <li>d) es als Schreibunterlage zu verwenden oder</li> <li>e) Blätter herauszunehmen.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>§ 6 Vorlage von Archivgut</b></p> <p>(1) Archivgut ist sorgfältig zu behandeln und in gleicher Ordnung und in gleichem Zustand, wie es vorgelegt wurde, bis zum Ende der jeweiligen Öffnungszeiten wieder zurückzugeben. Es ist untersagt, die Reihenfolge der Dokumente zu verändern, Bestandteile des Archivguts zu entfernen, Vermerke im Archivgut anzubringen oder vorhandene zu tilgen sowie Archivgut als Schreib- oder Durchzeichnungsunterlage zu verwenden.</p>

<p>§5 (3) Bemerkt der Benutzer Schäden am Archivgut, so hat er sie unverzüglich dem Archivpersonal mitzuteilen.</p>	<p>(2) Bemerkt <b>die Nutzerin oder der Nutzer</b> Schäden <b>an dem</b> Archivgut, so hat <b>sie/er dies</b> unverzüglich dem <b>Aufsichtspersonal anzuzeigen</b>.</p>
<p>§5 (1) Das Archiv kann den Umfang des gleichzeitig vorzulegenden Archivguts beschränken, es kann sowohl die Bereithaltung, als auch die Benutzung selbst zeitlich begrenzen.</p>	<p>(3) Das <b>Stadtarchiv</b> kann den Umfang des gleichzeitig vorzulegenden <b>Archivgutes</b> beschränken; es kann die Bereithaltung <b>zur Nutzung</b> zeitlich begrenzen.</p>
<p>§5 (4) In Ausnahmefällen kann Archivgut zu Ausstellungszwecken und im öffentlichen Interesse an andere Archive ausgeliehen werden. Wird Archivgut für Ausstellungen deren Träger oder Gewährsträger nicht die Stadt ist, zur Verfügung gestellt, sollen je nach Bedeutung der Unterlagen Vereinbarungen über die Sicherheit und Haftung beim Transport und während der Ausstellung abgeschlossen werden.</p>	<p>(4) <b>Auf die Versendung von Archivgut zur Nutzung außerhalb des Stadtarchivs besteht kein Anspruch.</b> In Ausnahmefällen kann Archivgut zu Ausstellungszwecken und im öffentlichen Interesse an andere Archive ausgeliehen werden. <b>Für die Ausleihe zu Ausstellungszwecken ist ein Leihvertrag abzuschließen,</b> der <b>auch eine Vereinbarung</b> über die Sicherheit und Haftung beim Transport und während der Ausstellung <b>des Archivguts beinhaltet.</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>§ 6 Haftung</b></p> <p>§6 (1) Der Benutzer haftet für von ihm verursachte Verluste oder Beschädigungen des überlassenen Archivguts sowie für die sonst bei der Benutzung des Archivs verursachten Schäden. Dies gilt nicht, wenn er nachweist, dass ihn kein Verschulden trifft.</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 7 Haftung</b></p> <p>(1) <b>Die Nutzerin oder der Nutzer</b> haftet für <b>die</b> von <b>ihr/ihm verursachten</b> Verluste oder Beschädigungen des überlassenen <b>Archivgutes</b> sowie für <b>sonstige</b> bei der <b>Nutzung</b> des <b>Stadtarchivs verursachte</b> Schäden. Dies gilt nicht, wenn <b>die Nutzerin oder der Nutzer</b> nachweist, dass <b>sie/ihn</b> kein Verschulden trifft.</p>
<p>§6 (2) Die Stadt haftet nur für Schäden, die auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit bei der Vorlage von Archivgut und Reproduktionen zurückzuführen sind.</p>	<p>(2) Die Stadt haftet nur für Schäden, die auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit bei der Vorlage von Archivgut <b>oder</b> Reproduktionen zurückzuführen sind.</p>

<p style="text-align: center;"><b>§ 7 Belegexemplare</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 8</b></p>
<p>§7 (1) Werden Arbeiten unter wesentlicher Verwendung von Archivgut des Archivs verfasst, ist der Benutzer verpflichtet, dem Archiv auf Anforderung ein Belegexemplar kostenlos zu überlassen.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Belegexemplar</b></p> <p>(1) Wird eine Arbeit unter wesentlicher Verwendung von Archivgut des Stadtarchivs verfasst, sind Nutzerinnen und Nutzer verpflichtet, dem Stadtarchiv kostenlos und unaufgefordert ein Belegexemplar zu überlassen. Dies gilt auch für Manuskripte und die Veröffentlichung von Reproduktionen. Auf die Abgabe kann in Ausnahmefällen verzichtet werden.</p>
<p>§7 (2) Beruht die Arbeit nur zum Teil auf Archivgut des Archivs, so hat der Benutzer die Drucklegung mit den genauen bibliografischen Angaben anzuzeigen und dem Archiv auf Anforderung kostenlos Kopien der entsprechenden Seiten zur Verfügung zu stellen</p>	<p>(2) Beruht die Arbeit nur teilweise auf Archivgut des Stadtarchivs, so hat die Nutzerin oder der Nutzer unaufgefordert die Drucklegung mit den genauen bibliographischen Angaben anzuzeigen und kostenlos Kopien der entsprechenden Seiten zur Verfügung zu stellen.</p>
	<p>(3) Wird die Arbeit in einem elektronischen Netzwerk (z.B. Internet) veröffentlicht, so hat die Nutzerin oder der Nutzer dem Stadtarchiv unaufgefordert die entsprechende Adresse mitzuteilen. Bei zugangsbeschränkten Angeboten ist dem Stadtarchiv kostenloser Zugriff zur Sicherung eines Belegexemplars in elektronischer Form zu gewähren. § 08 Abs. (2) gilt entsprechend.</p>

<p style="text-align: center;"><b>§ 8 Reproduktionen und Editionen</b></p> <p>§8 (1) Die Fertigung von Reproduktionen und deren Publikationen sowie die Edition von Archivgut bedürfen der Zustimmung des Archivs. Die Reproduktionen dürfen nur für den freigegebenen Zweck und unter Angabe der Belegstelle verwendet werden.</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 9</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Reproduktionen und Editionen</b></p> <p>(1) Die <b>Anfertigung</b> von Reproduktionen und deren <b>Publikation</b> sowie die Edition von Archivgut bedürfen der Zustimmung <b>der Leitung des</b> Archivs. Die Reproduktionen dürfen nur für den freigegebenen Zweck unter <b>der</b> Angabe der <b>Quelle (mindestens Archiv, Signatur)</b> verwendet werden. <b>Veränderungen, Bearbeitungen und sonstige Abwandlungen bereitgestellter Daten sind mit einem Veränderungshinweis in der Quellenangabe zu versehen.</b></p>
<p>§8 (2) Von jeder Veröffentlichung einer Reproduktion sowie jeder Edition von Archivgut ist dem Archiv ein Belegexemplar kostenlos zu überlassen.</p>	<p><b>gestrichen aufgrund Doppelung mit § 8 (1) neu</b></p>
<p>§8 (3) Die Herstellung von Reproduktionen von Archivgut, das nicht im Eigentum der Stadt steht, bedarf der schriftlichen Zustimmung des Eigentümers.</p>	<p>(2) Die Herstellung von Reproduktionen <b>fremden Archivgutes</b> bedarf der schriftlichen Zustimmung <b>der Eigentümerin oder</b> des Eigentümers.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>§ 10</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Auswertung des Archivgutes</b></p> <p>(1) Die Nutzerin oder der Nutzer hat bei der Auswertung der aus dem Archivgut gewonnenen Erkenntnisse die Rechte der Stadt sowie die Urheber- und Persönlichkeitsrechte Dritter zu wahren. Sie/er hat die Stadt auf Verlangen von <b>Ansprüchen Dritter durch schriftliche Erklärung freizustellen.</b></p>
	<p>(2) Bei der Veröffentlichung aus dem Archivgut gewonnener Erkenntnisse ist die Quelle (mindestens Archiv, Signatur) <b>anzugeben.</b></p>

<p style="text-align: center;"><b>§ 9 Kosten der Benutzung</b></p> <p>§9 (1) Für die Benutzung der Archivbestände können Verwaltungsgebühren nach der Verwaltungsgebührenordnung der Stadt erhoben werden.</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 11</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Kosten der Benutzung</b></p> <p>(1) Für die Benutzung der Archivbestände können Verwaltungsgebühren nach der Verwaltungsgebührenordnung erhoben werden.</p>
<p>§9 (2) Entstehende Sachkosten (z.B. für Reproduktionen) werden mit dem jeweils entstehenden Kostenbetrag gesondert in Rechnung gestellt.</p>	<p>(2) Entstehende Sachkosten (z.B. für Reproduktionen) werden mit dem jeweils entstehenden Kostenbetrag gesondert in Rechnung gestellt.</p>
<p>§9 (3) Derzeit betragen die Kosten für das Erstellen von Kopien DIN 4 je Kopie 0,20 € und DIN 3 je Kopie 0,40 €. Die Archivleitung ist berechtigt in Abstimmung mit dem Bürgermeister diesen Kostensatz an die tatsächlichen Erfordernisse anzupassen, ohne dass es einer Änderung dieser Satzung bedarf.</p>	<p>Entfällt. Werden als Sachkosten behandelt.</p>
<p style="text-align: center;"><b>§ 10 Inkrafttreten</b></p> <p>Diese Archivordnung tritt am Tage nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft</p> <p>Großalmerode, den 09. April 2010</p> <p>Der Magistrat der Stadt Großalmerode</p>	<p style="text-align: center;"><b>§ 12</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Inkrafttreten</b></p> <p>Diese <b>Archivsatzung</b> ersetzt die Archivordnung vom 09.04.2010 und setzt diese außer Kraft. Sie tritt am Tage nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.</p> <p>Großalmerode, <b>00.00.0000</b></p> <p>Der Magistrat der Stadt Großalmerode</p>



# Stadt Großalmerode

<b>Beschlussvorlage</b>	
- öffentlich -	
<b>VL-110/2022</b>	
Federführendes Amt	Haupt- und Finanzabteilung
Datum	30.06.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

## **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung der strategischen und operativen Ziele 2023**

## **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die in dem Workshop „Strategische und operative Ziele 2023“ vom 21.05.2022 erarbeiteten strategischen und operativen Ziele für das Jahr 2023 in Form der Anlage zu dieser Vorlage.

## **Finanzielle Auswirkungen:**

Die operativen Ziele werden Seitens der Verwaltung mit Maßnahmen hinterlegt. Hieraus ergeben sich u.U. finanzielle Auswirkungen.

## **Sachdarstellung:**

Am Samstag, den 21.05.2022 haben die städtischen Gremien und Produktverantwortlichen im Rahmen des Workshops „Strategische und operative Ziele 2023“ die strategischen Oberziele sowie die operativen Produktziele erörtert und festgelegt.

Die operativen Ziele sind eine der Grundlagen für die Haushaltsplanung 2023. Es ist daher notwendig, dass seitens der politischen Gremien eine Beschlussfassung über diese Ziele erfolgt.

Thomsen  
Bürgermeister

## **Anlage(n):**

1. Übersicht - Strategische Ziele 2023
2. Übersicht - Operative Ziele 2023

## Übersicht - Strategische Ziele 2023

Nr.	Handlungsfeld	Strategische Ziele	Strategische Ziele - kurz	TOP-Kenzahl(en)
1	Finanzkraft stärken	Ab 2020 soll der Bevölkerungszuwachs 0,5% p.a. betragen.	Bevölkerungszuwachs ab 2020 von 0,5 p.a.	Anzahl der Einwohner mit Hauptwohnsitz (eigenes Melderegister)
2	Finanzkraft stärken	Über den Haushaltsausgleich nach § 92 Abs. 5 HGO hinaus soll ab 2026 ein Überschuss von 100 T€ zur außerordentlichen Schuldentilgung erwirtschaftet werden.	Überschuss von 100.000 € ab 2026	Überschuss von min. 100 T€ aus dem Ergebnis vom Zahlungsmittelfluss aus lfd. Verwaltungstätigkeit und den Auszahlungen f. d. Tilgung von Krediten und der Hessenkasse ab 2026
3	Stadt- und Dorfentwicklung	Verminderung der Anzahl ungenutzter Gebäude und Potentialflächen p.a.	Verminderung ungenutzter Gebäude und Potentialflächen	Anzahl ungenutzter Gebäude und Potentialflächen (eigenes Leerstands- und Potentialflächenkataster)
4	Jugend, Familie und Soziales	Erhöhung der Anzahl der Kindertagespflegeplätze, Ausbau der Kinderbetreuung auf 100 % Kapazität für Ü3-Betreuung und 80 % Kapazität für U3-Betreuung bis 30.06.2024.	Erhöhung Anzahl der Kindertagespflegeplätze / Ausbau Kinderbetreuung	Anzahl der genehmigten Kindertagespflegeplätze Anzahl U3-Betreuungsplätze Anzahl Ü3 Betreuungsplätze
5	Jugend, Familie und Soziales	Anerkennung Bürgerengagement, Verbesserung des sozialen Miteinanders, regelmäßiger Bürgerdialog mit allen Altersgruppen.	Anerkennung Bürgerengagement / Verbesserung soziales Miteinander	Anzahl öffentlicher Veranstaltungen lt. städtischen Internetkalender Anzahl öffentlicher städtischer Dialogveranstaltungen 3 Anerkennungsaktionen Bürgerengagement p.a.
6	Wirtschaftsförderung und Infrastruktur stärken	Aufbau eines wirksamen Standortmarketings bis 03/2023.	Aufbau wirksames Standortmarketing bis 03/2023	Standortmarketing bis 03/2023 aufgebaut
7	Leben und Wohnen, Natur und Umwelt	Erhalt von Freizeiteinrichtungen bei gleichzeitiger Überprüfung der Auslastung.	Erhalt von Freizeiteinrichtungen	Erhalt aller Freizeiteinrichtungen
8	Verwaltungsmodernisierung	Einführung eines modernen Personalmanagementkonzeptes bis 30.06.2024.	Einführung modernes Personalmanagementkonzept bis 30.06.2024.	Personalmanagementkonzept eingeführt bis 30.06.2024

## Übersicht Operative Ziele 2022

Lfd-Nr.	Produkt 1	Produkt 2	Strategische Ziele	Operative Ziele	Operative Ziele Text	Produktverantwortung
1	Städtische Gremien	011010	V	V.1	Durchführung einer allgemeinen Bürgerversammlung p.a.	Duclos
2	Städtische Gremien	011010	V	V.2	Überarbeitung der Entschädigungssatzung bis 12/2023.	Duclos
3	Zentrale Dienste	011020	II	II.1	Sukzessive Umsetzung der eAkte in den produktiven Betrieb 01/2023.	Duclos
4	Zentrale Dienste	011020	V	V.1	Wahl einer neuen Schiedsperson bis 05/2023.	Duclos
5	Personalwesen	011025	VIII	VIII.1	Aktualisierung der Dienstvereinbarung für Leistungsentgelte bis 03/2023.	Duclos
6	Personalwesen	011025	VIII	VIII.2	8 Stellenbewertungen p.a.	Duclos
7	Personalwesen	011025	VIII	VIII.3	Abschluss der Zielvereinbarungen im Rahmen der Aktualisierung der Dienstvereinbarung für das Leistungsentgelt 12/2023.	Duclos
8	Personalwesen	011025	VIII	VIII.4	Aktualisierung der Personalbedarfsplanung bis 10/2022 – Umsetzung der Ergebnisse im Stellenplan 2023.	Duclos
9	Personalwesen	011025	VIII	VIII.5	Abschluss Personalstrukturanalyse bis 12/2023.	Duclos
10	Personalwesen	011025	VIII	VIII.6	Durchführung des ersten 360°-Feedbacks für die Führungskräfte bis 03/2023.	Duclos
11	Personalwesen	011025	VIII	VIII.7	Abstimmung zwischen Personalstrukturanalyse mit der Personalbedarfsplanung bis 06/2024.	Duclos
12	Haushalts- und Finanzwirtschaft, Controlling	011040	II	II.1	Bildung einer Rücklage in Höhe von 100 T€ zur außerordentlichen bzw. zur Verringerung einer Neuverschuldung bis 2026.	Simon
13	Haushalts- und Finanzwirtschaft, Controlling	011040	II	II.2	Inanspruchnahme des Kompetenzzentrums zur Identifizierung von Einsparpotenzialen.	Simon
14	Kassenwesen	011045	II	II.1	Einführung eines E-Payment-Systems bis 01/2023.	Duclos
15	Wahlen	021010	V	V.1	Ein Geschenk / Dankeschön pro Wahlhelfer pro Wahl als Anerkennung.	Gude
16	Öffentliche Sicherheit und allgemeine Ordnung	022010	V	V.1	Einleitung von mindestens 7 Verwaltungsverfahren bei wiederholten Verstößen gegen Reinigungs-, Räum- und Streupflichten o.ä.	Gude
17	Ruhender und fließender Verkehr	022015	II	II.1	Der Kostendeckungsgrad der Überwachung des ruhenden Verkehrs soll mindestens 110 % betragen.	Gude
18	Ruhender und fließender Verkehr	022015	II und V	II.1 / V.1	Übernahme von 1 Geschwindigkeitsanzeiganlage p. A. ins Ehrenamt.	Gude
19	Melde- und Passangelegenheiten	022017	I	I.1	Auswertung der Anschreiben zur Abfrage der Beweggründe für den Wegzug ab 01.07.2022.	Gude
20	Melde- und Passangelegenheiten	022017	I	I.1	Auswertung der Abfrage der Beweggründe für den Zuzug bei der Anmeldung ab 01.07.2022.	Gude
21	Personenstandswesen	022020	V	V.1	Angebotserweiterung um jährlich einen neuen Ort für die Eheschließung.	Gude
22	Feuer- und Katastrophenschutz, Gefahrenabwehr	023010	I	I.1	Steigerung der Anzahl tauglicher Atemschutzgeräteträger (AGT) in den Einsatzabteilungen um 4 Personen jährlich.	Schicker
23	Feuer- und Katastrophenschutz, Gefahrenabwehr	023010	I	I.2	Erhöhung der Mitgliederzahl um 4 p.a.	Schicker
24	Feuer- und Katastrophenschutz, Gefahrenabwehr	023010	V	V.1	Durchführung einer internen Meinungsumfrage für die Einsatzabteilung bis 12/2023.	Schicker

## Übersicht Operative Ziele 2022

Lfd-Nr.	Produkt 1	Produkt 2	Strategische Ziele	Operative Ziele	Operative Ziele Text	Produktverantwortung
25	Kulturelle Aktivitäten	041010	II	II.1	Die Zuschüsse an die Vereine bleiben mindestens konstant.	Duclos
26	Kulturelle Aktivitäten	041010	V	V.1	Jährliche Verleihung des Bürgerpreises.	Duclos
27	Sozialhilfeangelegenheiten	051010	V	V.1	Mitwirkung bei „Gemein-Stat“.	Schlupp
28	Seniorenangelegenheiten	052010	V	V.1	Wiederbelebung des Seniorennachmittags bis 31.12.2023.	Schlupp
29	Kindertagesbetreuung	061010	II	II.1	Anpassung der Kita-Gebühren bis 03/2023.	Duclos
30	Kindertagesbetreuung	061010	IV	IV.1	Erhöhung von zwei Tagesmutterplätzen p.a.	Duclos
31	Kinder-, Jugend- und Familienangelegenheiten	064010	V	V.1	Patenschaft für 1 Kinderspielplatz p.a.	Gude
32	Sportförderung / Sportstätten	082010	II und VII	II.1 / VII.1	Wirtschaftlichkeitsberechnung zur Einführung eines Mähroboters.	Höhre
33	Panoramabad	082020	I, II und VII	I.1 / II.1 / VII.1	Erarbeitung eines Konzeptes zur Aufgabenverteilung zwischen Stadt und Förderverein bis 31.03.2023.	Duclos
34	Stadtentwicklung	091010	I	I.1	Bodenordnung und Vorlage eines Planentwurfs für das Baugebiet „In Löfers Höfen“ bis zum 31.12.2023.	Siebold
35	Stadtentwicklung	091010	I	I.2	Fortführung des Bauleitplanverfahrens des Baugebiets „Auf dem Kronsbach - II. Bauabschnitt“ bis 30.06.2023.	Siebold
36	Stadtentwicklung	091010	III	III.1	Ansprache von min. 5 Grundstückseigentümern von Potentialflächen hinsichtlich Verkaufsinteresse.	Siebold
37	Stadtentwicklung	091010	III	III.2	Verminderung/Beseitigung eines ungenutzten Gebäudes p.a.	Siebold
38	Stadtentwicklung	091010	III	III.3	Reduzierung einer Potentialfläche p.a.	Siebold
39	Städtische Abfallwirtschaft	112010	V	V.1	Teilnahme an der Aktion „sauberhaftes Hessen“ unter Einbindung Kindergärten und Schulen.	Simon
40	Städtische Abfallwirtschaft	112010	V	V.2	Durchführung eines Aktionstages / Freiwilligen Tages.	Simon
41	Städtische Abfallwirtschaft	112010	V	V.3	Durchführung einer Anerkennungsaktion.	Simon
42	Energiegewinnung	114010	II	II.1	Die Erträge aus der Stromerzeugung sollen höher als die Aufwendungen sein.	Lorenz
43	Energiegewinnung	114010	II	II.2	Überprüfung der Wirtschaftlichkeit einer PV-Anlage im Rahmen des Ausbaus der Kita Rommerode.	Lorenz
44	Energiegewinnung	114010	II	II.3	Prüfung einer potenziellen Speichernachrüstung für die PV-Anlage auf dem Rathausdach, um den Eigenverbrauch zu erhöhen.	Lorenz
45	Verkehrswege und Anlagen	121010	II	II.1	Sanierung der Straßenoberflächen mit einem Budget von 100.000 € p.a.	Siebold
46	Stadtreinigung und Winterdienst	125010	V	V.1	Die Entscheidung / Rückmeldung über gemeldete Mängel soll innerhalb einer Woche mit Begründung erfolgen.	Bauer
47	ÖPNV	127010	II und V	II.1 / V.1	Umsetzung des barrierefreien Ausbaus bis 12/2023.	Reuß
48	ÖPNV	127010	V	V.2	2 Werbeaktionen Mobilfalt unter Einbindung eines NVV-Mobilfaltberaters.	Reuß

## Übersicht Operative Ziele 2022

Lfd-Nr.	Produkt 1	Produkt 2	Strategische Ziele	Operative Ziele	Operative Ziele Text	Produktverantwortung
49	Öffentliche Gewässer	132010	V	V.1	Durchführung mindestens einer Informationsveranstaltung zum förderfähigen Maßnahmenprogramms „Renaturierung der Gewässer nach Vorgaben der Wasserrahmenrichtlinie“ (WRRL) p.a.	Bauer
50	Friedhofs- und Bestattungswesen	133010	II	II.1	Steigerung der Bestattungszahlen von 1 % p.a.	Lorenz
51	Friedhofs- und Bestattungswesen	133010	II	II.2	Neukalkulation der Friedhofsgebühren bis zum 30.06.2023.	Lorenz
52	Friedhofs- und Bestattungswesen	133010	V	V.1	Durchführung von 16 Friedhofsbegehungen jährlich.	Lorenz
53	Friedhofs- und Bestattungswesen	133010	V	V.2	Durchführung von mindestens 7 ehrenamtlichen Verschönerungsaktionen auf den Friedhöfen p.a.	Lorenz
54	Forstwirtschaft	135010	II	II.1	Die Erträge decken mindestens die Aufwendungen.	Siebold
55	Grün-, Park- und Freizeitanlagen	135020	II und V	II.1 / V.1	Die Zahl der ehrenamtlich gepflegten Flächen und Objekte wird jährlich um 2 erhöht.	Bauer
56	Grün-, Park- und Freizeitanlagen	135020	II	II.2	Erhöhung der Blühwiesen um 10 % p.a.	Bauer
57	Grün-, Park- und Freizeitanlagen	135020	V	V.2	Ein Geschenk als Dankeschön an Ehrenamtliche.	Bauer
58	Wirtschaftsförderung	151010	VI	VI.1	Organisation von 2 Unternehmertreffen pro Jahr.	Duclos
59	Tourismus	152010	VI	VI.1	Eine Sitzung des runderdes Tisches Tourismus p.a.	Duclos
60	Bürgerhäuser	153010	II und VII	II.1 / VII.1	Steigerung der kostenpflichtigen Nutzungstage um 5 % p.a.	Bauer
61	Bürgerhäuser	153010	V	V.1 / VII.2	Konzepterstellung zur Renovierung des Rathaussaales bis 12/23.	Bauer
62	Immobilienmanagement	153020	I	I.1	Verkauf von mindestens 2 städtischen Bauplätzen pro Jahr.	Siebold
63	Immobilienmanagement	153020	II	II.1	Aktualisierung von jährlich 5 Pachtverhältnissen hinsichtlich Ertragsoptimierung und Notwendigkeit.	Siebold
64	Sonstige allgemeine Finanzwirtschaft	162010	II	II.1	Abführung der Eigenkapitalverzinsung in 2023.	Simon



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-111/2022

Federführendes Amt	Haupt- und Finanzabteilung
Datum	30.06.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Controllingbericht Q1 / 2022**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung nimmt den Controllingbericht Q1-2022 (zugleich Bericht gem. § 28 GemHVO) zur Kenntnis.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

keine

### **Sachdarstellung:**

Nach § 28 Abs. 1 GemHVO ist die Stadtverordnetenversammlung mehrmals jährlich über den Stand des Haushaltsvollzuges unter Einbeziehung der Bewertung aus dem Finanzstatusbericht zu unterrichten.

Der Bericht soll die Verwaltungsleitung und die städtischen Gremien auf Grundlage der Informationen befähigen, Entscheidungen zu treffen und die Verwaltung bzw. die Leistungen der Verwaltung zu steuern. Anhand der Gegenüberstellung von Soll- und Istwerten können Problemlagen erkannt und steuernde Maßnahmen eingeleitet werden.

Für das Haushaltsjahr 2022 ergibt sich für das I. Quartal ein positives Ergebnis in Höhe von 613.031 €. Dieses Ergebnis beruht im Wesentlichen auf den geringeren Aufwendungen in den Bereichen Personal sowie Sach- und Dienstleistungen.

Zum Jahresbeginn ist ein leichter Bevölkerungszuwachs auf 6.372 – 27 Einwohner mehr als im IV. Quartal 2021– zu verzeichnen. Indes wird der angestrebte Bevölkerungszuwachs (6.531) deutlich verfehlt.

Die Erschließung des Neubaugebietes „Adolf-Häger-Straße-West“ wird dazu beitragen die Attraktivität der Stadt Großalmerode für junge Familien zu steigern und es darf erwartet werden, dass sich mittelfristig ein Bevölkerungszuwachs einstellen wird.

Aufgrund der Coronapandemie gestaltete sich die Vermietung der Bürgerhäuser weiterhin schwierig.

Im Produkt Seniorenangelegenheiten, in dem aufgrund einer anhaltenden Langzeiterkrankung bisher kein Produktziel umgesetzt werden konnte, soll Ende Juli das Auswahlverfahren für eine(n) neue(n) Mitarbeiter\*in abgeschlossen werden. Diese/dieser soll u.a. die Vertretung in diesem Sachgebiet übernehmen.

Bis zum Jahresende wurde das Gewerbesteueraufkommen auf 1.250.000,00 € prognostiziert. Die festgesetzten Jahresabschlusszahlen und die daraufhin angepassten Vorauszahlungen für das laufende Jahr liegen zum 31.03.2022 bei 376.488,11 € und damit rd. 60.000,00 € über den Ansatz Erwartungen.

Aus dem Finanzausgleich wird ein Jahresergebnis von 3.564.000,00 € erwartet. Aus der Abrechnung des I. Quartals 2022 ergeben sich folgende Beträge: Einkommensteueranteil 932.278,23 €, Umsatzsteueranteil 70.930,95 € sowie der Familienleistungsausgleich 66.680,61 € abzüglich der Gewerbesteuerumlage 24.257,11 € und der Heimatumlage 15.074,44 € verbleibt ein Zahlbetrag in Höhe von 1.030.558,24 €.

Es ergibt sich ein kumulierter Zahlbetrag in Höhe von 1.030.558,24 €. Dies entspricht Mindereinnahmen im Vergleich zum I. Quartal 2021 (1.054.916,70 €) in Höhe von 24.358,46 €.

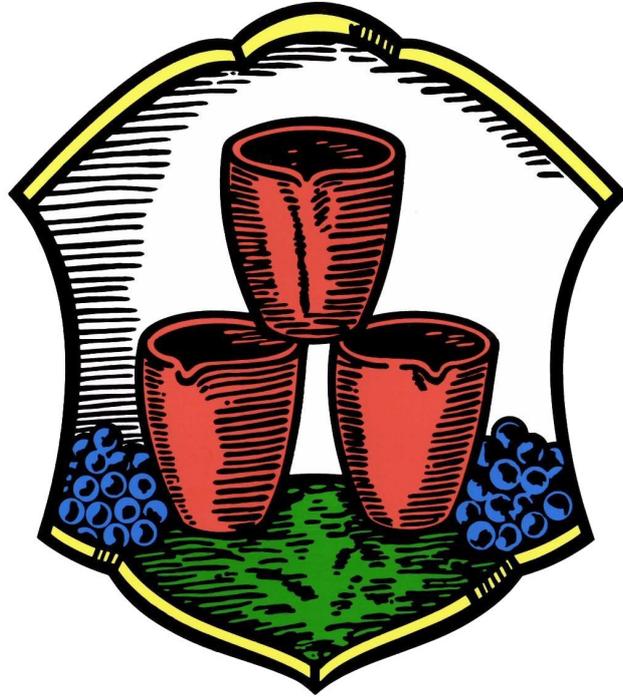
Die Einkommensteuer- sowie der Umsatzsteueranteile liegen im I. Quartal 2022 rd. 135.000,00 € oberhalb des Planansatzes.

Thomsen  
Bürgermeister

Anlage(n):

1. Controllingbericht Q1-2022 - gesamt

# Stadt Großalmerode



## ***Controllingbericht Q I/2022***

*(01.01.2022 bis 31.03.2022)*

*zugleich Bericht gem. § 28 GemHVO*

## **Inhaltsverzeichnis Controllingbericht I/2022**

	Seiten
Kennzahlen der strategischen Oberziele	1
Kennzahlen der operativen Ziele	2 – 9
Erläuterungen zur Gesamtergebnis- und Gesamtfinanzrechnung	10 – 11
Gesamtergebnisrechnung	12 – 13
Gesamtfinanzrechnung	14 – 15
Finanzstatusbericht	16

### **Skalierung der Ampelregelungen:**

-  ist erreicht
-  in Bearbeitung  
in Bearbeitung, Termin liegt in den folgenden Quartalen / Jahren  
wird voraussichtlich erreicht
-  ist nicht erreicht  
wird voraussichtlich auch bis Ende des Jahres nicht erreicht

Nr.	Handlungsfeld	Strategisches Oberziel	TOP-Kennzahl	Basis	Soll I/2022	Ist I/2022	Abweichung	I/2021	Status	Soll 2022
1.	Finanzkraft stärken	Ab 2020 soll der Bevölkerungszuwachs 0,5 % p.a. betragen.	Anzahl der Einwohner mit Hauptwohnsitz (eigenes Melderegister)	31.12.2020 = 6.384 31.12.2021 = 6.345	6.531	6.372	-159	6.350		6.555
2.	Finanzkraft stärken	Über den Haushaltsausgleich nach § 92 Abs. 5 HGO hinaus soll ab 2023 ein Überschuss von 100 T€ zur außerordentlichen Schuldentilgung erwirtschaftet werden.	Überschuss von min. 100 T€ aus dem Ergebnis vom Zahlungsmittelfluss aus lfd. Verwaltungstätigkeit und den Auszahlungen f.d. Tilgung von Krediten und der Hessenkasse.	31.12.2018 = 369.979,96 € 31.12.2019 = 201.005,15 € (ungeprüft) 31.12.2020 = ca. 577.500 €	0,00 €	604.589,72 €	604.589,72 €	6.970,41 €		0,00 €
3.	Stadt- und Dorfentwicklung	Verminderung der Anzahl ungenutzter Gebäude und Potentialflächen p.a.	Verminderung / Beseitigung eines ungenutzten Gebäudes p.a.	überarbeitet	1	0	-1	0		1
			Reduzierung einer Potentialfläche p.a.	neu	1	1	0	neu		1
4.	Jugend, Familie und Soziales	Erhöhung der Anzahl der Tagesmütter, Ausbau der Kinderbetreuung auf 100 % Kapazität für Ü3-Betreuung bis 30.06.2022 und 80 % Kapazität für U3-Betreuung bis 30.06.2024.	Anzahl der genehmigten Kindertagespflegeplätze	31.12.2021 = 7	9	13	4	8		9
			Anzahl der U3-Betreuungsplätze	80%	-	-	!	-		!
			Anzahl der Ü3-Betreuungsplätze	100%	-	-	!	-		!
5.	Jugend, Familie und Soziales	Anerkennung Bürgerengagement, Verbesserung des sozialen Miteinanders, regelmäßiger Bürgerdialog mit allen Altersgruppen.	Anzahl öffentlicher Veranstaltungen lt. städtischen Internetkalender	14	4	0	-4	0		14
			Anzahl öffentlicher städtischer Dialogveranstaltungen	2	1	1	0	0		2
			3 Anerkennungsaktionen Bürgerengagement p.a.	neu	1	1	0	neu		3
6.	Wirtschaftsförderung und Infrastruktur stärken	Aufbau eines wirksamen Standortmarketings bis 03/2023.	Standortmarketing bis 03/2023 aufgebaut		-	-	!	-		31.03.2023
7.	Leben und Wohnen, Natur und Umwelt	Erhalt von Freizeiteinrichtungen bei Verminderung des Zuschussbedarfs um 1 % jährlich.	Fehlbetrag im Vergleich zum Jahresergebnis 2019: -1 %	31.12.2019 = 837.525 (Ist)	203.287,50 €	140.819,18 €	- 62.468,32 €	124.774,00 €		813.150,00 €
8.	Verwaltungsmodernisierung	Einführung eines modernen Personalmanagementkonzeptes bis 30.06.2023.	Personalmanagementkonzept eingeführt bis 30.06.2023		-	-	!	neu		30.06.2023

Produkt	P.-ebene	Kennzahl	Soll I/2022	Ist I/2022	Status	I/2021	Soll 2022	Gesamt 2021
01 - Städtische Gremien Produktverantwortliche Tatiana Duclos	011010	Die Sachkosten bleiben konstant (II.1k1)	10.613	6.790		1.905	42.450	44.188
		Einführung elektronischer Workflow Sitzungsdienst (II.2k1)	-	-		neu	31. Dez	neu
		Durchführung allgemeine Bürgerversammlung (V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Online-Informationsveranstaltung am 07.03.2022 zu den Themen Radverkehrskonzept Werra-Meißner, ISEK-Programm, Photovoltaikanlagen.	1	1		0	1	1
02 - Zentrale Dienste Produktverantwortliche Tatiana Duclos	011020	Kosten pro PC-Arbeitsplatz bleiben konstant (II.1k1)	1.286	1.425		1.500	1.286	1.425
		Einführung Raumnutzungskonzept (II.2k1 / VIII.1k1)	-	-		neu	30. Okt	neu
		Einführung E-Akte (B1k1) <b>Bemerkung:</b> Abstimmung Aktenplan erfolgt am 25.02.2022. Sukzessive Umsetzung der eAkte in den produktiven Betrieb ab 01/2023. Überarbeitung des Aktenplans / Festlegung der Nutzerrechte, Testbetrieb geplant im IV. Quartal.	-	-		-	31. Dez 21	-
03 - Personalwesen Produktverantwortliche Tatiana Duclos	011025	Aktualisierung DV-Leistungsentgelte (A1/B1k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Aktualisierung der Dienstvereinbarung für Leistungsentgelte bis 03/2023."	X	-		-	30. Jun 21	-
		Stellenbewertungen (VIII.1k1) <b>Bemerkung:</b> Es wurden 8 Stellen festgelegt und die Dokumente wurden an die SB verteilt. Bisher gibt es zwei Rückläufer. Ein externer Dienstleister wurde bereits beauftragt.	2	0		neu	8	neu
		Abschluss Zielvereinbarungen (VIII.2k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Abschluss der Zielvereinbarungen im Rahmen der Aktualisierung der Dienstvereinbarung für das Leistungsentgelt 12/2023."	X	-		neu	30. Mrz	neu
		Aktualisierung Personalbedarfsplanung (VIII.3k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Aktualisierung der Personalbedarfsplanung bis 10/2022 - Umsetzung der Ergebnisse im Stellenplan 2023."	-	-		neu	30. Jun	neu
		Abschluss Personalstrukturanalyse (VIII.4k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Aktualisierung der Personalbedarfsplanung bis 10/2022 - Umsetzung der Ergebnisse im Stellenplan 2023."	-	-		neu	31. Dez	neu

04 - Haushalts- und Finanzwirtschaft, Controlling Produktverantwortlicher Thomas Simon	011040	Bildung einer Rücklage in Höhe von 100.000 € (II.1k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst und auf 2026 verschoben.	-	-		-	31. Dez 26	-
05 - Kassenwesen Produktverantwortliche Tatiana Duclos	011045	Einführung bargeldloser Zahlungsverkehr (B1k1) <b>Bemerkung:</b> Einführung in 05/2022 erfolgt.	-	-		-	30. Jun 21	-
		Einführung Online-Zahlungsmöglichkeiten (B2k1) <b>Bemerkung:</b> Einführung für 07/2022 geplant.	-	-		-	31. Dez 21	-
06 - Wahlen Produktverantwortlicher Matthias Gude	021010	Aufwendungen bleiben konstant (II.1k1)	4.625	4.235		14.269	18.500	57.122
		Ein Geschenk/Dankeschön pro Wahlhelfer pro Wahl (V.1k1)	X	+		neu		neu
07 - Öffentliche Sicherheit und allgemeine Ordnung Produktverantwortlicher Matthias Gude	022010	Ergebnis mindestens konstant (II.1k1)	15.263	8.748		10.057	61.050	45.712
		Einleitung Verwaltungsverfahren (V.1k1)	2	0		0	7	1
08 - Ruhender und fließender Verkehr Produktverantwortlicher Matthias Gude	022015	Kostendeckungsgrad 110 % (II.1k1)	110%	114%		53%	110%	80%
		Verwarnungen fließender Verkehr (II.1k2) <b>Bemerkung:</b> Das neue Messfahrzeug wurde am 10.02.2022 nach Monheim zum Ausbau überführt. Der Umbau wird in den kommenden Wochen durchgeführt.	500	143		475	2.000	1.255
		Verwarnungen ruhender Verkehr (II.1k3)	375	610		525	1.500	2.073
		Ehrenamtliche Anzeigenanlage (II.1k4 / V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Anlage für Laudenbach wurde am 30.03.2022 übergben.	4	4		3	4	3
09 - Gewerbeangelegenheiten Produktverantwortlicher Matthias Gude	022016	Keine Festlegung von operativen Zielen und entsprechenden Kennzahlen, da ordnungsrechtliche Aufgabe.						
10 - Melde- und Passangelegenheiten Produktverantwortlicher Matthias Gude	022017	Versendung Anschreiben Weggang (I.1k1)	-	-		neu	01. Jul	neu
		Abfrage Beweggründe Zuzug (I.2k1)	-	-		neu	01. Jul	neu
		Aufwendungen mindestens konstant (II.1k1)	24.625	19.054		15.557	98.500	86.458

11 - Personenstandswesen Produktverantwortlicher Matthias Gude	022020	Ergebnis mindestens konstant (II.1k1)	16.650	10.788		13.989	66.600	57.322
		Angebotsweiterung Eheschließung (V.1k1)	17	16		15	17	15
		<b>Bemerkung:</b> mögliche Trauorte sind alle Bürgerhäuser (6), FFW (6), Rathaus, Bilsteinanwesen und Marktplatz 16 (Gewöbekeller). Geplant in 2021: Museum, auf 2022 verschoben.						
12 - Feuer- und Katastrophenschutz, Gefahrenabwehr Produktverantwortlicher Elena Schicker	023010	Steigerung Atemschutzgeräteträger um 4 p.a. (I.1k1)	22	27		15	22	21
		<b>Bemerkung:</b> Soll (insgesamt): 72						
		Erhöhung der Mitgliederzahl um 4 p.a. (I.2k1)	158	159		neu	161	154
		Die Sachaufwendungen bleiben konstant (II.1k1)	42.575	46.673		31.842	170.300	113.442
		Umsetzung Konzept zur Attraktivitätssteigerung (V.1k1)	-	-		neu	31. Dez	neu
13 - Kulturelle Aktivitäten Produktverantwortliche Tatiana Duclos	041010	Zuschüsse Vereine min. konstant (II.1k1)	3.750	0		0	15.000	1.480
		Senkung Defizit um 1% p.a. (II.2k1 / VII.1k1)	38.957	26.930		20.977	155.826	88.398
		Jährliche Verleihung Bürgerpreis (V.1k1)	-	-		neu	X	neu
14 - Sozialhilfeangelegenheiten Produktverantwortliche Karin Schlupp	051010	Mitwirkung "Soziales für Großalmerode" (V.1k1)	+	+		-	30. Jun	-
		<b>Bemerkung:</b> Mitwirkung erfolgt im Rahmen der Umsetzung.						
		Einführung Sprechstunde (A2/B2k1)	-	-		-	30. Jun	-
		<b>Bemerkung:</b> Umsetzung erfolgt nach Einstellung eines neuen SB im Bereich Ordnungsamt oder nach Rückkehr des erkrankten SB. 1. Auswahlverfahren durchgeführt, jedoch keine Einstellung. 2. Auswahlverfahren endet im Juli.						

15 - Seniorenangelegenheiten Produktverantwortliche Karin Schlupp	052010	Aufbau Kontaktvermittlung für Gesprächspartner (I.1k1)	-	-		neu	31. Dez	neu
		Wiederbelebung Seniorennachmittag (V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Wiederbelebung des Seniorennachmittags erfolgt nach Absprache mit dem Werra-Meißner-Kreis aufgrund der Coronapandemie erst in 2023.	-	-		neu	31. Dez	neu
		Internetauftritt mit Beteiligung SB (A1k1) <b>Bemerkung:</b> Umsetzung erfolgt nach Einstellung eines neuen SB im Bereich Ordnungsamt oder nach Rückkehr des erkrankten SB. 1. Auswahlverfahren durchgeführt, jedoch keine Einstellung. 2. Auswahlverfahren endet im Juli.	-	-		-	30. Sep 21	-
		Bereitstellung Informationsbroschüre (A2k1) <b>Bemerkung:</b> Umsetzung erfolgt nach Einstellung eines neuen SB im Bereich Ordnungsamt oder nach Rückkehr des erkrankten SB. 1. Auswahlverfahren durchgeführt, jedoch keine Einstellung. 2. Auswahlverfahren endet im Juli.	-	-		-	30. Sep 21	-
		Erstellung Fragebogen/Feedbacksystem (A3/B1k1) <b>Bemerkung:</b> Umsetzung erfolgt nach Einstellung eines neuen SB im Bereich Ordnungsamt oder nach Rückkehr des erkrankten SB. 1. Auswahlverfahren durchgeführt, jedoch keine Einstellung. 2. Auswahlverfahren endet im Juli.	-	-		-	30. Jun 21	-
		Einführung Seniorensprechstunde (A4/B2k1) <b>Bemerkung:</b> Umsetzung erfolgt nach Einstellung eines neuen SB im Bereich Ordnungsamt oder nach Rückkehr des erkrankten SB. 1. Auswahlverfahren durchgeführt, jedoch keine Einstellung. 2. Auswahlverfahren endet im Juli.	-	-		-	30. Jun 21	-

16 - Kindertagesbetreuung Produktverantwortliche Tatiana Duclos	061010	Gebührenerhöhung (II.1k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Anpassung der Kita-Gebühren bis 03/2023."	-	-		-	31. Mrz	-
		Erhöhung Tagesmutterplätze um 2 p.a. (IV.1k1) <b>Bemerkung:</b> 13 Tagesmutterplätze, davon 11 belegt mit U3-Kindern.(Stand März 2022)	8	13		8	11	13
		Verhandlung Platzsharing / Anpassung Modulzeiten (IV.2k1) <b>Bemerkung:</b> Verhandlung mit der AWO wurde im September und November 2021 geführt. Die AWO lehnt als Betreiber das Platzsharing aus pädagogischen Gründen grundsätzlich ab. Eine Elternabfrage hat ergeben, dass die Modulzeiten überwiegend zufriedenstellen. Statt genereller Änderung der Modulzeiten wird den Eltern die Möglichkeit geboten 4 mal im Monat über das gewählte Modul hinaus gegen ein geringes Entgelt die Betreuungszeit zu erweitern. Die AWO hat sich bereit erklärt, bei konkreter Nachfrage von mind. 6 Familien an einem Standort die Betreuungszeit für eine Gruppe auf max. 18:00 Uhr zu erweitern.	-	X		neu	31. Jan	neu
		Konzepterstellung Bauernhof- / Waldkindergarten (IV.3k1) <b>Bemerkung:</b> Ein geeigneter Standort wurde festgelegt. Die Beschlussfassung für die Durchführung einer Ausschreibung zum Betrieb einer Wald- bzw. Natur-Kita soll im Sitzungspaar 28.4. / 5.5. erfolgen. Die Natur-Kita soll den Betrieb im Frühjahr 2023 aufnehmen. Das pädagogische Konzept wird durch den künftigen Betreiber erstellt.	-	-		neu	31. Jan	neu
17 - Kinder-, Jugend- und Familienangelegenheiten Produktverantwortlicher Matthias Gude	064010	Bedarfsermittlung / Umgestaltung Spielplätze (II.1k1 / V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Umgestaltung erfolgt im Rahmen von IKEK.	-	-		-	31. Dez	-
		Patenschaft für einen Kinderspieltplatz p.a. (V.2k1)	1	0		neu	1	neu
18 - Sportförderung/Sportstätten Produktverantwortlicher Tatiana Duclos	082010	Senkung Unterhaltungsaufwendungen 1 % p.a. (II.1k1 / VII.1k1) <b>Bemerkung:</b> Ansatz Haushalt 2022: 14.250 €.	10.445	3.906		2.099	41.778	27.691
19 - Panoramabad Produktverantwortlicher Tatiana Duclos	082020	Erarbeitung Konzept Aufgabenverteilung (I.1k1 / II.1k1 / V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Erarbeitung eines Konzeptes zur Aufgabenverteilung zwischen Stadt und Förderverein bis 31.03.2023."	-	-		überarbeitet	31. Mrz	überarbeitet

20 - Stadtentwicklung Produktverantwortlicher Joachim Siebold	091010	Erstellung Leerstands - und Potentialflächenkatasters (III.1k1)	-	-		überarbeitet	30. Jun	überarbeitet
		Verminderung/Beseitigung ungenutztes Gebäude (III.2k1)	1	-		überarbeitet	1	überarbeitet
		Reduzierung einer Potentialfläche (III.3k1)	1	-		neu	1	neu
21 - Städtische Abfallwirtschaft Produktverantwortlicher Thomas Simon	112010	Bildung Treffen ZVA (V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 aufgrund der Ablehnung externer Akteure gestrichen. Der Austausch erfolgt auf SB-Ebene.	-	-		-	30. Sep	-
		Teilnahme Aktion "Sauberhaftes Hessen" (V.2k1)	-	-		-	31. Dez	-
		Durchführung Aktionstag/Freiwilligen Tag (V.3k1)	-	-		-	31. Dez	-
		Durchführung Anerkennungsaktion (V.4k1)	-	-		neu	31. Dez	neu
22 - Energiegewinnung Produktverantwortlicher Tobias Lorenz	114010	Überschuss (I.1k1)	0	-320		756	> 0	12.052
23 - Verkehrswege und Anlagen Produktverantwortlicher Joachim Siebold	121010	Sanierung Straßenoberfläche (II.2k1)	2.250	0		0	9.000 m <sup>2</sup>	9.000 m <sup>2</sup>
24 - Stadtreinigung und Winterdienst Produktverantwortlicher Vitali Bauer	125010	Bau Salzsilo (II.1k1)	-	-		neu	31. Nov	neu
		Entscheidung/Rückmeldung Mängelmelder (V.1k1)	7	0,00		4,52	< 7 Tage	5,46
25 - ÖPNV Produktverantwortliche Anja Reuß	127010	Antragstellung GVFG-Fördermittel (II.1k1 / V.1k1) <b>Bemerkung:</b> Antrag wurde fristgerecht im März eingereicht.	X	+		neu	31. Mrz.	neu
		Werbeaktionen Mobilfalt mit NVV-Mobilfaltberater (V.2k1)	1	0		0	2	2
26 - Öffentliche Gewässer Produktverantwortlicher Vitali Bauer	132010	Aufwendungen konstant (II.2k1)	6.788	0		0	27.150	18.624
		Informationsveranstaltung (V.1k1)	1	0		neu	1	neu

27 - Friedhofswesen Produktverantwortlicher Tobias Lorenz	133010	Steigerung Bestattungszahlen von 1 % p.a. (II.1k1)	16	19		32	65	106
		Neukalkulation der Friedhofsgebühren (A2k1)	-	-		-	30. Nov 21	-
		<b>Bemerkung:</b> Ziel wurde im Rahmen des WS 2023 angepasst: "Neukalkulation der Friedhofsgebühren bis zum 30.06.2023." Die neue Terminierung wurde gewählt, um eine Zeitspanne von ca. 1 Jahr in Eigenregie als Kalkulationsgrundlage für die Kostenermittlung zu haben.						
		Friedhofsbegehungen (V.1k1)	4	5		3	16	37
		Verschönerungsaktionen (V.2k1)	2	2		1	7	10
28 - Forstwirtschaft Produktverantwortlicher Joachim Siebold	135010	Erträge decken min. Aufwendungen (II.1k1)	0	-1.458		-1.488	> 0	5.852
29 - Grün-, Park- und Freizeitanlagen Produktverantwortlicher Vitali Bauer	135020	Senkung der Aufwendungen um 1 % p.a. (II.1k1 / VII.1k1)	13.688	5.885		3.361	54.750	25.940
		Ehrenamtlich gepflegte Flächen und Objekte (II.2k1 / V.1k1)	23	24		23	23	23
		Erhöhung der Blühwiesenflächen um 10 % p.a. (II.3k1)	972	1.083		1.020	972	1.083
		<b>Bemerkung:</b> 22 Blühflächen						
		Geschenke Ehrenamtliche	-	-		neu		neu
30 - Wirtschaftsförderung Produktverantwortliche Tatiana Duclos	151010	Unternehmertreffen (VI.1k1)	1	0		0	2	0
		<b>Bemerkung:</b> Unternehmerfrühstück am 21.04.2022						
31 - Tourismus Produktverantwortliche Tatiana Duclos	152010	Tourismuskonzept mit Priorisierung und Zeitplanung (V.1k1 / VI.1k1)	-	-		neu	31. Mai	neu
32 - Bürgerhäuser Produktverantwortlicher Vitali Bauer	153010	kostenpfl. Nutzungstage um 5 % p.a. (II.1k1 / VII.1k1)	38	4		1	151	117
		Verringerung Defizit um 2 % p.a. (II.2k1 / VII.2k1)	56.840	50.491		31.069	227.360	116.672
33 - Immobilienmanagement Produktverantwortlicher Joachim Siebold	153020	Verkauf von min. 2 Bauplätzen pro Jahr (I.1k1)	1	2		3	2	6
		Aktualisierung Pachtverhältnisse p.a. (II.1k1)	1	2		0	5	6
		Ansprache von min. 5 Grundstückeigentümern	1	5		neu	5	neu



**Zum Stichtag 31.03.2022 ergeben sich folgende Zahlen:**

### **Gesamtergebnisrechnung**

	Plan 2022	Ist 31.03.2022	Vergleich Ansatz/Ergebnis
Ordentliches Ergebnis	-190.400,00 €	-612.998,65 €	422.598,65 €
Außerordentliches Ergebnis	-5.000,00 €	-33,00 €	4967,00 €
Gesamtergebnis	-195.400,00 €	-613.031,65 €	417.631,65 €

### **Erläuterungen zu bedeutenden Sachkonten:**

- **Gewerbesteuer**

Bis zum Jahresende wurde das Aufkommen auf 1.250.000,00 € prognostiziert. Die festgesetzten Jahresabschlusszahlen und die daraufhin angepassten Vorauszahlungen für das laufende Jahr liegen zum 31.03.2022 bei 376.488,11 € und damit rd. 60.000,00 € über den Ansatz Erwartungen.

- **Gemeindeanteil an der Einkommen- und Umsatzsteuer und weitere Umlagen**

Aus dem Finanzausgleich wird ein Jahresergebnis von 3.564.000,00 € erwartet. Aus der Abrechnung des I. Quartals 2022 ergeben sich folgende Beträge: Einkommensteueranteil 932.278,23 €, Umsatzsteueranteil 70.930,95 € sowie der Familienleistungsausgleich 66.680,61 € abzüglich der Gewerbesteuerumlage 24.257,11 € und der Heimatumlage 15.074,44 € verbleibt ein Zahlbetrag in Höhe von 1.030.558,24 €.

Es ergibt sich ein kumulierter Zahlbetrag in Höhe von 1.030.558,24 €. Dies entspricht Mindereinnahmen im Vergleich zum I. Quartal 2021 (1.054.916,70 €) in Höhe von 24.358,46 €.

Die Einkommensteuer- sowie der Umsatzsteueranteile liegen im I. Quartal 2022 rd. 135.000,00 € oberhalb des Planansatzes.

- **Schlüsselzuweisung**

Die Schlüsselzuweisungen in Höhe von 821.984,90 € liegen rd. 10.000,00 € unterhalb des Ansatzes (832.500,00 €).

- **Personal- und Versorgungsaufwendungen**

Die Aufwendungen sind in Höhe von 2.661.100,00 € veranschlagt. Im Berichtszeitraum wurden 589.926,87 € verausgabt. Damit liegen die Aufwendungen rd. 75.000,00 € unterhalb des Planansatzes. Die geringeren Aufwendungen ergeben sich aufgrund von Langzeiterkrankungen und Vakanz.

- **Abschreibungen**

Bei den Abschreibungen in Höhe von 1.216.100,00 € wird ein Jahresergebnis entsprechend der Ansatzkalkulation erwartet.

## Gesamtfinanzrechnung

In der Finanzrechnung kann keine Jahresprognose vorgenommen werden. Zum Stichtag 31.03.2022 werden folgende Ergebnisse ausgewiesen:

- **Zahlungsmittelbestand aus laufender Verwaltungstätigkeit**  
Im Berichtszeitraum wurden Einzahlungen in Höhe von 2.989.380,09 € erzielt und Auszahlungen in Höhe von 2.260.402,65 € geleistet. Somit beträgt der Zahlungsmittelüberschuss 728.977,44 € zur Verfügung.
- **Zahlungsmittelbestand aus Investitionstätigkeit**  
Gegenüber dem Ansatz von 2.832.500,00 € wurden im Berichtszeitraum Einzahlungen in Höhe von 44.477,84 € erzielt. Diese resultieren aus Einzahlungen aus Investitionszuweisungen und -zuschüssen.  
Bei einem Investitionsvolumen von 7.934.000,00 € wurden bis 31.03.2022 insgesamt 221.751,66 € verausgabt.
- **Zahlungsmittelbestand aus Finanzierungstätigkeit**  
Die Kreditaufnahmen erfolgten im IV. Quartal 2020. Zum 31.03.2022 wurde eine ordentliche Tilgung in Höhe von 124.387,72 € (inkl. Hessenkasse) geleistet.

## Liquidität

Zum 31.03.2022 standen Zahlungsmittel in Höhe von 2.047.057,68 zur Verfügung. Diese Liquidität ergibt sich auch aus einem Investitionskredit, der am 05.11.2020 in Höhe von 1.400.000,00 € aufgenommen wurde. Es bestehen derzeit keine Liquiditätskredite.

## Finanzstatusbericht

Zum 31.03.2022 erreicht die Stadt eine Quote von 95 % und liegt damit im grünen Bereich. Dies ist hauptsächlich durch das positive Ergebnis des Zahlungsmittelbestandes aus lfd. Verwaltungstätigkeit abzüglich der ordentlichen Tilgung sowie der Zahlung an das Sondervermögen Hessenkasse entstanden.

Der Finanzstatusbericht wird für die unterjährige Betrachtung als ungeeignet bewertet, da zahlreiche Bewertungsparameter unterjährig nicht bebucht werden bzw. erst im Jahresabschluss feststellbar sind. Im Jahresabschluss wird ein ausgeglichenes Ergebnis erwartet.

# Gesamtergebnisrechnung

Rechnungsjahr 2022

Datum 01.01.2022 bis 31.03.2022

<u>Pos.</u>	<u>Beschreibung</u>	<u>Ergebnis 2021</u> <u>(vorläufig)</u>	<u>Ansatz 2022</u>	<u>Ergebnis</u> <u>31.03.2022</u>	<u>Vergleich</u> <u>Ansatz/Ergebnis</u>
<b>00</b>	<b>Ergebnishaushalt</b>				
01	Privatrechtliche Leistungsentgelte	-286.292,39	-325.150,00	-40.521,39	-284.628,61
02	Öffentlich-rechtliche Leistungsentgelte	-209.981,57	-343.750,00	-42.269,40	-301.480,60
03	Kostensersatzleistungen und -erstattungen	-55.640,58	-96.250,00	-6.034,76	-90.215,24
04	Bestandsveränderungen und akt. Eigenleistg.	0,00	0,00	0,00	0,00
05	Steuern, steuerähnliche Erträge einschließlich Erträge aus ges. Umlagen	-5.696.328,11	-5.855.500,00	-1.637.792,53	-4.217.707,47
06	Erträge aus Transferleistungen	-210.667,59	-230.000,00	-66.680,61	-163.319,39
07	Erträge aus Zuweisungen und Zuschüssen für lfd. Zwecke und allg. Umlagen	-3.746.276,16	-3.675.500,00	-966.439,42	-2.709.060,58
08	Erträge a.d. Auflösung v. Sonderp. a. Inv.zuw.-zusch. u. Beiträgen	-809.200,00	-824.500,00	-206.125,00	-618.375,00
09	Sonstige ordentliche Erträge	-200.911,47	-233.350,00	-3.330,70	-230.019,30
<b>10</b>	<b>Summe der ordentlichen Erträge (Nr. 1 - 9)</b>	<b>-11.215.297,87</b>	<b>-11.584.000,00</b>	<b>-2.969.193,81</b>	<b>-8.614.806,19</b>
11	Personalaufwendungen	1.836.534,47	2.314.900,00	493.379,96	1.821.520,04
12	Versorgungsaufwendungen	373.335,40	346.200,00	96.546,91	249.653,09
13	Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen	1.198.543,68	1.531.000,00	324.782,86	1.206.217,14
14	Abschreibungen	1.214.000,00	1.216.100,00	304.025,00	912.075,00
15	Aufwendungen für Zuw. u. Zusch. bes. Finanzaufw.	1.288.167,63	1.786.100,00	23.618,00	1.762.482,00
16	Steueraufwendungen einschl. Aufw.a.ges. Umlageverpfl.	4.230.001,96	4.324.500,00	1.062.942,75	3.261.557,25
17	Transferaufwendungen	2.200,00	4.500,00	1.100,00	3.400,00
18	Sonstige ordentliche Aufwendungen	10.535,65	10.400,00	2.589,00	7.811,00
<b>19</b>	<b>Summe der ordentlichen Aufwendungen (Nr. 11 - 18)</b>	<b>10.153.318,79</b>	<b>11.533.700,00</b>	<b>2.308.984,48</b>	<b>9.224.715,52</b>
<b>20</b>	<b>Verwaltungsergebnis (Nr. 10 ./. Nr. 19)</b>	<b>-1.061.979,08</b>	<b>-50.300,00</b>	<b>-660.209,33</b>	<b>609.909,33</b>
21	Finanzerträge	-17.633,97	-375.600,00	-5.390,03	-370.209,97
22	Zinsen und andere Finanzaufwendungen	236.460,67	235.500,00	52.600,71	182.899,29
<b>23</b>	<b>Finanzergebnis (Nr. 21 - Nr. 22)</b>	<b>218.826,70</b>	<b>-140.100,00</b>	<b>47.210,68</b>	<b>-187.310,68</b>
<b>24</b>	<b>Gesamtbetrag der ordentlichen Erträge (Nr. 10 + Nr. 21)</b>	<b>-11.232.931,84</b>	<b>-11.959.600,00</b>	<b>-2.974.583,84</b>	<b>-8.985.016,16</b>
<b>24a</b>	<b>Gesamtbetrag der ordentlichen Aufwendungen (Nr. 19 + Nr. 22)</b>	<b>10.389.779,46</b>	<b>11.769.200,00</b>	<b>2.361.585,19</b>	<b>9.407.614,81</b>

<b>24b</b>	<b>Ordentliches Ergebnis (Nr. 24 ./ Nr. 24a)</b>	<b>-843.152,38</b>	<b>-190.400,00</b>	<b>-612.998,65</b>	<b>422.598,65</b>
25	Außerordentliche Erträge	-135.471,96	-5.000,00	-33,00	-4.967,00
26	Außerordentliche Aufwendungen	6.609,10	0,00	0,00	0,00
<b>27</b>	<b>Außerordentliches Ergebnis (Nr. 25 ./ Nr. 26)</b>	<b>-128.862,86</b>	<b>-5.000,00</b>	<b>-33,00</b>	<b>-4.967,00</b>
<b>28</b>	<b>Jahresergebnis (Nr. 24b + Nr. 27)</b>	<b>-972.015,24</b>	<b>-195.400,00</b>	<b>-613.031,65</b>	<b>417.631,65</b>
29	Erlöse der internen Leistungsbeziehungen	-29.625,10	-1.155.550,00	0,00	-1.155.550,00
30	Kosten der internen Leistungsbeziehungen	29.625,10	1.155.550,00	0,00	1.155.550,00
<b>31</b>	<b>Ergebnis der internen Leistungsbeziehungen</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>32</b>	<b>Jahresergebnis nach internen Leistungsbeziehungen</b>	<b>-972.015,24</b>	<b>-195.400,00</b>	<b>-613.031,65</b>	<b>417.631,65</b>

Bemerkung:

Das Ergebnis 2021 ist ein vorläufiges Ergebnis, da der Jahresabschluss in Bearbeitung ist.

# Gesamtfinanzrechnung der Stadt Großalmerode

Rechnungsjahr 2022

Datum 01.01.2022 bis 31.03.2022

<u>Pos.</u>	<u>Beschreibung</u>	<u>Ergebnis 2021</u>	<u>Ansatz 2022</u>	<u>Ergebnis 31.03.2022</u>	<u>Vergleich Ansatz/Ergebnis</u>
01	Privatrechtliche Leistungsentgelte	291.993,46	325.150,00	37.636,46	-287.513,54
02	Öffentlich-rechtliche Leistungsentgelte	267.277,75	298.950,00	70.136,02	-228.813,98
03	Kostensatzleistungen und -erstattungen	71.476,60	96.250,00	0,00	-96.250,00
04	Einzahlungen aus Steuern und steuerähnl. Erträgen	5.534.041,58	5.855.500,00	1.794.265,68	-4.061.234,32
04A	einschl. Erträgen aus ges. Umlagen	0,00	0,00	0,00	0,00
05	Einzahlungen aus Transferleistungen	210.667,59	230.000,00	39.332,18	-190.667,82
06	Zuw. U. Zusch. f.lfd. Zwecke u. allg. Umlagen	3.807.138,78	3.675.500,00	996.439,42	-2.679.060,58
07	Zinsen und sonstige Finanzeinzahlungen	16.203,02	375.600,00	5.383,27	-370.216,73
08	Sonst. ord. Einz. u.sonst.a.ord. Einz.	252.117,19	233.350,00	46.187,06	-187.162,94
08A	die sich nicht aus Invest.tätigk. ergeben	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>09</b>	<b>Summe Einzahlungen aus laufender Verwaltungstätigkeit</b>	<b>10.450.915,97</b>	<b>11.090.300,00</b>	<b>2.989.380,09</b>	<b>-8.100.919,91</b>
10	Personalauszahlungen	-1.852.369,85	-2.284.200,00	-571.666,51	1.712.533,49
11	Versorgungsauszahlungen	-358.184,10	-397.500,00	-118.446,33	279.053,67
12	Auszahlungen für Sach- und Dienstleistungen	-1.137.329,34	-1.516.000,00	-366.510,51	1.149.489,49
13	Auszahlungen für Transferleistungen	-2.200,00	-4.500,00	-1.100,00	3.400,00
14	Ausz.f.Zuw.u.Zusch.f.lfd. Zwecke sowie	-1.357.879,03	-1.786.100,00	-16.154,12	1.769.945,88
14a	besonder Finanzauszahlungen	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Ausz.f.Steuern einsch. Ausz. a.ges.Uml.Verpf.	-4.226.607,82	-4.324.500,00	-1.102.274,30	3.222.225,70
16	Zinsen und ähnl. Auszahlungen	-237.086,35	-235.500,00	-57.356,60	178.143,40
17	Sonst. ord. Ausz. u.sonst.a.ord. Ausz.	-250,88	-10.400,00	-26.894,28	-16.494,28
17A	die sich nicht aus Invest.tätigk. ergeben	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>18</b>	<b>Summe Auszahlungen aus laufender Verwaltungstätigkeit</b>	<b>-9.171.907,37</b>	<b>-10.558.700,00</b>	<b>-2.260.402,65</b>	<b>8.298.297,35</b>
<b>19</b>	<b>Zahlg.mittel.übersch/-bedarf a. lfd. Verwaltungstätigkeit</b>	<b>1.279.008,60</b>	<b>531.600,00</b>	<b>728.977,44</b>	<b>197.377,44</b>
20	Einz.a.Inv.zuw.u.-zusch.s.a.Inv.beitr.	286.035,65	2.777.500,00	44.477,84	-2.733.022,16
21	Einz.a.Abg.v.Gegenst.d.Sachanlagevermögen und	805.308,25	55.000,00	0,00	-55.000,00
21A	des immateriellen Anlagevermögens	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Einz.a.Abg.v.Gegenst.d. Finanzanl.-verm.	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>23</b>	<b>Summe Einzahlungen aus Investitionstätigkeit</b>	<b>1.091.343,90</b>	<b>2.832.500,00</b>	<b>44.477,84</b>	<b>-2.788.022,16</b>
24	Ausz.f.d. Erwerb v. Grundstücken u. Gebäuden	-23.493,51	-40.000,00	-9.436,26	30.563,74

25	Auszahlungen für Baumaßnahmen	-750.978,94	-7.048.000,00	-185.348,89	6.862.651,11
26	Ausz.f.Invest.i.d.sonst.Sach- anlagevermögen	-192.077,20	-837.000,00	-26.182,51	810.817,49
26A	und immaterielle Anlagevermögen	0,00	0,00	0,00	0,00
27	Ausz.f.Invest.i.d.Finanzanl.verm	-9.016,23	-9.000,00	-784,00	8.216,00
<b>28</b>	<b>Summe Auszahlungen aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-975.565,88</b>	<b>-7.934.000,00</b>	<b>-221.751,66</b>	<b>7.712.248,34</b>
<b>29</b>	<b>Zahlg.mittel.übersch/-bedarf aus Investitionstätigkeit</b>	<b>115.778,02</b>	<b>-5.101.500,00</b>	<b>-177.273,82</b>	<b>4.924.226,18</b>
<b>29B</b>	<b>Zahlungsmittelüberschuss/ Zahlungsmittelbedarf</b>	<b>1.394.786,62</b>	<b>-4.569.900,00</b>	<b>551.703,62</b>	<b>5.121.603,62</b>
30	Einz.a.d.Aufn.v.Kred.u.inn. Darl. u. wirtschaftl.	0,00	5.101.500,00	0,00	-5.101.500,00
30A	vergleichb. Vorgängen für Investitionen	0,00	0,00	0,00	0,00
31	Ausz.f.d.Tilg.v.Kred.u.inn. Darl.u.wirtschaftl.	-478.375,08	-514.000,00	-124.387,72	389.612,28
31A	vergleichb. Vorgängen für Investitionen	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>32</b>	<b>Zahlg.mittel.übersch/-bedarf aus Finanz.tätigkeit</b>	<b>-478.375,08</b>	<b>4.587.500,00</b>	<b>-124.387,72</b>	<b>-4.711.887,72</b>
<b>32B</b>	<b>Änderung d. Zahlungsmittelbestandes</b>	<b>916.411,54</b>	<b>17.600,00</b>	<b>427.315,90</b>	<b>409.715,90</b>
33	Haushaltsunwirk. Einzahl. (u.a. fremde Finanzm.	1.631.276,37	0,00	411.173,41	411.173,41
33A	Rückz. v. angel. Kassenm., Aufn. v. Kassenkred.)	0,00	0,00	0,00	0,00
34	Haushaltsunwirk. Auszahl. (u.a. fremde Finanzm.	-1.674.805,33	0,00	-15.242,51	-15.242,51
34A	Anl.v. Kassenm., Rückz. v. Kassenkred.)	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>35</b>	<b>Zahlg.mittel.übersch/-bedarf aus haushaltsunwirks. Zahlungsvorgängen</b>	<b>-43.528,96</b>	<b>0,00</b>	<b>395.930,90</b>	<b>395.930,90</b>
<b>36</b>	<b>Best. an Zahlungsm. zu Beginn des Haushaltsjahres</b>	<b>2.057.401,23</b>	<b>-5.996.694,24</b>	<b>1.223.810,88</b>	<b>7.220.505,12</b>
<b>37</b>	<b>Veränderung des Best. an Zahlgs.mittel</b>	<b>872.882,58</b>	<b>17.600,00</b>	<b>823.246,80</b>	<b>805.646,80</b>
<b>38</b>	<b>Best. an Zahlungsm. am Ende des Haushaltsjahres</b>	<b>2.930.283,81</b>	<b>-5.979.094,24</b>	<b>2.047.057,68</b>	<b>8.026.151,92</b>
<b>50</b>	<b>Gepl. Anfangsbestand zu Beginn des Haushaltsjahres</b>	<b>2.057.401,23</b>	<b>-5.996.694,24</b>	<b>1.223.810,88</b>	<b>7.220.505,12</b>
<b>51A</b>	<b>Veränderung des Best. an Zahlgs.mittel</b>	<b>872.882,58</b>	<b>17.600,00</b>	<b>823.246,80</b>	<b>805.646,80</b>
<b>52A</b>	<b>Zahlungsmitteln am Ende des Haushaltsjahres</b>	<b>2.930.283,81</b>	<b>-5.979.094,24</b>	<b>2.047.057,68</b>	<b>8.026.151,92</b>

Finanzstatusbericht I/2022

Indikator pro Einwohner	Bewertung ggf. der Entwicklung nach Indikatoren pro Einwohner	Gewichtung der Indikatoren pro Einwohner in %	Status	Planung 2022	Ist I/2022	Status												
ordentliches Ergebnis (geplantes)	Überschuss (mehr als + 5 €) = 1	40%	grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	30,11	96,20	40%												
	jahresbezogener Haushaltsausgleich (im Korridor von - 5 € bis + 5 € oder durch Rücklage) = 0,75																	
	defizitär im Korridor (weniger als - 5 € bis - 40 €) = 0,5																	
	defizitär im Korridor (weniger als - 40 € bis - 75 €) = 0,25																	
	defizitär (weniger als -75 €) = 0																	
Bestand ordentliche Rücklage	Bestand = 1	5%					grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	1.200.000,00	0,00	5%								
	kein Bestand (≤ 0 €) = 0																	
Fehlbeträge aus Vorjahren (Bilanzwert der letzten aufgestellten Bilanz)	kein Bestandswert = 1	5%									grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	0,00	0,00	5%				
	Ausweis eines Fehlbetragbestands = 0																	
Bestand der Liquiditätsreserve	Bestand vollständig gebildet = 1	5%													grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	4.1 - 192.734,23 4.2 - 2.930.283,81	2.047.057,68	5%
	Bestand teilweise gebildet (≥ 50 %) = 0,5																	
	Bestand unzureichend oder nicht gebildet (< 50 %) = 0																	
Ausweis von Eigenkapital (nach letzter aufgestellter Bilanz)	positiver Eigenkapitalbestand = 1	5%	grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	8.833.471,00	8.833.472,00	5%												
	negativer Eigenkapitalbestand (≤ 0 €) = 0																	
Verbindlichkeiten aus Liquiditätskrediten (Kommune plus Sondervermögen)	kein Bestand (= 0 €) = 1	5%																
	Bestand (> 0 €) = 0																	
Verbindlichkeiten gegenüber dem Sondervermögen Hessenkasse	kein Bestand (= 0 €) = 1	5%					grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	1.714.825,00	1.674.325,00	0%								
	Bestand (> 0 €) = 0																	
Zahlungsmittelfluss lfd. Verwaltungstätigkeit abzüglich der Tilgung sowie der Zahlungen an das Sondervermögen Hessenkasse	Saldo > 5 € = 1	30%									grün (+) ≥ 70% gelb (0) < 70% und > 40% rot (-) ≤ 40%	2,78	94,88	30%				
	im Korridor von 0 € bis + 5 € = 0,5																	
	Saldo < 0 € = 0																	



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-120/2022

Federführendes Amt	Stabstelle Haushalt und Steuerungsunterstützung
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Waschplatzes am Feuerwehrgerätehaus Kernstadt**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt gemäß § 100 Hessische Gemeindeordnung i.V.m. § 7 der Haushaltssatzung die überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 35.000 € für die Errichtung eines Waschplatzes am Gerätehaus der Kernstadt (Investitionsnummer: I023010.37). Als Gegenfinanzierung wird die Einsparung bei der Investitionsnummer I082020.03 –Sanierung Panoramabad– in gleicher Höhe beschlossen, da diese Maßnahme in 2022 nicht zum Tragen kommt.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Die ausgewiesene Summe in der Haushaltssatzung wird nicht geändert, da entsprechende Einsparungen den Mehrausgaben entgegenstehen.

### **Sachdarstellung:**

Für die Errichtung eines Waschplatzes vor dem Gerätehaus der Freiwilligen Feuerwehr in der Kernstadt, der gemeinsam mit den Technischen Betrieben der Stadt genutzt werden soll, waren im Haushaltsplan 2021 100.000 € und in 2022 15.000 € veranschlagt, die in 2022 insgesamt zur Verfügung stehen. Nach den Berechnungen der Verwaltung, dem Vorliegen eines unverbindlichen Angebotes und den bekannten Preissteigerungen im Bereich der Materiallieferungen, wird dieser Gesamtbetrag schon allein für den Auftrag an die bauausführende Firma benötigt. Hinzu kommen aber noch weitere Ausgaben u.a. für Fachplaner, Bodengutachten, Ingenieurbüro und Statik in Höhe von 30.000 €. Mit einem weiteren Sicherheitsbetrag in Höhe von 5.000 € wird die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe in Höhe von 35.000 € notwendig. Diese Ausgaben sind unausweichlich, um die Maßnahme ordnungsgemäß durchführen zu können.

Von der Verwaltung wurde bereits geprüft, ob eine Flächenreduzierung möglich ist, um die Kosten zu senken. Dies ist aber aufgrund der vorhandenen und zu erwartenden Fahrzeuge mit einer bestimmten Größe nicht möglich. Ebenso wurde schon geprüft, ob die Maßnahme durch eigenes Personal abgewickelt werden könnte. Durch die Komplexität der Materie ist dies nicht möglich. Es müssen hier nämlich umwelt- und wasserrechtliche Belange und Genehmigungen berücksichtigt werden. Dieses Wissen ist durch eigene Personal nicht vorhanden, da zu speziell.

T h o m s e n  
Bürgermeister





# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-114/2022

Federführendes Amt	Haupt- und Finanzabteilung
Datum	04.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung über den Abschluss des Betriebsvertrages für den Kindergarten Laudенbach**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung stimmt dem Abschluss des Betriebsvertrages über den Betrieb der Kindertagesstätte Laudенbach mit der Arbeiterwohlfahrt Werra-Meißner e. V. in Form der Anlage zu dieser Vorlage zu.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Der Zuschussbedarf beträgt im Jahr 2022: 266.000 € (inkl. Beitragsfreistellung Ü3 für 6 Std.). Durch steigende Inanspruchnahme der Betreuung und das Gute-Kita-Gesetz wird der Personalbedarf und damit auch der Zuschussbedarf in den nächsten Jahren weiter steigen.

### **Sachdarstellung:**

Für die Errichtung und den Betrieb der Kindertagesstätte in Laudенbach wurden im Jahr 1993 ein Bau- und Betriebsvertrag sowie ein Erbbaurecht (99 Jahre) abgeschlossen. Hintergrund für dieses Konstrukt war die Besserstellung privater Träger hinsichtlich der Gewährung von Fördermitteln.

Es wurde geregelt, dass bei Beendigung oder vorzeitiger Beendigung des Erbbaurechts sämtliche Anlagen ohne Pflicht zur Zahlung einer Entschädigung auf die Stadt übergehen. Dies gilt auch für den Fall der Eröffnung eines Konkurs- oder Vergleichsverfahrens bzw. einer Zwangsversteigerung.

Im Rahmen des Anbaus für eine Krippengruppe in Laudенbach war angedacht das Erbbaurecht vorzeitig zu beenden. Nach Beratung durch die Steuerberatungsgesellschaft Strecker, Berger + Partner stellte sich jedoch heraus, dass der o. g. Verzicht der AWO auf eine Entschädigung bei der Berechnung der Grunderwerbsteuer gerade nicht berücksichtigt, sondern die volle Gegenleistung angerechnet wird. Es wird daher empfohlen das bisherige Konstrukt fortzuführen und nur den ohnehin überarbeitungsbedürftigen Betriebsvertrag anzupassen. Seitens des Fördermittelgebers bestehen keine Bedenken.

Der Haupt- und Finanzausschuss hat sich am 19.05.2022 intensiv mit der Transparenz der Kostenstruktur bei der Finanzierung der Kindertagesstätten der AWO beschäftigt. Im Rahmen der Beratung wurde der Wunsch geäußert, dass die Mandatsträger Einblick in die Betriebskostenabrechnung und den Wirtschaftsplan erhalten sollten. Diesbezüglich war auch eine Überarbeitung der Betriebsverträge zugesagt worden.

Aus den o. g. Gründen wurde der als Anlage beigefügte Entwurf des Betriebsvertrages erarbeitet. Als Grundlage wurde der Vertrag zu den Kindertagesstätten der Gemeinde Helsa verwendet, welcher auf die Verhältnisse des Kindergartens Laudenbach angepasst wurde. Außerdem sind die Wünsche aus dem Haupt- und Finanzausschuss eingeflossen. Der Vertrag wurde ebenfalls von der Steuerberatungsgesellschaft geprüft.

Ein besonderer Fokus lag auf der Einräumung zur Prüfung der Geschäftsunterlagen durch die Stadt bzw. beauftragter Dritter (z. B. Wirtschaftsprüfer, Mitarbeiter, Mandatsträger) in § 2. Abs. 3, der Festlegung von Wertgrenzen (§ 2 Abs. 5) und der Betrauung des Kuratoriums mit der Klärung von Fragen zum Wirtschaftsplan und der Betriebskostenabrechnung (§ 5 Abs. 4).

Die laufende Bewirtschaftung und Unterhaltung obliegt der AWO. Darüber hinausgehende bauliche Maßnahmen werden von der Stadt beauftragt und abgerechnet (§ 4). Hierdurch wird sichergestellt, dass die Stadt selbst die kostenintensiven Entscheidungen treffen kann und Herr des Verfahrens ist.

Die Abrechnung erfolgt nach tatsächlich nachgewiesenem Aufwand, da bei Pauschalen von Seiten des Auftragnehmers regelmäßig Sicherheitszuschläge einkalkuliert werden, sodass eine Spitzabrechnung für die Stadt vorteilhaft ist.

Der Vertrag enthält eine Kündigungsfrist von 2 Jahren und enthält Regelungen, wonach die weitere Nutzung entsprechend der städtischen Entscheidung entschädigungslos erfolgen kann. Dies ist konsequent, da die Finanzierung der Kindertagesstätte ausschließlich durch die Stadt erfolgte.

Die AWO hat mitgeteilt, dass sich der Kreisvorstand auf seiner nächsten Sitzung mit dem Entwurf befassen wird. Da es sich um eine grundsätzliche Angelegenheit handelt erfolgt die Vorlage an die Stadtverordnetenversammlung.

Es ist beabsichtigt im nächsten Schritt auch die beiden anderen Verträge für die Kindergärten in Großalmerode und Rommerode nach dem nun vorliegenden Vertragsentwurf anzupassen.

Thomsen  
Bürgermeister

Anlage(n):

1. Vertragsentwurf Kita Laudenbach 2022 (nicht-öffentlich)



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-118/2022

Federführendes Amt	Stabstelle Haushalt und Steuerungsunterstützung
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer überplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung einer Kindertagesstätte in Laudenbach**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt gemäß § 100 Hessische Gemeindeordnung i.V.m. § 7 der Haushaltssatzung die überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 40.000 € für die Errichtung einer Kindertagesstätte in Laudenbach (Investitionsnummer: I061010.05). Als Gegenfinanzierung wird die Einsparung bei der Investitionsnummer I082020.03 – Sanierung Panoramabad- in gleicher Höhe beschlossen, da diese Maßnahme in 2022 nicht zum Tragen kommt.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Die ausgewiesene Summe in der Haushaltssatzung wird nicht geändert, da entsprechende Einsparungen den Mehrausgaben entgegenstehen.

### **Sachdarstellung:**

Bei der Baumaßnahme ‚Errichtung einer Kindertagesstätte in Laudenbach‘ kam es zu einigen Nachträgen. Diese konnten mit den veranschlagten und bereitgestellten Ausgaben bisher abgedeckt werden. Allerdings beläuft sich das günstigste Angebot über die kürzlich angefragten Pflasterarbeiten auf ca. 62.000,00 €. Dies übersteigt die veranschlagten 39.000,00 € um ca. 23.000,00 €. Weiterhin sind in der Kostenhochrechnung weitere Kostensteigerungen angesetzt, so dass sich ein Fehlbetrag in Höhe von ca. 40.000,00 € ergibt.

Die Erhöhung der benötigten Mittel ist durch die Preissteigerungen bei den Baustoffen begründet und unausweichlich, um die Baumaßnahme ordnungsgemäß abschließen zu können.

Bisher wurden für die Baumaßnahme folgende Mittel bereitgestellt:

2020 800.000 €  
2021 100.000 €  
2022 110.000 €

Mit den beantragten Mitteln erhöht sich die Bausumme auf 1.050.000 €.

Thomsen  
Bürgermeister



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-119/2022

Federführendes Amt	Stabstelle Haushalt und Steuerungsunterstützung
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung über die Genehmigung einer außerplanmäßigen Haushaltsausgabe für die Errichtung eines Zaunes auf dem Parkplatz im Schwarzenbergstadion**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt gemäß § 100 Hessische Gemeindeordnung i.V.m. § 7 der Haushaltssatzung die überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 12.000 € für die Errichtung eines Zaunes auf dem Parkplatz im Schwarzenbergstadion (neue Investitionsnummer: I082010.11). Als Gegenfinanzierung wird die Einsparung bei der Investitionsnummer I082020.03 –Sanierung Panoramabad- in gleicher Höhe beschlossen, da diese Maßnahme in 2022 nicht zum Tragen kommt.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Die ausgewiesene Summe in der Haushaltssatzung wird nicht geändert, da entsprechende Einsparungen den Mehrausgaben entgegenstehen.

### **Sachdarstellung:**

Das Sportplatzgelände im Schwarzenbergstadion wird zum Parkplatz hin, der auch von den Besuchern des Panoramabades genutzt wird, mit einer lebenden Hecke abgetrennt. Nur in den beiden Randbereichen steht jeweils ein kleiner Maschendrahtzaun. Im Winter dieses Jahres gab es verstärkt Schäden auf der Spielfläche durch Wildschweine. Es war an dem Hang zu erkennen, dass sich die Wildschweine den Weg direkt durch die Hecke gesucht haben. Absperrbarken mit Leuchten führten zu keinem Erfolg. Die Wildschweine ließen sich davon nicht abhalten und verursachten an mehreren Tagen Schäden, die so beseitigt werden konnten, dass ein regulärer Spielbetrieb gerade noch möglich war. Nach Auffassung der Verwaltung und Fachleuten reicht die bestehende Hecke nicht mehr aus, den Schutz vor Wildschweinen zu garantieren. Es wird dringend empfohlen hier kurzfristig Abhilfe zu schaffen, in dem auf der gesamten Länge ein Maschendrahtzaun errichtet wird. Laut vorliegendem Angebot werden hierfür 12.000 € benötigt. Der Zaun soll ca. 1 m neben die Hecke in Richtung Parkplatz errichtet werden, damit das Schneiden der Hecke noch gewährleistet ist.

Es muss auch eine kurzfristige Lösung gefunden werden, da die Stadt im Juni 2022 Maßnahmen ergriffen hat, die Rasenfläche herzurichten, um Unebenheiten, die zum Teil auch durch die verursachten Schäden vorhanden waren, zu beseitigen und eine bessere Bepflanzbarkeit zu erreichen.

Noch erwähnt werden muss an dieser Stelle, dass der Fußballclub Großalmerode als Hauptnutzer des Platzes einen Antrag an die Stadt gestellt hat, eine grundlegende Sanierung der Rasenfläche zeitnah einzuplanen. Hierzu ist der Zaun unabdingbar erforderlich.

Für die Errichtung eines Zaunes im Schwarzenbergstadion sind im Haushaltsplan 2022 keine Mittel vorgesehen. Die Ausgaben sind unvorhersehbar gewesen und unausweichlich, um Schaden an dem Eigentum der Stadt zu verhindern.

Thomsen  
Bürgermeister



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-122/2022

Federführendes Amt	Bauamt
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung des Anreizprogramms für private Eigentümer im Rahmen des Förderprogramms „Lebendige Zentren“**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt das Anreizprogramm im Fördergebiet Lebendige Zentren Südstadt Großalmerode. Die Förderrichtlinie ist bekannt zu machen und tritt mit ihrer Bekanntmachung in Kraft.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Planung Eigenanteil Stadt: 50.000 €

### **Sachdarstellung:**

Die Stadt Großalmerode verfolgt das Ziel mit Hilfe des Städtebauförderprogramms „Lebendige Zentren“ im südlichen Teil der Kernstadt die Wohn- und Lebensqualität für alle Generationen zu verbessern. Mit Aufnahme in das Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“ und den damit verbundenen öffentlichen Maßnahmen sollen auch im privaten Bereich Investitionen in das Ortsbild angeregt und gefördert werden. Gemäß der Förderbestimmungen des Landes Hessen liegt hierbei der Schwerpunkt auf den historischen Gebäuden, der Geltungsbereich des Anreizprogramms wurde entsprechend räumlich abgegrenzt.

Private Eigentümer im Geltungsbereich des Anreizprogramms können für förderfähige Maßnahmen gemäß der Richtlinie im Bereich der Modernisierung und Instandsetzung von Gebäuden maximal 25 % der förderfähigen Ausgaben sowie maximal 19.999 € Fördersumme erhalten. Bei Wohnumfeldmaßnahmen ist die Förderung auf maximal 50 % der förderfähigen Ausgaben sowie maximal 5.000 € Fördersumme begrenzt. Maßnahmen im Freiraum im Verbund mit Nachbarn können zusätzlich gefördert werden.

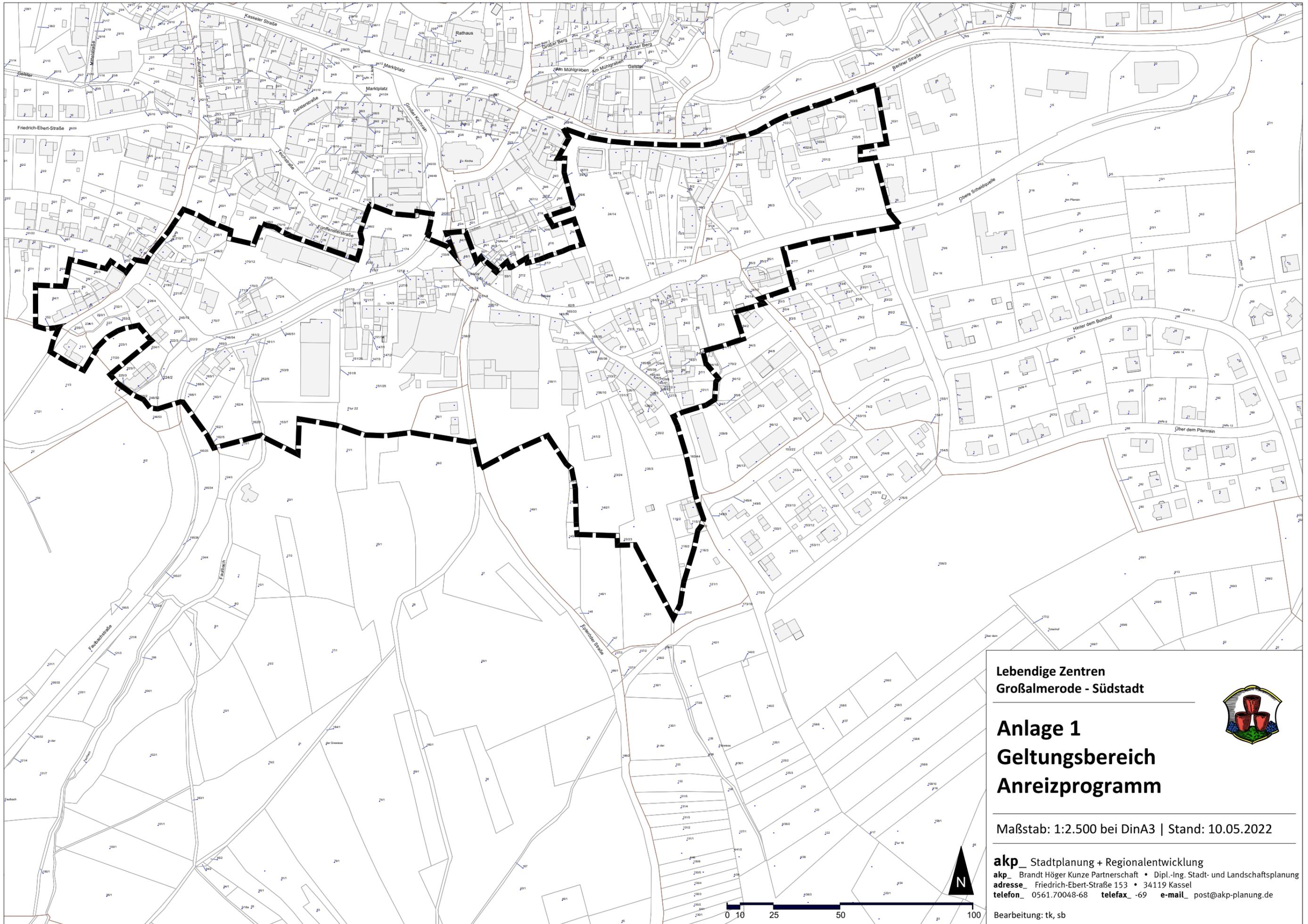
Das Anreizprogramm wird im Rahmen der Städtebaufördermaßnahme „Südstadt Großalmerode“ aufgelegt, die Richtlinie des Landes Hessen zur Förderung der Nachhaltigen Stadtentwicklung – „RiLiSE“ ist in der jeweils geltenden Fassung anzuwenden. Die jeweilige Bewilligung der Anreizförderung ist somit von der Verfügbarkeit der Fördermittel von Bund, Land und Kommune abhängig.

Die vorliegende Richtlinie und der Geltungsbereich des Anreizprogramms wurden mit der Hessen Agentur und dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen abgestimmt.

Thomsen  
(Bürgermeister)

Anlage(n):

1. Geltungsbereich
2. Richtlinie



Lebendige Zentren  
Großalmerode - Südstadt

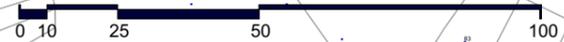


# Anlage 1 Geltungsbereich Anreizprogramm

Maßstab: 1:2.500 bei DinA3 | Stand: 10.05.2022

akp\_ Stadtplanung + Regionalentwicklung  
akp\_ Brandt Höger Kunze Partnerschaft • Dipl.-Ing. Stadt- und Landschaftsplanung  
adresse\_ Friedrich-Ebert-Straße 153 • 34119 Kassel  
telefon\_ 0561.70048-68 telefax\_ -69 e-mail\_ post@akp-planung.de

Bearbeitung: tk, sb





# **Richtlinie für das Anreizprogramm ENTWURF Stand 6. April 2022 Südstadt Großalmerode**

## Inhalt

Präambel .....	2
1. Ziele und Grundsätze der Förderung .....	2
2. Räumlicher Geltungsbereich .....	3
3. Fördergegenstände .....	4
3.1 Förderfähige Maßnahmen .....	4
3.2 Nicht förderfähige Maßnahmen .....	5
4. Art und Umfang der Förderung .....	5
4.1 Beratung .....	5
4.2 Finanzielle Förderung.....	6
5. Antrags- und Bewilligungsverfahren.....	6
5.1 Antragsberechtigte .....	6
5.2 Fördervoraussetzungen.....	7
5.3 Beantragung.....	7
5.4 Bewilligung .....	8
6. Auszahlung der Fördermittel .....	9
7. Nachweis der Mittelverwendung .....	9
8. Widerruf der Bewilligung, Versagen der Auszahlung .....	9
9. Bindungsfrist.....	10
11. Information und Öffentlichkeit.....	10
12. Inkrafttreten .....	10

## **Präambel**

Die Stadt Großalmerode verfolgt das Ziel mit Hilfe des Städtebauförderprogramms „Lebendige Zentren“ im südlichen Teil der Kernstadt die Wohn- und Lebensqualität für alle Generationen zu verbessern. Aktuelle Herausforderungen zeigen sich insbesondere beim Umgang mit historischer Bausubstanz und zukunftsorientierten (Nach-)Nutzungen von Gebäuden in der Südstadt sowie bei den Freiflächen.

Mit Aufnahme in das Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“ und den damit verbundenen öffentlichen Maßnahmen sollen auch im privaten Bereich Investitionen in das Ortsbild angeregt und gefördert werden.

Dafür wurde im Rahmen des Städtebauförderprogramms „Lebendige Zentren“ für das Fördergebiet ein Anreizprogramm aufgelegt. Es bietet durch eine fachliche Beratung und eine finanzielle Förderung den privaten Eigentümer\*innen eine Unterstützung bei der Umsetzung von Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen im Gebäudebereich sowie von Wohnumfeldmaßnahmen zur Aufwertung von privaten Freiräumen. So soll ein guter Erhaltungszustand der Bausubstanz gewährleistet, das historische Ortsbild attraktiv erhalten und der energetische Standard sowie die Wohnqualität der Gebäude weiter verbessert werden. Die Gestaltungsqualität der Vorgärten und Freiflächen soll weiter erhöht und Maßnahmen zur klimatischen Verbesserung und zum Schutz der Artenvielfalt gefördert werden.

Das Anreizprogramm bietet finanzielle Anreize für kleinere private Bau- und Sanierungsprojekte und soll durch vergleichsweise niedrigschwellige und vereinfachte Fördervoraussetzungen die Städtebaufördermittel einer Vielzahl von privaten Maßnahmen zugänglich machen. Mit Hilfe dieses attraktiven Förderangebots soll die Sanierungsquote im Fördergebiet erhöht und Leerstände dauerhaft abgebaut werden.

### **1. Ziele und Grundsätze der Förderung**

Das Anreizprogramm im Rahmen der Städtebauförderung „Lebendige Zentren“ soll heutige und künftige Eigentümer\*innen, langfristige Nutzer\*innen und potenzielle Investoren\*innen im Fördergebiet anregen, historische Gebäude baulich, energetisch und/oder nutzungsrelevant zu sanieren und das Wohnumfeld aufzuwerten.

Die Ziele sind, Bestandsgebäude für eine zeitgemäße und längerfristige Nutzung zu ertüchtigen, den Wohnstandort Südstadt zu stärken und private Freiräume aufzuwerten, Leerstände abzubauen und zur energetischen Ertüchtigung beizutragen.

Auf die Vorschriften der Gestaltungssatzung für den historischen Stadtkern von Großalmerode wird hingewiesen. Die Anreizförderung soll insbesondere dazu beitragen, die Ziele der Gestaltungssatzung im Bereich des Fördergebietes zu erreichen.

Ein Rechtsanspruch auf Förderung besteht nicht. Rechtsmittel können nicht eingelegt werden. Die Gewährung der Förderung ist von der Verfügbarkeit der Fördermittel von Bund, Land und Kommune abhängig.

Für die Förderung im Anreizprogramm ist die „Richtlinie des Landes Hessen zur Förderung der Nachhaltigen Stadtentwicklung – RiLiSE“ in der jeweils geltenden Fassung anzuwenden. Hinzu kommen eventuelle Regelungen im jeweiligen Zuwendungsbescheid.

## **2. Räumlicher Geltungsbereich**

Die Richtlinie gilt für Vorhaben innerhalb des im Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“ festgelegten Geltungsbereichs für das Anreizprogramm (Anlage 1).

### **3. Fördergegenstände**

#### **3.1 Förderfähige Maßnahmen**

##### **Modernisierung und Instandsetzung von Gebäuden**

Vorrangig gefördert werden von außen sichtbare Gebäude- und Grundstücksteile. Als förderfähig anerkannt werden können insbesondere folgende Maßnahmen, in Zusammenhang mit der Modernisierung und Instandsetzung von Fassaden:

- Sanierung von Gebäuden (Bausubstanz)
- Verbesserung des Wohnwertes von Gebäuden (Grundrisse, Balkone und ähnliches)
- Wiedernutzung von leerstehenden Gebäuden
- Schaffung von Barrierefreiheit oder -armut für ein altersgerechtes Wohnen
- Offenlegung von Fachwerk an Fassaden
- Instandsetzung von Fassaden und energetische Sanierungen
- Nutzung typischer regionaler Bauweisen und Baustoffe

##### **Wohnumfeldmaßnahmen**

Dazu zählen insbesondere:

- Entsiegelung und Begrünung von Freiflächen
- Gestaltung von Freiflächen (insbesondere Gestaltung der Einfriedungen und unbebauten Flächen entsprechend den Vorgaben der Gestaltungssatzung)
- Gestaltung von Hausvorbereichen im Verbund mit Nachbarn z.B. gemeinschaftliche Gartenflächen
- Verbesserung des Kleinklimas und Klimaanpassung durch Begrünung und/oder die Anlage von temporären und dauerhaften Wasserflächen
- Steigerung der Biodiversität durch insektenfreundliche Bepflanzung
- Schaffung von ebenerdigen Aufenthaltsbereichen im Freien für Bewohner\*innen
- 

Voraussetzung ist, dass die Wohnumfeldmaßnahme dem öffentlichen Interesse dient.

### **3.2 Nicht förderfähige Maßnahmen**

Dazu zählen insbesondere:

- Bewegliche, nicht fest verbaute Bauteile.
- Maßnahmen ausschließlich in Innenräumen
- Ausschließliche Instandhaltungsarbeiten.

Maßgeblich für die Förderfähigkeit ist die RiLiSE.

## **4. Art und Umfang der Förderung**

Die Förderung besteht aus zwei Komponenten: einer fachlichen Beratung und einer finanziellen Förderung.

### **4.1 Beratung**

Grundlage der Gesamtförderung ist eine bis zu 8 Arbeitsstunden kostenfreie fachliche Beratung durch das Fördergebietsmanagement hinsichtlich der Fördermöglichkeiten und des Antrags- und Genehmigungsverfahrens und architektonische Beratung des beauftragten Beratungsbüros über die beabsichtigten Sanierungsmaßnahmen in städtebaulicher, gestalterischer und landschaftsplanerischer Hinsicht. Sie zielt auf die Vereinbarkeit der Sanierung mit der baulichen Umgebung in gestalterischer Hinsicht und bezüglich der zu verwendenden Materialien im Außenbereich. Diese Beratung kann als Erstberatung vor der Erstellung eines Sanierungskonzepts ebenso wie mit einem vorliegenden Sanierungskonzept erfolgen. Die Erstberatung soll Möglichkeiten und Wege einer zukünftigen Nutzung des jeweiligen Objekts aufzeigen.

Sie kann die folgenden Punkte umfassen:

- eine Startberatung zur Erläuterung der Förderbedingungen,
- die baufachliche Beratung zum geplanten Vorhaben,
- eine Beratung zur Stellung des Förderantrags,
- eine Beratung bei der Durchführung des Förderprojekts (z. B. bei Ausschreibungen und der Bewertung von Architekturplänen),
- eine Beratung bei der Abwicklung der geförderten Maßnahme (z. B. bei der Rechnungsbearbeitung).

## **4.2 Finanzielle Förderung**

Die finanzielle Förderung wird als Anteilsfinanzierung zur Projektförderung im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel als nicht rückzahlbarer Zuschuss zu den förderfähigen Ausgaben gewährt.

Die Förderung ist bei Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen an Gebäuden auf maximal 25 % der förderfähigen Ausgaben sowie maximal 19.999 € Fördersumme begrenzt. Bei Wohnumfeldmaßnahmen ist die Förderung auf maximal 50 % der förderfähigen Ausgaben sowie maximal 5.000 € Fördersumme begrenzt. Bei Maßnahmen im Freiraum im Verbund mit Nachbarn (z.B. Entsiegelung, begrünte Mülltonneneinhausung als untergeordneter Bestandteil einer Freiflächengestaltung) beträgt die Fördersumme max. 50 % der förderfähigen Ausgaben und max. 7.000 € pro Partei (Grundstück).

Arbeitsleistungen der Bauherrnschaft (Eigenleistungen) werden als förderfähig anerkannt, soweit sie nach Art und Umfang angemessen sind. Förderfähig sind die Ausgaben für Material und die Arbeitsstunden gemäß geltender RiLiSE (derzeit mit einem Stundensatz von 15 €). Eigenleistungen müssen belegmäßig nachgewiesen und mit Stundennachweis und Angaben zu den erbrachten Leistungen erfasst sein, so dass sie von einer unabhängigen Stelle geprüft werden können.

Die Maßnahmen müssen mindestens 10 Jahre so genutzt werden, wie sie beantragt und bewilligt wurden (Zweckbindungsfrist).

Die Doppelförderung aus mehreren Förderprogrammen ist unzulässig. Eine ergänzende Förderung durch andere Förderprogrammen ist im Einzelfall zu prüfen. Dabei ist darauf zu achten, dass es sich um klar abgegrenzte Fördergegenstände handelt. In der Abrechnung der Förderung muss die Trennung nachvollziehbar sein.

## **5. Antrags- und Bewilligungsverfahren**

### **5.1 Antragsberechtigte**

Antragsberechtigt sind private Eigentümer\*innen (bzw. Eigentumsgemeinschaften) von Gebäuden im Fördergebiet bzw. Erbbauberechtigte mit Erbbauverträgen über mindestens 66 Jahre.

## **5.2 Fördervoraussetzungen**

Gefördert werden können alle unter Nummer 3 genannten Maßnahmen, die noch nicht begonnen oder umgesetzt worden sind.

Auf einem Grundstück kann maximal eine Förderung von Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen und eine Förderung zur Verbesserung und Gestaltung von Freiflächen erfolgen.

Ein von einem Architekturbüro erstelltes Sanierungskonzept muss ebenso vorliegen, wie dessen Genehmigung durch die Denkmalbehörde.

Es sind die jeweils gültigen Vergabevorschriften einzuhalten. Über die Vergabevorschriften wird bei der fachlichen Beratung durch das Fördergebietsmanagement vor Antragstellung informiert.

## **5.3 Beantragung**

Die Antragstellung erfolgt bei der Stadt Großalmerode – Bauamt in schriftlicher Form, in der Regel durch E-Mail mit Anhängen.

Einzureichen sind:

- ausgefülltes Antragsformular,
- Beschreibung von Lage und Zustand des Objekts und Fotos vom Ist-Zustand,
- Auszug aus der Flurkarte,
- Beschreibung der geplanten Maßnahmen (Sanierungskonzept) in Wort und Bild (Zeichnungen, Skizzen, Visualisierungen) unter Angabe der zu verwendenden Materialien,
- ggf. denkmalrechtliche Genehmigungen,
- Angebote bzw. Kostenschätzung pro Gewerk und ein Finanzierungsplan,
- Beratungsvermerk durch das Fördergebietsmanagement, architektonische Beratung, Energieberatung (sofern vorhanden),
- Zeitplan.

Der Förderantrag wird durch die Bauverwaltung nach den folgenden Kriterien geprüft:

- Förderfähigkeit,

- Relevanz der Maßnahme im Hinblick auf das Städtebauförderprogramm bzw. ISEK
- architektonische Qualität der auszuführenden Maßnahme in Hinsicht auf die städtebauliche Wirkung,
- Nachhaltigkeit der Maßnahme: Verwendung langlebiger, regional verfügbarer Baumaterialien, deren Herstellung die Umwelt möglichst gering belastet und die wiederverwendet oder weiterverwertet werden können,
- Auswirkungen auf das Mikroklima und die Biodiversität, sowie Bedeutung als Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahme.

## **5.4 Bewilligung**

Über die eingereichten Anträge wird im Gremium der Lokalen Partnerschaft, bestehend aus Vertreter\*innen der örtlichen Zivilgesellschaft, der Verwaltung und der Politik, in der Regel im Abstand von 3 Monaten beraten. Das Gremium entscheidet mit einfacher Mehrheit über die Förderempfehlung für die jeweilige Maßnahme an den Magistrat und kann zudem Vorschläge für an die Förderung geknüpfte Auflagen formulieren. Mitglieder der Lokalen Partnerschaft können auch eigene Anträge stellen, dürfen über diese Anträge aber nicht selbst entscheiden.

Die Bewilligung erfolgt durch den Magistrat der Stadt Großalmerode, woraufhin eine Fördervereinbarung zwischen der Stadt Großalmerode und der Bauherrin oder dem Bauherren abzuschließen ist. In der Fördervereinbarung werden der voraussichtliche Höchstförderbetrag genannt, der Durchführungszeitraum und weitere Rahmenbedingungen der Förderung festgelegt.

Erst nach dem Abschluss dieser Fördervereinbarung kann mit der Baumaßnahme begonnen werden. Als Baubeginn gilt die Auftragsvergabe der Bauleistungen, bei Eigenleistung der Beginn der Arbeiten. Der Baubeginn ist schriftlich, in der Regel mittels E-Mail, beim Bauamt der Stadt Großalmerode anzuzeigen.

Die Bewilligung oder Ablehnung einer Maßnahme wird dem Gremium Lokale Partnerschaft und dem Fördergebietsmanagement mitgeteilt, um aus den jeweiligen Begründungen Schlussfolgerungen für zukünftige Förderanträge zu ziehen. Weiterhin wird die Lokale Partnerschaft über den Abschluss informiert.

## **6. Auszahlung der Fördermittel**

Die Auszahlung der Fördermittel erfolgt nach Vorlage und Prüfung der Rechnungen und Zahlungsbelege, die spätestens drei Monate nach Abschluss der Maßnahme sowie des Nachweises der Mittelverwendung einzureichen sind. Die Höhe der Auszahlung ist abhängig von den tatsächlich entstandenen förderfähigen Ausgaben bis zur Höhe der bewilligten Fördersumme. Eine Abschlagszahlung in Höhe von 50% der Fördersumme während der Maßnahme ist ab der Ausgabe von 50% der förderfähigen Gesamtausgaben möglich. Die Auszahlung der Schlussrate erfolgt dann nach Abschluss der Sanierungsmaßnahme. Bei der Beantragung der Abschlagszahlung ist das Erreichen oder Überschreiten von 50% der förderfähigen Gesamtausgaben durch Rechnungen und Zahlungsbelege nachzuweisen.

## **7. Nachweis der Mittelverwendung**

Der Zuwendungsempfänger legt spätestens drei Monate nach Abschluss der Maßnahme eine Ausgabenaufstellung, Kopien der zugehörigen Rechnungsbelege sowie der Zahlungsnachweise vor. Der Abschluss der Maßnahme ist durch Fotos zu dokumentieren. Alle Unterlagen und Belege sind von den Antragssteller\*innen mindestens für die Dauer der Zweckbindung (10 Jahre) aufzubewahren.

Für die Ausgabenaufstellung wird ein Formular bereitgestellt.

## **8. Widerruf der Bewilligung, Versagen der Auszahlung**

Die Bewilligung wird widerrufen und die Auszahlung der Fördermittel versagt, wenn:

- die Maßnahme bereits begonnen wurde (außer Planungsleistungen),
- der Zuwendungsempfänger zu Unrecht, auch durch unzutreffende Angaben, die Förderung erlangt hat,
- die Förderung nicht für den vorgegebenen Zweck verwendet wurde,
- der für die Bewilligung der Förderung maßgebende Verwendungszweck innerhalb von 10 Jahren entfällt oder ohne Zustimmung der bewilligenden Stelle geändert wurde,
- wesentliche Mängel in der Bauausführung vorliegen, die die angestrebte Nutzung beeinträchtigen oder verhindern,

- der Zuwendungsempfänger den Verwendungsnachweis nicht ordnungsgemäß führt und vorlegt,
- die sonstigen mit der Bewilligung verbundenen Nebenbestimmungen nicht erfüllt werden oder gegen diese Richtlinie verstoßen wurde.

## **9. Bindungsfrist**

Die Bindungsfrist der Förderzusage beträgt zwei Jahre ab dem Datum der Bewilligung. Durch einen formlosen, begründeten Antrag beim Bauamt der Stadt Großalmerode kann die Verlängerung der Bindungsfrist um weitere zwei Jahre beantragt werden. Ist die beantragte und bewilligte Maßnahme bis zum Ende der Bindungsfrist nicht abgeschlossen, erlischt die Bewilligung stillschweigend. Die geförderten Objektbestandteile unterliegen einer Zweckbindungsfrist und müssen mindestens zehn Jahre so genutzt werden, wie sie beantragt und bewilligt wurden.

## **10. Umlage auf Mietparteien**

Die Ausgaben der geförderten Maßnahme (Zuschuss und Eigenanteil) dürfen weder ganz noch teilweise direkt oder indirekt auf die Mieter\*innen oder Pächter\*innen umgelegt werden.

## **11. Information und Öffentlichkeit**

Die Bauherrin oder der Bauherr stimmen ausdrücklich der Verwendung ihres Sanierungsobjekts als Praxisbeispiel durch die Stadt Großalmerode und das Land Hessen zu. Dazu gehören Pressemitteilungen und ggf. Baustellenbesichtigungen, die vorab abgestimmt werden. Die Stadt Großalmerode kann hierfür relevante Informationen zur Sanierung und geplanten Nutzung anfordern und veröffentlichen.

## **12. Inkrafttreten**

Diese Richtlinie tritt am Tag ihrer Bekanntmachung in Kraft.

## **Anlage 1: Abgrenzung des Fördergebiets**



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-124/2022

Federführendes Amt	Bauamt
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung der Zusammensetzung des Gremiums Lokale Partnerschaft im Rahmen des Förderprogramms "Lebendige Zentren"**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die Zusammensetzung der Lokalen Partnerschaft im Rahmen des Förderprogramms Lebendige Zentren aus den folgenden Vertretern:

*Nr. Institution / Gruppe*

#### ZIVILGESELLSCHAFT

- 1 Evangelische Kirche
- 2 Diakonie
- 3 Seniorenbeirat
- 4 Jugendparlament
- 5 Familienbeirat
- 6 lokaler "Kümmerer" des IKZ-Projekts "Energetische Quartierssanierung"
- 7 in Gründung befindliche Bürgergruppe zum Erhalt historischer Gebäude
- 8 in Gründung befindlicher Bürgerverein Großalmerode
- 9 Schulsozialarbeiterin

#### VERWALTUNG

- 10 Bürgermeister
- 11 Bauamt
- 12 Fördergebietsmanagement – Büro akp\_
- 13 Fördergebietsmanagement – Büro akp\_

#### POLITIK

- 14 Ortsbeirat Kernstadt
- 15 CDU-Fraktion
- 16 SPD-Fraktion
- 17 WG-Fraktion

### **Finanzielle Auswirkungen:**

-

### **Sachdarstellung:**

Das städtebauliche Förderprogramm „Lebendige Zentren“ sieht die Einrichtung eines prozessbegleitenden Gremiums namens „Lokale Partnerschaft“ vor. Die gemäß des Stadtverordnetenbeschlusses VL-149/2020 vom 24.09.2020 gebildete Lokale Partnerschaft begleitet den Förderprozess und berät die Stadtverwaltung sowie die politischen Gremien bei Umsetzung der Projekte innerhalb des Förderprogramms. Im Rahmen der Erstellung des

Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK) haben sich die Mitglieder bereits in die Erarbeitung des Entwicklungskonzeptes für die „Südstadt“ in Großalmerode eingebracht. Mit dem Beschluss des ISEKs (VL-62/2022 vom 05.05.2022) beginnt nun die Umsetzungsphase des in der Regel zehnjährigen Förderzeitraums.

Das ehrenamtliche Gremium wird aus öffentlichen, politischen, privaten und zivilgesellschaftlichen Akteuren zusammengesetzt, dient der Vernetzung aller wesentlichen Gruppen für die Entwicklung der Südlichen Kernstadt und nimmt eine Multiplikatorenfunktion ein. Die Lokale Partnerschaft kommt im Regelfall dreimal pro Jahr zusammen, bei Bedarf häufiger und soll den gesamten Förderprozess begleiten. Ihr Votum bzw. ihre Empfehlung ist bei allen grundsätzlichen Entscheidungen im Rahmen des lebendigen Zentrums einzuholen. Hierzu gehören insbesondere:

- Zeit- und Maßnahmenplanung inkl. Priorisierung von Maßnahmen
- Fördermittelplanung und Begleitung der jährlichen Förderanträge
- Entscheidungen über Anträge zur Anreizförderung (Votum über Förderempfehlung an den Magistrat)
- Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligungen im Rahmen des Programms
- Empfehlungen zu Projektumsetzung

Thomson  
(Bürgermeister)



# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-123/2022

Federführendes Amt	Bauamt
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung des Antrags zum Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt den Förderantrag zur Ausschreibung 2022 im Rahmen des Landesprogramms „Zukunft Innenstadt“ in der vorliegenden Fassung. Im Falle der Aufnahme der Stadt Großalmerode in das Programm ist zur Umsetzung der Projekte der kommunale Eigenanteil aus Haushaltsmitteln bereitzustellen.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Abhängig von Umfang der Projektförderung

Sofern im laufenden Haushaltsjahr noch Mittel verausgabt werden sollten, müsste die Stadtverordnetenversammlung eine außerplanmäßige Haushaltsausgabe beschließen. Als Gegenfinanzierung könnten ggf. eingesparten Mittel im Bereich Lebendige Zentren verwendet werden.

### **Sachdarstellung:**

Die wesentliche Herausforderung in der Innenstadt Großalmerodes sind die steigenden Leerstandzahlen in den Ladenlokalen. Allein im direkten Umfeld des Marktplatzes sind derzeit vier Ladenleerstände vorhanden. Neben dem geänderten Einkaufsverhalten, sind es vor allem die nicht mehr benötigten und nicht mehr zeitgemäßen, z.B. stark verwinkelten, sanierungsbedürftigen Verkaufsflächen, die einer Wiedervermietung entgegenstehen.

Das in Folge der Corona-Pandemie erstmals aufgelegte Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“ des Landes Hessen soll den Kommunen die zeitgemäße Weiterentwicklung der Innenstädte ermöglichen. Der Fördermittelgeber beschreibt das Ziel und den Umfang der Förderung wie folgt: „Unter dem Motto „Geben Sie der Zukunft Ihrer Innenstadt Raum“ wurden alle hessischen Kommunen aufgerufen, gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren vor Ort Projekte zu entwickeln, die mutige und zukunftsweisende Wege bei der nachhaltigen Gestaltung der Innenstädte aufzeigen. Mit einem Raum-Budget von maximal 300.000 Euro können bis zu drei Projekte in der Innenstadt bzw. in zentralörtlichen urbanen Gebieten gefördert werden. Das Land stellt hierfür Fördermittel in Höhe von 10 Millionen Euro für die Umsetzung der Raum-Budgets zur Verfügung. Die Förderung beträgt bis zu 90% der zuwendungsfähigen Ausgaben.“

Die Stadt Großalmerode bewirbt sich mit den drei Projekten beim Landesprogramm. Mit Hilfe des „Modellprojekts Umbau Läden“ soll mindestens ein länger leerstehender Laden in der Innenstadt in dringend benötigten barrierefreien (-armen) Wohnraum umgebaut werden (Kostenkalkulation 275.000 €). Alternativ in ein Co-Working Gemeinschaftsbüro oder andere innovative gewerbliche

Konzepte. Mit Hilfe des „Neustarts Ratskeller“ soll die Neuverpachtung des Ratskellers mit einem Umbaubudget verbunden werden, das besonders guten gastronomischen Konzepte zu Gute kommen soll (Kostenkalkulation 15.000 €). Weiterhin soll ein „Innenstadtmanagement“ eingerichtet werden, das die Stadtverwaltung bei Koordination und Abwicklung des Förderprogramms unterstützt, die Öffentlichkeitsarbeit koordiniert und den Kontakt zu den privaten Eigentümern herstellt (Kostenkalkulation 10.000 €).

Der Förderantrag ist von der Stadtverwaltung am 13.5.2022 bei der Hessen Agentur eingereicht worden, zur Teilnahme am Antragsverfahren ist die Nachreichung des Beschlusses der Stadtverordnetenversammlung notwendig. Da der Förderaufruf sehr kurzfristig am 4.4.2022 vom Ministerium veröffentlicht wurde, war ein vorläufiger Beschluss der städtischen Gremien nicht möglich. Eine Entscheidung über die Fördermittel durch den Fördermittelgeber wird im Herbst 2022 erwartet.

Die Höhe des staatlichen Förderanteils (Förderquote) richtet sich nach der finanziellen Leistungsfähigkeit der Stadt oder der Gemeinde und ihrer Stellung im Finanz -und Lastenausgleich nach § 56 Hessisches Finanzausgleichsgesetz (HFAG). Der kommunale Anteil beträgt min. 10 % und max. 20 %.

Thomson  
(Bürgermeister)

Anlage(n):

1. Antragsformular

Senden Sie Ihren Antrag bitte bis zum **16. Mai 2022** per Mail an:  
[zukunft.innenstadt@hessen-agentur.de](mailto:zukunft.innenstadt@hessen-agentur.de)

## Antragsformular

# Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ Ausschreibung 2022: Geben Sie der Zukunft Ihrer Innenstadt Raum

Hiermit beantragt die Stadt / Gemeinde **Großalmerode**  
eine Förderung aus dem Landesprogramm Zukunft Innenstadt.

### Angaben zur Kommune

Landkreis	Werra-Meißner-Kreis
Einwohnerzahl	6.384 Einwohner*innen (Stand: 31.12.2020).
Anschrift	Marktplatz 11, 37247 Großalmerode
Auskunft erteilt	Herr Bgm. Thomsen / Herr Siebold
Telefon	05604 9335-16 (Herr Bürgermeister Thomsen) 05604 9335-15 (Bauamtsleiter Joachim Siebold)
E-Mail	finn.thomsen@grossalmerode.de Joachim.Siebold@grossalmerode.de

### Beantragtes Raum-Budget

(maximal 3 Projekte mit einem Gesamtbudget von maximal 300.000 Euro!)

Projekt	Projekttitel	Kostenkalkulation
Projekt 1	Modellprojekt Umbau Läden	275.000 €
Projekt 2	Neustart Ratskeller	15.000 €
Projekt 3	Management	10.000 €
<b>Summe</b>		<b>300.000 €</b>

### Haben Sie sich bereits im Jahr 2021 um eine Förderung beworben?

- Ja, wir haben uns beworben und ein Innenstadtbudget erhalten
- Ja, aber wir wurden nicht aufgenommen

Nein, wir haben uns im Jahr 2021 nicht beworben

## Fragen zur Situation in Ihrer Innenstadt

### Wie ist die aktuelle Situation in Ihrer Innenstadt?

#### Beschreiben Sie kurz Ihre aktuellen Herausforderungen:

(max. 1.500 Zeichen)

Die im nordhessischen Werra-Meißner-Kreis gelegene Kleinstadt Großalmerode wird als Grundzentrum eingestuft. In der Kernstadt lebt mit ca. 3.200 Personen etwa die Hälfte der Einwohner\*innen der Gesamtkommune. Die Innenstadt Großalmerodes ist geprägt durch einen historischen Fachwerkbestand sowie einige klassizistische Häuser rund um den Marktplatz. Teile der historischen Gebäudesubstanz stehen in Form von Einzeldenkmälern oder Gesamtanlagen unter Denkmalschutz. In den oberhalb der Erdgeschosszonen liegenden Stockwerken dominiert die Wohnnutzung. Viele der Erdgeschosszonen der Hauptstraße sind mit Geschäften belegt, jedoch ist das Angebot begrenzt. Zur Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist hier ein Supermarkt, eine Bäckerei und eine Fleischerei zu finden. Im Bereich der Gastronomie sind ein italienisches und ein gutbürgerliches Restaurant, ein Eiscafé und ein Hotel mit Restaurantbetrieb vorhanden, allerdings gibt es direkt am Marktplatz kein gastronomisches Angebot mehr. Außerdem wird das Angebot durch einzelne Dienstleistungsbetriebe ergänzt. Die wesentliche Herausforderung sind die steigenden Leerstandzahlen in den Ladenlokalen der historischen Innenstadt. Allein im direkten Umfeld des Marktplatzes sind derzeit vier Ladenleerstände vorhanden. Neben dem geänderten Einkaufsverhalten, sind es vor allem die nicht mehr benötigten und nicht mehr zeitgemäßen, z.B. stark verwinkelten, sanierungsbedürftigen Verkaufsflächen, die einer Wiedervermietung entgegenstehen.

### Haben Sie bereits Prozesse in die Wege geleitet oder eine Strategie entwickelt, um Ihre Innenstadt zu stärken?

#### Lassen sich Ihre Projekte aus Ihrer Strategie ableiten? Erläutern Sie Ihre Ansätze kurz:

(max. 1.500 Zeichen)

Die Stadt Großalmerode arbeitet kontinuierlich an einer strategischen und zielorientierten Steuerung. Durch Beschluss der Stadtverordnetenversammlung im Jahr 2020 wurden 8 strategische Oberziele für die zukünftige Entwicklung festgelegt. Darunter fällt beispielsweise die jährliche Verminderung der Anzahl ungenutzter Gebäude in der Stadt und der Aufbau eines wirksamen Standortmarketings.

Strategien zur Stärkung der Innenstadt sind im aktuell erstellten ISEK für die südliche Kernstadt Großalmerodes formuliert und wurden gemeinsam mit der Bürgerschaft in einem breiten Beteiligungsprozess entwickelt. Auch das sich aktuell in der Erstellung befindliche Konzept zur Dorfentwicklung (IKEK) wird in Zukunft weitere Ansätze zur Entwicklung der Stadt liefern.

Im ISEK formulierte Ziele umfassen beispielsweise die Belebung von Leerständen, die Schaffung von barrierefreien Wohn- und Straßenräumen oder die Erhöhung der Sanierungsquote. In konkreten, durch das Programm Lebendige Zentren geförderten Maßnahmen wie z.B. einem Anreizprogramm für Eigentümer\*innen von historischen Gebäuden, oder neuen Platz- und Straßenraumgestaltungen kann im Zuge einer Belebung und Attraktivierung der südlichen Kernstadt auch eine Stärkung der Innenstadt durch im Förderprogramm entstehende Synergieeffekte angestoßen werden. Der Marktplatz selbst befindet sich im Fördergebiet des auslaufenden Programms Stadtumbau.

Die beantragten Projekte sind direkt aus den genannten Strategieentwicklungen abgeleitet.

### Welche aktiven Mitstreiterinnen und Mitstreiter begleiten Ihren Innenstadtprozess? Arbeiten Sie bereits ressortübergreifend? Beteiligen Sie wichtige Akteurinnen und Akteure, die Bevölkerung und Schlüsselpersonen?

#### Nennen Sie uns die Partnerinnen und Partner Ihrer Innenstadt:

(max. 1.500 Zeichen)

Der Größe der Stadt entsprechend ist die Anzahl der beteiligten Akteure überschaubar und die Kommunikationswege zwischen den einzelnen Ressorts kurz. Mit dem ISEK-Prozess im Jahr 2021, der Lokalen Partnerschaft Lebendige Zentren und dem derzeit laufenden IKEK-Prozess sind Schlüsselpersonen und Bevölkerung vielfältig in die Stadtentwicklung eingebunden, so dass neue Formate oder Gremien nicht notwendig sind. Über den Ortsbeirat, die lokale Partnerschaft und die kommunalen Gremien sind alle wichtigen Akteure beteiligt. Die Stadtverwaltung steht im engen und fortlaufenden Kontakt mit den ansässigen Hauseigentümer\*innen und Gewerbetreibenden. Abstimmungen mit den relevanten Fachbehörden des Werra-Meißner-Kreises (hier z.B. Bauaufsicht und Denkmalpflege und Altenhilfe- und Sozialplanung) sind im Rahmen der Projektumsetzung vorgesehen. Erste Gespräche mit einzelnen Hauseigentümer\*innen wurden bereits geführt, um die grundsätzliche Bereitschaft zum Umbau abzufragen.

Ein weiterer Akteur für die Großalmeröder Innenstadt ist der Gewerbeverein. Dieser besteht seit dem Jahr 1981 und veranstaltet Aktionen wie das Altstadtfest oder die Almeröder Tontage und unterstützt andere Vereine sowie das aktive Gewerbetreiben.



# Beantragtes Raum-Budget

Was sind Ihre Projektideen (maximal 3 Projekte)? Beschreiben Sie Ihre Projekte kurz!

**Hinweis:**

Den Ausschreibungsunterlagen liegen die Förderrichtlinien bei. Bitte prüfen Sie, ob sich Ihre Projektidee und dessen Bestandteile in der Förderrichtlinie wiederfinden lassen! Bei Fragen zur Förderfähigkeit können Sie sich an die Geschäftsstelle Zukunft Innenstadt wenden. Die Kontaktdaten finden Sie in der Ausschreibung.

## Projekt 1

**Projekttitle** Modellprojekt Umbau Läden

**Projektbeschreibung**

(max. 1.500 Zeichen)

Es soll mindestens einer der schon länger leerstehenden Läden im Umfeld des Markts modellhaft umgebaut werden. Hauptziel ist die Schaffung von dringend benötigten barrierefreien (-armen) und zentrumsnahen Wohnungen in den ehemaligen Ladenflächen, alternativ sind aber auch innovative gewerbliche Konzepte wie ein Co-Working Gemeinschaftsbüro für Beschäftigte, die derzeit in Großalmerode im Home Office Arbeiten.

Hierbei sind die Ladenflächen für die neue (Wohn-)Nutzung umzubauen, bei Umbau und Modernisierung der zugehörigen Erdgeschossfassaden wird ein Beitrag zur Stadtgestaltung und energetischen Sanierung geleistet, indem große Schaufenstereinbauten teilweise oder ganz zurückgebaut werden. Drei der leerstehenden Ladenflächen können potenziell stufenlos erreicht werden und kommen für den Umbau zu barrierefreiem Wohnraum in Frage.

Grundlage für die Kalkulation sind Baukosten von 2.750 € pro qm Wohnfläche in einem Fachwerkhaus mittleren Zustands zzgl. 25 % Baunebenkosten bei einer Wohnfläche von 2x 40 qm bzw. insgesamt 80 qm.

**Kostenkalkulation**

275.000 €

## Projekt 2

**Projekttitle** Neustart Ratskeller

**Projektbeschreibung**

(max. 1.500 Zeichen)

Das Restaurant im Ratskeller im Erdgeschoss des Rathauses ist in Folge der Corona-Pandemie im Jahr 2020 geschlossen worden und steht seitdem leer. Die Gaststätte umfasst einen Gastraum mit Theke sowie einen kleinen Saal, eine gut ausgestattete Küche sowie weitere Nebenräume. Vor der Gaststätte besteht die Möglichkeit ein außergastronomisches Angebot zu betreiben. Alle Versuche zur Neuverpachtung sind bislang fehlgeschlagen. Gefördert werden soll ein Budget zur Neuausstattung der Gasträume, da Tische und Stühle derzeit nicht zur Ausstattung gehören und neu beschafft werden müssen, um die Räumlichkeiten wieder in Nutzung zu bringen. Der Neustart des Ratskellers soll mit einem Ausstattungsbudget verbunden werden, um die Investitionshürden für mögliche neue Pächter abzumildern. Mit der Förderung soll ein Mehrwert für Stadtgesellschaft verbunden werden, etwa durch ein Mittagstisch für Senior\*innen, speziellen Angeboten für die lokalen Vereine oder ein kulturelles Angebot. Die Ausschreibung zur Neuverpachtung soll in Form eines niedrigschwelligen Konzeptwettbewerbs durchgeführt werden, so dass das neue gastronomische Konzept sich möglichst gut in das bestehende Angebot integriert und eine nachhaltige Bewirtschaftung gewährleistet ist.

**Kostenkalkulation**

15.000 €

## Projekt 3

**Projekttitle** Management

**Projektbeschreibung**

(max. 1.500 Zeichen)

Das Innenstadtmanagement koordiniert die Projektumsetzung und berät die Stadtverwaltung und die privaten Eigentümer\*innen bezüglich der Förderung und übernimmt den Kontakt zum Fördermittelgeber. Weiterhin koordiniert das Management die Öffentlichkeitsarbeit. Hierzu gehört, das Modellprojekt Umbau Läden als gutes Beispiel bekannt zu machen und Ausschreibung der Verpachtung Ratskeller zu bewerben.

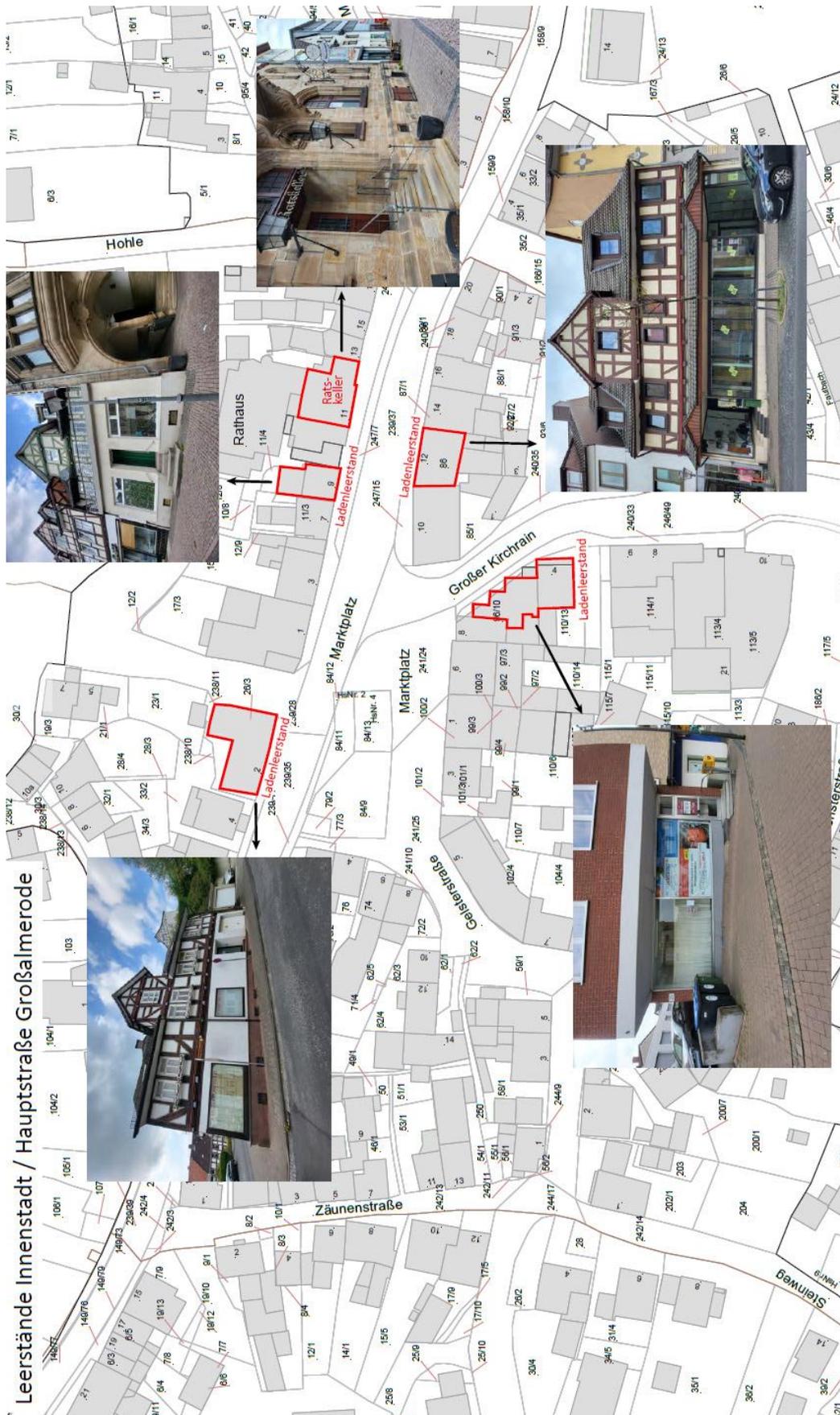
**Kostenkalkulation**

Management Projekt 1: 6.000 €  
Management Projekt 2: 4.000 €  
Summe: 10.000 €

# Wo in Ihrer Innenstadt sind Ihre Projekte zu finden?

Fügen Sie hier einen Lageplan mit Kennzeichnung der Projekte ein

Bitte achten Sie beim Einfügen von Bildmaterial auf die Dateigröße, so dass das Formular per Mail versendet werden kann.





# Charakteristik Ihres Projektpakets

## Reaktives oder proaktives Projektpaket?

Handelt es sich um Projekte, die sich aufgrund der Situationsbeschreibung aufdrängen oder um Projekte, die den Blick in die Zukunft richten, um frühzeitig auf sich abzeichnende Entwicklungen vorbereitet zu sein?

(max. 1.000 Zeichen)

Da bereits vorhandene Leerstände aktiviert werden sollen und Funktionsverluste in der Innenstadt Großalmerodes bereits bemerkbar sind, handelt es sich ein reaktives Projektpaket. Gleichzeitig wird auf eine zukunftsorientierte neue Nutzung von Anfang an Wert gelegt. Beispielsweise ist absehbar, dass der Bedarf an barrierefreiem Wohnraum in Zukunft noch weiter steigen wird, die Umnutzung von Ladenflächen zu barrierefreiem Wohnraum wird somit tendenziell immer wichtiger und das geförderte Modellprojekt soll Vorbildcharakter für weitere Umbauten haben.

## Klassische Projekte oder Experimente?

Worin liegt der experimentelle Charakter Ihrer Projekte? Haben sie experimentelle Ansätze oder werden ganz neue Wege beschritten?

(max. 1.000 Zeichen)

Der Umbau von Ladenflächen zu Wohnraum hat in der Region experimentellen Charakter, da neuer seniorengerechter Wohnraum ansonsten, wenn überhaupt, in Neubauten, die häufig am Ortsrand angesiedelt sind, entsteht. Der Neustart des Ratskellers hat experimentelle Ansätze, indem in der Ausschreibung künftig Gastronomiekonzepte besonders berücksichtigt werden sollen, die es so bisher noch nicht vor Ort gibt und die das soziale Leben in besonderem Maße bereichern.

## Nutzungen und Aufenthaltsqualität neu denken - innen wie außen?

Bleiben die Nutzungen der Projekte erhalten oder werden neue Nutzungen etabliert? Wie wird das Raumpotential in der Innenstadt erweitert und Raum geschaffen für vielversprechende neue Nutzungen und bessere Aufenthaltsqualität?

(max. 1.000 Zeichen)

Alle Leerstände sind schon seit längerer Zeit nicht mehr in Nutzung und durch die Förderung sollen neue Nutzungskonzepte bzw. Umbauten ermöglicht werden, die anderenfalls nicht realisierbar wären. Das Angebot an Ladenflächen wird in dieser Form in Großalmerode nicht mehr benötigt, die Umnutzung in nachgefragte Wohnungen im Zentrum der Stadt stellt daher einen neuen Ansatz dar und soll ein barrierefreies Wohnungssegment bedienen, das es bisher kaum in diesem Bereich gibt. Aus der Bevölkerung wurde in der Beteiligung zum ISEK immer wieder die Treffpunkt-Funktion von Gastronomie in Großalmerode genannt, die durch verschiedene Schließungen weggebrochen sei. Im Bereich der Gastronomie wird daher das Verpachtungskonzept modifiziert, so dass der soziale Aspekt betont wird und keine unnötige Konkurrenz zu den vorhandenen Restaurants geschaffen wird.

## Was sollten wir unbedingt über Ihre Projekte wissen?

Hier sind ein paar Zeilen Platz für Informationen zu Ihren Projekten, die Ihnen noch wichtig sind

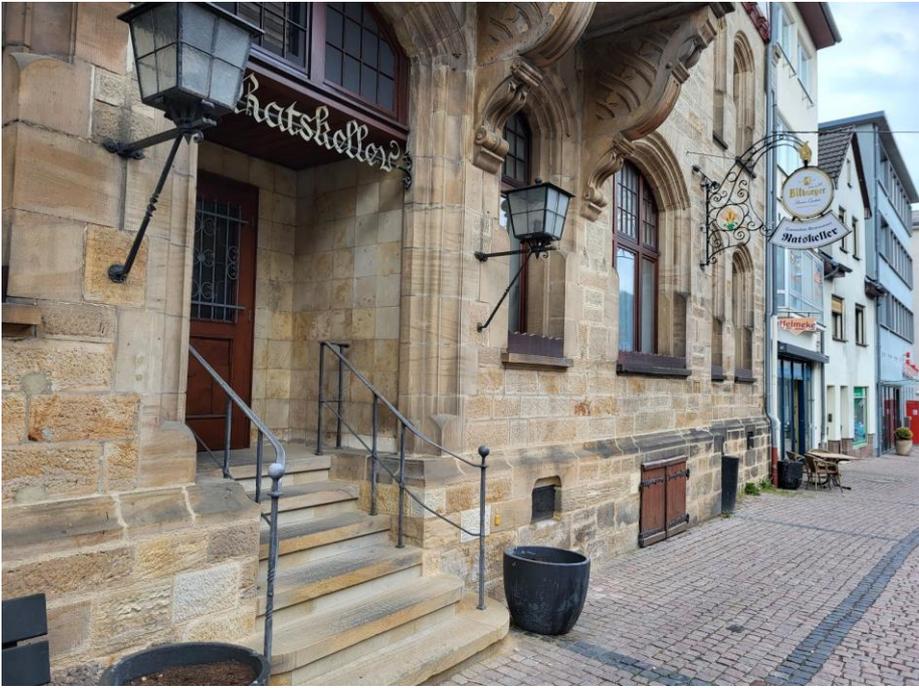
(max. 800 Zeichen)

Falls die Projekte bereits genauer definiert / verortet sind, können Sie zur Veranschaulichung hier Fotos einfügen (Gebäudeansicht, Straßenzug, Platz, öffentliche Grünfläche, etc.)  
Bitte achten Sie beim Einfügen von Bildmaterial auf die Dateigröße, so dass das Formular per Mail versendet werden kann.

### Fotos Projekt 1



### Fotos Projekt 2



Fotos Projekt 3





# Stadt Großalmerode

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

VL-115/2022

Federführendes Amt	Haupt- und Finanzabteilung
Datum	04.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Magistrat der Stadt Großalmerode	11.07.2022	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	14.07.2022	vorberatend
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

### **Betreff:**

**Beratung und Beschlussfassung über das Stadtmarketingkonzept**

### **Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt die Umsetzung der als Anlage beigefügten Maßnahmen für das Stadtmarketing. Die hierfür notwendigen Haushaltsmittel sind im Rahmen der Haushaltsplanung einzustellen.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Personalkosten: ca. 30.000 Euro p. a.

Sachkosten: ca. 20.000 Euro p. a.

### **Sachdarstellung:**

Im Rahmen der strategischen Ziele wurde festgelegt, dass bis 03/2023 ein wirksames Standortmarketing aufgebaut werden soll. In Vorbereitung dieses Standortmarketings wurde die Akademie für Absatzwirtschaft Kassel (AFAK) mit der Erstellung eines Marketingkonzeptes in Form eines Wettbewerbs der Abschlussgruppen beauftragt. Das Siegerkonzept der Gruppe DALMA Connection wurde in einer interfraktionellen Sitzung am 23.09.2020 vorgestellt.

Für die Entwicklung im Bereich des Tourismus wurde der Geo-Naturpark Frau-Holle-Land mit der Konzepterstellung beauftragt. In die Erstellung wurde der Runde Tisch Tourismus eingebunden. Das vorläufige Konzept wurde am 12.07.2021 vorgestellt und im September 2021 übergeben sowie den Mandatsträgern im Ratsinformationssystem zur Verfügung gestellt.

Beide Konzepte enthalten zahlreiche Maßnahmevorschläge. Diese wurden nun zusammengefügt, um ein einheitliches Konzept für Großalmerode zu erhalten. Die Maßnahmen wurden außerdem in eine Reihenfolge gebracht. Dazu wurden drei Zielkomplexe gebildet, welche inhaltlich aufeinander aufbauen:

1. Einheitliches Erscheinungsbild zur Außendarstellung
2. Zuzug von Privatpersonen und Gewerbe erhöhen
3. Tourismus ankurbeln

Die einzelnen Maßnahmen innerhalb der Zielkomplexe wurden priorisiert. Darauf aufbauend wurde ein Zeitplan für die Umsetzung entwickelt, sodass ein möglichst gleichbleibender jährlicher Aufwand entsteht. Der Umsetzungszeitraum erstreckt sich dadurch über die nächsten fünf Jahre.

Für die Umsetzung des Stadtmarketingkonzeptes sind für die Koordination der Maßnahmen sowie Abstimmung mit den Akteuren 10 Wochenstunden anzusetzen. Für die inhaltliche Erstellung und

Umsetzung der einzelnen Maßnahmen ist entsprechend des Zeitplanes ein Umfang von durchschnittlich 10 Wochenstunden anzunehmen. Die Wahrnehmung dieser Aufgabe soll durch touristisches Personal erfolgen, damit eine Ausweisung der Bürger-Information als Tourist-Information erfolgen kann (s. Ziel 3.1 b).

Es handelt sich somit um eine halbe Stelle einer touristischen bzw. vergleichbaren Fachkraft vorzugsweise mit Marketingkenntnissen, sodass jährliche Personalkosten von 30.000 Euro zu kalkulieren sind.

Bei den Sachkosten ist mit 20.000 Euro jährlich zu rechnen.

Zur Umsetzung des Konzeptes sind jährlich 50.000 Euro an Haushaltsmitteln notwendig. Diese Aufwendungen sind bei einer entsprechend positiven Beschlussfassung in der Haushaltsplanung der nächsten Jahre zur berücksichtigen.

Thomsen  
Bürgermeister

Anlage(n):

1. Stadtmarketingkonzept - Maßnahmeplan
2. Konzept AFAK - DALMA Connection 2020
3. Tourismuskonzept Großalmerode - Geo-Naturpark Frau-Holle-Land

# Maßnahmenplan Stadtmarketing Großalmerode

(basierend auf Konzepten einer Arbeitsgruppe der AfAK und einem Konzept des Geo-Naturparks Frau Holle Land)

## Formulierung der Ziele:

- Einheitliches Erscheinungsbild aller öffentlich verwendeten Dokumente und Werbemittel
- Steigerung der Attraktivität und des Bekanntheitsgrades der Stadt Großalmerode für potentielle NeubürgerInnen und TouristInnen.
- Ausschöpfen und Erweitern des touristischen Potenzials vor Ort und in der Region
- Vernetzung mit Vereinen, Organisationen und Nachbargemeinden
- Strategisches Vorgehen im Hinblick auf Werbemittel und Kommunikationsmaßnahmen

**Da die Ziele stark ineinandergreifen, wurden mögliche Maßnahmen auf Zielkomplexe aufgeteilt, deren Durchführung aufeinander aufbaut:**



### **Zielkomplex 1 - Einheitliches Erscheinungsbild zur Außendarstellung**

Die Herausforderung besteht darin, ein einheitliches Corporate Image zu schaffen, das in der Umsetzung von Zielkomplex 2 und 3 allen Verwendern zur Verfügung steht und damit den Wiedererkennungswert jeder Marketingmaßnahme steigert.

### **Zielkomplex 2 – Zuzug von Privat & Gewerbe erhöhen**

Um den Bekanntheitsgrad der Stadt Großalmerode zu erhöhen, müssen zunächst Benefits für NeubürgerInnen identifiziert werden, die einen Zuzug nach Großalmerode interessant machen. Danach sind Marketingmaßnahmen zu wählen, die potentielle NeubürgerInnen zielgerichtet ansprechen.

### **Zielkomplex 3 – Tourismus ankurbeln**

Die Grimmheimat-Nordhessen bietet ein breites Spektrum an Marketinginstrumenten für die Region. Hier gilt es, die für Großalmerode passenden zu wählen, und die touristischen Stärken der Stadt und des näheren Umlands stärker in den Fokus zu rücken.

## **Zielkategorien:**

### **Oberziele (OZ)**

#### **OZ 1** Ökonomische Ziele

Die ökonomischen Ziele sind insbesondere auf eine Erhöhung der Wertschöpfung (aus dem Tourismus) ausgerichtet.

#### **OZ 2** Marktpsychologische Ziele

Die marktpsychologischen Ziele sind weniger auf eine direkte Steigerung der ökonomischen Tragfähigkeit ausgerichtet, vielmehr wird durch diese angestrebt, die (touristische) Situation auf indirektem Wege zu verbessern. Also z.B. die Verbesserung der Marktkommunikation durch Erhöhung des Bekanntheitsgrads und der Stärkung des Images, ein verstärktes Innenmarketing durch die Schaffung eines Bewusstseins (für den Tourismus) bei politischen Institutionen und der Bevölkerung sowie durch die Schaffung eines Kooperationsbewusstseins bei den LeistungsträgerInnen. (Zudem eine konsequente Kundenorientierung, durch welche die Gästezufriedenheit erhöht und eine Steigerung der Nachfrage eingeleitet wird).

### **Unterziele (UZ)**

**UZ 1** Schaffung von (touristischen) Basisstrukturen.

**UZ 2** Steigerung von Qualität und Quantität des (touristischen) Angebots und der (touristischen) Infrastruktur für sämtliche Zielgruppen.

**UZ 3** Stärkung der Kommunikation mit den (touristischen) LeistungsträgerInnen und derer internen Vernetzung.

**UZ 4** Steigerung der Zahl von Neuzuzügen.

**UZ 5** Steigerung der Zahl von Tagesgästen und touristischen Übernachtungen sowie der Aufenthaltsdauer der BesucherInnen.

**UZ 6** Steigerung der Sichtbarkeit, Auffindbarkeit (und Buchbarkeit des touristischen Angebots und der touristischen Infrastruktur).

**UZ 7** Steigerung des Bekanntheitsgrads sowie Stärkung des Images bzw. des USP und weiterer Besonderheiten der Stadt Großalmerode.

	Nr.	Handlungsempfehlung/Maßnahme	Ziele	Budget	Bis Wann?	Prio
	<b>1.</b>	<b>ZIELKOMPLEX 1: Einheitliche Außendarstellung</b>				
Corporate Identity	<b>1.1.</b>	<b>Erstellen eines „Corporate Identity“-Leitfadens unter Verwendung des Claims: „Zusammen Großalmerode“ (auf Basis des Konzepts von DALMA Connection aus 2020)</b>	OZ 2 UZ 1 UZ 6	10.000 Euro	2023	1
		a. Festlegen der Ziele		1.000	2023	
		b. Welches Image will die Stadt sich geben?		1.000	2023	
		c. Einbindung Geo-Naturpark Frau-Holle-Land			2023	
		d. Vergabe an ein Kreativbüro		4.000	2023	
		e. Entwicklung einer Bild-, Text-, Farbmarke		3.000	2023	
		f. Abstimmung und Auswahl des CI		1.000	2023	
	<b>1.2.</b>	<b>Ausschreibung evtl. zu vergebener Layout-, Druckleistungen, bzw. Schaffung interner Ressourcen</b>	OZ 2 UZ 1 UZ 6	2.000	2023	2
		a. Entscheidung ob Eigendruck / Fremdvergabe			2022	
		b. Druckerei beauftragen für Massendruckerzeugnisse mit Logo (Briefbögen, etc.)		1.000	2023	
		c. Einzel- oder Eventdruckerzeugnisse (Flyer, Plakate, Broschüren, Zeitungsartikel)		1.000	2023	
	<b>1.3.</b>	<b>Umsetzung innerhalb der Stadtverwaltung</b>	OZ 2 UZ 1 UZ 6	3.000 Euro	2023	2
		a. Neulayout der verwaltungsseitigen Briefbögen / Formulare / Vorlagen		3.000	2023	
		b. Vorgaben für die Verwendung auf Print- und Digitalmedien bei den Verwendern bekanntmachen/schulen			2023	
<b>1.4.</b>	<b>Ausweitung auf Touristik/Vereine</b>	OZ 1 OZ 2 UZ 3 UZ 5 UZ 6	5.000 Euro	2024	3	
	a. Layout für Plakate u. a. Druckerzeugnisse und Onlineanwendungen zur Verfügung stellen, inkl. Anwendungsrichtlinien		5.000	2024		
	b. Schulungsveranstaltungen für die Vereine durchführen			2024		

	Nr.	Handlungsempfehlung/Maßnahme	Ziele	Budget	Bis Wann?	Prio
	2.	<b>ZIELKOMPLEX 2: Zuzug erhöhen / Privat &amp; Gewerbe</b>				
Stadtmarketing	2.1.	<b>Kommunikationsstrategie erarbeiten: Was hat Großalmerode zu bieten? Welche Vorteile sollen besonders herausgestellt werden? (Basis: Konzept von DALMA Connection aus 2020)</b>	OZ 1 OZ 2 UZ 1 UZ 3 UZ 5 UZ 6		2024	1
		a. Infrastruktur (auch digital)				
		b. Bildungsangebot				
		c. Immobilien-, Grundstückspreise und -angebot				
		d. Soziale Einrichtungen				
		e. Gesundheitsversorgung und Pflegeeinrichtungen				
		f. Zentrale Lage im Herzen des Geo-Naturpark				
		g. Kulturelles und Freizeitangebot				
		<b>2.2. Multiplikatoren identifizieren und in Strategie und Verteiler einbinden</b>			2024	2
		a. Gaststätten, Hotels und Pensionen, ...				
		b. Veranstalter, Betreiber von Veranstaltungsorten				
		c. Arztpraxen, Kindergärten (auch überregional)				
		d. Arbeitgeber in der Region				
		e. Bildungseinrichtungen in der Region (Universitäten, Aus- und Weiterbildungsstätten, ...)				
		<b>2.3. Medien auswählen:</b>		17.000	2025	3
		a. Flyer, Plakate, Broschüren Zeitungsartikel, bzw. Interviews		3.500	2025	
		b. Digitale Medien, Soziale Medien; Anzeigen in digitalen Portalen für Jobsuchende, junge Eltern, Naturliebhaber und Aktive		5.000	2025	
		- Microsite Grimm-Heimat Nordhessen			2025	
		- Digitaler Veranstaltungskalender mein.Toubiz			2025	
		c. Überregionale Verteiler (City Cards, Plakatwände nutzen,...)		1.000	2025	
	d. Infostände bei Messen (Bau, Familie, Gesundheit, Job- und Ausbildungsbörsen)		7.500	2025		
	<b>2.4. Schaffung personeller Ressourcen, bzw. Vergabe von Kommunikationsleistungen</b>	OZ 1 OZ 2 UZ 1 UZ 6		2024	2	
	a. Festlegen, welche Kommunikationsleistung selbst erbracht werden kann					

	<b>2.5. Umsetzung der strategischen Ziele in Form von Redaktionsplänen und (wiederkehrenden) Kommunikationsmaßnahmen</b>	OZ 1 OZ 2 UZ 1 - 6		2025	
	a. Festlegen von Turnus und Art der Publikation				
	b. Festlegen von regelmäßigen Terminen, Mailings, Schreiben an Multiplikatoren (Unterkünfte, Veranstalter, Kultur...,				
	c. Verantwortliche für die Maßnahmen benennen				

<b>3.</b>	<b>ZIELKOMPLEX 3: Tourismus</b>				
<b>3.1.</b>	<b>Touristisches Stadtmarketing / Kommunikation</b>		5.000	2023	1
	a. Ausweisen des Bürgerbüros als Tourist-Information	OZ 2 UZ 1	1.000		
	b. Bereitstellung touristischen Personals in der Tourist-Information	OZ 2 ZU 1	Personal	2023	
	c. Auslegen von Prospekten, Kulturinformationen, Wanderkarten, Pensionsinformationen, etc. in der Tourist-Information	OZ 2 UZ 1 UZ 5		2023	
	d. Jährlicher Rundbrief an GastgeberInnen/touristische LeistungsträgerInnen mit Informationen zu neuen touristischen Produkten und Entwicklungen, Weiterbildungsangeboten, Fördermöglichkeiten etc. (bundesweit und der Destination/Dachorganisationen) <b>Siehe auch Punkt 2.5.b.</b>	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2		2023	
	e. Nutzung des zentralen Veranstaltungskalenders „mein.Toubiz“ <b>Siehe Punkt 2.3.b</b>	OZ 2 UZ 1 UZ 2 UZ 5	1.000	2023	
	f. Informations- und Beratungsangebot zum Thema Optimierungen/Qualitätssteigerung der gastgewerblichen Betriebe allgemein und konkret z.B. im Bereich (digitale) Auffindbarkeit und Buchbarkeit	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2 UZ 3 UZ 5	1.000	2024	
	g. Schaffung einer Plattform für touristische LeistungsträgerInnen	OZ 2 UZ 3	2.000	2024	
<b>3.2.</b>	<b>Einbindung in Dachorganisation Geo-Naturpark / Frau Holle Land</b>			2023	1
	a. Buchung einer Microsite beim Geo-Naturpark <b>Siehe Anhang 1</b>			2023	
	b. Abo des Newsletters Geo-Naturpark und Weiterleitung wichtiger Informationen ( <b>siehe Punkt 1.2.</b> )			2023	
	c. Nutzung der MeineCardPlus der GrimmHeimat <b>Siehe Anhang 2</b>	OZ 1 UZ 2 UZ 3 UZ 4		2023	
<b>3.3.</b>	<b>Marketing Gastgewerbe</b>		10.000	2025	3
	a. Einheitliche Außendarstellung <b>(Einbindung in Punkt 1.1.)</b>	OZ 2 UZ 1 UZ 3 UZ 5 UZ 6			
	b. Einheitliches Gestaltungssystem und Layout für Unterkünfte <b>(Einbindung in Punkt 1.1.)</b>	OZ 2 UZ 2 UZ 6			
	c. Nutzung sozialer Medien für Innen- und Außenmarketing	OZ 2 UZ 5			
	d. Einsatz Progressiver Web Apps als digitale Gästemappe	OZ 2 UZ 2 UZ 4 UZ 5			

	e. Klassifizierung/Zertifizierung von Unterkünften	OZ 1 UZ 1 UZ 2 UZ 4			
<b>3.4.</b>	<b>Auffindbarkeit erhöhen</b>		10.000	2026	5
	a. Verknüpfung von Angeboten und Betrieben	OZ 2 UZ 3			
	b. Informationstafeln an zentralem Ort mit Karte mit Points of Interest (POI) und Informationen zu Themen der Stadt (Ton, Industriekultur/Ortsgeschichte, ggf. Hortensie, Wandern, Reiten, Radfahren etc.)	OZ 2 UZ 1 UZ 5			
	c. Infotafel/Erlebniskarte o.ä. in Schaufester des Bürgerbüros/der Tourist-Information	OZ 2 UZ 1 UZ 5			
	d. Interaktiver, digitaler Stadtplan mit allen POI, auch mit besonderen historischen/industrie-kulturellen Relikten, Gebäuden etc. auf der Microsite. Auf der Stadtseite ggf. als „Sehenswert-Karte“ (Punktsammlung) oder als „Tour“ (Linienführung) in der Geo-Naturpark-App.	OZ 2 UZ 1 UZ 5			
	e. Optimierung der Onlinebuchbarkeit	OZ 1+2 UZ 2 UZ 5			
<b>3.5.</b>	<b>Regionales Angebot in den Fokus rücken</b>		10.000	2026	5
	a. Wahrnehmung touristischer Produkte und Angebote der Gesamtregion als eigene Angebote und entsprechende Empfehlung an Gäste vor Ort	OZ 2 UZ 4 UZ 5			
	b. Fokussierung auf regionale Speisen	OZ 2 UZ 2			
	c. Überarbeitung des Alleinstellungsmerkmals Ton	OZ 2 UZ 6			
	d. Ausbau der Bereiche Wohnmobiltourismus und Privatvermietung (Ferienwohnungen)	OZ 1 UZ 2 UZ 4			
<b>3.6.</b>	<b>Marketing: Wandertourismus</b>		10.000	2027	6
	a. Teilnahme am GrimmSteig	OZ 2 UZ 2 UZ 6			
	b. Errichtung eines Panoramawegs (mit thematischer Ausgestaltung) oder Premiumwegs rund um Rommerode/Epterode)	OZ 2 UZ 2 UZ 4			
	c. Wahrnehmung weiterer Wanderwege wie dem Elsbeer-Eiben-Pfad in Trubenhausen mit Ruine Gelsterburg und die Tram-Wander-Touren	OZ 2 UZ 2 UZ 4			
<b>3.7.</b>	<b>Marketing Radtourismus</b>		10.000	2027	
	a. Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur	UZ 2			6
	b. Verstärkte Profilierung als Radreiseziel mit MTB-Strecken, Bilstein-Marathon und Qualitätsradwegen (im Auf-/Ausbau) als Aushängeschilder	OZ 2 UZ 5 UZ 6			
<b>3.8.</b>	<b>Marketing Kultur- und Städtetourismus</b>		10.000	2028	7

	a. Verständnis als Ausgangspunkt für Kulturreisen nach Kassel	OZ 1+2 UZ 2 UZ 4			
	b. Gestaltung zentraler Plätze	OZ 2 UZ 2 UZ 5 UZ 6			
	c. Schaffung von Räumen (eventuell an Orten mit industriekulturellen Relikten, besonderen historischen Gebäuden etc.) mit höherer Verweil- und Aufenthaltsqualität innerhalb der Stadt	OZ 2 UZ 2			
	d. Informationstafeln an besonderen Gebäuden/Orten oder QR-Codes	OZ 2 UZ 2 UZ 5 UZ 6			
	e. Vorhandenes Kulturangebot ausbauen	OZ 1+2 UZ 2 UZ 4			

### Anhänge

1. Tourismusstrategie 2022 Grimmheimat Nordhessen
2. MeineCardPlus Regionalmanagement Nordhessen



**AfAK MarketingAkademie | Studium „Staatlich gepr. Kommunikationswirt/in“**

**Auftraggeber:** Bürgermeister Finn Thomsen im Namen der Stadt Großalmerode

**Aufgabenstellung:** Jährliches Einwohnerwachstum von 5 bis 10 Familien als Neubürger für die Stadt Großalmerode

# Inhaltsverzeichnis

Aufgabenstellung	3	8. Kommunikationsstrategie	30
Auftraggeber und Auftragnehmer	3	Werbemittel- & Werbeträgerstrategie	
1. Summary	4	9. Kommunikationsmaßnahmen	31
2. Ist-Analyse	5	9.1 Werbeträger	31
2.1 Stadtportrait	5	9.2 Werbemittel	32
2.2 Einzelhandel	7	10. Maßnahmenplan	40
2.3 Technische Infrastruktur	7	10.1 Kostenplan	41
2.4 Bauen und Wohnen	8	11. Abspann	42
2.5 Wirtschaft und Arbeitsmarkt	11	11.1 Quellen- & Abbildungs- verzeichnis	42
2.6 Wettbewerb	13	11.2 Selbstständigkeitserklärung	44
2.7 Bildungseinrichtungen	14		
2.8 Freizeit und Tourismus	15		
2.9 Gesundheitsversorgung und Soziales	17		
2.10 Medienlandschaft	18		
2.11 Corporate Identity	21		
2.12 Aktuelle Zielgruppe	21		
3. SWOT-Analyse	22		
4. Soll-Bestimmungen	24		
4.1 Unternehmensziel	24		
4.2 Marketingziel	24		
4.3 Kommunikationsziel	24		
4.4 USP	24		
4.5 Zentrale Botschaft	24		
4.6 Zielgruppe	25		
4.7 Einzugsgebiet	26		
5. Konzeptidee	28		
6. Copy Strategie	28		
7. Kreative Leitidee	29		

## Aufgabenstellung

Start des Lernagentur-Projektes ist der 10. Januar 2020 und endet mit den Pitch-Präsentationen. Das Ziel unseres marketingorientierten Kommunikationskonzepts ist es, die Stadt Großalmerode als attraktive Wohnort-Alternative für Berufspendler und deren Familien im Großraum Kassel zu positionieren. Konkrete Intention ist die Gewinnung von jährlich 5 bis 10 Familien als Neubürger ab dem Jahr 2021. Hierbei sollen hohe Lebensqualität sowie preiswertes Wohnen in der idyllischen Kleinstadt mit traditionsreicher Vergangenheit und familienfreundlicher Umgebung im Bewusstsein der Zielgruppe verankert werden. Die Start-Kampagne soll sich über den Zeitraum von Herbst 2020 bis Herbst 2021 erstrecken.

## Auftraggeber und Auftragnehmer

### Auftraggeber

Der Auftraggeber ist die Gemeinde Großalmerode, genauer der Bürgermeister Finn Thomsen als Kunde. Er ist seit dem 4. Juni 2018 im Amt.

Das Lastenheft für diesen Auftrag umfasst die Anforderungen, die in der vorher genannten Aufgabenstellung definiert wurden, inklusive Frist und Dauer der gewünschten Kampagne sowie ein Budget von 15.000 Euro.

### Auftragnehmer

Auftragnehmer im Rahmen des Projektes „Lernagentur“ ist die Marketing Akademie AFAK. Vorab haben wir, die Studierenden, uns in 5 Gruppen eingeteilt und ein gezieltes Briefing zum Thema des Kommunikationskonzepts erhalten. Unsere Gruppe zur Kampagnenerstellung trägt den Namen „DALMA Connection“. Ersteres zusammengesetzt aus unseren Anfangsbuchstaben. Gemeinsam als Team haben wir das Ziel, unsere Stadtmarketing-Kampagne der Gemeinde Großalmerode vorzustellen und sie mit ihr zu verbinden, zu „connecten“.

# 1. Summary

Die vorliegende Examensarbeit umfasst das geplante Stadtmarketing für Großalmerode, sowie die Zukunftssicherung der Stadt. Sie enthält ein marketingorientiertes Kommunikationskonzept mit dem Ziel, jährlich einen Zuwachs von Einwohnern zu gewinnen und die Stadt vor allem für junge Familien attraktiv zu machen.

Anhand einer umfangreichen theoretischen Analyse sollen die grundlegenden Erfolgsfaktoren und zu beachtenden Rahmenbedingungen von Stadtmarketing benannt werden. Um sich einen Überblick über die bisherige Situation zu verschaffen, wird zunächst die gegenwärtige Situation mithilfe deiner Ist-Analyse analysiert. Die Untersuchungen zeigen, dass es bisher kaum bis keine Außenkommunikation gibt. Klassische Medien im Online-Bereich kommen ebenso nicht ausreichend zum Einsatz. Neben den grundlegenden theoretischen Aspekten der Marketinginstrumente werden im Rahmen dieser Arbeit auch die Einflussfaktoren betrachtet, die auf die Stadt Großalmerode einwirken. Berücksichtigt wird hierbei ebenso die gute und ruhige Lage der Stadt, die innerhalb kurzer Zeit von der Großstadt Kassel erreichbar ist.

Als USP werden die zur Verfügung stehenden Grundstücke der Stadt analysiert, welche sich schließlich als Alleinstellungsmerkmal herausstellen lassen. Vorteilhaft sind hierbei die kostengünstigen und preiswerten Baugrundstücke in Verbindung mit einem zusätzlichen Preisnachlass für junge Familien mit Kindern. Es stellt sich außerdem heraus, dass sich die Stadt durch das gemeinschaftliche Denken von anderen

Städten abhebt, da ein Zusammenhalt die Einwohner verbindet.

Die Konzeptidee orientiert sich an dem Vorhaben, aus Großalmerode keine Übergangslösung, sondern eine langfristige Lösung für junge Familien und deren Zukunft zu entwickeln. Fokus legen wir hierbei auf junge (werdende) Familien, die wir mithilfe von speziell angepassten Werbemaßnahmen sowohl im Print- als auch im Online-Bereich erreichen möchten. Umgesetzt wird dies durch Testimonials mit fiktiven Charakteren, die unterschiedliche Lebenssituationen verkörpern sollen.

In allen Maßnahmen lässt sich der Slogan „zusammen GROßalmerode“ wiederfinden, der etabliert werden soll. Die wichtigsten Maßnahmen wie Instagram, Facebook und Google Ads werden kontinuierlich beworben, da die Stadt das langfristige Ziel hat, mehr Aufmerksamkeit zu gewinnen.

Die Kommunikationsstrategie zielt darauf ab, die Zielgruppe in möglichst vielen Situationen zu erreichen, um kontinuierlich Präsenz durch einen Wiedererkennungswert zu zeigen.

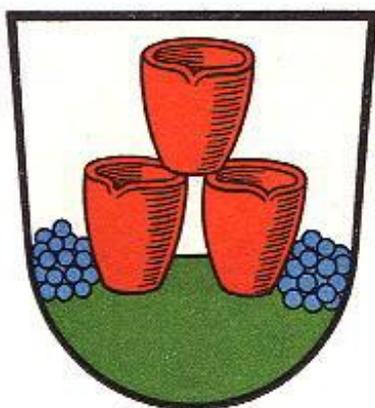
Um diese genannten Punkte zu realisieren, bewegen wir uns innerhalb des zur Verfügung gestellten Budgets. Die Kosten verlaufen sich hierbei auf 15.000 €.

Lassen sich zielorientierte Maßnahmen für die Stadt finden? Diese Frage wird am Ende der Examensarbeit beantwortet.

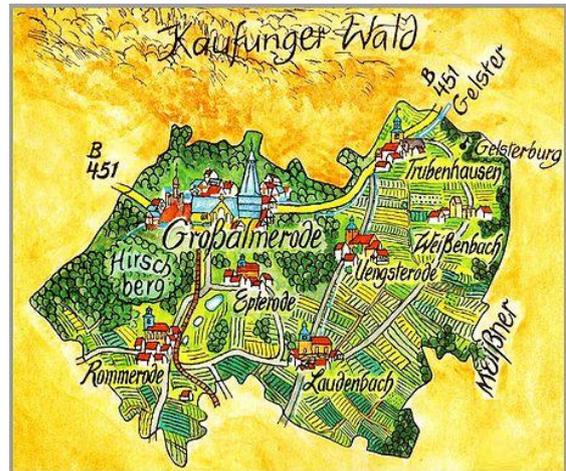
## 2. IST-Analyse

### 2.1. Stadtportrait

Erstmals erwähnt im Jahr 1386 unter dem Namen "Almerrode" beginnt die **Geschichte** der Stadt. Erst im Jahr 1775 wird der Ort mit Stadtrechten versehen. Die Zahl der Einwohner belief sich zu der Zeit auf ungefähr 1.250. Die "Tonlager" bewegten die Menschen dazu, sich im damaligen Großalmerode niederzulassen. Hauptsächlich für die Produktion von Schmelztiegeln entwickelte sich ab dem 15. Jahrhundert eine Tonwarenindustrie. Bis heute werden in den Vereinigten Großalmeröder Tonwerken feuerfeste Baustoffe hergestellt. Vom Spätmittelalter bis Ende des 16. Jahrhunderts hielt sich auch die industrielle Glasherstellung und so konzentrierte man sich ab da nur noch auf die Herstellung von Schmelztiegeln. Auch heute spielt die Herstellung von Ton noch eine große Rolle, was sich auch im Stadtwappen widerspiegelt.



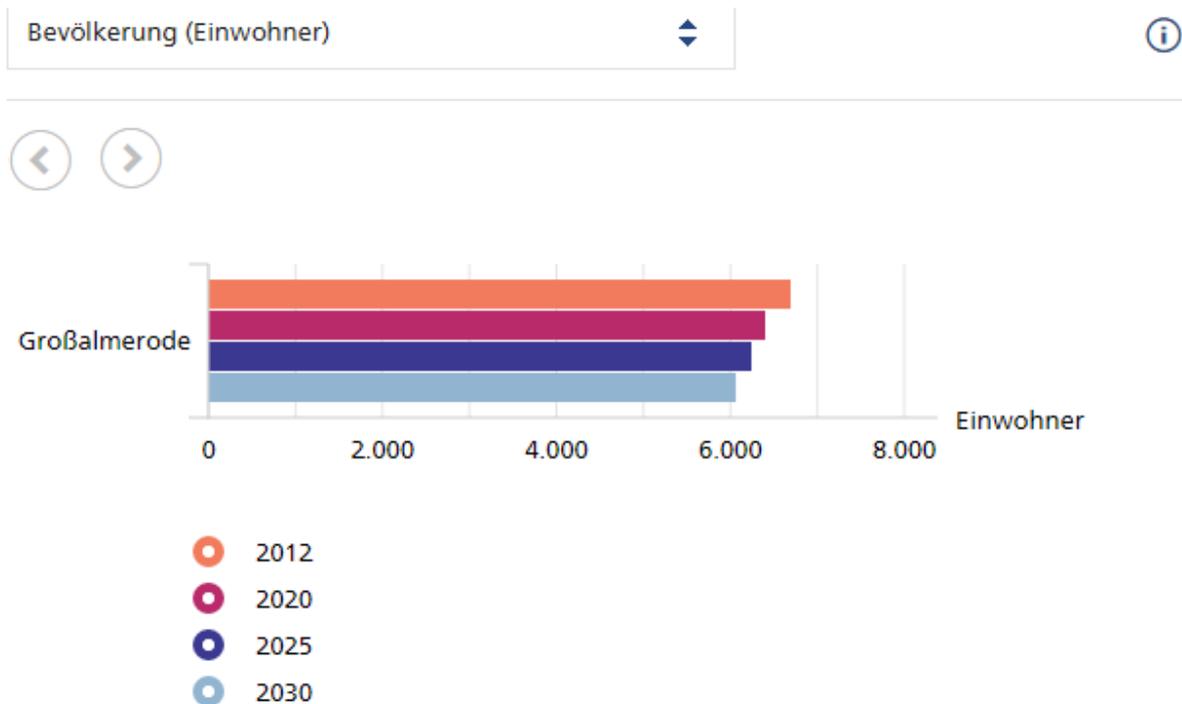
Heute gibt es in Großalmerode ein Glas- und Keramikmuseum, welches die Geschichte der Ton- und Glasindustrie auf mehreren Etagen veranschaulicht. Ein Technisch- historischer Lehr- und Wanderpfad vereint die Geschichte mit der Landschaft der Region.



Zur **Lage** der Stadt Großalmerode kann man sagen, sie befindet sich im nördlichen Teil des Bundeslandes Hessen und gehört zum Werra-Meißner-Kreis. Mit den 7 Ortsteilen Faulbach, Trubenhausen, Weißenbach, Uengsterode, Epterode, Laudenbach und Rommerode liegt Großalmerode im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land. Umliegende Berge sind der Hirschberg, Steinberg, Bilstein, Langenberg, Hohekopf und der Hohe Meißner. Nach dem Stand vom 31. Dez. 2019 wohnen auf einer Gesamtfläche von 37,61 Quadratkilometern 6.635 Einwohner (einschließlich Nebenwohnsitz). Das Umland ist zum größten Teil sehr ländlich geprägt vom umliegenden Bergland.

Die Stadt Großalmerode verzeichnet in den vergangenen Jahren einen stetigen Bevölkerungsrückgang. Von 2018 auf 2019 nahm die Bevölkerung um 12 % ab. Eine Bevölkerungsvorausberechnung bis zum Jahr 2030 zeigt, dass auch weiterhin mit einer Abnahme gerechnet werden muss.

Da ein Großteil der jungen Generation Großalmerode verlässt, trägt der demografische Wandel dazu bei, dass das Durchschnittsalter der Einwohner erheblich steigt.



Quelle: Statistische Ämter der Länder, ies, Deenst GmbH, eigene Berechnungen

Indikatoren	Großalmerode 2012	Großalmerode 2020	Großalmerode 2025	Großalmerode 2030
Anteil 0- bis 2-Jährige (%)	1,8	1,9	1,9	1,8
Anteil 3- bis 5-Jährige (%)	1,9	2,0	2,0	1,9
Anteil 6- bis 9-Jährige (%)	3,2	2,9	2,9	2,9
Anteil 10- bis 15-Jährige (%)	5,8	4,6	4,7	4,8
Anteil 16- bis 18-Jährige (%)	3,3	2,9	2,4	2,5
Anteil 19- bis 24-Jährige (%)	6,6	5,7	5,0	4,7
Anteil 25- bis 44-Jährige (%)	22,8	22,5	23,0	22,3
Anteil 45- bis 64-Jährige (%)	32,2	32,1	30,2	28,1
Anteil 65- bis 79-Jährige (%)	16,4	17,4	19,7	22,3
Anteil ab 80-Jährige (%)	5,9	8,0	8,2	8,7

k.A. = keine Angaben bei fehlender Verfügbarkeit, aufgrund von Gebietsstandsänderungen bzw. aus methodischen und inhaltlichen Gründen; weitere Detailinformationen finden Sie auf der Seite Methodik.

Quelle: Statistische Ämter der Länder, ies, Deenst GmbH, eigene Berechnungen

## 2.2 Einzelhandel

Großalmerode gilt als eine persönliche Stadt in der die Geschäfte zentral im Stadtzentrum positioniert sind. Die Stadt legt großen Wert auf eine belebte Innenstadt, weshalb nicht nur der Edeka-Markt, sondern auch viele weitere kleine Geschäfte dort ihren Platz gefunden haben. Beispielsweise würde zwar ein Edeka etwas außerhalb des Stadtkerns mehr Platz für Parkmöglichkeiten und den derzeit pulsierenden Marktplatz an sich bieten, jedoch zieht dies auch den Nachteil mit sich, die „lebendige Innenstadt“ zu verlieren. So betonte dies auch der Bürgermeister bei der Stadtführung.

Die Einwohner Großalmerodes finden alles an frischer und regionaler Ware, was sie für den alltäglichen Bedarf benötigen und dies auf schnellen, auch zu Fuß zu erledigenden, Wegen. Die Stadt weist vor allem eine große Anzahl von familiengeführten Betrieben auf, von denen die Bürger/-innen hochwertige Lebensmittel erhalten können. Tradition, Regionalität und Nachhaltigkeit wird hier großgeschrieben.

Neben weiteren Lebensmittelhändlern, Hofläden und dem regionalen Landmarkt findet man außerdem Bekleidungs- und Schuhgeschäfte sowie Friseur-Dienstleistungen direkt am oder in der Nähe des Marktplatzes, bis hin zur Ausstattung des Eigenheims. Niedergelassene Handwerker stehen bei Fragen rund um den Hausbau oder der Renovierung zur Verfügung.

Einzelhandel und ärztliche Grundversorgung sichern die Bedürfnisse des alltäglichen Lebens in Großalmerode ab. Die Versorgung wird abgerundet durch die im Stadtzentrum gelegene Apotheke.

## 2.3 Technische Infrastruktur

Durch Großalmerode führt die Landstraße L 3238. Durch diese gelangt man in kurzer Zeit auf die B7 welche in die Richtungen Kassel und Eisenach führt. Die nächste Autobahnanbindung ist die A4, ca. 25 km entfernt an der Anschlussstelle Kassel-Ost. Des Weiteren ist Großalmerode an das Streckennetz des Nordhessischen Verkehrs Verbundes (NVV) angeschlossen. Die Buslinie 210 fährt von morgens ab 05:30 Uhr bis abends 22:20 Uhr. In Helsa besteht dann die Möglichkeit mit der Straßenbahn (Tram 4) weiter in Richtung Kassel zu fahren.

Zudem gibt es in Großalmerode ein Nahverkehrsangebot namens NVV-Mobilfalt: Sie verbindet privaten Autoverkehr mit Bus und Bahn. Es können sowohl Fahrtanbieter als auch Mitfahrer mitmachen.



## 2.4 Bauen und Wohnen

### Entwicklung der Häuserkaufpreise

Der Durchschnitt der Kaufpreise der Häuser in Großalmerode lag im 4. Quartal von 2019 bei 1.101,49 Euro pro Quadratmeter. Das ist eine Steigerung von 26 Prozent seit 2016.

Im November und Dezember 2020 wurden Häuser im Werra-Meißner-Kreis zu folgenden Preisen angeboten:

- Bauernhaus ca. 380.000 Euro
- Doppelhaushälfte 120.000 Euro
- Einfamilienhaus 180.000 Euro
- Stadthaus 260.000 Euro
- Zweifamilienhaus 210.000 Euro

### Grundstücke

In der Kernstadt, sowie in den einzelnen sechs Stadtteilen, stehen viele Bauplätze zum Verkauf zur Verfügung. Dazu zählen:

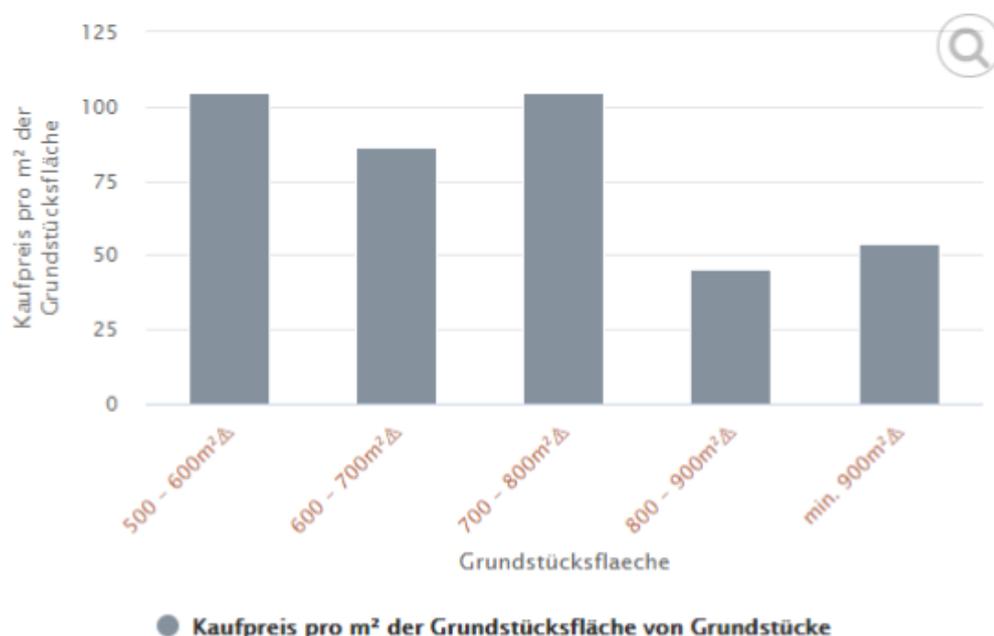
- Großalmerode - Hinter dem Bornhof
- Epteroode - Über dem Dorf
- Baugebiet - Exbergblick
- Trubenhausen - Auf dem Klengenberg
- Weißenbach - Wormshölzchen
- Laudenbach - Königsberger Str.

Von allen Baugebieten aus ist das Zentrum von Großalmerode mit dem Auto schnell zu erreichen. Der Grundstückspreis beträgt im Durchschnitt etwa 51 Euro pro Quadratmeter. Familien mit Kindern profitieren von einem Preisnachlass von 20 Prozent.

## Aktuelle Grundstückspreise

In Werra-Meißner-Kreis werden Grundstücke zu den folgenden Kaufpreisen angeboten.

Hinweis: Sie können Grundstückspreise auch für den Regierungsbezirk oder das Bundesland anzeigen lassen.



## Mietwohnungen

Die Preisentwicklung stieg im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent. Das Wohnungsangebot ist derzeit niedrig.

## Preisentwicklung pro m<sup>2</sup>

Die Daten zeigen den mittleren Preis der ausgewerteten Angebote (Medianwerte).

Jahr	Wohnungsmiete pro m <sup>2</sup>			Kaufpreis pro m <sup>2</sup>	
	bis 40 m <sup>2</sup>	bis 80 m <sup>2</sup>	bis 120 m <sup>2</sup>	Wohnungen	Häuser
2016	k.A.	4,80 €	4,60 €	k.A.	600 €
2017	k.A.	5,00 €	4,70 €	k.A.	690 €
2018	k.A.	5,00 €	4,90 €	k.A.	720 €

## Eigentumswohnungen

## Preisentwicklung pro m<sup>2</sup>

Die Daten zeigen den mittleren Preis der ausgewerteten Angebote (Medianwerte).

Jahr	Kaufpreis pro m <sup>2</sup>		Wohnungsmiete pro m <sup>2</sup>		
	Wohnungen	Häuser	bis 40 m <sup>2</sup>	bis 80 m <sup>2</sup>	bis 120 m <sup>2</sup>
2016	k.A.	600 €	k.A.	4,80 €	4,60 €
2017	k.A.	690 €	k.A.	5,00 €	4,70 €
2018	k.A.	720 €	k.A.	5,00 €	4,90 €

## **Barrierefreies Wohnen**

Aktuell fehlt der Stadt Großalmerode noch ein passendes Konzept, um die Idee vom barrierefreien Wohnen umzusetzen. Im Zentrum gibt es zwar leerstehende Wohnungen, jedoch eignen sich diese nicht um daraus ein barrierefreies Wohnkonzept zu machen. Die Häuser sind alte Fachwerkbauten mit Treppen, welche sich nicht ohne großen Aufwand umbauen lassen. Die Bauplätze außerhalb des Zentrums zu nutzen bringt den Nachteil für die Senioren, dass sie nicht mehr flexibel einkaufen können und als negativer Nebeneffekt auch das lebendige Treiben auf dem Marktplatz durch die Einwohner abnehmen würde.

## **Versorgung (Gas, Energie, Strom, WLAN)**

Die Stadtwerke Großalmerode bieten den Einwohnern der Stadt einen direkten ortansässigen Energieversorgungsanbieter. Sowohl Gas als auch Strom sind Teil des Angebotes. Der Strommix des Losse Stroms setzt sich nur aus erneuerbaren Energien zusammen.

Netcom Kassel ist der Ansprechpartner für die Verfügbarkeit des Internets in Großalmerode. Alle Kabelverzweiger sind mit einem Glasfaseranschluss versehen und ermöglichen Geschwindigkeiten zwischen 30 und 50 MBit pro Sekunde. Weiterhin gibt es, beschlossen durch das Jugendparlament, freies W-LAN im Stadtgebiet.

## **Soziale Einrichtungen**

- Seniorenzentrum
- Kinder- und Jugendeinrichtung
- Jugendhilfeeinrichtung
- Kindertagesstätte

## 2.5 Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Die Märchenstadt Großalmerode befindet sich zentral gelegen in der „Mitte Deutschlands“. Die Einwohner der Stadt haben hier die Möglichkeit, innerhalb relativ kurzer Zeit, Städte wie Kassel und Göttinge. Aufgrund dessen bietet dies für viele Bewohner die Möglichkeit, in der ruhig gelegenen Kleinstadt zu wohnen und in einem größeren, außerhalb liegenden Unternehmen zu arbeiten.

Nicht umsonst sagt Bürgermeister Finn Thomsen, dass „viele, die zum Studium oder für die Aus- und Weiterbildung in größere Städte ziehen, im Anschluss wieder zu uns zurückkommen.“ Es gibt viele (vor allem) junge Großalmeröder, die in die umliegenden großen Städte, wie beispielsweise Kassel abwandern, um sich weiter zu bilden und um Fuß in der Berufswelt fassen zu können. Es ist dann jedoch möglich, dass sie wieder im „höheren“ Alter zurückkehren.

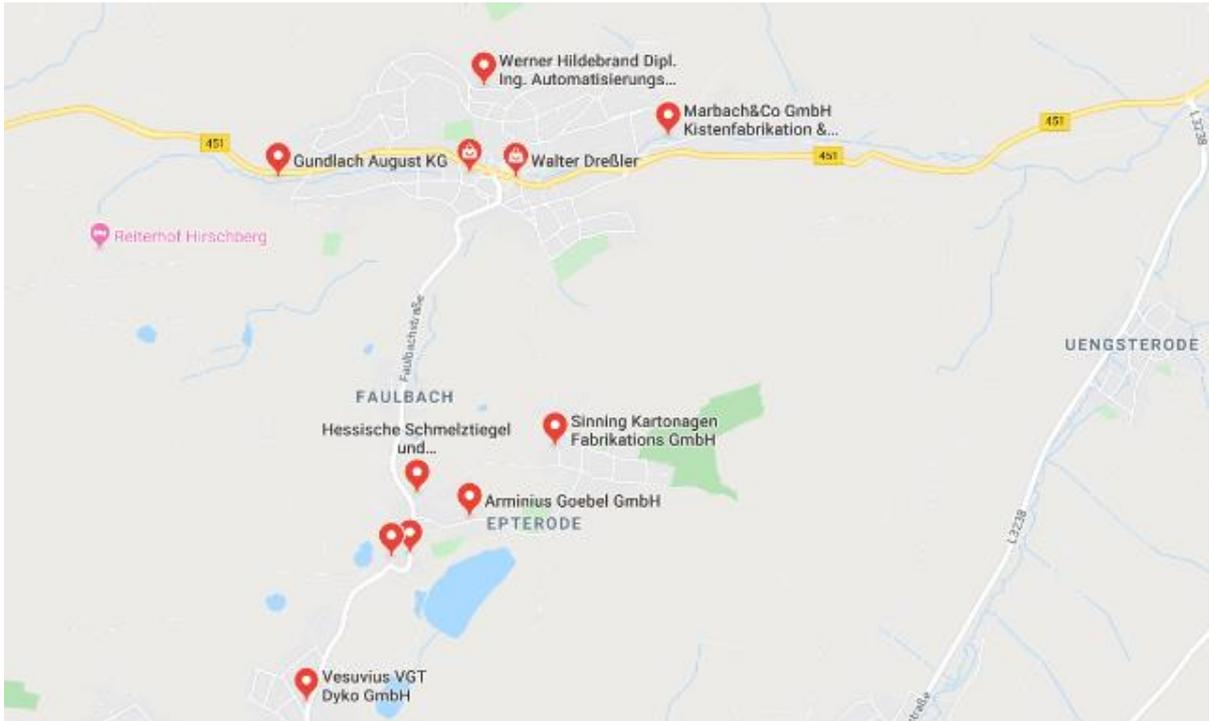
In Großalmerode sind vorwiegend klein- und mittelständige Unternehmen als auch die Feuerfestindustrie beheimatet. Neben zahlreichen Handwerksbetrieben sind auch Versicherungsberater, Friseure, Bäcker, Direktvermarkter und Dienstleister in der Stadt ansässig.

Das Unternehmen Stadtwerke Großalmerode GmbH & Co. KG (SGG), ein nordhessisches Energieversorgungsunternehmen, unter Beteiligung der Stadt Großalmerode (25.1 Prozent) und der Städtische Werke AG, Kassel (74.9 Prozent), hat seinen Sitz in Großalmerode. Dadurch können sich die Bürger mit Strom und Gas selbstversorgen.

Das Arbeitsangebot ist in seinem Tätigkeitsbereich eher spezifisch und Arbeitsplätze sind begrenzt. Daher gibt es viele Einwohner, die pendeln.

Zu den größten und bekanntesten ansässigen Unternehmen gehören unter anderem:

- Schmelztiegelwerk August Grundlach KG
- Herstellung von Feuerfestprodukten VGT-DYKO
- UNIFLEX CNC Metalltechnik GmbH
- Epteroder Werke, Schmelztiegel- & Schamottenwerke i.P. Goebel, Chr. Sohn e.K.
- Stoffgroßhändler Steidl & Becker GmbH
- Kreidehersteller Arminius Goebel GmbH
- Hessische Schmelztiegel- & Schamottenfabrik Conrad Liphard & Söhne GmbH
- Verpackungsunternehmen Sinning Kartonagen Fabrikations GmbH
- Künzel Straßen & Tiefbau GmbH
- Tischlerei Möller GmbH & Co. KG
- Kistenfabrikation & Industrieverpackungen Marbach & Co. GmbH
- Karl Ahlborn Maschinenfabrik KG



Der Großalmeröder Haushaltsplan der vergangenen Jahre verzeichnete große Investitionen für die Sanierung des stadteigenen Glas- und Keramikmuseums. Dabei konnte der Plan von 2019 einen Überschuss im Vergleich zum Vorjahr aufweisen: Ein Überschuss des Ergebnishaushaltes von 70.400 Euro und im Finanzhaushalt einen Zahlungsmittelüberschuss von 13.600 Euro.

Durch die jährlich sinkende Einwohnerzahl werden jedoch geringer ausfallende Einnahmen für die Stadt prognostiziert.

## 2.6 Wettbewerb

### Große Unternehmen in Kassel

Zu den größten in Kassel ansässigen Unternehmen gehört unter anderem die Gesundheit Nordhessen Holding AG. Dieses Unternehmen betreibt unter anderem das Klinikum Kassel. Bei der Gesundheit Nordhessen Holding AG sind etwa 4.800 Mitarbeiter beschäftigt. Das Unternehmen K+S Gruppe beschäftigt etwa 4.600 Mitarbeiter und ist somit das zweitgrößte in Kassel ansässige Unternehmen. Darauf folgt Daimler Chrysler AG mit rund 3.000 Mitarbeitern.

Das Unternehmen Volkswagen AG in Baunatal ist im gesamten Umkreis rund um Kassel das größte mit 16.500 Mitarbeitern. Die B. Braun Melsungen AG steht auf zweiter Stelle mit 7.000 Mitarbeitern am Standort Melsungen.

### Große Unternehmen in Göttingen

Göttingen liegt rund 45 km entfernt von Großalmerode. Dort ist Sartorius (ein Pharma- und Laborzulieferer) das zweitgrößte Unternehmen mit rund 9.000 Mitarbeitern, davon 7.000 im Headquarter ansässig. Die Uni Göttingen ist der größte Arbeitgeber in Göttingen mit weit über 10.000 Mitarbeitern.

### Stadt Kassel als Wettbewerber

Ein weiterer Wettbewerber ist die Stadt Kassel. Großalmerode verliert jährlich bis zu hundert Einwohner, da viele Menschen in die Ballungsgebiete ziehen. Kassel ist die nächstgrößere Metropole von Großalmerode aus. Gründe hierfür sind bessere und vielfältigere Bildungsangebote wie Universitäten und Ausbildungslehren, höhere Dichte an Industrie und dadurch

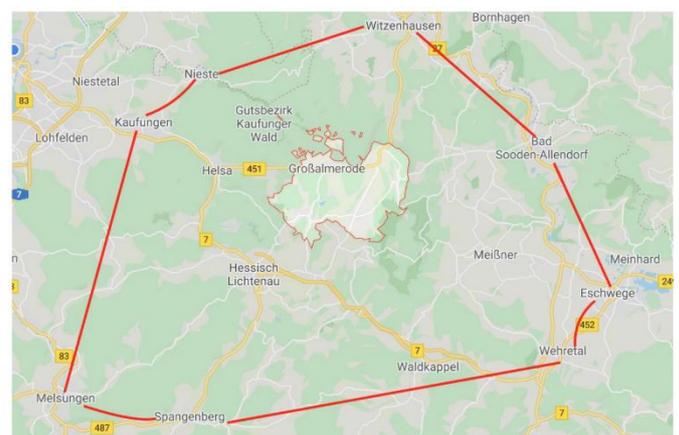
mehr Arbeitsplätze und vielfältigere Einkaufsmöglichkeiten. Aber auch im näheren Umfeld gibt es noch Städte, die mit Großalmerode konkurrieren.

### Weitere Städte als Wettbewerber

- Helsa
- Hessisch Lichtenau
- Kaufungen
- Witzenhausen
- Bad Sooden-Allendorf
- Wahlhausen
- Nieste
- Eschwege
- Spangenberg
- Melsungen

### Konkurrierende Handlungsfelder

- Bildungsangebot
- Industrie und Arbeitsmarkt
- Verkehrsanbindung
- Immobilien- / Grundstückspreise
- Gesundheitsversorgung
- Soziale Einrichtungen



## 2.7 Bildungseinrichtungen

Großalmerode hat ein breit gefächertes Angebot von Klein bis Groß und strebt ganz nach dem Motto „Kinder sind unsere Zukunft“. Die Stadt verfügt über insgesamt drei Kindergärten, die ab dem ersten Lebensjahr besucht werden können. Dort wo es in manch anderen Städten an Kindergartenplätzen mangelt, profitieren die Einwohner Großalmerodes von noch verfügbaren Plätzen, die besetzt werden können. Kinder erhalten hier liebevolle Zuwendung und das spielerische Lernen miteinander.

Im Anschluss an den Kindergarten finden Kinder ihren Platz in der Ton-Stadt liegenden Grundschule, wo sie ihre ersten Schulerfahrungen sammeln können. Weiterführen können die Schüler die Valentin-Traudt-Schule besuchen.

Die ansässige Gesamtschule verfügt über alle Schulzweige und moderne Lernkonzepte mit über 500 Schülerinnen und Schülern aus Großalmerode und der umliegenden Region. Schüler/-innen profitieren hier von einem Ganztagsangebot, wobei individuellen Bedürfnissen nachgegangen wird.

Um sich als Schüler auch darüber informieren zu können, wie es im Anschluss der absolvierten 10. Klasse weitergehen soll, finden sie viele Optionen und Möglichkeiten in der alljährlichen Ausbildungsmesse, die in der Gesamtschule stattfindet. Einstellungsberater aus Nordhessen sind persönlich vor Ort und informieren hier über die Bewerbung, das Eignungsauswahlverfahren, das Studium und den Beruf.

Darüber hinaus befindet sich in Großalmerode ebenso eine weitere Förderschule. Großalmerode verfügt über einige Ausbildungsunternehmen, die auch aktuell Ausbildungsplätze anbieten

haben (Stand: 25. Januar 2020). Egal ob eine Ausbildung zum Pharmazeutisch-kaufmännischen Angestellten (m/w/d) in der ortsansässigen Apotheke, eine Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel (m/w/d) beim Discounter oder einer Ausbildung zum Metallbauer (m/w/d) in umliegenden Handwerksbetrieben – das Ausbildungsangebot ist hier breit gefächert.

Das Schulleben ist geprägt von Wertschätzung, Kooperation und Freude am Lernen. Das Bildungsangebot in Großalmerode bietet eine Chance für jeden mit unterschiedlichen Schwerpunkten, wobei Familien schätzen, ihre Kinder ortsnah, behütet und gefördert aufwachsen zu sehen.

Außerdem gibt es speziell hier finanzielle Fördermaßnahmen, die in der Region angeboten werden. Das Bildungs- und Teilhabepaket bietet Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen Unterstützung im Bildungsbereich, wozu beispielsweise die Unterstützung beim Kauf von Schulmaterialien, oder die Unterstützung in Form von Lernförderung zählt.



## 2.8 Freizeit und Tourismus

Die Ton-Stadt Großalmerode hat einiges in der Freizeit- und Tourismus-Branche zu bieten. Die märchenhafte Landschaft Großalmerodes ist nicht nur von großen Städten wie Kassel und Göttingen schnell erreichbar, sondern auch Willingen ist nicht weit entfernt, was für den Tourismus optimale Bedingungen bietet.

Nicht umsonst nennt sich die Region „Frau-Holle-Land“, denn zu den Wintermonaten profitiert die hoch gelegene Stadt von verhältnismäßig guten Schneebedingungen. Außerdem ist der nicht weit entfernte Hohe Meißner (ca. 753 m hohes Mittelgebirge/Bergmassiv) bekannt für Wintersportaktivitäten und Familienspaß. Vom Ski fahren bis hin zum Rodeln inklusive Einkehrmöglichkeiten gibt es hier viele Angebote.

Aber nicht nur der Winter, sondern vor allem auch der Sommer ist in Großalmerode ein Anziehungspunkt. Aufgrund des gesunden Klimas und der ursprünglichen Natur lockt die Stadt ins Freie und an die frische Luft. Egal ob wandern am Hirschberg bis zum Bilstein oder walken zum Exbergsee. Den Kaufunger Wald mit dem Fahrrad oder bei einem Hundespaziergang erkunden. Ebenso können die historischen Lehr- und Wanderpfade genutzt werden. An Möglichkeiten aktiv zu sein und dem Trend eines „gesunden Lebensstils“ nachzugehen, mangelt es hier definitiv nicht.

Öffentliche Vereine bieten neben Fußball auch Tennis, Leichtathletik an oder sich als Schütze zu behaupten. Optimal bietet sich die schöne Landschaft ebenfalls für Pferdefreunde an, die Natur zu genießen.

An warmen Sommertagen lädt das Panoramabad zur Abkühlung ein – Spiel und Spaß für die ganze Familie ist hierbei in den insgesamt drei Schwimmbecken garantiert.

Dabei ist für ausreichend Parkmöglichkeiten gesorgt. Genießer können sich hier durch die schöne Aussicht auf den Naturpark Meißner-Kaufunger-Wald erholen.

Über das komplette Jahr hinweg werden viele Veranstaltungen für Groß und Klein unter anderem von der örtlichen Kulturgemeinschaft angeboten. Angefangen mit Sportveranstaltungen wie einem Bike-Marathon, Konzerten und Theateraufführungen bis hin zu kulturellen Veranstaltungen wie Kunstausstellungen bieten den Bürger/-innen ein breitgefächertes Angebot und zahlreiche Gelegenheiten, um sich unterhalten zu lassen.

Alle fünf Jahre feiert Großalmerode das bekannte und traditionelle Heimatfest, welches nicht nur die Bewohner der Stadt anlockt. Mit vielen Vorstellungen, Show-Acts und Konzerten wird das fünftägige Fest ausgiebig gefeiert und sorgt für einen Ausnahmezustand. Ein großer Festumzug rundet das beliebte Heimatfest ab.

Einer der bekanntesten touristischen Anlaufpunkte in der Region ist der Männerspielplatz, der Erlebnis, Spiel und Spaß anbietet und jährlich eine hohe Besucherzahl aufweist.

Im städtischen Glas- und Keramikmuseum können Besucher die Geschichte Großalmerodes erforschen, wo sich auch Museumsführungen für größere Gruppen ideal anbieten. Darüber hinaus bietet die Ton-Stadt Hotellerie und Gastronomie.



## 2.8 Gesundheitsversorgung und Soziales

### Gesundheitsversorgung Großalmerode

- Gesundheitszentrum Gelstertal (Allgemeinmedizin, Innere Medizin, Anästhesie)
- Zahnarzt
- Apotheke
- Allgemeinmediziner
- Fachärzte

### Soziale Einrichtungen/Beratung

- Seniorenzentrum
- Jugendhilfeeinrichtung
- Kindertagesstätte
- Seniorenresidenz Helsa
- Seniorennetz Werra Meißner (bietet Senioren, hilfs-/pflegebedürftigen Menschen Unterstützungen, um den Alltag einfacher zu gestalten, Beratungsstelle)

### Angebot:

- Seniorennachmittag (einmal jährlich, Anzeige im Marktspiegel, dem Großalmeröder Nachrichtenblatt)
- Hauswirtschaftliche Hilfe
- Ambulante Pflegedienste
- Fahrdienste für Senioren (bspw. zum Einkauf)
- „Essen auf Rädern“
- Freizeitangebote
- Ehrenamt
- Informationsveranstaltungen (Umgang mit Demenz, Wohnen im Alter, Finanzen, ...)

Der Schwerpunkt sozialer Einrichtungen liegt bei Senioren und allen Themen rund um das „Altwerden“; Soziale

Organisationen/Aktionen für Kinder, Jugendliche, Erwachsene werden nicht beworben.

### Vereine

- Sportvereine - insg.10 (Schwimmen, Fußball, Reiten, Schützen, Kegeln, Turnen, Mountainbiking, Fitness, Ski, Tischtennis)
- Kulturvereine (Theater, Kulturgemeinschaft, Förderung internationaler Städtepartnerschaften)
- Vereine mit sozialem Hintergrund (freiwillige Feuerwehr, Förderverein Gesamtschule, Kinder- und Jugendförderverein...)

Sowohl Alt als auch Jung werden mit den Vereinen angesprochen. Es gibt ein breites Angebot von Sport, über Theater und Kultur bis hin zu gemeinnützigen Vereinen.

## 2.9 Medienlandschaft

### Aktuelle Marketing-Maßnahmen

Der **Webauftritt** der Stadt Großalmerode spiegelt sich durch die eigene Website wieder: <https://www.grossalmerode.de/>. Die Startseite zeigt einen Slider mit verschiedenen Landschaftsbildern und Highlights der Stadt.

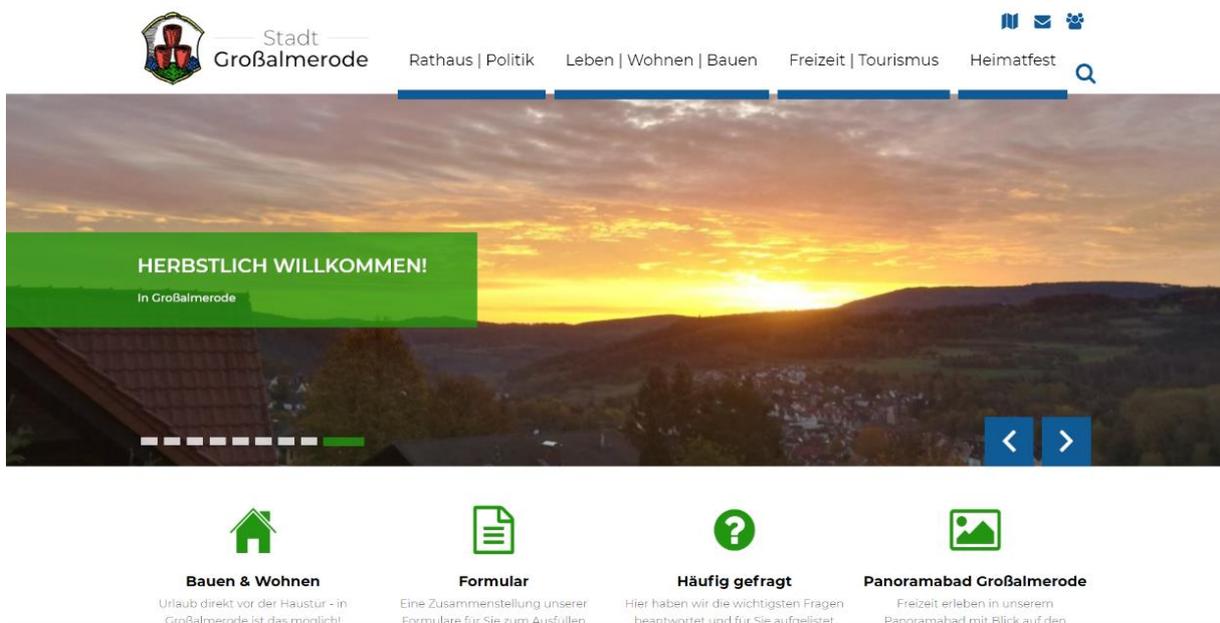
Die Website zeigt eine übersichtliche Navigation mit den Menüpunkten:

- Rathaus / Politik
- Leben / Wohnen / Bauen
- Freizeit / Tourismus
- Heimatfest

Ebenso vereinfachen Icons die Bedienung der Website. Das Design ist schlicht, aber modern.

Auch Bürgermeister Finn Thomsen repräsentiert die Stadt Großalmerode durch seinen eigenen Facebook Account mit dem Slogan „Bürgerwillen statt Parteipolitik“: <https://www.facebook.com/thomsen.grossalmerode/>. Dort zu sehen sind unter anderem Bilder von ihm während seiner Arbeit, Beiträge rund um die Gemeinde und den Landkreis sowie Empfehlungen und Bewertungen des von Bürgern.

Es findet jedoch kein regelmäßiger Informationsfluss statt.



Die letzten Aktivitäten konnten im Juni 2018 festgestellt werden. Ein separater Facebook Account für die Stadt Großalmerode existiert nicht.

Finn Thomsen besitzt zudem eine eigene Website: <http://finn-thomsen.de/kontakt/>. Diese bietet den Besuchern aber keinerlei Informationen über die Stadt oder Ähnliches und verlinkt nur auf die Facebook-Seite des Bürgermeisters.



Zu den **Printmedien** der Stadt gehört eine Imagebroschüre, welche aber auch ganz leicht auf der offiziellen Website als PDF-Datei heruntergeladen werden kann.

In der Broschüre werden der historische Wert der Stadt, sowie die Kultur- und Freizeitangebote beworben. Der Fokus liegt außerdem auf den Vorteilen, die ein Leben auf dem Land bietet: Natur, nachbarschaftliches Miteinander, gesundes Klima. Die Stadt stellt sich außerdem als sehr familienfreundlich und sozial dar. Auch auf die kulinarischen und touristischen Aspekte wird eingegangen.

Diese allgemeine Broschüre über Großalmerode zeigt viele zielgruppenorientierte Bilder, aussagekräftige Überschriften und prägnanten Content zu verschiedenen Themen. Die Zielgruppe der Stadt und damit auch die der Broschüre (das nahezu einzige Give-away Werbemittel) sind junge Erwachsene und Familien.

Im Werra-Meißner-Kreis berichtet die **Lokal-Zeitung** „Werra-Rundschau“ über alle Ereignisse und Neuigkeiten.



# Großalmerode

» Die Stadt des guten Tons «



Sie wird vom Werra Verlag Kluthe GmbH & Co. KG verlegt, der seinen Sitz in Eschwege hat. Die Zeitung gibt es ebenso online. Aber auch die Witzenhäuser Allgemeine, zugehörig zur Hessisch Niedersächsischen Allgemeine des Verlags Dierichs GmbH & Co. KG, nimmt die Stadt Großalmerode in ihrer Berichterstattung auf.

Weitere Marketing-Maßnahmen sind **Werbepлакate**, die an den Ortseingängen von Großalmerode hängen.

Die Stadt Großalmerode hat sich erstmalig auf einer **Messe** präsentiert: Die Bau- und Immobilienmesse meinZuhause! in Kassel vom 1. bis 2. Februar 2020. Dort wurden unter anderem attraktive Baugrundstücke und Immobilien beworben. Ziel von dem Messeauftritt war es, ein Bewusstsein für das schöne idyllische Leben mit hoher Wohn- und Lebensqualität in Großalmerode zu schaffen, sowie das Image der Stadt aufzubessern. Dadurch sollen sich junge Familien ansiedeln, die einen Preisnachlass bei einem Grundstückskauf erhalten werden.

Das **Heimatfest** findet alle fünf Jahre in Großalmerode statt. Es ist ein äußerst beliebtes Fest bei den Großalmerödern. Das nächste Heimatfest findet im Juni 2020 statt. Die Kommunikation verläuft unter anderem über die offiziellen Website und auch über Facebook: [www.grossalmerode.de/heimatfest/](http://www.grossalmerode.de/heimatfest/) [www.facebook.com/tonstadt/](https://www.facebook.com/tonstadt/)

Die **Stadtkommunikation** in Großalmerode basiert vorwiegend auf Mund-zu-Mund-Propaganda, da sich aufgrund der niedrigen Bevölkerungsdichte viele Bewohner untereinander kennen. Aber auch auf der Website wird über Lokales informiert und kommuniziert.



## 2.10 Corporate Identity

Die Stadt Großalmerode verfügt bereits über ein Corporate Design: Logo und Claim "Die Stadt des guten Tons". Die Schriftart ist modern und schlicht gewählt, ohne viele Schnörkeleien und ist konsequent auf der Website und anderen Werbemitteln zu sehen. Die Farben grün und rot wiederholen sich ebenfalls auf Messeaufstellern (der meinZuhause! Messe im Januar 2020) sowie der Broschüre.

Neben Design, Logo, Typografie gehören zur visuellen Identität auch Kultur und die Persönlichkeit der Stadt. Sie besitzt ein eigenes Heimatlied und eine aktive Kulturgemeinschaft, die sich regelmäßig trifft und auch auf der Theaterbühne zu sehen ist. Das Ton- und Keramikmuseum ist das Herzstück der Stadt und dient als Ankerpunkt und Vorbildfunktion für kulturelle Präsentationen in anderen Gemeinden. Die Werte der Stadt werden von den Bürgern Großalmerodes gleichermaßen an Mitbürger und "Gäste" kommuniziert.

## 2.11 Aktuelle Zielgruppe

Zu den bisherigen Marketing-Maßnahmen der Gemeinde zählen eine allgemeine Stadt-Broschüre, ein Facebook-Auftritt und die Präsenz auf einer Messe.

Zu der aktuellen Zielgruppe gehören junge Erwachsene und Familien, wie in der Broschüre gut zu sehen ist.

Wie im Vorbriefing mitgeteilt, möchte die Stadt Großalmerode vor allem Berufspendler und deren Familien im Großraum Kassel als Zielgruppe ansprechen.



### 3. SWOT-Analyse

#### Stärken

- Mobilfalt Projekt als Maßnahme für bessere Verbindung nach Kassel (Mitfahrgelegenheit)
- Kurzer Weg nach Kassel: Fahrzeit mit dem Auto ca. 30 Minuten
- Kindergarten und Gesamtschule vor Ort
- Versorgung durch stadteigene Strom- und Gaswerke (lokale Verbindung zu den Einwohnern / Arbeitsplätze)
- Lokale Grundversorgung durch Einzelhandel sichergestellt
- Märchenhafte Lage in der Natur, grüne Landschaft, liegt im Geo Naturpark Frau Holle Land
- Günstige Grundstückspreise mit Rabatt für Familien mit Kindern
- Keine zu enge Bebauung

#### Schwächen

- Keine Direktverbindung mit ÖPNV nach Kassel (Fahrdauer mindestens 60 Minuten)
- Keine weiterführende Schule nach der 10. Klasse im Ort
- Auswahl der Weiterführenden Schulen stark eingegrenzt aufgrund der Verkehrsanbindung (Schulen in Kassel sind mit dem ÖPNV in 1 ½ Stunden zu erreichen)
- Fehlende Fachgeschäfte (Elektrogeschäft, Modeketten, Drogeriemarkt)
- Abgelegene Lage: um in eine andere Stadt/einen anderen Ort zu

fahren ist man auf ein Auto oder Bus angewiesen

- Vermarktung der Baugrundstücke außerhalb von Großalmerode

#### Chancen

- Ausbau des ÖPNV nach Kassel
- Den Schulweg nach Helsa/Witzenhausen durch bessere ÖPNV Anbindung erleichtern (Bus könnte jede halbe Stunde fahren)
- Sicherung von Arbeitsplätzen durch lokalen Handel (Geschäfte sollten zum Wohl der Einwohner erhalten bleiben, um so die Sicherung der Arbeitsplätze zu gewährleisten)
- Viele Möglichkeiten für Neubaugebiete/Gewerbegebiete

#### Risiken

- Die schlechte Verbindung hält davon ab nach Großalmerode zu ziehen
- Verlust der Schulabgänger nach der 10. Klasse
- Verlust der Kaufkraft durch fehlende Vielfalt an Einkaufsmöglichkeiten / Fachgeschäfte
- Abgrenzung neuer Baugebiete vom Ortskern

#### Strategie „Ausbauen“

- KITAs und gute vor Ort Versorgung für Senioren und als Sicherheit für die folgenden Generation.

- Auch die günstigen Grundstücke sind attraktiv für wiederkehrende Familien.
- Nutzung von ÖPNV durch geringere Wartezeiten attraktiver machen.
- Die gute Lage in der Natur als großen Vorteil für neue Bewohner stärker bewerben.

Es soll die **Strategie „Ausbauen“** fokussiert werden, um die Zielgruppe mit Vorteilen zu überzeugen, die schon vorhanden sind. Die gute Lage in der Natur ist definitiv vorhanden und wird so schnell auch nicht verschwinden und bietet einen guten Anreiz für Großalmerode als Wohnort. Auch die Bildungs- und Versorgungsmöglichkeiten vor Ort spielen eine große Rolle.

#### **Strategie „Aufholen“**

- Chance, das junge Einwohner wiederkommen wird verpasst durch schlechte ÖPNV Anbindung an Kassel und in andere Städte.

#### **Strategie „Absichern“**

- Stärken der Stadt sollten dazu genutzt werden, um den Bevölkerungsrückgang zu minimieren und die jüngere Generation als Einwohner zu halten.
- Bessere Anbindung nach Kassel schaffen, um sich als attraktiven Wohnort zu präsentieren.
- Die günstigen Baugrundstücke können ein wichtiges Kriterium für junge Familien sein.
- Mehr Einwohner bedeuten mehr Einnahmen für die Stadt.

#### **Strategie „Vermeiden“**

- Die Schwäche von zu wenig Weiterbildung vor Ort nach Schulabschluss vergrößert das Risiko, das weiterhin Einwohner wegziehen

## 4. Soll-Bestimmung

### 4.1 Unternehmensziel

Die Steigerung der Einwohnerzahl in der Stadt Großalmerode sichert für die nächsten Jahre die Zukunft der Stadt, auch im Hinblick auf die wirtschaftliche Entwicklung und stärkt den Haushalt.

### 4.2 Marketingziel

Das quantitative Marketingziel ab 2021 jährlich 5 bis 10 Familien als Neubürger für die Stadt Großalmerode zu gewinnen soll ab Herbst 2020 mit einer Startkampagne den Grundstein für alle weiteren Maßnahmen legen.

### 4.3 Kommunikationsziel

Um das Marketingziel zu erreichen soll das folgende Kommunikationsziel unterstützen: Ziel ist es, mit der Webekampagne Anfragen für Bauplätze zu generieren und so die Einwohnerzahl langfristig zu steigern und zu sichern.

### 4.4 USP

Das Alleinstellungsmerkmal der Stadt Großalmerode sind im Vergleich zu anderen Städten die kostengünstigen Baugrundstücke und der zusätzliche Preisnachlass für junge Familien mit Kindern.

## 4.5 Zentrale Botschaft

Bei der Zielgruppe soll die Stadt Großalmerode als zukunftssicherer Wohnort wahrgenommen werden. Sie soll lernen, dass Großalmerode ein attraktiver Wohnort für Familien und Berufspendler mit kostengünstigen Baugrundstücken und einem speziellen Angebot für Familien mit Kindern ist. Das ausreichende Versorgungsangebot vor Ort, sowie das familiäre Zusammenleben bewegen die Zielgruppe dazu, nach Großalmerode zu ziehen. Die Zielgruppe soll folgende Botschaft verinnerlichen: „Großalmerode als Wohnort bietet günstige Grundstückspreise für Familien und ist mit seiner guten Lage der passende Wohnort mit Zukunft für Jung bis Alt.“

## 4.5 Zielgruppe

### Kernzielgruppe

Zur Kernzielgruppe zählen aufgrund des spannenden Angebots kostengünstiger Baugrunderträge Familien mit Kindern bzw. werdende Eltern oder Paare mit Kinderwunsch. Letztere können zwar nicht das Angebot eines Preisnachlasses bei einem Grundstück in Anspruch nehmen, befassen sich jedoch sicherlich mit dem Thema im Rahmen der Familien- und Zukunftsplanung. Das Alter unserer Kernzielgruppe liegt zwischen 25-40, da für einen Grundstückskauf zunächst auch das Einkommen geregelt sein muss, zum Beispiel nach einer Ausbildung oder abgeschlossenem Studium. Weiterhin gehört zu den demografischen Merkmalen eine Festanstellung und dementsprechend ein gesichertes und regelmäßiges mindestens mittleres Einkommen. Bei der Zielgruppe existiert der Wunsch nach einer ruhigen und naturbelassenen Umgebung für die Zukunft der Familie und der Kinder. Ein Leben in der Stadt kommt aufgrund vom Trubel, höherer Kriminalität und Größe nicht in Frage.

### Persona

#### Christian und Sonja

Alter:	28 & 29 Jahre
Beruf:	Sie Lehrerin an einer Grundschule, er IT-Fachmann im Gesundheitswesen in Kassel
Status:	Verheiratet & schwanger
Charakteristik:	Junges modernes Paar, Familie & harmonisches Zusammenleben sind sehr wichtig, möchten weg aus dem Trubel der Großstadt in eine ruhigere Umgebung, naturbegeistert, unternehmen gerne viel draußen, wollen einen eigenen Garten anlegen, Wander- & Campingurlauber, Tierliebhaber, treffen sich gerne mit Freunden, grillen oft, offen & kommunikativ
Mediennutzung:	Nutzen hauptsächlich Online-Medien, Tageszeitung online abonniert, halten sich mit Tablet/Smartphone im Internet auf, schauen Fernsehen
Bedürfnisse:	Erwarten Sicherheit & ruhige Umgebung, günstiges Grundstück, Geborgenheit, Anschluss vor Ort finden auch für Kind(er), Wurzeln schlagen & „Ankommen“, verzichten bewusst auf Vorteile einer Großstadt (Vielfältiges & dauerhaftes Angebot in jedem Bereich)

## Nebenzielgruppe

Zur Nebenzielgruppe zählen die ehemaligen Einwohner der Stadt Großalmerode, die immer noch sehr verbunden mit der Stadt sind. Das Alter spielt bei der Nebenzielgruppe keine Rolle - hier geht es grundsätzlich um jeden, der dort gewohnt hat. Voraussetzung hierbei sind vorhandene Kontaktdaten (im Briefing wurde mitgeteilt, dass diese Personen auch im Rahmen des Heimatfestes kontaktieren werden – somit sollten die entsprechenden Daten vorhanden sein). Personen der Nebenzielgruppe sehnen sich zurück in die alte Heimat; sind unzufrieden mit dem aktuellen Wohnort und können sich den Wechsel zurück vorstellen.

### Persona

#### **Anne & Gerd**

Alter:	52 & 58 Jahre
Beruf:	Sie Krankenschwester, er Leiter einer Bank in Kassel
Status:	Verheiratet, 2 erwachsene Kinder
Charakteristik:	Sie ehemalige Großalmeröderin, damals aus beruflichen Gründen nach Kassel gezogen, früh geheiratet & 2 Kinder geboren (heute 22 & 24), Kinder sind aus dem Haus, Sehnsucht nach Ruhe & Heimat, im Ruhestand mit ihrem Mann eigenes Haus besitzen inkl. Garten, alte Freunde widersehen
Mediennutzung:	Lesen hauptsächlich Zeitung, teilweise auch online unterwegs, keine sozialen Medien, schauen Fernsehen & hören Radio
Bedürfnisse:	Erwarten ebenfalls Sicherheit & ruhige Umgebung, Geborgenheit, zum Ursprung zurückkehren, Enkelkinder dort behüten

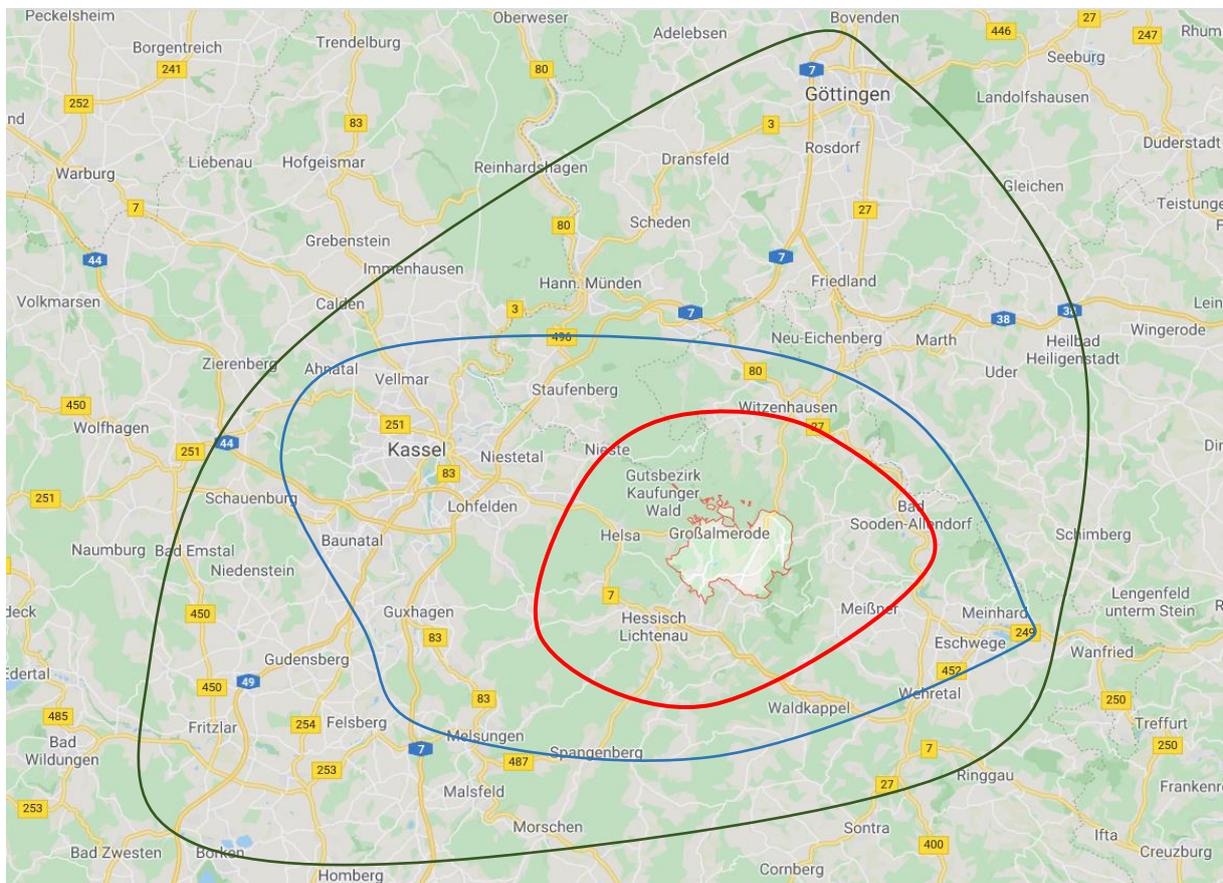
## 4.6 Einzugsgebiet

Das Einzugsgebiet teilt sich auf in Kern-Nah- und Ferneinzugsgebiet. Diese werden anhand vom Weg zur Arbeit in Minuten eingegrenzt.

Das Kerneinzugsgebiet umfasst eine Fahrzeit zum Arbeitsplatz bis 20 Minuten. In diesem Gebiet befinden sich größere Gemeinden wie Witzenhausen, Hessisch Lichtenau, Bad Sooden-Allendorf, Kaufungen.

Das Naheinzugsgebiet umfasst eine Fahrzeit von 20 – 35 Minuten. In diesem Gebiet befindet sich die Stadt Kassel inkl. der Stadtteile bis hin nach Vellmar, sowie Eschwege, Melsungen, Baunatal.

Das Ferneinzugsgebiet umfasst eine Fahrzeit von 35 – 45 Minuten. In diesem Gebiet befinden sich unter anderem die Städte Göttingen, Hann. Münden, Fritzlar, Homberg (Efze), Borken, Heiligenstadt, Rotenburg an der Fulda.



## 5. Konzeptidee

Mit Hilfe unserer Werbemaßnahmen soll die Stadt Großalmerode als zukünftiger Wohnort für unsere Zielgruppe attraktiv gemacht werden. Konkretes Produkt der Stadt sind die zu verkaufenden Baugrundstücke. Jungen Familien mit Kindern soll der Start in eine langfristige Zukunft in Großalmerode erleichtert werden, indem es 20 % Nachlass auf die Baugrundstücke gibt. Da dieses Alleinstellungsmerkmal bisher nicht erfolgreich genug kommuniziert wurde, ist es zunächst wichtig, den Fokus darauf zu lenken. Wenn die Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe geschaffen wurde, geht es im nächsten Schritt darum, dass sich potentielle neue Einwohner mit der Stadt identifizieren. Hierbei sollen vor allem das familiäre Zusammenleben und die Beständigkeit des Lebens in Großalmerode vermittelt werden. Da die Familie für die Zielgruppe auch im Vordergrund steht und sehr wichtig ist, ist es sehr von Vorteil auch diese Stärke von Großalmerode hervor zu heben. Durch Einrichtungen, in denen mehrere Generationen aufeinandertreffen, wie zum Beispiel ein Seniorenheim mit integriertem/angrenzendem Kindergarten kann dieser Wert verankert werden. Großalmerode soll keine Übergangslösung, sondern eine langfristige Lösung für junge Familien und deren Zukunft werden.

## 6. Copy Strategie

Der Hauptnutzen (**Consumer Benefit**) für die Zielgruppe sind in erster Linie die kostengünstigen Baugrundstücke. Weiterhin profitiert die Zielgruppe von der guten und ruhigen Lage der Stadt im Geo Naturpark Frau Holle Land sowie einer geringen Kriminalitätsrate und erfährt dadurch ein stärkeres Gefühl von Sicherheit. Außerdem ist die grundsätzliche Versorgung mit Lebensmitteln, Ärzten, Versicherungen usw. vorhanden, sodass hierfür nur kurze Wege in der Stadt notwendig sind.

Die potentiellen neuen Einwohner werden durch eine persönliche und direkte Ansprache angesprochen. Testimonials sollen Vertrauen schaffen in die übermittelten Werbebotschaften, so steigt gleichzeitig die Glaubwürdigkeit (**Reason Why**). Außerdem wird in den Werbemaßnahmen auf das Angebot für die Baugrundstücke eingegangen.

Die Werbebotschaft wird durch das Zusammenspiel von sachlich informativer Sprache und der Übermittlung von Emotionen, in einem lockeren Sprachstil mit realistischen, personenbezogenen und authentischen Bildern an die Kernzielgruppe übermittelt (**Tonality**). Die im Logo verwendeten Farben rot und grün werden in der Gestaltung der Werbemittel aufgegriffen. Die Farbe Grün steht hierbei für die Verbindung mit der Natur, Wachstum, Hoffnung, Erfolg und Fruchtbarkeit. Der erdige Rotton steht für Freundlichkeit, Schutz, Energie und Kraft.

An entsprechender Stelle wird durch eine Handlungsempfehlung die Zielgruppe angeleitet, sich über das Angebot und die Stadt zu informieren und Grundstücke anzufragen.

## 7. Kreative Leitidee

Die Kampagne wird begleitet von Testimonials, die auf Bannern zu sehen sind. Diese sollen verschiedene Familien oder Menschen in unterschiedlichen Lebenssituationen verkörpern, um bei der Kernzielgruppe Empathie zu erwecken und die Möglichkeit bieten, sich mit ihnen zu identifizieren. Dabei soll das Corporate Design, also Logo, Farben (rot und grün), Typografie und Sprachstil, immer zu sehen sein. Der Claim soll nur auf ausgewählten Marketing-Maßnahmen zu sehen sein, wie beispielsweise auf Flyern und Citycards. Auf den Bannern, die online geschaltet werden sollen oder die in den Sonderveröffentlichungen/Zeitungen zu sehen sind, kann der Claim wegfallen. Aufgrund des gering verfügbaren Platzes soll der Inhalt hier nur auf die wesentlichen Dinge beschränkt werden und stattdessen ein Call to Action platziert werden, um den Betrachter zu einer Handlung aufzufordern (siehe Maßnahmen).

**"zusammen GROßalmerode"** lautet der Slogan, der für die Stadt etabliert werden und der in allen Maßnahmen wiederzufinden sein soll. Das Bespielen von Testimonials mit fiktiven Charakteren inklusive Zitaten wie beispielsweise "Social Media heißt bei uns Marktplatz" sollen Wiedererkennungswert schaffen und mit witzigen Aussagen die Leser ansprechen. Beim Leser wird durch den Slogan ein Zusammengehörigkeitsgefühl geweckt und er soll eine einladende Wirkung vermitteln.

## 8. Kommunikationsstrategie

Um unsere Zielgruppe bestmöglich erreichen zu können ist es wichtig zu wissen, wo sich die Zielgruppe aufhält, sowohl online als auch offline. Unsere Kommunikationsstrategie zielt drauf ab, die Zielgruppe an möglichst vielen Punkten während der Entscheidung für den zukünftigen Wohnort zu erreichen. Da es bei der Entscheidung für ein Baugrundstück um die Zukunft einer Familie geht, ist es eine Entscheidung die reifen muss und Zeit braucht. Daraus folgt eine kontinuierliche Strategie, um über die gesamte Kampagnenlaufzeit über die verschiedenen Kanäle bei der Zielgruppe präsent zu sein.

Wichtig ist hier vor allem die Wiederansprache. Potentielle Einwohner, die sich auf der Webseite über das Wohnen und die Grundstücke in Großalmerode informiert haben, zeigen Interesse. Das Interesse darf auf dem Weg der Entscheidungsfindung nicht verloren gehen und so gilt es besonders hier im Gedächtnis zu bleiben und sich wieder auf den Radar der Zielgruppe zu bringen.

Da die Flankenzielgruppe sehr breit ist und die Gemeinsamkeit hier ist, dass alle in Großalmerode gewohnt haben, ist eine direkte Ansprache notwendig, um den Streuverlust so gering wie möglich zu halten. Hierbei kommt vor allem das Mailing in Frage, welches ehemaligen Einwohner verschickt wird.

In allen Werbemaßnahmen und –mitteln, die wir verwenden, legen wir großen Wert auf den Wiedererkennungswert. Das Logo sowie die Farben und Slogan der Stadt sollen in Erinnerung bleiben und bei Mehrfachkontakten im Gedächtnis bleiben. Um Aufmerksamkeit zu gewinnen, planen wir City Cards in Bars, Kneipen, Restaurants zu platzieren – eben genau dort, wo man die junge Zielgruppe antrifft. Egal ob

während dem Feiern, beim Treffen von Freunden oder beim gemütlichen Beisammensitzen – die auffälligen und modern gestalteten City Cards werden mitgenommen und automatisch zum Gesprächsthema auch über den Abend hinaus. Durch passend platzierte QR-Codes auf den City Cards, die einen auf die Landingpage der Stadt Großalmerode weiterleiten, erhalten die Personen viele weitere Informationen rund um die Verfügbarkeit der Grundstücke. Dadurch bleibt dieses Thema aktuell und im Gespräch, wobei es sich unter den Leuten weiter verbreiten kann durch eine Mund-zu-Mund-Propaganda. Die City Cards platzieren werden ebenso in Bereichen platziert, in denen Familien anzutreffen sind, wie z.B. Kindergärten, Schwimmbädern oder auch Kinos. Das Konzept Großalmerodes wollen wir vor allem auch für Familien oder werdende Familien schmackhaft machen, da diese unter optimalen Bedingungen in dieser Stadt ihre neue Heimat finden können. Einer der wichtigsten Werbeaspekte sind die günstigen Baugrundstücke für Familien, weshalb wir großen Wert darauf legen, diese Zielgruppen bestmöglich anzusprechen und zu gewinnen.

Des Weiteren platzieren wir Banner auf Internetseiten, auf denen sich die Kernzielgruppen bewegt. Durch eine ebenso auffällige und ansprechende Gestaltung zielen diese Banner hohe Aufmerksamkeit auf sich. Mit nur einem Klick werden die Interessenten schließlich auf die Homepage weitergeleitet, auf der weitere wichtige Informationen zu finden sind. Um auch im Social Media Bereich optimal aufgestellt zu sein, sollte eine Instagram-Seite ins Leben gerufen werden. Da Social Media heutzutage nicht mehr wegzudenken ist und unsere Zielgruppen vor allem in diesen Bereichen aktiv sind, ist es uns wichtig durch bewundernswerte Bilder der Stadt, der Umgebung, der Natur auf Großalmerode

und dessen Möglichkeiten aufmerksam zu machen. Auch bietet Social Media eine gute Möglichkeit um zusätzlich die Einwohner und Personen die mit Großalmerode in Verbindung stehen als Multiplikatoren zu nutzen. Gerade die Einwohner zeigen die Stadt wie sie ist und durch ihre Veröffentlichung bei beispielsweise Instagram können auch potentielle neue Einwohner diese Nähe erleben. Vor allem Großalmerode bietet viele Möglichkeiten durch die Natur und Fachwerkhäuser, um die Schönheit der Stadt in Bildern widerzuspiegeln. Weniger Wert wird hierbei also auf das informative gelegt (wie es bei der FB-Seite der Fall ist), sondern vermehrt auf die verschiedenen Facetten der Stadt. Als weiteren wichtigen Punkt sehen wir zusätzliche Messe-Auftritte. Großalmerode war bisher lediglich auf der Kasseler Bau- und Immobilienmesse präsent, wobei es weitere Möglichkeiten gibt! Besonders die Frühjahrsausstellung in den Kasseler Messehallen bietet sich hier optimal an. Zu dieser Jahreszeit können viele Besucher es kaum erwarten, dass der Frühling erwacht – so kommt der Stand der Stadt ins Spiel – Natur soweit das Auge reicht, viele Freizeitmöglichkeiten und jede Menge Platz für Gartenliebhaber. Da die Werbestrategie kontinuierlich ist und die Zielgruppe höchstwahrscheinlich von unterschiedlichen Kanälen gleichzeitig auf unsere Botschaft aufmerksam gemacht wird, ist es wichtig auf den Wiedererkennungswert zu setzen und einen „Roten-Faden“ durch die Kommunikation und Gestaltung zu ziehen. Weiterhin muss darauf geachtet werden präsent zu sein, wenn die Zielgruppe nach einem Werbekontakt online auf der Suche nach dem Angebot ist. Hier kommt vor allem die dauerhafte Google Ads Werbung ins Spiel, welches eine gute Möglichkeit ist, um die Zielgruppe da abzuholen wo sie sucht.

## 9. Kommunikationsmaßnahmen

### 9.1. Werbeträger

Da die Zielgruppe sich vor allem online aktiv ist, darf die Verbreitung im Internet natürlich nicht fehlen. Hier gibt es mehrere Plattformen, auf denen man sich bewegen kann. Dazu zählen für uns verschiedene Webseiten, Facebook, Instagram und ähnliches. Um sich auf Webseiten zu präsentieren, gibt es verschiedene Möglichkeiten - dazu mehr in der Werbemittel-Strategie. Gerade im Bereich des Online-Marketings hat man sehr genaue Targeting- und Auswertungsmöglichkeiten. Egal auf welchen Webseiten sich die Zielgruppe aufhält, durch Interessen und ein festgelegtes Geo-Targeting hat man hier eine sehr gute Möglichkeit, die Zielgruppe da zu erreichen wo sie sich aufhält. Eine Auswertung hiervon hilft bei der weiteren Planung und Verbesserung der Kampagne.

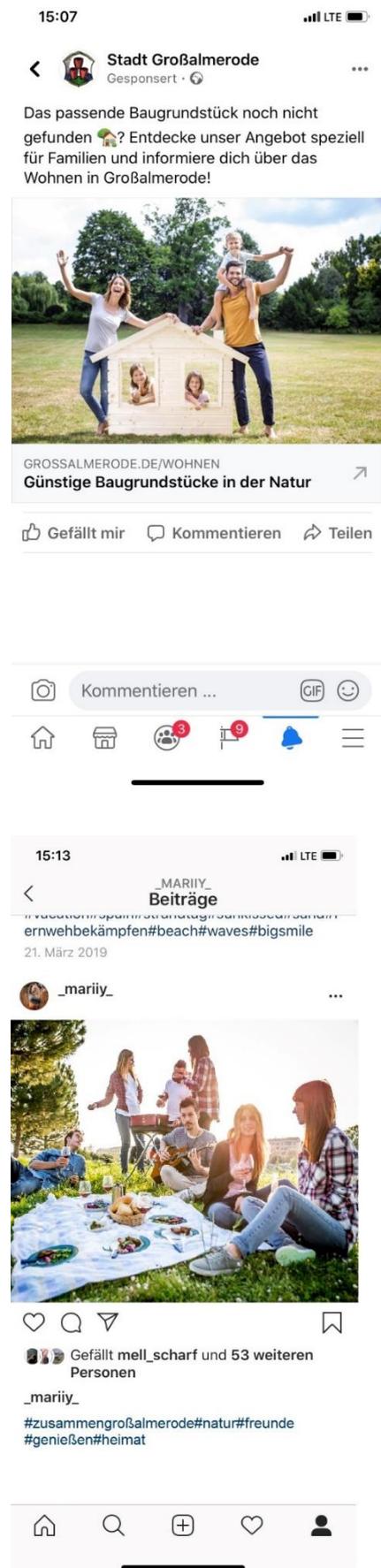
Nicht zu vergessen ist die klassische Zeitung, auch wenn wir hier vor allem auf die Veröffentlichung im E-Paper abzielen, ist die Tageszeitung immer noch eines der glaubwürdigsten Medien und vermittelt Seriosität.

## 9.2. Werbemittel

### Facebook / Instagram

Facebook-Ads bietet eine gute Möglichkeit, eine neue Facebook-Seite bekannt zu machen. Mit einer Fan-Kampagne wird darauf abgezielt, die Zahl der Abonnenten einer Seite zu erhöhen. Weiterhin kann mit verschiedenen Anzeigenformaten, bei denen als erstes immer das Bild ins Auge springt, die Zielgruppe auf die Webseite geleitet werden. Erfolg werden wir hierbei nur durch eine dauerhafte Präsenz haben, vor allem hinsichtlich der Facebook-Seite. Weiterhin ist Facebook eine Plattform, wo man sehr gut mit Bildern arbeiten kann. Fotos sprechen die emotionale Ebene der Zielgruppe an, die sich dadurch mit der Stadt identifizieren kann.

Ebenso planen wir, die Instagram-Seite dauerhaft zu aktualisieren, um die naturbezogene Schönheit Großalmerodes zu veranschaulichen. Somit erreichen wir weitere Personen der jungen Zielgruppen, die in diesen Bereichen aktiv sind. Weiterhin kann man Instagram sehr gut dazu nutzen, um Personen mit einzubeziehen. Daher soll es zusätzlich eine dauerhafte Kampagne geben, bei dem die Einwohner der Stadt mitwirken können. Unter dem Hashtag #zusammenGROßalmerode sollen Besonderheiten der Stadt, die Menschen und Ereignisse festgehalten und so echt wie möglich kommuniziert werden. Das schafft zusätzlich ein Gefühl der Verbundenheit.



## Social Media Redaktionsplan

Es ist zu empfehlen, einen Social Media-Redaktionsplan für den Kampagnen-Zeitraum von Herbst 2020 bis Herbst 2021 zu schreiben und die Inhalte entsprechend in den festgelegten Kanälen zu veröffentlichen. Dieser Plan beinhaltet

- Datum
- Regelmäßigkeit der Postings
- Bestimmung des Kanals
- Beschreibung des Posts
- Ggf. die Beschreibung der Social Media Kampagne
- Autor
- Freigabeprozess
- Deadline

Zu berücksichtigen sind auch die gesetzlichen Feiertage im Plan. Die zu bespielenden Kanäle sind Facebook und Instagram über den offiziellen Großalmerode Account.

Beispielhafte Kampagnen

### 1. Zusammen GROßalmerode Hashtag Kampagne

Die zentrale Werbebotschaft wird in den Social Media Kanälen platziert. Durch regelmäßige Posts und konsequenter Orientierung an der zentralen Werbebotschaft eignen sie sich gut dafür, einen positiven und authentischen Eindruck zu hinterlassen.

Aus dem Leitspruch „Zusammen GROßalmerode“ lässt sich gut eine Hashtag-Kampagne auf Instagram entwickeln. Es wird regelmäßig Content aus dem Alltag in Großalmerode gepostet, wie zum Beispiel Veranstaltungen, Besuche im Seniorenheim, Aktivitäten des

Bürgermeisters, Neuigkeiten aus dem Sportverein, etc.

Es können gerne auch alltägliche Kleinigkeiten sein, die die Stadt sympathisch und bodenständig erscheinen lassen. Wichtig ist die regelmäßige Bespielung der Kanäle im Abstand von 2 Tagen, um nicht im Social Media Algorithmus unterzugehen. Jeder Post wird mit dem Hashtag #zusammenGROßalmerode versehen, um den Zusammenhalt und die Herzlichkeit der Stadt zu vermitteln. Die Posts werden ebenso im Facebook Kanal geteilt.

Einheimische oder Besucher der Stadt sowie auch Menschen, die einen Bezug zu Großalmerode haben, können den Hashtag #zusammenGROßalmerode verbreiten, indem sie auf Instagram Bilder posten, die optimaler Weise in Großalmerode entstanden sind und den Hashtag darunter verwenden.

Auch die geplanten Veranstaltungen im Gewölbekeller werden über die Kanäle beworben, nachberichtet und Eindrücke gezeigt. Auch hier wird der Hashtag bei Instagram konsequent verwendet.

### 2. Baugrundstücke

Die Aufmerksamkeit der Zielgruppe wird durch direkte Ansprache gewonnen. Es folgt der Call to Action (CTA), der dazu auffordert, auf die Website der Baugrundstücke zu klicken. Alles wird in kurze, prägnante Sätze gefasst.

Zu den aktuell verfügbaren Baugrundstücken kann regelmäßig ein Update auf Facebook und Instagram geteilt werden. Möglicherweise stellen sich Käufer zur Verfügung, sich mit dem

Baugrundstück fotografieren zu lassen, dass sie erworben haben.

Jeder Beitrag enthält einen Link, der zu der Website mit den verfügbaren Baugrundstücken führt.

### GoogleAds

Hausbau und Grundstückskauf sind sehr umfangreiche Themen, die auch viele Fragen aufwerfen. Der einfachste und schnellste Weg ist, sich über die Google-Suche die Informationen zu beschaffen. Das wird auch unsere Zielgruppe tun, daher muss man in diesem Bereich dauerhaft präsent sein. Ein großer Vorteil hierbei ist, dass sich die Zielgruppe bereits mit dem Thema beschäftigt und auf der Suche nach Informationen ist. Man muss den Suchenden abfangen und die Infos bieten, die gesucht werden und so das entsprechende Angebot präsentieren. Hierbei werden entsprechende Keywords festgelegt, bei deren Suche die Anzeige in der Suchergebnisliste auftaucht wo der User klicken kann und auf die Landingpage kommt.

### Messe

Der Besuch einer Messe als Aussteller bringt Nähe zur Zielgruppe. Viele Themen hängen mit dem Kauf eines Grundstücks zusammen, daher ist es für die Zielgruppe eine gute Möglichkeit sich zu informieren und die Stadt sollte hier präsent sein. Neben der Bau- und Immobilienmesse, die bereits wahrgenommen wurde, planen wir Messeauftritte innerhalb der Frühjahrs- und Herbstausstellung. Diese beiden Messen finden in den Kasseler Messehallen statt. Durch die Wahrnehmung der weiteren Messen, erhält man über einen größeren Zeitraum, die Möglichkeit, sich als Stadt zu präsentieren und Kontakte mit potenziellen Einwohnern zu knüpfen.



## Zeitung

Da die klassische Zeitung immer noch als eines der glaubwürdigsten Medien gilt und Seriosität vermittelt, darf dies als Werbemittel nicht vergessen werden. Anzeigenwerbung oder eine Berichterstattung sehen wir hierbei ebenso innerhalb der jeweiligen Messeauftritte als notwendig. Über die Zeitung erreichen wir zusätzliche und zudem noch einmal eine andere Zielgruppe, die man über Internetportale wie Facebook/Instagram nicht unbedingt anspricht.

## Content-Marketing

Die Veröffentlichung von bezahlten Artikeln in redaktioneller Form ist online eine gute Möglichkeit, um viele Informationen zu verbreiten. Man erreicht nochmal eine Zielgruppe zusätzlich zu den Tageszeitungslesern (Beispiel HNA.de, hier ist der Großteil unterwegs, der keine Tageszeitung liest). Zu Gute kommt einem hier auch wieder das Image der Tageszeitung.

Das Content-Marketing wird geplant, wie auch bei der Display-Werbung, überwiegend zu den Messen einzusetzen, um speziell zu diesen Zeiten Aufmerksamkeit zu gewinnen.



**Christof Nolda**  
Bürger

Henschelgelände auf der Tagesordnung, weil es um die Zukunft der dort ansässigen Vereine und Initiativen vom Technikmuseum bis zur Ska-



**Erhebliche Entwicklungsmöglichkeiten:** Im Zentrum des Luftbildes befinden sich die Hallen des ehemaligen Henschelstandortes in Rothenditmold.

terhalle ging. Es sei das klare Ziel der Stadt, einen Masterplan zu entwickeln, der neben Gewerbe, Wohnen, einer besseren Erschließung und der Schaffung eines Stadteilplatzes den Fortbestand der Initiativen garantieren soll. Seit dem gemeinsamen Ortstermin seien drei Monate ver-

gangen. „Wir hoffen jetzt auf ein klares Bekenntnis des Investors“, sagt Nolda. Angesichts der Größe des Areals sei aber auch klar, dass dafür etwas Zeit nötig sei. Kulturdezernentin Susanne Völker beschleunigte alle Initiativen auf dem Gelände eine positive Entwicklung.

Das Technikmuseum habe seine Betreiberstruktur stabilisiert und werde erstmals personell von der Stadt unterstützt. Dabei gehe es neben dem Tagesgeschäft und der Organisation auch um eine Weiterentwicklung der Konzeption. Besonders erfreulich sei die engere Zusammen-

arbeit mit dem Henschelmuseum. Die Künstler und Musiker unter dem Dach des Netzwerkes Hammerschmiede seien ebenso wie die Museen auf Planungsgleichheit angewiesen. Besonders dringend sei das beim Skaterverein Mr. Wilson, der auf dem Gelände eine Halle betreibt und zahlreiche Angebote für junge Leute macht. Der Verein könne zugelegte Fördermittel der Europäischen Union in Höhe von 100 000 Euro nicht abrufen, weil er keinen langfristigen Mietvertrag hat.

mungen beim Torjubi und generell auf Körperkontakt lieber verzichten sollten. Das bekommen wir hin. Wir stoßen einfach ohne Anstoßungsgefahr mit dem Bierbecher an.

tasar iphena

### KOMMENTAR

Über viele Jahre herrschte Ratscheln, was die wechselnden Eigentümer eigentlich mit dem ehemaligen Henschelgelände vorhaben. Mittlerweile hat sich der dickste Nebel verzogen. Die Luxemburger Aktiengesellschaft Aroundtown als aktueller Ansprechpartner verdient ihr Geld mit Gewerbe, Hotel und auch mit Wohnimmobilien. Das ist auch in Rothenditmold das Ziel.

Als Förderer von Initiativen wie dem Technikmuseum, Künstlern, Musikern und den Skatern von Mr. Wilson hat sich Aroundtown bislang

### Henschelgelände Es funktioniert nur im Paket

VON THOMAS SIMON



nicht hervorragen. Aktuell sorgt die Trikoterwerbung beim Fußball-Bundesligisten Union Berlin für Diskussionen unter den Fans, die das teilweise heftig kritisieren.

Aroundtown verfolgt klare wirtschaftliche Interessen. Deshalb ist es gut, dass es jetzt endlich einen gemeinsa-

men Ortstermin mit Vertretern der Stadt Kassel gegeben hat. Das dient der Klärung. Die Weiterentwicklung des 100 000 Quadratmeter großen Areals mit denkmalgeschützten Produktionshallen kann nur im Paket funktionieren. Ja, es gibt die Möglichkeit für eine attraktive

Wohnbehausung. Zudem könnten große Hallenflächen lokativer als bislang genutzt werden. Aber nur, wenn das Gesamtpaket stimmt.

Denn nur so kann es etwas werden. Der Eigentümer bekommt die Chance, durch die Entwicklung und den Neubau von Immobilien Geld zu verdienen. Der Stadteil gewinnt durch die bessere Erschließung des Areals mit öffentlichen Plätzen. Und die dort bereits ansässigen Initiativen bekommen eine langfristige Perspektive. In den Grundzügen könnte so der von der Stadt angestrebte Masterplan aussehen.

tos@hna.de

ANZEIGE

**10€15**  
**GBL**

Umsatz 10€ - 15€

ORF

### ORTSBEIRAT

#### Tag der Erde

**Harleshausen** – Der Ortsbeirat Harleshausen tagt am Mittwoch, 11. März, ab 19:30 Uhr im SVH-Clubhaus, Daspelstraße 10. Im Mittelpunkt der Sitzung stehen diesmal die Informationen zum Tag der Erde im April sowie die Standorte für Fahrradstän-

det.

### Anzeige

## Großalmerode stellt sich vor

Wer auf der Suche nach attraktiven Baugrundstücken ist sollte hier vorbeischaun

**E**inen herzlichen Dank spricht Ralf-U. Umbach, Geschäftsführer der Messe Kassel, den Ausstellern aus, die noch bis einschließlich Sonntag dem Frühling in die Messehallen bringen. „Als die Pandemie- und Gesundheitsministeriums herausgegeben wurde, war die Messe bereits komplett aufgebaut und eine derart kurzfristige Abgabe nicht zu realisieren“, berichtet Umbach. „Wir ziehen das Beste aus der Situation machen“, so der Geschäftsführer,

der sich an einige schwierige Situationen für die Messe Kassel erinnert, „aber so etwas gab es noch nie!“, versichert Umbach. Umso erfreulicher findet er, dass sämtliche Aussteller mitgezogen haben und viele Besucher der Messe treu geblieben sind.

Dabei darf man nicht vergessen, dass es sich zum größten Teil um Berufsaussteller handelt, die von dem Messengeschäft leben. Für sie bietet die Frühjahrs-Ausstellung in Kassel die vorerst letzte Gelegenheit, ihre vielfältigen Angebote zu



**Haben mehr Zeit für die Besucher:** Dagmar Brist und Peter Schössow (hinten) präsentieren Oskar Küchenmaschinen.

präsentieren, denn inzwischen wurden viele andere gesagt oder verschoben. Die Aussteller sehen es positiv. So sagt etwa Peter

Schössow, der an seinem Stand Oskar Küchenmaschinen vorstellt: „Für uns war es selbstverständlich, an der Frühjahrs-Ausstellung teilzunehmen. Eigentlich ist es für die Gäste der Messe der perfekte Zeitpunkt, um die Ausstellung zu besuchen. Sonst herrscht immer ein riesiger Andrang, jetzt können wir Aussteller uns Zeit nehmen, um alle Fragen der Besucher zu beantworten und auf Einzelwünsche einzugehen.“

Ähnlich sieht es Hartmut Fricke, Inhaber von Momo Mode, der vor allem das

Verhalten der Messeleitung lobt: „Corona ist natürlich ein Thema, aber die Besucher sind entspannt und sehr freundlich. Der Vorteil ist, dass man sich mehr Zeit für persönliche Gespräche und die Beratung nehmen kann. Wir als Aussteller wissen es zudem sehr zu schätzen, dass sich die Messeleitung nicht versteckt und stets präsent ist.“

So haben die Verantwortlichen der Messe Kassel und die Aussteller die Ankündigung Umbachs umgesetzt und das Beste aus der Situation gemacht.

## Flyer / Broschüre

Das Auslegen von Flyern planen wir speziell in den Bereichen, in denen man Familien antrifft. Demnach platzieren wir diese in beispielweise Kindergärten, Schwimmbädern, Kinos usw. Mithilfe der Flyer haben wir die Möglichkeit, die Interessenten für die Vorzüge der Stadt zu begeistern. Bei der Gestaltung orientieren wir uns hier an unseren City Cards, da diese ebenso durch das besondere „Etwas“ auffallen sollen. Ebenso planen wir diese dauerhaft an diesen Orten zu platzieren, um eine größere Chance erzielen, viele Personen anzusprechen und für das Stadtkonzept bzw. die facettenreichen Möglichkeiten der Stadt zu gewinnen. Auch sollen Frauenarztpraxen mit Broschüren versorgt werden, da hier viele werdende Mütter anzutreffen sind.

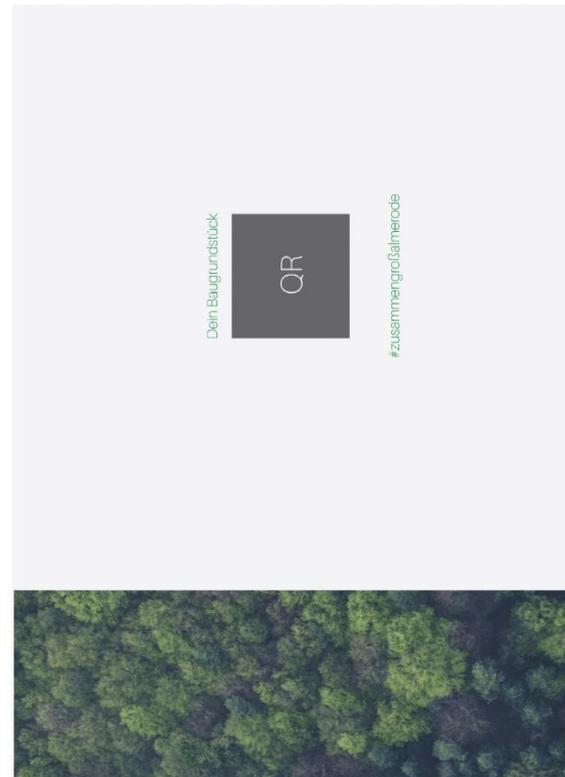
## Mailing

Besonders bei der Flankenzielgruppe ist das Mailing wichtig. Wie im Briefing erwähnt, werden alle 5 Jahre zum traditionellen Heimatfest ehemalige Einwohner eingeladen, die Stadt zu besuchen - eine gute Möglichkeit, sie daran zu erinnern wie toll Großalmerode ist. Da der Zeitraum unseres Konzepts lediglich bis nächstes Jahr geplant ist, fällt das nächste Heimatfest aus der Planung leider heraus. Mit den verfügbaren Mail-Adressen wollen wir speziell vor und während den Messeauftritten die Personen kontaktieren, um diese ebenso als Messe-Besucher zu gewinnen.



## City Cards

Mithilfe von City Cards wollen wir die junge Zielgruppe erreichen, die sich in Bars, Kneipen oder Restaurants aufhalten. Durch eine auffällige Gestaltung zielen wir hierbei darauf ab, dass diese Karten als Mitbringsel oder als schönes Accessoire mitgenommen und zum Gesprächsthema werden. Erst durch gezieltes und genaues Betrachten werden auf diesen Karten Informationen ersichtlich bezüglich günstigen Baugrundstücken für Familien und die Naturverbundenheit der Stadt. Da man dies zeitlich schlecht eingrenzen kann, möchten wir diese regelmäßig in diesen Bereichen und Orten auslegen und platzieren. Nur durch eine Regelmäßigkeit kommt man auch hierbei zum Erfolg.



## Banner im Displaynetzwerk

Mit Hilfe der Banner lässt sich die Zielgruppe auf verschiedenen Webseiten erreichen, egal wann und wo sie surft. Durch die Möglichkeit nach Regionen, Interessen und Verhalten zu selektieren, ist hier eine sehr genaue Zielgruppenansprache möglich. Man hat hier eine gute Chance Reichweite zu generieren und die Zielgruppe darauf aufmerksam zu machen - auch wenn diese sich noch nicht entschieden hat, sich mit dem Thema Grundstückskauf auseinander zu setzen.

Zusätzlich empfiehlt sich die Wiederansprache der Webseitenbesucher mit Hilfe von Retargeting. Jemand, der Interesse zeigt und sich bereits informiert hat, wird mit den Bannern erneut angesprochen und man gerät somit nicht in Vergessenheit. Da dies ein grundsätzliches Vorhaben ist, ist es hierbei unbedingt notwendig, die Banner regelmäßig zu platzieren, um eine möglichst hohe Aufmerksamkeit zu erreichen. Hierbei nehmen wir den Zeitraum von Oktober 2020 bis Mai 2021 in den Fokus, um gezielt zu der Herbstmesse und der Frühjahrsausstellung Interessenten zu gewinnen.



Zusammen  
GROßALMERODE



Zusammen  
GROßALMERODE

**Umgeben von  
der Natur**



STADT  
GROßALMERODE



STADT  
GROßALMERODE



Zusammen  
GROßalmerode

**Wenn sich Wohnen  
wie Urlaub anfühlt**



Zusammen  
GROßalmerode

**Angebot speziell für  
Familien mit Kindern**

**Jetzt informieren!**



STADT  
GROßALMERODE



STADT  
GROßALMERODE

### Veranstaltungen

Der Gewölbekeller in Großalmerode kann durch regelmäßige und wechselnde Veranstaltungen genutzt werden. Um genügend Zeit für die Planen zu haben, finden die Veranstaltungen im Abstand von zwei Monaten im Gewölbekeller statt. Die wechselnden Veranstaltungen zielen auf jede Zielgruppe in Großalmerode ab – ob jung, alt oder neu in der Stadt. Der Raum kann ebenfalls außerhalb des Veranstaltungsplans für kleinere Events wie zum Beispiel Kindergeburtstage gebucht werden. Beworben werden die Veranstaltungen

über lokale Berichterstatter wie die Werra Rundschau, Flyer im Rathaus und diversen Einkaufsgeschäften und schriftliche Mailings an die Bürger von Großalmerode. Ebenfalls können die Bürger dazu angeregt werden, anderen Einwohnern davon zu erzählen, was in einer Kleinstadt immer gut funktioniert.

DATUM	VERANSTALTUNG
05.09.2020	Töpferkurs für Anfänger
31.10.2020	Basteln mit Kastanien für Kinder
02.01.2021	Vorlesestunde – von Senioren für Kinder
06.03.2021	Ostereier Bemalen – für Jung und Alt
01.05.2021	Kaffee & Kuchen zum Kennenlernen der Hinzugezogenen
03.07.2021	Partyveranstaltung für die Jugend von Großalmerode
04.09.2021	Puppentheater

## 10. Maßnahmenplan

Schulferien	SEPT	OKT	NOV	DEZ	JAN	FEB	MÄR	APR	MAI	JUN	JUL	AUG
	■			■				■	■		■	■
ONLINE												
INSTAGRAM	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
GOOGLE ADS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DISPLAY WERBUNG		■	■	■	■	■	■	■	■	■		
MAILINGS		■	■	■	■	■	■	■	■	■		
FACEBOOK	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CONTENT MARKETING	■		■		■		■		■		■	
KLASSISCH												
FLYER	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ZEITUNGSANZEIGEN			■				■		■			
CITY CARDS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
MESSE			■		■		■					

## 10.1 Kostenplan

### Online

Instagram / Facebook	0,50-0,70€ pro Klick ca. 100 Klicks pro Monat	ca. 60,00€
Google Ads	0,60 – 1,10€ pro Klick ca. 100 Klicks pro Monat	ca. 80,00€
Display Werbung	0,60 – 1,10€ pro Klick ca. 100 Klicks pro Monat	ca. 80,00€
Mailings	Hosting: 14€ pro Monat (12 Monate Laufzeit)	168€
	Erstellung von Content und Umsetzung	ca. 2.500€
Content-Marketing HNA	199€ pro Anzeigen, 6 Anzeigen	1.194,00€

### Klassisch

Flyer	10.000 Stück	126,00€
Zeitungsanzeige HNA	790€ pro Anzeige 2 Spalten (88,5 mm x 100 mm) 3 Anzeigen	2.370,00€
City Cards	10.000 Stück	320,00€
Messestand	Standgebühren, Gestaltung, Equipment	ca. 7.500€

**14.398,00€**

# 11. Abspann

## 11.1 Quellenverzeichnis

<a href="https://www.gesamtschule-grossalmerode.de/">https://www.gesamtschule-grossalmerode.de/</a>	10.01.2020
<a href="https://www.grossalmerode.de/">https://www.grossalmerode.de/</a>	10.01.2020
<a href="http://www.googlemaps.de">www.googlemaps.de</a>	10.01.2020
<a href="https://www.nordhessen.pendlerportal.de/">https://www.nordhessen.pendlerportal.de/</a>	11.01.2020
<a href="https://www.wfg-werra-meissner.de/wirtschaft/gewerbeflaechen/detail/gewerbeflaechendetail/10-gewerbegebiet-am-gefaellgraben/">https://www.wfg-werra-meissner.de/wirtschaft/gewerbeflaechen/detail/gewerbeflaechendetail/10-gewerbegebiet-am-gefaellgraben/</a>	11.01.2020
<a href="https://www.facebook.com/WGGrossalmerode/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/WGGrossalmerode/?ref=page_internal,</a>	14.01.2020
<a href="https://www.facebook.com/tonstadt/">https://www.facebook.com/tonstadt/</a>	14.01.2020
<a href="https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/hessen/werra-mei%C3%9Fnerkreis/gro%C3%9Falmerode?marketingFocus=HOUSE_BUY&amp;cmp_creative=top_right_info_box_textlink_HOUSE_BUY&amp;cmp_name=residential_atlas&amp;cmp_position=residential_resultlist&amp;cmp_id=10-04309#/preisentwicklung">https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/hessen/werra-mei%C3%9Fnerkreis/gro%C3%9Falmerode?marketingFocus=HOUSE_BUY&amp;cmp_creative=top_right_info_box_textlink_HOUSE_BUY&amp;cmp_name=residential_atlas&amp;cmp_position=residential_resultlist&amp;cmp_id=10-04309#/preisentwicklung</a>	23.01.2020
<a href="https://www.immobilienscout24.de/wohnen/hessen,werra-mei%C3%9Fnerkreis,gro%C3%9Falmerode/mietwohnungen.html">https://www.immobilienscout24.de/wohnen/hessen,werra-mei%C3%9Fnerkreis,gro%C3%9Falmerode/mietwohnungen.html</a>	23.01.2020
<a href="http://www.hessisch-lichtenau.de/leben-wohnen/soziale-dienste.html">http://www.hessisch-lichtenau.de/leben-wohnen/soziale-dienste.html</a>	24.01.2020
<a href="https://www.immowelt.de/immobilienpreise/grossalmerode/mietspiegel">https://www.immowelt.de/immobilienpreise/grossalmerode/mietspiegel</a>	24.01.2020
<a href="https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/bauen/">https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/bauen/</a>	23.01.2020
<a href="https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/bauen/baugrundstuecke/">https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/bauen/baugrundstuecke/</a>	23.01.2020
<a href="https://www.messen.de/de/16670/kassel/meinzuhause-nordhessen/info">https://www.messen.de/de/16670/kassel/meinzuhause-nordhessen/info</a>	27.01.2020
<a href="https://www.steine-erden-keramik.de/branchen/feuerfest/">https://www.steine-erden-keramik.de/branchen/feuerfest/</a>	27.01.2020
<a href="https://www.stadtwerke-grossalmerode.de/wir-ueber-uns/">https://www.stadtwerke-grossalmerode.de/wir-ueber-uns/</a>	28.01.2020
<a href="https://www.naturfreunde.de/der-hohe-meissner-koenig-der-nordhessischen-berge">https://www.naturfreunde.de/der-hohe-meissner-koenig-der-nordhessischen-berge</a>	28.01.2020
<a href="https://www.mobilfalt.de/fileadmin/mobilfalt/downloads/NVV_Mobilfalt_LK_WM_2020_Flyer_HeLi-Gro%C3%9Falmerode.pdf">https://www.mobilfalt.de/fileadmin/mobilfalt/downloads/NVV_Mobilfalt_LK_WM_2020_Flyer_HeLi-Gro%C3%9Falmerode.pdf</a>	28.01.2020

<a href="https://www.naturparkfrauholle.land/tourismus/aktiv-unterwegs-sein/baden-und-schwimmen/freibaeder">https://www.naturparkfrauholle.land/tourismus/aktiv-unterwegs-sein/baden-und-schwimmen/freibaeder</a>	04.03.2020
<a href="https://www.gelstertal.de/Startseite/index.html">https://www.gelstertal.de/Startseite/index.html</a>	
<a href="https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/leben/aerzte-apotheke/">https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/leben/aerzte-apotheke/</a>	17.01.2020
<a href="https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/leben/angebote-fuer-senioren/">https://www.grossalmerode.de/leben-wohnen-bauen/leben/angebote-fuer-senioren/</a>	17.01.2020
<a href="https://www.seniorennetz-wmk.de/">https://www.seniorennetz-wmk.de/</a>	17.01.2020
<a href="https://www.grossalmerode.de/freizeit-tourismus/vereine-verbaende/sportvereine/">https://www.grossalmerode.de/freizeit-tourismus/vereine-verbaende/sportvereine/</a>	17.01.2020
<a href="https://www.grossalmerode.de/freizeit-tourismus/vereine-verbaende/kulturelle-vereine/">https://www.grossalmerode.de/freizeit-tourismus/vereine-verbaende/kulturelle-vereine/</a>	17.01.2020
<a href="https://www.wir-machen-druck.de/?gclid=EAlaIQobChMI0sbpepp3J6AIViZntCh3AMQQ-EAAYASAAEglqfvD_BwE">https://www.wir-machen-druck.de/?gclid=EAlaIQobChMI0sbpepp3J6AIViZntCh3AMQQ-EAAYASAAEglqfvD_BwE</a>	30.03.2020
<a href="https://mailchimp.com/pricing/">https://mailchimp.com/pricing/</a> Preisliste HNA	30.03.2020

## 11.2 Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erklären wir, dass wir die vorliegende Arbeit mit dem Titel „**Marketingorientiertes Kommunikationskonzept für die Gemeinde Großalmerode**“ selbstständig und ohne unerlaubte fremde Hilfe angefertigt und keine anderen Hilfsmittel als angegeben verwendet haben. Insbesondere versichern wir, dass alle wörtlichen oder sinngemäßen Übernahmen aus anderen Quellen und Hilfsmitteln als solche kenntlich gemacht wurden.

---

Ort, Datum

Marie Scharf

---

Ort, Datum

Denise Ruppert

---

Ort, Datum

Lena Kaiser

---

Ort, Datum

Anna Hirschmann

---

Ort, Datum

Antonia Lüdeke

# Tourismuskonzept

# Stadt Großalmerode

September 2021



Erstellt von:

Geo-Naturpark Frau-Holle-Land

Marco Lenarduzzi

Klosterfreiheit 34A

37290 Meißner

Ansprechpartnerinnen:

Claudia Krabbes und Charlotte Graulich

Tel.: 05657/64499-21 oder -24

E-Mail: [graulich@naturparkfrauholle.land](mailto:graulich@naturparkfrauholle.land)

# Inhaltsverzeichnis

1. Gebietsbeschreibung.....	1
2. Ziel- und Strategieformulierung .....	2
3. Zielgruppendefinition .....	4
4. Situationsanalyse .....	5
4.1 Quantitative Bestandsaufnahme.....	5
4.1.1 Ursprüngliches Angebot .....	6
4.1.2 Abgeleitetes Angebot.....	7
4.1.3 Strukturdaten Tourismus.....	13
4.1.4 Gästestruktur.....	14
4.2 Qualitative Bestandsaufnahme.....	15
5. Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT-Analyse).....	15
6. Handlungsempfehlungen.....	25
6.1 Organisation.....	25
6.2 Information und Kommunikation.....	31
6.3 Marketing .....	37
6.4 Touristische Produkte .....	41
6.4.1 Gastgewerbe .....	41
6.4.2 Wandertourismus .....	47
6.4.3 Radtourismus.....	50
6.4.4 Kultur- und Städtetourismus.....	53
7. Maßnahmenplan .....	55
8. Resümee .....	60
Anhang .....	62

## **Abkürzungsverzeichnis**

DEHOGA = Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.

DTV = Deutscher Tourismusverband

GrimmHeimat = GrimmHeimat NordHessen

Geo-Naturpark = Geo-Naturpark Frau-Holle-Land

k. A. = keine Angabe

MTB = Mountainbike

OZ = Oberziele

POI = Point of Interest

PWA = Progressive Web App

TI = Tourist-Information

UZ = Unterziele

USP = Unique Selling Proposition

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Stadt Großalmerode im Geo-Naturpark Frau-Holle Land.....	1
Abbildung 2: Gedenkstein zur Erinnerung an die Konfirmation Wilhelm Grimms .....	7
Abbildung 3: Glas- und Keramikmuseum Großalmerode .....	10
Abbildung 4: Bilsteinturm.....	10
Abbildung 5: Premiumweg P14 Bilstein.....	11
Abbildung 6: Panoramabad .....	12
Abbildung 7: Anwendungsbeispiel Microsite .....	27
Abbildung 8: Anwendungsbeispiel „mein.Toubiz“ .....	29
Abbildung 9: Beispielhafte Gestaltung eines Schaufensters .....	30
Abbildung 10: Beispiel für Plattform E-Learning über den Anbieter Teejit.....	33
Abbildung 11: Bürgerbüro Stadt Großalmerode .....	34
Abbildung 12: Geo-Naturpark-App.....	35
Abbildung 13: Beispiel Progressive Web App (PWA) – Digitale Gästemappe .....	36
Abbildung 14: Ist-Zustand des Platzes gegenüber dem Rathaus von Großalmerode.....	40
Abbildung 15: Gestaltungsmöglichkeiten des öffentlichen Raums mit Ton und Keramik im Sinne des Materials und Ton im Sinne von Klang .....	40
Abbildung 16: Wichtigkeit von Reisebestandteilen .....	42
Abbildung 17: MeineCardPlus.....	44
Abbildung 18: Buchungsplattform „tomas“ .....	45
Abbildung 19: Beispielwohnung einer „Märchenstube“ der GrimmHeimat NordHessen .....	46
Abbildung 20: Regionaltypisch gestaltetes Zimmer im Gasthof Kirschtraum in Sontra .....	47
Abbildung 21: Route GrimmSteig .....	48
Abbildung 22: Ungefährer Verlauf einer möglichen (Alternativ-)Route des GrimmSteigs mit Teilnahme der Stadt Großalmerode.....	48
Abbildung 23: Mögliches Gebiet für die Errichtung eines Panorama- oder Premiumwegs....	49
Abbildung 24: Frau-Holle-Radrundtour (ehemals Meißner-Radrundtour) .....	51
Abbildung 25: Bergbau-Radweg .....	52
Abbildung 26: Radrundtour im Kaufunger Wald .....	53

# 1. Gebietsbeschreibung

## Geografie und Lage

Die Kernstadt Großalmerode und ihre sechs Stadtteile Epterode, Laudенbach, Rommerode, Trubenhagen, Uengsterode und Weißenbach befinden sich im westlichen Grenzbereich des nordhessischen Werra-Meißner-Kreises. Von Süden nach Norden wird Großalmerode von den Städten Hessisch-Lichtenau, Bad Sooden-Allendorf und Witzenhausen und weiterhin von den drei höchsten Bergen Nordhessens, dem Hohen Meißner, dem Hirschberg und dem Bilstein, umfasst. Im Westen schließt sich der Landkreis Kassel mit den Ausläufern des Kaufunger Waldes an. Großalmerode befindet sich unweit des Oberzentrums Kassel, welches 21 km nordwestlich liegt und ist 20 km von der Kreisstadt Eschwege entfernt. Durch Großalmerode fließt der Oberlauf der Gelster. Großalmerode gehört wie alle ihre Nachbarkommunen zum Geo-Naturpark Frau-Holle-Land.



Abbildung 1: Stadt Großalmerode im Geo-Naturpark Frau-Holle Land<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Quelle: eigene Darstellung

## **Kulturhistorie**

Von besonderer Bedeutung für die wirtschaftliche und kulturhistorische Entwicklung Großalmerodes sind seit jeher die hier auftretenden Vorkommen von Ton und weiteren Bodenschätzen wie Braunkohle und Alaun. Aus der Verarbeitung der gewonnenen Rohstoffe zu Keramikwaren und aufgrund des günstigen Standorts Großalmerodes für die Glasherstellung entwickelten sich hier verschiedene Schlüsselindustrien. So bildete sich seit dem 15. Jahrhundert, auf welches der Beginn der gewerblichen Nutzung von Ton datiert werden kann, im weiteren Verlauf der Bergbau, die Feuerfestindustrie und Waldgläserei als wichtigste Industrien und Handwerke von Großalmerode heraus. Die ausgedehnte Produktion von Schmelztiegeln, Pfeifenköpfen, Dachziegeln und anderer Keramikware nahm maßgeblich Einfluss auf die Wohlstandsentwicklung Großalmerodes und trug zur Steigerung der Bekanntheit der Stadt bei. Die jahrhundertelange Tradition in diesen Handwerken und Industrien hat verstärkt zur regionalen Identität beigetragen und das Image Großalmerodes als „Stadt des guten Tons“ gebildet.

## **2. Ziel- und Strategieformulierung**

Der Tourismus als Wirtschaftsfaktor nahm für die Entwicklung der Stadt Großalmerode längere Zeit eine untergeordnete Rolle ein. Aufgrund des in Großalmerode in manchen touristischen Bereichen bestehenden hohen Potenzials, ist es aktuell das Ziel, dieses wieder verstärkt zu nutzen und die Aktivitäten im Bereich Tourismus zu intensivieren.

Ziel dieses Tourismuskonzepts besteht darin, auf Grundlage der aktuellen Situation im Bereich Tourismus in Großalmerode zum einen übergeordnete Oberziele und Leitlinien bezüglich der zukünftigen touristischen Entwicklung zu formulieren, zum anderen thematische Schwerpunkte für die touristische Vermarktung, also konkretere Unterziele, festzulegen. Zur Erreichung dieser Ober- und Unterziele werden mögliche Handlungsempfehlungen ausgesprochen und ein Maßnahmenplan aufgestellt. Die Ober- und Unterziele, welche die zukünftige touristische Entwicklung der Stadt Großalmerode vorgeben sollen, lauten:

### **Oberziele (OZ)**

OZ 1            Ökonomische Ziele

Die ökonomischen Ziele sind insbesondere auf eine Erhöhung der Wertschöpfung aus dem Tourismus ausgerichtet.

OZ 2            Marktpsychologische Ziele

Die marktpsychologischen Ziele sind weniger auf eine direkte Steigerung der ökonomischen Tragfähigkeit ausgerichtet, vielmehr wird durch diese angestrebt, die touristische Situation auf indirektem Wege zu verbessern. Also z.B.

die Verbesserung der Marktkommunikation durch Erhöhung des Bekanntheitsgrads und der Stärkung des Images, ein verstärktes Innenmarketing durch die Schaffung eines Bewusstseins für den Tourismus bei politischen Institutionen und der Bevölkerung sowie durch die Schaffung eines Kooperationsbewusstseins bei den Leistungsträger:innen. Zudem eine konsequente Kundenorientierung, durch welche die Gästezufriedenheit erhöht und eine Steigerung der Nachfrage eingeleitet wird.

### **Unterziele (UZ)**

- UZ 1            Schaffung touristischer Basisstrukturen
- UZ 2            Steigerung von Qualität und Quantität des touristischen Angebots und der touristischen Infrastruktur
- UZ 3            Stärkung der Kommunikation mit den touristischen Leistungsträger:innen und derer internen Vernetzung
- UZ 4            Steigerung der Zahl von Tagesgästen und touristischen Übernachtungen sowie der Aufenthaltsdauer der Besucher:innen
- UZ 5            Steigerung der Sichtbarkeit, Auffindbarkeit und Buchbarkeit des touristischen Angebots und der touristischen Infrastruktur
- UZ 6            Steigerung des Bekanntheitsgrads sowie Stärkung des Images bzw. des USP und weiterer Besonderheiten der Stadt Großalmerode

### 3. Zielgruppendefinition<sup>2</sup>

Durch ihre Lage in der Nähe von Kassel als Oberzentrum mit einem vielfältigen Kulturangebot und inmitten des Geo-Naturparks Frau-Holle-Land mit seinem hohen natürlichen Potenzial, ist die Stadt Großalmerode als Urlaubsziel für folgende Zielgruppen attraktiv:

#### 1. Aktive Natur-Genießer

<b>Aktivitäten</b>	Aufenthalt in der Natur, Typische Speisen und Getränke genießen, Wandern und Radfahren, aber auch Besuch von kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten am/im/auf dem Wasser
<b>Reiseausgaben</b>	Überdurchschnittlich bis durchschnittlich
<b>Verweildauer</b>	Stark überdurchschnittlich bis leicht überdurchschnittlich
<b>Motive und Werte</b>	<b>Motive:</b> Ursprünglichkeit & Natur erleben, sich von Landschaften beeindruckt lassen; Sport und Erholung stehen im Mittelpunkt <b>Werte:</b> Naturverbundenheit, Schönheit, Bescheidenheit, Internationalität, Sparsamkeit, Umweltschutz, Toleranz
<b>Alter</b>	Vorwiegend Paare, ab 50+
<b>Haushaltsnettoeinkommen</b>	Leicht überdurchschnittlich, zudem relativ gleichmäßig über alle Einkommensklassen verteilt
<b>Quellgebiet</b>	Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg
<b>Bildung</b>	Alle Bildungsschichten vertreten, häufig Akademiker, aber auch Volks- und Hauptschule
<b>Beruf</b>	Rentner und Angestellte

#### 2. Unternehmungslustige Familien

<b>Aktivitäten</b>	Mittleres bis sehr hohes Aktivitätsniveau, vielseitige Aktivitäten mit der Familie: Aktivitäten am/im/auf dem Wasser, Besuch von Erlebniseinrichtungen sowie kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten und Erlebniseinrichtungen, Rad fahren, Aufenthalt in der Natur
<b>Reiseausgaben</b>	Durchschnittlich bis stark unterdurchschnittlich
<b>Verweildauer</b>	Leicht überdurchschnittlich
<b>Motive und Werte</b>	<b>Motive:</b> Spaß und Aktivität, häufig mit der Familie, gut aussehen, Abenteuer, Individualität, Spannung, Eigeninteresse, materielle Sicherheit und soziale Akzeptanz <b>Werte:</b> Vergnügen und Leidenschaft, eher Preis- als Qualitätsorientierung
<b>Alter</b>	Familien; Eltern mittlere Altersgruppe vorwiegend zwischen 35 und 49 Jahren, Kinder v.a. bis einschließlich 12 Jahre
<b>Haushaltsnettoeinkommen</b>	Mittleres bis höheres Einkommen
<b>Quellgebiet</b>	Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Bayern, Baden-Württemberg
<b>Bildung</b>	Eltern: Akademiker, Abitur, Volks- und Hauptschule zudem Kinder: z. T. nicht schulpflichtig
<b>Beruf</b>	Eltern: Angestellte, Beamte, Hausfrauen; Kinder: Azubis/ Studenten/ Schüler

<sup>2</sup> Die Zielgruppen wurden im Rahmen eines Workshops touristischer Akteure für die Destination GrimmHeimat NordHessen auf Basis einer Analyse des IMT der Fachhochschule Westküste formuliert. Diese Zielgruppen wurden auch vom Geo-Naturpark Frau-Holle-Land als die zentralen Zielgruppen für dessen Tourismusmarketing anerkannt.

### 3. Kulturorientierte (Städtereisende)

<b>Aktivitäten</b>	Besuch kultureller/ historischer Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen, aber auch Aufenthalt in der Natur
<b>Reiseausgaben</b>	Überdurchschnittlich
<b>Verweildauer</b>	Leicht unterdurchschnittlich
<b>Motive und Werte</b>	<b>Motive:</b> Städte erkunden, den Horizont erweitern, Land und Leute kennenlernen <b>Werte:</b> Individualität und Internationalität, Neugier und Inspiration, Einklang mit der Natur und Tradition
<b>Alter</b>	Vorwiegend Paare, ab 65+
<b>Haushaltsnettoeinkommen</b>	Durchschnittlich
<b>Quellgebiet</b>	Baden-Württemberg, Hessen, Berlin Auch häufig: Nordrhein-Westfalen, Bayern
<b>Bildung</b>	Akademiker, mittlere Reife
<b>Beruf</b>	Rentner, aber auch Angestellte

## 4. Situationsanalyse

### 4.1 Quantitative Bestandsaufnahme

Eine wichtige Grundlage für die Erstellung dieses Tourismuskonzepts ist die quantitative Bestandsaufnahme. Diese umfasst die aktuell in Großalmerode und Umgebung bestehenden Strukturen hinsichtlich des touristischen Angebots und der touristischen Nachfrage. Bei der Angebotsanalyse wurde sich an den beiden übergeordneten Kategorien, dem ursprünglichen Angebot und dem abgeleiteten Angebot, orientiert. Während das ursprüngliche Angebot vorwiegend die natürlichen bzw. naturräumlichen und soziokulturellen Gegebenheiten sowie die allgemeine Infrastruktur umfasst, stellt das abgeleitete Angebot das spezifische, direkt für den Tages- und Übernachtungstourismus bereitgestellte Angebot (u. a. Beherbergungsbetriebe, Freizeitinfrastruktur und spezielle touristische Angebote) dar. Das abgeleitete Angebot umfasst also die touristischen Produkte, mit denen verschiedene Zielgruppen angesprochen und touristische Pakete erstellt werden können. Das ursprüngliche Angebot nimmt hingegen häufig einen starken Einfluss auf die innere und äußere Wahrnehmung einer Destination, hat also meist eine identitätsstiftende und imagebildende Wirkung.

Im Bereich der Nachfrage besteht die Analyse aus aktuellen Daten bezüglich der Besucher:innen der Stadt Großalmerode (Struktur, Herkunft, Aktivitäten etc.), welche aus der qualitativen Bestandsaufnahme gewonnen werden konnten.

Die quantitative Bestandsaufnahme wurde unter Zuhilfenahme von Sekundärdaten, vorliegenden Gemeinde- und Beherbergungsstatistiken und einer umfassenden Internetrecherche vorgenommen.

#### 4.1.1 Ursprüngliches Angebot

##### **Natürliche Gegebenheiten**

- Natur/Landschaft/Geologie/Topografie/Lage: Die Stadt Großalmerode liegt im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land und weist dadurch mit abwechslungsreichen (Kultur-)Landschaften, wertvollen Naturräumen und geologischen Besonderheiten ein hohes natürliches Potenzial auf. Mit den großen Vorkommen der Bodenschätze Ton und Braunkohle sind es besonders die geologischen Gegebenheiten, die in Großalmerode Einfluss auf den Natur- und auch verstärkt auf den Kulturraum nehmen. In direkter Nähe befinden sich der Kaufunger Wald, mehrere Schutzgebiete, u.a. die Naturschutzgebiete Meißner, Bühlichen, Hohenkopf bei Großalmerode, Quellgebiet der Weißen Gelster und Tiefenbachwiesen bei Rommerode sowie die drei höchsten Berge Nordhessens, Hoher Meißner, Hirschberg und Bilstein. Großalmerode fügt sich also in die nordhessische Mittelgebirgslandschaft ein. Die umliegenden Waldgebiete mit dem Exbergsee, dem Kleinen und Großen Steinbergsee sowie dem Roten See bieten Raum sowohl für Tätigkeiten im Bereich Aktivurlaub als auch zur Naherholung. Großalmerode befindet sich mit 21 km Entfernung in direkter räumlicher Nähe zum Oberzentrum Kassel.

##### **Soziokulturelle Gegebenheiten**

- Kultur/Geschichte/Tradition: Wie bereits erwähnt, weist Großalmerode eine lange Tradition in der Verarbeitung von hauptsächlich Ton und Braunkohle und den sich daraus ergebenden Industrien Bergbau und Feuerfestindustrie auf. Hiermit verbunden ist eine ausgeprägte Geschichte der Industriekultur mit entsprechend zahlreichen Relikten. Als weitere geschichtliche Besonderheit der Stadt Großalmerode ist die Konfirmation von Wilhelm Grimm, einem der Brüder Grimm als weltweit bekannte historische Persönlichkeiten, zu nennen, die hier in der evangelischen Kirche stattgefunden hat. Großalmerode ist städtebaulich teils durch den nordhessischen Fachwerkstil geprägt. Mit der Arbeit zahlreicher aktiver Vereine wie dem Geschichtsverein, Turnverein, Schützenverein, der Kulturgemeinschaft und weiteren Vereinen ergibt sich ein hohes Maß ehrenamtlicher Tätigkeit und eine hohe Zahl engagierter regionaler Akteure in verschiedenen Bereichen.
- Kulturdenkmäler: Als historische Relikte der Industriekultur sind die „Eichenwaldsiedlung“ als ehemalige Arbeitersiedlung der Vereinigten Großalmeroder Thonwerke (VGT), Wohn- und Werkstätten bekannter Töpfer:innen, Glasmacher:innen oder Maler:innen (z.B. die Drehscheibe) und die Almeröder Dachziegel zu nennen. Großalmerode verfügt zudem mit seinen klassizistischen Bauten am Markt-

platz und Fachwerkhäusern aus dem späten Mittelalter (z.B. in der Fünffensterstraße und Berliner Straße) über architektonische und städtebauliche Besonderheiten. Zur Erinnerung an die Konfirmation von Wilhelm Grimm befindet sich vor der evangelischen Kirche ein Gedenkstein.



Abbildung 2: Gedenkstein zur Erinnerung an die Konfirmation Wilhelm Grimms <sup>3</sup>

#### 4.1.2 Abgeleitetes Angebot

##### **Beherbergung<sup>4</sup>**

In Großalmerode sind aktuell folgende Beherbergungsbetriebe vorzufinden:

<b>Beherbergungsbetrieb</b>	<b>Adresse</b>	<b>Art des Beherbergungsbetriebs</b>	<b>Anzahl der Betten</b>	<b>Qualitätsklasse</b>
Gaststätte „Zum Kurfürst“ Inh. Edith Sachse	Berliner Straße 34, 37247 Großalmerode	Hotel	k. A.	
Landkomfort Hotel „Zum Goldenen Stern“ Inh. Galyna Chyzhova	An der Linde 1, 37247 Großalmerode-Laudenbach	Hotel	22	- drei Sterne, ausgezeichnet von DEHOGA Hessen
Hotel Restaurant „Pempel“ Inh. Christian Koch	In den Steinen 2, 37247 Großalmerode	Hotel	14	
Der-Urgeschmack– Jausenstation Inh. Matthias Pflüger	Weißbachstraße 1A, 37247 Großalmerode-Weißbach	Pension	12	- vier Sterne
Hotel garni "Zur Krone" Inh. Horst Toby	Marktplatz 1, 37247 Großalmerode	Hotel garni	42	

<sup>3</sup> Foto: Pavoo Blofield

<sup>4</sup> Im Anhang befindet sich eine detailliertere Auflistung der Beherbergungsbetriebe, u.a. mit Daten zu deren Buch- und Sichtbarkeit im Internet.

Reiterhof Hirschberg Inh. Robert Simon	Hof Hirschberg 1-8 37247 Großalmerode	Hotel und FeWo	> 20	
Ferienwohnung Maria Inh. Uwe Bauer	Unter den Eichen 18, 37247 Großalmerode	FeWo	6	- drei Sterne nach DTV-Klassifizierung
Landgasthof „Alter Neubau“ Inh. Marion und Bernd Halpape	Witzenhäuser Straße 2, 37247 Großalmerode-Uengsterode	FeWo und Fremdenzimmer	12	
Ferienwohnungen „Haus Welsebach“ Inh. Fam. Kammann	In der Welsebach 34, 37247 Großalmerode-Trubenhagen	FeWo	7	
Schwarzenbergstadion	Heinrich-Koch-Straße, 37247 Großalmerode	Wohnmobilstellplatz	-	
Wiese am Mühlgraben	Oststraße, 37247 Großalmerode	Wohnmobilstellplatz	-	

Neben den aufgeführten, kann von weiteren elf Ferienwohnungen mit insgesamt 36 Betten ausgegangen werden. Die Gesamtzahl der Betten in Großalmerode beträgt damit rund 180.

## Gastronomie<sup>5</sup> und Versorgung

In Großalmerode sind aktuell folgende Gastronomie- und Versorgungsbetriebe<sup>6</sup> vorzufinden:

Gastronomie-/ Versorgungsbetrieb	Adresse	Art des Gastronomie-/ Versorgungsbetriebs	Anmerkung
Gaststätte „Zum Kurfürst“ Inh. Edith Sachse	Berliner Straße 34, 37247 Großalmerode	Gaststätte/Restaurant	Betrieb eingeschränkt
Landkomfort Hotel „Zum Goldenen Stern“ Inh. Galyna Chyzhova	An der Linde 1, 37247 Großalmerode-Laudenbach	Restaurant	
Hotel Restaurant „Pempel“ Inh. Christian Koch	In den Steinen 2, 37247 Großalmerode	Restaurant	
Der-Urgeschmack-Jausenstation Inh. Matthias Pflüger	Weißbachstraße 1A, 37247 Großalmerode-Weißbach	Hofladen/Restaurant	
Ristorante Pizzeria Bassano	Kasseler Str. 7, 37247 Großalmerode	Restaurant	
Exberghütte Inh. Horst Toby	Exberg 1, 37247 Großalmerode-Epsterode	Restaurant/ Waldgaststätte	Betrieb eingeschränkt
Waldschlößchen im Fahrbachtal	Am Holzrain 41, 37247 Großalmerode	Restaurant/ Waldgaststätte	Betrieb eingeschränkt
Eurodöner Großalmerode	Berliner Str. 61, 37247 Großalmerode	Imbiss	
Gelsterstübchen im Dorfgemeinschaftshaus	Weißer Gelster 38, 37247 Großalmerode-Laudenbach	Restaurant	
„Bilstein Gaststätte“ Inh. Detlef Ludolph	34298 Großalmerode	Restaurant/ Waldgaststätte	
Hotel garni "Zur Krone" Inh. Horst Toby	Marktplatz 1, 37247 Großalmerode	Restaurant	Betrieb eingeschränkt

<sup>5</sup> Im Anhang befindet sich eine Auflistung der Gastronomiebetriebe mit zusätzlichen Daten zu deren Sichtbarkeit im Internet.

<sup>6</sup> Gastronomiebetriebe, die aktuell noch in Betrieb sind, bei denen jedoch Informationen vorliegen, dass dieser demnächst eingestellt wird, wurden nicht in die Liste mitaufgenommen.

Eiscafé Zara	Kasseler Str. 21, 37247 Großalmerode	Eiscafé	
Karl-Heinz Hobein	Weststraße 1, 37247 Großalmerode	Bäckerei	
Bäckerei, Konditorei und Café Helmut Helmeke Inh. Heiko Frankenstein e.K.	Marktplatz 13, 37247 Großalmerode	Bäckerei, Café	
Fleischerei Dressler KG	Berliner Str. 4, 37247 Großalmerode	Metzgerei	
Fleischerei Fleckenstein Inh. O. Engel	Sälzerstraße 3, 37247 Großalmerode-Laudenbach	Metzgerei	
Varja Naturwaren	Weißer Gelster 43, 37247 Großalmerode-Laudenbach	Bioladen	
Engelmohr GmbH & Co. KG EDEKA	Marktplatz 6, 37247 Großalmerode	Supermarkt	
Netto	Bahnhofstraße 34, 37247 Großalmerode	Supermarkt	
EDEKA Getränkemarkt	Teichstraße 21, 37247 Großalmerode	Supermarkt	
Hose Beteiligungs-GmbH EDEKA	Marktplatz 6, 37247 Großalmerode	Supermarkt	
Imkerei Holger Lieberum	Kleiner Kirchrain 2, 37247 Großalmerode	Lebensmittelhändler	
TOTAL Tankstelle	Kasseler Str. 49-51, 37247 Großalmerode	Tankstelle	

## Kultur und Geschichte

- Angebote zu Ortsgeschichte und Industriekultur: Zur Herausarbeitung, Erlebarmachung und Sichtbarmachung der besonderen Industriekultur, wie sie in Großalmerode besteht, wurden das Glas- und Keramikmuseum und der Technisch-Historische Lehr- und Wanderpfad entwickelt und aufgebaut. Zur Darstellung der Ortsgeschichte Großalmerodes kann zudem die Heimatkundliche Sammlung und das Stadtarchiv besichtigt werden. Auch wird für geschlossene Gruppen auf Anfrage eine Stadtführung angeboten.



Abbildung 3: Glas- und Keramikmuseum Großalmerode<sup>7</sup>

- Sehenswürdigkeiten: In Großalmerode befinden sich der Bilsteinturm, die Gelsterburg, ein Eisenbahnviadukt, das Gelsterwehr und die Kirchenruine Weißenbach als Sehenswürdigkeiten.



Abbildung 4: Bilsteinturm<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Foto: Geschichtsverein Großalmerode e.V., Dr. Wolfgang Kistner

<sup>8</sup> Foto: Agentur Blofield, Pro Witzhausen GmbH

- Veranstaltungen/Events: Neben zahlreichen kulturellen Angeboten der Kulturgemeinschaft gibt es in Großalmerode alle fünf Jahre ein Heimatfest. Zudem findet hier alljährlich der überregional bekannte Bilstein-Bike-Marathon statt.
- Weitere Kulturangebote: In der Umgebung gibt es viele weitere kulturelle Angebote, besonders in Kassel mit dem UNESCO-Weltkulturerbe Bergpark Wilhelmshöhe, dem Staatspark Karlshausen, der Museumslandschaft Hessen Kassel, der documenta und der GRIMM-WELT Kassel.

## Freizeit und Erlebnis

- Aktiv-Angebote: Großalmerode weist mit seiner Lage in direkter Nähe der Premiumwege P14 und P8, dem GrimmSteig, den umliegenden Premiumwegen P1, P9, P7 und P22, dem Elsbeer-Eiben-Pfad, den Tram-Wander-Touren sowie der Anbindung an den Herkules-Wartburg-Radweg und die Meißner-Radrundtour, den zwei MTB-Strecken „Bilstein Marathon“ und „Schwarzenberg Route“ und einem Wanderreitweg ein gut ausgebautes Freizeitwegenetz auf.



Abbildung 5: Premiumweg P14 Bilstein

- Freizeiteinrichtungen/-infrastruktur: In Großalmerode befinden sich der Männer-spielplatz als besondere Freizeiteinrichtung, der Reiterhof Hirschberg und das Panoramabad. In der Umgebung können u. a. noch folgende weitere Einrichtungen im Bereich Freizeit und Erlebnis besucht werden: der Actionpark Hirschhagen in Hessisch Lichtenau, der Bergwildpark Meißner, der Barfußpfad Meißner, das Besucherbergwerk

Grube Gustav, die WerratalTherme in Bad Sooden-Allendorf, die LaserTag Arena Kassel in Hessisch Lichtenau und die Paintball Action Kassel in Hessisch Lichtenau.



Abbildung 6: Panoramabad<sup>9</sup>

- Naturerlebnis: Mit der Mohnblüte in Meißner-Germerode und der Kirschblüte bzw. Kirschenzeit in Witzenhausen treten jährlich besondere und touristisch attraktive Naturerlebnisse in räumlicher Nähe zu Großalmerode auf. An der Jausenstation Weißenbach in Großalmerode-Weißenbach entsteht mit der jährlichen Aussaat von „Frau Holles Blumenwiesen“ auf 1,5 ha ein begehbares Blütenparadies.

## Verkehr, Mobilität und Transport

- Busverkehr: In Großalmerode verkehren die Linien 210 Helsa-Großalmerode-Witzenhausen und 205 Großalmerode-Hessisch Lichtenau. Es gelten die Tarife des Verkehrsverbunds NVV. Es besteht Anschluss an das Straßenbahnnetz Kassels und die Regionalbahn Kassel-Göttingen-Bebra/Bad Hersfeld.
- Bahnverkehr:

Bahnhof	Verkehrsmittel/Bahnlinie	Zielort	Verkehrsverbund
Witzenhausen Nord	RB 8	Kassel	NVV
Stadtbahnhof Eschwege	RB 7 und RB 5/RB 8	Göttingen	NVV, VSN
		Kassel, Bad Hersfeld, Fulda (über Bebra/Eichenberg)	NVV, RMV
Bad Sooden-Allendorf	RB 7 und RB 5/RB 8	Kassel, Bad Hersfeld, Fulda (über Bebra/Eichenberg)	NVV, RMV

<sup>9</sup> Foto: Stadt Großalmerode

Hessisch Lichtenau	TRAM 4	Kassel	KVG Kassel
Helsa	TRAM 4	Kassel	KVG Kassel

- Straßenverkehr/Nahverkehr: Durch die Kernstadt führt die Bundesstraße 451, die bei Helsa in die Bundesstraße 7 und bei Witzenhausen in die Bundesstraße 27 mündet. Hierdurch ergibt sich eine gute Anbindung nach Hessisch Lichtenau und Kassel sowie nach Bad Sooden-Allendorf und Göttingen.

- Autovermietung:

K & G Fahrzeuge - Vermietung GmbH  
Am Kalkrain 5  
37247 Großalmerode

- Taxiunternehmen:

Minicar Koch  
Am Schwarzenberg 15  
37247 Großalmerode

Minicar Heer  
Gelsterstraße 4  
37247 Großalmerode

- Fahrradverleih:

<b>Fahrradverleihstation</b>	<b>Adresse</b>
E-Rast	Berliner Str. 502, 34298 Helsa-Wickenrode
Mitteltalhof	Im Hain 7, 34260 Kaufungen
Axt	Königsberger Str. 15, 37242 Bad Sooden-Allendorf
Eichenberg GmbH	Am Haintor 12, 37242 Bad Sooden-Allendorf
BikeStation Eschwege by BikeAcademy Werra-Meißner	Max-Woelm-Straße 1, 37269 Eschwege

#### 4.1.3 Strukturdaten Tourismus<sup>10</sup>

Die Hessische Gemeindestatistik 2020 besagt, dass im Jahr 2019 151 von insgesamt 1.144 beschäftigten Arbeitnehmer:innen (am Arbeitsort) in Großalmerode im Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe tätig waren. Laut der Beherbergungsstatistik für den Werra-Meißner-Kreis waren im Jahr 2019 in Großalmerode in Beherbergungsbetrieben mit mehr als zehn Betten insgesamt 9.477 Ankünfte, 24.449 Übernachtungen sowie eine Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 2,6 Tagen zu verzeichnen. Mit 349 Übernachtungen je 100 Einwohner:innen weist Großalmerode im kreisweiten Vergleich eine eher geringe Tourismusintensität auf:

<sup>10</sup> Quelle: Hessisches Landesamt für Statistik 2019

<b>Ort</b>	<b>Tourismusintensität (Zahl Übernachtungen/100 Einwohner:innen)</b>
Bad Sooden-Allendorf	4.562
Witzenhausen	648
Meinhard	600
Meißner	598
Eschwege	351
Großalmerode	349
Hessisch Lichtenau	204

#### 4.1.4 Gästestruktur

Nach Angaben der befragten Akteure aus Gastronomie, Beherbergung und Kultur kann von folgender Gästestruktur in Großalmerode ausgegangen werden.

Bezüglich der Soziodemographie wird der typische Gast von den Befragten in die „Generation 50+“ eingeordnet. Innerhalb des Radtourismus, der auch speziell das Mountain- und E-Biking einschließt, seien jedoch verschiedene Altersgruppen vertreten. Aufgrund des Reiterhofs Hirschberg wird zudem von einem höheren Anteil an Familien mit Kindern und Jugendlichen unter den Besucher:innen ausgegangen. Durch den Männerspielplatz sind außerdem als Besonderheit innerhalb der Gästestruktur Großalmerodes private und betriebliche Männergruppen zu nennen.

Als Reisemotiv dominiert nach Einschätzung der befragten Akteur:innen die Aktivität in der Natur, so sind es hauptsächlich Wandertourist:innen und Radtourist:innen, hier besonders im Bereich Mountain- und E-Biking, Reittourist:innen und Erholungssuchende, die Großalmerode besuchen und touristische Angebote wahrnehmen. Als weitere Motive werden der Besuch von Freunden und Verwandten, der Besuch des Männerspielplatzes und die Kulturreise genannt. Im Bereich Kultur würden die Besucher:innen Großalmerode in der Regel als Ausgangspunkt für Ausflüge besonders nach Kassel, aber auch in andere Orte der Umgebung mit weiterem kulturellem Angebot (z.B. Bad Sooden-Allendorf) nutzen. Zudem nehmen auch Durchreisende (z.B. Motorradfahrer:innen) einen höheren Anteil der Übernachtungsgäste in Großalmerode ein.

Hinsichtlich der Reichweite bzw. des Einzugsgebiets kommen laut Befragten Gäste aus den Niederlanden, Hamburg und Würzburg als weit entfernteste Herkunftsorte, als Haupteinzugsgebiet gilt der Raum Kassel, Südniedersachsen bzw. der Raum Göttingen und Westthüringen. Ausgenommen hiervon sind die Besucher:innen des Männerspielplatzes, die aus ganz Deutschland anreisen. Besonders bei den niederländischen Gästen sei ein höherer Anteil an Stammgästen zu verzeichnen.

Die saisonalen Schwerpunkte liegen laut den Befragten mit April und Mai sowie August, September und Oktober im Frühjahr und Spätsommer/Herbst eines jeden Jahres.

Größtenteils sind es also Tages- bzw. Kurz- und Wochenendurlauber:innen sowie Durchreisende mit einer Aufenthaltsdauer von durchschnittlich einer bis max. drei Nächten aus den Bereichen Wander-, Rad-, Reit- und Wohnmobiltourismus, die die Gästestruktur Großalmerodes bestimmen. Nach Aussagen der befragten Vermieter:innen besteht innerhalb der Privatvermietung, vor allem in Ferienwohnungen, eine erhöhte Aufenthaltsdauer (durchschnittlich fünf Tage, oftmals auch eine bis zwei Wochen). Anzumerken ist zudem, dass viele der Wander- und Radtourist:innen laut Befragten zunehmend gleichzeitig den Wohnmobiltourist:innen zuzuordnen sind.

#### **4.2 Qualitative Bestandsaufnahme**

Die qualitative Bestandsaufnahme lieferte tiefergehende Informationen zur aktuellen Situation des touristischen Angebots, der touristischen Nachfrage und der zukünftigen Entwicklung der touristischen Vermarktung in Großalmerode. Sie wurde in Form von insgesamt acht persönlichen oder telefonischen Experteninterviews durchgeführt. Die generierten Ergebnisse, bestehend aus sowohl weiterführenden Informationen als auch den Meinungs- und Stimmungsbildern der befragten Personen, sind in Teile der quantitativen Bestandsaufnahme, hauptsächlich aber in die SWOT-Analyse eingeflossen. Es wurden

- Christian Koch – Hotel/Restaurant „Pempel“
- Horst Toby – Hotel garni „Zur Krone“ und Exberghütte
- Hermann Harder – Stadtarchiv und Geschichtsverein Großalmerode e.V.
- Detlef Ludolph – „Bilstein Gaststätte“

und weiterhin die drei Ferienwohnungsbetreiberinnen Fr. Bauer, Fr. Halpape und Fr. Goebel als Akteure, die in Großalmerode in den Bereichen Gastronomie und Beherbergung sowie Kultur und Geschichte aktiv sind und die damit als Teil der touristischen Leistungsträger:innen ausgemacht werden konnten, befragt. Zudem wurde ein Gespräch mit Christian Pelikan, dem Vorsitzenden des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands (DEHOGA) Hessen e. V. im Werra-Meißner-Kreis, bezüglich seiner Einschätzung der aktuellen Situation und zukünftigen Entwicklung im Bereich Tourismus im Werra-Meißner-Kreis und in Großalmerode geführt.

### **5. Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken (SWOT)-Analyse**

Auf Grundlage der im Zuge der Situationsanalyse generierten Daten wurde eine SWOT-Analyse zur aktuellen Situation der touristischen Aktivitäten der Stadt Großalmerode mit den hier in den vorab definierten zehn Handlungsfeldern Organisation, Information und Kommunikation, Marketing, Beherbergung, Gastronomie, Einbindung in Dachorganisationen, Natur, Freizeit und Erlebnis, Kultur, sowie Lage, Verkehr und Mobilität bestehenden internen Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses) sowie sich daraus ergebenden sowohl internen als auch marktübergreifenden Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) erstellt.

Handlungsfeld	Unterkategorie	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
<b>Organisation</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohes Maß an ehrenamtlichem Engagement</li> <li>- viele an Mitgestaltung interessierte Akteure vorhanden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fehlendes touristisches Personal und Ansprechpartner:in</li> <li>- bisher fehlende Bereitschaft zu Investitionen in Tourismus</li> <li>- teils mangelnde Pflege der Bestände touristischer Infrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bereitstellung touristischen Personals</li> <li>- da im Bereich Tourismus bei „Null“ gestartet werden muss, müssen keine „alten“ Strukturen durchbrochen werden</li> <li>- Kooperation mit touristischen Partnern und Nutzung vorhandenen Know-hows, Angebote und Infrastruktur in touristischer Vermarktung</li> <li>- Investitionsbereitschaft seitens Gutsbezirk Kaufunger Wald in touristische Infrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismusbereich lag lange brach, elementare touristische Strukturen fehlen → kann noch aufgeholt werden?</li> <li>- hohe Investitionskosten</li> <li>- Frust seitens Bevölkerung über geringes gastronomisches Angebot und fehlende Aktivitäten im Bereich Tourismus</li> </ul>
<b>Information und Kommunikation</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bürgerinformation als Tourismusstelle stark frequentiert</li> <li>- Räumlichkeiten für potenzielle Tourist-Information vorhanden</li> <li>- ausreichend Informationsmaterial (z.B. vom Geo-Naturpark Frau-Holle-Land) zu Angeboten in Großalmerode und Umgebung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bürgerinformation nicht als Tourist-Information/Tourismusstelle ausgewiesen oder als solche sichtbar</li> <li>- kein touristisches Fachpersonal in Bürgerinformation vorhanden</li> <li>- geringe Transparenz der touristischen Aktivitäten</li> <li>- geringe Vernetzung und Aktivierung potenzieller Akteure/touristischer Leistungsträger:innen</li> <li>- geringes Informations- und Beratungsangebot für Tourismusbetriebe/touristische Leistungsträger:innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bürgerinformation wieder als Tourismusstelle ausweisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investitionskosten für Weiterbildung von Personal in der Bürgerinformation, wenn dieses auch touristisch beraten soll</li> </ul>

<b>Marketing</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ton als historisch gewachsenes Alleinstellungsmerkmal (USP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- da industrielle Aktivitäten nur noch in geringem Maß betrieben werden und z.B. ehemalige Bergwerke nicht begehbar bzw. zu besichtigen sind, fehlt es an Sichtbarkeit und Authentizität</li> <li>- keine einheitliche Verwendung von Slogan und Logo seitens kommunaler und öffentlicher Akteure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stärkere Herausarbeitung, Sichtbar- und Erlebarmachung des Alleinstellungsmerkmals</li> <li>- Slogan, Logo und Wording überarbeiten und einheitlich verwenden (in Signaturen, Werbe- und Informationsmaterial etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verlust/Brachliegen des Alleinstellungsmerkmals/der Stadtmarke</li> <li>- Investitions- und Unterhaltungskosten für künstliche Sichtbarmachungen (Modell, Ausstellung, Fotopunkte etc.)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- eigentlich hohes Vermarktungspotenzial durch besondere Kulturgeschichte, gut ausgebauten Freizeitwegenetz (besonders Wanderwege und Mountainbike-Strecken), hohes Naturangebot und „Leuchttürme“ wie dem Männerspielplatz, Reiterhof Hirschberg, Thema „Hortensie“ etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fehlender Ausbau, Bündelung und Verknüpfung der Angebote (auch in der Umgebung/Region) zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer</li> <li>- Angebote im weiteren Umland häufig nicht als „eigene“ Angebote wahrgenommen (z.B. Kirschblüte/-ernte Witzenhausen, Hoher Meißner, Mohnblüte)</li> <li>- fehlende Öffentlichkeitsarbeit, dadurch fehlende Sichtbarkeit/Transparenz des Angebots</li> <li>- keine einheitliche Außendarstellung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurzurlaub-Trend bietet Marktchancen für Tages- und Wochenendtourismus</li> <li>- Niederlande als Quellmarkt</li> <li>- Kassel als Quellmarkt</li> <li>- Aktivitäten in der Natur als Reisemotiv wird stärker</li> <li>- nachhaltiger, klimafreundlicher und naturnaher Tourismus gewinnt an Bedeutung</li> <li>- zunehmender Trend des Camping- und Outdoor-Tourismus</li> <li>- verstärkter Ausbau und Nutzung vorhandener Ressourcen</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thema „Hortensie“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- neben Schauflächen und Verkauf von Hortensien wenige weitere Möglichkeiten der konzeptionellen Umsetzung</li> <li>- da geringer bzw. kein Bezug zur Industriekultur, kaum Möglichkeiten zur Einbindung in bestehendes Angebot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebot rund um Hortensie als weiterer „Leuchtturm“</li> <li>- Verknüpfung mit bestehendem kulturellem Angebot</li> <li>- Verknüpfung der Hortensie mit Alaun als „Botschafter“ des bisherigen Alleinstellungsmerkmals (USP) im Storytelling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohe Investitionskosten</li> </ul>

<p><b>Einbindung in Dachorganisationen</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- mit Grimm-Gedenkstein zur Konfirmation Wilhelm Grimms direkter Bezug zur Destination</li> <li>- Lage an der Route der Deutschen Märchenstraße (keine Mitgliedschaft)</li> <li>- Lage am GrimmSteig (keine Teilnahme)</li> <li>- über Geo-Naturpark Frau-Holle-Land in die GrimmHeimat NordHessen und deren Produktentwicklung sowie Marketing integriert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- durch fehlenden touristischen Ansprechpartner kaum Zuarbeiten/Input an Dächer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stärkere Zusammenarbeit</li> <li>- Nutzung der Vermarktungs- und (digitalen) Infrastrukturangebote der Dächer</li> <li>- Kostenreduktion durch Nutzung der Kommunikationsmittel des Dachs</li> </ul>	
<p><b>Natur</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Naturnähe</li> <li>- naturräumliche und geologische Besonderheiten/hohes Angebot besonderer Landschaftselemente/Naturmonumente (Kaufunger Wald, Bilstein, Naturschutzgebiete, Hoher Meißner als Nationaler Geotop etc.)</li> <li>- hohes Angebot im Bereich Naherholung</li> <li>- viele Möglichkeiten für landschaftsbezogene Freizeitaktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebote im weiteren Umland häufig nicht als „eigene“ Angebote wahrgenommen (z.B. Kirschblüte/-ernte Witzenhausen, Hoher Meißner, Mohnblüte)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kombination Hortensienblüte mit anderen Naturerlebnissen (z.B. Mohnblüte)</li> <li>- Aktivitäten in der Natur als Reisemotiv wird wichtiger</li> <li>- nachhaltiger, klimafreundlicher und naturnaher Tourismus gewinnt an Bedeutung → Schutzgebietstourismus</li> <li>- zunehmender Trend des Camping- und Outdoor-Tourismus</li> <li>- Steinberg als geologisches Monument (Basaltsäulen) stärker herausarbeiten</li> </ul>	

<b>Beherbergung</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- gute infrastrukturelle Voraussetzungen für Ausbau Wohnmobiltourismus vorhanden</li> <li>- hohes Angebot an Ferienwohnungen</li> <li>- hohe Aufenthaltsdauer der Gäste, die Ferienwohnungen als Unterkunft nutzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tlw. geringes qualitatives Niveau der Unterkünfte (u.a., weil Zielgruppe hauptsächlich Monteure und nicht Touristen sowie Investitionsstau aufgrund von ungesicherter Betriebsnachfolge)</li> <li>- tlw. geringe Aufenthaltsdauer</li> <li>- tlw. schlechte Auffindbarkeit und (Online-)Buchbarkeit der Unterkünfte</li> <li>- Standort Wiese am Mühlgraben als Wohnmobilstellplatz nicht optimal; Standort am Schwarzenbergstadion zu klein</li> <li>- Wohnmobilstellplätze haben keinen Eintrag bei Google-Business (schlechte Auffindbarkeit s.o.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilnahme an MeineCardPlus</li> <li>- Zusammenschluss der gastgewerblichen Betriebe (z.B. in Form eines Hotelverbands), auch der Umgebung (Wickenrode, Velmeden, Dohrenbach, Hoher Meißner)</li> <li>- Ausbau Wohnmobiltourismus, auch für Wohnwagen (Stellplätze Schwarzenbergstadion erweitern und optimieren, weil besserer Standort, aufgrund Infrastruktur von Panoramabad und Lage)</li> <li>- Steigerung der Zahl und Qualität der Ferienwohnungen bzw. Ausbau des Bereichs der gastlichen Privatvermietung</li> <li>- Kooperation der Beherbergungsbetriebe mit Reiseveranstaltern</li> <li>- Investitionen der Betreiber:innen in Betriebe → Wertsteigerung des Objekts, attraktiv für Investoren → Verkauf als Möglichkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- steigende Qualitätsansprüche der Reisenden → steigender Investitionsbedarf</li> <li>- unregelmäßige und nicht gesicherte Betriebsnachfolge in vielen Tourismusbetrieben</li> <li>- Fachkräftemangel im Bereich Gastgewerbe bzw. professioneller Gastlichkeit</li> </ul>
<b>Gastronomie</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- mit Exberghütte, „Bilstein Gaststätte“ und Waldschlösschen im Fahrbachtal relativ viele Einkehrmöglichkeiten für Wander:innen</li> <li>- Ausbau touristisches Angebot der „Bilstein Gaststätte“ in Form der Errichtung einer Baumkronenterrasse in Kooperation mit dem Gutsbezirk Kaufunger Wald</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fehlende Anbindung der Exberghütte an Wanderwege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausbau des Standorts Exberghütte durch Umlenkung bestehender Wanderwege oder Errichtung neuer Wanderwege (z.B. Panoramaweg oder Premiumweg bei Rommerode mit Einbindung Exbergsee) und Schaffung eines touristischen/freizeitlichen Angebots rund um den Exbergsee</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gelände rund um Exbergsee in Privatbesitz</li> <li>- errichtete Infrastruktur wäre Anlagevermögen, welches gepflegt und instandgehalten werden muss</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- viele attraktive Objekte für gastronomische Einrichtungen (Ratskeller, Drehscheibe etc.)</li> <li>- gastronomische Einrichtungen mit regionaltypischen Speisen und tlw. hohem qualitativen Niveau vorhanden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastronomisches Angebot sehr gering und unbeständig (z.B. häufiger Pächterwechsel im Ratskeller), besonders in den Ortsteilen</li> <li>- tlw. hohe Auslastung bestehender Betriebe (v.a. derer mit höherem qualitativem Niveau), bei diesen bestehen wenig Kapazitäten für zusätzliches Publikum</li> <li>- teilweise geringes qualitatives Niveau (durch u.a. Investitionsstau aufgrund von ungesicherter Betriebsnachfolge)</li> <li>- keine Auskehrmöglichkeiten (Kneipen, Bars etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlebnis-Gastronomie (Gäste sollen selbst kochen, z.B. in Drehscheibe verknüpft mit erweitertem Angebot zu Ton, also Töpferkurse etc.)</li> <li>- Investitionen der Betreiber:innen in Betriebe → Wertsteigerung des Objekts, attraktiv für Investoren → Verkauf als Möglichkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- unregelmäßige und nicht gesicherte Betriebsnachfolge in vielen Tourismusbetrieben</li> <li>- Fachkräftemangel im Bereich Gastgewerbe bzw. professioneller Gastlichkeit</li> <li>- durch geringes Gastronomieangebot fehlt wichtiger Reisebestandteil für gelungenes Urlaubserlebnis</li> </ul>
<b>Freizeit und Erlebnis</b>	<b>Radtourismus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anschluss an regional und überregional bedeutende Radwege „Herkules-Wartburg-Radweg“ und „Meißner-Radrundtour“</li> <li>- Mountainbike (MTB)-Strecken als Aushängeschild</li> <li>- Mountainbike-Strecken von Großalmerode und Bilstein-Bike-Marathon werden von überregionalen Fachmagazinen (z.B. Bike) vorgestellt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine/kaum Fahrradverkehrsinfrastruktur wie Fahrradständer/-stellplätze, Fahrradverleih und E-Bike-Stationen vorhanden</li> <li>- Instandhaltung der MTB-Strecken aufwändig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radtourismus als stabiler Langzeittrend</li> <li>- Trend E-Bike-Tourismus</li> <li>- Besonderheit Mountainbiking stärker nutzen</li> <li>- Umwandlung des Technisch-historischen Lehr- und Wanderpfads in einen Radweg</li> <li>- Inwertsetzung der Meißner-Radrundtour bzw. Umwandlung zur Frau-Holle-Radrundtour</li> <li>- Radweg durch Kaufunger Wald als weiterer Qualitätsradweg in Planung (Strecke: Großalmerode-Helsa-Oberkaufungen-Nieste)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohe Unterhaltungskosten der Radwege, insbesondere der MTB-Strecken</li> </ul>

	<b>Wandertourismus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lage in Mittelgebirgslandschaft</li> <li>- Nähe zu bzw. Teil eines ausgebauten Wanderwegenetzes (z.B. Premiumwege P8 und P14, Tram-Wander-Touren (TWT), Elsbeer-Eiben-Pfad)</li> <li>- Nähe zum GrimmSteig (viele Wander:innen des GrimmSteigs machen einen „Abstecher“ über den P 14)</li> <li>- mit Bilstein, Exbergsee, Roter See etc. viele Ausflugs- und Anziehungspunkte</li> <li>- gute Annahme der Schutzhütte „Steinberghütte“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kein verknüpfendes Angebot zur Verlängerung des Aufenthalts</li> <li>- Chance, weitere Wanderwege als „eigene“ wahrzunehmen, oft nicht erkannt</li> <li>- kommunale Rundwanderwege werden nicht instandgehalten</li> <li>- verhältnismäßig geringes ÖPNV-Angebot bzgl. Anbindung an Tram-Haltestellen in Oberkaufungen und Helsa → z.B. wichtig für Besuch Tram-Wander-Touren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trend Wandertourismus</li> <li>- Umlenkung eines bestehenden oder Ausweisung eines neuen Wanderwegs über Exberghütte mit Einbindung des Exbergsees (z.B. Errichtung eines Panoramawegs oder Premiumwegs bei Rommerode) und touristische Inwertsetzung dieses</li> <li>- Teilnahme am GrimmSteig</li> <li>- Bau weiterer Schutzhütten neben Steinberghütte</li> <li>- Trend „Adventure/Survival“ und Biwaking als Form des Aktivurlaubs (hierzu z.B. Entwicklung eines Themenwegs „Survival“)</li> <li>- „Wandern ohne Gepäck“ als Angebot in gastgewerbliche Betriebe integrieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investitions- und Unterhaltungskosten</li> <li>- tlw. geringe Wertschöpfung (Themen Adventure/Survival und Biwaking)</li> </ul>
	<b>Reittourismus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reiterhof Hirschberg mit ausgebautem touristischem Angebot und als „Leuchtturm“ für Zielgruppe Familien mit Kindern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eingeschränkte Zielgruppe (Familien mit Kindern)</li> <li>- keine Verknüpfung mit weiterem touristischem Angebot in Großalmerode</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eltern der Kinder als Zielgruppe für touristisches Angebot in Großalmerode stärker nutzen</li> <li>- Ausbau des Angebots für Kinder und Familien</li> <li>- Trend „Ferien auf dem Bauernhof“</li> </ul>	

		- Männerspielplatz als touristischer „Leuchtturm“ mit überregionaler Bekanntheit	- eingeschränkte Zielgruppe - wenig Deckungsgleichheit mit anderen Großalmeröder Themen - kurze Aufenthaltsdauer	- Schaffung von Begleitangeboten im Bereich Industriekultur	
		- Hortensien-Park (s.o.)	- eingeschränkte Zielgruppe - neben Schauflächen und Verkauf von Hortensien wenige weitere Möglichkeiten der konzeptionellen Umsetzung - da geringer bzw. kein Bezug zur Industriekultur, kaum Möglichkeiten zur Einbindung in bestehendes Angebot	- Angebot rund um Hortensie als weiterer „Leuchtturm“ - Verknüpfung mit bestehendem kulturellem Angebot	- hohe Investitionskosten
		- Panoramabad	- Betriebserhaltung/ Instandhaltung des Panoramabads aufwändig und nicht gesichert	- Ausbau des Panoramabads mit dem Ziel der Ausweitung der Öffnungszeiten - stärkere Kombination von Panoramabad und Wohnmobilstellplatz/-tourismus	
		- Gut Giesenhagen	- bisher hauptsächlich landwirtschaftlicher Betrieb mit eher geringem touristischem Angebot	- Ausbau des touristischen Angebots - Schaffung eines weiteren „Leuchtturms“ für Zielgruppe Familien mit Kindern - Trend „Ferien auf dem Bauernhof“	- hohe Investitionskosten
		- Minigolfanlage	- momentan nicht in Betrieb	- Inbetriebnahme durch neuen Betreiber	
		- weitere Freizeitliche Einrichtungen/Attraktionen in der Umgebung (z.B. Hoher Meißner mit Wintersportangebot)			

<b>Kultur</b>		- viele historische Relikte, besonders der Industriekultur, und Sehenswürdigkeiten	- Industriegeschichte zu wenig bzw. nicht „modern“ oder zielgruppenübergreifend aufgearbeitet/konzeptionell umgesetzt - Entfernung zwischen einzelnen Relikten	- Ausbau des Angebots (z.B. allgemein mehr (öffentliche) Stadtführungen, Besucherführung zu den wichtigsten historischen Relikten mit „rotem Faden“ für Laufweg, Erlebarmachung ehemaliger Bergwerke und ähnlicher Industriestätten, wie z.B. Bergmannspfad „Bohlsgraben“ in Roßbach)	- relativ begrenztes Besucherinteresse am Thema
		- hoher Bestand an kulturhistorisch wertvollen Gebäuden und Siedlungsstrukturen	- Stadtbild eignet sich dennoch nicht für typischen Kleinstadttourismus, da fehlende Aufenthalts-/Verweilqualität (v.a. aufgrund der Bundesstraße)	- Schaffung neuer Räume in der Stadt mit höherer Aufenthalts- und Verweilqualität - Besucherführung zu den wichtigsten historischen Gebäuden mit „rotem Faden“ für Laufweg	- mit Ton, Bergbau, Feuerfestindustrie und Waldgläserei keine Mainstream-, sondern eher fachspezifische Themen - keine herausragenden Bauwerke - hinsichtlich besonderer Gebäude wenig Zusammenhängendes, sondern sind eher vereinzelt gelegen
		- Glas- und Keramikmuseum - gut aufbereitete, informative Online-Präsenz des Museums	- eingeschränkte Öffnungszeiten	- Ausbau des Angebots (mehr Führungen, Mitmachaktionen, Kurse etc.) - Ausweitung der Öffnungszeiten	
		- evangelische Kirche mit Grimm-Gedenkstein		- Öffnungszeiten der Kirche an die des Glas- und Keramikmuseums anpassen	
		- Technisch-historischer Lehr- und Wanderpfad	- mangelnde Instandhaltung und Pflege - Routen zu lang	- Umwandlung zum Radweg	- durch mangelhafte Pflege und Instandhaltung weniger attraktiv und erlebbar
		- räumliche Nähe zu Kassel als Ausflugsziel mit hohem Kulturangebot (UNESCO-Weltkulturerbe, Museumslandschaft, documenta etc.)	- ÖPNV-Verbindung verhältnismäßig schlecht, weil zu lange Anfahrt	- Ausweitung bzw. Intensivierung der Angebote für kulturell- und städtetouristisch Interessierte als Zielgruppe - längere und/oder häufigere Aufenthalte durch MeineCard-Plus akquirierbar	

<b>Lage, Verkehr und Mobilität</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- räumliche Nähe zu Oberzentrum Kassel</li> <li>- Lage im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verhältnismäßig lange Anfahrt nach Kassel mit dem ÖPNV, darum hoher Anteil an Individualverkehr</li> <li>- geringes Mobilitätsangebot vor Ort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- durch Lage kann Großmerode Ausgangspunkt für sowohl Natur-/Aktivurlaub als auch Kulturreisen sein</li> <li>- Antrag von Stadtverordnetenversammlung auf Ausbau der ÖPNV-Verbindung nach Kassel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohe Investitionskosten für Ausbau Mobilitätsangebot</li> </ul>
------------------------------------	--	---	---	--	--

## 6. Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der erzielten Ergebnisse aus der SWOT-Analyse können zur zukünftigen (Weiter-)Entwicklung der untersuchten touristischen Handlungsfelder folgende Handlungsempfehlungen für die Stadt Großalmerode ausgesprochen werden.

### 6.1 Organisation

#### 6.1.1 Buchung einer Microsite beim Geo-Naturpark Frau-Holle-Land

Auf den Bereich Tourismus könnte dann auf der städtischen Website verzichtet und anstelle dieser auf die Microsite bzw. deren Unterseiten verlinkt werden. Auf der Microsite werden die touristischen Angebote Großalmerodes mit Verweis auf das gesamte, für Gäste der Stadt relevante, lokale und regionale Angebot gebündelt und gepflegt. Im Gegenzug kann die Microsite wieder auf Bereiche zurückverlinken, die nicht auf der Microsite angelegt werden sollen (z.B. eine Gastgeberdatenbank). Damit ergeben sich (nicht nur für die Stadt Großalmerode) folgende Vorteile:

- Durch die optische Anmutung ist ein klarer Partnerbezug zum Geo-Naturpark erkennbar.
- Durch die Aktualisierung eines Großteils der Daten durch den Geo-Naturpark ist die Internetseite in den über die lokalen Inhalte hinausgehenden Informationen aktuell und umfassend. Dadurch erhält sie eine hohe Glaubwürdigkeit und große Relevanz beim Gast.
- Im Gegenzug können auch die von der Stadt gepflegten lokalen Inhalte für weitere Seiten im Seitenbaum des Geo-Naturparks eingebunden und so breiter veröffentlicht werden.
- Kostenersparnis: Weniger Rechercheaufwand durch eigene Mitarbeiter:innen für die Aktualisierung der über die Stadt hinausgehenden Daten. Internetseite kann zur Eigenrecherche/Weiterbildung genutzt werden, um Gäste besser beraten zu können.
- Offene Daten: Um Daten
  1. auch für andere digitale Informationssysteme (Sprachassistenten, Infostellen, PWAs, Navigationssysteme und dergleichen),
  2. für den Datenaustausch mit anderen Internetseiten wie auch
  3. für Metasuchen, wie z.B. die Google-eigenen Suchergebnisse nutzen zu können, werden offene, strukturierte Daten benötigt. Gemeinsam mit der GrimmHeimat werden derzeit Lösungsmöglichkeiten gesucht, Schnittstellen zu entsprechenden Data-Hubs zu schaffen, die eine Durchgängigkeit der Informationen in andere Systeme ermöglichen. Hierfür wird der Geo-Naturpark seinen Datenbestand überarbeiten

müssen. Durch eine Microsite kann auch die Stadt Großalmerode davon profitieren und ihre Daten auch über das Seitensystem des Frau-Holle-Lands hinaus platzieren.

- Die Schulung für das Typo3-basierte System kann kostenfrei durch den Geo-Naturpark erfolgen, der auch Corel-Draw- und Gimp-Vorlagen für die Bildbearbeitung sowie einen StyleGuide zur Verfügung stellt. Durch die weitreichenden Administratorrechte kann der Geo-Naturpark jederzeit kostenfrei Support leisten, wenn gewünscht und erforderlich. Zugleich werden technische, datenschutzrechtliche und systemerforderliche Weiterentwicklungen zentral durch den Geo-Naturpark organisiert/durchgeführt.

Nachteile gegenüber der bisherigen Lösung:

- Es wird eine zweite Internetseite der Stadtverwaltung Großalmerode geben, die – wenn auch in deutlich geringerem Maße – finanziellen Aufwand erfordert. Nur in der Anfangsphase wird auch der personelle Aufwand höher sein, da Personal geschult werden muss und zu übertragende Inhalte neu aufgebaut werden müssen. Später wird der Personalaufwand gegenüber der bisherigen Lösung deutlich sinken.
- Aufgrund der Durchgängigkeit des Systems sind die Layoutvorgaben hinsichtlich Seitenlayout, Seitenaufbau und Farbgebung vorgegeben. Beispiele: [www.grenzenlos-nordhessen.de](http://www.grenzenlos-nordhessen.de), [www.bergwildpark-meissner.de](http://www.bergwildpark-meissner.de).

**Anwendungsbeispiel (s. Abb. 7):** Einbindung der Inhalte zur Stadt Eschwege auf der Geo-Naturpark Hauptseite [www.naturparkfrauholle.land](http://www.naturparkfrauholle.land) in der Rubrik „Geschichte erleben: Städte & Gemeinden“, auf der Themenseite [www.kirschbluetefrauholle.land](http://www.kirschbluetefrauholle.land) in der Rubrik „Aktivitäten: Unterwegs in der Region“ sowie auf der ersten kommunalen Microsite der Kommunen Sontra-Herleshausen-Ringgau [www.grenzenlos-nordhessen.de](http://www.grenzenlos-nordhessen.de) in der Rubrik „Ausflugsziele: Nachbarstädte“. Jede Änderung erscheint automatisch auf allen Seiten.

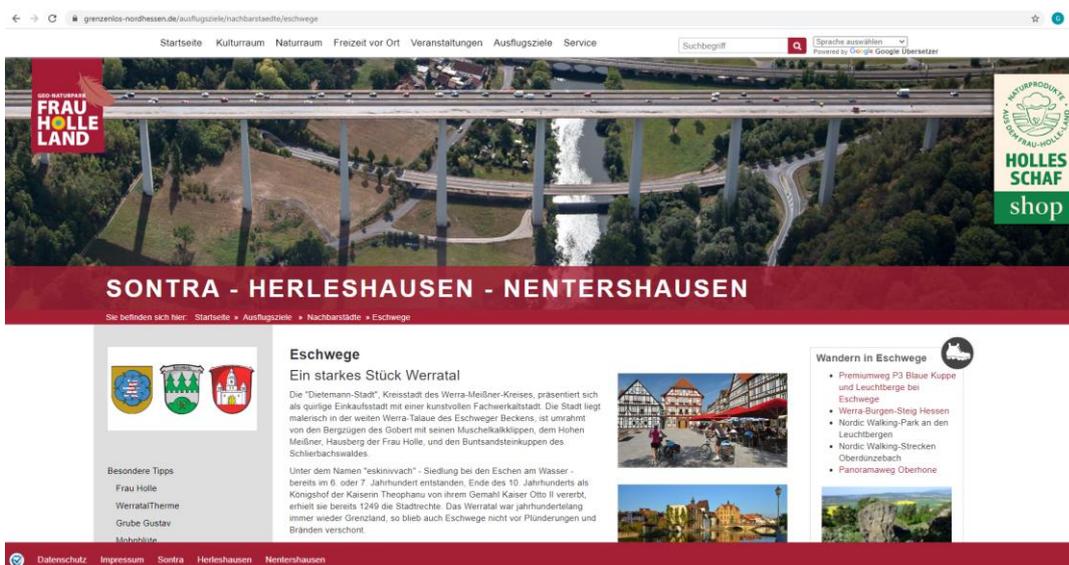
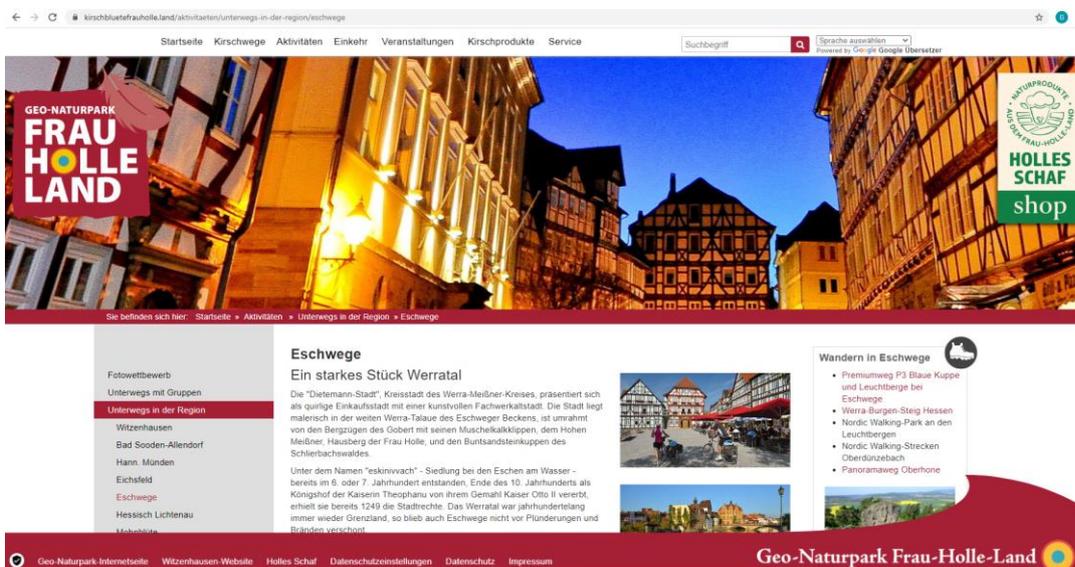


Abbildung 7: Anwendungsbeispiel Microsite

### 6.1.2 Nutzung des zentralen Veranstaltungskalenders mein.Toubiz

Die Einbindung des von der GrimmHeimat und vielen Partnern in der Region genutzten Online-Veranstaltungskalenders „mein.Toubiz“ von „Land in Sicht“ bringt der Stadt Großalmerode eine Vielzahl von Vorteilen:

- Eine viel höhere Reichweite durch die automatisierte Einbindung der Veranstaltungen in die Seiten der GrimmHeimat, des Werra-Meißner-Kreises und des Geo-Naturparks.
- Ein manueller Aufruf der Veranstaltungen durch Internetnutzende ist darüber hinaus auf allen Ausgabeplattformen innerhalb der GrimmHeimat möglich.
- Strukturierte Daten, für den Datenaustausch mit anderen Seiten und Systemen (vgl. Kap. 6.1.1 mit allen dort vorgestellten, hier nicht erneut aufgeführten Vorteilen) vorgesehen.
- Kostenfreie Nutzung aufgrund der Sublizenz, keine Weiterentwicklungskosten und Support durch die GrimmHeimat.
- Möglichkeit, daraus Datensätze für einen gedruckten Veranstaltungskalender zu generieren.

Folgende Nachteile sind zu erwarten:

- Aufgrund der Systemgröße und der vielen Lizenzen und Sublizenzen sind Technik und Optik einheitlich vorgegeben und können nicht angepasst werden.
- Aus rechtlichen Gründen ist seit dem Umstieg auf die Open-Data-Version „mein.Toubiz“ der Veranstaltungsmelder nicht mehr möglich. Die GrimmHeimat verhält sich deutlich restriktiver mit der Vergabe von Eingabe-Lizenzen als bei der Vorgängerversion.
- Nur zu Beginn besteht temporär die Möglichkeit, Veranstaltungsorte anzulegen. Neu hinzukommende Orte und Treffpunkte bzw. Änderungen an bestehenden Orten müssen durch den Geo-Naturpark angelegt/durchgeführt werden, bevor die Veranstaltung angelegt werden kann.
- Viele Eingabeoptionen haben das System im Backend sehr umfassend gemacht. Auch wenn bei weitem nicht alle Optionen genutzt werden müssen, ist die Einpflege i.d.R. etwas aufwendiger als bei eigenen „hausgemachten“ Systemen.

Empfehlung: Zentrale Veranstaltungseingabe der regional und überregional zu bewerbenden Termine in „mein.Toubiz“ durch die Stadt oder eine:n Beauftragte:n (z.B. Kulturverein, Heimatverein) und Einbindung des Kalenders in die neue Microsite. Veranstaltungsmelder und städtischen Kalender mit Sitzungsterminen, Vereinstreffen und dergleichen auf der Stadtseite belassen. Wechselseitige Verlinkung oder auch Widget-basierte Einbindung der Kalender.

**Anwendungsbeispiel (s. Abb. 8):** Darstellung Eschweger Veranstaltungen in den Online-Kalendern der Tourist-Information Eschwege, des Geo-Naturpark und GrimmHeimat.

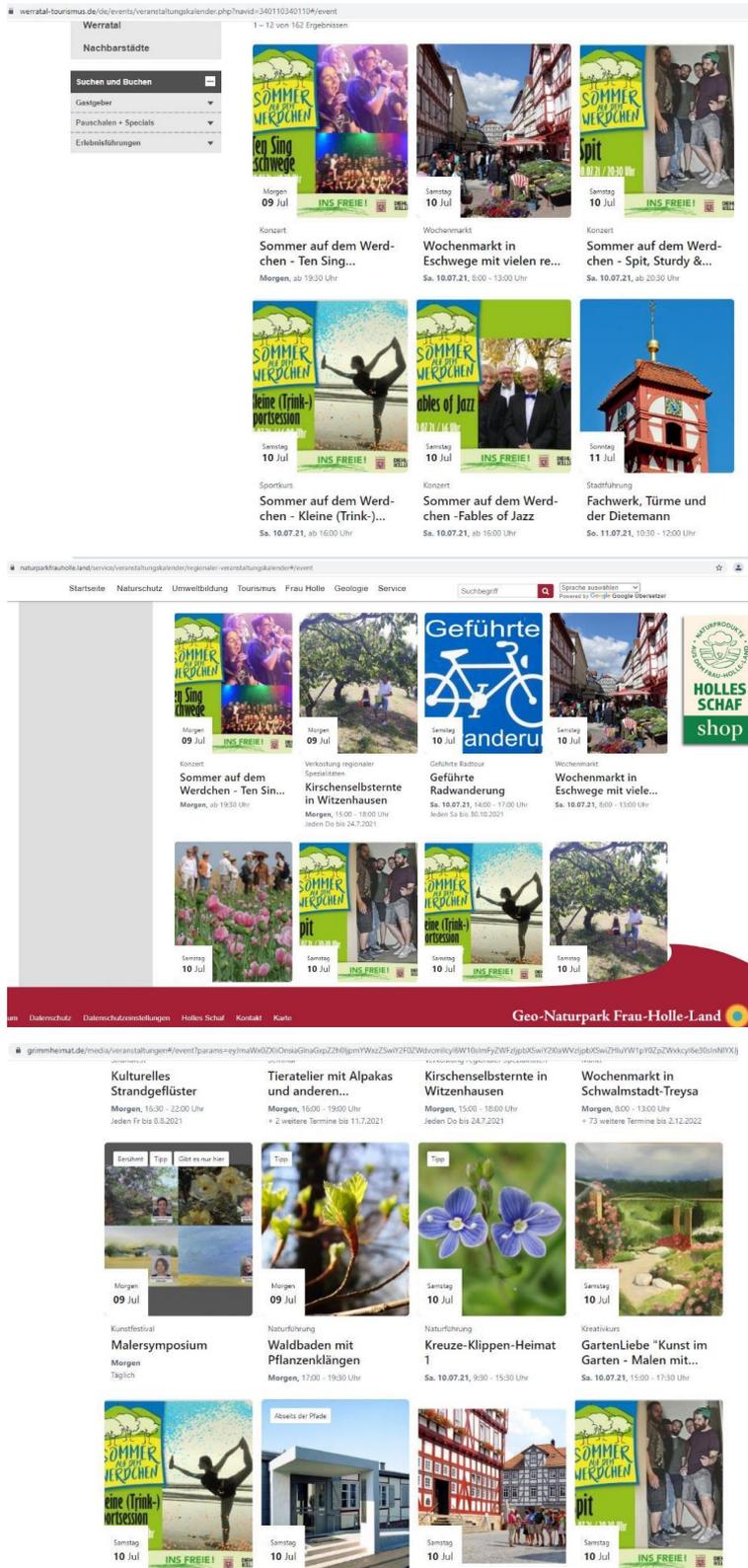


Abbildung 8: Anwendungsbeispiel „mein.Toubiz“

### 6.1.3 Bereitstellung touristischen Personals in Tourist-Information (TI) und Ansprechpartner:in in der Stadtverwaltung

Beim Personal in der TI ist keine hohe, über das bereits bestehende Maß an zur Beratung vorhandener Ortskenntnis (Informationen über örtliche Produkte/Angebote und Gastgeber:innen) hinausgehende Expertise nötig: Es braucht Informationsmaterial des Geo-Naturpark (vor allem die Erlebniskarte) und den Verweis auf die kostenfreie Geo-Naturpark-App für Android und iOS zur Darstellung des gesamten regionalen, touristischen Angebots. Mit der Buchung einer Microsite könnte innerhalb der Beratung die Navigationsstruktur der Website herangezogen und sich an dieser orientiert werden. Um auf dem aktuellen Stand zu bleiben, empfiehlt sich das Abonnement der Newsletter des Geo-Naturparks sowie der GrimmHeimat für Tourismuspartner.

### 6.1.4 Bereitstellung von WLAN in der Tourist-Information

Die Gästeberatung wird erleichtert, wenn der Gast erkennt, dass er leicht alle Informationen über sein Handy beziehen kann. Durch einen WLAN-Zugang in der Tourist-Information kann er die App gleich vor Ort herunterladen und sich die wichtigsten Funktionen zeigen lassen. Dadurch sinkt zugleich der Beratungsbedarf nach allgemeinen Informationen zur Region. Ein Aushang der WLAN-Zugangsdaten im Schaufenster erlaubt den Download auch außerhalb der Öffnungszeiten.



Abbildung 9: Beispielhafte Gestaltung eines Schaufensters<sup>11</sup>

### 6.1.5 Nutzung Investitionsbereitschaft des Gutsbezirks Kaufunger Wald in Instandhaltung und Neuerrichtung touristischer Infrastruktur

Dem Gutsbezirk Kaufunger Wald stehen Finanzmittel zur Verfügung, welche man innerhalb des Gebiets des Kaufunger Walds in die Instandhaltung und Neuerrichtung touristischer Infrastruktur investieren möchte. In diesem Zuge stellt der Gutsbezirk u. a. die Errichtung eines neuen Waldradwegs (Strecke: Großalmerode-Helsa-Oberkaufungen-Nieste) (s. Kap. 6.4.3.2) und die Kostenübernahme für die Instandhaltung des Premiumwegs P14 Bilstein in Aussicht.

<sup>11</sup> Foto: Claudia Krabbes

Da es sich um regelmäßige Einnahmen handelt, stünden Finanzmittel für weitere touristische Projekte zur Verfügung, eine Kooperation zwischen Gutsbezirk Kaufunger Wald und der Stadt Großalmerode wäre daher empfehlenswert. Zudem könnten die freiwerdenden Mittel, die sich z.B. durch die Einsparung aus den Instandhaltungskosten des P14 ergeben, anderweitig (für Investitionen im Bereich Tourismus) genutzt werden.

## **6.2 Information und Kommunikation**

### 6.2.1 Jährlicher Rundbrief an touristische Leistungsträger

Ein (zumindest) jährlicher Rundbrief vor Saisonbeginn an touristische Leistungsträger:innen ist mit folgenden Vorteilen verbunden:

- Informationen der wichtigen Multiplikatoren
  - über neue touristische Angebote im Stadtgebiet und der Region zur Gästebberatung mit dem Ziel, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen bzw. Anreize für einen neuen Besuch zu geben
  - zu relevanten Informations- und Weiterbildungsangeboten (z.B. der GrimmHeimat) mit dem Ziel, Servicequalität, Angebotsqualität und Eigenmarketing zu erhöhen
  - zu aktuellen Fördermöglichkeiten mit dem Ziel, die Angebotsqualität und -quantität zu erhöhen
  - Information über Beteiligungsmöglichkeiten/Einladung zu Veranstaltungen
- Abgleich der Anschriften und Ansprechpartner:innen

Die Erstellung des Rundbriefs kann in Absprache mit dem Geo-Naturpark erfolgen, um Informationen aus der Region und der Destination GrimmHeimat einzubinden. Durch die Nutzung von E-Mail-Versand sind Produktions- und Konfektionsaufwand gering.

### 6.2.2 Schaffung einer Plattform für touristische und freizeitrelevante Leistungsträger:innen

Eine gemeinsame Plattform der Tourismus-/Freizeit-/Kultur-Akteur:innen im Stadtgebiet hätte eine Vielzahl von Vorteilen:

- Schaffung eines Netzwerks für
  - höhere Wertschöpfung durch gegenseitiges Empfehlungsmarketing bzw. innerstädtische Gästevermittlung bei Überbuchung/fehlendem eigenen Angebot
  - bessere Angebotskenntnis und dadurch höhere Beratungsqualität gegenüber Gästen
  - die Weiterentwicklung der kommunalen Produkte im Sinne einer Denkfabrik

- die Suche nach Gleichgesinnten für die Umsetzung der angedachten Produkte (Einrichtungen, Gemeinschaftsaktionen, Veranstaltungen und dergleichen)
- Möglichkeit zum Austausch/Mitnahme von Prospektmaterial, Veranstaltungsflyer und dergleichen

Die Plattform könnte in Form eines Stammtischs, wie er derzeit von der Stadtverwaltung initiiert ist, gestaltet sein. Es wäre jedoch wünschenswert, wenn dieser zunehmend in Verantwortung der Beteiligten übergehen und sich verstetigen würde (auch terminlich – zur langfristigen Planbarkeit und zur Wahrung gleichbleibender Abstände, z.B. jeden ersten Montag im Quartal, 15:00 Uhr). Denkbar wäre dabei z.B. ein Treffen reihum bei den Gastgeber:innen, begleitet durch eine Vorstellung des gastgebenden Betriebs.

Ergänzend für den schnellen Austausch („Wer kann helfen?“, „Wer weiß was?“) wäre auch ein digitales Medium denkbar, z.B. Chat-Gruppe, geschlossene oder geheime Facebook-Gruppe oder dergleichen. Aus datenschutzrechtlichen Gründen sollte hierfür jedoch nicht die Stadtverwaltung Initiator sein.

### 6.2.3 Informations- und Beratungsangebot zur Optimierung im Gastgewerbe

Die GrimmHeimat ist in Vorbereitung einer Lernplattform für Tourismusakteure über den Anbieter [www.teejit.de](http://www.teejit.de), ähnlich wie diese bereits für Gastgeber:innen in der Eifel besteht (s. Abb. 10). Hier werden Gastgebende die Möglichkeit haben, über einen noch nicht näher definierten Zugang jederzeit auf Lernvideos, Erklärfilme und Tutorials Zugriff zu haben. Da auch Akteure der GrimmHeimat die Möglichkeit haben sollen, entsprechende Videos zu erstellen, könnten dort neben allgemeinen Filmen, z.B. Tipps für die Präsentation bei Google Business, zum Umgang mit Bewertungsportalen oder zur Fotonutzungsrechten, auch regionale Themen aufgegriffen werden, z.B. was genau unterscheidet Premiumwege von anderen Wanderwegen? Wie funktioniert die Teilnahme an der MeineCardPlus? Oder was kann die Geo-Naturpark-App?

← → ↻ https://eifel.teejit.de

**Eifel Tourismus E-Learning**  
IHR SCHLÜSSEL ZU TOURISMUS KNOW-HOW

HOME ÜBER DIE AKADEME KURSE KONTAKT EIFEL TOURISMUS LOGIN

---

← → ↻ https://eifel.teejit.de/home/kurse.php

HOME ÜBER DIE AKADEME KURSE KONTAKT EIFEL TOURISMUS LOGIN

### 1. Das Internet

Der Inhalt des Moduls „Das Internet“ dreht sich rund um die Thematik Anfänge des Internets und Tourismus & Internet. Wichtig sind dabei die Entwicklungsschritte, die das World Wide Web durchlaufen hat, sowie die allgemeinen Prinzipien des Webs 2.0. Die Verbindung zum Tourismus wird in diesem Modul durch die Erklärungen zur Customer Journey im Social Web geschaffen. In welcher Reisephase spielen beispielsweise Bewertungen eine Rolle? Außerdem wollen wir Ihnen einen Einblick in die Thematik „Wahl des richtigen Kanals“ und „Von der Website zur Webpräsenz“ geben. Abschließend zu jedem Modul geben wir Ihnen einige Handlungsempfehlungen, damit Sie das theoretisch Gelernte auch praktisch anwenden können.



### 2. Fit im Social Web

In diesem Modul wollen wir Ihnen das Social Web und seine Facetten näher bringen. Mit der Digitalisierung hat sich die Kommunikation auf der Welt verändert. Insbesondere wirkt sich das auf das Social Web aus, woraus sich natürlich neue Herausforderungen auch für Ihr Unternehmen ergeben. Welche aber sind das? Zum Social Web gehören natürlich auch Themen wie Social Media Marketing & Strategie, die wir Ihnen in dieser Einheit näher bringen wollen.



### 3. Google, Bing & Co.

Suchmaschinen, wie Google und Bing, sind fest in den digitalen Alltag integriert. Dieses Modul soll daher über Funktionsweisen und Interaktionsmöglichkeiten Aufschluss geben. Konkret geht es dabei um beispielsweise Suchmaschinenfaktoren und Keywords. Wir möchten Ihnen Hilfestellungen geben, wie Sie Ihre Seite sowohl Onsite, als auch Offsite optimieren können, damit Sie die bestmöglichen Ergebnisse erhalten. Das Stichwort Ergebnisse rundet die Einheit ab, denn Sie müssen Aktivitäten natürlich in irgendeiner Form auch messen, um zu wissen, ob Sie erfolgreich sind. Hier geben wir Ihnen vor den Handlungsempfehlungen deswegen noch einen Einblick in die Thematik „Ergebnisse messen“.



### 4. Trust and Belief - Die Rolle der Bewertungsplattformen



Abbildung 10: Beispiel für Plattform E-Learning über den Anbieter Teejit

#### 6.2.4 Ausweisung des Bürgerbüros als Tourist-Information

Das derzeitige Bürgerbüro wird bereits jetzt von Gästen als Anlaufstelle genutzt. Mit der Wiederaufnahme touristischer Aktivitäten durch die Stadtverwaltung ist es nur folgerichtig, diese Anlaufstelle nicht nur als Bürgerbüro, sondern auch als Tourist-Information auszuweisen und entsprechend zu beschildern.



Abbildung 11: Bürgerbüro Stadt Großalmerode<sup>12</sup>

#### 6.2.5 Auslage von Prospekten des Geo-Naturparks und Hinweis auf die Geo-Naturpark-App

Um den Beratungsaufwand durch das Büropersonal zu minimieren, sollte wesentliches Prospektmaterial und der Hinweis auf die kostenfreie App gut sichtbar zur Verfügung stehen. Aufgrund der begrenzten Öffnungszeiten, vor allem in den für Tourist:innen relevanten Zeiträumen (abends, am Wochenende) wäre der Hinweis auf die App und weitere Auslageflächen (z.B. Eingangsbereich Rathaus, Gastronomie) im Schaufenster/Türfenster denkbar. Dank des hervorragenden Dachs könnten auch Prospektträger für die zentralen Stadtprospekte und die Erlebniskarten am Haus angebracht und vor Feierabend befüllt werden.

Natürlich wäre es wünschenswert, dass auch Gastgebende ihren Gästen die wichtigsten Broschüren zur Verfügung stellen. Das Bürgerbüro könnte hier auch für Gastgebende zentrale Anlaufstelle sein, so es die Lagermöglichkeiten zulassen. Andernfalls sollte – ggf. auch unter Einbeziehung des Tourismusnetzwerks – ein anderer zentraler Anlaufpunkt gefunden werden. Dieser könnte in der Saison vom Geo-Naturpark angesteuert werden, wenn dieser Prospektmaterial verteilt.

---

<sup>12</sup> Foto: Gundula Klinge

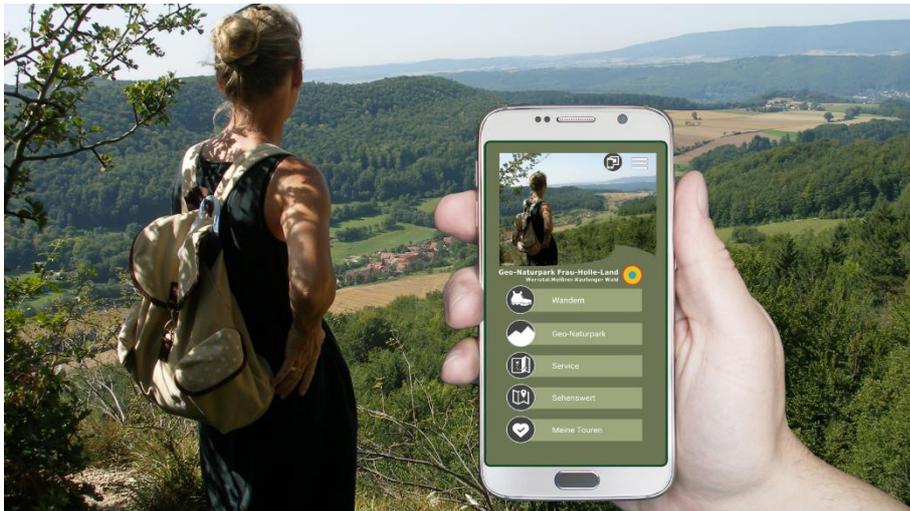


Abbildung 12: Geo-Naturpark-App

### 6.2.6 Informationstafeln an zentralen Orten

Im Sinne einer optimierten Gästekommunikation und -information sowie zur Erschließung und Sichtbarmachung der Sehenswürdigkeiten und weiteren Besonderheiten der Stadt könnten an zentralen Plätzen (auf dem Platz gegenüber des Rathauses, am Glas- und Keramikmuseum, auf den Wohnmobilstellplätzen usw.) einheitlich gestaltete Informationstafeln mit einer Karte mit Points of Interest (POI) und Informationen zu Themen der Stadt (Ton, Industriekultur/Ortsgeschichte, ggf. Hortensie, Wandern, Reiten, Radfahren etc.) errichtet werden. Diese Tafeln könnten beidseitig gestaltet werden, z.B. könnte auf die andere Seite die Erlebniskarte des Geo-Naturparks zur Darstellung des touristischen Angebots der Gesamtregion abgebildet werden.

### 6.2.7 Digitaler Stadtplan

Anders als andere Städte verfügt Großalmerode nicht über ein in sich geschlossenes, beschauliches Stadtbild und erschließt sich dem kulturhistorisch interessierten Betrachter nicht durch einen planlosen Stadtbummel. Bedeutende historische Gebäude und industriekulturelle Relikte liegen verstreut und beschränken sich nicht nur auf die Kernstadt, sondern auch auf die Stadtteile. Neben oder anstelle einer Darstellung in einem touristischen Stadtplan empfiehlt sich daher die Besucherlenkung über einen digitalen Stadtplan. Dabei ist zu entscheiden, ob die einzelnen Punkte (POI) in eine Reihenfolge gebracht werden können im Sinne einer (oder mehrerer) abzulaufenden oder abzufahrenden Tour(en) oder eher wie ein Netz dargestellt werden müssen, welches sich der Gast ganz oder auch nur ausschnittsweise selbstständig erschließt. Zur Darstellung stehen eine Reihe von frei zugänglichen Anwendungen zur Verfügung (für Touren z.B. komoot, für Netz z.B. Google Maps). Grundsätzlich besteht technisch auch die Möglichkeit, die Geo-Naturpark-App zu nutzen – für Netze nur bei entsprechender Internetabdeckung, die in urbanen Räumen ja eher gewährleistet ist als in der Landschaft.

### 6.2.8 Einsatz Progressiver Web Apps (PWA) als digitale Gästemappe

Eine PWA ist eine technisch eher kleine App, die eine Mischung aus Applikation und responsiver Internetseite ist. Sie benötigt zum Arbeiten immer eine Internetabdeckung. Die GrimmHeimat plant das Angebot einer Besucherlenkung über eine PWA-basierte digitale Gästemappe. Aktuell wird das Pilotprojekt für Kassel aufgebaut, welches dann in die gesamte Destination übertragen werden kann. Diese Applikation wählt aus einer Datenbank voller strukturierter Daten nach vorgegebenen Kriterien Datensätze aus, die dann Gästen angezeigt werden können, z.B.

- in Gästezimmern auf dem Zimmerfernseher, so dieser internettauglich ist
- in der Tourist-Information, im Schaufenster der Tourist-Information, im Eingangsbereich von Freizeiteinrichtungen und in Hotels über Bildschirm oder Monitor
- auf Informationsstellen über Monitor

Die Datenausgabe kann je nach Einstellungen selektiv erfolgen, z.B.

- nach räumlichen Bezügen (Ort der Ausgabe und Umkreis)
- nach Wetterdaten (bei schlechtem Wetter bevorzugt Indoor-Empfehlungen)
- nach zeitlichen Vorgaben („Heute geöffnet“, Veranstaltungsempfehlungen)
- nach Zielgruppen (Familien erhalten andere Empfehlungen als ältere Paare)

Wann, zu welchen Bedingungen und in welchem Selektionsumfang die GrimmHeimat PWA allen interessierten Betrieben zur Verfügung stehen wird, ist noch offen. Basis der digitalen Beratung können jedoch nur strukturierte, offene Daten sein (vgl. Kap. 6.1.1).



Abbildung 13: Beispiel Progressive Web App (PWA) – Digitale Gästemappe<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Quelle: GrimmHeimat NordHessen

## **6.3 Marketing**

### 6.3.1 Wahrnehmung touristischer Angebote der Gesamtregion als eigene Angebote und entsprechende Empfehlung an Gäste vor Ort

Mehr noch als bisher sollten sich die Gastgebenden im Unterkunftsbereich, Gastronomie und Tourist-Informationen als Bestandteil einer ganzen Region verstehen. Dabei gilt es das jenseits der Stadtgrenzen hinausgehende Angebot nicht als zusätzliches Angebot zu verstehen, sondern quasi als eigenes Angebot ganz selbstverständlich in die Gästeberatung einzubinden. So hat Großalmerode beispielsweise nicht nur zwei Premiumwege, sondern 25 (und damit nicht unbedingt zuallererst P14 und P8), je nach Unterkunft etwa neun davon mit Anreisezeiten von unter 20 Minuten. Mohnblüte und Kirschenland, Bergwildpark, Barfußpfad und Kletterwald, UNESCO-Weltkulturerbe und Museumslandschaft befinden sich in Anreisezeiten, in denen bei vielen Gästen aus den typischen Quellregionen noch nicht einmal die eigene Innenstadt umkreist werden kann. Dabei sind die meisten Menschen im Urlaub bereit, Anfahrtswege zu attraktiven Zielen/Aktivitäten in Kauf zu nehmen.

Die Beratung der Gäste aus der eigenen Stadt heraus führt dabei nicht unbedingt zu Wertschöpfungsverlust, zumal derzeit ohnehin fast ausschließlich im Gastgewerbe nennenswerte touristische Umsätze erzielt werden können (und hier verbleiben ja weiterhin Unterkunft, Frühstück und i.d.R. auch Abendessen).

Vielmehr unterstreicht eine Empfehlung der Ziele über die Stadt hinaus die große Attraktivität Großalmerodes als Ausgangsbasis für einen Urlaub in der Region, gibt Anreiz, länger zu bleiben, wiederzukommen und weiterzuempfehlen – eine wichtige Basis für die touristische Wertschöpfung.

### 6.3.2 Stärkung der bestehenden Ressourcen

Großalmerode verfügt über ein ausgeprägtes Angebot im Bereich Natur- und Aktivurlaub (Wandern, Radfahren und Reiten; Ausflugsziele wie den Bilstein und Exbergsee), eine besondere Ortsgeschichte und damit verbundene kulturhistorische Relikten, eine vorteilhafte Lage (Nähe zu Kassel) sowie weitere „Leuchttürme“, wie z.B. den Männerspielplatz, den Reiterhof Hirschberg und den Hortensien-Park.

Es sollte sich zunächst darauf fokussiert werden, besondere Standorte und Einrichtungen mit dem dortigen Angebot – z.B. auch durch Angebotsverknüpfungen (vgl. Kap. 6.3.6) – auszubauen und aufzuwerten (s. u.), bevor neue touristische Produkte entwickelt und die Angebotspalette erweitert werden.

Es gilt durch eine Profilierung in den vorhandenen, genannten Stärken, Produkte mit Anziehung zu schaffen, damit auch Gäste, die als Reiseziel einen anderen Ort im Werra-Meißner-Kreis haben, Großalmerode und seine Angebote als Reisebaustein wahrnehmen möchten.

Folgende Betriebe und Standorte könnten mit folgenden Ideen ausgebaut und aufgewertet werden:

- Exbergsee: Hier könnte eine wandertouristische Inwertsetzung durch Anbindung an bestehende oder neue Wanderwege (Errichtung eines Panorama- oder Premiumwegs bei Rommerode, ggf. mit thematischer Ausgestaltung, s. Kap. 6.4.2.2) mit Einbindung der Exberghütte (hier eventuell Ausbau des touristischen Angebots) vorangetrieben werden.
- Gut Giesenhagen: Der Betrieb könnte mit einem erweiterten Angebot im Bereich Erlebniswelt Tiere, Abenteuerspielplatz, regionale Produkte etc. zu einem weiteren „Leuchtturm“, besonders für die Zielgruppe Familien mit Kindern und an „Ferien auf dem Bauernhof“ interessierten Tourist:innen, werden.
- Glas- und Keramikmuseum: Die Öffnungszeiten sind sonntags von 14-17 Uhr, also zur Heimreisezeit der Wochenendurlauber:innen. Hier wäre also zu überlegen, ob die Öffnungszeiten und die Zeiten der Kurse und Veranstaltungen besser an die Reisezeiten der Besucher:innen angepasst werden könnten. Zudem könnte darüber nachgedacht werden, inwieweit das interne Angebot erweitert und die Räumlichkeiten des Museums stärker genutzt werden könnten, z.B. mehr Mitmach-Aktionen/Kurse, Filmvorführungen, Veranstaltungen etc. Es empfiehlt sich eine Verknüpfung (u. a. durch angepasste Öffnungszeiten) zur evangelischen Kirche herzustellen (s. Kap. 6.4.4.4).
- Technisch-historischer Lehr- und Wanderpfad: Hier wäre eine Umwandlung der Wanderrouen in einen Radweg (s. Kap. 6.4.3.2) möglich. Es könnte zudem über ein Angebot von Planwagenfahrten (evtl. verknüpft mit den Fahrten über den Bilstein, s. Kap. 6.3.6) nachgedacht werden.

### 6.3.3 Einheitliche Außendarstellung

Eine einheitliche Außendarstellung der Stadt Großalmerode seitens der Stadt selbst und touristischer Partner ist anzustreben, um die Zusammengehörigkeit nach innen bzw. eine höhere Bekennung zu und Identifikation mit Großalmerode bei den Tourismuspartnern/-betrieben sowie Übersichtlichkeit und Wiedererkennung nach außen zu generieren. Hierzu empfiehlt sich zum einen eine einheitliche grafische Darstellung des städtischen Logos und Slogans auf Websites, in Signaturen, auf Broschüren etc. seitens Stadt und Tourismusbetrieben. Um eine Zugehörigkeit zu den touristischen Dächern, der GrimmHeimat und dem Geo-Naturpark herzustellen, könnten zusätzlich auch deren Signets verwendet werden, diese sind frei zugänglich (das Signet des Geo-Naturparks auf [www.naturparkfrauholle.land/signet](http://www.naturparkfrauholle.land/signet)). Für die Nutzung des städtischen Logos empfiehlt sich die Bereitstellung eines Styleguides oder Handbuchs, durch welches u. a. geregelt wird, inwieweit das Logo von z.B. Tourismuspartnern angepasst/ausgelegt werden darf. Im Zuge der Überarbeitung des Alleinstellungsmerkmals (vgl.

Kap. 6.3.4) und der zukünftigen Entwicklung touristischer Produkte könnte zudem an einem einheitlichen Wording, also der Präsentation der Produkte und ihrer sprachlichen Darstellung (Bsp.: „Herzlich Willkommen im Gasthaus XY, in dem Herzlichkeit zum guten Ton gehört/ein herzlicher Ton angeschlagen wird.“ Oder es könnte eine Absprache zwischen den Betrieben getroffen werden, sodass ein ähnliches Wording verwendet wird, bspw. „Das Gasthaus mit dem herzlichen/freundlichen/nordhessischen Ton“, so könnte man sich voneinander abgrenzen und dennoch gemeinsam profilieren), welches dann ebenfalls von der Stadt und seitens Tourismusbetrieben genutzt werden könnte, gearbeitet werden.

#### 6.3.4 Überarbeitung des Alleinstellungsmerkmals (USP) Ton

Mit Ton bzw. den Industrien Bergbau, Feuerfestindustrie und Gläsnerie besteht in Großalmerode ein USP, welches kein Mainstreamthema ist. Als fachspezifisches Thema besteht ein eher geringes Besucherinteresse. Zudem werden die industriellen Aktivitäten nur noch in geringem Maß betrieben und ehemalige Bergwerke sind nicht begehbar bzw. zu besichtigen. Es fehlt daher an Sichtbarkeit und Authentizität, wodurch das Thema für die Besucher:innen wenig zugänglich und erlebbar ist. Auch die identitätsstiftende Wirkung auf die Bevölkerung nimmt hierdurch ab, wodurch die Präsentation im städtischen und gemeinschaftlichen Leben ebenfalls in geringerem Maß vorhanden ist. Zur Überarbeitung könnten folgende Ideen genutzt werden:

- eine vielfältigere Auslegung des Slogans „... des guten Tons“: Zum Beispiel in Form des Verständnisses von Ton im Sinne von Klang/Musik oder im Sinne von Etikette, also „etwas gehört zum guten Ton“, „einen guten Ton anschlagen“, was bereits im Slogan ansatzweise ausgeführt wird. Hierbei könnte auch eine selbstironische und regionsbezogene Auslegung á la „der raue Ton der Nordhessen“ aufgegriffen werden.
- eine verstärkte (künstliche) Sichtbarmachung im öffentlichen Raum/an zentralen Plätzen durch z.B. Kunstwerke, Modelle, Motive, Ausstellungen oder Fotopunkte, die die Themen der Stadt, also Ton, Glas, Keramik, gleichwohl aber auch die Brüder Grimm oder Frau Holle abbilden. Hierbei ist anzumerken, dass z.B. die Plätze gegenüber dem Rathaus und der Sparkasse schon anschaulich und mit der Statue und den Tontöpfen bereits themenbezogen gestaltet wurden. Jedoch fehlt es auf dem Platz gegenüber dem Rathaus bisher an („Stör“-)Elementen, welche Aufmerksamkeit und Anziehung erzeugen und dem Besucher/der Besucherin verdeutlichen, dass er/sie sich nicht in irgendeiner Stadt, sondern in Großalmerode, der „Stadt des guten Tons“, befindet (s. Abb. 14). Diese Elemente könnten z.B. Tontöpfe mit unterschiedlichen Größen, Farben und Mustern oder andere Kunstwerke mit Bezug zu Ton (im Sinne des Materials und im Sinne von Klang) wie eine Keramikpflasterung oder eine Litfaßsäule aus Ton, eine tönernerne Tonglocke zum Anschlagen, ein

tönernes Windspiel, ein großes Xylophon mit Almeröder Dachziegeln, Tontöpfe mit unterschiedlichem Klang (auch als Sitzgelegenheiten), ein „Telefon“ mit Tonbechern an verschiedenen Seiten des Platzes oder eine „Ton-Leiter“ sein (s. Abb. 15). Durch (weitere) Sitzgelegenheiten (vielleicht in Verbindung mit den Kunstwerken) und weitere Begrünung (z.B. Hortensien) könnte auf den Plätzen zudem eine gesteigerte Aufenthalts- und Verweilqualität herbeigeführt werden.



Abbildung 14: Ist-Zustand des Platzes gegenüber dem Rathaus von Großalmerode<sup>14</sup>



Abbildung 15: Gestaltungsmöglichkeiten des öffentlichen Raums mit Ton und Keramik im Sinne des Materials und Ton im Sinne von Klang<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Foto: Gundula Klinge

<sup>15</sup> Quellen:

Kallenbach, S. (2020): [www.kallenbach-keramik.de/portfolio/kunst-im-oeffentlichen-raum/](http://www.kallenbach-keramik.de/portfolio/kunst-im-oeffentlichen-raum/)

Kriehn, K. (o.J.): [https://www.ssf-kriehn.de/spielanlagen\\_\\_\\_klanginstrumente](https://www.ssf-kriehn.de/spielanlagen___klanginstrumente)

- eine Bewusstseinsbildung bei der Bevölkerung, z.B. durch Bildungsangebote zu den Themen in den Schulen.
- eine einheitliche Verwendung von Logo, Slogan und Wording (s. Kap. 6.3.3).

#### 6.3.5 Nutzung sozialer Medien

Soziale Medien als heutzutage unabdingbares Marketinginstrument gilt es verstärkt in der Innen- und Außendarstellung zu nutzen. Hierbei empfiehlt es sich, zwei Kanäle, einen für die Darstellung interner, für die Bevölkerung relevanter Inhalte und einen für den touristischen Bereich mit Informationen für Besucher:innen, zu nutzen. Es bietet sich zudem an, Beiträge der Dachorganisationen, die Großalmerode und dessen Ausflugsziele betreffen, zu teilen.

#### 6.3.6 Verknüpfung von Angeboten und Betrieben

Für eine Erhöhung der Aufenthaltsdauer einerseits sowie auch für eine Erweiterung der Zielgruppen und damit einer Steigerung der Gästezahlen gilt es, die in Großalmerode und der Gesamtregion bestehenden touristischen Angebote zu verknüpfen, also touristische Pakete zu erstellen, und dies in der Gästeberatung zu kommunizieren (s. Kap. 6.3.1). Dabei empfiehlt es sich eher zielgruppen- und themenorientiert, anstatt geografisch zu denken. Es können folgende Ideen zur Angebotsverknüpfung aufgeführt werden:

- Männerspielplatz mit Themen/Betrieben MTB und eventuell Pump Trail in Sontra, Actionpark Hirschhagen in Hessisch Lichtenau, LaserTag Arena Kassel in Hessisch Lichtenau und die Paintball Action Kassel in Hessisch Lichtenau
- Hortensien-Park mit z.B. Besichtigung von Schlössern und Burgen in der Umgebung, Besuch der Frau-Holle-Orte, Töpferkurs im Glas- und Keramikmuseum
- Hortensienblüte mit weiteren Naturerlebnissen wie Mohnblüte und Kirschen-ernte in Wendershausen und Germerode
- Planwagenfahrten am Bilstein z.B. auch über Technisch-historischen Lehr- und Wanderpfad (vgl. Kap. 6.3.2)
- Biwaking und „Adventure/Survival“ mit Themen/Betrieben Schutzhütte am Steinberg (Bau weiterer Schutzhütten), Geologie, Bergbau, Industriekultur, Männerspielplatz, MTB (s. Anmerkungen in Kap. 6.4.2.4)
- Glas- und Keramikmuseum mit evangelischer Kirche und Stadtführung

### **6.4 Touristische Produkte**

#### 6.4.1 Gastgewerbe

Die folgenden Handlungsempfehlungen haben, zusätzlich zu jenen in Kap. 6.2.1.-6.2.3 und 6.2.8 aufgeführten, zum Ziel, eine Steigerung von Qualität und Quantität der Gastronomie und Beherbergung herbeizuführen.

### 6.4.1.1 Fokussierung auf regionale Speisen

#### Outdooraktivitäten in Pandemiezeiten beliebter

TOP-Aktivitäten\* der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2020 im Vergleich zum Vorjahr



Abbildung 16: Wichtigkeit von Reisebestandteilen<sup>16</sup>

Der Verzehr regionaltypischer Speisen und Getränke stellt eine der beliebtesten Urlaubsaktivitäten dar. Die allgemeinen gesellschaftlichen Trends zu mehr Regionalität und Nachhaltigkeit, die durch die Pandemie befeuert wurden, haben und werden diesen Trend auch zukünftig bestärken. Die Region verfügt über eine Reihe von Spezialitäten, die eng mit touristischen Angeboten verbunden sind, z.B. Frau-Holle-Mohn, Witzenhäuser Kirschen, Lamm von Weidelämmern und weitere Naturprodukte der Marke „Holles Schaf“, Säfte von Streuobstwiesen, darüber hinaus aber auch beispielsweise Ahle Wurscht, nordhessische Hausmannskost und regionales Bier.

Häufige Gründe, die gegen den Einsatz sprechen und Ideen, wie diesen entgegengewirkt werden kann:

- Die Beschaffung ist zu aufwendig, da kein zentraler Einkauf über Großmarkt möglich: Initiativen bei der GrimmHeimat, beim Kreisbauernverband Werra-Meißner e.V. („Markthalle Werra-Meißner“) und der Modellregion Ökologische Landwirtschaft versuchen Modelle aufzubauen, die dies für Einkäufer vereinfachen.
- Die Produkte sind teurer bzw. in der Beschaffung teurer. Es steht zu befürchten, dass Gäste den höheren Preis nicht bezahlen: Gäste sind in der Regel und besonders im Urlaub bereit, mehr Geld auszugeben, wenn Sie wissen, wofür. Die „Geschichte hinter dem Produkt“ sollte erzählt werden, z.B. in der Speisekarte. Welcher regionale Anbieter liefert? Woher stammen die Komponenten? Best practise-Beispiel: Jausenstation Der Urgeschmack.

<sup>16</sup> Quelle: GfK SE 2021 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2020, Nürnberg

- Das Klientel besteht eher aus Einheimischen, die die regionale Kost als Hausmannskost verstehen und stattdessen lieber exotisches Essen wünschen: 1-2 Gerichte um regionale Komponenten (kreativ) ergänzen: z.B. Ahle-Wurst-Pizza statt Pizza Salami, Pizza mit hessischem Schmand statt Tomatensauce, Brotzeit.

#### 6.4.1.2 Nutzung der MeineCardPlus

Seit mehreren Jahren wird in der GrimmHeimat die MeineCardPlus angeboten. Hierfür ist durch die Übernachtungsbetriebe eine Umlage für jeden touristischen Übernachtungsgast zu entrichten und die Karte an jeden dieser Gäste auszuhändigen (inzwischen auch über App auf dem Smartphone der Gäste möglich). Gäste können vom Einchecken bis Mitternacht des Abreisetags kostenfrei die öffentlichen Verkehrsmittel im NVV-Gebiet nutzen und erhalten freien Eintritt in über 130 Freizeiteinrichtungen in der GrimmHeimat, darunter u.a. die WerratTherme, Bäder in Eschwege und Sontra, Stadt- und Naturparkführungen, ausgewählte Museen im Geo-Naturpark, Museumslandschaft, Therme und Staatstheater Kassel und viele weitere. Aus den Umlagen werden nicht nur reduzierte Eintrittspreise generiert und Systemkosten beglichen, sondern auch Werbegelder gepoolt. Alle teilnehmenden Betriebe werden über die gesondert beworbene Internetseite [www.meinecardplus.de](http://www.meinecardplus.de) unter der Devise „Urlaub ohne Nebenkosten“ dargestellt. Die MeineCardPlus erfreut sich vor allem bei Familien und bei Gästen mit längerer Aufenthaltsdauer großer Beliebtheit, die aufgrund des Marketings gezielt nach teilnehmenden Betrieben suchen. Der derzeitige Trend zum Deutschlandurlaub hat die Zahl der ausgegebenen Karten noch einmal erhöht. Teilnehmende Betriebe aus anderen Regionen Nordhessens bestätigen gewachsene Gästezahlen durch die Nutzung der MeineCardPlus. Im Bereich des Geo-Naturparks ist die Zahl der teilnehmenden Übernachtungsbetriebe noch sehr gering. Auch ohne eigenen Anschluss an die Cantus-Bahn kann die Teilnahme für Übernachtungsbetriebe Großalmerodes sehr ratsam sein. Es bestehen kostenfreie Park&Ride-Parkplätze an den umliegenden Bahnhöfen und Tramstationen, so dass neben den Angeboten im Geo-Naturpark auch das Angebot in Kassel ohne Parkplatzsuche und -gebühren gestaltet werden kann. Aufgrund der bislang geringen Nutzerzahlen im Bereich des Frau-Holle-Lands werden entsprechende Suchanfragen auf diese Teilnehmer:innen kanalisiert. Die Umlagekosten werden üblicherweise in einen entsprechend höheren Übernachtungspreis inkludiert. Die GrimmHeimat bietet immer wieder temporär „Schnupperpartnerschaften“ mit verkürzter Laufzeit an.



Abbildung 17: MeineCardPlus<sup>17</sup>

#### 6.4.1.3 Optimierung der Onlinebuchbarkeit

Das Nutzerverhalten der Gäste hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten grundlegend gewandelt. Zu einem hohen Anteil findet die Angebotssuche wie auch die Buchung im Internet statt, vorrangig über die bekannten Buchungsportale (z.B. booking.com, hrs oder fewo-direkt.de, airB'n'B), die gemeinsam in sogenannten Metasuchmaschinen (z.B. trivago, hometogo) abgebildet werden. Eine eigene Internetseite wie auch ein Google Business-Account sollten für alle Gastgeber:innen Standard sein. Jedoch ist auf dem hart umkämpften Markt des Google-Rankings dadurch noch keine Sichtbarkeit im Internet gegeben. Darüber hinaus sind Gäste zwischenzeitlich gewohnt, die Buchbarkeit zum Wunschtermin und den genauen Preis zu diesem Termin abrufen zu können. Die durch andere Gäste abgegebenen Bewertungen schaffen Vertrauen.

Wer daher mit der Vermietung von Gästeunterkünften nennenswerte Einkünfte erlangen will und nicht nur auf Empfehlungen und kaum noch genutzte Verzeichnisse vertrauen möchte, kommt nicht umhin, darüber nachzudenken, sein Angebot online buchbar zu machen und über mindestens ein größeres Portal am Markt anzubieten. Der Geo-Naturpark bietet hierfür in einer Kooperation einen Austausch mit einem auf booking.com erfolgreichen Vermieter an, der sein Vorgehen erläutert, Erfahrungen teilt und Fragen potenzieller Nutzer:innen von Buchungsmaschinen aus Anwendersicht beantwortet. Über die GrimmHeimat ist angeleitet durch das dortige Mitarbeiter:innenteam eine Teilnahme am Buchungssystem „tomas“ möglich (s. Abb. 18), über das Kontingente auch in namhafte Plattformen übertragen werden.

---

<sup>17</sup> Quelle: GrimmHeimat NordHessen

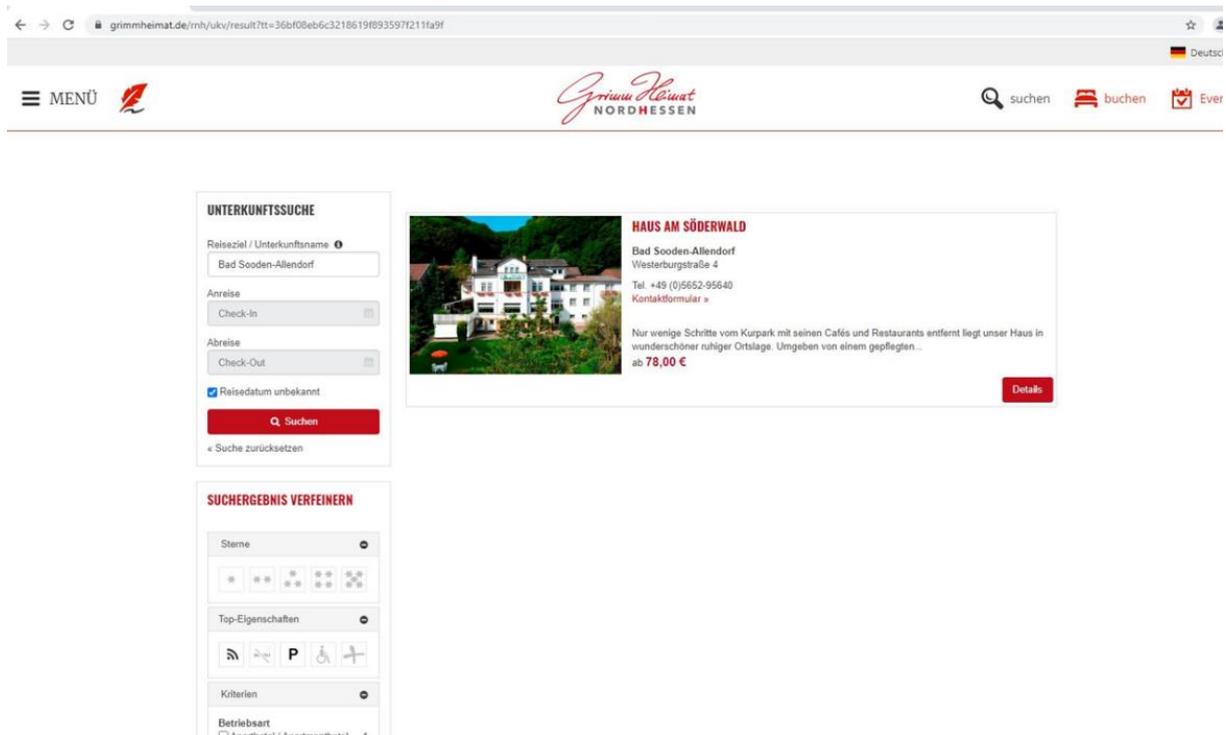


Abbildung 18: Buchungsplattform „tomas“<sup>18</sup>

#### 6.4.1.4 Klassifizierung/Zertifizierung von Unterkünften

Vor dem Hintergrund der steigenden Qualitätsansprüche der Reisenden, könnten Beherbergungsbetriebe über eine Zertifizierung, zum Beispiel vom Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) oder dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA), nachdenken. Die GrimmHeimat bietet hier Tourismusbetrieben Unterstützungs- und Beratungsleistung bei der Abwicklung an.

#### 6.4.1.5 Ausbau der Bereiche Wohnmobiltourismus und der touristischen Privatvermietung (Ferienwohnungen)

Die beiden vorhandenen Wohnmobilstellplätze der Stadt Großalmerode Schwarzenbergstadion und am Mühlgraben sind stark frequentiert. Vor dem Hintergrund eines zunehmenden Kurzurlaubstrends und Bedeutungsgewinns des Camping- und Outdoor-Tourismus ist für den Wohnmobiltourismus ein hohes Potenzial zu verzeichnen; es könnte darum über einen Ausbau der Stellplätze nachgedacht werden. In den Expertengesprächen wurde angeregt, besonders den Stellplatz am Schwarzenbergstadion zu erweitern, ihn also z.B. auch für Wohnwagen zugänglich zu machen und stärker mit dem Panoramabad zu verknüpfen.

Auch den Bereich der touristischen Privatvermietung gilt es auszubauen, besonders vor dem Hintergrund der geringen Unterkunftsanzahl, wie sie aktuell in Großalmerode besteht. Die bestehenden Ferienwohnungen weisen zum Teil eine geringe bis mittlere Auslastung auf, beson-

<sup>18</sup> Quelle: GrimmHeimat NordHessen

ders bei den Anbieter:innen, die mit Reiseveranstaltern kooperieren, ist jedoch eine hohe Belegung zu verzeichnen. Alle Anbieter:innen berichten von einer verhältnismäßig hohen Aufenthaltsdauer von durchschnittlich fünf Tagen bis zu 1-2 Wochen. Vor dem Hintergrund einer möglichen Qualitätssteigerung in Form eines einheitlichen Gestaltungssystems bzw. Layouts der Unterkünfte (s. Kap. 6.4.1.6), wäre ein Angebot von Ferienwohnungen „aus einer Hand“ bzw. von möglichst wenigen Betreiber:innen vorteilhaft.

#### 6.4.1.6 Einheitliches Gestaltungssystem und Layout für Unterkünfte

Für eine Steigerung der Qualität der Unterkünfte könnte über ein einheitliches Layout oder Gestaltungssystem allgemein für die Unterkünfte und besonders für die Ferienwohnungen, da die Privatvermietung vor dem Hintergrund der abnehmenden Zahl von Hotelbetrieben eine zunehmend wichtige Rolle innerhalb der touristischen Beherbergung einnimmt, nachgedacht werden. Es gilt hier die Unterkünfte mit ortsüblichen Materialien sowie stadt- und regionstypischen Stilelementen (z.B. Ton, Keramik, Glas, Brüder Grimm) zu gestalten, um für den Gast einen direkten Bezug zu Großalmerode herzustellen. Hierzu könnte die Stadt Motive aufnehmen lassen und den Beherbergungsbetrieben zur Verfügung stellen.

Es könnte sich am Projekt „Märchenstuben“ der GrimmHeimat (s. Abb. 19), den Kuckucksnestern aus dem Schwarzwald und dem Gasthof Kirschtraum in Sontra (s. Abb. 20) als Vorbilder orientiert werden.



Abbildung 19: Beispielwohnung einer „Märchenstube“ der GrimmHeimat NordHessen<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Quelle: GrimmHeimat NordHessen

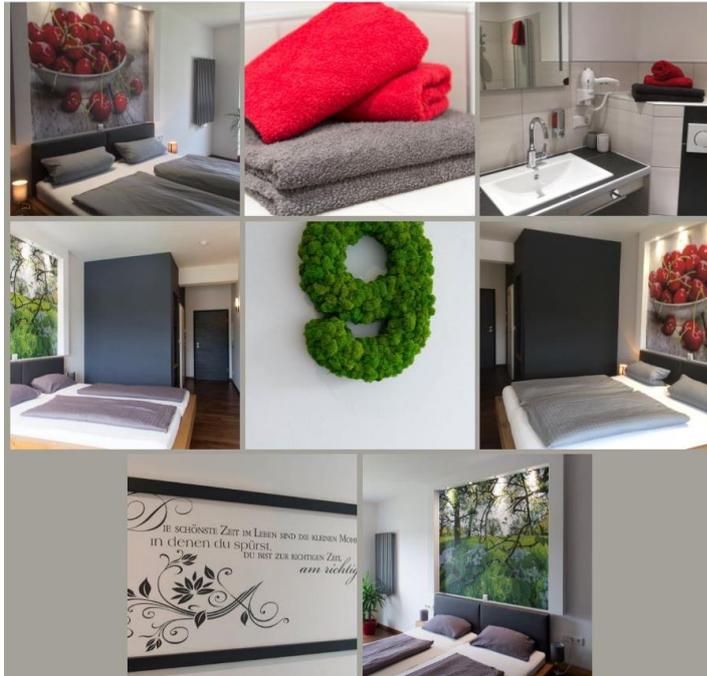


Abbildung 20: Regionaltypisch gestaltetes Zimmer im Gasthof Kirschtraum in Sontra<sup>20</sup>

## 6.4.2 Wandertourismus

### 6.4.2.1 Teilnahme am GrimmSteig

Die Stadt Großalmerode befindet sich nicht nur in unmittelbarer Nähe zur Route des GrimmSteigs, sondern weist mit der Konfirmation von Wilhelm Grimm in der evangelischen Kirche und dem Gedenkstein sogar einen direkten Bezug zu den Brüdern Grimm auf. Eine mögliche (Alternativ-)Route könnte Bilstein - P14 - Großalmerode - Hoher Kopf - Exbergsee - Rommerode sein (s. Abb. 22). Anzumerken ist jedoch, dass der Arbeitskreis GrimmSteig Touristik als Betreiber sich derzeit in der Auflösung bzw. Neuaufstellung befindet. Es empfiehlt sich daher, das Angebot anschließend zu prüfen und dann zu eruieren, ob eine Teilnahme sinnvoll und effektiv ist. Letztendlich obliegt es den Partnern der GrimmSteig Touristik, ob und zu welchen Konditionen sie einer Veränderung bzw. Ergänzung des Wegeverlaufs zustimmen und weitere Partner in ihre Kooperation aufnehmen.

<sup>20</sup> Quelle: Kirsche GbR (o.J.): [www.kernigekirsche.de/Gaestezimmer](http://www.kernigekirsche.de/Gaestezimmer)



Abbildung 21: Route GrimmSteig<sup>21</sup>

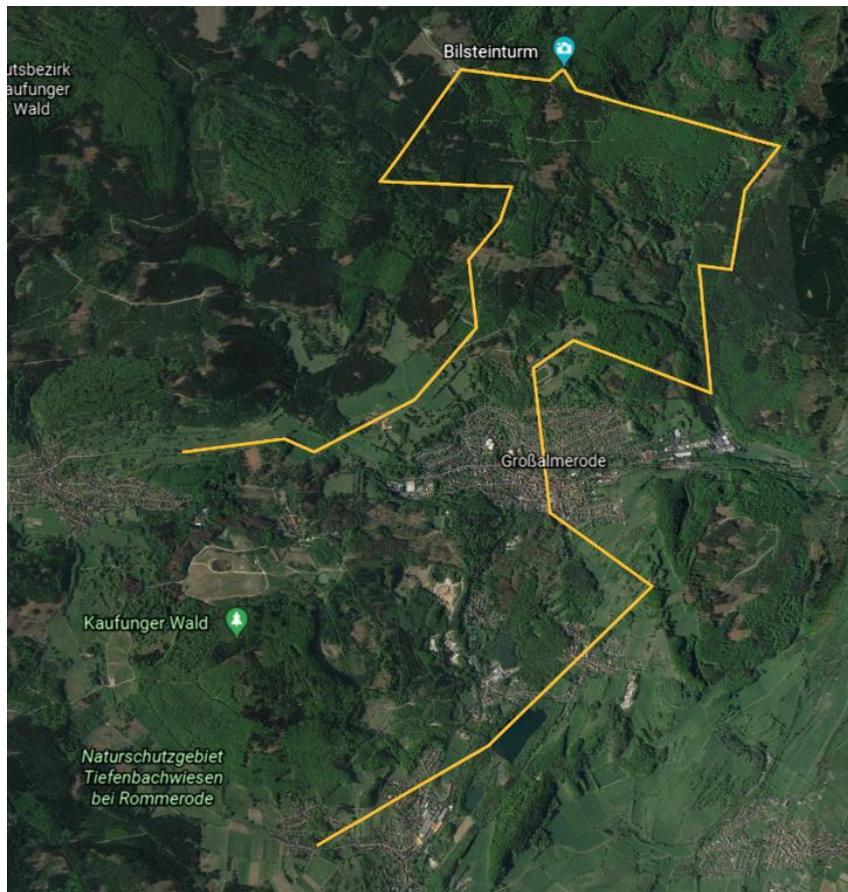


Abbildung 22: Ungefäher Verlauf einer möglichen (Alternativ-)Route des GrimmSteigs mit Teilnahme der Stadt Großalmerode

<sup>21</sup> Quelle: [www.regiowiki.hna.de/Grimmsteig](http://www.regiowiki.hna.de/Grimmsteig)

#### 6.4.2.2 Errichtung eines Panoramawegs oder Premiumwegs

Es könnte in Zusammenarbeit mit dem Geo-Naturpark entweder ein Panoramaweg mit thematischer Ausgestaltung bei Rommerode mit Einbindung des Exbergsees oder ein Premiumweg in diesem Gebiet (s. Abb. 23) errichtet werden. Hier müssten allerdings zunächst die örtlichen Gegebenheiten geprüft und anschließend eruiert werden, ob die nötigen Voraussetzungen erfüllt werden können.



Abbildung 23: Mögliches Gebiet für die Errichtung eines Panorama- oder Premiumwegs

#### 6.4.2.3 Wahrnehmung weiterer Wanderwege

Als weitere Wanderwege und Ausflugsziele sind der Elsbeer-Eiben-Pfad in Trubenhausen mit der Ruine Gelsterburg (hier findet gerade eine Inwertsetzung des Weges durch die Pflege der Eibenbestände und der Erneuerung der Informationstafel zur Gelsterburg statt) und die Tram-Wander-Touren (hierbei ist anzumerken, dass ein Ausbau der ÖPNV-Verbindung zu den jeweiligen Haltestellen als Startpunkte der Touren vorteilhaft wäre) zu nennen.

#### 6.4.2.4 Themen Biwaking und „Survival/Adventure“

Im Rahmen der Expertengespräche wurde angeregt, Großalmerode als Ausgangspunkt für Wandertouren mit Übernachtungen im Wald zu profilieren, wie sie andernorts möglich sind. Das Interesse daran ist nicht zuletzt während der Pandemie und mit dem Trend zu „Mikroabenteuern“ und Outdoor-/Campingurlaub gestiegen. Ein derartiges Angebot ist jedoch kritisch zu überdenken. Zwar ist eine gewisse Profilierung und damit verbundener Imagegewinn möglich, dem steht aber i.d.R. keinerlei Wertschöpfung gegenüber. Zwar kann der Beschädigung

von Flora durch die Ausweisung von Lagerplätzen entgegengewirkt werden, dem Mikroabenteurer steht die Nachbarschaft mit anderen Gästen aber entgegen. Es steht zu befürchten, dass den fehlenden oder bei „Reservierungsgebühr“ geringen Einnahmen, viel Aufwand zur Kontrolle, ggf. bürokratischer Aufwand durch ein Reservierungssystem, ggf. Müllbeseitigung und Schäden in der Natur gegenüberstehen.

### 6.4.3 Radtourismus

#### 6.4.3.1 Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur

In den im Rahmen dieses Konzepts erfolgten Experteninterviews wurde deutlich, dass der Ausbau radtouristischer Infrastruktur (Fahrradbügel, E-Bike-Ladestationen, Verleihstationen) als sehr wichtig erachtet wird. Fahrradbügel und Ladestationen machen dort Sinn, wo Radwege angelegt sind und ein längerer Aufenthalt attraktiv ist. Grundsätzlich hat sich der Bedarf an Akkuladeinfrastruktur aufgrund der höheren Reichweite von E-Bike-Akkus in den letzten Jahren eher verringert. In der Regel nehmen Radtouristen die Akkus nach der Tour vom Rad und laden sie in der Unterkunft auf. Dennoch gibt der Hinweis auf Ladeinfrastruktur insbesondere entlang topografisch anspruchsvoller Touren Sicherheit und ermöglicht das Nachladen am besten in unmittelbarer Nähe zur Gastronomie oder Freizeiteinrichtungen, so z.B. an der Gaststätte auf dem Bilstein. Empfehlenswert ist die Eintragung bestehender Ladestationen in die Karte des Werra-Meißner-Kreises: [www.klimaschutznetz-wmk.de/e-mobilitaet/ladestationen](http://www.klimaschutznetz-wmk.de/e-mobilitaet/ladestationen).

Da in Großalmerode keine Radverleihstation existiert, können Gäste hier derzeit nur Radverleih im Umland nutzen bzw. sich Räder aus dem Umland liefern lassen, was i.d.R. die Kosten erhöht und nur für Gruppen attraktiv ist. Denkbar wäre, um einen (wachsenden) Bedarf bedienen zu können, geeignete Betriebe zu animieren, ein kleines Angebot aufzubauen und im Rahmen ihrer Öffnungszeiten zur Verfügung zu entleihen, z.B. Gastronomie, Tankstelle, Autowerkstatt, Einzelhandel. Dabei gilt im Vorfeld jedoch zu bedenken, dass Räder auch an Nutzer:innen angepasst, gewartet und repariert werden müssen. Mit gewachsenem Bedarf darf auf einen Betrieb vor Ort – auch in Kooperation oder als Satellit eines bestehenden Anbieters – gehofft werden.

#### 6.4.3.2 Verstärkte Profilierung als Radreiseziel – neue Radtouren

Der Geo-Naturpark verfolgt das Ziel, sich zur Rad-Reise-Region zu entwickeln. Ähnlich wie beim etablierten Netz der Premiumwege sollen so mindestens zehn Radrundtouren entstehen, die Radurlaub im Geo-Naturpark ohne Quartierwechsel ermöglichen. Diese werden auf der Internetseite und in der Geo-Naturpark-App abgebildet.

Für Großalmerode empfehlen wir Investitionen in folgende, durch den Geo-Naturpark realisierbare Rundtouren:

### *Frau-Holle-Radrundtour (ehemals Meißner-Radrundtour)*

Die Überarbeitung der 85 km langen Meißner-Radrundtour ist dringend erforderlich. Da die bisherige förderfähige Beschilderung in Hessen ohne Einschübe arbeitete, waren auf einer Trasse maximal zwei Wege auszeichnbar. Im Bereich der Werra waren dies der Werratal-Radweg und der Herkules-Wartburg-Radweg. Die Meißner-Radrundtour war daher in den letzten Jahren nicht durchgängig ausgeschildert. Im Zuge der im Frühsommer erfolgten Neubeschilderung des Werratal-Radwegs und der bevorstehenden Überarbeitung des Herkules-Wartburg-Radwegs ist beschlossen worden, die alternative Wegführung des Herkules-Wartburg-Radwegs durch die Täler von Werra und Gelster nicht mehr auszuweisen, da dies den Gästewartungen nicht mehr entspricht und zu Verunsicherungen führt. Umso wichtiger ist es, die Meißner-Radrundtour neu und mit den zwischenzeitlich bundesweit empfohlenen und förderfähigen Hohlraumprofilwegweisern auszustatten. Dabei soll der ganze Weg als „Frau-Holle-Radrundtour“ in Wert gesetzt werden, wie in Vorgesprächen mit den Anrainerkommunen vereinbart werden konnte. Durch die Anbindung der Stadt Hessisch Lichtenau kann die Wertschöpfung am Weg erhöht, das Thema „Frau Holle“ am Weg bespielt werden. Dankenswerterweise unterstützt die Stadt Großalmerode auch andere Kommunen am Weg durch die Beantragung von Fördergeldern.

Die neue Tour wird dann hervorragend als Wochenendtour mit 1-2 Übernachtungen und 1 bis zwei halbe Fahrtage geeignet sein und kann über mehrere Bahnhalte auch gut mit dem ÖPNV erreicht werden.



Abbildung 24: Frau-Holle-Radrundtour (ehemals Meißner-Radrundtour)<sup>22</sup>

### *Bergbau-Radweg*

---

<sup>22</sup> Quelle: eigene Darstellung

Der Technisch-historische Lehr- und Wanderpfad Großalmerode wurde als Wanderweg angelegt. Er verbindet Stätten des Bergbaus und der Industriekultur und erläutert diese anhand von informativen Tafeln. Aufgrund seiner Länge und der Wegebeschaffenheit wird der Weg bislang jedoch von Wandernden nicht im erhofften Maße angenommen. Daher wird vorgeschlagen, den Weg in einen Radrundweg umzuwandeln. Als eher kurze, topografisch jedoch anspruchsvolle Tour könnte der Weg dann die erhoffte Nutzungsfrequenz erhalten.

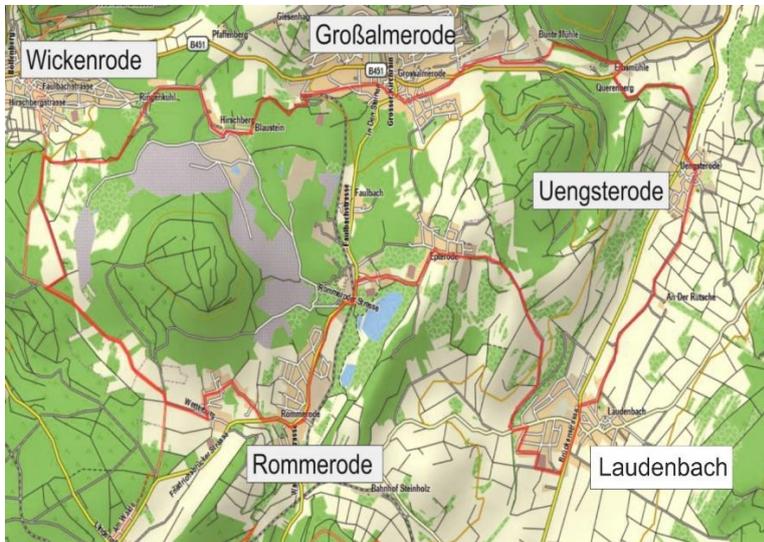


Abbildung 25: Bergbau-Radweg<sup>23</sup>

### *Radrundtour im Kaufunger Wald*

Der Gutsbezirk Kaufunger Wald hat angekündigt, finanzielle Mittel in die touristische Infrastruktur des Kaufunger Walds zu investieren (vgl. Kap. 6.1.5). Über diese Investition wäre die Ausweisung einer Radrundtour durch den Kaufunger Wald denkbar. Durch die Anbindung an die Tram in Kaufungen und Helsa wäre eine Anreise mit ÖPNV denkbar, durch die Zuwegung an die Berliner Straße und den Bilstein auch Wertschöpfung in Großalmerode möglich.

---

<sup>23</sup> Quelle: eigene Darstellung

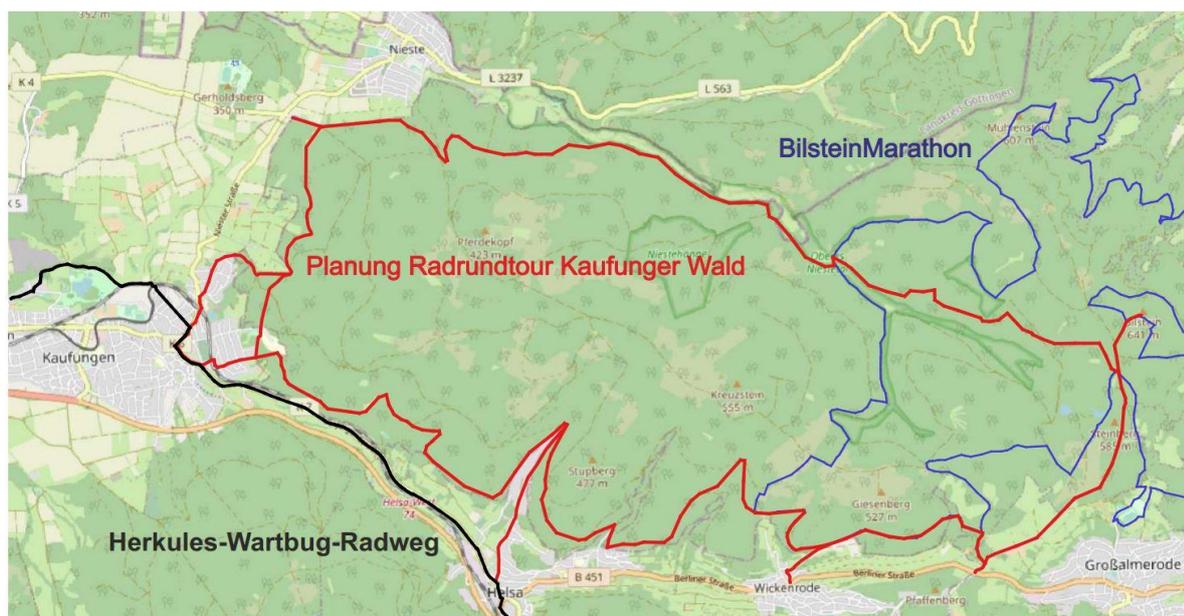


Abbildung 26: Radrundtour im Kaufunger Wald<sup>24</sup>

### *Radverkehrskonzept des Werra-Meißner-Kreises*

Der Werra-Meißner-Kreis plant, die Erstellung eines Radverkehrskonzepts in Auftrag zu geben. Hierbei sollen auch erforderliche Lückenschlüsse aufgezeigt werden. Das Konzept wird eine gute Basis für die Planung weiterer Radwege und die Anbindung an bestehende Radwege bieten.

#### 6.4.4 Kultur- und Städtetourismus

##### 6.4.4.1 Verständnis als Ausgangspunkt für Kulturreisen nach Kassel

Ein besonderer Vorteil für die Stadt Großalmerode ist ihre räumliche Nähe zum Oberzentrum Kassel und dem dortigen vielfältigen Kulturangebot. Großalmerode kann damit nicht, wie viele andere Orte im ländlichen Raum, „nur“ mit einem hohen natürlichen Potenzial und Angeboten im Bereich Natur- und Aktivurlaub aufwarten, sondern auch die Zielgruppe der Kulturinteressierten bedienen. Hier ist der Bereich der Verkehrs- bzw. ÖPNV-Anbindung natürlich von hoher Bedeutung, welcher weiter ausgebaut werden sollte.

##### 6.4.4.2 Schaffung von Räumen mit höherer Verweil- und Aufenthaltsqualität

Hierzu könnten zentrale Plätze wie der Außenbereich des Glas- und Keramikmuseums und der Platz gegenüber dem Rathaus weiter (thematisch) ausgestaltet und aufgewertet werden (s. Kap. 6.3.4). Des Weiteren könnten auch an Orten mit industriekulturellen Relikten oder bei besonderen historischen Gebäuden u. ä. Sitzgelegenheiten, Begrünung etc. geschaffen und damit auch ihre Bedeutung klarer für die Besucher:innen herausgestellt werden.

<sup>24</sup> Quelle: eigene Darstellung

#### 6.4.4.3 Informationstafeln an besonderen Gebäuden/Orten oder QR-Codes

Im Zusammenhang mit dem digitalen Stadtplan bzw. -rundgang, welcher eine Route vorgibt bzw. den Besucher zu den wichtigen POI weist, könnten an den POI, also besonderen industriekulturellen Relikten oder historischen Gebäuden, Informationstafeln und/oder QR-Codes angebracht werden. Ziel ist auch hier, die Industriekultur als USP der Stadt verstärkt erlebbar und zugänglich zu machen.

#### 6.4.4.4 Vorhandenes Kulturangebot ausbauen

Das bestehende kulturelle Angebot mit dem Glas- und Keramikmuseum, der evangelischen Kirche, dem Technisch-historischen Lehr- und Wanderpfad, der Stadtführung etc. gilt es weiter auszubauen, etwa durch weitere Kurse, Mitmach-Aktionen, Filmvorführungen und andere Veranstaltungen, aber auch durch die Ausweitung der Öffnungszeiten sowie die Anpassung dieser und z.B. der Töpferkurse an die Reisezeiten der Besucher:innen und an die Öffnungszeiten anderer kultureller Einrichtungen (z.B. von Kirche und Glas- und Keramikmuseum) für eine Angebotsverknüpfung (vgl. Kap. 6.3.2 und 6.3.6). Auch industriekulturelle Relikte bzw. Gebäude mit historischer Bedeutung, wie etwa die Drehscheibe, könnten weiter aufgewertet und z.B. auch als Veranstaltungsorte o. ä. genutzt werden.

## 7. Maßnahmenplan

Handlungsfeld	Nr.	Handlungsempfehlung/Maßnahme	Ziele	Priorität <sup>25</sup>
<b>Organisation</b>	1	Buchung einer Microsite beim Geo-Naturpark	OZ 2 UZ 1 UZ 5 UZ 6	
	2	Nutzung des zentralen Veranstaltungskalenders „mein.Toubiz“	OZ 2 UZ 1 UZ 2 UZ 5	
	3	Bereitstellung touristischen Personals in Tourist-Information und Ansprechpartner:in in der Stadtverwaltung	OZ 2 UZ 1	
	4	Bereitstellung von WLAN in der TI (u.a. damit Geo-Naturpark-App direkt heruntergeladen werden kann)	UZ 1	
	5	Nutzung Investitionsbereitschaft des Gutsbezirks Kaufunger Wald in Instandhaltung und Neuerrichtung touristischer Infrastruktur	OZ 1 UZ 2	
<b>Information und Kommunikation</b>	6	Jährlicher Rundbrief an Gastgeber:innen/touristische Leistungsträger:innen mit Informationen zu neuen touristischen Produkten und Entwicklungen, Weiterbildungsangeboten, Fördermöglichkeiten etc. (bundesweit und der Destination/Dachorganisationen)	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2	
	7	Informations- und Beratungsangebot zum Thema Optimierungen/Qualitätssteigerung der gastgewerblichen Betriebe allgemein und konkret z.B. im Bereich (digitale) Auffindbarkeit und Buchbarkeit	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2 UZ 3 UZ 5	
	8	Schaffung einer Plattform für touristische Leistungsträger:innen	OZ 2 UZ 3	
	9	Ausweisung des Bürgerbüros als Tourist-Information	OZ 2 UZ 1	

<sup>25</sup> Grün = hoch, gelb = mittel, orange = niedrig

	10	Auslage von Prospekten des Geo-Naturparks und der Stadt in der TI, allen Betrieben (auch FeWo etc.) und im Rathaus (als alternative Anlaufstelle zur TI). Überall auch den Hinweis auf Geo-Naturpark-App und darauf, dass Prospekte auch als Download zur Verfügung stehen, erbringen.	OZ 2 UZ 1 UZ 5		
	11	Informationstafeln an zentralem Ort mit Karte mit Points of Interest (POI) und Informationen zu Themen der Stadt (Ton, Industriekultur/Ortsgeschichte, ggf. Hortensie, Wandern, Reiten, Radfahren etc.)	OZ 2 UZ 1 UZ 5		
	12	Infotafel/Erlebniskarte o.ä. in Schaufenster des Bürgerbüros/der Tourist-Information	OZ 2 UZ 1 UZ 5		
	13	Interaktiver, digitaler Stadtplan mit allen POI, auch mit besonderen historischen/industriekulturellen Relikten, Gebäuden etc. auf der Microsite. Auf der Stadtseite ggf. als „Sehenswert-Karte“ (Punktsammlung) oder als „Tour“ (Linienführung) in der Geo-Naturpark-App.	OZ 2 UZ 1 UZ 5		
	14	Einsatz Progressiver Web Apps als digitale Gästemappe	OZ 2 UZ 2 UZ 4 UZ 5		
	15	Abonnement des Newsletters des Geo-Naturparks und der GrimmHeimat für Tourismuspartner	UZ 1 UZ 3		
	<b>Marketing</b>	16	Wahrnehmung touristischer Produkte und Angebote der Gesamtregion als eigene Angebote und entsprechende Empfehlung an Gäste vor Ort	OZ 2 UZ 4 UZ 5	
		17	Stärkung der bestehenden Ressourcen mit Ausbau des touristischen Angebots einzelner Betriebe	OZ 1 OZ 2 UZ 2	
		18	Einheitliche Außendarstellung	OZ 2 UZ 1 UZ 3 UZ 5 UZ 6	
		19	Überarbeitung des Alleinstellungsmerkmals Ton	OZ 2 UZ 6	
		20	Nutzung sozialer Medien für Innen- und Außenmarketing	OZ 2 UZ 5	

	21	Verknüpfung von Angeboten und Betrieben	OZ 2 UZ 3	
<b>Gastgewerbe</b>	22	Fokussierung auf regionale Speisen	OZ 2 UZ 2	
	23	Jährlicher Rundbrief an Gastgeber:innen/touristische Leistungsträger:innen mit Informationen zu neuen touristischen Produkten und Entwicklungen, Weiterbildungs-/Beratungsangeboten, Fördermöglichkeiten etc. (bundesweit und der Destination/Dachorganisationen)	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2	
	24	Informations- und Beratungsangebot zum Thema Optimierungen/Qualitätssteigerung der gastgewerblichen Betriebe allgemein und konkret, z.B. im Bereich (digitale) Auffindbarkeit und Buchbarkeit	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2 UZ 3 UZ 5	
	25	Schaffung einer Plattform für touristische Leistungsträger:innen	OZ 2 UZ 3	
	26	Nutzung der MeineCardPlus der GrimmHeimat	OZ 1 UZ 2 UZ 3 UZ 4	
	27	Optimierung der Onlinebuchbarkeit	OZ 1+2 UZ 2 UZ 5	
	28	Klassifizierung/Zertifizierung von Unterkünften	OZ 1 UZ 1 UZ 2 UZ 4	
	29	Ausbau der Bereiche Wohnmobiltourismus und Privatvermietung (Ferienwohnungen)	OZ 1 UZ 2 UZ 4	
	30	Einheitliches Gestaltungssystem und Layout für Unterkünfte	OZ 2 UZ 2 UZ 6	
	<b>Wandertourismus</b>	31	Teilnahme am GrimmSteig	OZ 2 UZ 2 UZ 6
32		Errichtung eines Panoramawegs (mit thematischer Ausgestaltung) oder Premiumwegs rund um Rommerode	OZ 2 UZ 2 UZ 4	

	33	Wahrnehmung weiterer Wanderwege wie dem Elsbeer-Eiben-Pfad in Trubenhausen mit Ruine Gelsterburg und die Tram-Wander-Touren	OZ 2 UZ 2 UZ 4	
<b>Radtourismus</b>	34	Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur	UZ 2	
	35	Verstärkte Profilierung als Radreiseziel mit MTB-Strecken, Bilstein-Marathon und Qualitätsradwegen (im Auf-/Ausbau) als Aushängeschilder	OZ 2 UZ 5 UZ 6	
<b>Kultur- und Städtetourismus</b>	36	Verständnis als Ausgangspunkt für Kulturreisen nach Kassel	OZ 1+2 UZ 2 UZ 4	
	37	Gestaltung zentraler Plätze	OZ 2 UZ 2 UZ 5 UZ 6	
	38	Schaffung von Räumen (eventuell an Orten mit industriekulturellen Relikten, besonderen historischen Gebäuden etc.) mit höherer Verweil- und Aufenthaltsqualität innerhalb der Stadt	OZ 2 UZ 2	
	39	Informationstafeln an besonderen Gebäuden/Orten oder QR-Codes	OZ 2 UZ 2 UZ 5 UZ 6	
	40	Vorhandenes Kulturangebot ausbauen	OZ 1+2 UZ 2 UZ 4	

<b>Einbindung in Dachorganisationen</b>	41	Angebote des Geo-Naturparks Frau-Holle-Land stärker wahrnehmen und nutzen	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2	
	42	Angebote der GrimmHeimat Nordhessen stärker wahrnehmen und nutzen	OZ 1+2 UZ 1 UZ 2 UZ 3	

## 8. Resümee

Wenn sich Stadtverwaltung, touristische Leistungsträger:innen und die Bevölkerung Großalmerodes wieder stärker im Tourismus engagieren, kann dies für die Stadt und die Region nur von Vorteil sein. Dabei sollte es nicht das Ziel der Stadt sein, eigene Vermarktungswege einzuschlagen. Hierfür bietet der Geo-Naturpark Frau-Holle-Land mit seinen Vermarktungsstrategien – auch unter dem Dach der GrimmHeimat NordHessen – ein gutes Angebot.

Vielmehr sollte der Fokus von Stadtverwaltung und Tourismusakteur:innen auf den folgenden fünf Hauptaufgaben liegen:

1. Begehrliche und qualitativ ansprechende Produkte zu schaffen, die die Zielgruppen der Destination ansprechen (das soll privates Engagement ausdrücklich nicht ausschließen, auch Angebote für andere Zielgruppen zu schaffen. Jedoch wird eine Vermarktung dieser unter den Dachorganisationen wie auch eine Förderung im Rahmen regionaler Förderprogramme eher nicht möglich sein. Einer erfolgreichen Vermarktung muss dies jedoch nicht entgegenstehen). Dies betrifft die gesamte touristische Infrastruktur, also sowohl die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe als auch Radwege, Wanderwege sowie kulturelle und freizeitliche Einrichtungen.
2. Die Urlaubsregion als Ganzes zu verstehen: touristische Angebote des Umlands sind für den Gast genauso wichtig wie die Angebote vor Ort und sollten daher nicht erst an zweiter Stelle im Bewusstsein der Tourismusakteur:innen verankert sein. Sie sind der Grund für höhere Aufenthaltsdauern der Gäste. Großalmerode selbst ist kein eigenständiges Reiseziel, sondern als wichtiger Baustein des Urlaubs zu sehen.
3. Die Tourismusakteur:innen (also Gäste, touristische Leistungsträger:innen und Touristiker:innen) zu informieren und auf dem Laufenden zu halten: nur wer Produkte kennt, kann sie auch den Gästen empfehlen. Es braucht daher
  - a) eine zentrale Anlaufstelle für Information und Beratung für Tourist:innen und touristische Leistungsträger:innen
  - b) das Vorhalten der Informationen durch die Touristiker:innen – auch unter Einbeziehung bestehender digitaler Informationsangebote
  - c) ein Netzwerk der örtlichen Akteure zum Austausch wie auch zur weiteren Angebotsentwicklung.
4. Großalmerodes Stärken zu stärken: neben der unter 1. genannten Optimierung von Angeboten und Infrastruktur ist hier vor allem die Profilierung der Stadt als „Stadt des guten Tons“ von hoher Bedeutung. Hier können sowohl die verstärkte Darstellung des USP im Stadtbild, eine einheitliche und ggf. aufgewertete Verwendung des Logos, des

Slogans und eines Wordings seitens der Tourismusakteure wie auch die Gestaltung privater Angebote (z.B. Verwendung von Ton etc. bei der Gestaltung von Urlaubsunterkünften) Wege zum Ziel sein.

5. Großalmerodes Angebote ins (über-)regionale Marketing einzubringen. Begehrliche und ins Marketing passende Angebote können gut über die Dachorganisationen vermarktet werden. Zuweilen existieren konkrete Beteiligungsangebote, z.B. für Anbieter von Gruppenangeboten bei der GrimmHeimat.

Das Team des Geo-Naturparks Frau-Holle-Land unterstützt gerne bei der Umsetzung des Tourismuskonzepts und freut sich auf die weitere, intensivere Zusammenarbeit.

## Anhang

### Anhang I – Großalmerode – Daten touristische Infrastruktur – 1. Gastgeber:innen/Beherbergung

Beherbergungs- betrieb/Gastge- ber*in	Ortsteil	Art des Beherber- gungsbetriebs	Kapazi- täten	Preisklasse	Sichtbarkeit	Buchbarkeit	Beschreibung/In- formationen
Gaststätte Zum Kur- fürst Inh. Edith Sachse Berliner Straße 34, 37247 Großalmerode Tel 05604 1632	Großalmerode	Hotel/Gasthof			- grossal- merode.de - Facebook		- mit Restaurant "Es- sen wie zu Mutters Zeiten" - nur wochenends ge- öffnet
Landkomfort Hotel Zum Goldenen Stern Inh. Galyna Chyz- hova An der Linde 1, 37247 Großal- merode-Laudenbach Tel +49560493370 E-Mail zumgolde- nenstern- gala@web.de	Großalmerode- Laudenbach	Hotel	22 Betten	65-88 €/Nacht	- grossal- merode.de - trivago - eigene Website - hotelguide.de - tripadvisor.de - hrs.de - Facebook	- booking.com - hotel.de - eigene Website - hrs.de	- drei Sterne Hotel, ausgezeichnet von DEHOGA Hessen - mit Restaurant (re- gionaltypische Spei- sen und Getränke, deutsche Küche)
Hotel Restaurant Pempel Inh. Christian Koch In den Steinen 2, 37247 Großalmerode Tel 05604 93460 E-Mail info@pem- pel.de	Großalmerode	Hotel	14 Betten	84 €/Nacht	- eigene Website - tripadvisor.de - Facebook - Instagram - hrs.de	- booking.com - hotel.de - eigene Website - hrs.de - expedia.de	- mit Restaurant - drei Sterne

Der-Urgeschmack – Jausenstation Inh. Matthias Pflüger Weißenbachstraße 1A, 37247 Großal- merode-Weißenbach Tel 05604 9191230	Großalmerode- Weißenbach	Pension	12 Betten	99 €/Nacht	- trivago.de - eigene Website - tripadvisor.de - Facebook	- trivago - eigene Website - hrs.de - hotel.de	- mit Restaurant - mit touristischem Angebot - vier Sterne
Hotel Garni "Zur Krone" Inh. Horst Toby Marktplatz 1, 37247 Großalmerode Tel 05604-7952 E-Mail info@kron- hotel.de	Großalmerode	Hotel garni	42 Betten	40-68 €/Nacht	- eigene Website	- eigene Website - preiswert-ueber- nachten.de	- mit Restaurant
Reiterhof Hirschberg Inh. Robert Simon Hof Hirschberg 1-8 37247 Großalmerode E-Mail info@reiter- hof-hirschberg.de	Großalmerode	FeWo und Hotel	> 20 Bet- ten	30-50 €/Nacht	- eigene Website - holiday- check.de - Facebook	- eigene Website	- mit touristischem Angebot
Ferienwohnung Ma- ria Inh. Uwe Bauer Unter den Eichen 18, 37247 Großalmerode Tel 05663 1353 E-Mail bauer.sbi@t- online.de	Großalmerode	FeWo	6 Betten	385 €/Woche	- grossal- merode.de - sternerferien.de	- traum-ferien- wohnungen.de - fewo-direkt.de	- drei Sterne nach DTV-Klassifizierung
Ferienwohnung Objekt HZ9DR5V Fam. Goebel	Großalmerode- Faulbach	FeWo	2 Betten	56 €/Nacht	- hometogo - airbnb - belvilla	- hometogo - airbnb - belvilla	

Barbarastraße, 37247 Großalmerode-Faul- bach							
Ferienwohnung Objekt HZ4SERX Bahnhofstraße, 37247 Großalmerode	Großalmerode	FeWo	4 Betten	58 €/Nacht	- hometogo	- hometogo	
Ferienwohnung Objekt H9H4X2C Holeraustraße, 37247 Großalmerode	Großalmerode	FeWo	3 Betten	56 €/Nacht	- hometogo	- hometogo	
Ferienwohnung Objekt HJ8YG9A Königsberger Str., 37247 Großal- merode-Laudenbach	Großalmerode- Laudenbach	FeWo	3 Betten	84 €/Nacht	- hometogo	- hometogo	
Ferienwohnung Objekt HC2A96W Auf der Insel, 37247 Großalmerode-Tru- benhausen	Großalmerode- Trubenhausen	FeWo	8 Betten	192 €/Nacht	- hometogo - airbnb	- hometogo - airbnb	
Ferienwohnung Objekt HZ4NPJo Unterer Röderweg, 37247 Großal- merode-Trubenhau- sen	Großalmerode- Trubenhausen	FeWo	3 Betten	67 €/Nacht	- hometogo	- hometogo	

Ferienwohnung Sudetenstr., 37247 Großalmerode	Großalmerode	FeWo	3 Betten	51 €/Nacht	- airbnb	- airbnb	
Ferienwohnung Am Schwarzenberg, 37247 Großalmerode	Großalmerode	FeWo	2 Betten	45 €/Nacht	- airbnb	- airbnb	
Ferienwohnung Hauptstraße, 37247 Großalmerode-Tru- benhausen	Großalmerode- Trubenhausen	FeWo	6 Betten	165 €/Nacht	- airbnb	- airbnb	
Ferienwohnung Objekt HBNo723 Unterer Röderweg, 37247 Großal- merode-Trubenhou- sen	Großalmerode- Trubenhausen	FeWo	3 Betten	64 €/Nacht	- hometogo	- hometogo	
Ferienwohnung Baumhofstr., 37247 Großalmerode	Großalmerode	FeWo	2 Betten	45 €/Nacht	- airbnb	- airbnb	
Ferienwohnungen „Haus Welsebach“ Inh. Fam. Kammann	In der Welse- bach 34, 37247 Großalmerode- Trubenhausen	FeWo	7 Betten	35 €/Nacht	- eigene Website - airbnb	- airbnb	
Landgasthof „Alter Neubau“ Inh. Marion & Bernd Halpape Witzenhäuser Straße 2, 37247 Großal- merode- Uengsterode	Großalmerode- Uengsterode	FeWo und Fremden- zimmer	12 Betten	18-35 €/Nacht	- airbnb - ebay Kleinan- zeigen	- airbnb	
Schwarzenbergsta- dion	Großalmerode	Wohnmobilstellplatz			- camper- contact.com		

Heinrich-Koch- Straße, 37247 Groß- almerode							
Wiese am Mühlgra- ben Oststraße, 37247 Großalmerode	Großalmerode	Wohnmobilstellplatz			- camper- contact.com		

## Anhang II - Großalmerode – Daten touristische Infrastruktur – 2. Gastronomie und Versorgung

Gastronomie- und Versorgungsbetriebe	Ortsteil	Art des Gastronomie-/Versorgungsbetriebs	Sichtbarkeit	Beschreibung/Informationen
Gaststätte Zum Kurfürst Inh. Edith Sachse Berliner Straße 34, 37247 Großalmerode Tel 05604 1632	Großalmerode	Gaststätte/Restaurant	- grossalmerode.de - Facebook	- "Essen wie zu Mutters Zeiten" - eingeschränkter Betrieb (nur wochenends geöffnet)
Landkomfort Hotel Zum Goldenen Stern Inh. Galyna Chyzhova An der Linde 1, 37247 Großalmerode-Laudenbach Tel +49560493370 E-Mail zumgoldenenstern-gala@web.de	Großalmerode - Laudenbach	Restaurant	- grossalmerode.de - trivago - eigene Website - hotelguide.de - tripadvisor.de - hrs.de - Facebook	- regionaltypische Speisen und Getränke, klassische deutsche Küche
Gaststätte Ratskeller Inh. Heiko Jung Marktplatz 11, 37247 Großalmerode Tel 05604 8079924	Großalmerode	Gaststätte/Restaurant	- grossalmerode.de - eigene Website	- regionaltypische Speisen und Getränke, klassische deutsche Küche - baldige Betriebsschließung
Ristorante Pizzeria Bassano Kasseler Str. 7, 37247 Großalmerode	Großalmerode	Restaurant	- Facebook	- italienische Speisen
Exberghütte Inh. Horst Toby Exberg 1, 37247 Großalmerode E-Mail info@exberg.de Tel 05604 7873	Großalmerode- Epteroide	Restaurant/ Waldgaststätte	- eigene Website - Facebook	- eingeschränkter Betrieb
Waldschlößchen im Fahrbacktal	Großalmerode	Restaurant	- Facebook - gastronomieguid.de	- eingeschränkter Betrieb (nur samstags und sonntags geöffnet)

Am Holzrain 41, 37247 Großalmerode Tel 05604 7393				
Eurodöner Großalmerode Berliner Str. 61, 37247 Großalmerode	Großalmerode	Imbiss		
Gelsterstübchen im Dorfgemeinschaftshaus Weiße Gelster 38, 37247 Großalmerode Tel 0162 6395209	Großalmerode-Laudenbach	Restaurant	- Facebook	
„Bilstein Gaststätte“ Inh. Detlef Ludolph 34298 Großalmerode Tel 01573 9631664	Großalmerode	Restaurant	- eigene Website	
Hotel Garni "Zur Krone" Inh. Horst Toby Marktplatz 1, 37247 Großalmerode Tel 05604-7952 info@kronhotel.de	Großalmerode	Restaurant	- eigene Website	- eingeschränkter Betrieb
Der-Urgeschmack - Jausenstation Weißenbach Weißenbachstraße 1A, 37247 Großalmerode Tel 05604 9191230	Großalmerode-Weißenbach	Restaurant/Hofladen	- trivago.de - eigene Website - tripadvisor.de - Facebook	
Eiscafé Zara Kasseler Str. 21, 37247 Großalmerode Tel +491784891153	Großalmerode	Eiscafé	- Facebook	
Karl-Heinz Hobein Weststraße 1, 37247 Großalmerode Tel 05604 916174	Großalmerode	Bäckerei		

Bäckerei, Konditorei und Café Helmut Helmeke Inh. Heiko Frankenstein e.K., Marktplatz 13, 37247 Großal- merode Tel 05604 5270	Großalmerode	Bäckerei, Café		
Fleischerei Dressler KG Berliner Str. 4, 37247 Großal- merode	Großalmerode	Metzgerei		
Fleischerei Fleckenstein Inh. O. Engel Sälzerstraße 3, 37247 Großal- merode	Großalmerode- Laudenbach	Metzgerei		
Varja Naturwaren Weiße Gelster 43, 37247 Groß- almerode	Großalmerode- Laudenbach	Bioladen		
Engelmohr GmbH & Co. KG EDEKA Marktplatz 6, 37247 Großal- merode	Großalmerode	Supermarkt		
Netto Filiale Bahnhofstraße 34, 37247 Großalmerode	Großalmerode	Supermarkt		
EDEKA Getränkemarkt Teichstraße 21, 37247 Großal- merode	Großalmerode	Supermarkt		
Hose Beteiligungs-GmbH EDEKA Marktplatz 6, 37247 Großal- merode	Großalmerode	Supermarkt		
Imkerei Holger Lieberum Kleiner Kirchrain 2, 37247 Großalmerode	Großalmerode	Lebensmittelhändler	- eigene Website - Facebook	
TOTAL Tankstelle	Großalmerode	Tankstelle		

Kasseler Str. 49-51, 37247 Großalmerode				
--	--	--	--	--



# Stadt Großalmerode

<b>Beschlussvorlage</b>	
- öffentlich -	
<b>VL-117/2022</b>	
Federführendes Amt	Stabstelle Haushalt und Steuerungsunterstützung
Datum	06.07.2022

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Stadtverordnetenversammlung der Stadt Großalmerode	21.07.2022	beschließend

## **Betreff:**

**Einbringung Investitionsprogramm für die Jahre 2022 - 2026**

## **Beschlussvorschlag:**

Der Entwurf des Investitionsprogrammes für die Jahre 2022 bis 2026 wird in die Stadtverordnetenversammlung eingebracht. Die Stadtverordnetenversammlung verweist diesen vorliegenden Entwurf zur Beratung an den Haupt- und Finanzausschuss.

## **Finanzielle Auswirkungen:**

Keine.

## **Sachdarstellung:**

Der Entwurf des Investitionsprogramms für die Haushaltsjahre 2022 bis 2026 wird in die Stadtverordnetenversammlung eingebracht (*Einstellung in das Ratsinformationssystem am 21.07.2022*). Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 18.07.2022 über den Entwurf der Verwaltung beraten und beschlossen ihn in der vorliegenden Form der Stadtverordnetenversammlung vorzulegen.

Vor einer Beschlussfassung durch die Stadtverordnetenversammlung ist dieser Entwurf zur Beratung an den Haupt- und Finanzausschuss zu verweisen. Nach erfolgter Einbringung in die Stadtverordnetenversammlung wird der Entwurf den Ortsbeiräten zur Beratung vorgelegt. Die Stellungnahmen der Ortsbeiräte werden der Stadtverordnetenversammlung vor der Sitzung zur Beratung und Beschlussfassung (voraussichtlich am 22.09.2022) zur Kenntnis gegeben.

Bürgermeister Thomsen stellt den Entwurf des Investitionsprogrammes vor. Eine Diskussion erfolgt nicht.

T h o m s e n  
Bürgermeister

## **Anlage(n):**

1. Investitionsprogramm 2022 - 2026 (Entwurf)

Arbeitsgrundlage

**Investitionsprogramm  
der Stadt Großalmerode  
für die Jahre  
von 2022 bis 2026**

### **Redaktionelle Erläuterungen:**

Die Abkürzungen hinter den Bezeichnungen des Vorhabens haben folgende Bedeutungen:

N            =    Neue Maßnahme  
D E         =    Dorferneuerungsmaßnahme

Das Investitionsprogramm wurde auf Grundlage der Veranschlagung im Haushaltsplanes 2022 unter Berücksichtigung der für die Vorjahre gebildeten Haushaltsausgabereste erstellt.

*Die Finanzabteilung*

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c
	<b>Produktbereich 01 -Innere Verwaltung-</b>																						
1	Erwerb Anlagevermögen - Hauptamt	41	7	10	6	6	6	6			10			6			6			6			6
2	EDV Hard- und Software	278	13	15	160	30	30	30			15			160			30			30			30
	2023: - Dokumentenmanagement: 70 T€ - Erneuerung Tablets Mandatsträger 25 T€ - neuer Server 50 T€ lfd. - Austausch PCs 10 T€ - WLAN-Ausbau 5 T€																						
3	Neuanschaffung Geräte + Fahrzeuge	608	43	190	50	275	50							190			50			275			50
	2023: - Bokimobil 100 T€ - Fahrzeug Bauhof 30 T€ - Friedhof 10 T€ 2025: - 275 T€ Unimog  Sonstige Jahre - Pauschale																						
4	Erwerb Anlagevermögen - Fuhrpark	35		7	7	7	7	7			7			7			7			7			7
5	Erwerb Anlagevermögen - Bauhof	39		11	7	7	7	7			11			7			7			7			7
6	Anteil Waschplatz TB siehe lfd. Nr. 28	58	50	8							8												
7	Neubau Salzsilo	80		60	20						60			20									
8	Neubau Bauhof N	7000						7.000															7.000
	<b>Summe Produktbereich 01</b>	<b>8.139</b>	<b>113</b>	<b>111</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>325</b>	<b>7.100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>111</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>390</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>325</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7.100</b>

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
	<b><u>Produktbereich 02 -Sicherheit und Ordnung-</u></b>																						
9	Erwerb Anlagevermögen - Ordnungsamt	15		3	3	3	3	3		3									3			3	
10	Neuan. Geschwindigkeitsmessanzeigen	15		3	3	3	3	3		3	1,5		1,5	1,5		1,5		1,5	1,5		1,5	1,5	
	<b><u>Produktebene 023010 -Brandschutz-</u></b>																						
11	Erwerb Ausrüstungsgegenstände	42		18	6	6	6	6		18			6			6		6			6	6	
12	Anschaffung Atemschutzausrüstung	50		10	10	10	10	10		10			10			10		10			10	10	
13	Neuanschaffung MTW Laudenbach	40				40										40							
14	Neuanschaffung ELW1 Kernstadt	150		150						54			96										
15	Neuanschaffung HLF 20 Kernstadt	450		450						154			296										
16	Neuanschaffung TSF-W Epterode	160					160										59			101			
17	Neuanschaffung TSF-W Uengsterode	160						160													59	101	
18	Neuanschaffung MTW Weißenbach *	40					40													40			
19	Parkplatz Gerätehaus Laudenbach N	25		25									25										
20	Anbau Gerätehaus Laudenbach	140	140							26			-26										
21	Umbau Gerätehaus Uengsterode	1	1																				
22	Waschplatz Gerätehaus Kernstadt	150	100	50						75			-25										
	<b>Summe Produktbereich 02</b>	<b>1.438</b>	<b>241</b>	<b>709</b>	<b>22</b>	<b>62</b>	<b>222</b>	<b>182</b>	<b>309</b>	<b>0</b>	<b>400</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>0</b>	<b>162</b>	<b>61</b>	<b>0</b>	<b>122</b>
	<b><u>Produktbereich 06 -Kinder-, Jugend- + Familienpflege</u></b>																						
23	Neubau Kindergarten Rommerode	2.900	1.900		1.000					160		-160	1.000		0								
24	Neubau Kindergarten Laudenbach	1050	900	150						570			420										
25	Investitionsausgaben für Spielplätze	95	5	10	20	20	20	20		10			20			20				20		20	
	<b>Summe Produktbereich 06</b>	<b>4.045</b>	<b>2.805</b>	<b>160</b>	<b>1.020</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>730</b>	<b>0</b>	<b>-570</b>	<b>1.000</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
	<b>Produktbereich 08 -Sportförderung-</b>																						
26	Investitionszuschüsse an Sportvereine	25		5	5	5	5	5			5			5					5			5	
27	Zaun Sportplatz Schwarzenbergstadion																						
28	Ertüchtigung Sportplatz Schwarzenbergstadion	250			250						80		170										
29	Anschaffungen für Sportvereine	5		5							5												
30	Anschaffung Mähroboter	20			20								20										
31	Erwerb Anlagevermögen Freibad	25		5	5	5	5	5			5		5			5			5			5	
32	Investitionsausgaben Freibad <i>2022 - 650 T€ Planungskosten</i> <i>2022 - 3.560 T€ Sanierung Panoramabad</i> <i>2023 - 615 T€ Sanierung Panoramabad</i> <i>2024 - 45 T€ Zaunanlage und Tore erneuern</i>	4.995	125	4.210	615	45			1.450		2.760		615		45								
	<b>Summe Produktbereich 08</b>	<b>5.320</b>	<b>125</b>	<b>4.225</b>	<b>895</b>	<b>55</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>1.450</b>	<b>0</b>	<b>2.775</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>815</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
	<b>Produktbereich 09 -Räumliche Planung und Entwicklung-</b>																						
33	Erwerb Anlagevermögen Bauverwaltung	15		3	3	3	3	3	140		137		3		3			3			3		3
34	Stadtumbau Hessen	0							140		-140												
35	Lebendige Städte ISEK	2.325	575	350	500	300	300	300	200		150	200	300	200	100	200		100	200		100	200	100
36	Dorfentwicklungsprogramm IKEK	1.575	75	300	300	300	300	300	200		100	200	100	200	100	200		100	200		100	200	100
37	Bürgeranreizprogramm Leb. Zentren N	250		50	50	50	50	50			50		50		50			50			50		50
38	Fördergebietsmanagement Dorfentw. N	190		50	70		70		38		12	38	32	38	38	38		32	38		32	38	38
39	Fördergebietsmanagement ISEK N	220		40	70		70	40	28		12	28	42	28	28	28		42	28		42	28	12
	<b>Summe Produktbereich 09</b>	<b>4.560</b>	<b>650</b>	<b>790</b>	<b>990</b>	<b>650</b>	<b>790</b>	<b>690</b>	<b>606</b>	<b>0</b>	<b>184</b>	<b>466</b>	<b>0</b>	<b>524</b>	<b>466</b>	<b>0</b>	<b>184</b>	<b>466</b>	<b>0</b>	<b>324</b>	<b>466</b>	<b>0</b>	<b>224</b>

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
	<b>Produktbereich 11 -Ver- und Entsorgung-</b>																						
	<b>Summe Produktbereich 11</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	<b>Produktbereich 12 -Verkehrsflächen- + -anlagen, ÖPNV-</b>																						
	<u>Produktebene 121010 -Gemeindestraßen-</u>																						
	Herstellung, Ausbau und Fertigstellung der/des																						
	<u>Gemeindestraßen Allgemein</u>																						
40	Planungskosten verschied. Maßnahmen	25		5	5	5	5	5			5		5		5		5		5		5	5	
41	Modernisierung Bushaltestellen	1120	50	65	285	120	600		55	10	300	15	60	60	450	150							
42	Brückensanierungen im Stadtgebiet	275		50	50	50	50	75			50	50			50				50			75	
43	Optimierung Brunnenanlagen	10				10									10								
44	Stellplatzablösebeiträge									10	-10		10	-10		10	-10		10	-10	0	10	-10
	<u>Gemeindestraßen Kernstadt</u>																						
45	Siedlerweg - Kernstadt									80	-80												
46	Eichhofstraße - Kernstadt									195	-195												
47	Adolf-Häger-Straße - West	355	355																				
48	Sanierung Mauer Sandweg	220		220							220	160	-160										
49	Eisenbergstraße	810	60	750							560	190											
50	Barbarastraße	180						180														135	45
51	Hirschbergweg	180						180														135	45
52	Am Schwarzenberg	450						450														340	110
53	Baumhofstraße	610					60	550											60			415	135
54	Obere Scheidquelle - vorderer Teil	660			70	590			INPRO2022					70	410	180					150	365	515

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben															
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt	2022	2023	2024	2025	2026	2022			2023			2024			2025			2026			
									Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c	
55	Optimierung Brunnenanl. Marktplatz	40						40																40
56	Sudetenstraße - Hinterer Teil	90						90															65	25
57	Unter dem Friedhof - Erschließung	120						120															110	10
	<i>Gemeindestraßen Epterode</i>																							
58	Kirchweg	60						60															30	30
59	Am See - Erschließung	50						50															45	5
	<i>Gemeindestraßen Laudенbach</i>																							
60	Baugebiet Kronsbach I. BA	400						400															360	40
61	Baugebiet Kronsbach II. BA	890		560				330	500	60													300	30
62	Unterer Meißnerblick	450						450															335	115
	<i>Gemeindestraßen Rommerode</i>																							
63	Zeche Marie I. Abschnitt	1.320	1320								0	1000	-1000											
64	Wetterburg	270						270															200	70
65	Im Wasengrund - Erschließung	50						50															45	5
66	Sandkuppe	60						60															55	5
67	Tonbusch	60						60															45	15
68	Zum Mergelborn - Erschließung	545		30	15	500					30		15	490	10									
69	Zum Ziegenberg	160						160															145	15
	<i>Gemeindestraßen Trubenhausen</i>																							
70	A. d. Klengenberg									120	-120												165	165
71	I. d. Welsebach									255	-255												165	165
70	An der Gelster (Wehr bis Brücke)	220						220															165	55
71	In der Welsebach - Unterer Teil	680						680															510	170

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c
	<i>Gemeindestraßen Uengsterode</i>																						
72	Lindenstraße	565	565							425	425												
73	Töpfermarkt	70						70														55	15
74	Am Siechen	35						35														30	5
75	Siedlungsstraße	300						300														225	75
76	Untere Mühlwiese - Erschließung	50						50														45	5
	<i>Gemeindestraßen Weißenbach</i>																						
77	Schiefersteinweg	120						120														105	15
	<i>Zwischensumme Gemeindestraßen</i>	11.500	2.350	1.680	425	1.275	715	5.055	55	2.145	-520	300	1.170	-1.045	60	910	305	450	10	255	150	4.600	305
	<i>Produktebene 121020 -Straßenbeleuchtung-</i>																						
	<i>Herstellung, Ausbau und Fertigstellung</i>																						
78	Verschiedene Maßnahmen	657		32	20	70	5	530			32			20			70			5			530
	<i>Zwischensumme Straßenbeleuchtung</i>	657	0	32	20	70	5	530	0	0	32	0	0	20	0	0	70	0	0	5	0	0	530
	<i>Produktebene 123010 -Landesstraßen-</i>																						
79	In den Steinen + Wilhelm-Speckplatz	285						285													140	110	35
	<i>Zwischensumme Landesstraßen</i>	285	0	0	0	0	0	285	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	140	110	35
	<i>Zusammenstellung Produktbereich 12</i>																						
	<i>Gemeindestraßen</i>	11.500	2.350	1.680	425	1.275	715	5.055	55	2.145	-520	300	1.170	-1.045	60	910	305	450	10	255	150	4.600	305
	<i>Straßenbeleuchtung</i>	657	0	32	20	70	5	530	0	0	32	0	0	20	0	0	70	0	0	5	0	0	530
	<i>Kreisstraßen</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	<i>Landesstraßen</i>	285	0	0	0	0	0	285	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	140	110	35
	<i>Bundesstraßen</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c
	<b>Summe Produktbereich 12</b>	<b>12.442</b>	<b>2.350</b>	<b>1.712</b>	<b>445</b>	<b>1.345</b>	<b>720</b>	<b>5.870</b>	<b>55</b>	<b>2.145</b>	<b>-488</b>	<b>300</b>	<b>1.170</b>	<b>-1.025</b>	<b>60</b>	<b>910</b>	<b>375</b>	<b>450</b>	<b>10</b>	<b>260</b>	<b>290</b>	<b>4.710</b>	<b>870</b>
	<b><u>Produktbereich 13 -Natur- und Landschaftspflege-</u></b>																						
	<b><u>Produktebene 132010 -Wasserläufe-</u></b>																						
80	Ufersicherung der Bachläufe	50		10	10	10	10	10			10			10			10			10			10
81	Sanierung Gelster Kernstadt	50		50							50												
82	Renaturierung Gewässerläufe WRRL	1010	210		300	500			200		-200	270		30	450		50						
83	Pl. Hochwasserschutzmaßnahme N	10		10							10												
84	Sanierung Gelstermauer Trubenhäuser	80					50	30												50			30
	<b>Zwischensumme Wasserläufe</b>	<b>1.200</b>	<b>210</b>	<b>70</b>	<b>310</b>	<b>510</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>200</b>	<b>0</b>	<b>-130</b>	<b>270</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>450</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>40</b>
	<b><u>Produktebene 133010 -Bestattungswesen-</u></b>																						
85	Sanierung Friedhofshalle Rommerode	20		20							20												
86	Zaunerneuerungen Friedhöfe	105		45	40	20					45			40			20						
87	Anschaffung Großgeräte N	30		30							30												
	<b>Zwischensumme Bestattungswesen</b>	<b>155</b>	<b>0</b>	<b>95</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>95</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Summe Produktbereich 13</b>	<b>1.355</b>	<b>210</b>	<b>165</b>	<b>350</b>	<b>530</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>200</b>	<b>0</b>	<b>-35</b>	<b>270</b>	<b>0</b>	<b>80</b>	<b>450</b>	<b>0</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>40</b>
	<b><u>Produktbereich 15 -Wirtschaft und Tourismus-</u></b>																						
	<b><u>Produktebene 151010 -Wirtschaftsförderung-</u></b>																						
	<b>Zwischensumme Wirtschaftsförderung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
	<u>Produktebene 152010 -Tourismus-</u>																						
88	Invest.zuschuss Wanderinfrastruktur	40	15	5	5	5	5	5			5			5		5			5			5	
89	Projekt Radrundtour	40		40					35		5												
	<i>Zwischensumme Tourismus</i>	80	15	45	5	5	5	5	35	0	10	0	0	5	0	0	5	0	0	5	0	0	5
	<u>Produktebene 153010 -Bereitstellung von Bürgerhäusern-</u>																						
90	Sanierung Rathausaal N	140			20	120								20		120							
91	Erwerb Anlagevermögen - Bürgerhäuser 2024 - u.a. 15 T€ Theke + Schränke Laudenb. 2026 - u.a. 20 T€ Innentüren Laudenbach	160		25	25	40	25	45			25			25		40			25			45	
	<i>Zwischensumme Bürgerhäuser</i>	300	0	25	45	160	25	45	0	0	25	0	0	45	0	0	160	0	0	25	0	0	45
	<u>Produktebene 153020 -Allgemeines Grundvermögen-</u>																						
92	Allgemeiner Grunderwerb	140		40	40	20	20	20		50	-10		50	-10		50	-30		50	-30		50	-30
93	Ausstattung Sitzungssaal	15		15							15												
94	Neustrukturierung Verwaltung N	50				50										50							
95	Investitionszuschuss Schrottimobilie	50		10	10	10	10	10			10			10		10			10			10	
	<i>Zwischensumme Allge. Grundvermögen</i>	255	0	65	50	80	30	30	0	50	15	0	50	0	0	50	30	0	50	-20	0	50	-20
	<u>Zusammenstellung Produktbereich 15</u>																						
	Wirtschaftsförderung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Tourismus	80	15	45	5	5	5	5	35	0	10	0	0	5	0	0	5	0	0	5	0	0	5
	Bereitstellung von Bürgerhäusern	300	0	25	45	160	25	45	0	0	25	0	0	45	0	0	160	0	0	25	0	0	45
	Allgemeines Grundvermögen	255	0	65	50	80	30	30	0	50	15	0	50	0	0	50	30	0	50	-20	0	50	-20
	<b>Summe Produktbereich 15</b>	<b>635</b>	<b>15</b>	<b>135</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>60</b>	<b>80</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>195</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>30</b>

Investitionsprogramm der Stadt Großalmerode

Nr.	Bezeichnung des Vorhabens	Ausgaben in Tausend €							Finanzierung der Ausgaben														
		Gesamt- ausgabe- bedarf	bereit gestellt						2022			2023			2024			2025			2026		
				2022	2023	2024	2025	2026	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil	Zu- schuß	Bei- träge	Eigen- anteil
3	4	5	6	7	8	9	10a	10b	10c	11a	11b	11c	12a	12b	12c	13a	13b	13c	14a	14b	14c		
	<u>Zusammenstellung Produktbereiche</u>																						
01	Innere Verwaltung	8.139	113	111	390	100	325	7.100	0	0	111	0	0	390	0	0	100	0	0	325	0	0	7.100
02	Sicherheit und Ordnung	1.438	241	709	22	62	222	182	309	0	400	2	0	21	2	0	61	61	0	162	61	0	122
04	Kultur- und Wissenschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
06	Kinder-, Jugend- und Familienhilfe	4.045	2.805	160	1.020	20	20	20	730	0	-570	1.000	0	20	0	0	20	0	0	20	0	0	20
08	Sportförderung	5.320	125	4.225	895	55	10	10	1.450	0	2.775	80	0	815	0	0	55	0	0	10	0	0	10
09	Räumliche Planung + Entwicklung	4.560	650	790	990	650	790	690	606	0	184	466	0	524	466	0	184	466	0	324	466	0	224
11	Ver- und Entsorgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Verkehrsflächen und-anlagen ÖPNV	12.442	2.350	1.712	445	1.345	720	5.870	55	2.145	-488	300	1.170	-1.025	60	910	375	450	10	260	290	4.710	870
13	Natur- und Landschaftspflege	1.355	210	165	350	530	60	40	200	0	-35	270	0	80	450	0	80	0	0	60	0	0	40
15	Wirtschaft und Tourismus	635	15	135	100	245	60	80	35	50	50	0	50	50	0	50	195	0	50	10	0	50	30
	<b>Gesamtsumme</b>	<b>37.934</b>	<b>6.509</b>	<b>8.007</b>	<b>4.212</b>	<b>3.007</b>	<b>2.207</b>	<b>13.992</b>	<b>3.385</b>	<b>2.195</b>	<b>2.427</b>	<b>2.118</b>	<b>1.220</b>	<b>875</b>	<b>978</b>	<b>960</b>	<b>1.070</b>	<b>977</b>	<b>60</b>	<b>1.171</b>	<b>817</b>	<b>4.760</b>	<b>8.416</b>
	Kontrollsummen / Gegenrechnung	37.934		8.007	4.212	3.007	2.207	13.992															
	Zuschüsse im Planungszeitraum	8.273																					
	Beiträge im Planungszeitraum	9.195																					
	Eigenanteil im Planungszeitraum	13.957																					

**Hinweis:**

In der Spalte bisher bereit gestellt werden sämtliche Mittel für noch nicht abgeschlossene Maßnahmen, die in Vorjahren bereitgestellt und verausgabt oder über die Bildung von Haushaltsresten noch für die Durchführung der Maßnahme zur Verfügung stehen nachgewiesen.