

# 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>Beherbergungs- trieb</b>	<b>Adresse</b>	<b>Art des Beherber- gungsbetriebs</b>	<b>Anzahl der Betten</b>	<b>Qualitäts- klasse</b>
Gaststätte „Zum Kur- fürst“ Inh. Edith Sachse	Berliner Straße 34, 37247 Groß- almerode	Hotel	k. A.	
Landkomfort Hotel „Zum Goldenen Stern“ Inh. Galyna Chyzhova	An der Linde 1, 37247 Großal- merode-Lauden- bach	Hotel	22	- drei Sterne, ausgezeichnet von DEHOGA Hessen
Hotel Restaurant „Pem- pel“ Inh. Christian Koch	In den Steinen 2, 37247 Großal- merode	Hotel	14	
Der-Urgeschmack– Jau- senstation Inh. Matthias Pflüger	Weißbach- straße 1A, 37247 Großalmerode- Weißbach	Pension	12	- vier Sterne
Hotel garni "Zur Krone" Inh. Horst Toby	Marktplatz 1, 37247 Großal- merode	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 begehrtes 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 Hotelverbunds), 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.



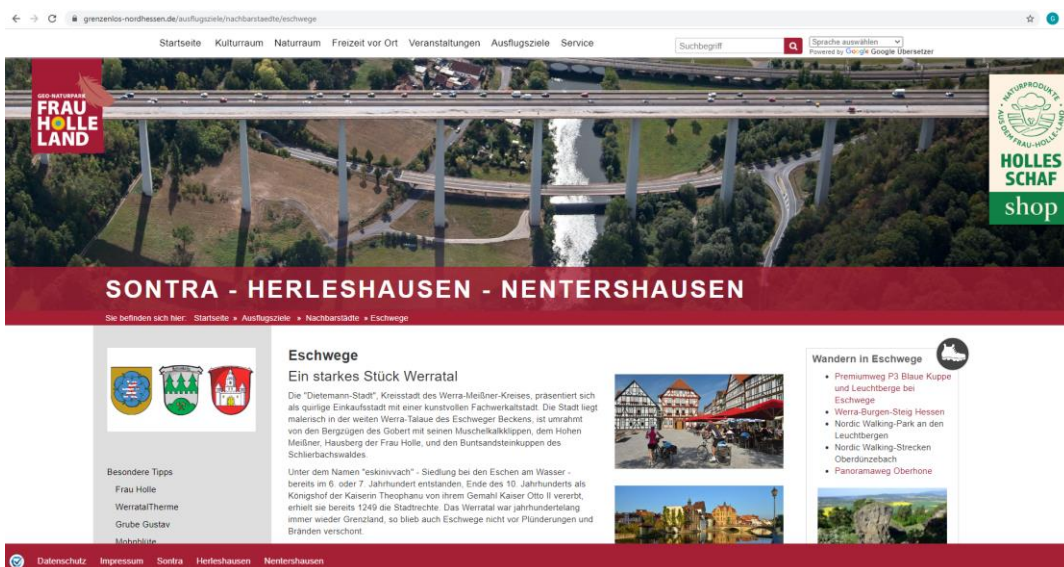
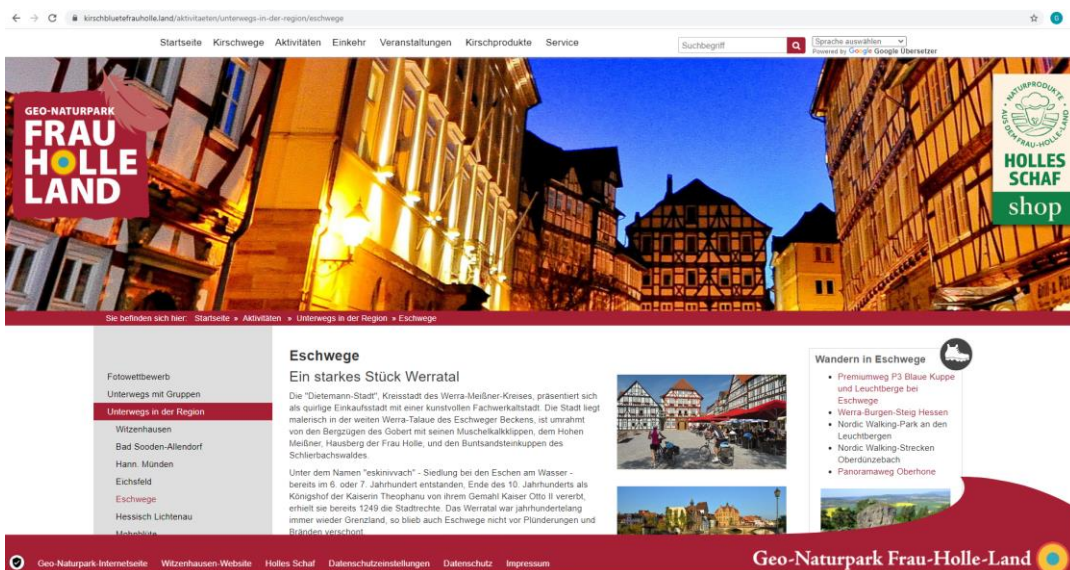


Abbildung 7: Anwendungsbeispiel Microsite



### 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.

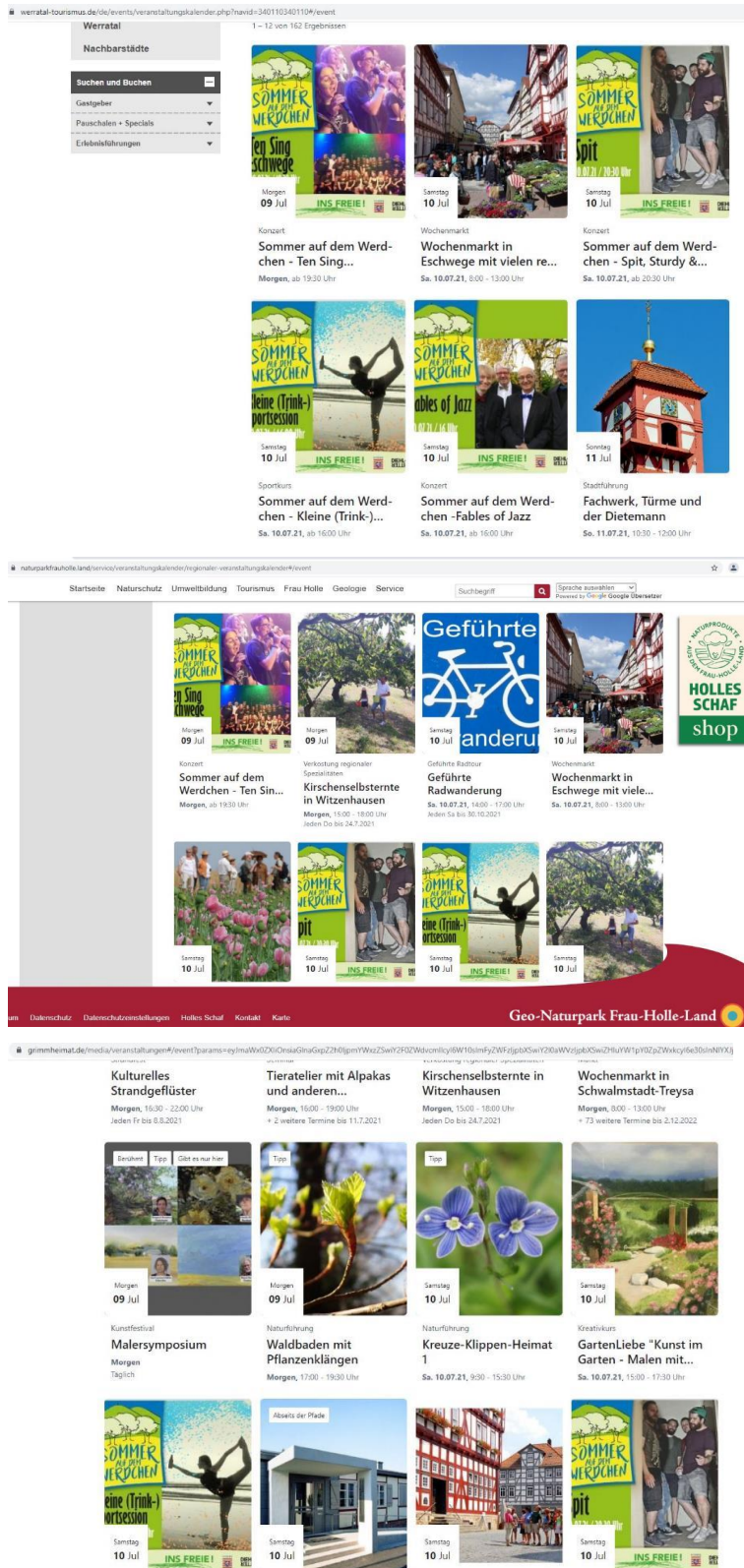


Abbildung 8: Anwendungsbeispiel „mein.Toubiz“

### 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

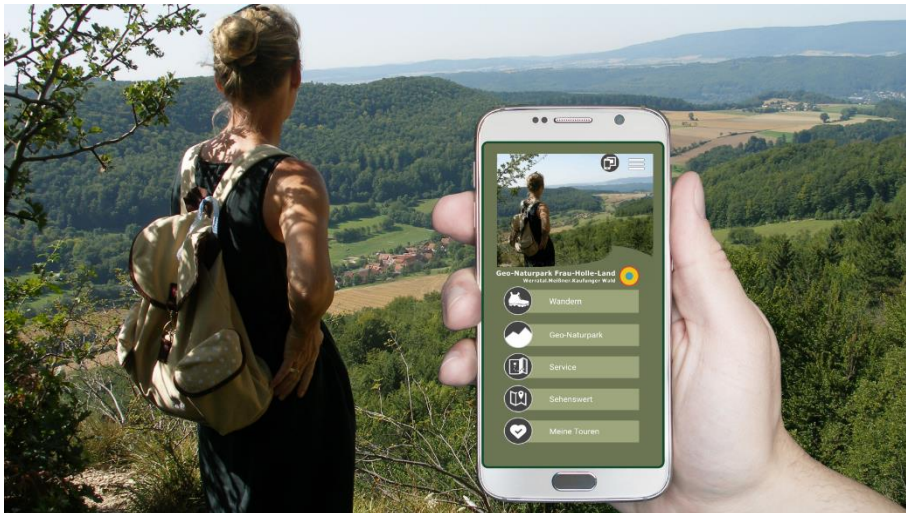


Abbildung 12: Geo-Naturpark-App

### 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

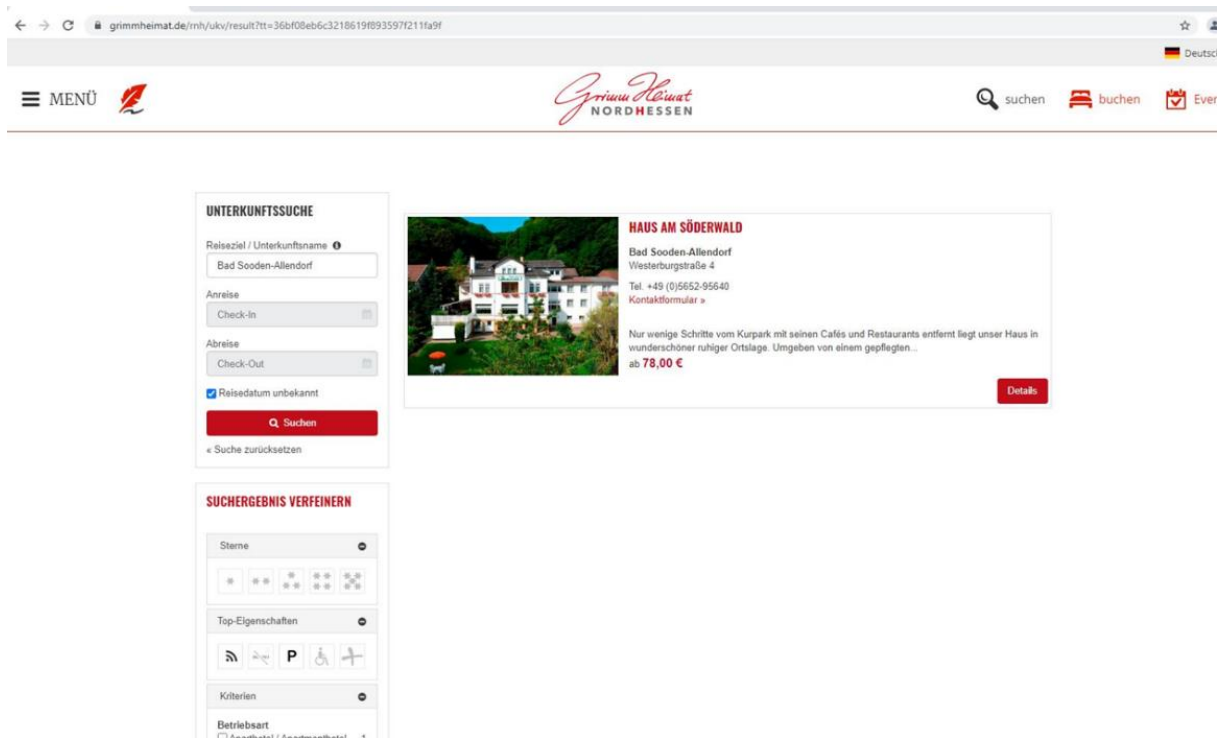


Abbildung 18: Buchungsplattform „tomas“<sup>18</sup>

#### 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.

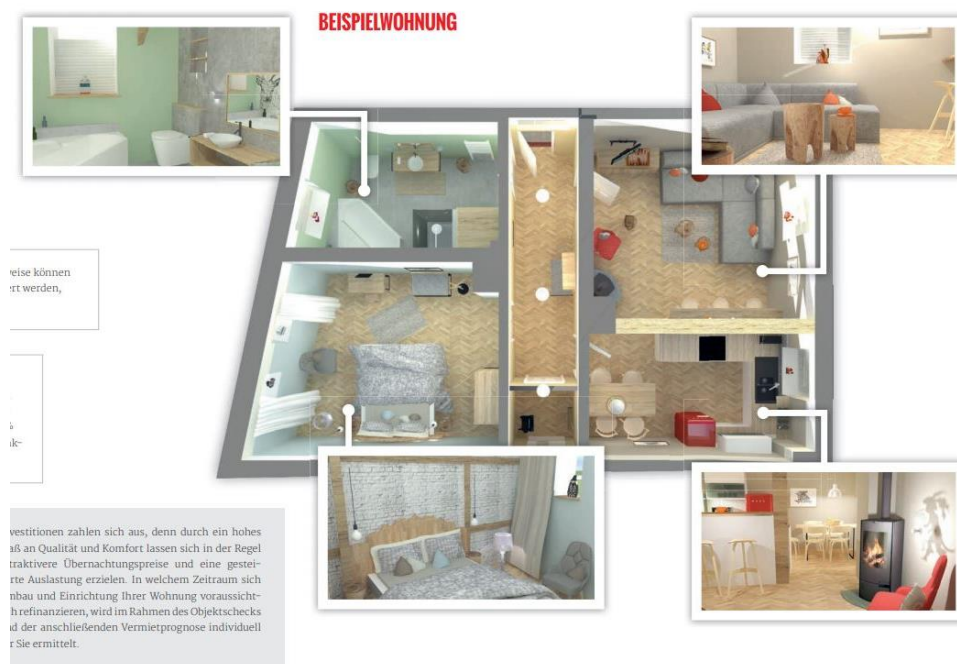


Abbildung 19: Beispielwohnung einer „Märchenstube“ der GrimmHeimat NordHessen<sup>19</sup>

<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>

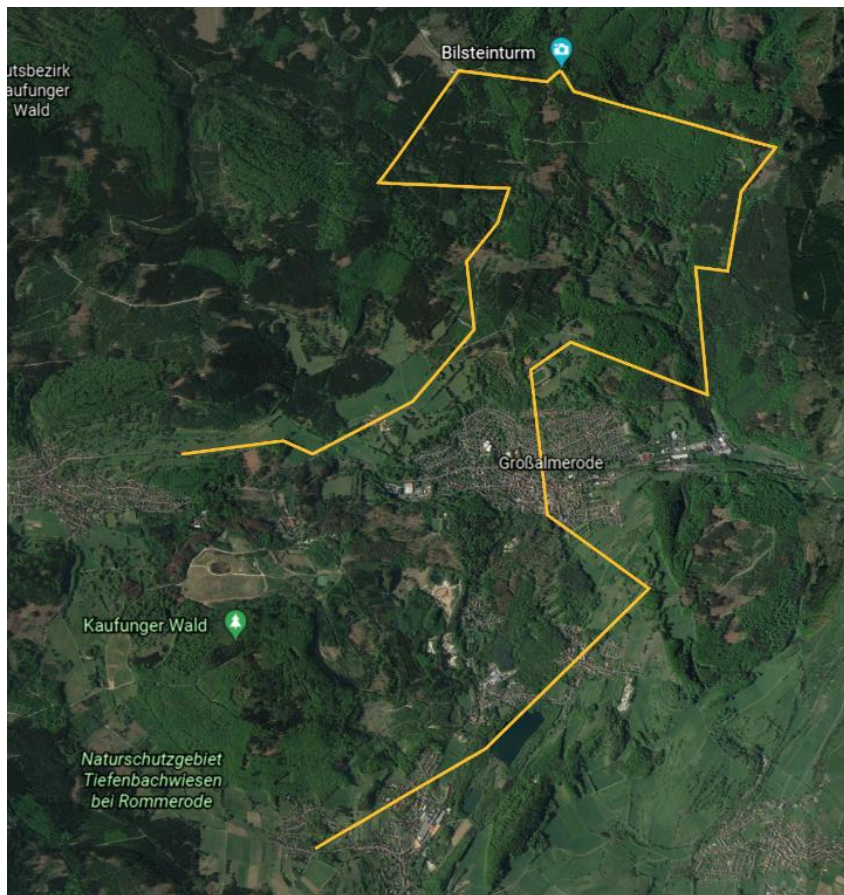


Abbildung 22: Ungefäher Verlauf einer möglichen (Alternativ-)Route des GrimmSteigs mit Teilnahme der Stadt Großalmerode

<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 Trubenhäusern 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.

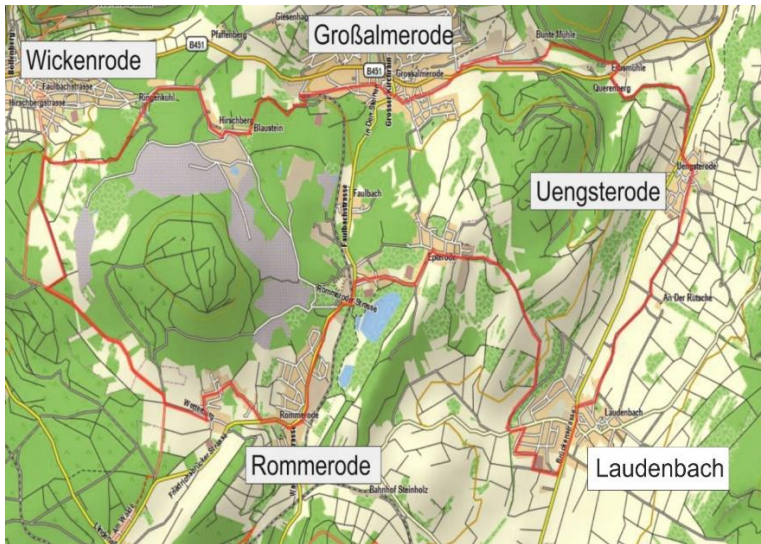


Abbildung 25: Bergbau-Radweg<sup>23</sup>

### *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

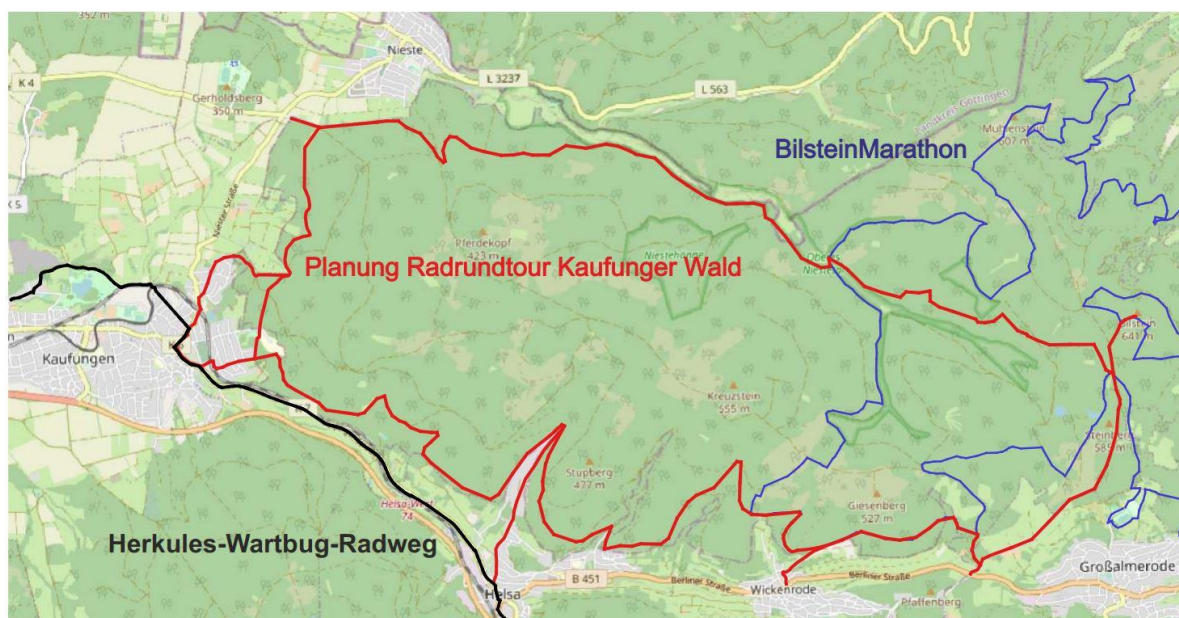


Abbildung 26: Radrundtour im Kaufunger Wald<sup>24</sup>

### *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 freizeithliche 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 - sterneferien.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- Epteroode	Restaurant/ Waldgaststätte	- eigene Website - Facebook	- eingeschränkter Betrieb
Waldschlößchen im Fahrbacktal	Großalmerode	Restaurant	- Facebook - gastronomieguidе.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				
--	--	--	--	--