WIRTSCHAFT IM HARZ

WWW.WIRTSCHAFT-IM-HARZ.DE DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR UNSERE REGION – HERAUSGEBER: Goslarsche Zeitung

NR. 13
APRIL/MAI 2024

Deutsche Vermögensberatung
Früher an Später denken.
TEAM GOSLAR

Creditreform
EcoZert
AUSGEZEICHNETE NACHHALTIGKEIT ESG

WIRTSCHAFT

Wirtschaftsförderer Dr. Jörg Aßmann im Interview zur Lage der Unternehmen im Harz. **Seite 3**

TOURISMUS

Der Harzer Tourismusverband setzt weiter verstärkt auf Nachhaltigkeit. **Seite 6**

HANDWERK

Müllerin Anke Dege betreibt die Mühle Sack in Langelsheim und hofft auf stabiles Jahr. **Seite 10**

HOTELLERIE

Das Sonnenresort Ettershaus in Bad Harzburg punktet mit innovativen Konzepten. **Seite 25**

SONDERTHEMA

Vistory: Goslar hat jetzt auch einen Escape-Room mit dem gewissen Gruselfaktor. **Seite 27**

70 Millionen Euro im Pfalzquartier

Hotel plus Stadthalle in Goslar: Der Weg ist frei

Es waren hitzige Monate und heftige Debatten über das Für und Wider für die weitere Entwicklung des Kaiserpfalzquartiers in Goslar. Auf einem früheren Kasernengelände soll ein Hotel samt Tiefgarage plus öffentliche Stadthalle entstehen – auch als Ersatz für das vor Jahren geschlossene Odeon-Theater. Der Goslarer Stadtrat hatte das Projekt bereits mit großer Mehrheit beschlossen, um Investitionen von mehr als 70 Millionen Euro zu ermöglichen.

Ein Disput entzündete sich an der geplanten Beteiligung der Stadt Goslar an einer neuen Veranstaltungshalle. Die kostet nach aktuellem Stand knapp 20 Millionen Euro, doch hat der Investor – Goslars Ehrenbürger und Unternehmer Hans-Joachim Tessner – eine Zuwendung von 10,5 Millionen Euro versprochen. Überdies fließen millionenschwere Fördermittel des Landes, sodass unterm Strich nur etwa 8,5 Millionen Euro aus dem Stadtsäckel verbleiben. Auch der frühere Vize-Kanzler und Goslarer Ehrenbürger Sigmar Gabriel hatte sich für das Pfalzquartier starkgemacht.

Hans-Joachim Tessner

Trotzdem strengten Kommunalpolitiker von Grünen und Bürgerliste ein Bürgerbegehren gegen die finanzielle Beteiligung der Stadt an. Zur historischen Premiere eines Bürgerentscheids in der Kaiserstadt hatten dann knapp 40.000 Goslarer die Gelegenheit, am 7. April darüber abzustimmen. Bei einer Wahlbeteiligung von knapp 38 Prozent votierten rund 55 Prozent gegen die Initiative – also für den Bau der Stadthalle. Zudem erreichten die Initiatoren des Bürgerentscheids auch die Mindestzahl an Stimmen nicht.

Konflikte begraben

Nach dem Bürgerentscheid ist somit der Weg endgültig frei für das große Projekt. Im Kaiserpfalzquartier setzten Investor Hans-Joachim Tessner und Mitglieder des Vereins „pro KaiserPfalzQuartier“ schon mal zum symbolischen Spatenstich an. „Wir wollen mit allen Bürgerinnen und Bürgern weiterarbeiten, betonte Tessner. Gräben sollten zugeschüttet werden, fügte Goslars Ehrenbürger an – mit Blick auf die Konflikte im Vorfeld.

Uwe Schwenke de Wall und Andreas Rotermund vom Verein „proKaiserPfalzQuartier“ richteten ihr Augenmerk ebenfalls nach vorn. Ob Parkraumkonzept im neuen Pfalzquartier oder künftige Nutzung der geplanten Stadthalle für unterschiedlichste Gruppen. „Wir möchten sicherstellen, dass die Bürgerschaft insgesamt profitiert“, erklärte Schwenke de Wall.. Ziel war, das Projekt bis Herbst 2028 fertigzustellen. Durch Bürgerbegehren und Bürgerentscheid wurden die Planungen für das Kaiserpfalzquartier über Monate unterbrochen. Nunmehr sollen sie wieder Fahrt aufnehmen.

Star-Architektur

Beauftragt ist der spanische Star-Architekt Enrique Sobejano. Er stellte im September 2019 seinen Siegerentwurf im großen Saal des „Lindenhofs“ vor 250 Bürgern vor. Die Experten hatte er schon eine Woche vorher restlos überzeugt. Die zehnköpfige Jury entschied sich im Architektenwettbewerb einstimmig für Sobejano und seine Vorstellungen von Hotel, Halle, Tiefgarage und Forum – einem öffentlich nutzbaren großen Platz im Eingangsbereich. Nach der ersten Vorstellung der Entwürfe Mitte Mai 2019, in der noch ein halbes Dutzend zur Diskussion stand, hatte der zweite Finalist, „Auer Weber“ aus Stuttgart, noch eher die Nase vorn, erklärte damals Jury-Vorsitzender Kaspar Kraemer. „Auer Weber“ sei nun wirklich keine Konkurrenz, die man im Vorbeigehen besiege., denn das Büro entwarf unter anderem das Eso-Hotel am Cerro Paranal in Chile, das als Kulisse für den James-Bond-Blockbuster „Ein Quantum Trost“ Ruhm erlangte. In Goslar kommt das Büro Nieto Sobejano (Madrid/Berlin) nun also zum Zug. Zu den Hauptwerken zählen das Madinat al-Zahra Museum in Córdoba, das Kunstmuseum Moritzburg in Halle (Saale), das Museum San Telmo in San Sebastián, das Kongresscenter in Saragossa, die Erweiterung des Joanneums in Graz und das Zentrum für zeitgenössische Kunst in Córdoba. Diese Referenzen sprechen für sich. Das spanisch-deutsche Büro hatte durch entscheidende Nachschärfungen und eine fulminante Präsentation seines Konzepts überzeugt.

Sigmar Gabriel

Die Vorplanungen in Goslar liefen bereits seit August 2014, als die Stadt und die Firma Tescom des Goslarer Ehrenbürgers und Unternehmers Hans-Joachim Tessner eine Entwicklungsvereinbarung für das Areal nahe der Kaiserpfalz unterzeichneten – ein ehemaliges Kasernengelände mit Parkplätzen. Im Mai 2015 wurde das Braunschweiger Stadtplaner-Büro Ackers mit einem städtebaulichen Gutachten beauftragt. Der weitere Planungsprozess lief auch mit Bürgerbeteiligung.

Wenn nunmehr alles läuft, dann kann der Bau 2025 beginnen. *red*

Investor und Verein „pro KaiserPfalzQuartier“ setzen zum symbolischen Sppatenstich an: (v.l.) Uwe Schwenke de Wall, Holger Holste, Helga Tessner, Alexander Scharf, Dieter Freesemann, Hans-Joachim Tessner, Andreas Rotermund, Thomas Brych, Thomas Velte, Angelika Klaas-von Birckhahn und Filip Sandte. *Foto: Kleine*

Ein Blick in das Foyer und von dort hinaus auf die Kaiserpfalz gewährt das Büro Nieto Sobejano Arquitectos in seinen Entwürfen für die Stadthalle und das Pfalzquartier. *Grafik: Nieto Sobejano*

Die Zukunft wird so, wie wir sie gestalten

Jörg Kleine, GZ-Chefredakteur

Zuversicht, Hoffnung, der Glaube an sich selbst, das treibt uns Menschen an. In Unternehmen ist das nicht anders: Missmut, Verzweiflung, Angst und der Fingerzeig auf andere haben selten zum Erfolg geführt. Umso ermutigender ist es, wenn in unserer aktuellen Ausgabe von „Wirtschaft im Harz“ der Schnitzelkönig aus Lautenthal, aber auch der Harzer DEHOGA-Vorsitzende Jens Lutz weniger über die Rückkehr der alten Mehrwertsteuersätze in Restaurants sprechen, als vielmehr übers Geschäft und die Überzeugung für ihre Branche. Denn mit vielfach erheblichen Lohnsteigerungen in den vergangenen Monaten sind nicht nur die Personalkosten in Unternehmen gewachsen, sondern auch die Haushaltskassen der Konsumenten. Parallel hat sich die Inflation weiter beruhigt. Und auch das Zinsniveau für Investitionen und Eigenheime hat sich zwar vom historischen Nullpunkt entfernt, doch liegt es im langjährigen Vergleich noch immer günstig.

Warum also scheinen auch immer mehr Verbraucher von Ängsten erfasst zu sein: Angst vor Krieg, Angst vor Flüchtlingen, Angst vor zu viel Arbeit, Angst vor Klimawandel, Angst vor Entscheidungen, Angst vor Verantwortung. Am Ende gar Angst vor der eigenen Angst? Es ist erstaunlich, wie düster viele die aktuelle Lage und ihre Zukunft sehen, obwohl die Situation im Sozialstaat Deutschland nie besser war als heute. Erstaunlich auch die wachsenden Ängste gerade vieler junger Menschen, obwohl ihre beruflichen Zukunftsaussichten so gut sind, wie seit Jahrzehnten nicht mehr. Schließlich verabschieden sich gerade die geburtenstärksten Jahrgänge aller Zeiten in Deutschland nach und nach in den Ruhestand. Sie hinterlassen für die nachfolgende Generation eine Fülle an Jobs und Aufstiegschancen, an die sie selbst im Traum kaum denken konnten, als ihr Berufsleben vor 40 bis 50 Jahren begann.

Die vorliegende Ausgabe von „Wirtschaft im Harz“ setzt sich auch mit diesen Themen auseinander – etwa im Interview mit dem Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Goslar (Wirego): Trotz vielfältiger Hilfen, Fördermitteln und kostenloser Beratung trauen sich immer weniger, den Sprung in eine selbstständige Zukunft zu wagen. Doch unsere Ausgabe mit einem Schwerpunkt auf Tourismus und Gastronomie zeigt auch ganz andere Beispiele: Menschen, die mit unternehmerischem Mut, Kreativität, Elan und voller Leidenschaft die Zukunft selbst gestalten. Hier bei uns im Harz. Das macht Mut und kann Leitbild sein, so manche Ängste zu überwinden. Die Zukunft wird gut – wenn wir aktiv dafür arbeiten.

Jörg Kleine, Chefredakteur

Tourismus entwickelt sich weiter positiv

Alexander Saipa,
Landrat des Landkreises Goslar

Liebe Leserinnen und Leser,

auch am Wirtschaftsstandort Landkreis Goslar sind die Entwicklungen der zurückliegenden Jahre nicht spurlos vorbeigegangen. Zunächst die entbehrungsreichen Corona-Jahre und danach – unmittelbar im Anschluss – der russische Angriffskrieg auf die Ukraine, der die viel zitierte „Zeitenwende“ auslöste.

Diese und weitere Faktoren haben auch in unserer Region zu einer konjunkturellen Delle geführt, die sich unter anderem an einem deutlichen Rückgang der Anträge beim Förderprogramm „Niedersachsen-Invest“ (vormalig GRW-Förderung) spürbar auswirkt. Die Investitionsfreude vergangener Jahre scheint aufgrund von Inflation, Energiekrise und unsicherer Wirtschaftsaussichten vorerst ausgebremst.

Trotz mannigfaltiger Hemmnisse ist es jedoch auch gelungen wichtige Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung im Gebiet des Landkreises Goslar zu setzen. Dazu zählt unter anderem der Bau und die Inbetriebnahme des Gründungszentrums in Clausthal-Zellerfeld sowie die Etablierung des Wasserstoffnetzwerkes.

Beim Gründungszentrum, das gemeinsam mit der Berg- und Universitätsstadt Clausthal-Zellerfeld realisiert wurde und unter der Regie der WiReGo (Wirtschaftsförderungsgesellschaft Region Goslar) betrieben wird, stehen die Zeichen gut. Im ersten vollen Geschäftsjahr lag die Auslastung bei 71 Prozent. Für das laufende Jahr wird eine Steigerung auf 90 Prozent angestrebt.

Der Blick auf die Zahlen in der gemeinsamen Gründungsberatung mit der Technischen Universität Clausthal-Zellerfeld zeigt, dass hier noch Luft nach oben ist. Bislang hält sich die Nachfrage in überschaubaren Grenzen.

Als vielversprechend werte ich die Aktivitäten des Wasserstoffnetzwerkes. Hier dürften in den kommenden Jahren Projekte entstehen, von denen der Landkreis profitieren wird, zumal das Thema Energiesicherheit auch in Zukunft dominiert.

Nachdenklich stimmen mich hingegen die neuesten Entwicklungen auf dem lokalen Arbeitsmarkt, denn laut der Statistik der Bundesagentur für Arbeit Braunschweig-Goslar ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zum zweiten Mal in Folge rückläufig.

Eine statistische Entwicklung, die mich angesichts eines weiterhin drängenden Arbeits- und Fachkräftemangels in der Region etwas ratlos macht, denn in vielen Branchen und Unternehmen wird potenzielles Wachstum vor allem durch fehlende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gebremst.

Insofern passt die Arbeitsmarktstatistik an dieser Stelle für mich nicht in das von vielen Seiten kommunizierte Bild. Ein Punkt, bei dem ich für die Zukunft Aufklärungsbedarf sehe.

Positive Entwicklungen verzeichnen wir weiterhin im Bereich der Tourismuswirtschaft. Nach den Corona bedingten Ausfällen hat sich die Nachfrage wieder deutlich erhöht und der Harz wird als Urlaubsregion gerne besucht. Dies wird auch beim Betrachten der Übernachtungszahlen 2023 deutlich. Mit rund 8,1 Millionen Übernachtungen verzeichnete das Jahresergebnis über den gesamten Harz betrachtet eine Steigerung von knapp sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr. Noch konnte damit das Übernachtungsvolumen des Boom-Jahres 2019 nicht überall erreicht werden.

Bis zu den damals generierten Übernachtungen von 8,56 Millionen fehlen noch etwa fünf Prozent. Dennoch entspricht das Jahr 2023 den bis dato durchschnittlich erreichten Übernachtungen der Vorjahre beispielsweise 2017 und 2018. Das stimmt optimistisch für die Zukunft und sorgt hoffentlich für weitere Investitionen in die touristische Infrastruktur.

In diesem Zusammenhang freut es mich, mitteilen zu können, dass sich auch das Urlauberticket HATIX blendend entwickelt. Im vergangenen Jahr wurde das Ticket für 231.380 Fahrten im öffentlichen Busverkehr im Gebiet des Landkreises Goslar eingesetzt. Dies entspricht nochmals einer Steigerung um rund 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und dies trotz der Verfügbarkeit des Deutschlandtickets.

Für die Zukunft wünsche ich mir, dass wir weiterhin an der Zuversicht festhalten, die uns bereits in der Vergangenheit stets ein guter Begleiter und Ratgeber war.

Der Landkreis Goslar mit seiner zentralen Lage gehört gewiss zu den reizvollsten und bekanntesten Gebieten Deutschlands und bietet nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht eine enorme Vielfalt. Die hiesige Arbeits-, Wohn- und Freizeitqualität spricht für sich und muss den Vergleich mit anderen Regionen nicht scheuen.

Alexander Saipa, Landrat

Impressum

WIRTSCHAFT IM HARZ

Wirtschaft im Harz
erscheint 2 x jährlich in der Region
Erscheinungstag: 26. April 2024
Auflage: 10.000 Exemplare
Herausgeber, Verlag und Rotationsdruck: Goslarsche Zeitung Karl Krause GmbH & Co. KG, Bäckerstr. 31-35, 38640 Goslar
Verleger: Klemens Karl Krause, Philipp Krause
Geschäftsführer: Philipp Krause
Chefredakteur: Jörg Kleine
Koordination: Holger Neddermeier
Anzeigenvermarktung: Lutz Scheibel
Lesermarkt: Henning Bartel
Gerichtsstand: Goslar

Datenschutzbeauftragter:
conreri digital development GmbH,
Von-Kurtzrock-Ring 16, 22391 Hamburg,
E-Mail: support@conreri.de,
Telefon: (0 40) 22 86 64 26.

Bitte nehmen Sie unsere Datenschutzhinweise unter **www.goslarsche.de/datenschutzerklaerung** zur Kenntnis.

www.wirtschaft-im-harz.de
Gedruckt auf Zeitungspapier mit mindestens 50% Altpapieranteil

Inhalt

Spatenstich erfolgt: Weg für das Goslarer Pfalzquartier ist frei **1**
Grußworte von Goslars Landrat Alexander Saipa und Chefredakteur Jörg Kleine **2**
Wirego: Goslars Chef-Wirtschaftsförderer Dr. Jörg Aßmann im Interview **3-4**
Oker: Mehrzweckhalle soll Ende 2025 komplett saniert sein **5**
Harzer Tourismusverband setzt auf nachhaltigen Gästeservice **6**
Welterbestadt Quedlinburg ist reich an Sehenswürdigkeiten **7**
HTV: 120 Jahre Werbung für den Tourismus in der Harzregion **8**
Landwirten im Nordharz fehlt Wertschätzung **9**
Müllerin Anke Dege aus Langelsheim hofft auf stabilere Märkte **10**
Harzspots.com: Internetportal will für mehr Übersichtlichkeit sorgen **11**
Ilsenburger Grobblech GmbH auf Kurs mit Millionen-Investitionen der Salzgitter-AG **12**
Kreisvolkshochschule Goslar: Interview mit Leiterin Eva Schulte **13**
Ein Goslarer Ingenieurbüro schwört auf Geothermie-Quellen **14**
Mediamarkt Geschäftsführer Frank Schmidt legt sich ins Zeug für den Standort in der Kaiserstadt **15**
Motorsport-Arena in Oschersleben lockt nicht nur Rennsport-Fans **16**
DEHOGA Harz sieht in der Mehrwertsteuer nur Teil eines umfassenderen Problems **17**
Höchste Destille in Norddeutschland und Gründerberatung **18**
Fachkräfte aus Fernost interessant auch für regionale Wirtschaft **19**
Harz AG pflegt Tradition des Hüttenwesens **20**
Mac Frischkorn: Leichte Metalle in hoher Qualität erschließen **21**
Goslarer Stadtarchiv birgt wahre Schätze **22**
Bad Harzburger Sonnenresort Ettershaus ist innovativ **23**
Kurhaus-Hotel in Bad Harzburg soll 2026 fertig werden **24**
HSK: Harzer Schnitzelkönig boomt und trotzt der Krise **25**
Im Wienerwald auf Torfhaus lebt Traditionsmarke wieder auf **26**
Ein Escape-Room in Goslar **27**
Burger-Café in Halberstadt **28**

Harzliche Dienste

wir gehen für Sie auf die Straße und in den untergrund!

Für öffentliche und private Kunden

- private Gehwegreinigung
- Reinigung von Straßen, Wegen, Betriebsgeländen, Plätzen
- Wildkraut- und Laubbeseitigung
- Papierkorbleerung

- Prüfung von Entwässerungsanlagen
- Beseitigen von Kanalverstopfungen
- Kanal-TV-Untersuchungen
- Kanalreinigung
- Grubenleerung
- Abscheiderentleerung

EURAWASSER

Rufen Sie uns an: 05321 3376-11
Notruf rund um die Uhr

www.eurawasser-goslar.de
info@eurawasser-goslar.de

Wie ein Hausarzt für die Wirtschaft in der Harz-Region

Interview mit Dr. Jörg Aßmann über Chancen und Standort

Dr. Jörg Aßmann ist Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Goslar. *Foto: Wirego*

Der Internationale Währungsfonds (IWF) sieht das Wirtschaftswachstum in Deutschland im laufenden Jahr nur noch bei 0,2 Prozent. Was bedeutet das für die konjunkturellen Aussichten im Harz? Dazu hat Wirtschaft im Harz (Wiha) Diplom-Volkswirt Dr. Jörg Aßmann befragt. Er ist Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Goslar (Wirego) und steht seit der Gründung der Wirego im Jahr 2010 an der Spitze der regionalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft. Der Wirego-Chef sieht trotz sinkender Prognosen für Deutschland durchaus Chancen für die Region. Ralf Kirmse hat mit dem obersten Wirtschaftsförderer im Landkreis Goslar gesprochen.

Herr Dr. Aßmann, vor dem IWF haben die Wirtschaftsinstitute Ifo und IfW ihre Prognosen für das Wachstum in Deutschland gerade noch einmal gesenkt – auf mickrige 0,2 beziehungsweise 0,1 Prozent im laufenden Jahr 2024. Sind die konjunkturellen Aussichten für die Wirtschaftsregion Harz besser?

Besser wohl nicht. Wir werden diese Konjunktureintrübung auch zu spüren bekommen. Als Wirego merken wir das immer sehr direkt am Investitionsverhalten. Wenn investiert wird, werden wir in der Regel auch kontaktiert, weil wir eine Förderregion sind. Es gibt attraktive Förderungen, bei denen wir sehr aktiv beraten. Aber wir haben festgestellt, dass wir bei der Beratung zu Investitionszuschüssen letztes Jahr einen Rückgang hatten. Gleichwohl gibt es einzelne, recht spannende Investitionsprojekte, die wir in diesem Jahr begleiten. Es kann also auch bei einer konjunkturellen Eindellung Gewinner geben.

Und in welcher Branche in welchem Bereich könnte das sein?

Im Tourismus, aber auch beim geplanten Aufbau von neuen Produktionsstätten im Landkreis Goslar, begleiten wir einige Projekte, auch aktuell. Qualitativ hochkarätige aber auch vom Volumen her durchaus beachtliche Vorhaben.

Welche Projekte wären das ?

Da sind wir natürlich zu einer gewissen Vertraulichkeit verpflichtet. Denn wir sind eigentlich immer schon in einer sehr frühen Phase dabei. Wenn man vor dem Stellen eines Förderantrags bereits mit seinem Projekt begonnen hat, dann bekommt man nämlich keinen Cent mehr.

Dann nehmen wir doch vielleicht mal ein paar Projekte, die verwirklicht wurden.

Wir haben in Braunlage etliche Projekte begleitet, zum Beispiel das Echtzeit-Projekt (Lifestyle-Hotel, Anmerkung der Redaktion). Weniger Unterstützungsbedarf gab es natürlich in der Corona-Zeit, aber davor hatten wir in manchen Jahren bis zu 25 Förderfälle. Das ist für unsere Region sehr, sehr viel. Wir profitieren von einem Programm, das für strukturschwache Regionen in Niedersachsen aufgelegt wurde. Dazu gehört der Landkreis Goslar. Mindestens 50 Prozent der Projekte sind im touristischen Bereich angesiedelt. Das Ettershaus in Bad Harzburg ist ein weiteres Projekt. Auch in Hahnenklee haben wir etliche Hotelprojekte betreut.
Wir haben ein eigenes Fachteam, denn es ist unser oberstes Ziel, dass die Anträge erfolgreich sind. Und dazu muss man gute, überzeugende Anträge stellen. Unsere Aufgabe besteht bildhaft ausgedrückt darin, die Braut so hübsch wie möglich zu machen, um dadurch die Förderchancen zu erhöhen.
Aber wir sagen manchmal auch ehrlicherweise: Da sehen wir keine Chancen. Wir sind stolz darauf, dass wir sechs Jahre lang keinen einzigen Ausfall hatten, also jeder von uns begleitete Förderantrag erfolgreich ins Ziel gekommen ist.
Was die Anzahl an erfolgreichen Förderanträgen angeht, wäre ich zufrieden, wenn wir in diesem Jahr bei zwölf bis dreizehn Fällen landen. Letztes Jahr waren es nur sieben. Auch da schlägt die Konjunktur durch. Aber es gibt Themen, die zünden, die haben dann auch Zukunft.

Welche Themen wären das zum Beispiel?

Themen rund um die Mobilitätswende, vorrangig Elektroantrieb und da speziell Batterien. Wir betreuen beispielsweise einen Ansiedlungsfall – ein Unternehmen im Bereich der Batterieproduktion, das wir für unsere Region gewinnen wollen. Aber auch dann, wenn Elektroautos in die Jahre kommen, ergibt sich eine Fragestellung, die für unsere Region sehr spannend ist: Was mache ich mit den Batterien? Ein Ansatz, der zum Beispiel auch vom Fraunhofer Institut in Goslar verfolgt wird, strebt an, diese Batterien durch Auffrischung noch mal nutzbar zu machen.
Beim Ansatz Second-Life-Batterien geht es also darum, Batterien über ein Lifting noch ein zweites Mal zu nutzen, bevor man sie ins Recycling bringt, um dann erst die Wertstoffe wieder rauszuholen. „Second Life“ wird als Thema aktuell, wenn die ersten Batterien aus den Autos wieder rauskommen. Das hat Potenzial für die Zukunft und wird schon jetzt von verschiedenen Investoren in den Blick genommen.

Und da gibt es eine Firma, die Interesse hat, sich in der Region anzusiedeln?

Genau. Die Firma sieht hier in der Region Potenzial, weil wir die entsprechende Forschung dazu am Fraunhofer Institut und beim EST der TU Clausthal (Energiespeichertechnologie-Forschung, Anm. der Redaktion) haben, beides verortet auf dem Energie-Campus in Goslar. Es gibt hier die wissenschaftlichen, aber auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, um aus dem Thema Second-Life-Batterien etwas zu machen.

Bei der Wiederverwertung hat sich der Harz ja bereits einen Namen gemacht.

Ja stimmt, eine Kernkompetenz der Region liegt beim Recycling wirtschaftsstrategischer Metalle, auch bekannt unter dem sicher nicht ganz richtigen Stichwort „Seltene Erden“. Es wird immer wichtiger, dass man diese zurückgewinnt. Allein die Ansiedlungsverfahren rund um das Recycling von Nichteisen-Metallen sind hochkomplex und langwierig, nicht zuletzt wegen der aufwendigen Genehmigungsverfahren.

Wie lange zieht sich eine Neuansiedlung eines Unternehmens im Regelfall hin?

Eine konkrete Aussage dazu ist nicht möglich. Jeder Fall ist anders. Die Genehmigungsverfahren nach dem Bundesimmissionsschutzgesetz werden in erster Linie durch das Gewerbeaufsichtsamt Braunschweig als federführende Landesbehörde durchgeführt. Da sind wir als Wirego raus. Wir sind davor im Einsatz, indem wir die Region als Standort ins Spiel bringen und deren Vorzüge aufzeigen: Hier am Standort hast du weitere Partner, kannst dich in einem Netzwerk, wie beispielsweise Rewimet (Recycling-Cluster wirtschaftsstrategische Metalle, Anm. der Redaktion), organisieren, hier hast du die TU Clausthal vor Ort, die neben dem wissenschaftlichen Know-how auch die benötigten Fachkräfte für dich produziert.
Und wir können bei der Finanzierung durch die Beantragung öffentlicher Mittel helfen. Wir haben zwar Wirtschafts- und Technologieberater im Haus, sind aber im Genehmigungsverfahren, das je nach Komplexität des Vorhabens auch mal zwei Jahre oder länger dauern kann, nur ein begleitender Faktor.

Die Ansiedlung attraktiver Unternehmen ist sicherlich das Salz in der Suppe für jeden Wirtschaftsförderer. Welche Aufgaben haben Sie noch?

Es gibt drei Kundengruppen bei der Wirego und damit auch drei wesentliche Aufgabenbereiche. Dazu gehört die Bestandspflege, also die Betreuung von ansässigen Unternehmen. Dann kommt die Gründungsberatung. Und der dritte Bereich ist die Ansiedlungsbetreuung – beziehungsweise im Vorfeld das Standortmarketing.

Wie sieht das Standortmarketing konkret aus?

Ich nenne mal ein Beispiel: Wir haben den Energie-Campus in Goslar. Da haben wir als Wirtschaftsförderer vor Jahren schon überlegt: Können wir daraus nicht eine Geschichte stricken, die wir nach außen tragen können? Und herausgekommen ist dabei der Batterie-Sicherheitscampus Deutschland. Entwickelt wurde eine Internetseite, die über die Forschung und das Testzentrum am Standort umfassend informiert. Diese Seite erscheint unter dem Suchbegriff Batteriesicherheit bei Google seit Jahren als erster Treffer und hat zu einer Vielzahl von Anfragen geführt.

Bei dem Thema fällt einem sofort der abgebrannte Frachter in der Nordsee ein, bei dem die Batterie eines E-Autos die Ursache gewesen sein soll.

Ich kenne einen Fall, da ist es in Hannover wegen einer Fahrradbatterie zu einem Brand in einem Parkhaus gekommen – Batteriesicherheit ist der Schlüssel für viele neue Produkte, die entwickelt werden. Was uns durch das Marketing gelungen ist: Die Kompetenz, die schon da war, sichtbar zu machen. Wir haben gar nichts Neues gemacht. Mit vielleicht vier oder fünf Sitzungen und einer neuen Internet-Seite, die uns nicht viel Geld gekostet hat, haben wir erfolgreiches Standort-Marketing betrieben. Wenn Sie mit dem Slogan werben, wir liegen im Herzen von Europa, dann ist das geographisch betrachtet zwar richtig, aber hochgradig langweilig.

Welche Dienstleistungen bieten Sie im Bereich der Bestandspflege an?

Im Bereich der Unternehmensbetreuung bieten wir Beratungen unter anderem zu den Themen Investition, Innovation und Technologie, Fachkräfte, Fördermittel, Immobilienservice und Genehmigung an. Dabei agieren wir als Wirtschaftsförderer ähnlich wie ein Hausarzt. Auch wir fragen, wo der Schuh drückt, und leiten immer dann, wenn wir fachlich, rechtlich oder personell an unsere Grenzen kommen, an einen Spezialisten weiter. Aber wir behalten – genauso wie der Hausarzt den Patienten – das Unternehmen weiter im Blick. Insofern sehen wir uns als wichtigen Knotenpunkt in der Unternehmensbetreuung. Aber es gibt einen Unterschied zum Hausarzt: Bei uns wird im Regelfall keine Rechnung gestellt. 99 Prozent unserer Leistungen sind kostenfrei.

Sind die Gesellschafter der Wirego so großzügig?

Ja, unsere Gesellschafter versetzen uns mit ihren finanziellen Beiträgen in die Lage, unsere Leistungen kostenfrei abzugeben. Zudem leisten wir aber auch unseren eigenen Beitrag zur Finanzierung. Wir haben mittlerweile so viel Erfahrung gesammelt, dass wir manche unserer Dienstleistungen nicht nur für Unternehmen im Landkreis Goslar anbieten, sondern gegen Rechnung auch an Dritte. Ein Beispiel dazu: Irgendwann kam der Landkreis Osterode, den gab es damals noch, auf uns zu und fragte: Könnt ihr nicht auch unsere Unternehmen im Bereich Technologie und Innovation beraten? Da haben wir einen Kooperationsvertrag geschlossen, und die Osteröder haben gezahlt. Inzwischen sind wir für diese Thematik Dienstleister für mehrere Landkreise im Süden Niedersachsens. Wir haben daraus ein Geschäftsmodell entwickelt. Unsere Kunden vor Ort zahlen nichts, profitieren aber davon, dass wir darüber unsere finanzielle und damit personelle Ausstattung verbessern.

Fortsetzung auf Seite 4

„Wir blicken auch über den Harzrand hinaus“

Dr. Jörg Aßmann (links) im Gespräch auf der Expo Real 2023 in Hannover. Regionalmarketing und Ansiedlung – unter diesen beiden Themen stehen die geplanten Beteiligungen der Wirtschaftsregion Goslar (Wirego) an zwei Messen im Jahr 2024. *Foto: Wirego*

Fortsetzung von Seite 3

Herr Dr. Aßmann, welche Bedeutung hat das Thema Nachfolge beziehungsweise Betriebsübernahme bei der Beratung?

Die Nachfolge-Beratung wird immer wichtiger. Wenn nicht Kinder oder Mitarbeiter die Firma übernehmen, versuchen wir, potenzielle Nachfolger ins Spiel zu bringen. Wir blicken dabei über den Harzrand hinaus. Wir wollen die wenigen Menschen, die sich noch unternehmerisch engagieren wollen, hierher holen. Aber selbst wenn es einen Nachfolger gibt, dann muss dieser eine Finanzierung stemmen. Er muss den Laden kaufen. Im Regelfall ist eine Bestandsgründung sinnvoller, da ein Geschäftsmodell bereits funktioniert. Oft ist es besser, als auf der grünen Wiese zu planen, weil da das Risiko höher ist. Zudem sind bei einer Firmenübernahme Fachkräfte schon da.

Wobei wir beim Thema Fachkräftemangel wären. Welche Branchen sind denn im Harz hauptsächlich betroffen?

Der Fachkräftemangel ist ein branchenübergreifend relevantes Problem. Wir haben im Landkreis Goslar natürlich besonders in der Pflege und auch im touristischen Bereich einen Mangel. Aber auch das Handwerk und die öffentliche Verwaltung haben große Probleme, neue Kräfte zu finden. Der Fachkräftemangel betrifft Deutschland insgesamt, aber als Region mit einem starken demographischen Wandel sind wir nochmals stärker davon betroffen als andere Regionen. Und dazu gesellt sich in unserer Region noch ein Mangel an Unternehmertum.

Aber in Clausthal gibt es doch das Gründungszentrum. Geht daraus nicht der eine oder andere Jungunternehmer hervor?

Alleine über ein neues Gründungszentrum lassen sich keine Jungunternehmer zusätzlich produzieren. Wir versuchen vielmehr über ein vielfältiges Unterstützungsprogramm das Gründungspotenzial in der Region zu stärken. Das Gründungszentrum ist nur eine Facette davon. In dem im Oktober 2022 eröffneten Gründungszentrum arbeiten wir eng mit dem Gründungsservice der TU Clausthal zusammen, kümmern uns gemeinsam um Ausgründungen. Neben einem engmaschigen Beratungsnetzwerk, einer Vielzahl von Veranstaltungen sowie einem Mentoring-Netzwerk bieten wir – wahrscheinlich einmalig im Bereich der Wirtschaftsförderung in Deutschland – sogar eigenes Venture-Kapital für Neugründungen und KMU (kleine und mittlere Unternehmen; Anmerkung der Redaktion) an. Aber obwohl wir für interessierte Gründer in den letzten Jahren das Angebot noch einmal deutlich verbessert haben, müssen wir feststellen, dass wir gewissermaßen mit Kanonen auf Spatzen schießen.

Und was heißt das?

Das heißt, die Nachfrage nach unserem Angebot ist im Moment viel zu gering. Wir haben aber insgesamt eine schwache Gründungsdynamik in Deutschland. Das hat mit dem relativ robusten Arbeitsmarkt zu tun. Und das hat mit der Generation Z zu tun und der allgemeinen Risiko-Aversion in Deutschland. Dabei steckt in jeder Uni Deutschlands viel Gründungspotenzial. Die Frage ist nur, wie wir dies heben können. Wir müssen also was machen, um überhaupt erst mal Gründungsinteressierte zu produzieren. Um das Gründerzentrum in Clausthal selbst müssen wir uns keine Sorgen machen. Da liegen wir schon im zweiten Jahr bei einer sehr guten Auslastung von deutlich über 90 Prozent.

Ist die Risiko-Aversion eine Folge der Corona-Zeit? Wirtschaftsexperten hatten prophezeit, dass die Zahl der Insolvenzen danach ansteigen werde. Welche Beobachtungen machen Sie im Harz?

Die prognostizierte Insolvenzwelle ist bis heute noch nicht eingetreten. Das ist die gute Nachricht.

Und was ist in diesem Zusammenhang die schlechte Nachricht?

Es deutet sich ein Trend an, dass einige Unternehmen in Schieflage geraten werden. Das bedeutet nicht gleich, dass diese insolvent werden. Die schwache Konjunktur und die hohen Energiepreise spielen dabei eine wesentliche Rolle. Unsere Unternehmen agieren unter sehr, sehr schweren Vorzeichen – gerade wenn ich an energieintensive Branchen wie etwa die Chemieindustrie denke.

Die Chemie ist eine Schlüsselindustrie in der Harzregion: Wie sieht es dort aus?

Wie gesagt, die Chemie ist eine sehr energieintensive Industrie, und Deutschland ist ein Hochlohnstandort. Beides wird nicht gleich dazu führen, dass ganze Standorte ins Ausland verlagert werden. Aber man wird in den ausländischen Konzernzentralen darüber nachdenken, ob man die nächste Investition in Langelsheim und Oker tätigt oder ob man für einen neuen Produktionszweig nicht lieber in Vietnam, Südkorea oder China investiert. Oder auch in den USA oder Kanada, weil die Kostenstrukturen dort vorteilhafter sind. Das wären dann eher potenzielle Arbeitsplätze, die unserer Region verloren gingen. Auch der Fachkräftemangel spielt zunehmend bei Investitionsentscheidungen eine Rolle. Bei den Ausbildungsplätzen sieht es kaum besser aus: Nicht nur die Zahl der Bewerber geht zurück; leider lässt auch die Qualität nach.

Das hört man aus vielen Branchen, oder?

Generation Z verursacht mitunter ein gewisses Stirnrunzeln. Aber wir müssen uns wohl auf die veränderten Ansprüche in puncto Work-Life-Balance einstellen. Denn wir können uns keine Fachkräfte schnitzen. Es gibt mittlerweile viele Ansätze, um neues Personal zu rekrutieren. Als Beispiel nehme ich mal das Studienabbrecher-Projekt. Die Idee dahinter ist, Studienabbrechern in der Region eine zweite Chance zu bieten – in der beruflichen Ausbildung. Ein hoffnungsvoller Ansatz mit guten Ergebnissen. Leider ist die Förderung dieses Projekts mit öffentlichen Mitteln inzwischen ausgelaufen. Auf vielen Ebenen versucht man inzwischen, Fachkräfte zu gewinnen.

Der Rückkehrertag gehört auch dazu. Was kommt dabei heraus?

Den Rückkehrertag veranstalten wir zusammen mit Rewimet und dem Wirtschaftsnetzwerk „pro Goslar“. 2022 haben wir ihn zum ersten Mal angeboten: Einen Tag nach Weihnachten – ein schwieriges Datum.

Aber eigentlich nicht schlecht gewählt, oder?

Es gibt tatsächlich keinen anderen Tag, der Sinn macht, um Menschen anzusprechen, die einen Bezug zur Region haben, etwa weil sie hier geboren und aufgewachsen sind, aktuell aber nicht hier leben und arbeiten.

Aber Weihnachten sind alle zu Besuch bei ihren Eltern?

Beim ersten Mal gelang es noch nicht, die große Masse an Besuchern für den Rückkehrertag zu generieren. Da waren nur die Unternehmen gut vertreten. Beim zweiten Mal, also 2023, haben wir die Besucherzahl mehr als verdreifacht. Rund 500 Besucher waren da.
Das Problem im zweiten Jahr: Auf Unternehmensseite gab es deutlich weniger Aussteller, vermutlich aufgrund der überschaubaren Resonanz im ersten Jahr. Es war ein Lernprozess für uns alle. Wir wollen dieses Jahr auf jeden Fall noch einen dritten Versuch starten, dann hoffentlich mit vielen Ausstellern und vielen Besuchern.

Die Wirego dreht bei der heimischen Wirtschaft bereits an vielen Stellschrauben. Wo knirscht es noch im Getriebe?

Wir müssen noch mal mehr für die Energieberatung tun. Die großen Unternehmen können das sicherlich selbst. Ich denke dabei mehr an den Mittelstand, insbesondere auch im touristischen Bereich.
Da gibt es noch viel Einsparpotenzial. Aktuell bitten wir unsere Gesellschafter, für die Energieberatung zusätzliche Mittel bereitzustellen.

Der „Rückkehrertag“ bringt Unternehmen und Institutionen direkt mit Bewerbern in Kontakt – wie hier bei der ersten Auflage 2022 im Goslarer Kreishaus. *Foto: Privat*

Goslars Oberbürgermeisterin Urte Schwerdtner und Professor Andreas Rausch, Chef des Institus „Digital Technologies“,begrüßen die Studierenden zum Start des Sommersemesters 2024 am Energie-Campus. *Foto: Ross*

Volksbank Nordharz bilanziert gutes Jahr 2023

Zinsergebnis und operativer sind Gewinn gestiegen – Rückgang in der Bilanzsumme – Dividende Ivon 4,2 Prozent

Von Jörg Kleine

Die Volksbank Nordharz zieht zufrieden Bilanz für das Geschäftsjahr 2023. Deutliche Wertberechtigungen auf Kapitalanlagen aus dem Vorjahr sind verdaut, beim operativen Ergebnis verzeichnet die heimische Genossenschaftsbank ein deutliches Plus. Die Überschüsse sollen zum großen Teil ins Eigenkapital fließen.

Das Geschäftsjahr war kein „Schlaraffenland“, aber „nichtsdestotrotz war 2023 für uns ein gutes Jahr“, resümiert Volksbank-Vorstand Markus Creydt. Das operative Betriebsergebnis stieg um sechs Prozent auf rund drei Millionen Euro. Das Zinsergebnis – also die Differenz aus Kredit- und Anlagezinsen – als wichtige Ertragsquelle der Banken stieg von 7,0 auf 7,8 Millionen Euro.

Die Turbulenzen durch rapide gestiegene Zinsen hatten der Volksbank Nordharz im Geschäftsjahr 2022 noch heftig ins Kontor geschlagen. Mehr als sieben Millionen Euro an Wertberechtigungen schrieb das heimische Kreditinstitut in der Vorjahresbilanz ab. Es ging um festverzinsliche Wertpapiere, deren Kurswert durch steigende Zinsen deutlich gesunken war (wir berichteten). Im Gegenzug schmolzen mehr als fünf Millionen Euro aus der Eigenkapitalreserve dahin.

Allerdings: Die Geldanlagen waren nicht verloren – und das Folgejahr 2023 lief deutlich besser. Dabei hat die Volksbank die Kapitalanlagen teils auch umgeschichtet, schildert Vorstand Peter Buikis. Statt Abschreibungen wie im Vorjahr ergaben sich unterm Strich wieder Wertzuwächse – rund 800.000 Euro Zuschreibungen. Operatives Ergebnis plus Zuwächse bei den Wertpapieren addieren sich auf rund 3,8 Millionen Euro. Davon sollen in der Bilanz rund 3,3 Millionen wieder in die Eigenkapitalpositionen zurückfließen.

So weist die Gewinn- und Verlustrechnung einen Überschuss von rund 500.000 Euro aus – nach knapp 250.000 Euro noch im Vorjahr.

Aus dem Überschuss will die Volksbank abermals 4,2 Prozent Dividende an die Mitglieder auszahlen – rund 181.000 Euro. Die verbleibenden rund 300.000 Euro sollen in die Rücklagen fließen.

Aufsichtsratswahl

Entscheiden wird darüber die Vertreterversammlung, die am 7. Mai im Goslarer Hotel „Achtermann“ tagt. Dabei stehen auch turnusgemäße Neuwahlen an: Aufsichtsratschef Dirk Walter und seine Stellvertreterin Dr. Eva Helmold-Kaselowsky kandidieren für eine Wiederwahl, signalisiert Walter. Der weitere Blick in das Zahlenwerk der Volksbank fürs Geschäftsjahr 2023: Die Bilanzsumme sank im Vergleich zum Vorjahr von 415 auf 397 Millionen Euro. Größte Position blieben dabei die Kundeneinlagen mit 326 Millionen, die 2023 um rund 20 Millionen Euro gesunken sind.

Die 20 Millionen haben sich allerdings nicht in Luft aufgelöst, sondern flossen vielfach in andere Kapital- und Geldanlagen, die nicht in der Bilanz auftauchen. Dazu gehören beispielsweise Fonds der genossenschaftlichen DZ Bank. So betreut die Volksbank Nordharz insgesamt 582 Millionen Euro an Kundeneinlagen, macht Markus Creydt deutlich – ein Wachstum von 2,13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Schwierig war das Umfeld im Kreditgeschäft, das 2022 noch ein sattes Plus von 6,8 Prozent auf 171 Millionen Euro zeigte. 2023 standen 167 Millionen Euro zu Buche. Angesichts gestiegener Hypothekenzinsen und Energiekosten war besonders bei Baukrediten Zurückhaltung angesagt.

Das erste Quartal 2024 zeige indes wieder „eine erfreuliche Entwicklung“, erklärt Buikis.

Sie zufrieden Bilanz bei der Volksbank Nordharz für 2023: Vorstand Markus Creydt, Aufsichtsratsvorsitzender Dirk Walter und Vorstand Peter Buikis (v.l.). *Foto: Kleine*

12.200 Mitglieder

Bestätigt sieht sich die Genossenschaftsbank in ihrer regionalen Verankerung. 2023 kamen 200 neue Mitglieder hinzu, erklärt Creydt. Die Mitgliederzahl liegt damit insgesamt bei knapp 12.200. Mehr als 6200 Kundengespräche im Jahr sind für den Vorstand „Beweis dafür, dass ein regionales Geschäft funktioniert“ – bei allem Online-Wettbewerb im Bankensektor. Auch am Geschäftsstellennetz will die Volksbank festhalten.

Großes Lob zollt der Vorstand den rund 90 Mitarbeitern, darunter aktuell vier Auszubildende.

25 Jahre relexa hotels
Die feine Art
Braunlage
Natürlich. Anders.

Herzlich willkommen bei uns in Braunlage!

Tagen Sie mit frischer Harzluft!

Ihre Ansprechpartnerin: Jana Schnitzer | Veranstaltungsleiterin
Tel. 05520 807-0 | veranstaltung.braunlage@relexa-hotel.de
Buchen Sie **unsere attraktiven Tagungsangebote** direkt bei uns unter:
www.relexa-hotel-braunlage.de

Durch den Klimawandel deutlich mehr in den Fokus gerückt, gewinnt das Thema Nachhaltigkeit im Harz schon seit Jahren stetig an Bedeutung. „Ein nachhaltiger Harz ist durchaus kein Hexenwerk, wir können das sehr gut“, erklärt Carola Schmidt, Geschäftsführerin des Harzer Tourismusverbandes (HTV) dazu. *Fotos: Frank Drechsler*

Nachhaltiger Harz, das ist kein Hexenwerk

Geschäftsführerin Carola Schmidt erklärt die ökologisch-ökonomischen Prinzipien des Harzer Tourismusverbandes – Drei Säulen als Grundlage

Von Frank Drechsler

Klimawandel, Trockenperioden, Waldsterben – besonders im Harz sind die daraus entstandenen Auswirkungen hautnah zu spüren und auch sehr deutlich zu sehen. Kein Wunder, dass Nachhaltigkeit vielerorts nun mehr als bisher in aller Munde ist. Beim Harzer Tourismusverband spielt das schon seit Langem eine große Rolle. Der Harz und seine Bewohner können ja bekanntlich viel bewegen. Vor allem in Sachen Tourismus hat sich über die Jahre viel getan.

Rund zehn Millionen Übernachtungen werden hier pro Jahr verzeichnet. Und damit gehört der Harz zu den ganz großen Tourismusdestinationen Deutschlands. Die allermeisten Gäste, die den Harz besuchen, sind übrigens Deutsche. Sehr viele kommen aus den großen Städten wie Berlin und Hamburg, aber auch in Nordrhein-Westfalen ist der Harz sehr beliebt. Was die Geschäftsführerin vom Harzer Tourismusverband (HTV), Carola Schmidt, besonders freut: „Beim Urlaub im Harz hinterlassen die Gäste nun mal einen deutlich geringeren Fußabdruck, als wenn sie in die Karibik fliegen würden. Das kann man als Argumentation für einen Urlaub hier in der Region sehr gut nutzen, wenn man den Harz als touristischen Wirtschaftsfaktor weiter voran bringen möchte“, betont Schmidt.

Erfolg spricht für sich

Aber nicht nur deshalb spiele hier der Nachhaltigkeitsgedanke schon seit Längerem eine große Rolle. Nachhaltigkeit beziehe sich dabei auf drei Säulen: die soziale, die ökologische und die ökonomische Nachhaltigkeit. Nur in diesem Mix lasse sich zukunftsorientiert handeln und langfristig ein gesunder Mehrwert des Tourismus für Natur und Einheimische in der Region schaffen. Dessen ist sich Carola Schmidt sicher: „Ein nachhaltiger Harz ist durchaus kein Hexenwerk, wir können das sehr gut“, findet die HTV-Chefin.

Unter dem Dach des HTV sind zurzeit rund 300 Mitglieder und Partner – darunter die Harzlandkreise, Städte und Kommunen, Beherbergungsbetriebe sowie touristische Einrichtungen vereint. Hinzu kommen weitere am Tourismus beteiligte Unternehmen wie Druckereien und Agenturen, aber auch Banken.

Der HTV als Dachorganisation im Harz-Tourismus sieht primär seine Aufgabe im wirkungsvollen Destinationsmanagement. Dabei ist er auf eng verzahnte Kooperationen mit Kommunen und Leistungsträgern angewiesen und arbeitet unter dem Motto „Nachhaltiger Harz – kein Hexenwerk“ mit allen gemeinsam daran, das nachhaltige Angebot in der Region zu erweitern. Mit einem eigens für den Harz und seine Tourismusakteure konzipierten Nachhaltigkeitskonzept ist dafür der Grundstein gelegt worden. Der Erfolg vieler darin enthaltener Projekte spricht schon jetzt für sich.

Zu den Paradebeispielen gehört zweifellos die Regionalmarke „Typisch Harz“. Ursprünglich sollten damit die regionalen Wirtschaftskreisläufe der Region befördert und gestärkt sowie die Charakteristik der Region für die touristischen Angebotsstrukturen genutzt und eingebettet werden.

„Regionale Produkte geben auch dem Harz ein ganz besonderes Gesicht. Das Label wird an Betriebe vergeben, die hier – im Kreisgebiet der Landkreise Harz, Mansfeld-Südharz, Goslar, Altlandkreis Osterode am Harz und Nordhausen – ansässig sind und produzieren. Mittlerweile gehören nicht nur kulinarische, sondern auch handwerkliche Produkte dazu“, erklärt die HTV-Chefin.

Die Vergabe des Labels erfolge in neun verschiedenen Produktgruppen, für die jeweils eigene Kriterien definiert sind. Dabei wird das Label für den Zeitraum von drei Jahren verliehen. Unterschieden werden die Produktgruppen in Fisch, Fleisch oder Wild, verarbeitete oder veredelte Lebensmittel sowie handwerkliche oder touristische Produkte, aber auch gastronomische Betriebe sowie Gerichte. Insgesamt sind zurzeit mehr als 650 Produkte von mehr als 60 Produzenten mit dem Label ausgezeichnet.

Bei „Typisch Harz“ stehen Spezialitäten der HTV-Regionalmarke seit sechs Jahren in Harzgerode im Mittelpunkt.

Seit sechs Jahren ist der „Typisch Harz“-Markt fester Bestandteil im Veranstaltungskalender der Stadt Harzgerode. Marco Fiedler aus Timmenrode war zum zweiten Mal mit seiner Harzer Edelbrand Manufaktur dabei.

Mobilität im Fokus

Im Harz könne zwar noch lange nicht alles unter dem Label nachhaltig angeboten werden, es gebe aber bereits sehr viele schöne Beispiele. HATIX gehöre dazu, erläutert Schmidt. „Neben dem Genießen steht vor allem auch die Mobilität ganz vorn im Fokus der Nachhaltigkeit. 2010 ins Leben gerufen, gilt HATIX, das Harzer Urlaubsticket, als Fahrschein in allen öffentlichen Bussen und Straßenbahnen in den Landkreisen Harz, Mansfeld-Südharz – und seit 2020 auch in den Landkreisen Goslar und Göttingen. So können Gäste im Harz auch ohne Auto mobil sein. Es gibt ein umfangreiches Netz an Buslinien und Regionalbahnen, die um den Harz herum jeden größeren Ort erreichen. Natürlich eignen sich auch die Dampfzüge der Harzer Schmalspurbahnen vorzüglich.

Die Fahrpläne sind dabei auf Wanderer abgestimmt. „Man kann sein Auto einfach stehen lassen, und viele Start- und Zielpunkte für attraktive Wander- und Erlebnistouren sowie touristische Highlights bequem mit dem Linienbus erreichen – ganz ohne Parkplätze suchen zu müssen. „Wir werden das künftig noch stärker in der Vermarktung fokussieren, damit dieses Angebot noch mehr genutzt wird. In ein paar Jahren werden solche Dinge als Basisangebote ganz selbstverständlich sein“, versichert Schmidt.

An jeder Ecke Geschichte

Diew Welterbestadt Quedlinburg wartet mit einzigartigen Sehenswürdigkeiten auf

Von Frank Drechsler

In Sachen Geschichte ist das am Harzrand gelegene Quedlinburg eine Stadt der Superlative: Fast an jeder Ecke wartet die Fachwerkstadt mit Sehenswürdigkeiten, Denkmälern und einzigartigen Einrichtungen auf. Daher wurden am 17. Dezember 1994 auch der Stiftsberg mit Stiftskirche und Schloss, das Westendorf, die Altstadt und die Neustadt, der Münzenberg sowie St. Wiperti durch die Unesco zum universellen Erbe der Menschheit erklärt. Quedlinburg steht seitdem auf der Liste des Weltkulturerbes.

Der außergewöhnliche, universelle Wert der Welterbestadt Quedlinburg fußt auf ihrer besonderen Bedeutung als einflussreiche Stätte deutscher Historie sowie als herausragendes Denkmal der Stadtbaugeschichte. Eines der bedeutendsten Bauprojekte im Unesco-Welterbe ist der Stiftsberg mit Stiftskirche und Schloss. Der Stiftsberg überragt die Stadt und ist zugleich der Kern des Unesco-Weltkulturerbes Quedlinburg.

Mit seinem beeindruckenden Ensemble aus Schloss und Stiftskirche ist er einer der wichtigsten Orte deutscher und europäischer Geschichte. König Heinrich I. baute ab 919 Quedlinburg zu einem Zentrum frühottonischer Macht aus und wurde auf eigenen Wunsch 936 in seiner Lieblingspfalz Quedlinburg bestattet. Der Stiftsberg ist der Memorialort für König Heinrich I. und seine Gemahlin Mathilde. Königin Mathilde und Otto I. gründeten hier ein freiweltliches reichsunmittelbares Damenstift für die Memoria Heinrichs I. Das Damenstift spielte später eine entscheidende Rolle im politischen und geistlichen Gefüge der ottonischen und salischen Herrschaft. Das Stiftskapitel lenkte zudem über 800 Jahre die Geschicke des Ortes Quedlinburg und der Region, bis es 1803 aufgehoben wurde. Die Stiftskirche St. Servatii mit ihrer romanischen Krypta und die Reste des ottonischen Palas im Untergeschoss des Quedlinburger Schlosses wie auch der Domschatz geben heute Zeugnis von dieser glanzvollen Vergangenheit.

Sieben Türme

Auf dem Burgberg Quedlinburg ist im Schlossmuseum in einem der Ausstellungsräume ein überdimensionaler Holzkasten zu sehen. Fest zusammengefügte, dicke Holzplanken, eine kleine Tür und ein winziges Fenster, das nur einen Blick in das kärgliche Innere zulässt, lassen Bedauern mit jedem ehemaligen Insassen aufkommen.

Das Stift Quedlinburg hatte dabei von jeher einen Schutzvogt. Um die Belehnung der Schutzgerechtigkeit und die damit verbundenen Vorteile kam es immer wieder zu Streitigkeiten. Im 14. Jahrhundert brachen diese offen zwischen dem Grafen Albert von Regenstein und dem Bischof von Halberstadt aus. Letzterer konnte die Bürger der Stadt Quedlinburg für sich gewinnen. Die Regensteiner, darüber erbost, besetzten die Höhen um Quedlinburg, ebenso das Wiperti-Kloster und störten das Leben der Quedlinburger sowohl durch Angriffe und Raub, wo sie es nur konnten.

Obwohl sich die Regensteiner mit den Grafen von Anhalt, Mansfeld und Hohenstein verbündet hatten, kämpften die Quedlinburger mit Halberstädter Unterstützung am 7. Juli 1336 erfolgreich um ihre Befreiung und konnten den Grafen Albert gefangen nehmen. Er sollte hingerichtet werden, doch das kaiserliche Urteil wurde unter einer Bedingung umgewandelt: Er solle die Stadtmauern mit seinem Geld ausbessern und sieben Türme in der Stadt erbauen. Zur weiteren Strafe saß der Graf über ein Jahr in einem käfigähnlichen Kasten, hier musste er Spott und Häme der Bürger aushalten. Von den Türmen sind noch vier erhalten, und der schaurige Raubgrafenkasten ist im Schlossmuseum zu sehen.

Die Stiftskirche St. Servatii wurde im frühen 10. Jahrhundert durch König Heinrich I. als Pfalzkapelle gegründet und gilt als das Herzstück der Unesco-Welterbestadt Quedlinburg. Auf Betreiben seiner Witwe, der heiligen Mathilde, entstand an dieser Stelle ein hochadeliges Damenstift, das auf das Engste mit den ottonischen und salischen Herrscherfamilien verbunden war und die liturgische Erinnerung an den Königsgräbern pflegte.

Hochromanische Architektur und mittelalterliche Schatzkunst laden zum Entdecken ein und lassen den Ort der ersten deutschen Könige und Kaiser lebendig werden. König Heinrich I. und seine Gemahlin Mathilde legten hier den Grundstein für die Entwicklung von Stift, Stadt und Staat. Die Tradition der Ottonen, nach Quedlinburg zu kommen, pflegten auch spätere Kaiser. Der weltberühmte Schatz der Kirche

Stiftsberg mit Stiftskirche und Schloss in Quedlinburg. *Foto: Drechsler*

ist bis heute beeindruckendes Zeugnis dieser reichhaltigen Geschichte und ein hervorragend erhaltenes Ensemble mittelalterlicher Schatzkunst. Die Reliquien, ihre kostbaren Behältnisse und vor allem auch die einzigartigen Handschriften dienten vor allem der Liturgie. Neben Skulpturen und Tafelmalereien haben sich einzigartige Goldschmiedearbeiten, feine Schnitzereien aus Elfenbein und strahlende Werke orientalischer Kristallschneidekunst erhalten.

Fachwerkbaukunst,

Zu den Besuchermagneten gehören selbstverständlich ebenso die mehr als 1300 Fachwerkhäuser der Stadt. Um deren Geschichte, Bau und Entwicklung über die Jahrhunderte zu dokumentieren, wurde in einem Hochständerbau aus der ersten Hälfte des 14. Jahrhunderts eigens ein Fachwerkmuseum untergebracht. Das Haus selbst ist eines der ältesten deutschen Fachwerkhäuser und das älteste erhaltene in Quedlinburg überhaupt. Die Ständer umstellen den Hauskörper ungeteilt vom Sockel beziehungsweise der Grundschwelle bis zum Dach. Durch die Ständer hindurch sind Deckenbalken „geschossen", die das Haus in zwei Geschosse unterteilen. Herausragende Zapfen mit Holzsplinten sichern gegen Zug- und Schubkräfte.

Im Museum wird über die Geschichte der Fachwerkbaukunst vom 14. bis zum 19. Jahrhundert und über Restaurierungs- beziehungsweise Rekonstruktionsmaßnahmen in der Stadt informiert. Anhand von Modellen wird die Entwicklung des Fachwerkbaus erläutert. Besucher können Kopien von verschiedenartigen Holzverbindungen und Zimmermannswerkzeugen in die Hand nehmen und sich ein greifbares Bild von Handwerkskunst machen.

Das D-Ticket Job!

Mit dem deutschlandweiten Jobticket **sparen** Ihre Mitarbeitenden **mindestens 30 %** gegenüber dem regulären Deutschlandticket.

Eine richtig gute Sache für Ihre Beschäftigten und Sie als Arbeitgeber. **Jetzt** einen Rahmenvertrag mit dem VRB schließen!

So erreichen Sie uns: **job-abo@vrb-online.de** und Telefon **0531 96670808**
Mehr Infos: www.vrb-online.de/job-abo

D-TICKET

Verkehrsverbund Region Braunschweig

1 Jahr D-Ticket Job: Große Nachfrage in der Region

Die Jahresbilanz zum deutschlandweiten Jobticket kann sich im Gebiet des Verkehrsverbundes Region Braunschweig (VRB) sehen lassen: Etwa 5.000 Abonnentinnen und Abonnenten in mehr als 130 Unternehmen unterschiedlichster Branchen, im Handel, in Dienstleistungen und Verwaltungen nutzen für den ÖPNV das Deutschlandticket Job. Jedes sechste Deutschlandticket-Abo im VRB ist inzwischen ein Jobticket.

„Monatlich kommen neue Unternehmen und Abonnent*innen dazu", freuen sich die VRB-Geschäftsführer Jörg Reincke und Ralf Sygusch. Das zeige einmal mehr, wie erfolgreich das Deutschlandticket mittlerweile sei.

Mit dem D-Ticket Job fahren Abonnent*innen besonders günstig mit Bus, Tram und Nahverkehrszügen, denn der Zuschuss der Arbeitgeber*innen beträgt zwischen mindestens 12,25 Euro und dem Vollzuschuss von 46,55 Euro „Das entlastet viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer", betont Reincke. „Gleichzeitig ist dieses Ticket ein großer Beitrag zum Klimaschutz, sind doch viele Neukunden dabei, die jetzt vom Auto auf den ÖPNV umsteigen."
Der Verkehrsverbund selbst gewährt zu jedem Jobticket weitere 5% Nachlass (2,45 Euro).

„Für die Arbeitgeber*innen stellt das Ticket ein weiteres Mittel zur Personalgewinnung und zur Bindung der eigenen Mitarbeitenden dar", ergänzt Sygusch.

Bei der Stadt Braunschweig beziehen seit Anfang Oktober ca. 1.000 Mitarbeitende das Jobticket, das die Stadtverwaltung im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten mit 16,55 Euro bezuschusst. Der für Personal zuständige Stadtrat Dr. Tobias Pollmann hierzu: „Wir freuen uns, dass jeder Vierte unserer mehr als 4000 Beschäftigten dieses Ticket in Anspruch nimmt. Sie alle leisten damit einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz, kommen entspannt an ihren Arbeitsplätzen an, müssen keine Parkplätze suchen und entlasten den Individualverkehr in unserer Stadt. Dafür bezuschussen wir das Jobticket gern."

Geschäftsführer Andreas Benra vom Unternehmen „VolOptimus" in Vechelde finanziert seinen neun Mitarbeitenden das Jobticket sogar komplett. „Die Verkehrswende schaffen wir nur gemeinsam – als Unternehmer ist es mir wichtig hier Verantwortung zu übernehmen. Wir liegen mit unserem Unternehmen im Umland Braunschweigs, unsere Mitarbeitenden kommen aus der gesamten Region.
Mit dem Jobticket unterstützen wir sie bei der Entscheidung, das Auto stehen zu lassen oder sogar abzuschaffen. Zusätzlich ist das Jobticket in Zeiten des Fachkräftemangels ein feines Add-On."

Wie funktioniert das D-Ticket Job?

- Unternehmen und Institutionen schließen mit dem VRB einen Rahmenvertrag. Dieser Service ist kostenfrei.
- Voraussetzungen sind mindestens 5 teilnehmende Beschäftigte sowie ein monatlicher Fahrgeldzuschuss in Höhe von mindestens 25% auf den Ausgabepreis des Deutschlandtickets (in 2024: 12,25 Euro). Der Zuschuss ist steuer- und sozialversicherungsfrei.
- Mit dem bundesweit gültigen Jobticket sparen Beschäftige mindestens 30% zum regulären Deutschlandticket. Denn: Beschäftigte zahlen für ihr Abo maximal 34,30 Euro im Monat.
- Geltungsdauer: Für beliebig viele Fahrten rund um die Uhr, auch in der Freizeit; Abo-Beginn zum 1. eines Monats
- Gültigkeit: Deutschlandweit im Öffentlichen Nahverkehr – in Bussen, Straßen-, S- und U-Bahnen, Nahverkehrszügen in der 2. Klasse
- Erhältlich als Handyticket oder als Chipkarte
- Monatlich kündbares Abo
- Optionale Upgrades für die Mitnahme von Personen/Fahrrad und die Fahrt in der 1. Wagenklasse
- Alle Infos dazu auf: www.vrb-online.de/job-abo
- Kontakt zum VRB für Fragen und zum Abschluss eines Jobticket-Rahmenvertrages:
  - Tel.: 0531 96670808
  - E-Mail: job-abo@vrb-online.de

Der im Winter gut präparierte Schnee auf der Hexenritt-Skipiste am Wurmberg macht Niedersachsens höchsten Berg zu einer Attraktion für Gäste aus nah und fern. *Foto: Eggers*

120 Jahre Werbung für die Urlaubsregion

Harzer Tourismus-Verband feiert runden Geburtstag – Übernachtungszahlen fast wieder auf Vor-Corona-Niveau

Von Petra Hartmann

Schon 120 Jahre wird er alt, der Harzer Tourismus-Verband (HTV). Am 3. März 1904, wurde die Vereinigung als „Harzer Verkehrsverband“ aus der Taufe gehoben. Mit dabei waren 25 Orte, Sitz der ersten Geschäftsstelle war Bad Harzburg. Auf einer Pressekonferenz im Harzburger Sonnenressort Ettershaus blickten Anfang März HTV-Vertreter und Politik zurück und gaben eine kurze Vorschau auf das Fest-Jahr.

Angefangen habe alles mit einem Brief des Rittmeisters (a. D.) und Herzoglichen Badekommissars Ernst Dommes, wie Dr. Alexander Saipa, Landrat des Landkreises Goslar, in einem historischen Abriss erzählte. Dommes sei damals aufgefallen, dass „so wenig oder nichts für die Propaganda des Harzes geschähe“, war in dem Schreiben vom 14. Dezember 1903 zu lesen. Er schlug vor, für den Harz eine „allgemeine Reklame“ in die Wege zu leiten, „wobei natürlich Sonderinteressen von vornherein ausgeschlossen werden müssten“, und lud zu einer ersten Besprechung ein.

Ralf Abrahms, Bürgermeister von Bad Harzburg und dienstältestes Vorstandsmitglied des HTV, blickte mit einiger Wehmut auf die Zeit zurück, in der es eine direkte Zugverbindung von Hamburg nach Bad Harzburg gab und in der man von Bad Harzburg – mit einmal Umsteigen in Köln – nach Paris fahren konnte. Eine bessere Anbindung des Harzes sei unbedingt wünschenswert. Immerhin: Ende der 1920-er Jahre habe es in Bad Harzburg sogar eine regelmäßige Flugverbindung gegeben.

Der Harzturm auf Torfhaus ragt spektakulär in die Höhe. *Foto: Tobias Brabanski*

Wie der Harz als Tourismus-Region aktuell dasteht, machte HTV-Geschäftsführerin Carola Schmidt deutlich. Sie konnte für das Jahr 2023 ausgesprochen gute Zahlen präsentieren. Mit 8,1 Millionen Übernachtungen lag das Jahr um sieben Prozent über dem Vorjahr. Nicht ganz erreicht wurde das „Boom-Jahr“ 2019 – vor der Corona-Zeit. Damals gab es 8,56 Millionen Übernachtungen, also noch fünf Prozent mehr, erklärte Schmidt. Aber die Zahlen der Jahre 2017 und 2018 seien bereits wieder erreicht worden.

Mehr Urlauber

Beim Blick auf die einzelnen Landesteile liegt Sachsen-Anhalt noch rund neun Prozent hinter dem Ergebnis von 2019. Doch sei dies auch dem Rückgang der Betten-Kapazitäten in Sachsen-Anhalt geschuldet. In Niedersachsen liege man nur noch um zwei Prozent unter dem Ergebnis von 2019. „Der Tourismus im Harz hat sich auf einem hohen Niveau stabilisiert“, sagte Schmidt. „Betrachtet man die einzelnen Orte, konnten einige bereits an die Ergebnisse des bis dahin erfolgreichsten Tourismusjahres 2019 anknüpfen.“ Schmidt sprach auch Probleme wie schneearme Winter und den Zustand des Waldes an. Doch hier werde viel getan. Unternehmer würden inzwischen auf andere Aktivitäten setzen. Schnee sei zwar „das Sahnehäubchen“, doch es werde an Alternativen für die Touristen gearbeitet. „Der Waldumbau ist in vollem Gange, und die anfänglichen negativen Reaktionen haben sich in positiven Aktionismus gewandelt“, berichtete sie. „Waldspenden und Pflanzaktionen prägen zunehmend das Geschehen.“

„Der neue Harz“

Für das Jahr 2024 kündigt der HTV zwei Kampagnen – „Wir im Harz“ und „Neuer Harz“ an. Zum einen geht es darum, Menschen im Nahbereich für den Harz, die eigene Heimat, zu interessieren. So solle die eigene Bevölkerung auf Ausflugsmöglichkeiten vor der eigenen Haustür aufmerksam gemacht werden. „Der neue Harz“ soll dagegen Touristen aus weiter entfernten Gegenden anlocken. Die Kampagne spielt mit dem „etwas angestaubten“ Image des Harzes und wirbt augenzwinkernd mit „Neuen Aussichten“, „Neuen Betten“, einem „Neuen Look“ und dem „Neuen Wald“. Geworben wird im Frühjahr im Hamburger Bereich, in einer zweiten Kampagne werden Niedersachsen und Sachsen bespielt, im Herbst stehen der Großraum Braunschweig sowie Hannover im Mittelpunkt.

Schmidt kündigte auch neue Abenteuer der „Brockenbande“ an: Die vier als Hörspiel-Helden bekannten Kinder Luke, Henry, Hanna und Emma, begleitet von dem sprechenden Raben Pjotr, werden für das „Harz-Mountain-Radio“ in diesem Jahr auf neuen Erlebnistouren in den Städten Halberstadt, Quedlinburg und im Gebiet der Stadt Oberharz am Brocken unterwegs sein. In Halberstadt soll es etwa auf eine Rätselwanderung durch den Landschaftspark Spiegelsberge gehen. Über eine App und Infos zum Anhören soll den Kindern zusätzliches Wissen vermittelt werden. In Quedlinburg wird es eine digitale Stadttour zu verschiedenen historischen Persönlichkeiten der Stadt geben. Am Brocken erwarten die jüngeren Gäste außerdem vier neue digitale Erlebnistouren voller Rätsel.

Spektakuläre Aussichten – und nicht in Nepal: Die Titan-Hängeseilbrücke über der Rappbodetalsperre bei Rübeland. *Foto: Harzdrenalin*

In den Wintermonaten haben auch Landwirte aus der Region ganz deutlich ihren Unmut über Politik und Regularien zum Ausdruck gebracht. *Foto: GZ-Archiv*

„Landwirten geht es auch um Wertschätzung“

Im Interview spricht Landwirt Philipp Schilling aus Klein Mahner über die Hintergründe anhaltender Proteste nicht nur der Bauern

Die bundesweiten Proteste der Landwirte richten sich gegen den Abbau von Steuervergünstigungen, Bürokratie und Reglementierungen. In Straßenblockaden und anderen Aktionen haben Bauern dem generellen Unmut auch in anderen Teilen der Bevölkerung Ausdruck verliehen. Die Bundesregierung hat Zugeständnisse gemacht – doch die reichen den Landwirten nicht. Die Streichung von Steuervergünstigungen für Agrarunternehmen wird insbesondere in kleinen und mittelgroßen landwirtschaftlichen Betrieben als ungerecht empfunden. Viele Bauern verschafften bei den Protesten also auch einem grundsätzlichen Unmut Luft. Dazu gehört Landwirt Philipp Schilling, der vor vier Jahren den elterlichen Betrieb in Klein Mahner übernommen hat. Mit ihm sprach GZ-Redakteur Holger Neddermeier.

Herr Philipp, erst einmal grundsätzlich: Wie stellt sich aus Ihrer Sicht aktuell die Lage der Landwirte dar – hier speziell auch im Nordharz?

Das letzte Jahr war geprägt von sehr hohen Niederschlagsmengen, die nicht nur zum Jahresende die Flüsse und Bäche über ihre Ufer gehen ließen, sondern auch schon im Sommer die Weizenernte erschwerten. Die Qualität des Getreides litt dadurch teilweise erheblich. Auch die Zuckerrübenernte und -verladung wurde durch die aufgeweichten Böden wesentlich erschwert. Im letzten Jahr hatten wir 938 Millimeter Niederschlag in Klein Mahner, das sind etwa 50 Prozent mehr als im langjährigen Durchschnitt, und seit Beginn dieses Jahres weitere 77 Millimeter, ein Ende scheint kaum in Sicht. Und die Preise für Weizen und Raps sind seit Mitte 2022 um über 50 Prozent gefallen. Die Kurse notieren aktuell unter den Produktionskosten dieser Früchte. Von daher ist nach den guten Ergebnissen des Vorjahres wieder Ernüchterung eingetreten.

Die Ernte 2023 war aber insgesamt, wenn ich richtig liege, auch für Sie recht gut?

Das stimmt. Die Erträge von Getreide und Zuckerrüben lagen rein mengenmäßig im langjährigen Durchschnitt und bei manchen Betrieben, aufgrund der Trockenheit in den Jahren zuvor, auch deutlich darüber. Allerdings waren die Zuckergehalte in den Rübenkörpern durch die fehlende Sonneneinstrahlung relativ niedrig, sodass der Zuckerertrag pro Hektar etwa im fünfjährigen Durchschnitt liegt. Außerdem hat die große Menge an Futtergetreideimporten, speziell aus der Ukraine, dazu geführt, dass dieses Jahr der Preisunterschied zwischen Brot- und Futtergetreide besonders groß ist. Somit erzielten schlechtere Weizenqualitäten, die durch die nasse Ernte entstanden sind, auch keine guten Preise.

Wie haben Sie die seit Dezember anhaltenden Proteste selbst begleitet – wo waren Sie dabei?

Genau wie viele meiner Berufskollegen habe auch ich mit protestiert. Ich war unter anderem bei Protestaktionen in der Region selbst mit dem Trecker unterwegs, mit den Bussen des Landvolks auf der Großkundgebung in Berlin sowie mit der ganzen Familie bei der Trettreckerdemo in Braunschweig. Außerdem haben wir über unseren Podcast www.agrarmarktpodcast.de und in einem Interview mit „Bauer Willi“ das Thema auch medial begleitet. Die Proteste sind ja weiterhin aktiv, auch wenn aktuell etwas gebremst.

Was ist Ihr spezielles Anliegen in Richtung der Ampelregierung?

Zum einen ist mir unklar, weshalb die Landwirtschaft bei den Haushaltskürzungen überproportional belastet wird, wo doch die Regulationen der letzten Jahre bereits stetig zu einem größer werdenden Wettbewerbsnachteil für unsere Betriebe am Weltmarkt geführt haben. Aus diesem Grund sollte die einseitige Belastung durch die Wegnahme der Agrardieselbeihilfe zurückgenommen werden. Zum anderen wurde nach den großen Bauernprotesten in 2019/20 eine „Zukunftskommission Landwirtschaft“ ins Leben gerufen sowie auch für die Tierhaltung die „Borchert-Kommission“, die einen gesellschaftlichen Konsens für die Landwirtschaftspolitik in Deutschland entwickelt haben. Davon wurde allerdings, trotz des Bekenntnisses der Regierung zu diesen Ergebnissen, bisher nichts umgesetzt.

Würden Sie insgesamt gesehen auch die EU-Regularien eher als das noch größere Problem für die Landwirte in der Region und in Europa sehen?

Aus meiner Sicht ist das zunehmende Mikromanagement in Bezug auf beispielsweise Stilllegungsflächen, Ökomaßnahmen oder Proteinpflanzen der EU-Kommission auf jeden Fall ein Problem. Wenn man die heimische Landwirtschaft immer stärker reguliert und zugleich die Märkte weiter öffnet, dann führt das langfristig zu immer weniger heimischer Lebensmittelproduktion und mehr Importen. Die deutsche Politik ist allerdings auch besonders gut darin, die Auflagen aus Brüssel noch einmal zu verschärfen oder durch nationale Regularien zu ergänzen, sodass wir Landwirte auch im Wettbewerb innerhalb der EU zunehmend unter Druck geraten.

Philipp Schilling

Welche der klaren Forderungen im Zuge der Bauernproteste würden Sie mittragen?

Ganz wichtig wäre die Verschiebung der Kürzung der Agrardieselsubvention, bis es eine echte und vor allem wettbewerbsfähige Kraftstoffalternative für große, landwirtschaftliche Maschinen gibt. Anderenfalls wäre es eine direkte, zusätzliche Belastung der Landwirtschaft ohne Lenkungswirkung. Zudem plädiere ich für eine Entbürokratisierung der Landwirtschaftspolitik. Uns Landwirten muss wieder mehr Vertrauen geschenkt werden, anstatt alles bis ins kleinste Detail dokumentieren und kontrollieren zu müssen. Es gab noch nie eine Generation an Landwirten, die so gut ausgebildet war und denen gleichzeitig solche technischen Möglichkeiten zur Verfügung standen. Glaubt denn ernsthaft jemand, dass bei aktuellen Energie- und Düngerpreisen auch nur ein Kilo zu viel an Dünger und Pflanzenschutz ausgebracht wird als unbedingt nötig?

Also würden Sie sagen, dass es auch um einen effektiven Klima- und Bodenschutz mithilfe der Landwirte geht?

Wenn wir uns widerstandsfähiger gegen die Auswirkungen des Klimawandels machen wollen, dann müssen wir die Werkzeuge nutzen, die weltweit angewendet werden. Deshalb muss die Nutzung neuer Technologien, beispielsweise in der Züchtung oder im Pflanzenschutz, nicht nur risikobasiert zugelassen, sondern bewusst gefördert werden.

Kommen wir noch einmal zu den Protesten. Einige Einschränkungen sind bereits zurückgenommen worden – warum ging es dennoch weiter?

Weil es um mehr geht als um die Kfz-Steuer und die Agrardieselbeihilfe. Neben der unglaublich schlechten Kommunikation der Regierung hat es mal wieder den Eindruck erweckt, dass der Politik die deutsche Landwirtschaft egal ist. Die teilweise Rücknahme hat dann nur gezeigt, wie undurchdacht das Ganze war. Uns Landwirten geht es schon seit vielen Jahren ums Ganze, nämlich vor allem um Wertschätzung. Wertschätzung bedeutet für mich, dass ich unternehmerisch eigenverantwortlich handeln kann. Das kann ich aber nur in einem fairen Wettbewerbsumfeld ohne überbordende Bürokratie. Man fühlt sich veräppelt durch immer neue Regularien und Subventionsideen, denen man hinterher springen soll.

Wann glauben Sie wird die Volksseele Ruhe geben?

Schwer zu sagen. Ich hoffe, dass die Regierung die Zeichen erkennt und einen echten Wandel in der Agrarpolitik wagt, auch wenn das in der aktuellen Regierungskonstellation schwierig erscheint. Ähnlich wie auf anderen politischen Ebenen, wie etwa der Landesverteidigung, müssten dabei die Parteien kompromissbereit sein und über ihren Schatten springen, um einen Pakt für eine zukunftsfähige Produktion in Deutschland zusammen mit der Landwirtschaft zu schmieden. Diese Kompromissbereitschaft erkenne ich zurzeit leider nicht. Die Beteiligung vieler Handwerksbetriebe und Spediteure hat mir auch gezeigt, dass diese Art von Politik auch in anderen Wirtschaftsbereichen notwendig wäre.

Haben Sie selbst erlebt, dass es eine Unterwanderung durch rechte Agitatoren bei den Protesten gegeben hat? Beispielsweise wie beim politischen Aschermittwoch der Grünen in Biberach.

Nein, das habe ich nicht. Wahrscheinlich gibt es Versuche, durch radikale Gruppen oder Personen durch die Proteste der Landwirtschaft Aufmerksamkeit zu bekommen, um davon politisch zu profitieren. Aus meiner Sicht wurde dieses bisher größtenteils erfolgreich abgewehrt und teilweise, wie in unserer Region auch, als unerwünscht herausgestellt. Wer da in Baden-Württemberg protestiert hat, weiß ich nicht. Die Proteste in unserer Region liefen sehr vorbildlich ab, und die Diskussion um irgendwelche rechten Spinner darf jetzt nicht medial zu einer Diskreditierung der ganzen Proteste führen.
Ich finde im Speziellen der Bauernverband, der die mit Abstand größte politische Interessenvertretung der Landwirtschaft in Deutschland darstellt, hat sich politisch sehr klar geäußert, und der Slogan „Landwirtschaft ist bunt“ nimmt auch kräftig Fahrt auf.

Noch einmal auf Ihr direktes Umfeld geschaut – wie ist die Stimmungslage bei den regionalen Landwirten?

Die Stimmung ist nicht gut, aber ich habe schon den Eindruck, dass die Bevölkerung und auch Teile der Politik ein Ohr für die grundlegenden Probleme der Landwirtschaft haben. Das stimmt mich in gewissem Maße hoffnungsvoll, auch wenn den Worten jetzt auch Taten folgen müssen. Ich will auch meinen Kindern guten Gewissens empfehlen können, später im nördlichen Vorharz noch Bauer zu werden. Ich glaube, viele Landwirte machen das aktuell nicht.

Christian Bammert und Anke Dege in einer Walzenkammer, wo das Mehl vermahlen wird. Immer wieder wird dieser energieintensive Prozess kontrolliert. *Fotos: Neddermeier*

„Auskömmlich wirtschaften immer schwerer“

Müllerin Anke Dege, Inhaberin der Mühle Sack in Langelsheim, und Lebenspartner Christian Bammert schauen mit gemischten Gefühlen auf das Jahr

Von Holger Neddermeier

In der Getreidemühle Erich Sack wird immer noch fleißig geschrotet, zerkleinert und gemahlen. Und das schon seit 1880. Die Technologie hat sich über die Jahrzehnte natürlich deutlich verändert. Mühlsteine sind nur noch Zierde und Anschauungsmaterial. Mittlerweile, seit 2008, hat hier Müllerin Anke Dege den Hut auf. An ihrer Seite ist Lebensgefährte Christian Bammert, auch Müllermeister. Seit 1959 ist die traditionsreiche Mühle in Langelsheim im Besitz der Familie Sack. Anke Dege ist mit dem Müllerhandwerk groß geworden und hat die Nachfolge des Vaters im Traditionsbetrieb angetreten.

„Es ist schwierig für uns, und es wird auch nicht einfacher“ sagt Anke Dege. Die vergangenen Jahre seien sehr herausfordernd gewesen. Corona-Pandemie, Wirtschaftskrise und vor allem die Auswirkungen des vor zwei Jahren begonnenen Ukraine-Krieges, mit drastisch gestiegenen Energiekosten, wirken sich auch auf die Mühle Sack aus. „Insbesondere die Getreidepreise sind zeitweise in fast astronomische Höhen gestiegen“, sagt Christian Bammert.

Bis auf 400 Euro sei in der Spitze der Preis für die Tonne Weizen im Frühjahr 2022 ins Uferlose gekletert. Mittlerweile liege der Preis „glücklicherweise“ bei rund 200 Euro pro Tonne. In der Mühle werden jährlich rund 11.000 Tonnen Roggen, Weizen und auch Dinkel gemahlen, überwiegend aus regionalem Anbau.

Hohe Nebenkosten

Wie es die kommenden Jahre weitergeht, das ist auch für das Müllerpärchen eher Kaffeesatzlesen. Drastisch waren und sind etwa die Kosten für Strom und Heizung. Bis zu 50 Cent pro Kilowattstunde seien zeitweise beim Strom aufgerufen worden. Mit der Mühle und den modernen Maschinen zur Mehlverarbeitung sei die Mühle sehr energieintensiv unterwegs, schildert Bammert. Auch der Fuhrpark mit drei Lkw und einem Transporter müsse bei hohen Spritpreisen unterhalten und finanziert werden. Rund 27 Liter auf 100 Kilometer seien bei dem 40-Tonnern der Durchschnittsverbrauch.

Die Mühle Sack ist regional unterwegs und beliefert Kunden in einem Umkreis von rund 120 Kilometern. Die Zulieferer aus der Landwirtschaft kommen auch aus dem Umland, der regionale Bezug ist Anke Dege sehr wichtig. „Nicht ganz unerheblich zu Buche schlagen auch die gestiegenen Personalkosten“, sagt sie.

Zwar sei der Betrieb nicht tarifgebunden, doch wollen die Inhaber faire Löhne zahlen – nicht zuletzt auch deswegen, damit Fachkräfte gehalten werden und auch neue zu finden sind. Einige Mitarbeiter seien schon jenseits der 60, erklärt Dege.

Eine ziemlich betrübliche Entwicklung sehen die beiden Müller in der Tatsache, dass viele kleinere Handwerks-Bäckereien geschlossen haben und der Trend anhält. Allein in Langelsheim habe es einmal acht Bäckereigeschäfte gegeben. Die Discounter und Ketten machten es dem Bäckerhandwerk äußerst schwer. Gerade dann, wenn die Produktionskosten, wie in den vergangenen Jahren, in die Höhe schnellen. Da bleibe die Wettbewerbsfähigkeit auf der Strecke.

Die Mühle Sack hat vor sieben Jahren noch fast 90 Backstuben mit ihrem Mehl beliefert. Heute sind es nur noch knapp 70. Dass dieser Trend bald stoppen werde, sei kaum wahrscheinlich.

Anke Dege im Hofladen direkt auf dem Gelände der Mühle. Neben verschiedenen Mehlsorten gibt es einige weitere nachhaltige Produkte.

Zur Qualitätsüberprüfung gibt es in der Mühle Sack auch ein kleines „Labor“. Hier wird die Qualität der gelieferten Getreidesorten unter die Lupe genommen.

Discount-Konkurrenz

Neben der Discounterware mit deutlich kürzeren Teig-Ruhephasen und Massenproduktion glaubt Anke Dege einen weiteren Trend festzustellen, nämlich, dass die Menschen wieder mehr und mehr dazu kommen, ihr Brot selbst zu backen. Das jedenfalls ist das Feedback, das sie im kleinen Mühlenladen immer öfter gespiegelt bekomme.

Wie im Zuge der Bauernproteste geäußert, sind auch für die Mühle Sack und die dortigen Arbeitsprozesse die zunehmenden Regulierungen und behördlichen Anordnungen ein immer größer werdendes Ärgernis. Proben des gelieferten Getreides und behördliche Kontrollen würden mittlerweile so viel Zeit und Aufwand in Anspruch nehmen, dass die eigentliche Müllerarbeit immer öfter in den Hintergrund rücke. Auch sei es schwer, mit Produkten aus dem Ausland mitzuhalten, da etwa Verarbeitungsmethoden, die dort angewendet werden, hier teilweise seit Jahrzehnten verboten sind, sagt Dege. Dadurch seien diese Produkte teils um einiges günstiger und somit attraktiv für Kunden, auch wenn die Qualität schlechter sei.

Proteste richtig

Die anhaltenden Proteste der Landwirte können Dege und Bammert durchaus nachvollziehen. „Ohne Bauern kein Weizen“ steht auf einem Plakat am Eingang der Mühle. Und der Ausblick auf 2024 ist bisher alles andere als positiv. Aufgrund des vielen Regens und des Hochwassers Ende vorigen Jahres sind viele Weizenfelder noch immer überschwemmt oder zu weich. Die Landwirte können teilweise noch nicht mit schweren Maschinen arbeiten. Dennoch besteht Hoffnung, die Umstände könnten sich auch noch einige Wochen vor der Ernte ändern,, zumal erst ab Juli angefangen wird, Weizen zu ernten.

Eines stehe aber fest: Ein auskömmliches Wirtschaften werde immer schwieriger – da sind sich Anke Dege und Christian Bammert einig.

In den vergangenen Jahren ist die Anzahl der Mühlen in Deutschland rückläufig gewesen. Im Wirtschaftsjahr 2022/23 gab es nur noch insgesamt 176 Mühlen (agraronline) in Deutschland. In Langelsheim bei der Traditionsmühle Sack jedenfalls wollen die Betreiber allerdings weitermachen. Die Hoffnung auf stabilere äußere Einflüsse hat das Müllerpaar noch nicht verloren.

Schweizer Taschenmesser der Harz-Navigation

Harzspots.com soll die Region aus einem Guss erlebbar machen – Übersichtliches Portal vereinfacht die Recherche

Von Frank Drechsler

Die freien Wochenenden stehen fest, der Urlaub ist geplant, der Chef weiß Bescheid. Kann also losgehen. Wohin? Am besten mal wieder in den Harz. Jetzt nur noch schnell bei „Onkel Google“ vorbeischauen, Sehenswürdigkeiten entdecken, interessante Ausflugsziele finden und gleich noch das passende Hotel buchen. Fertig. Aber halt – so schnell geht es dann doch nicht. Oder doch?

Urlaub im Harz ist für viele eine tolle Sache. Das Mittelgebirge zieht jedes Jahr zig Millionen Besucher an. Die kommen mittlerweile aus aller Welt, urlauben in der Region, verbringen hier ein Wochenende oder verleben zumindest einen schönen Tag. Dafür müssen sie allerdings das Richtige finden, vorher auf unzähligen Internetseiten recherchieren, vergleichen und nachfragen. Das kann dauern. Und schon mal nerven. Dabei kann es auch einfacher gehen, meint jedenfalls Thomas Rader, Unternehmer und Betreiber der Plattform harzspots.com, mit der irgendwie alles anders geworden zu sein scheint.

„Man muss nicht mehr tagelang vor dem Laptop sitzen und Hunderte Internetseiten besuchen. Das geht nämlich auch einfacher.“ Auf Harzspots könne jeder den neuen Harz erleben. Komplett und auf einmal.

> Man muss für den Harz nicht mehr tagelang vor dem Laptop sitzen.

Rader hatte gründlich analysiert, recherchiert und 2021 das „Wordpress-Webportal HarzSpots“ vollständig erworben und daraufhin die Harzspots GmbH gegründet und ab Februar 2022 komplett mittels Typo3 neu programmieren lassen. Da hatte der 59-jährige Unternehmer an der Region schon lange einen Narren gefressen.

„Nachdem wir eigentlich per Zufall schon durch unsere Verwandtschaft nach Schierke gekommen waren, war ich begeistert von Landschaft und Leuten. Hier gibt es so viel zu sehen, zu entdecken und zu erfahren.“ 2015 hat Rader investiert und die Eröffnung seiner Ferienhäuser in der Alte Dorfstraße gefeiert, weitere Chalets an der Alten Wernigeröder Straße errichtet und gemeinsam mit seinem Schwager mit dem „Montevino“ sogar ein italienisches Restaurant eröffnet. Jetzt startet er mit seinem neuesten Projekt durch – der Internetplattform „Harzspots“.

Das Besondere an diesem Webportal ist, dass sich dort Interessenten listen lassen und ihre Dienstleistungen, Angebote und mittlerweile sogar auch Produkte präsentieren können. Durch eine ausgeklügelte Programmierung gelangt man, wenn gewünscht und ohne es zu merken, mit einem Klick zum jeweiligen Anbieter. Im Klartext: Wer sich bei harzspots.com zum Beispiel für ein Hotel interessiert, kann dies sofort buchen, und zwar nach einem Klick, der dann direkt auf die Seite der gelisteten Unternehmen führt.

Alle Bereiche, durch die Nutzer mit einem Dropdown-Menü oder mit anklickbaren Kacheln navigieren können, sind dabei gut bebildert und mit ausführlichen Texten versehen. Hier findet Nutzer von Sehenswürdigkeiten, Unterkünften, gastronomischen Einrichtungen und kulturellen Highlights auch verschiedenste Events und eine Sparte, in der sie auf Entdeckungsreise gehen können. Wanderwege sind ebenfalls aufgeführt. Neu hinzugekommen sind Partnerschaften mit dem Anbieter von Wanderrouten Kommot, Campingplätzen und sogar Höfläden. Hier sei auch Platz für den gesamten Einzelhandel, denn Shopping gehöremittlerweile zum Gesamterlebnis Urlaub. Raders Vision sind Einkaufslisten, mit denen Gastronomen wie Konsumenten gleichermaßen bei regionalen Erzeugern einkaufen können.

„Eine echte Win-Win-Situation für alle“, kommentiert der umtriebige Geschäftsmann, der weitere Felder auf der Plattform integrieren möchte. „Wir haben die Möglichkeit geschaffen, dass hier auch Angebote aus den Bereichen Beauty, Friseure oder Fitness präsentiert werden können“, erklärt Rader.

Thomas Rader hat das Wordpress-Webportal HarzSpots erworben und die Harzspots GmbH gegründet. „Auf Harzspots können Sie einen ganz neuen Harz erleben. Komplett und auf einmal“, sagt Rader. *Foto: Drechsler*

Mit Urlaubsplaner

Wer Urlaub buche, der wolle vielleicht ganz in der Nähe zum Friseur oder sein Training fortsetzen und könne, wenn gewünscht, entsprechende Angebote bei den gelisteten Unternehmen direkt buchen. Damit schließe sich der Kreis. „Ein echter Turnaround“, findet Rader.

Zu den raffinierten Angeboten der Website gehört, dass die individuell erkundeten Stätten, Plätze, Restaurants, Übernachtungsmöglichkeiten, Attraktionen, Orte, Veranstaltungen und mehr als Favoriten im „Urlaubsplaner“ gespeichert und dort auch künftig immer wieder abgerufen werden können.

In zehn verschiedenen Sprachen übrigens, übersetzt in Echtzeit. Das Ganze kann auf Wunsch auch in sozialen Medien geteilt und an Freunde oder Bekannte verschickt werden. Mit einem Mausklick.

Wer sich die Favoriten als interaktives pdf-Dokument abspeichere, der werde beim Anklicken der jeweiligen Destination sofort dorthin geleitet. Somit scheint Raders ursprüngliche Vision virtuelle Realität geworden zu sein.

- Anzeige -

Servicewohnen Wernigerode - Leben fast wie in einem Hotel

Dieser Traum wird in Wernigerode mit einem neuen Wohnprojekt verwirklicht. An der Zaunwiese entstehen vier Mehrfamilienhäuser mit insgesamt 41 Wohnungen. Menschen, vorwiegend ab Renteneintrittsalter genießen hier das Leben und den Service künftig fast wie in einem Hotel. Insgesamt drei regionale Investoren versprechen, dass das Angebot über einfaches Wohnen hinausgeht und sich besonders an ältere Menschen richtet, die bis ins hohe Alter selbstbestimmt in ihren eigenen vier Wänden leben möchten. Dabei sollen sie Zugang zu verschiedenen Dienstleistungen und Annehmlichkeiten haben, darunter Yoga oder Pilates, Vorträge und Lesungen. Zusätzlich steht den Mieterinnen und Mietern ein Concierge-Service als Ansprechpartner zur Verfügung, der darüber hinaus weitere Wahlleistungen wie zum Beispiel Physiotherapie, Massagen, Fußpflege, Friseur, Fenster- und Wohnungsreinigung sowie Haushaltshilfe organisiert. „Für den Fall, dass Sie irgendwann einmal therapeutische oder pflegerische Hilfe im Alltag benötigen, können Sie weiterhin in Ihrem geliebten Zuhause wohnen bleiben. Wir kümmern uns um Sie“, sagt Steffen Rogge, Geschäftsführer des Pflegedienstleisters VitaConSana und einer der drei Investoren. Zu den Investoren zählen neben VitaConSana die Industriebau Wernigerode GmbH und die Harzer Volksbank eG mit einem Investitionsvolumen von insgesamt 13,5 Millionen Euro. Die 7800 Quadratmeter große Fläche, auf der die Häuser gebaut werden, wird durch das Bauprojekt wiederbelebt. ”Die Zusammenarbeit mit starken regionalen Partnern ist für die Investoren von großer Bedeutung“, so Heino Oehring, Vorstandssprecher der Harzer Volksbank eG. Die Lage des Wohnprojekts nahe dem Zentrum, einem Supermarkt, dem Bürgerpark und einer Bushaltestelle ist ideal, um aktiv am Leben teilhaben zu können. Es werden barrierearme, hochwertig ausgestattete Zwei- und Dreiraumwohnungen mit einer Wohnfläche zwischen 63 und 90 Quadratmetern angeboten, sowie ausreichend Parkplätze und Fahrradstellplätze mit Lademöglichkeiten für beispielsweise E-Bikes.

Die ersten Mieter werden am 1. Mai 2025 einziehen. Der Service beginnt für alle Investoren schon weit vor Einzug. „So werden zukünftige Mieterinnen und Mieter unter anderem bei Hausverkauf, Umzug und Einrichtung individuell unterstützt“, sagt Marko Müller, Geschäftsführer der Industriebau Wernigerode GmbH. Die Mietpreise für die Wohnungen werden sich an den Durchschnittsmieten für neugebaute Wohnungen in Wernigerode orientieren. Dieses Angebot richtet sich natürlich auch an Menschen, die schon heute Pflegebedarf haben und nicht in ein Pflegeheim umziehen wollen. Bereits 70% der Wohnungen sind fest vermietet, obwohl die Wohnhäuser noch nicht fertiggebaut sind. Dieses ganzheitliche Wohnkonzept zieht nicht nur Mieterinnen und Mieter aus der näheren Umgebung, sondern auch aus ganz Deutschland nach Wernigerode. So beispielsweise aus Berlin, Hamburg, Nürnberg und sogar von der Ostsee.

www.vitaconsana.de

Die Ilsenburger Grobblech GmbH, eine Tochter der Salzgitter AG, ist mit ihrer neuen Wärmebehandlungsanlage spezialisiert auf kleinere Stückzahlen – etwa Stahlprodukte für Windkraftanlagen. Unser Bild zeigt, wie die glühenden Brammen zur weiteren Verarbeitung zur Walzstraße transportiert werden. *Fotos: Frank Drechsler*

Salzgitter-Stahl soll bis 2033 grün werden

Gute Vorzeichen für Ilsenburger Grobblech GmbH als Tochtergesellschaft – Gerd Baresch referiert beim Herrenabend in der Darlingeröder Sandtalhalle

Von Frank Drechsler

Gemeinsam wachsen – so hieß das Leitthema beim 25. „Herrenabend“ in der Sandtalhalle in Darlingerode. Gerd Baresch, Geschäftsführer Technik der Salzgitter Flachstahl GmbH nahm die Gäste des Abends mit auf den „Weg der Salzgitter AG zum Grünen Stahl“, an dessen Abschluss das Unternehmen bis 2033 CO_2-eutral sein will.

Zuvor ließen der ehemalige Vorstandsprecher der Harzer Volksbank, Hans-Hermann Haase-Fricke, und Landrat Thomas Balcerowski die Geschichte des Herrenabends Revue passieren. Und sie machten dabei auch auf den guten Zweck aufmerksam, den die Veranstaltung von Anbeginn an verfolgt: Spenden für gemeinnützige Vereine und Einrichtungen, die sich in besonderer Weise im Kinder- und Jugendbereich oder karitativ engagieren.

„Es gibt eine ganze Reihe von Teilnehmern des Abends, die von Anfang an dabei sind. Ich will Ihnen sagen, dass das Spenden bei den Vereinen sehr, sehr gut ankommt. Allein im letzten Jahr sind 16.255 Euro zusammengekommen, die im Laufe dieses Jahres an zehn verschiedene Vereine ausgeschüttet werden konnten“, erklärte der Landrat. Dabei verwies Balcerowski auf einen Ballenstedter Verein, der nach dem Festival „Rockharz“ Dosen und Flaschen sammle und den Erlös dann spende. Allein dieses Pfandgeld habe beim letzten Mal rund 70.000 Euro eingebracht. Die Messlatte liege also sehr hoch.

Die Ilsenburger Grobblech GmbH hat 2020 eine neue Wärmebehandlungsanlage in Betrieb genommen. Die Investitionen addieren sich auf rund 150 Millionen Euro.

Prominente Redner

Haase-Fricke nahm den Faden auf und betonte, dass bei allen bisherigen Herrenabenden in Darlingerode 350.000 Euro eingenommen wurden, die in der Regel an Vereine in der Region gingen, die in der Jugendarbeit tätig seien, „Der Grundsatz dabei ist immer, dass wir helfen, wenn den jeweiligen Vereinen keinerlei Fördermittel zugekommen sind“, unterstrich Haase-Fricke. Die Spenden würden dabei 1:1 ausgeschüttet.

Losgegangen sei es in Darlingerode mit dem ersten Herrenabend am 7. November 1998. Festredner war Dr. Heinz Jörg Fuhrmann, damaliger Vorstand der Salzgitter AG.. Norbert Rethmann Senior berichtete im November 2001 darüber, wie die Rethmann-Gruppe ehedem aus einem landwirtschaftlichen Betrieb mit vier Mitarbeitern hervorging und zu der mittlerweile rund 30.000 Mitarbeiter gehören. Zum Reigen der prominenten Festredner gehörten darüber hinaus im Jahr 2004 Rainer Holzschuh als ehemaliger Chefredakteur des Kicker-Sportmagazins, oder 2007 Prof. Dr. Carl Hahn von der Volkswagen AG. Auch der früher DFB-Präsident Reinhard Grindel war im Harz als Redner zu Gast. Allesamt referierten sie im Übrigen ohne Honorar.

Gerd Baresch, Technikgeschäftsführer bei Salzgitter Flachstahl, zeigte den Zuhörern auf, wie der Salzgitter-Stahl künftig „grün wird“. Die Herstellung von Stahl sei nicht nur enorm energieintensiv, sondern verursache auch hohe CO_2-Emissionen. „Wir machen uns genau aus diesem Grund daran, die Kohle aus diesem Prozess zu entfernen. Das bedeutet ein Wahnsinnstransformationsprojekt für eine Industrie, die seit vielen Jahren auf Effizienz getrimmt ist“, erklärte Gerd Baresch.

25. Herrenabend des Landkreises Harz in der Darlingeröder Sandtalhalle. Gastredner ist Gerd Baresch, Geschäftsführer Technik der Salzgitter Flachstahl GmbH. Er referierte zum Thema „Salsos – Der Weg der Salzgitter AG zum Grünen Stahl“. *Fotos: Drechsler*

Der Salzgitter-Konzern stehe auf vier starken Füßen. Das seien im Wesentlichen die Stahlerzeugung und die Verarbeitung, zu der auch die Ilsenburger Grobblech GmbH gehöre, der Handel mit Stahl und der Bereich Technologie, der im Maschinenbau aktiv sei und sich mit Spezialmaschinen auf hohem Niveau befasse. Zu den großen Produktgruppen gehöre beispielsweise Flachstahl, der aus Brammen warm oder kalt gewalzt sowie oberflächenveredelt werde, ebenso Grobblech.

Umstellung bis 2033

Der Konzern habe damit gut und ausreichend Geld verdient, auch im vorigen Jahr, schilderte Baresch. Warum aber stößt Salzgitter in einer funktionierenden Prozesskette einen solch tiefgreifenden Transformationsprozess an, bei dem rund zwei Milliarden Euro investiert werden müssen? Was ist der Aufhänger? Baresch lieferte schnell die Erklärung: „Gesellschaft, Politik und Kunden wollen diese grüne Transformation.“ Der gesellschaftliche Druck sei gewaltig, um im Zeichen der Klimakrise die Emissionen von Kohlendioxid in die Atmosphäre drastisch zu reduzieren. Raus aus den fossilen Brennstoffen und auf erneuerbare Energiequellen setzen, das sei die Devise.

Acht Millionen Tonnen

Bisher spiele in der Stahlherstellung Kohle aber gleich doppelt eine Rolle. Kohle werde zum einen als Energieträger gebraucht und zum anderen, um Sauerstoff aus dem Eisenoxid herauszuholen. Stahl habe es damit geschafft, der nachhaltigste und universellste Werkstoff auf der ganzen Welt zu sein. „Allerdings sind wir mit der Stahlherstellung in Europa auch für rund sieben Prozent der CO_2-Emissionen verantwortlich“, schilderte Baresch.

Bei einer Tonne hergestellten Stahls würden rund zwei Tonnen Kohlendioxid erzeugt. „Das wollen wir ändern. Bis 2033 soll dieser Prozess abgeschlossen sein“, untermauerte der Salzgitter-Manager. Das Unternehmen, das heute rund acht Millionen Tonnen CO_2 emittiert, setzt bei der Umsetzung dieses ehrgeizigen Plans auf Wasserstoff. Im ersten Ausbauschritt des dreistufigen Konzepts soll die Emission bereits um 30 Prozent reduziert werden, wofür der Konzern jetzt schon an einer 100-Megawatt-Elektrolyse und einem riesigen Direktreduktionsreaktor baue, der das Stadtbild Salzgitters prägen werde. Baresch: „Heutige Hochöfen haben eine stolze Höhe von rund 60 Metern. Der neue Reaktor wird mit 140 Metern deutlich höher sein. In zwei weiteren Ausbaustufen wird diese Anlagenkonfiguration 2030 noch verdoppelt. Ende 2033 werden wir dann die alten Hochöfen abschalten. Und ab dann wird CO_2-freier Stahl erzeugt.“

Um zu prüfen, wie das alles im Zusammenspiel funktioniert, habe das Unternehmen bereits einzelne kleinere Aggregate gebaut, beispielsweise mehrere Windtürme. Sie seien dabei mit Elektrolyseanlagen gekoppelt worden. „Die Strategie ist in diesem Punkt sehr klar. Wir wollen in einem ersten Schritt Scope 3, also das selbst verursachte CO_2, um 50 Prozent hin zu Scope 2 verringern. Dafür werden wir Strom ausschließlich aus regenerativen Quellen beziehen.“

Um die gigantischen Energiemengen bereitzustellen zu können, habe der Konzern bereits eine riesige 380.000-Volt-Leitung nach Salzgitter gelegt und könne in Wilhelmshafen in den dortigen Terminals Wasserstoff in entsprechenden Größenordnungen anlanden.

Was bedeutet das alles für den Harz? Zwei Grobblechwerke, Ilsenburg und Mannesmann in Mühlheim, habe der Konzern. Letzteres sei für große Lose prädestiniert. In der Ilsenburger Grobblech GmbH, die mit einem Portfolio von über 350 Stahlgüten in hervorragender Qualität aufwarte, sei man hingegen auf kleinere Stückzahlen spezialisiert. Vor allem bei regenerativen Energietechniken wie Windtürmen und Gründungskonstruktionen habe der Standort, wo erst eine neue Wärmebehandlungsanlage installiert worden sei, ganz klar die Nase vorn.

„Wir reden hier von einer Investition im dreistelligen Millionenbereich. Die Ilsenburger haben damit eines der modernsten Grobblechwalzwerke weltweit. Das ist ein Riesenschritt gewesen, hat den Ilsenburgern und unserem Konzern geholfen“, erklärte Baresch.

„Bildung für alle ist ein hohes Gut“

Interview mit Eva Schulte, Leiterin der Kreisvolkshochschule Goslar – Flächendeckendes Bildungsangebot auch im ländlichen Raum im Blick

Im vergangenen Jahr feierte die Kreisvolkshochschule Goslar (KVHS) ihr 50-jähriges Bestehen. Eva Schulte leitet die Erwachsenenbildungseinrichtung seit sechs Jahren und hat im Landkreis Goslar auch ihr privates Glück gefunden. Die Diplom-Ingenieurin für Stadt- und Regionalplanung spricht im Interview mit Ursula Jung über die aktuelle Situation, die zukünftigen Herausforderungen und hält ein Plädoyer für den Anspruch „Bildung für alle“.

Sie haben keine klassische Berufsvita im Bildungsbereich, was hat Sie an der Leitung der KVHS in Goslar interessiert?

Ich bin nach dem Studium an der TU Berlin viel herumgekommen – meine letzte Station war Stuttgart – und habe von Beginn an im Projektbereich gearbeitet – mit Veranstaltungsorganisation zu Themen wie Familienfreundlichkeit und Personalentwicklung. Ich habe auch viel zum demographischen Wandel gearbeitet, das ja ein Thema ist, das hier im Landkreis gefragt ist und eine zentrale Rolle spielt. Vor 20 Jahren war der Arbeitsmarkt sehr schwierig, und so bin ich in diese Nische gerutscht und dort auch geblieben. Ich habe Erfahrungen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst. Das ist auch kein Nachteil.

Die KVHS Goslar feierte im letzten Jahr ihr 50-jähriges Bestehen. Wie blicken Sie auf die Historie der vergangenen Jahrzehnte?

Das Jubiläum war für uns ein großer Meilenstein. Volkshochschulen haben in Deutschland eine längere Tradition, und die Idee geht bis ins 19. Jahrhundert im skandinavischen Raum zurück. Bei uns in Deutschland erlebten sie eine erste Blütezeit nach dem Ersten Weltkrieg. Es herrschte Aufbruchstimmung in der ersten deutschen Demokratie. In der Zeit von 1933 bis 1945 bestanden zwar die Bildungseinrichtungen weiter, waren aber gleichgeschaltet auf NSDAP-Linie. Nach dem Zweiten Weltkrieg gab es dann einen weiteren Aufschwung. Vor dem Hintergrund der Re-Demokratisierung sind auch die Anfänge hier im Landkreis zu sehen. Nach 1945 sind hier im Landkreis die Vorläufer der KVHS gegründet worden, kleine kommunale Einrichtungen, die ehrenamtlich geführt wurden. Eine dritte Welle des Aufschwungs in der Erwachsenenbildung erfolgte im Zuge der 68er-Bewegung. Als Folge der Bildungsexpansion der 60er Jahre und der Gebietsreform, die zum heutigen Landkreis Goslar führte, wurden die kleinen Einrichtungen zusammengeführt zur Kreisvolkshochschule, die auch erstmals hauptamtlich geführt wurde.

Wie hat sich das Bildungsangebot gewandelt, und wie ist die aktuelle Situation bei der Teilnehmer-Nachfrage?

Corona hat uns einen großen Einbruch beschert, von dem wir uns noch nicht vollständig erholt haben. Wir haben uns etwas erholt, sind aber noch nicht auf dem Vor-Corona-Niveau. Aktuell sieht es so aus: In diesem Semester bieten wir rund 400 Kurse an, vor Corona waren das 600. Das ist schon ein Unterschied, ein deutlicher Rückgang. Generell sehen wir den Trend, dass kürzere Kurse gefragt sind. Kurse, die sich über ein ganzes Semester erstreckten mit 15 Terminen laufen heute etwa im kulinarischen Bereich nicht mehr. Wir erleben gesellschaftliche Trends, die in unseren Bereich reinspielen, wir sehen ja beispielsweise auch, dass Vereine damit zu kämpfen haben, Menschen zu gewinnen, die sich längerfristig engagieren. Auf der anderen Seite haben wir einen enormen Zuwachs im Sprachbereich. Deutsch für Geflüchtete ist sehr nachgefragt.
Es gibt gesellschaftliche Diskussionen, die einzelnen Angebote nach Wertigkeit zu unterscheiden. Als gute Bildung gelten dann Schulabschlüsse, das, was mich beruflich weiterbringt, oder das Deutschangebot für Geflüchtete. Dann teilen wir auf in wichtige Bildung, die man befördern will, und Bildung, die als Freizeitvergnügen gilt. Das sehen wir in der KVHS Goslar mit einem deutlich anderen Anspruch. Ich kann in allen Bereichen etwas hinzulernen, unsere Kurse haben immer auch einen Bildungsaspekt.

Was sind die aktuellen Highlights im Programm?

Kulinarik und Bewegung laufen gut, und besonders gut sind die Yoga-Kurse nachgefragt. Für klassisches Handwerk wie das Körbeflechten oder Spinnen interessieren sich viele. Exkursionen stoßen ebenfalls auf großes Interesse. Eine Familienexkursion zu Fledermäusen war im letzten Herbst völlig überbucht. Für die Exkursion zum Fliegerhorst mussten wir einen Parallelkurs anbieten, genauso wie bei der Wildkräuterwanderung.

Wie haben sich die Methoden der Vermittlung verändert?

In diesem Bereich hat sich sehr, sehr viel getan, was die Vermittlung und auch das Angebot an sich angeht. Es gibt Kurse, die man sich vor 15 Jahren

Eva Schulte leitet die Kreisvolkshochschule (KVHS) in Goslar. *Foto: Jung*

nicht vorstellen konnte, etwa die Bedienung eines Smartphones für Senioren. Aber auch die Art des Unterrichtens hat sich massiv verändert. Reiner Frontalunterricht und stures Pauken waren früher, heute sind Partnerarbeiten, App-Nutzung oder auch der Einbau von Filmsequenzen im Unterricht angesagt. Das wird sich in Zukunft noch massiver ändern, KI und Lern--Apps sowie Online-Angebote werden mehr Einfluss bekommen. Vor Corona wurden Online-Kurse sehr zurückhaltend angenommen, dann hat es eine ganze Reihe von Angeboten gegeben. Diese haben gut funktioniert in Gruppen, die sich bereits kannten, aber auch die sind nach Corona gerne wieder in die Präsenz zurückgekehrt. Online-Kurse sind bei uns tatsächlich kein Riesennachfragethema. An manchen Stellen sind sie notwendig, zum Beispiel, um ein Angebot aufrechtzuerhalten, wenn wir vor Ort keine geeigneten Dozenten finden.

Haben sie Probleme, neue Dozentinnen und Dozenten zu engagieren?

Ja, eindeutig, wir sind immer auf der Suche nach guten Kräften – und das im Prinzip in fast allen Themenbereichen. Die VHS lebt davon, da bedarf es auch des Nachwuchses. Gerade während der Corona-Zeit haben wir verstärkt gemerkt, dass Dozenten und Dozentinnen ihre Tätigkeit beenden, die sonst noch einige Jahre weitergemacht hätten. Das sind spürbare Verluste. Von der Tätigkeit im offenen Programm wird man nicht reich, sie ist aber auch eine Bereicherung für einen selbst. Aber von dieser Honorartätigkeit allein kann man nicht leben. In der Vergangenheit waren es oft Lehrkräfte von Schulen, die nebenbei auch an der VHS unterrichteten, Menschen, die anderweitig abgesichert waren und zusätzlich unterrichtet haben. Aber auch da haben sich gesellschaftliche Rahmenbedingungen verändert. Wer heute im Schuldienst arbeitet, ist vollkommen ausgelastet. Es gibt nur relativ wenige Lehrkräfte, die bei uns nebenbei unterrichten. Im Fremdsprachenbereich, bei Bewegungs- und Fitnessangeboten und auch beim Deutschunterricht ist es wirklich schwer – das betrifft übrigens sämtliche Träger im Landkreis. Der Markt für Deutschlehrkräfte ist völlig leergefegt, und da geht es auch nicht um die Frage der Bezahlung. Fördermittel ermöglichen es uns, höhere Honorarsätze zu bezahlen.

Sie haben die Bezahlung der Honorarkräfte und Fördermittel angesprochen. Wie sieht das Finanzierungsmodell der KVHS aus?

Bei Volkshochschulen sprechen wir von einer kommunal verfassten Erwachsenenbildung. Klingt kompliziert, heißt aber, dass immer die Kommune, bei uns der Landkreis, involviert ist. Es gibt vier Bereiche, die für die Finanzierung wichtig sind. Das eine sind die Teilnehmergebühren, die sollten nach unserer Theorie etwa ein Drittel ausmachen. Wir liegen zurzeit bei 16 Prozent. Bei jedem Kurs müssen etwa 85 Prozent anders getragen werden. Der zweite Part ist die Landesförderung. Das Land Niedersachsen stellt einen Topf zur Verfügung für alle Angebote der Erwachsenenbildung, auch für Träger wie die Gewerkschaften oder Kirchen, die ja auch ein umfangreiches Angebot machen. Das große Problem ist, dass es sich um eine gedeckelte Summe handelt, die nicht erhöht wird, etwa bei steigenden Personal- oder Inflationskosten. Früher haben wir damit ein Drittel unserer Kosten gedeckt, der Anteil ist mittlerweile gesunken. Seit Jahren wird auf Landesebene um höhere Mittel gekämpft. Zusätzlich zur Landesförderung jahresweise die Summe etwa durch Sonderförderungen zu erhöhen ist nicht verlässlich. Am Ende der Spirale steht dann der Landkreis Goslar, und da haben wir zum Glück einen sehr, sehr guten Landkreis hinter uns als Träger, der bisher dieses Defizit immer getragen hat. Der Anteil des Landkreises an der Finanzierung der KVHS ist über die Jahre deutlich gestiegen.

Was sind die kommenden Herausforderungen, und wo sehen Sie die KVHS in zehn Jahren?

Eine Herausforderung ist sicher die schon erwähnte Gewinnung von Dozentinnen und Dozenten sowie die Präsenz im ländlichen Raum. Ich finde, VHS-Kurse sind inzwischen ein Bereich, der sich dadurch auszeichnet, dass hier Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen noch zusammenkommen und über eine inhaltliche Thematik miteinander ins Gespräch kommen, unabhängig vom Alter oder der örtlichen Ansiedlung. Da sehe ich eine ganz große Funktion der Volkshochschule.
Wir bieten ein Scharnier, wo ich mich nicht in meiner Blase bewege, sondern eine 20-jährige Studentin auf einen 70-jährigen Rentner trifft, weil sie das gleiche Interesse haben. Integration und Deutschkurse sind bei uns wichtige Themen, und ich bin fest davon überzeugt, dass sie das auch auf viele Jahre bleiben werden. Die Volkshochschulen übernehmen, was den Spracherwerb angeht, deutschlandweit einen ganz wichtigen Part. Ein übergreifendes Thema ist für uns nachhaltiges Handeln, das ist uns ein Anliegen sowohl im Bildungsangebot als auch in der Organisation. Wir werben auch in Zukunft für das große offene Programm „Bildung für alle“, vielfältige Angebote, für die man sich frei anmelden kann.

Wie der Erdkern die Gasheizung ersetzen kann

Ein Ingenieurbüro erkundet den Landkreis Goslar nach Geothermie-Quellen – Für die millionenschweren Bohrungen werden Investoren benötigt

Von Hendrik Roß

Uwe Bokemüller (l.) und Ralf Schudy vom Ingenieur-Büro Bohrkonzept in Oker erkunden den Nordharz nach Geothermie-Möglichkeiten. *Foto: Roß*

Es ist Goldgräberstimmung, die Geschäftsführer Uwe Bokemüller mit Mitarbeiter Ralf Schudy von der Bohrkonzept Drilling & Service GmbH aus Oker in der Harzregion wecken möchte. Sie touren durch politische Gremien und Wirtschaftstreffen im Landkreis Goslar, um für ihr Geothermie-Projekt zu werben.

In einem 160 Quadratkilometer großen Gebiet, das sich von Langelsheim bis nach Bad Harzburg erstreckt, sucht das Duo nach geeigneten Stellen für Erdwärme-Projekte. Zwei Jahre haben sie sich die Exklusivrechte für die Erkundung im Nordharz gesichert. Eine Bohrung, die sich an die Untersuchung anschließt, kostet Millionen. Bokemüller und Schudy brauchen also private oder öffentliche Geldgeber. Beide sind überzeugt, dass am Nordharzrand hervorragende Bedingungen für Tiefengeothermie herrschen, die vielleicht keinen Gold-, aber einen Wärmerausch auslösen können.

Was ist Tiefengeothermie?

Das Prinzip ist schnell erklärt: Man bohrt zwei tiefe Löcher in die Erde. Aus dem einen, der Förderbohrung, pumpt man heißes Wasser an die Oberfläche und leitet die Wärme über einen Wärmetauscher in ein gut isoliertes Netz bis hin zu den Endverbrauchern.

Das geförderte und nun abgekühlte Wasser wird durch das zweite Bohrloch, der Injektionsbohrung, wieder in die Tiefe geleitet, wo es sich durch die Erdkernwärme wieder erhitzt – ohne, dass zusätzlich Energie zugeführt werden muss. Eine gängige Formel besagt, dass pro 100 Meter Tiefe die Temperatur im Boden im Mittel um drei Grad ansteigt. Bei einer Bohrlochtiefe von 3000 Metern rechnet man also mit etwa 100 Grad Celsius.

Die Erdschichten bestehen aus verschiedenen Gesteinen mit unterschiedlicher Porosität. So nennt man den jeweiligen Hohlraumanteil. Je höher der ist, desto mehr Wasser können die Gesteine speichern. Wichtig für Geothermie ist zudem die Permeabilität, die Durchlässigkeit der Hohlräume untereinander, die die Fließfähigkeit ermöglichen. Entscheidend sind also Art und Lage der unterirdischen Gesteinsschichten.

Warum Geothermie im Vorharz?

Ingenieur Bokemüller, der schon in ganz Europa und in Nordafrika tiefe Löcher gebohrt hat, setzt seine Hoffnungen vor allem auf die sogenannte Harznordrandstörung, die sich durch die Millionen Jahre alten Gesteinsschichten der Region zieht und große Risse darin hinterlassen hat. Dadurch steige die Chance auf unterirdische Wasservorkommen. Geothermienutzung in Deutschland findet man bisher überwiegend in Süddeutschland. In Pullach bei München etwa werden fast 9000 Einwohner mit Erdwärme versorgt. Bei der Erkundung der Vorharz-Region kann die Firma Bohrkonzept auf alte Daten aus der Erdöl-, Erdgas- und Erzsuche zurückgreifen. In den 1950er und 1960er Jahren ist bereits bis auf 2500 Meter in der Region gebohrt worden, erläutert Bokemüller. Aus den gezogenen Proben könne man heute noch Rückschlüsse ziehen. Die Auswertung vorhandener Daten soll dann zur Erstellung eines dreidimensionalen Modells des Untergrunds dienen. Nach Abschluss aller Voruntersuchungen muss aber durch eine erste Bohrung Klarheit geschaffen werden, welche Möglichkeiten für Erdwärmenutzung es gibt.

So sieht eine Wärmeleitung aus, die unterirdisch verlegt wird.

Optional wäre ein System denkbar, das Erdwärme mit anderen Energiequellen, etwa industrielle Abwärme, in einem gemeinsamen Netz koppelt. Ideal wäre für die Projektleiter die sogenannte Sektorenkopplung, die alle Arten erneuerbarer Energien intelligent kombiniert. Beispielsweise wäre die bei der Wasserstoffproduktion anfallende Abwärme ebenfalls in ein Wärmenetz ableitbar.

Was kostet Geothermie?

Bokemüller und Schudy gehen davon aus, dass pro Bohrungsdublette (Förder- und Injektionsbohrung) in mehrere Tausend Meter Tiefe etwa vier bis sechs Monate Ausführungszeit erforderlich sind und Kosten bis zu 25 Millionen Euro entstehen. Bokemüller war auch am Erdwärmeprojekt in Pullach beteiligt und hat aus langer Berufserfahrung entsprechende Vergleichszahlen, die zumindest diese groben Schätzungen zulassen. Für eine Energiezentrale, die später am oberen Ende der Bohrlöcher errichtet wird, schätzt er die Kosten auf bis zu 20 Millionen Euro. In Pullach waren Ende 2020 etwa 1800 Haushalte an das Fernwärmenetz angeschlossen, das 50 Kilometer lang ist. Bis zum Ende des Jahrzehnts sollen alle Einwohner des Münchener Vororts ihren Wärmebedarf aus geothermischen Quellen decken. Berechnungen gehen davon aus, dass seit Projektbeginn in Pullach 180.000 Tonnen Kohlendioxid in der Wärmeerzeugung eingespart wurden. Ähnliche Dimensionen hält die Firma Bohrkonzept auch im Nordharz für denkbar – nur die richtigen Partner müssen noch ins Boot geholt werden.

Derzeit gibt es eine gute Förderkulisse aus mehreren Töpfen, aus denen laut Bokemüller und Schudy bis zu 40 Prozent des Wärmenetzes und sogar bis zu 90 Prozent der Bohrungskosten abgedeckt werden könnten.

Allerdings ist bei den Förderanträgen Eile geboten, da nicht nur im Vorharz nach Erdwärme gesucht wird. Allein in Niedersachsen gibt es aktuell 26 laufende Erkundungen – und alle wollen möglichst hohe Investitionszuschüsse erhalten. 20 der Genehmigungen wurden nach dem 1. Januar 2022 erteilt. Das zeigt das enorm steigende Interesse an der Geothermie.

Was zahlt der Endverbraucher, der mit Erdwärme heizt? In Pullach liegen die Kosten für einen Hausanschluss laut Bokemüller zwischen 8000 und 10.000 Euro. Allerdings gibt es auch da Förderprogramme, die die Kosten entsprechend drücken. Die Verbrauchspreise seien schon seit einiger Zeit nicht mehr höher als bei einer Gasheizung und werden –, wenn die Gaspreise wie erwartet steigen – in Zukunft deutlich darunter liegen, ist der Geothermie-Experte überzeugt.

Was passiert als Nächstes?

Bokemüller und Schudy haben ihr Projekt im Goslarer Wirtschaftsausschuss sowie auf einer Veranstaltung der Wirtschaftsförderung Region Goslar (Wirego) vorgestellt. Erste Anträge zur Bewertung von Wärmenetzen haben Linke und SPD im Goslarer Rat sowie die rot-grüne Mehrheit im Kreistag auf den Weg gebracht, um mehr Tempo in das Thema zu bekommen. Die Stadt Goslar hat laut Gesetz bis Ende 2026 Zeit, um eine kommunale Wärmeplanung vorzulegen. Die Koordination hat allerdings der Landkreis inne, der die Ausschreibung der Planung für die Städte im Kreis übernommen hat. Dies ermöglicht auch interkommunale Wärme-Projekte – etwa im Umfeld des ehemaligen Hüttengeländes zwischen Oker und Bad Harzburg. In Pullach hat es vier Jahre gedauert, bis eine Betreibergesellschaft gegründet, ein Ratsbeschluss gefasst, die Bohrungen durchgeführt, eine Energiezentrale gebaut und dann schließlich die Wärmeversorgung erfolgt ist. Die Betreibergesellschaft ist dort als hundertprozentige Stadttochter gegründet worden. Ob so ein Konstrukt auch für die Stadt oder den Landkreis Goslar denkbar ist, ob Harz-Energie als heimischer Versorger oder ein anderer Marktteilnehmer als Netzbetreiber mit ins Boot geholt werden können, ob noch andere privatwirtschaftliche Investoren Interesse zeigen – all diese Fragen müssen nun beantwortet werden. Bokemüller und Schudy wollen mit im Boot sitzen, doch sie suchen Partner. Ihr Ziel sind einige weitere „Round-Table"-Veranstaltungen, bei denen alle Energie-Akteure der Region ein gemeinsames Vorgehen abstimmen.

Ein solches Treffen hat es Ende Januar mit der Wirego sowie der Goslarer Energie-Ressourcen-Agentur gegeben. Fachliche Expertise kommt zudem von der als Kooperationspartner der Bohrkonzept beteiligten Technischen Universität Clausthal, an der sich seit dem Wintersemester 2022 der Studiengang Geo-Energy-Systems mit klima- und ressourcenschonender Energiewirtschaft befasst. Ein Student untersucht etwa derzeit im Rahmen seiner Masterarbeit die Bohrproben, die vor Jahrzehnten im Nordharz gezogen wurden, und erstellt erste Bohrungsplanungen.

Die Region habe eine echte Chance und sehr gute Rahmenbedingungen für erfolgreiche Geothermie-Projekte, vielleicht sogar für eine Art Vorreiter-Rolle, sind Bokemüller und Schudy überzeugt. Die aktuellen Fördermöglichkeiten werde es aber nicht für immer geben.

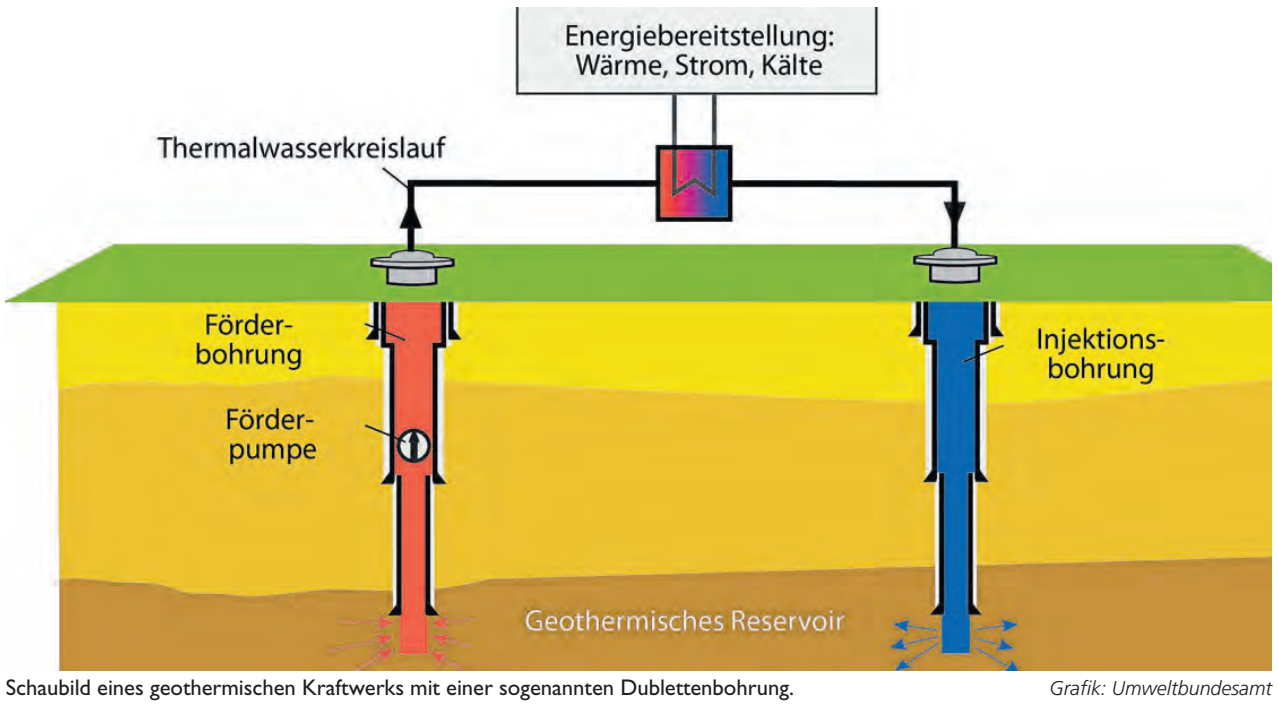


Schaubild eines geothermischen Kraftwerks mit einer sogenannten Dublettenbohrung. *Grafik: Umweltbundesamt*

„Sind Allrounder und Problemlöser“

Media-Markt-Geschäftsführer Frank Schmidt im Interview

Frank Schmidt ist Geschäftsführer des Media Markts in Goslar mit 35 Beschäftigten, sechs Auszubildenden und zwei Jahrespraktikanten. Der Sachse, geboren und aufgewachsen in Plauen im Vogtland, ist ein echtes „Eigengewächs“ des Elektronikriesen. Er startete seine Karriere als Leiter der Abteilung „Tonträger“ im Media Markt Chemnitz und ist mittlerweile seit 25 Jahren dabei. Frank Schmidt spricht im Interview mit Ursula Jung über seinen beruflichen Werdegang, verändertes Verbraucherverhalten, die Reaktion des Handels und natürlich über „seinen“ Media Markt in Goslar.

Herr Schmidt, skizzieren sie doch mal Ihre beruflichen Stationen in den vergangenen 25 Jahren von Chemnitz bis nach Goslar?

In Chemnitz war ich Abteilungsleiter „Tonträger“ und Bereichsleiter „Neue Medien“ mit der Computerabteilung und Zubehör. 2006 bin ich nach Meerane gewechselt, eine optimale Neuansiedlung. Die Stadt hat das größte Gewerbegebiet Sachsens, weil dort die Autozulieferer ihre Niederlassungen haben. Verkehrsgünstig an der A 4 gelegen, ideal für die Just-in-time-Belieferung. Das wurde dann auch der neue Standort für einen Media-Markt, den ich 2006 als Verkaufsleiter mit eröffnet habe und dort in dieser Funktion elf Jahre tätig war. Für mich stellte sich allerdings die Frage, ob ich bis zum Rentenalter in dieser Position arbeiten möchte oder noch mal einen Standortwechsel angehe.

Und dann haben Sie sich für den Posten des Geschäftsführers in Goslar beworben?

Na ja, so einfach geht das nicht. Bei Media Markt kann man sich für die Geschäftsführer-Laufbahn entscheiden, aber man weiß nicht, wo man eingesetzt wird. 2018 bin ich gestartet mit der Einarbeitung in München, Oldenburg, Bremen, Lippstadt und im September 2018 war ich das erste Mal in Goslar. Ich sollte hier eine Verkaufsaktion umsetzen. Zwischenzeitlich gab es immer wieder Gespräche, und dann kam das Angebot, den Markt in Goslar zu führen. Ich habe nicht lange mit meiner Familie überlegt, das Ergebnis ist bekannt.

Wäre Goslar auch ihr Wunschstandort gewesen, wenn Sie sich allgemein hätten bewerben können?

Goslar ist genau die richtige Stadt, meine Familie und ich, wir fühlen uns alle hier pudelwohl. Die Stadt zusammen mit dem Harz hat eine hohe Lebensqualität, den Wald und die Natur vor der Haustür. Aber auch die Innenstadt hat viel zu bieten, das ist nicht nur der Weihnachtsmarkt. Und was den Media Markt betrifft, ich wollte nicht Teil eines Einkaufscenters sein. Besser ist eine Stand-alone-Position, ohne ständige Absprachen mit einem Centermanager. Hier im Goslarer Media Markt habe ich großes Potenzial gesehen, hier kann ich etwas bewegen, und deshalb habe ich hier am 1. Januar 2019 als Geschäftsführer angefangen.

Mit welchen Maßnahmen sind Sie gestartet?

Im ersten Jahr haben wir vieles umstrukturiert, dann kam 2020 die Pandemie, das führte zu Verunsicherungen bei den Mitarbeitenden, zumal zusätzlich im Gesamtunternehmen viele Veränderungen anstanden. Wir haben uns dank meines Teams im Media Markt Goslar sehr gut geschlagen.

Was waren die wesentlichsten Veränderungen?

Media Markt war ein stationärer Händler, das Onlinegeschäft wurde bei uns gar nicht betrieben. Das hat sich natürlich massiv verändert, was wichtig und notwendig war. Wir wurden in dieser Zeit zum Omnichannel-Händler, das heißt, die Kunden haben die Möglichkeit, auf vielen verschiedenen Wegen bei uns einzukaufen. Sie können von zu Hause bestellen, sich die Ware bringen lassen oder im Markt abholen. Wenn ein Produkt nicht auf Lager ist, haben wir verschiedene Möglichkeiten, es zu beschaffen. Wir können es entweder direkt vom Hersteller beziehen oder auf den Lagerbestand von fast 400 Media Märkten und Saturn Märkten zurückgreifen. Es gibt für uns kein Nein – wir bieten stets Lösungen an.

Wie ist die Umsatzentwicklung in Goslar, und welchen Anteil hat der Online-Handel daran?

Seit 2019 ist unser Umsatz gestiegen, mit einer Delle während der Pandemie. Das haben wir als Team gemeinsam gemeistert, und ich bin auch mit dem Verlauf in 2023/24 zufrieden. Die Quartalszahlen entwickeln sich kontinuierlich nach oben. Besonders gefragt sind Produkte aus der braunen Ware,

Frank Schm,idt ist Geschäftsführer des Media Markts in Goslar. *Foto: Jung*

wie Fernseher und Bluetooth-Lautsprecher, sowie aus der weißen Ware, darunter zum Beispiel Waschmaschinen, Kaffeevollautomaten, Kühlschränke und Elektro-Einbaugeräte.
Auch Produkte aus dem Bereich der Neuen Medien, wie Computer, Tablets und Smartphones, sind stark nachgefragt, ebenso Tarife rund um das Internet, ob zu Hause oder mobil. Zudem verzeichnen wir ein enormes Wachstum im Gaming-Segment, einschließlich PC, Spielekonsolen und Zubehör. Obwohl wir unseren Gesamtumsatz nicht zwischen Online- und stationärem Handel aufteilen, macht der Onlinehandel bereits einen bedeutenden Teil unseres Umsatzes aus.

Sie sprachen den Bereich Gaming an, also Spiele. Ist das ein zukunftsträchtiger Sektor?

Dieser Sektor ist in den letzten Jahren stark gewachsen, und wir haben entsprechend hier im Markt investiert und ausgebaut. Unser Angebot reicht von Entertainment und Gaming-Konsolen bis hin zur klassischen CD. Auch im Bereich Toys bieten wir eine vielfältige Palette an, von Lego-Produkten über Gesellschaftsspiele bis hin zu Merchandising-Artikeln. Um diesen Bereich noch weiter zu stärken, habe ich entschieden, dass wir ihn in einer nennenswerten Größenordnung präsentieren sollten. Ein besonderes Highlight ist unsere Überraschungstüte, die quasi das „Ü-Ei“ für Spielefans darstellt. Der Wert des Inhalts übersteigt immer den Preis von 10 Euro, und wir kaufen extra Ware ein, um sie zu füllen. Mittlerweile bieten sogar Hersteller speziell dafür Produkte an. Jeden Monat gibt es eine neue Überraschungstüte, die Kindern und Erwachsenen eine kleine Freude bereitet und die Kundenbindung stärkt. Mein Ziel ist es, dass Menschen gerne zu uns kommen. Ich möchte mehr Kunden für den stationären Handel begeistern, denn hier bieten wir einen Mehrwert, den sie online nicht bekommen.
Kunden möchten sich nicht mit Problemen herumschlagen, sondern Lösungen finden, und genau das können wir bieten.

Und wie sehen diese Lösungen im Goslarer Markt konkret aus?

Unser Media Markt in Goslar zeichnet sich durch Fachberatung und umfassende Dienst- und Serviceleistungen aus. Ein absolutes Alleinstellungsmerkmal innerhalb des Konzerns ist unsere Fachwerkstatt, der Media-Service Reiche. Diese Super-Konstellation gibt es nur bei uns in Goslar. Von Installationen über Garantieleistungen bis hin zu Reparaturen bieten wir alles vor Ort an. Dazu gehört beispielsweise das Überspielen von Daten auf ein neues Gerät oder der Austausch eines kaputten Smartphone-Displays.
Unser Ziel ist es, für unsere Kunden ein Allrounder und Problemlöser zu sein. Als zertifizierter Apple-Händler verfügen wir sogar über eine Smartbar, die Sofort-Services und Reparaturen anbietet, die normalerweise einen Besuch im Apple Store erfordern würden, beispielsweise in Hamburg.
Zusätzlich nehmen wir Elektro-Altgeräte kostenlos zurück oder nehmen sie in Zahlung, darunter Smartphones, Tablets und Kopfhörer. Uns ist es wichtig, verantwortungsvoll mit unseren Ressourcen umzugehen, weshalb das Thema Recycling für uns von großer Bedeutung ist. Es ist schockierend, wie viel Elektroschrott in den Haushalten lagert. Daher möchten wir unsere Kunden dringend dazu ermutigen, ihre alten Geräte zu uns zu bringen, damit sie wieder in den Kreislauf eingeführt werden können. Wir möchten nicht nur Rohstoffe sparen, sondern auch aktiv zur Wiederverwendung beitragen.

Welche Prognosen haben Sie für die weitere Marktentwicklung und für Media Markt in Goslar?

Das Marktwachstum ist derzeit begrenzt, da es keine revolutionären Innovationen oder bahnbrechenden neuen Technologien gibt. In vielen Segmenten ist der Markt gesättigt, jedoch investieren Kunden zunehmend in hochwertige Geräte, was sich beispielsweise bei Smartphones, Fernsehern, Kaffeevollautomaten und Notebooks zeigt. Um sich in diesem Umfeld von Mitbewerbern abzuheben, müssen wir herausragende Produkte und Dienstleistungen anbieten. Unser Ziel ist es, neue Kunden zu gewinnen und sie durch unsere Service- und Dienstleistungen zu überzeugen. Dazu gehören beispielsweise unser Mietservice, Finanzierungsangebote, Lieferung, Installation und Reparaturservice. Ein weiteres Beispiel ist der Ausbau unseres B2B-Geschäfts, um auch in diesem Bereich zu wachsen und unseren Kunden ein umfassendes Angebot zu bieten. Indem wir uns auf diese Weise differenzieren und Mehrwert bieten, können wir unsere Position im Markt stärken und langfristiges Wachstum sicherstellen.

Welche Möglichkeiten bietet das B2B-Geschäft?

In diesem Bereich sehe ich großes Potenzial, sei es bei der Ausrüstung von Firmen, Schulen, Hotels oder Gastronomiebetrieben mit technischem Equipment aus unserem Sortiment. Ein entscheidender Vorteil ist unser Dienst- und Service-Ansatz, der persönliche Betreuung, Lieferung, Installation und Beratung umfasst. Als regionaler Ansprechpartner sind wir für alle Beteiligten in der Region da.
Um das B2B-Geschäft voranzutreiben, habe ich gezielt eine Kundenberaterin eingestellt, die sich ausschließlich um Geschäftskunden kümmert. Doch auch persönlich werde ich mich engagieren, denn mein Ziel ist es, der führende Ansprechpartner und Anlaufpunkt in der Region zu werden. Hierbei profitiere ich von meinem guten Netzwerk, das durch die ausgezeichnete Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, Institutionen und Organisationen in der Stadt und der Region geprägt ist.
In diesem Zusammenhang möchte ich betonen, dass obwohl wir unter dem Namen Media Markt auftreten, wir als Media Markt GmbH Goslar lokal präsent sind und unsere Steuern hier abführen, um einen Beitrag zur Weiterentwicklung unserer Stadt zu leisten.

Wir bringen dich in Arbeit.

- Weiterbildungen und Umschulungen deutschlandweit.
- Vielfältige Themen: Digitalisierung, IT, SAP®, Personal, Kaufmännisches, Medien, Gesundheit u.v.m.
- Bis zu drei individuelle Bewerbungscoachings inklusive.

Lass dich kostenfrei beraten.
WBS TRAINING AG · Kuhlenkamp 7 · 38640 Goslar
05321 35 89 190 · goslar@wbstraining.de

wbstraining.de

UNSER HERZ SCHLÄGT FÜR BILDUNG

Logistik ist in der Motorsport-Arena bei Großevents das A und O. Ein Mammutprogramm, das bis ins kleinste Detail geplant sein will – so wie zuletzt beim „Porsche Sports Cup“. *Fotos: Drechsler*

Multilogistiker auf der Rennstrecke

Perfektion bis ins letzte Detail – Die Motorsport-Arena in Oschersleben ist das ganze Jahr über ein Rundum-Dienstleister

Von Frank Drechsler

Die Motorsport-Arena Oschersleben ist eine von vier permanenten Rennstrecken in Deutschland. 1997 eröffnet, bietet das Unternehmen mittlerweile jährlich rund 280 Veranstaltungen an. Rund 500.000 Fans besuchen die Events. Das Team der neun Mitarbeiter wird bei Großevents mit bis zu 500 zusätzlichen Kräften verstärkt. Logistik ist bei Großevents das A und O. Ein Mammutprogramm, das bis ins kleinste Detail geplant sein will – so wie beim „Porsche Sports Cup“ 2023.

Der sogenannte Bördekurs ist für Fans aus aller Welt etwas Besonderes: Alle Zuschauerbereiche liegen sechs bis acht Meter oberhalb der Strecke, die Tribünen befinden sich näher am Streckenrand als an anderen Kursen. Von hier aus haben Besucher immer einen perfekten Überblick. Kein Wunder also, dass in der Motorsport-Arena rund 280 Veranstaltungstage mit Programm angeboten werden und so fast immer etwas los ist. Ob Tourenwagen-Testtage, Arena-Autofrühling, Norddeutscher ADAC Kart-Cup oder Supermoto IDM und Oldtimer Trackdays – Motorsportfans wird hier viel geboten. Aber auch Familien kommen bei den vielen Veranstaltungen voll auf ihre Kosten. Für den reibungslosen Ablauf muss das Unternehmen gut präpariert sein, damit der Laden sprichwörtlich läuft. Auch beim „Porsche Sports Cup“.

„Die Motorsport- Arena ist in diesem Fall zwar nicht Organisator, stellt aber die komplette Infrastruktur. Da ist fast so viel zu tun, als wenn wir das Ganze organisieren“, berichtet Alexandra Werner aus Erfahrung. Die 33-Jährige hat Sportmanagement, Event-Marketing und Live-Kommunikation studiert, gehört seit ihrer Zeit als Praktikantin vor elf Jahren zum Team und zeichnet in der Unternehmenskommunikation für Marketing und Events jeglicher Art verantwortlich.

Einzigartige Logistik

„Als Motorsportlogistiker sind wir mit der Motorsport-Arena als multifunktionaler Anlage rundherum und das ganze Jahr über Dienstleister. Rundum-Service ist notwendig. Alles, was hier passiert, muss zusammengebracht, aber auch unterteilt werden. Zum einen organisieren wir hier unzählige Motorsport-Events, haben aber zum anderen durch den Verkauf von Eintrittskarten auch Zuschauer-Events. Das Erste richtet sich nach den Streckenprotokollen und Richtlinien des Deutschen Motor-Sport-Bundes (DSBM), das Zweite nach Versammlungsstättenverordnungen, was unter anderem Anmeldungen bei der Stadt Oschersleben beinhaltet. Streckenprotokolle, die es für jedes Motorsport-Event gibt, müssen alle drei Jahre erneuert werden“, erklärt Alexandra Werner. Zu den Vorschriften in den Protokollen gehören die Körnung in den Kiesbetten bis hin zum Vorhalten von Rettungs- oder Abschleppwagen und die Anzahl der Sportwarte, von denen schon mal bis zu 150 am Tag, wie bei einer Motorrad-Langstreckenmeisterschaft, vorgeschrieben sind.

Alexandra Werner hat Sportmanagement, Event-Marketing und Live-Kommunikation studiert, gehört seit ihrer Zeit als Praktikantin vor elf Jahren zum Team und zeichnet in der Unternehmenskommunikation für Marketing und Events jeglicher Art verantwortlich.

Rettungsarzt dabei

„Das wird dann über ehrenamtlich tätige Mitglieder realisiert. Das sind meist Gruppen, die Motorsport als Reise erleben und aus verschiedenen Ländern zu uns kommen. Zurzeit haben wir einen Pool von rund 300 Mitgliedern, die auch aus Österreich, Tschechien oder Ungarn kommen und auf die wir zurückgreifen können“, schildert Werner.

Anders verhalte es sich im medizinischen Bereich. Die Motorsport-Arena unterhält ein Medical Center, mit einem fest angestellten Rettungsarzt, der mit dem DRK Wanzleben die medizinische Absicherung übernimmt. „Das geschieht alles in Abstimmung mit der Rettungsleitstelle in Haldensleben. Das wird bereits alles am Jahresanfang festgezurrt. So können bei Bedarf hier in der Arena abgesetzte Notrufe direkt entgegengenommen werden. Der Zeitfaktor ist dabei das Entscheidende. Wir sind im Falle eines Falles mit Dr. Christoph Kern hier vor Ort natürlich schneller, da wir so die gesamte Rettungskette bei Bedarf bis zum Krankenhaus in Neindorf oder nach Magdeburg optimieren können.“

Im Jahr gibt es rund 1000 Einsätze, die im Medical Center behandelt werden. Dazu gehören etwa 500 Verletzungen wie Bienenstiche oder Ähnliches. „Also auch Leute, die allein dorthin kommen können, während die anderen 500 dorthin gebracht werden müssen. Von denen muss dann etwa die Hälfte ins Krankenhaus.“

Für Feuerwehren, die ebenfalls während aller Rennen dabei sein müssen, ergeben sich mit dem Einsatz auf der Rennstrecke völlig neue Aspekte. Zum Beispiel Fahrzeuge, die während eines offiziellen Rennens in der Boxengasse betankt werden müssen. „Wir halten zwar selbst einen großen Tanklöschwagen und ein kleineres Fahrzeug vor, haben bei großen Events aber die Feuerwehr Oschersleben zur Unterstützung generell immer mit dabei.“ Zum Sicherheitspaket gehörten darüber hinaus auch, dass man die Rennstrecke generell nur mit Medical Center und der Race-Control vermiete, die das gesamte Renngeschehen verfolge, von wo aus die Rettungskette ausgelöst werde. Denn bei einigen Events, wie beispielsweise GT-Rennserien, können Fahrzeuge mit Flügeltüren am Start sein – oder zur NASCAR solche, bei denen die Fahrer durch die Fenster ein- und aussteigen müssen. Das müsse man wissen und berücksichtigen. Dafür stehe bei diesen speziellen Rennen ein Spezialteam parat, das bei Unfällen die Fahrer aus ihren Fahrzeugen mit ganz speziellen Werkzeugen befreien könne. Das werde auch mit allen Beteiligten geübt. Dass das alles nötig sei, zeige sich am Beispiel der Deutschen Tourenwagen-Meisterschaft: Gut 60.000 Besucher würden sich die DTM in Oschersleben anschauen, 600 Leute seitens der Motorsport-Arena sorgen für einen reibungslosen Ablauf. Da muss nicht nur die Technik mitspielen, sondern sie muss auch immer auf dem neuesten Stand sein. So wurde der bisher analoge Funkverkehr komplett auf digital umgestellt, Leitpanals für das Safety-Car auf der Basis von Glasfaser werden als nächstes installiert.

Zum Sicherheitspaket in der Motorsport-Arena gehört auch, dass die Rennstrecke generell nur mit Medical Center und der Racec-Cntrol (Foto) vermietet wird, die das gesamte Renngeschehen verfolgt. Von dort kann die Rettungskette ausgelöst werden.

Tankstelle benötigt

Weitere Anforderungen an die Logistik stellen Kraftstoffversorgung und die Sicherheit der Besucher. So ist pro 100 Personen bei Zuschauerveranstaltungen ein Security-Mann laut Versammlungsstättenverordnung vorgeschrieben. Auch für das Benzin gibt es klare Vorgaben. „Wir haben eine Tankstelle, die zur Verfügung steht. Bei jeder Rennserie ist allerdings vorgegeben, mit welchem Sprit gefahren wird. Und den müssen wir dann auch dort vorhalten. Ein GT-Fahrzeug braucht rund 200 Liter pro Stunde, der pro Liter rund fünf Euro kostet. Das nur mal so am Rande.“

Was sonst noch beachtet werden muss? Wiederum eine ganze Menge: Kümmern muss sich das Team um Catering, die Anzahl von Toilettenhäuschen, Parkplätze, Brandwachen, Versicherungen, Kehrmaschinen, GEMA-Gebühren, Hotel-Shuttle, Reisegewerbekarten für Händler, Abschleppwagen, Plakataufsteller, Infostände, Ticketing, Bauabnahmen für Bühnen und Zelte, Sonntagsfahrgenehmigung für Renntrucks, Zeitnahme und, und, und. Auch der Zustand des Asphalts gehört natürlich dazu.

Speisen, wenn sie vor Ort verzehrt werden, unterliegen seit 1. Januar 2024 wieder einem Steuersatz von 19 Prozent. *Foto: picture alliance/dpa/Jens Kalaene*

Mehrwertsteuererhöhung ein Brandbeschleuniger

Interview mit Jens Lutz, dem Vorsitzenden der Harzsektion des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA)

Eine Umfrage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga Bundesverband) hat ergeben, dass die Mehrwertsteuererhöhung von sieben auf 19 Prozent für Speisen schwerwiegende Folgen für die Betreiber von Gaststätten und Restaurants haben wird. Speisen, wenn sie vor Ort verzehrt werden, unterliegen seit dem 1. Januar dieses Jahres wieder dem früheren Steuersatz. Speisen, wenn sie geliefert werden, unterliegen weiterhin einer Umsatzsteuer von sieben Prozent. Über die neuen Regelungen und die Folgen für Hotellerie und Gastronomie hat Anna Heinichen mit Jens Lutz gesprochen, Vorsitzender des DEHOGA Harz..

Herr Lutz, wie denken Sie darüber, dass die Mehrwertsteuer für die Gastronomie wieder auf den regulären Steuersatz von 19 Prozent erhöht wurde? Gerecht oder ungerecht?

Was ist heute schon gerecht? Ich finde es schwierig, da von gerecht oder ungerecht zu sprechen. Blickt man etwas weiter, dann haben 22 von 27 EU-Ländern eine geringere Umsatzsteuer festgesetzt. Generell wäre natürlich ein einheitlicher geringerer Steuersatz in Deutschland wünschenswert.

Oft heißt es, dass die Gastronomie die Menschen zusammenbringt, das Miteinander fördert. In Dörfern sind Gaststätten ja beinahe wie Gemeinschaftsräume. Was bedeuten die Erhöhung und die damit verbundenen Folgen Ihrer Meinung nach speziell für unsere eher ländlich geprägte Region?

Stirbt die Kneipe, dann stirbt das Dorf. So hieß es früher. Heute könnte es heißen, stirbt die Gastro, dann stirbt die Stadt. Ich denke, die Gastronomen sind gefragt und müssen sich was einfallen lassen, um die Menschen in ihre Restaurants zu holen. Aber das ist schon immer so gewesen. Das ist nicht abhängig von der Erhöhung der Mehrwertsteuer.

Allein für die sozialen Kontakte: Wäre es nicht gerecht, wenn alle Menschen sich einen Restaurantbesuch leisten könnten? Wäre deshalb nicht eine niedrigere Steuer sinnvoll?

Ein Restaurantbesuch sollte generell kein Luxus sein. Aber im Moment kann man das nicht auf die Erhöhung schieben. Ich denke, es ist eher die allgemeine Preissteigerung, die die Menschen zum Nachdenken und Sparen bringt. Viele Restaurants sind auch nach wie vor gut besucht. Aber der Umsatz sinkt. Manche Menschen gehen seltener Essen, und andere lassen das zweite Getränk oder auch das Dessert weg, um zu sparen. Die Zurückhaltung ist teilweise schon zu merken. Man merkt auch eine Veränderung beim Mittagsgeschäft. Die Pause wird dort nicht mehr so häufig verbracht wie früher. Da greift man auf ein belegtes Brot von Zuhause zurück. Aber auch das ist nicht allein auf die Mehrwertsteuer zurückzuführen. Es ist auch immer eine Frage des Standorts. Ein Restaurant in der Stadt hat beim Mittagsgeschäft bessere Chancen als eines am Stadtrand, zu dem man erst fahren muss.

Würden Gaststättenbesitzer steuerlich entlastet, müsste man dieses Geld wolmöglich an anderer Stelle wieder reinholen. Was meinen Sie, wie das geschehen könnte?

Grundsätzlich gilt ja: Bei weniger Umsatz zahle ich auch weniger Steuern. Eine Studie der freien Hochschule Westküste hat gezeigt, dass die 2010 eingeführte reduzierte Umsatzsteuer auf Hotelübernachtungen letztlich zu gestiegenen Investitionen in Millionenhöhe geführt hat. Auch in den Folgejahren stiegen die Investitionen weiter an. Das könnte ein Weg sein.

Jens Lutz ist Vorsitzender des DEHOGA Harz. *Foto: Heinichen*

Der Hotel- und Gaststättenverband Dehoga geht davon aus, dass durch die Erhöhung weitere 12.000 Betriebe schließen müssen. Droht das unserer Region auch?

Natürlich ist unsere Region davon nicht ausgenommen. Ich meine aber, die Steuererhöhung ist ein Baustein von vielen, der zur Schließung führt. Ich würde die Mehrwertsteuererhöhung als Brandbeschleuniger sehen.

Wagen Sie eine Prognose? Wann werden die ersten Gaststätten oder Restaurants schließen?

Nein, da wage ich keine Prognose. Wie gesagt, dafür braucht es mehr als nur die Steuer. Hinzu kommt, dass das Jahr noch recht jung ist. Da kann noch viel passieren.

Wenn die Betriebe schließen: Was bedeutet das für das gesamte Gastro-System?

Guckt man vor allem in den Oberharz, dann hätte die Schließung von Restaurants für den Tourismus fatale Folgen. Schon jetzt sind die Gaststätten in der Saison oft ausgebucht oder überfüllt. Fallen da noch welche weg, wirkt sich das sehr negativ für den Tourismus aus.

Die Corona-Pandemie hat es uns gezeigt: Weil das Leben auf der Straße fehlte, litten auch die Einzelhändler. Die Menschen gingen weniger in die Geschäfte. Droht jetzt der Gastronomie vielleicht dasselbe Schicksal?

Gastronomie und Einzelhandel sind eng miteinander verzahnt. Eine Innenstadt mit vielen Geschäften lässt sich nur durch Aufenthaltsqualität beleben. Und diese erreicht man nur mit vielfältiger Gastronomie. Vom Café über den Fastfood-Laden hinzu einer gehobenen Küche muss alles dabei sein.

Die Preise eins zu eins an die Gäste weiterzugeben, könnte doch eine gute Lösung für die Betriebe sein. Oder?

Das lässt sich so pauschal nicht sagen. Jeder Gastronom ist auch Kaufmann und muss das für seinen Betrieb einschätzen.

Die Mehrwertsteuer-Erhöhung greift ja nur, wenn auch tatsächlich im Restaurant gegessen wird. Könnte es sein, dass jetzt noch mehr Gäste Essen bestellen und selber abholen werden? Was meinen Sie?

Dazu gibt es gerade noch keine belastbaren Zahlen. Nach der Zeit der Pandemie, während der deutlich mehr Essen bestellt wurde, sind die Menschen wieder in die Restaurants zurückgekehrt.

Kann man jungen Menschen am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn noch mit gutem Gewissen empfehlen, in die Branche zu gehen?

Warum nicht? Diese Branche ist so vielseitig, facettenreich und interessant. Es gibt so viele Möglichkeiten. Entweder bleibt man hier, oder man zieht hinaus in die Welt. Ob auf einem Schiff oder im Ausland, als Gastrofachmann lässt es sich überall arbeiten. Ich würde jederzeit wieder in diese Branche einsteigen und kann sie nur jedem ganz klar empfehlen.

Christian Lindner hat für seine Destille in Braunlage noch viele Ideen. *Foto: Wirego*

Die höchste Destille in Norddeutschland

Christian Lindner produziert in Braunlage hausgemachten Gin und bringt Kunden auch von weit her auf den Geschmack

Wer Christian Lindner über seine Aufgaben als Geschäftsführer der Strand-Berg GmbH in Braunlage reden hört, dem scheint es, als habe sein Tag mehr als 24 Stunden. Seit 2021 ist Lindner nun noch Destillateur und produziert seinen eigenen Gin im Oberharzort Braunlage. Erst war es eine Idee zur Kundenbindung, die bei ihm nunmehr zur Leidenschaft geworden ist. Und seit mehr als 20 Jahren arbeitet der gebürtige Harzer Christian Lindner schon für Rainer de Groot, Architekt und Investor aus der Wedemark. Mit der Strand-Berg GmbH haben sie seit 2014 in diverse Objekte in Braunlage investiert.

Rund 40 Ferienwohnungen und -häuser, ein Hotel und ein „Bed & Breakfast“ wurden zu Feriendomizilen mit Charakter ausgebaut, wie es heißt. Zudem hat der bekennende Italien-Fan Lindner mit der „Kleinen Vielfalt“ einen Shop für italienische Feinkost und liebenswerte Dinge aufgebaut, der gleichzeitig zentrale Anlaufstelle für die Strand-Berg-Gäste ist. Der Name der GmbH entstand, als ursprünglich noch Immobilien auf den Kapverdischen Inseln im Atlantik touristisch genutzt werden sollten.

„Geiles Gesöff“

Dann, im Zuge der Investitionen in Braunlage, gab es auch eine enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung des Landkreises (Wirego) rund um Zuschüsse aus dem GRW-Programm – die vom Bund geförderte Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur.

Neuester Geschäftszweig der Strand-Berg GmbH ist der eigens produzierte Gin. Black Label, Pink Label, Eis Gin und „Strand-Berg's geiles Gesöff“ sind hundertprozentige Produkte aus Braunlage, zu 100 Prozent Christian Lindner. „Ich entwickle die Rezeptur, destilliere, fülle ab und etikettiere alles selber“, berichtet der 49-Jährige. „Jede Flasche habe ich etwa achtmal in der Hand, ehe sie verkauft wird.“ Bei 2500 Flaschen im ersten Produktionsjahr 2022 klingt das nach einem Vollzeit-Job. Doch eigentlich war die Idee zur Destille nur eine strategische Entscheidung, um durch eigene Events die Kundenbindung zu erhöhen und auch in der „Sauren-Gurken-Zeit“ einen Anreiz für einen Kurzurlaub in Braunlage zu bieten.

Die Idee zum Gin ergab sich durch Zuspruch seiner Kunden. „Als wir noch italienische Spirituosen in der ‚Kleinen Vielfalt‘ angeboten haben, kam ständig die Nachfrage nach Gin“, erinnert sich Christian Lindner. Er selbst ist Kaffeeliebhaber und hat sich mit Gin erst näher beschäftigt, als die Idee für die Destille aufkam. Die Nachfrage war da – und ein möglicher Ort auch. Denn die Kellerräume des heutigen „Ursprungs“ am Jermerstein entpuppten sich während der Sanierung als ungeeignet für die Vermietung. So plante der Betrieb kurzerhand um und schuf einen stilvoll wie gemütlichen Raum für Produktion und Verkostung. Bis zu 16 Personen probieren hier in vier Stunden acht internationale Ginsi. „Sie kommen als Gäste und gehen als Freunde“, betont Christian Lindner lachend. Etwa viermal im Monat gibt es öffentliche Tastings, ansonsten können sich Gruppen privat anmelden – ob Freundestreffen, Junggesellenabschiede oder als Firmenveranstaltung. Zudem stellt Lindner seinen Gin auch als Auftragsarbeit her.

> „Ich entwickele die Rezeptur selber.“

Seine eigene Fortbildung musste während der Coronazeit ausfallen, deshalb eignete sich Christian Lindner das Know-how fürs „Vergeisten“ des Gins selbst an. Zur weiteren Entwicklung der Destille und für das Gin-Erlebnis in Braunlage hat er noch viele Ideen.

Weitere Informationen gibt es online unter: www.strand-berg.de/strand-bergs-gin-destille. *red*

Gründer erhalten Beratung und Unterstützung

Auf dem Weg zum erfolgreichen eigenen Unternehmen gibt es viele Hürden – Idee, Planung, Geschäftsmodell

Die Gründung eines Unternehmens ist mit vielen Herausforderungen verbunden. Aber wer im Landkreis Goslar eine Firmengründung anstrebt, der bekommt vielfältige Unterstützung. Die Wirtschaftsförderung Region Goslar (Wirego) bietet im Bereich der Gründungsförderung ein komplettes Beratungs- und Unterstützungsangebot an.

Hilfe und Netzwerk

Im Rahmen von Veranstaltungen werden sowohl die Themen der betriebswirtschaftlichen Vorbereitung und Businessplanung vermittelt als auch spannende Formate zur Persönlichkeitsentwicklung und Vernetzung mit Gleichgesinnten angeboten.

Das Herz der Gründungsförderung ist und bleibt die individuelle Beratung zu allen Facetten der Vorhabensplanung und -umsetzung, wenn es um die Gründung eines Unternehmens geht – beispielsweise Erstellung des Geschäftsmodells, Kapitalbedarfsermittlung, Finanzierung, Fördermittel, Standortberatung und -findung, Antragsstellungen, Genehmigungen und vieles mehr.

Fonds für Kapital

Dafür greift die Wirego auf ein umfangreiches Netzwerk von Fachleuten zurück, vereint im „Beratungsnetzwerk Region Goslar“. Seit einigen Monaten bietet die Wirego diese Beratung zusammen mit der Gründungsförderung der TU Clausthal zusätzlich auf dem Campusgelände im neuen Gründungszentrum Clausthal-Zellerfeld an, das 2022 eröffnet worden ist.

Eine Besonderheit im Unterstützungsangebot der Wirtschaftsförderung Region Goslar stellt der Beteiligungsfonds dar, über den aussichtsreiche Gründungsvorhaben mit zusätzlichem Eigenkapital ausgestattet werden können, was die Bonität der Gründer verbessert und damit den Zugang zu Krediten erleichtern kann.

Von der Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung haben Gründer viele Hürden zu überwinden. Beratung und Unterstützung bietet die Wirtschaftsförderung. *Grafik: Wirego*

Aber auch nach erfolgter Gründung steht die Wirego den jungen Unternehmen im Landkreis Goslar mit eigenem Know-how sowie mit der unternehmerischen Erfahrung der Mitglieder des Mentoring-Netzwerks Region Goslar zur Seite, das 2022 zusammen mit der TU Clausthal etabliert wurde. Weitergehende Informationen zum Thema, zu Veranstaltungen sowie zu Ansprechpartnern finden sich unter www.wirego.de sowie auf dem Gründungsportal Region Goslar (www.gruenden-region-goslar.de). *red*

2005 saniert sie ein historisches Gebäude in der Altstadt von Wernigerode und eröffnet das Haus als vietnamesisches-japanisches Restaurant „Orchidea Huong“. *Foto: Drechsler*

Fachkräften in Fernost auf der Spur

Wernigeröder Unternehmerin Huong Trute begleitet Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier auf seiner Asienreise

Von Frank Drechsler

Im Rahmen einer Asienreise hat die Wernigeröder Unternehmerin Huong Trute Anfang dieses Jahres eine Wirtschaftsdelegation mit Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und Arbeitsminister Hubertus Heil an der Spitze begleitet. Im Fokus stand der Ausbau der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und Vietnam sowie die Gewinnung von Fachkräften. Huong Trute kam 1976 zur Berufsausbildung in die ehemalige DDR und absolvierte zunächst ab 1978 in Karl-Marx-Stadt, dem heutigen Chemnitz, ein Studium zum Ingenieurpädagogen. Danach ging sie zurück nach Vietnam, wo sie bis 1987 arbeitete und dann erneut in die DDR nach Wernigerode zurückkehrte. Diesmal als Dolmetscherin für die Vertragsarbeiter im Kleiderwerk.

Nach der politischen Wende machte sie sich als Gastronomin in Hasselfelde mit einem asiatischen Restaurant selbstständig. 2005 sanierte sie ein historisches Gebäude in der Altstadt von Wernigerode und eröffnete das Haus als vietnamesisches-japanisches Restaurant „Orchidea Huong“. Das gehört laut dem Feinschmecker-Magazin zu den 40 besten asiatischen Restaurants Deutschlands. Darüber hinaus ist Huong Trute sozial und gesellschaftlich aktiv und setzt sich seit Jahrzehnten für freundschaftliche und wirtschaftliche Beziehungen zwischen Deutschen und Vietnamesen ein.

Sie ist die Initiatorin der Städtepartnerschaft zwischen Wernigerode und Hoi An in Vietnam und ist Gründungsmitglied des Wernigeröder Interkulturellen Netzwerkes (WIN). Dafür wurde sie mit dem Wernigeröder Bürgerpreis, dem Bundesverdienstkreuz am Bande sowie dem Demografie-Preis des Landes Sachsen-Anhalts geehrt. Sie sieht sich selbst als bescheidene Brückenbauerin zwischen Zugewanderten und Einheimischen, ist aber ein wichtiger Partner für die Stadt Wernigerode geworden. Seit 2020 unterstützt Huong Trute die Bildungsträger Akademie Überlingen und Internationaler Bund bei der Gewinnung und Ausbildung von Fachkräften aus Vietnam für den Harz.

Brücken bauen

Also ist sie genau die Richtige, wenn es darum geht, Brücken zwischen Ländern auf- und Hemmnisse abzubauen. Die Einladung des Bundespräsidialamtes, die sie für ihr herausragendes Engagement erhalten hat, sieht sie als Anerkennung für ihre Verdienste. Schon im Jahr 2015 erhielt sie eine Einladung zum Staatsbankett – beim damaligen Bundespräsidenten Joachim Gauck. Sie musste ablehnen, da sie zu dieser Zeit an einer Bürgerreise nach Vietnam teilnahm. Dieses Mal sagte sie zu, um „ein starkes Signal für die gelungene Integration der Vietnamesen in Deutschland zu setzen“.

Die Einladung erfolgte gemeinsam mit Bundesarbeitsminister Hubertus Heil, um auf die Bedeutung vietnamesischer Fachkräfte für Deutschland aufmerksam zu machen. Die Idee dahinter war, positive Beispiele vorzustellen, die zeigen, dass sich Menschen in Deutschland niederlassen und erfolgreich sein können. Eine 50-köpfige Delegation, bestehend aus Wirtschaftsfachleuten, Unternehmern, Pressevertretern und Sondergästen wie Huong Trute, repräsentierte diese Botschaft. In Vietnam sei bei den Gesprächen und Treffen eine Euphorie, Neugier und Entschlossenheit bei vielen jungen Vietnamesen spürbar gewesen, berichtet sie. Die Werbung habe im Übrigen nicht nur speziellen Branchen wie der Gastronomie, sondern allen Berufsbildern gegolten. Die Botschaft lautete: „Wir nehmen Sie auf, wenn Sie zu uns kommen wollen. Ob Akademiker oder Koch – alle sind willkommen.“

In Vietnam bestehe großes Interesse, nach Deutschland zu kommen. Die Ausbildungsmöglichkeiten dort für junge Vietnamesen seien längst nicht so etabliert wie in Deutschland. Es sei ihr jedoch wichtig, auch zu betonen, dass Vietnam ebenfalls unter Fachkräftemangel leide, ähnlich wie Deutschland. Im Harz wird ein bislang sehr erfolgreiches Ausbildungsprojekt längst weitergeführt. Der Bürgermeister von Wernigerodes Partnerstadt Hoi An in Vietnam, Nqyuen Van Son, und der Oberbürgermeister der Stadt Wernigerode, Tobias Kascha, bekannten sich zur Fortführung des gemeinsamen Ausbildungsprojekts.

Beide Städte beabsichtigen das Azubi-Projekt fortzusetzen, um künftig junge Vietnamesinnen und Vietnamesen im Harz auszubilden und somit dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Dabei gelte es, Sprachkenntnisse und die Begleitung der jungen Vietnamesinnen und Vietnamesen weiter zu verbessern.

Die ankommenden Fachkräfte würden Hilfe bei Fragen und bei den vielen, kleinen und notwendigen Erledigungen erfahren, bis hin zum Besorgen einer Steuernummer.. „Das trägt dazu bei, dass die Integration weiter erfolgreich verläuft“, sagt Huong Trute. Sie muss es wissen.

Die „Harz AG – Initiative Wachstumsregion“ unterstützt den Museumsförderverein Fürst-Stolberg-Hütte/Heimatstube dabei, die Ausstellung mit Kunstgussöfen dauerhaft am Standort Ilsenburg zu sichern. Bei einem Arbeitstreffen informiert Christian Eggert (Mitte) Steffi Rienäcker, Steffen Schulze, Rüdiger Kirschstein und Elke Koth von der Harz AG über den aktuellen Stand des Vorhabens. *Foto: Drechsler*

Harz AG unterstützt Museumsförderverein

Kunstgussöfen ausgestellt: Außergewöhnliche Präsentation soll dauerhaft gesichert werden – Lange Tradition im Hütten- und Gießereiwesen in Ilsenburg

Von Frank Drechsler

Seit ihrer Gründung 2003 versteht sich die „Harz AG – Initiative Wachstumsregion“ als Zusammenschluss vieler Unternehmer des Landkreises Harz mit dem Ziel, aktiv für die Wirtschaftsförderung der Region tätig zu werden. Neben den etablierten, touristischen Projekten HarzCard und dem ÖPNV-Ticket HATIX, die auch in diesem Jahr weiterentwickelt werden, begleitet und unterstützt die Harz AG unter anderem auch den Museumsförderverein Fürst-Stolberg-Hütte/Heimatstube. Für den Verein steht aktuell der Erwerb von Kunstgussöfen im Zentrum.

Die Stadt Ilsenburg blickt auf eine reiche Tradition im Hütten- und Gießereiwesen. Bereits um das Jahr 1530 wurde auf Betreiben von Botho Fürst zu Stolberg mit dem Bau der heute unter dem Namen Fürst-Stolberg-Hütte bekannten Produktionsstätte begonnen. Neben der Herstellung von Werkzeugen und Haushaltgegenständen, aber auch Kanonen und Waffen nahm im 18. Jahrhundert die Bedeutung des Eisenkunstgusses, und damit auch die Herstellung von Kunstgusseisenöfen, stetig zu.

> „Ohne Fördergelder wäre ein solches Projekt schlicht nicht finanzierbar.“

Durch das Engagement des Museumsfördervereins Fürst-Stolberg-Hütte/Heimatstube Ilsenburg mit Gunnar Junig und Christian Eggert an der Vereinsspitze ist es gelungen, in den letzten Jahren eine über 200 Kunstgussöfen umfassende private Sammlung als Leihgabe in die Fürst-Stolberg-Hütte zu holen. „Diese weltweit sowohl einmalige als auch industrie- und kulturhistorisch wertvolle Sammlung beinhaltet auch 35 Öfen Harzer Herkunft und weitere 19 Öfen aus angrenzenden Gebieten. Alle Kunstgussöfen sind vollständig rekonstruiert und dokumentiert und werden in der großen Gießereihalle in eigens dafür hergestellten Vitrinen präsentiert“, betont Eggert.

Die Attraktivität der Ilsenburger Museumslandschaft wird durch die Sammlung deutlich angehoben. Um diese über die Präsentation auch dauerhaft für Ilsenburg zu sichern, sollen die 54 Öfen durch den Verein angekauft werden. Dafür, aber auch für viele weitere Maßnahmen zur Erhaltung und Ertüchtigung der denkmalgeschützten großen Gießereihalle als Museum sind teils erhebliche finanzielle Mittel notwendig. Dabei unterstützt die Harz AG bei der Erstellung von Anträgen für Fördergelder.

„Ohne Fördergelder wäre ein solches Projekt schlicht nicht finanzierbar. Auch die Stadt Ilsenburg ist mit im Boot. Als Eigentümerin des Städtischen Kunstgussmuseums unterstützt sie im Rahmen eines Kooperationsvertrages und wird sich voraussichtlich an der Finanzierung des Ankaufs beteiligen.

„Die Haushaltsmittel sind im Haushaltsplan 2024 der Stadt Ilsenburg zwar eingestellt, bedürfen jedoch noch einer gesonderten Freigabe durch den Stadtrat“, erklärt Steffi Rienäcker, Vorstand der Harz AG.

Blick in die einstige Gießereihalle der Fürst-Stolberg-Hütte in Ilsenburg. Hier hat der Museumsförderverein Fürst-Stolberg-Hütte/Heimatstube Ilsenburg in Vitrinen links und rechts eine Ausstellung mit Kunstgussöfen installiert. *Foto: Drechsler*

Hintergrund: Ziel des aus regionalen Unternehmen und öffentlicher Verwaltung im Altlandkreis Wernigerode bestehenden Konsortiums war die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung der Region und des regionalen Unternehmertums.

Im Zuge der Kreisgebietsreform erfolgte im Jahr 2007 die Umwandlung der Wernigerode AG in die Harz AG – Initiative Wachstumsregion. Das Unternehmen tritt seitdem in allen drei Altkreisen der Region als Mittler zwischen Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Handelskammern, der öffentlichen Verwaltung sowie den Unternehmensaktionären auf. Die Beteiligung der Harz AG an der wirtschaftlichen Entwicklung der Region erfolgt über die Initiierung, Beteiligung und Umsetzungsbegleitung von Projekten. Eine Aktiengesellschaft, die börsennotiert am Markt agiert, ist die Harz AG aber nicht.

Die Aktionärsstruktur spiegelt die starke Bindung zur wirtschaftlichen Entwicklung der regionalen Unternehmen wider. Der Landkreis Harz sowie die Städte Blankenburg, Thale und Wernigerode sind mit 22,66 Prozent beteiligt. Die anderen Aktionäre setzen sich aus juristischen Personen, Personengesellschaften sowie Kaufleuten mit Sitz oder Geschäftsbetrieb im Landkreis Harz zusammen.

Zu den Dauerbrennern unter den zahlreichen Erfolgsprojekten gehört neben dem Harzer Urlaubsticket HATIX vor allem auch die HarzCard. Gleichermaßen stehen die Förderung der Berufsorientierung und die Unterstützung der Unternehmen bei der Fachkräftegewinnung ganz oben auf der Agenda.

Heißer Stoff: Die Firma MAC Frischkorn sorgt für hohe Qualität von Titan und Aluminium. *Fotos: Wirego*

Die Experten für Titan und Aluminium

MAC Frischkorn ist spezialisiert auf leichte Metalle in hoher Qualität – Das Start-up-Unternehmen will im Gründungszentrum wachsen

Im Oberharzer Gründungszentrum packt die junge Firma MAC Frischkorn wahrlich heißen Stoff an. Es geht um leichte Metalle in hoher Qualität.
Im Zuge seines Studiums und seiner Promotion an der TU Clausthal hat der Ingenieur Dr. Gero Frischkorn selbst die Erfahrung gemacht, wie schwierig es ist, Titan oder Aluminium in gleichbleibender Qualität zu beziehen. Ganz gleich, ob kleine oder große Mengen und unterschiedlichste Bezugsquellen – die Eigenschaften der gleichen Legierung eines Materials können für die späteren Einsatzgebiete entscheidende Unterschiede aufweisen. Frischkorns Geschäftsidee zielt darauf ab, für die jeweiligen Kundenanforderungen das Optimum aus dem Material herauszuholen.
Bereits in seinem Masterstudium der Technischen Betriebswirtschaftslehre an der TU Clausthal beschäftigte sich Gero Frischkorn mit dem Forschungsschwerpunkt der Wärmebehandlung von Titanlegierungen. Während seiner Promotion, die er im Sommer 2022 erfolgreich abschloss, untersuchte er die tribologischen Eigenschaften von Titan – also, wie sich das Material bei Reibung und Verschleiß verhält. Titan ist ein besonders hochwertiger und teurer Metallwerkstoff, der vor allem in der Luftfahrt und der Medizintechnik verwendet wird.
Wenn geringes Gewicht bei hoher Stabilität entscheidend wird, kommt Titan häufig zum Einsatz. Für die Industrie ist dabei eine möglichst gleichbleibende Qualität entscheidend. Denn Unterschiede in den Mikrostrukturen sorgen für ein verändertes Materialverhalten und können verheerende Folgen haben. Mit seinem Unternehmen setzt Gero Frischkorn genau dort an. Er will wissenschaftliches Knowhow und die Anforderungen der Wirtschaft verbinden. Analyse, Beratung, Werkstoffprüfung und -optimierung bilden sein Portfolio. Auch der Handel mit Halbzeug, also bearbeitetem Rohstoff, gehört dazu. 2019 hat Gero Frischkorn das von seinem Stiefvater 2011 gegründete Unternehmen übernommen. Mit dem Fokus auf die Optimierung des Materials und den Materialhandel entwickelte er das bisherige reine Beratungsunternehmen weiter zu einem Spezialanbieter rund um Titan und Aluminium. Derzeit hat das Unternehmen seinen Sitz im Gründungszentrum Clausthal-Zellerfeld. Dort werden beispielsweise Wärmebehandlungen in Spezialöfen durchgeführt. Dadurch können Festigkeit, Oberflächenhärte, die Temperaturbeständigkeit und Verformbarkeit des Materials verbessert und die Materialeigenschaften vereinheitlicht werden. Entsprechend stellt der Betrieb die nach Kundenanforderung erforderliche Qualität sicher.

Wirego-Prokuristin Anja Blümel (rechts) interviewt Dr. Gero Frischkorn zu seiner spannenden Gründungsgeschichte.

Kooperation mit Uni

Die enge Zusammenarbeit mit dem Institut für Werkstoffkunde und Werkstoffwissenschaft (IWW) und dem Clausthaler Zentrum für Materialtechnik (CZM) sorgt für weitere Synergien – und damit Vorteile für die Kunden. „Die Eröffnung des Gründungszentrums war für uns wie ein Sechser im Lotto“, berichtet Gero Frischkorn. Die Fertigstellung des Gründungszentrums erfolgte just zu dem Zeitpunkt, als die Nachfrage die damals vorhandene Kapazität von Frischkorns Betrieb überstieg. Nun nutzt das Unternehmen zusätzlich die Entwicklungs- und Lagerräume im Gründungszentrum. Gero Frischkorn setzt bei der Unternehmensentwicklung auf organisches Wachstum. Das mittlerweile sechsköpfige Team soll künftig weiter ausgebaut werden. Ebenso erweitert der Betrieb sukzessive die Lagerkapazitäten.
Aus Sicht des Gründungszentrums ist das Unternehmen somit ein Paradebeispiel für die Philosophie dieses „Brutkastens“ im Oberharz: Junge Unternehmen können im Zentrum schnell Fahrt aufnehmen, um sich dann nach und nach am Markt zu etablieren.

Dr. Gero Frischkorn.

Spitzenadresse für Wissenschaftler und Schüler

Das Goslarer Stadtarchiv birgt wahre Schätze und übt sich im ständigen Spagat zwischen Öffentlichkeitsarbeit und eigentlichen Aufgaben

Von Frank Heine

Die prekäre Personallage im Stadtarchiv war nur die eine Seite, die der 2025 scheidende Langzeit-Leiter Ulrich Albers der Goslarer Ratspolitik im Kulturausschuss vor Augen führte. Er hatte auch eine lange Liste mitgebracht, die die herausragenden Besonderheiten, ungewöhnlichen Leistungen und maximalen Vorzüge des Stadtarchivs beschrieb. Trotzdem gibt es noch weitere ernsthafte Probleme, die es zu lösen gelte.

1203 Besucher fanden im vergangenen Jahr den Weg in die Einrichtung, von denen etwa die Hälfte wissenschaftliche Nutzer waren, die laut Albers für ihre Dissertationen, Buchprojekte, Publikationen und Ausstellungen nach Material fahndeten. Dazu kamen die Heimat- und Regionalforscher mit den Schwerpunkten Stadtteile, Vereine und Wirtschaft.

Die dritte Gruppe skizzierte Albers als Familienforscher, die im Goslarer Archiv mit Bürger- und Kirchenbüchern, Gerichtsakten sowie Meldekarten reich sprudelnde Quellen finden. Auffällig sei, dass in diesem Bereich immer mehr junge Leute tätig seien. Auch viele Schülerinnen und Schüler nutzten die Einrichtung verstärkt für ihre Arbeiten wie die Referate im Geschichtsunterricht.

Noch ausbaufähig

Den Bereich Führungen für Schulen bezeichnete Albers als noch ausbaufähig, bei der aktuellen Personallage aber „immer ein Spagat zwischen Öffentlicharbeit und der übrigen Archivarbeit, die liegen bleiben muss“. Trotzdem weise das Archiv mit 456 Personen in 29 Führungen die höchste Zahl aller Einrichtungen auf dem Goslarer Kulturmarktplatz aus. Es kommen Schüler, Stadtführer, Geschichts- und Museumsvereine aus der Region, Vereine, Klassentreffen und noch viele mehr.

Sie sahen im vergangenen Jahr 8650 Urkunden, 2500 Zeitungen, 9300 Fotos und 20.000 Bände Archivliteratur ein. Was laut Albers bedeutet: All diese Archivalien wurden anhand der Findbücher bestellt, von den Mitarbeitern herausgesucht, den Benutzern vorgelegt, eventuell Lesehilfen gegeben, später auf Schäden überprüft und wieder in den Magazinen eingelagert.

Zu den Benutzern gesellten sich 1150 schriftliche Anfragen, deren Beantwortung manchmal in wenigen Stunden, bisweilen aber auch erst nach mehreren Tagen Arbeit gelingt. Grundsätzlich gilt laut Albers: „Je besser wir selbst die eigenen Bestände kennen – das sind immerhin fast 6000 Meter Akten –, umso effektiver kann man diese Fragen abarbeiten.“ Und es ist unabdinglich, Handschriften entziffern zu können.

Verlassen können sich Albers und sein Te am auf ihre Ehrenamtlichen, die viele Stunden Arbeit bei Kern- und Pflichtaufgaben abnehmen. So fallen die Archivbibliothek und die komplette Zeitungsauswertung ab 1800 komplett in die Hände der Helfer von außen. Sie rekrutieren sich vor allem aus dem Förderverein „pro Stadtarchiv“ mit seinen 200 Mitgliedern, der laut Albers bundesweit zu den renommiertesten seiner Art gehört. Er wird auch von großen Archiven wie Leipzig, Bautzen und Göttingen um Rat gefragt und hat für die Neueinrichtung des Goslarer Archivs im Kulturmarktplatz 50.000 Euro auf den Tisch geblättert. Bei zahlreichen Arbeiten wie Umzügen sind die Mitglieder regelmäßig im Einsatz.

Apropos Umzug: Auch wenn das Archiv im Mai des Vorjahres offiziell am neuen Standort eröffnet wurde, ist das Stühlerücken immer noch nicht beendet. Der Auszug aus der Zehntstraße fand nicht automatisch sein Ziel am Museumsufer – und zwar deshalb, weil das Archivmagazin, das laut Albers eigentlich zuerst fertig werden sollte, erst als letzter Bautrakt grünes Licht erhielt und sich anschließend herausstellte, dass die Baumängel so groß waren, dass dort keine Archivalien gelagert werden konnten.

Ein Zwischenlager

Konsequenz: Der gesamte Archivbestand wurde im Untergeschoss der Turnhalle auf dem Gelände des Kulturmagazins zwischengelagert werden. Das kostete zusätzlich Geld und Arbeitskraft, lag aber ganz bestimmt nicht am Archiv selbst. Erst jetzt – bei laufendem Betrieb – könnten die Archivalien ins eigentliche Magazin gebracht werden. Was bei den eigentlich erwünscht steigenden Besucher- und Anfragenzahlen sehr schwierig und langwierig sei.

Momentan lagern noch rund 700 laufende Meter in der Turnhalle. Es kommen verwaltungsintern produzierte Probleme hinzu, weil unter Platznot leidende Abteilungen ihre Akten zusätzlich im Archiv abliefern. Ganz zu schweigen von vielen privaten Nachlässen, die noch nicht bewertet werden konnten und teils in den Fluren lagern.

Reicht das? Einen kleinen Nachschlag hatte Albers noch für die Politik. Im Zwischenarchiv an der Breiten Straße sind auch noch 540 laufende Meter Akten untergebracht, die aufgrund von Schimmelbefall gesondert gelagert werden müssen. Sie sind inzwischen zwar mit Gammastrahlen behandelt, aber noch nicht bewertet und fein gereinigt. Bei den Unterlagen handelt es sich um die gesamte Nachkriegsüberlieferung der Kaiserstadt. Der Schimmelbefall war bereits 2010 im Zehntstraßen-Keller aufgetreten.

Schöne neue Räume, wenn auch nicht alle gleich funktional waren: Archivleiter Ulrich Albers, der 2025 in den Ruhestand wechselt, sorgt sich aber um das künftige personelle Auskommen seiner Einrichtung. *Archivfoto: Heine*

Der gesamte Archivbestand muss im Untergeschoss der Turnhalle auf dem Gelände des Kulturmagazins zwischengelagert werden.

Trotz ständigen Mahnens des Goslarer Archivs sei erst 2012 reagiert worden. Im letzten Quartal 2023 wurde eine Hälfte des Zwischenarchivs geräumt und nicht mehr genutzt, um Miete zu sparen. Archivziel ist es, den Standort in der Breiten Straße irgendwann völlig aufzugeben.

Digitale Zukunft

Kernthema der nächsten Jahre nach dem Umzug wird laut Albers die Digitalisierung sein. Bislang konnte dort wenig gemacht werden, denn: „Zunächst wird Personal und Geld benötigt – beides haben wir bekanntlich nicht.“

Für 2024 sind erste Mittel beantragt, „um überhaupt erst einmal anfangen zu können.“ Wohl bei den Personenstandsunterlagen, weil sie nach Albers dauerhaft in Gebrauch, im Original sehr unhandlich, weil enorm schwer und durch jahrelange unsachgemäße Lagerung im Standesamt stark beschädigt sind. Aber auch die Goslarer Tageszeitungen sollen einen weiteren Teil ausmachen, weil sie „mit zu den am häufigsten benutzten Beständen gehören“.

Vorteil des Goslarer Schneckentempos: Viele Kommunalarchive seien schon relativ weit – „von deren Erfahrung können wir profitieren“. Albers beschreibt ein gut funktionierendes Netzwerk und sieht Partner in Hildesheim und Göttingen.

Mehr Schulklassen

Welche Herausforderungen und Zukunftsvisionen hat das jahrhundertealte Gedächtnis der Stadt? Jenseits der beschriebenen Probleme um Personal, Baumängel, Umzug und Digitalisierung und deren angepeilter Lösung strebt Albers eine Ausdehnung der Öffentlichkeitsarbeit insbesondere für Schulklassen an.

Er will die bislang benutzerunfreundlichen Öffnungszeiten von nur zwei Tagen in der Woche um einen zusätzlichen Tag verlängern, um vor allem auswärtigen Wissenschaftlern eine zusammenhängende Recherchemöglichkeit über mehrere Tage bieten zu können.

Direkt vor der Nase hatte das Goslarer Stadtarchiv die Tagung für Niedersächsische und Bremische Archivare, zu der Mitte April rund 120 Teilnehmer erwartet wurden. Und im November soll der 625. Geburtstag mit Sonderausstellungen und zahlreichen Archivangeboten gefeiert werden. „Wir sind damit die nachweislich älteste Einrichtung unserer Stadtverwaltung“, sagt Albers – und es zweifellos wert, nicht stiefmütterlich behandelt zu werden.

Sonnenresort Ettershaus und die vor knapp vier Jahren fertiggestellten Baumhäuser: Als externe Hotel-Suiten sind solche Baumhäuser bisher einmalig im Harz. *Foto: GZ-Archiv*

Naturnahe Historie und Moderne im Ettershaus

Sonnenresort-Hotel in Bad Harzburg lockt mit umfangreichem Angebot – Gastronomie soll nach dem Motto „Nur kein Stillstand!“ weiter wachsen

Von Anna Heinichen

Karina-Anna Dörschel hat seit den ersten Gesprächen 2016 die Geschäftsführung des Sonnenresorts Ettershaus inne und seither viel Herzblut ins Projekt gesteckt. Gemeinsam mit Hoteldirektor Frank Wyszkowski, der nach Ostern 2022 dazukam, ist sie an der Spitze eines mittlerweile 54-köpfigen Teams in Bad Harzburg.

Doch bis zum heutigen Aussehen der Anlage ging es nur schrittweise voran. „Die Vision stand schon, alles war bereits geplant, das war eine wirkliche Herausforderung“, erklärt sie. Jede Woche saß sie mit im Baucontainer. Zu sehen, wie die Blaupausen nach und nach Realität wurden, bringt sie immer wieder zum Strahlen. „Es ist schön, bei so einem besonderen Projekt dabei zu sein, und jetzt sind wir auf einem guten Weg, gänzlich fertig zu werden.“

Seit 2018 ist die Villa, ehedem ein Mitarbeitererholungsheim von Siemens, in Betrieb. Das historische Gebäude ist der Blickfang des außergewöhnlichen Resorts. Außergewöhnlich? „Auf jeden Fall“, erklärt Dörschel. „Eine historische Villa, abenteuerliche Baumhäuser, moderne Apartments und Außengastronomie, dieses Ensemble ist einzigartig.“

Umgeben ist das parkähnliche Gelände von den Harzer Bergen, der Nationalpark grenzt unmittelbar an die Kurstadt an. Gern erinnert sich Dörschel an die Eröffnung im Dezember 2018, auch wenn es stressig gewesen sei. „Bis zur letzten Minute habe ich noch an der Deko gefeilt.“

> „Eine historische Villa, abenteuerliche Baumhäuser und moderne Apartments.“

Ostern 2019 kam dann der Spa-Bereich dazu. Jahr für Jahr erweiterte sich die Anlage des Vier-Sterne-Sonnenresorts. Aktuell lockt das Resort mit einem 1000 Quadratmeter großen Wellnessbereich. Der werde gern von Frauen übers Wochenende gebucht. In den Ferien seien überwiegend Familien im Resort zu Gast.

„Wir haben das große Glück, viele Zielgruppen zu unterschiedlichen Jahreszeiten anzusprechen. Allerdings ist das auch eine Herausforderung für uns, denn wir müssen schließlich die Bedürfnisse aller Gäste berücksichtigen.“ Hoteldirektor Frank Wyszkowski kümmert sich mit viel Engagement um den nötigen Feinschliff. Dabei liegt ihm neben der Steigerung der Zimmerqualität, dem Ausbau des Lounge-Bereichs und einer ansprechenden Außengestaltung auch das leibliche Wohl seiner Gäste am Herzen. „Hier haben wir noch Luft nach oben“, gibt er zu. Während man im Restaurant „Tauts“ (benannt nach dem Architekten) gemütlich speisen kann, kommt im Restaurant „Ursprung“ das Entertainment nicht zu kurz. „Etwa 80 Prozent der Speisen werden auf einem Holzkohlegrill – bei größeren Veranstaltungen auch vor den Augen der Gäste zubereitet“, berichtet Wyszkowski nicht ganz ohne Stolz. Für diesen Grill sei er extra in Barcelona gewesen. Ressortgäste nehmen das umfangreiche Angebot gern wahr.

Allein die Tagesgastronomie läuft nach eigenen Angaben noch nicht zufriedenstellend. „Das Ursprung wird als Restaurant für die Tagestouristen nicht so wahrgenommen. Das wollen wir ändern“, kündigt er an. Mit gezieltem Marketing und neuen Angeboten soll das künftig gelingen.

Bis dahin sorgen unter anderem Firmentagungen und Familienfeiern für Umsatz. „Wir sind wirklich gut ins Jahr gestartet“, sagt der Direktor. Er konnte sich über ausgebuchte Zimmer in den Osterferien freuen. Auch das Hochwasser Ende 2023 sorgte nicht für Einbußen. „So kann es gern weitergehen.“ Immer ein volles Haus wäre einer seiner Wünsche für die Zukunft. Dazu noch stetige Weiterentwicklung. „Nur keinen Stillstand.“

Frank Wyszkowski reagiert auf seine Weise auf die bevorstehende Teillegalisierung von Cannabis: Geraucht werden darf im Hotel ohnehin nicht, das Cannabis-Verbot gilt aber für das gesamte Gelände. Zigaretten sind in bestimmten Bereichen hingegen erlaubt.

Haben noch einige Pläne für die kommenden Jahre: Geschäftsführerin Anna-Karina Dörschel und Hoteldirektor Frank Wyszkowski. *Foto: Heinichen*

Die „Achtecke“ sind echte Spezialanfertigungen für den Harz-Standort. *Foto: GZ-Archiv*

Der geplante neue Hotelkomplex in Bad Harzburg in einer Visualisierung von der Kurhausstraße aus gesehen: Links das „B&B-Hotel“, das im Sommer 2026 eröffnen soll, rechts der zweite Bauabschnitt, im Hintergrund zu sehen ist der Burgberg.

Darstellungen: Realique Investment

Das neue Kurhaus-Hotel soll 2026 fertig sein

Nils Schmidt baut für zehn Millionen Euro in Bad Harzburg ein Haus für die „B&B-Gruppe“ – Im zweiten Bauabschnitt entsteht ein 300-Plätze-Saal

Von Holger Schlegel

Nils Schmidt macht Nägel mit Köpfen: Der Mann, der vor Jahresfrist den maroden Bad Harzburger Kursaal kaufte und abreißen ließ, hat die Pläne für ein neues Hotel vorgestellt – inklusive eines Betreibers: Er habe einen Mietvertrag mit der „B&B-Hotelgruppe“ unterschrieben.

Nils Schmidt

Im Sommer 2026 soll das Zehn-Millionen-Euro-Projekt fertig sein. Und es gibt auch Pläne für einen neuen Kursaal. Nils Schmidt ist Geschäftsführer der Realique-Investment-Unternehmensgruppe aus Hannover. Er hatte den Kursaal zum Jahreswechsel 2022/23 von Dieter Köhler gekauft, der seine Hotelpläne auf dem Areal aus verschiedenen Gründen nicht umsetzen konnte. Der Saal stand nicht nur während der Pandemie-Zeit ungenutzt herum.

Bekannte Hotelkette

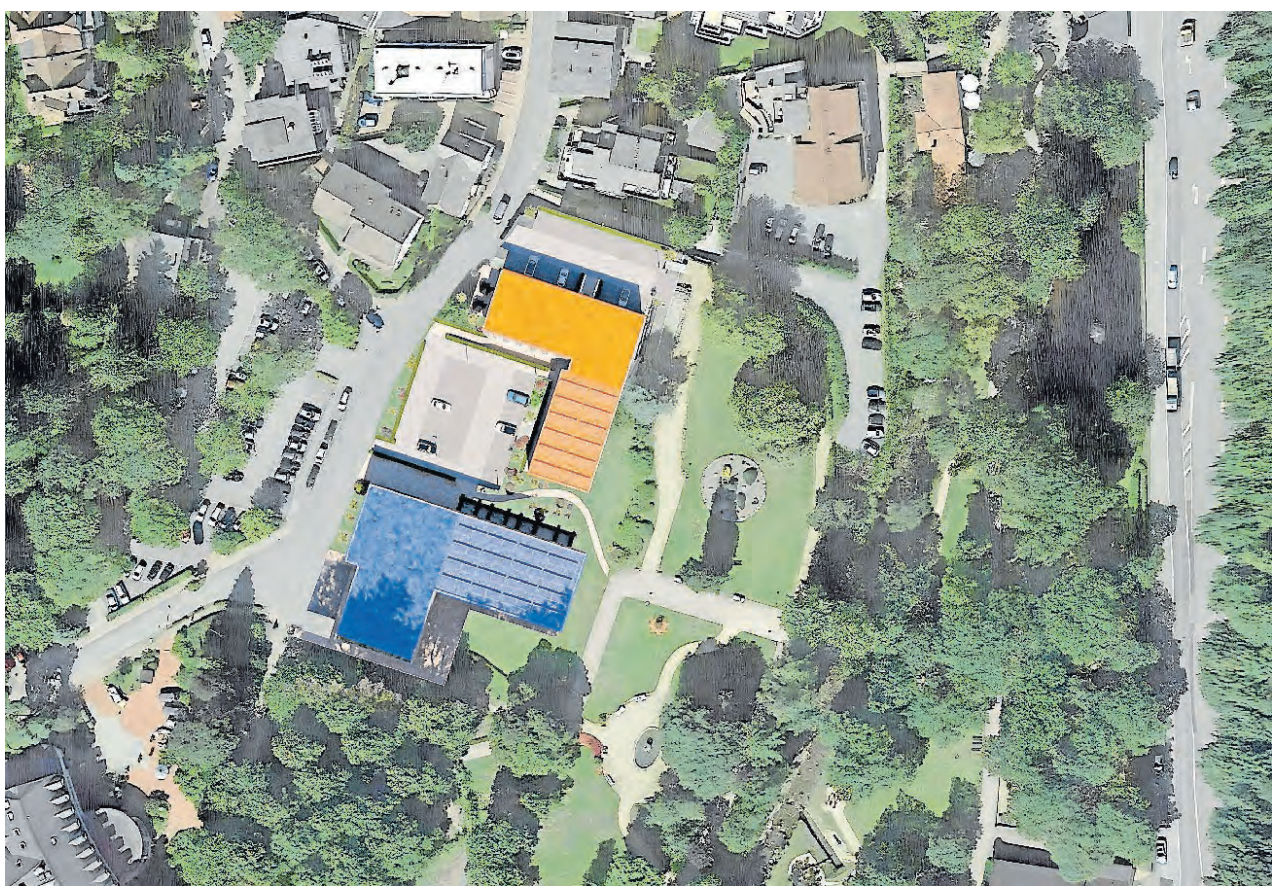
Schmidt ist sich bewusst, dass diese Vorgeschichte durchaus ein unangenehmes Erbe ist, das er mit sich herumschleppe. Denn Bad Harzburg ist mittlerweile Hotelinvestoren gegenüber durchaus skeptisch eingestellt. Und das nicht nur wegen der Kurhaus-Geschichte, sondern auch wegen vieler weiterer negativer Erfahrungen der vergangenen Jahre.

Diverse Investoren haben schon Ideen präsentiert, die am Ende Luftschlösser waren. Deshalb ist Schmidt auch erst jetzt mit seinen Plänen an die Öffentlichkeit gegangen, wie er sagt. Denn nun sei alles konkret und greifbar. Er habe vor wenigen Tagen einen Vertrag mit der „B&B-Hotelgruppe“ abgeschlossen. „B&B-Hotels“ werden in der sogenannten Economy-Klasse eingeordnet. Die Hotels werden mit geringerem finanziellen und personellen Aufwand betrieben und zählen daher zu den Low-Budget-Hotels.

Laut Schmidt gibt es weltweit 700 Häuser, 180 davon in Deutschland. „B&B“ könne am ehesten mit der „Motel-One-Kette“ verglichen werden, die im gleichen Segment arbeitet. Diese Hotels sind nicht auf Urlauber ausgelegt, die zwei Wochen mit der Familie kommen, sondern zielt auf Gäste, die für ein paar Tage übernachten, um sich in der Gegend umzutun – die Nähe zu Baumwipfelpfad und Burgberg dürfte da helfen.

Und es gibt auch nur Frühstück in dem Haus. Das werde, meint Schmidt, auch die Gastronomie in Bad Harzburg freuen. Schmidt baut nun für „B&B“ einen Komplex mit 90 Zimmern. Kostenpunkt: zehn Millionen Euro. Die Pläne seien mit Stadt und Landkreis abgestimmt. Jetzt würden noch letzte Abstimmungen mit den Behörden erfolgen, im Mai soll der Bauantrag eingereicht werden, Ende 2024 könnte er genehmigt sein. Im neuen Jahr, so das Ziel, wäre Baustart.

Nach 15 Monaten, im Sommer 2026, soll das Haus dann fertig sein. Im Gegensatz zu den Planungen von Köhler gebe es laut Schmidt keine Probleme



Der orangefarbene Bereich ist das geplante „B&B-Hotel“, der blaue das zweite Hotel inklusive Saal. Zur Orientierung: Links ist die Kurhausstraße mit dem Parkplatz zu erkennen, rechts der Kurpark und die B 4.

rund um die Parkplatzfrage. Köhler hatte zwischenzeitlich den öffentlichen Kurhausparkplatz mit in die Planungen einbezogen, inklusive eines neu zu bauenden Parkdecks.

Ungelegte Eier

Die Stadt wollte ihm diesen Platz aber nicht geben. Schmidt wird die Parkplätze nun auf dem Hotelgrundstück schaffen. Das „B&B-Hotel“ ist allerdings nur die halbe Miete. Schmidt plant schon den zweiten Schritt, ebenfalls für zehn Millionen Euro: Ein weiteres 60 bis 80 Zimmer großes Hotel soll direkt daneben entstehen, in dem dann auch ein Saal integriert ist. Quasi als Ersatz für das abgerissene Kurhaus. Allerdings wird dort dann nur für 300 Personen (in Sitzreihen) Platz sein. Ein größerer Saal, sagt Schmidt, rechne sich nicht. Der neue Saal werde vermietet und soll auch für die Öffentlichkeit zur Verfügung stehen, womöglich zwischenzeitlich als Restaurant. Aber das seien ungelegte Eier. Erst einmal müsse für dieses Objekt noch ein Betreiber gefunden werden.

Erste Gespräche würden bereits laufen. Im Idealfall könnten sich die Bauphasen überlappen oder unmittelbar nacheinander abwickeln lassen.

HSK – der Harzer Schnitzelkönig

Interview mit Stephan Schoenitz in Lautenthal

Stephan Schoenitz vor seinem Restaurant in Lautenthal. *Foto: Maria Cronos*

Am 1. April dieses Jahres ist der Harzer Schnitzelkönig volljährig geworden. Seit 18 Jahren wächst das XXL-Restaurant nun schon in Lautenthal und ist ein nicht mehr wegzudenkender Teil des Ortes, der Besucher aus ganz Deutschland anlockt. Zeit, mit Stephan Schoenitz, dem Inhaber des Geburtstagskindes einen Blick auf die Geschichte des Restaurants zu werfen. Eigentlich wollte der Hotelkaufmann damals nur über den Winter bei seinem Onkel aushelfen, der eine Braustube in Lautenthal betrieb, die damals „nicht so gut lief". Doch dann beschloss er, zu bleiben. „Da hat mich der Ehrgeiz gepackt." Am 1. April 2006 ging es los – mit altdeutscher Speisekarte, Fertigessen aus Tüten und „so ganz gruseliger Gastronomie". Ein Jahr später hatte er seine heutige Frau kennengelernt und die Braustube „auf links gestülpt". GZ-Mitarbeiterin Maria Cronos hat mit dem „Schnitzelkönig" gesprochen.

Herr Schoenitz, kam 2007 schon das XXL ins Spiel?

Wir haben beisammengesessen und darüber gesprochen, wie wir die Leute nach Lautenthal kriegen. Damals ging gerade erst der XXL-Trend los in der Gastronomie. Bis dahin hatte jeder die gleiche Speisekarte gehabt – gerade schnitzeltechnisch. Da haben wir beschlossen, es so wie XXL-Pizzerien zu machen, nur eben für Schnitzel. Und dann kam der nächste Gedanke: Was kann man denn noch so groß machen? Klassiker wie Currywurst, Hamburger und dann auch Steak.

Ging der Plan auf, mit extragroßen Gerichten bekannt zu werden?

Damit und – heute undenkbar – die Wettessen. Damals waren die Gäste noch sehr männerlastig. Teilweise sind Fußballmannschaften gegeneinander angetreten, um zehn Meter lange Fleischspieße zu essen.
Da war auch immer das Fernsehen mit dabei. Das hat uns über die Grenzen Goslars und des Harzes hinaus bekannt gemacht. Die Leute kamen aus Magdeburg, Braunschweig, Hannover zu uns, weil es so etwas bis dahin nicht gab. Und uns wurde schnell klar, dass die alte Braustube dem Andrang nicht mehr lange standhalten würde. Wir haben ein neues Objekt gesucht und das wurde der heutige Schnitzelkönig.
Wir haben schnell gemerkt, dass wir uns von dem Image der XXL-Wettessen verabschieden wollen. Wir wollten es nicht ganz aufgeben, aber wir wollten alle ansprechen. Wir wollten niemanden ausgrenzen. Und ich glaube, das ist das Erfolgsrezept: Wir haben keine weißen Tischdecken. Die Leute kommen im Anzug oder auch in Baumontur. Da sitzen alle beieinander. Es ist ein ansprechendes Ambiente, aber keiner hat das Gefühl, das er over- oder underdressed ist.

Jeder war willkommen, und so kamen die Gäste?

Genau. Und da wir immer mehr Zuspruch hatten, konnten wir uns natürlich gute Küchenchefs und gute Serviceleiter leisten. Sodass auch die Speisen qualitativ überzeugten.
Es gibt, glaube ich, kein Restaurant, das so viele Bewertungen hat. Wir haben weit über 10.000 – und trotzdem noch eine 4,8. Und das nur mit Schnitzeln. Und mit jedem Fernsehbeitrag und jedem Zeitungsbericht, die ja auch überwiegend positiv waren, bekommt man ein gutes Image in der Umgebung.

Aber es mussten auch genügend Mitarbeiter kommen. Wie klappte das?

Man muss die Leute schon locken. Es sagt keiner: „Ich muss unbedingt nach Lautenthal." Wir haben heute über siebzig Mitarbeiter, und die findest du nicht in Lautenthal. Trotz der Größe sind wir immer familiär geblieben. Mit flacher Hierarchie. Das Büro steht immer offen. Das ist mir wichtig. Und wir haben uns von den großen Konzernen Arbeitgeberleistungen abgeguckt: Versicherungen, Weihnachtsgeld, Boni, Vergünstigungen etc. Uns hat kaum einer unserer Mitarbeiter verlassen.

Bis hierhin klingt das nach einem kometenhaften Aufstieg. Wie hat der Schnitzelkönig die Pandemie verkraftet?

Ganz ehrlich? Es gab bisher kein Jahr, wo wir auf das Jahr zuvor geblickt haben und gesagt haben: „Mensch, das hätte ich gern wieder zurück." Ich bin vom Umsatz und allem her sehr zufrieden. Auch wenn Corona natürlich schwer war. Wir mussten zumachen. Das erste Mal in der Geschichte des Schnitzelkönigs.
Wir haben gemerkt, dass die Menschen um uns herum krank wurden, und da habe ich mir gesagt, dass ich das nicht mehr verantworten kann. Wir haben dann noch vor dem offiziellen Lockdown zugemacht.
Als sich die Lage zuspitzte, habe ich mir das erste Mal Gedanken um Vorsorge gemacht und gesagt: „Okay, jetzt musst du mit den Banken sprechen." Das ist etwas, das ich in meinem Leben noch nicht erlebt hatte. Und man hat Verantwortung für sehr viele Mitarbeiter. Das darf man nicht vergessen. Wir haben die Mitarbeiter auf hohem Level weiterbezahlt, weil ich sie hinterher wieder brauchte. Ich wollte optimistisch bleiben. Alles andere zieht die Mitarbeiter mit runter.

So blieben die Mitarbeiter. Und wie konnten Sie die Kunden halten?

Wir hätten außer Haus verkaufen dürfen. Aber das hätte rechnerisch nichts gebracht. Ich bin auch nicht überzeugt von deutschem Essen außer Haus.
Wir haben aber ein paar Aktionen gemacht. Wir wollten wenigstens anderen etwas Gutes tun und haben beispielsweise eine Schnitzel-Verschenk-Aktion gehabt. Dafür haben wir viele Hundert Schnitzelbrötchen belegt, haben einen Aufruf gestartet und dann Schnitzelbrötchen auf dem Parkplatz verschenkt wie in einem Drive-In.
Es sind viele gekommen. Sogar aus Hamburg. Der ganze Ort war verstopft, aber der nahm das mit Humor. Man konnte zum Dank spenden. Da sind viele 1000 Euro zusammengekommen für den Waldspielplatz. Ich glaube, solche Aktionen haben den Schnitzelkönig ein bisschen ausgezeichnet. Nicht völlig durchgeplant, sondern einfach mal eine verrückte Sache machen. Dem Herzen nach. Mal Gäste wiedersehen, mal Mitarbeiter wiedersehen.
Und danach, als das dann vorbei war, da hat es gescheppert. So was habe ich in meinem Leben noch nicht erlebt. Damals waren wir noch vierzig Mitarbeiter, und ich wusste plötzlich, was Personalmangel ist. Wir mussten in kürzester Zeit die Mitarbeiter aufstocken. Jeden Tag war volle Bude gewesen. Wir haben üblicherweise weit über 1000 Gäste täglich. Da muss man aber auch die Größe des Restaurants beachten. Wir haben 200 Sitzplätze. Das ist mehr als das übliche Dorflokal, aber es gibt auch in der Umgebung deutlich größere Restaurants.
Das erklärt auch, weshalb wir so viele Mitarbeiter brauchen. Lange Wartezeiten freuen weder Wirt noch Gast.
Deshalb arbeiten wir auch mit einem Reservierungssystem. Reservierungen sind unsere Sicherheit. Aber es gibt genauso gut die Laufkundschaft. Und man findet immer Lücken. Wir haben allein zwei Leute, die sich nur darum kümmern, wo sie die Gäste hinsetzen und dass jeder einen Sitzplatz bekommt.

Man kann also sagen, es war nie die Herausforderung, genügend Gäste zu haben, sondern eher genügend Mitarbeiter?

Wir haben das früh aufgebaut und uns jedes Jahr Mühe gegeben. Das ist wie mit einem Freundeskreis. Wenn man keine Freunde verliert, aber jedes Jahr neue dazukommen, dann kommt man irgendwann an seine Grenzen. Deshalb brauchen wir mehr Mitarbeiter.
Dazu kommen noch die langen Öffnungszeiten. Bis 22 Uhr warme Küche, und bis 24 Uhr haben wir geöffnet. Aber wer extra herkommt in seinem Harzurlaub, der hat verdient, den Abend hier schön ausklingen zu lassen. Man sollte nicht denken, „Was bringt am meisten Profit?", sondern sich in die Lage des Gastes oder des Mitarbeiters hineinversetzen. Wie würde ich mich als Gast fühlen? Was möchte ich als Mitarbeiter haben?

Die veganen Varianten auf der Karte waren auch so eine Idee, was die Gäste wollen könnten?

Früher war das XXL-Essen im Trend. Heute ist es das vegane Essen. Auf den Gastro-Messen sieht man die Zukunft der Branche. Und dort sieht man nur noch veggi, veggi, veggi. Das ist ein wichtiger Trend, den wir gern mit aufnehmen. Wir wollen auch hier eine eigene Linie finden. Handmade. Da sind wir auf einem guten Weg, denke ich.
Wir leben viel von Gruppen. Wenn zehn Leute zu uns kommen, sind mindestens zwei dabei, die kein Fleisch essen. Als Veganer oder Vegetarier findet man bei uns eigentlich immer etwas, außer Salat.

Früher versus heute. Und wie sieht es mit morgen aus?

Dieses Jahr steht der größte Umbau an. Ein Gebäudekomplex mit einer zweiten Etage für die Mitarbeiter. Büros, Personalräume, interne Tagungsräume, damit wir für Schulungen keine Räumlichkeiten mehr mieten müssen. Und die Küche kommt auch an ihre Grenzen. Die komplette Küche wird dichtgemacht und generalüberholt, obwohl wir das vor fünf Jahren das letzte Mal gemacht haben.
Vor fünf Jahren haben wir weit in die Zukunft gedacht und geglaubt, mit dieser Küche schaffen wir es. Aber wir kommen schon wieder an unsere Grenzen. Das wird eine gigantische Meisterleistung, das mit möglichst wenig Schließungszeit hinzubekommen. Wir wollen im November zumachen und zu Weihnachten wieder öffnen.

Und jenseits der Baupläne?

Ich bin Optimist. Die Mehrwertsteuer ist wieder auf ihrem alten Wert. Natürlich freut man sich nicht darüber. Aber es gibt auch keine Berechtigung mehr, dass wir den reduzierten Satz weiterhin verdient hätten. Verdient hätten das auch viele andere Branchen. Ich denke nicht nur an mich selbst, sondern denke, was ist recht und fair? Ich gucke, wie wir es am besten hinkriegen, und wenn der Staat sich das so ausgedacht hat, kann er schlecht dafür sorgen, dass wir alle daran scheitern. Ein bisschen Grundvertrauen.

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Machen Sie den Wandel zur Chance: mit umfassender Beratung und der passenden Finanzierung.
Mehr dazu: **www.sparkasse.de/unternehmen**

In Partnerschaft mit
Deutsche Leasing

Weil's um mehr als Geld geht.

BLSK
Ein Unternehmen der NORD/LB

Sparkasse
Hildesheim Goslar Peine

Wienerwald auf Torfhaus wiederbelebt

Im Interview spricht Thies Borch-Madsen, Geschäftsführer bei der Wienerwald GmbH über die Idee, die ehemals deutschlandweite Kette zu reaktivieren

Thies Borch-Madsen ist 38 Jahre alt und Geschäftsführer der Wienerwald GmbH. Aufgewachsen in der Lübecker Bucht, hat er nach dem Abitur Betriebswirtschaftslehre an der Universität in Hamburg studiert. In seinem bisherigen Berufsleben bei Unilever, dem größten Markenhersteller der Welt, war Borch-Madsen in der Sparte Food Service tätig. Seit 2022 ist er bei der Lüder-Unternehmensgruppe, Hildesheim, als Geschäftsführer verantwortlich für den Geschäftsbereich Gastronomie. Dazu gehören neben dem Wienerwald auch die Kaffeerösterei Torrefaktum in Hamburg mit drei Cafés und die Lizenz für das Restaurant „Ahoi" von Steffen Henssler in Hildesheim. Im Interview spricht Thies Borch-Madsen mit Ursula Jung über den Neustart des Wienerwalds und zukünftige Strategien für den Gastro-Bereich.

Im November 2023 öffnete der Wienerwald auf Torfhaus seine Pforten. Was hat das Unternehmen bewegt, diese ja doch in die Jahre gekommene Marke wiederzubeleben?

Wienerwald ist wirklich eine alte Marke in der Gastronomie, die im nächsten Jahr ihren 70. Geburtstag feiert – und diese tatsächlich neu aufzusetzen, das hat es zumindest im deutschsprachigen Raum noch nicht gegeben. Es gab bisher immer wieder Marken, die eine Insolvenz erlebt haben und dann aber fortgeführt wurden. Aber eine Marke zu kaufen, alles zu schließen, was wir zum 31. Dezember 2023 getan haben, um dann einen komplett neuen Relaunch zu wagen, das ist wirklich einmalig. Hier auf Torfhaus sind wir mit unserem Team von 60 Mitarbeitenden gestartet, und ich kann sagen, dass der Start voll gelungen ist.

Dieser Neustart gilt aber zunächst nur für Deutschland. Die österreichische Wienerwald-Kette ist von ihren Aktivitäten getrennt, da gibt es keine geschäftlichen Verflechtungen?

Das stimmt, das hat aber historische Gründe. Der damalige Eigentümer und Gründer des Unternehmens, Friedrich Jahn, hat in einer Zeit, wo es ihm wirtschaftlich nicht so gut ging, eine Lizenz für die Marke Wienerwald an die Stadt Wien verkauft und hat sozusagen den Rest der Welt weiterhin besessen. Er hat quasi eine Lizenz rausgelöst und verkauft. Das ist ungefähr 30 Jahre her, und demzufolge waren diese Lizenzen, etwa knapp zwei Hände voll, jetzt bei dem Kauf nicht inklusive. Aber wir haben losen Kontakt nach Österreich, die schauen natürlich auch, was wir machen, und finden das sehr spannend – und ich darf sagen, wir würden uns auch nicht zieren, die Aktivitäten in Österreich zu übernehmen, um auch ein Nachbarland zu bespielen.

Mitglieder der Familie Jahn waren bei der Eröffnung auf Torfhaus anwesend. Gibt es eine Zusammenarbeit mit der Gründerfamilie?

Die Lüder-Gruppe hat die Marke von der Familie gekauft, und natürlich gibt es da ein Interesse an dem, was wir vorhaben. Es gibt einen Austausch, der Familie gefällt dieser neue Aufschlag gut, und es gibt Überlegungen für eine Zusammenarbeit. Die Nachkommen von Friedrich Jahn sind in der Gastronomie in München mit dem Paulaner und dem Wiesenfestzelt stark präsent. Wir können uns vorstellen, gemeinsam ein Wienerwald-Restaurant in München zu betreiben. München ist ohnehin neben Hamburg einer unserer Wunschstandorte.

Der Spruch „Heute bleibt die Küche kalt, wir gehen in den Wienerwald" hat nach wie vor einen hohen Bekanntheitsgrad. Inwieweit knüpfen Sie an die Historie der Restaurantkette an?

Ich nenne gern das Beispiel des VW-Käfers, der hat mit dem Beatle auch eine Neuauflage erfahren hat – der doch ganz anders ist. Wienerwald wurde 1955 gegründet, nach dem Krieg ging es wieder ums Essen – und der Wienerwald, das war bezahlbarer Luxus. Heute ist dieser Spruch aus der Zeit gefallen, denn in vielen Haushalten bleibt aus sehr unterschiedlichen Gründen die Küche kalt. Es geht nicht mehr darum, einen besonderen Anlass zu haben, um sich einen Besuch in einem „Bedienrestaurant mit weißen Tischdecken" zu leisten. Wir haben es mit einer komplett anderen Zielgruppe zu tun, bei der wir nicht mehr mit Markenimbiss oder mit Völlerei punkten können.

Und die Marke Wienerwald soll diese neuen Zielgruppen ansprechen?

Wenn man aktuell in der Gastronomie auf ein Fleischkonzept setzt, dann funktioniert das mit hellem Fleisch, mit Geflügelfleisch. Rotes Fleisch ist ziemlich in Verruf geraten, und das wird vermutlich auch noch stärker zunehmen. Das vegane und vegetarische Angebot, oder wie es heute so schön heißt, plant-based, wird auf jeden Fall wachsen und mehr en vogue werden. Das Hähnchen bietet uns einen extrem breiten Einsatz, wird auf der ganzen Welt gegessen, und wir können auch religiöse Gruppen ansprechen, die mittlerweile einen immensen Anteil in Deutschland haben.

Wienerwald-Geschäftsführer Thies Borch-Madsen bei der Eröffnung des Wienerwalds auf Torfhaus. *Fotos: Wienerwald GmbH*

Aber Geflügel ist doch auch ständiger Kritik ausgesetzt, etwa bei der Massentierhaltung.

Zu den Blütezeiten von Wienerwald spielte dieses Thema im Bewusstsein der Konsumenten keine Rolle. Das hat sich natürlich gravierend gewandelt. Demzufolge war es mir extrem wichtig, dass wir dieses Thema von Anfang an mit bedenken. Als Wienerwald haben wir uns der Initiative Tierwohl (ITW) angeschlossen und, wir sind die erste Systemgastronomie, die sich so hat zertifizieren lässt. ITW ist mittlerweile ein Standard im Einzelhandel, und wir haben direkt einen Schritt weitergedacht, weil wir auch Verantwortung dafür tragen wollen.

Auf der Speisenkarte stehen aber auch vegetarische und vegane Gerichte?

Ja, auch das haben wir mitgedacht und entschieden: Es gibt keine komplett grüne Karte oder eine vegan/vegetarische Ecke, sondern es gibt selbstverständlich auch Ersatzprodukte. Da ist es auch von Vorteil, dass wir über Hähnchenfleisch sprechen, denn die Geflügelalternativen sind tatsächlich die schmackhaftesten Alternativprodukte. Also: Vegan, wo es geht, aber, wo es in nicht geht oder wir auf zu viel verzichten müssten, dann ist es auch einfach nur vegetarisch.

Wie würden Sie das Gesamtkonzept „Wienerwald" beschreiben?

Wir bieten eine regionale Heimatküche an mit dem Fokus auf dem Hähnchen. Bei uns werden sie kein Hähnchen Asia Style oder Teryaki finden. Die Bowl ist das exotischste Angebot, das wir auf der Speisekarte haben. Da kommt man heute nicht mehr drum herum, weil sie einfach Trend ist. Aber ansonsten servieren wir die Klassiker, eine sehr auf das Kernprodukt Geflügel ausgerichtete Karte. Wir haben sozusagen das „getoppte" Hähnchen, das heißt unser „Signature Dish" kann jeder mit den verschiedensten Toppings bestellen und experimentieren, von „Piri-Piri" über „Provencial" bis zu Mango oder Erdnüssen. Diesen sogenannten Better-Chicken-Ansatz haben wir uns beim Burger abgeguckt, der früher 2,50 Euro kostete und den Sie heute mit Käse und Bacon auf 22 Euro hochschrauben können. Wienerwald soll als Nachbarschaftsgastronomie als Alternative etwa zu L`Osteria, Ash oder Blockhouse funktionieren. Wir haben versucht – und das ist mir sehr wichtig – unsere Preise barrierefrei zu gestalten: zu moderaten Preisen, serviert Essen zu gehen. Ich wollte das „Diverse", das Unaufgeregte haben – eine Wohlfühlatmosphäre für eine sehr breite Zielgruppe schaffen.

Sie haben auf Torfhaus eine sehr exponierte Stellung. Wie fühlen sie sich aufgenommen in der Region?

Wir fühlen uns überhaupt nicht isoliert, sondern gut aufgenommen. Wir haben hier einen für uns erschaffenen Kosmos in der „Einsamkeit" und sind aber dennoch sehr heimelig zu Hause. Ein Beispiel: Wir haben sehr gute Beziehungen zu unseren regionalen Lieferanten, sei es bei den Bäckerprodukten oder beim Gemüse. Wir arbeiten hier sehr vertrauensvoll zusammen. Ein anderes Beispiel sind unsere internen Kooperationen. Alle Immobilien hier auf Torfhaus gehören der Lüder-Gruppe, sodass es beim Cross-Marketing-Ansatz unendlich viele Möglichkeiten gibt, Kunden anzusprechen, etwa im Tagungsgeschäft für Veranstaltungen oder Meetings. Wir haben zwei Tagungsräume, top ausgestattet mit technischem Equipment, bieten im Harzresort Übernachtungsmöglichkeiten und können ein Gastro-Angebot sowie ein individuell planbares Outdoor-Programm konzipieren. Also: all-inklusive mit exklusiver landschaftlicher Umgebung.

Wie sehen die Expansionspläne für den Wienerwald aus, und ist ein Franchise-System geplant?

Den nächsten Schritt wollen wir nach Dresden gehen. Ich hoffe, dass wir im Sommer so weit sind. Und dann planen wir sozusagen vor der Haustür in Hildesheim. Lüder ist ja ein Hildesheimer Unternehmen, und in Planung sind die sogenannten Hohnsenhöfe mit Wohnungen, Büros, einem Studentenwohnheim – und einem Wienerwald-Restaurant sowie einem Torrefactum-Café. Was das Franchising angeht, das machen wir aktuell noch nicht, aber es gibt ein sehr, sehr großes Interesse aus ganz unterschiedlichen Richtungen. Das ist das Fantastische an der Marke, das hat, glaube ich, niemand so voraussehen können, dass Wienerwald eine sehr breite Strahlkraft und damit auch viele Einsatzmöglichkeiten weit über den Restaurantbetrieb hinaus hat.

Ist Torfhaus das Vorbild für weitere Eröffnungen?

Wir bekommen viel Lob für dieses Ambiente, insofern ist Torfhaus ein Vorbild. Bei Bestandsimmobilien müssen wir natürlich die jeweiligen Gegebenheiten berücksichtigen und ein anderes Design planen. Aber wichtig sind mir die unterschiedlichen Sitzbereiche und diese für die unterschiedlichen Besuchsanlässe zu nutzen – für Familien, Motorradgruppen oder Einzelbesucher. Die Gastronomie befindet sich in einer Umbruchphase, und wir müssen alle gemeinsam darauf achten, das ist auch unser Link zur Historie, dass dieses wichtige Kulturgut, essen zu gehen, kein Luxus wird, der nur wenigen vorbehalten ist. Wir müssen eine Balance finden, dass wir den Preispunkt halten können bei attraktiver, gesunder Qualität.
Als Marke Wienerwald sind wir aufgefordert, intelligente Mechanismen zu entwickeln und offener zu werden für unterschiedliche Besuchs- und Verzehranlässe – und diese barrierefrei zu gewähren.

Gediegenes Ambiente: moderne Stühle und Retrolook in der Gaststube.

Vistory: Das Portal in eine andere Zeit

Goslars besondere Location mit dem Gruselfaktor – Escape-Room als weitere Attraktion in der historischen Altstadt

Von Maria Cronos

Im Herzen Goslars, ganz in der Nähe des Marktplatzes, befindet sich ein Portal in eine andere Zeit. Knarrende Dielen, schummriges Licht und Hexenkessel erwarten die Besucher des Vistory ebenso wie 9-D-Spacekapseln und ein in Nebelschwaden gehüllter 8-D-Kinosaal mit Spezialeffekten. Seit Dezember 2019 ist Stefani Engler Teil des Leitungsteams und seit März 2020 die alleinige Herrin über die mysteriösen Räumlichkeiten des Erlebnismuseums. Seitdem ist viel passiert. „Wie viel Zeit haben Sie mitgebracht?“, erwidert Frau Engler lachend auf meine Frage nach der Geschichte ihres Vistory.

Denn Geschichte kann man hier jede Menge finden. In Goslar mit seiner 1100-jährigen Vergangenheit und im Vistory, das die zentralen Geschehnisse der Stadt zum Thema seiner Angebote gemacht hat. Aber vor allem auch in den Herausforderungen, die das Museum der besonderen Art bestehen musste.

Brandschutz wichtig

„Wir haben erst gedacht, dass diesmal alles ein bisschen schneller gehen kann.“ Diesmal. Beim Bau des zweiten von bisher drei Escape-Rooms, die das Vistory anbietet. Doch die Technik, die erst nicht richtig wollte, machte der Planung einen Strich durch die Rechnung – ebenso wie Corona und die damit einhergehenden wiederholten Schließungen.

Die Förderungen zu dieser Zeit waren wichtig und notwendig, denn Stefani Engler trennte sich von keinem ihrer sieben Voll- und Teilzeitmitarbeiter. Das war ihr wichtig. Stattdessen bereitete das Team in Windeseile eine neue Nutzung des Vistory vor: als Corona-Testzentrum. „Wir haben in einer Woche wirklich alles auf die Beine gestellt, was menschenmöglich war.“

Während Escape-Rooms vom Reiz leben, durch das Lösen von Rätseln und das Entdecken von Geheimnissen verschlossenen Räumen zu entkommen, bot das Testzentrum nun die Möglichkeit, aus verschlossenen Räumen im Sinne der Quarantäne zu entkommen.

Als das Vistory seine Pforten endlich wieder öffnen durfte, war die Idee für den dritten Escape-Room geboren. „Nur“ neun Monate warten auf die Baugenehmigung, später konnte dann der Umbau für die „Taverne“ beginnen. „Brandschutz ist total wichtig, damit kein Mensch zu Schaden kommt“, sagt Stefani Engler. Die mit den Überprüfungen und Genehmigungen einhergehenden Wartezeiten machen allerdings die Umsetzung jeder neuen Idee zu einer zähen Geduldsprobe.

Im Vistory wird diese Zeit zum Brainstorming für neue Projekte genutzt. „In der Zwischenzeit hatte ich die Idee, dass wir einen Outdoor-Escape-Room machen. Die Geschichte steht, die Rätsel stehen auch größtenteils.“ Nur der passende Ort – ein Lost Place, schaurig genug für das Spiel, aber sicher genug für die Besucher – muss noch gefunden werden.

Doch dann kam zuerst der dritte Raum im Vistory: Nach der Hexenküche der Rebecca von Arden, die im Winter 1668 in Goslar der Hexerei angeklagt war, und dem Stollen des August Bartel, der in den Tiefen des Rammelsbergs einem Schatz auf der Spur war, kann man seit Ostern dieses Jahres nun auch in der Taverne Wilhelmshöhe einkehren, die offenbar seit langer Zeit das Versteck für **das** Silber Goslars ist. Das Silber, das Ritter Ramm einst bei Goslar fand und die Stadt in kürzester Zeit aufblühen ließ.

Ganz wichtig: Die Räume müssen den Brandschutzvorgaben genügen. *Fotos: Cronos*

Stefani Engler lebt für den Rätselspaß im Escape-Room.

Die Besonderheit des neuen Raums: Er beherbergt ein Live-Escape-Game. Hier sind die Rätselnden nicht allein. Der Wirt der Taverne befindet sich mit im Raum, kann beobachtet und befragt werden. Das Spielerlebnis ist nicht – wie üblich – linear. Es können Rätsel gleichzeitig auftauchen und parallel gelöst werden.

Stefani Engler und ihr Team haben nicht nur das Ziel, bei jedem neuen Angebot die Geschichte Goslars mit einzubeziehen. Darüber hinaus haben sie auch stets ihre Zielgruppe im Blick:. Das sind Jugendliche und junge Erwachsene.

Im „Haunted House“ wird schaurige Geschichte mit Virtual Reality verbunden, und das 8-D-Kino nutzt Regen, Nebel und mehr, um die Zeitreise zu Ritter Ramm besonders eindrücklich zu gestalten. Das Kino samt Kapelle und Stollen war zuerst da – das Vistory. Entsprechend ist es der älteste Teil der Location, der – wenn der Kinofilm auch grafisch etwas in die Jahre gekommen ist – noch immer seinen schaurigen Charme versprüht.

Die Escape-Rooms sind der neue Weg, Geschichte nicht nur zu erzählen, sondern erlebbar zu machen. Das Ziel ist aber nicht nur, die Neugier für Goslars Geschichte zu wecken, sondern auch Teamfähigkeit auf die Probe zu stellen. Das ist eine besondere Herausforderung, wenn man seine Mitspieler gar nicht kennt.

Auf der Webseite des Vistory kann man sich unter „Puzzle-Partners“ für ausgewählte Zeitfenster anmelden, für die dann Teams zusammengewürfelt werden. Auf diese Weise sind Interessierte nicht darauf angewiesen, eine Gruppe Gleichgesinnter selbst aufzutreiben.

Planungen laufen

Aktuell plant Stefani Engler mit ihrem Team bereits am nächsten Escape-Room. Der soll in der bereits existenten Kapelle des Vistory verortet sein. Vielleicht beschleunigt das diesmal den Renovierungsprozess – müssen diesmal doch keine baulichen Veränderungen beantragt werden.

Dann müsste nur noch Zeit in das Konzept, den Umbau und die Prüfung des Raums gesteckt werden. Alle Räume werden wieder und wieder mit Testgruppen bespielt und optimiert, bevor zahlende Besucher ihr Glück versuchen. „Damit der Raum perfekt ist.“ Im Idealfall ist der Raum in unter 66 Minuten zu meistern – aber auch nicht deutlich weniger als 66 Minuten. Er sollte weder zu schwer noch zu leicht zu knacken sein.

Neben dem neuen Escape-Room bestehen auch weiterhin die Pläne für inzwischen mehrere OutdoorEscape-Games. Und nicht nur das. An Ideen mangelt es der Inhaberin des Vistory nicht. Schwer machen ihr die Umsetzung nur zwei Dinge: genügend Mitarbeiter parat zu haben, um die verschiedenen Angebote des Vistory zu betreuen, und alle Genehmigungen für neue Räume zu erhalten, die dann alle Denkmal- und Brandschutzvorgaben erfüllen. Die erstere Herausforderung scheint Stefani Engler gut zu meistern. Ihre Mitarbeiter führen mich mit viel Stolz und Liebe zu den kleinen Details und Finessen der Dekoration herum und sind offensichtlich gern Teil des Vistory-Teams. „Das muss wirklich perfekt sein. Die Ansprüche sind hoch, bei jedem hier im Team – und das finde ich total klasse.“

Wie schwer es war, ein passendes Team zusammenzustellen? „Das war gar nicht so schwer“, lautet die prompte Antwort. „Suchen musste ich gar nicht. Irgendwie ist das so entstanden.“ Besonders freut es Stefani Engler, dass sich lauter Berufe und Talente zusammengefunden haben, die sich ergänzen und für die Entwicklung und Instandhaltung der Räume nützlich sind: vom Elektriker bis zum Schweißer ist alles dabei. Sie ist stolz, dass ihr Team, bei all dieser Vielfalt, zusätzlich inklusiv ist – und will es gern weiter wachsen lassen. Der zweite Aspekt ist da schon schwieriger: „Ich würde mir mehr Unterstützung wünschen.“

Eine schnellere und bessere Kommunikation mit der Stadt Goslar wäre Stefani Englers Wunsch. „Wir machen was für den Tourismus, wir machen was für Familien, wir machen was für Jugendliche.“ In ihren Augen viele gute Gründe, um die Motivation zu finden, das Vistory zu unterstützen.

Die Tatsache, dass das Vistory bisher aus jeder Herausforderung neue Ideen generieren konnte, macht neugierig auf die kommenden Projekte.

ANZEIGE

HEIMAT UND HARZ IM MITTELPUNKT

In wenigen Monaten wird die Galopprennbahn von drei Top Acts der nationalen Musikbranche angesteuert und geentert.

Viele tausend Musikfans werden an den Weißen Stein pilgern und unsere Heimat und den Harz mit positiven Gefühlen aufladen. Für die Macher des Yellow Jockey steht Regionalität und Heimat im Mittelpunkt des Engagements. Keine freie Wiese, keine praktische Schotterfläche oder eine seelenlose Halle, nein, echte Location mit Tradition und das Besondere im Bekannten. So war es bei der früheren Reihe MINER`S ROCK in Goslar, so wird es auf der Rennbahn in Bad Harzburg sein.

Wenn viele tausend Kehlen fröhlich singen, müssen diese natürlich auch geölt werden.
Auch bei den Getränken setzte das YELLOW JOCKEY auf regionale Partner. Unser Bier und das Mineralwasser werden im Harz produziert!
Kurze Wege, CO2-arm und mit hohem regionalen Qualitätsanspruch, das sind die Stichworte zu unseren Partnern aus diesem Bereich. So sind wir glücklich auch weiterhin die Altenauer Brauerei aus dem Oberharz an unserer Seite zu wissen. Und auch beim Wasser sind wir nun regional. Bad Harzburger Mineralbrunnen ist der neue Wasserpartner an unserer Seite.

Beim Harzer Tourismusverband und dem Unternehmensnetzwerk pro Goslar sind die Veranstalter aktiv. Nur mit diesen, festen regionalen Wurzeln ist es möglich, deutschlandweit auf die Suche nach bekannten Künstlern zu gehen und das Gefühl zu vermitteln, was für eine Zusage nötig ist. Gleiches gilt für unsere mehrjährigen Partner von der Harz Energie oder MedXPress aus Goslar. Auch die BLSK ist als starker und neuer Finanzdienstleister an unserer Seite, um einige stark engagierte Partner zu nennen, die bei weitem nicht die einzigen sind.

Für 2025 und die Folgejahre arbeiten wir schon fleißig. Der erste Veranstaltungstag 2025(!) ist gebucht, für viele weitere Konzerte auf Norddeutschlands schönster Open-Air-Location.

Wir sind gekommen um zu bleiben, wir rocken die Rennbahn.

Hals & Bein

Mit ihrem Burger-Café „AnCaLi – Anjas Café der Liebe“ in der Vogtei 58B in Halberstadt hat sich Anja Gerlach ihren ganz persönlichen Traum erfüllt. *Foto: Frank Drechsler*

„AnCaLi“: Wenn die Planeten auf Liebe stehen

IHK und Sternenkonstellation sei Dank: Burger-Café in Halberstadt „läuft wie geschnitten Brot“ – Anja Gerlach eröffnet auch ein Softeis-Café

Von Frank Drechlser

Längst hat es laufen gelernt, das „AnCaLi – Anjas Café der Liebe“ in der Vogtei 58 B in Halberstadt. Mit ihrem Burger-Café hat sich Anja Gerlach nicht nur ihren persönlichen Traum erfüllt. Für die vierfache Mutter und gelernte Krankenschwester ist es wie „ihr fünftes Kind“. Den richtigen Zeitpunkt der Eröffnung hatte sie in den Sternen gesucht.

Ohne sich vorher groß Gedanken über Finanzierungen gemacht zu haben, aber mit klaren Vorstellungen und viel Herz und Gefühl, hat Anja Gerlach sich an die Umsetzung ihres beruflichen Traums gemacht.

Dabei suchte sie sich auch professionelle Hilfe. „Natürlich geht das alles nicht so einfach. Man braucht dafür einen Businessplan, der auf einem soliden Fundament steht. Mit den Partnern, die ich mir dafür an die Seite geholt habe, konnte ich all die dafür notwendigen Dinge auf den Weg bringen“, ist die 40-Jährige dankbar. Vor allem die Unterstützung durch die IHK Magdeburg, die ihr Konzept begutachtet und das Projekt befürwortet sowie in der Gründungsphase begleitet habe, sei ausschlaggebend für das „Go“ der finanzierenden Bank gewesen. Fürs persönliche Seelenheil sorgte dann noch ein Gründungshoroskop für den Eröffnungstag, an dem die Planeten ganz auf Liebe stehen sollten.

> „Habe mich sofort in das Fachwerk-Haus verliebt“

Schon 2019 habe sie nach vielen Jahren Elternzeit mit dem Gedanken gespielt, sich selbstständig zu machen., schildert Anja Gerlach. Der Job in einer Logopädie-Praxis hatte ihr sehr schnell gezeigt, dass sie lieber selbstständig arbeiten wolle. Einige Zeit habe sie deshalb schon in der Gastronomie gejobbt, dort Erfahrungen sammeln können und ihr erstes kleines Unternehmen gegründet: ein Gastronomie- und Reisegewerbe, mit dem sie vorwiegend für Hotels und Restaurants, aber auch für verschiedene Veranstalter tätig war.

Dann zog es die gebürtige Berlinerin von Nordhausen nach Halberstadt, wo sie und ihre Familie nun wohnen. In der Domstadt hat die 40-Jährige dann auch erste gastronomische Fußabdrücke hinterlassen.

„Mit einer kleinen Hütte am Kaufland, wo ich in beiden Corona-Wintern Schmalzkuchen verkauft habe, ging es los. Der Zuspruch war enorm.“ Dass sie quasi vis á vis schon sehr bald ihren eigenen Traum von der Selbstständigkeit umsetzen konnte, ahnte sie da noch nicht. Als sie dann aber das Haus an der Voigtei 58 B sah, habe sie gewusst: Das ist es.

„Den alteingesessenen Halberstädtern ist das alte Gildehaus noch als Geschäft von Samen-Voigt bekannt. Brautmoden, ein Cupcake-Laden und einiges andere mehr waren hier in den letzten Jahrzehnten ansässig. Dann hat das Fachwerkhaus lange leergestanden. Ich habe keinen Augenblick gezögert.“

Verliebt habe sie sich in das Fachwerkhaus von der ersten Sekunde an. Eines der Highlights des in der Altstadt stehenden Gebäudes ist eine historische Hauswand, die sich Gästen aber erst nach dem Betreten des Hauses offenbart. Ein echter Hingucker. Im Oktober 2021 wurde nach einem Besichtigungstermin mit der Halberstädter Wohnungsgesellschaft der Mietvertrag unterzeichnet und anschließend begonnen, die sich auf zwei Etagen verteilenden Geschäftsräume einzurichten und zu gestalten.

Mit unterschiedlichem Ambiente, klassischen Caféhaustischen und Sitzarrangements, hat Anja Gerlach unterschiedliche Angebote geschaffen, die ihre Gäste zu schätzen wissen. Eröffnet hat sie das AnCaLi am Freitag, 13. Mai 2022, um 16 Uhr – ein Glückstag.

Inspiriert wurde sie dazu von den Sternen: Vor allem aber, was das Team, zu dem auch Tochter Lea-Marie, Sohn Ben-Elias, ihre Tante sowie Andreas Pfeiffer gehören, an kulinarischen Genüssen zaubert. Geht es ums Essen, dann spielen Burger hier sprichwörtlich gesehen die erste Geige. 180 Gramm Fleisch, mit hausgemachten Soßen und immer auf den Punkt gebracht, locken nicht wenige Gäste in die Voigtei 58B.

Ob die nun mit Rindfleisch, Hähnchen, Lachs oder Pulled-Pork vom Schwein vorlieb nehmen – für jeden ist etwas dabei: für Veganer und in entsprechender Menge auch für Kinder.

Die Planetenkonstellation, die für den harmonischen Geschäftsverlauf stehen soll, bildet für die Geschäftsgründerin die Basis ihrer Unternehmungen. Daher hat sie für ihre neueste Geschäftsidee ebenfalls schon das passende Horoskop erstellen lassen: Das soll ihrem neuen Softeis-Café gegenüber ebenfalls das nötige Glück bringen.

Anja Gerlach setzt in der Vorbereitung auch auf die Konstellation der Sterne: mit speziellem Horoskop. *Foto: Drechsler*

Den alteingesessenen Halberstädtern ist das alte Gildehaus noch als Geschäft von Samen-Voigt bekannt. Dann hat das Fachwerkhaus lange leergestanden.