



**HEIMATHOF**  
GUT ZIEGENBERG

*heimat  
bewegen*  
—  
AUS LIEBE &  
LEIDENSCHAFT



# Executive Summary

Bei dem vorliegenden Gesamtvorhaben geht es darum, das Schicksal unserer Heimat in die eigene Hand zu nehmen – und in Ballenstedt einen Ort zu schaffen, der Raum lässt für das Miteinander von Generationen, für Talente und Individualität, für Zukunft und Träume, für Verlässlichkeit und vieles mehr, was ein zufriedenes Leben im Gleichklang von Natur, Wirtschaft und Gesellschaft zulässt. Einen Ort schaffen, an dem sich die Idee von Heimat hören, fühlen und begreifen lässt. Einen Ort schaffen, der gemütliche Rückzugsmöglichkeiten, ein produktives Umfeld, ein ausgewogenes Gleichgewicht aus Einsamkeit und Gemeinschaft, eine anregende kreative Atmosphäre, Entspannung und Austausch mit anderen Menschen bietet. Ein Ort, an dem jeder Einzelne einige Tage von den täglichen Routinen, dem urbanen Stress, dem Verkehr und Lärm, den Verpflichtungen und der ewig gleichen Alltagsituation Abstand nehmen kann. Ein Ort, an dem sich digitale ArbeiterInnen von einer kreativen Gemeinschaft inspirieren lassen, konzentriert arbeiten und die Natur genießen können. Einen Ort schaffen, wo sich ein jeder ausprobieren und gestalten kann.

Dieser Ort entsteht auf dem ehemaligen Freihof »Gut Ziegenberg« – den wir heimatHOF nennen wollen. In der Altstadt Ballenstedts gelegen, finden hier in den nächsten Jahren etliche Teilprojekte ein Zuhause. Zuerst das heimatLABOR und die heimatHERBERGE. Das heimatLABOR lädt jedermann ein zum gemeinsamen Nachdenken, Gestalten und

Handeln. Frei. Ohne Reglementierung. Ohne staatliche Beeinflussung. Ein Innovationsraum. Eine partizipative Ideenschmiede. Eine Wissenswerkstatt. Die Herberge ist als Bed & Breakfast-Angebot und Café gedacht und soll sich zum Anziehungspunkt für Ballenstedter Gäste und Besucher entwickeln. Mit der Herberge wollen wir einen gastfreundlichen Ort für Radfahrer, Wanderer, Biker und Gäste Ballenstedts schaffen. Individuelle, mit jeweils einheimischen Stilmitteln gestaltete, Räumlichkeiten sollen die Gäste in einem einfachen aber gemütlichen Ambiente willkommen heißen. Eingebettet in die sanft hügelige Landschaft des nördlichen Harzvorlandes, können unsere Gäste die Ruhe, die Nähe zum Wander- und Naturparadies Harz sowie die Leckereien des heimatCAFÉs genießen. Morgens treffen sich die Gäste zum regional gehaltenen Frühstück im Café und starten anschließend gestärkt in den Tag. An den Wochenenden und bei Veranstaltungen werden im Café für alle Besucher Erfrischungen und kleine Snacks serviert.

Der Tourismus in Sachsen-Anhalt ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige, dem auch im nächsten Jahrzehnt eine weitgehende Stabilität vorausgesagt wird. Natur- und Erlebnisurlaube stehen auch weiter hoch im Kurs, ebenso wie Rund-, Kultur- und Gesundheitsreisen. Darüber hinaus ist eine Tendenz zu einer optimalen Mischung verschiedenster Erlebnisangebote zu erkennen – Erholung, Action, Kultur – ist gefragt. Ein Trend dem der hohen Angebotsdichte und -vielfalt der Harzregion zugutekommt.

Der Harz gehört zu den ältesten Tourismusdestinationen Deutschlands. Mit einem Volumen von rund 10 Mio. Übernachtungen gehört die Region zu den wichtigsten Destinationen Deutschlands, zu den führenden Tourismusregionen in Niedersachsen und ist mit über 40 % aller Übernachtungen im Land Sachsen-Anhalt das bedeutendste Reiseziel. Der Tourismus in Sachsen-Anhalt ist und bleibt ein aufstrebender und stabiler Wirtschaftszweig. Für innovativen Unterkunftsangeboten – egal ob im Luxus- oder Low-Budget-Segment – werden bei entsprechender Qualität gute Entwicklungschancen prognostiziert.

Mit dem heimatHOF und seiner Herberge möchten wir die Chancen, die sich insbesondere vor dem Hintergrund von Globalisierung, Urbanisierung, Mobilität und Neo-Ökologie entwickeln, für unsere Region und die Stadt Ballenstedt nutzen und ein touristisches Angebot schaffen, welches insbesondere natur- und umweltbezogene sowie soziale und kulturelle Aspekte verfolgt. Der heimatHOF ist dabei als Beitrag zu Schutz, Erhalt und Vermittlung des außergewöhnlichen Wertes unserer ländlich geprägten Natur- und Kulturlandschaft und zur sozio-ökonomischen Entwicklung unserer städtischen Gemeinschaft zu verstehen. Die Bürgerinnen und Bürger sollen vom Tourismus profitieren. Gleichzeitig birgt der Tourismus auf dem heimatHOF das Potential in sich, die Wertschätzung für das eigene Erbe in der lokalen Bevölkerung zu erhöhen und ein Gefühl der Verantwortung für dieses Erbe zu kreieren. Dabei gilt: Wenn wir selbst von unserem kulturellen Erbe profitieren, ist der Anreiz stärker, dieses auch zu schützen.

### **heimatHOF**

#### **»Gut Ziegenberg«**

#### **Ein Hof zum Hören, Fühlen, Begreifen & Mitmachen.**

Damit bringen wir das Markenversprechen des Hofes zum Ausdruck. Es zeigt unseren Zielgruppen, was sie vom heimatHOF Gut Ziegenberg erwarten dürfen. Mit der zentralen Ausrichtung des Corporate Identitys und unserer Kommunikationsmaßnahmen auf dieses Markenversprechen bauen wir eine geziel-

te Content-Marketing-Strategie über die verschiedensten Kommunikationskanäle auf.

Der Projektträger und somit der heimatHOF steht für Unabhängigkeit und Selbstbestimmung, für alternative Formen des Wirtschaftens und Konsumierens, für den respektvollen Umgang miteinander und mit der Natur. Der Projektträger gründet sich als gemeinnützigen Verein. Zur Erfüllung des Vereinszwecks möchte der Verein verschiedene Wirtschaftsbetriebe aufbauen, die sich unter der Marke heimatHOF Gut Ziegenberg firmieren. Perspektivisch erwirbt der Verein mit den Wirtschaftsbetrieben Einnahmen, die zum einen für die Aufrechterhaltung und den Ausbau des heimatHOFs und seiner Aktivitäten sowie zur angemessenen Bezahlung seiner Mitarbeiter eingesetzt werden. Das Finanzmodell des heimatHOFs sieht eine Mischfinanzierung aus öffentlicher und privater Finanzierung vor. Mit der heimatHERBERGE soll der erste Wirtschaftsbetrieb aufgebaut werden, der bis 2020 mit einer Auslastung von 30 Prozent am Markt zu etabliert ist.

Das Team verfügt über ein sehr vielseitiges Kompetenzspektrum in den Bereichen Verwaltungsökonomie, Medien, Kommunikation und Marketing, Betriebswirtschaft, Landwirtschaft, Gastronomie, Psychologie, Erziehung und Sozialpädagogik, Bauleitung und Bauplanung. Dies wird ergänzt durch mehrjährige berufliche Erfahrungen im Projektmanagement, Qualitätsmanagement und in der Mitarbeiterführung.



**Verfasser**

HEIMAT**BEWEGEN** E.V.  
Wolterstorffstrasse 7  
06493 Ballenstedt

*[www.heimatbewegen.de](http://www.heimatbewegen.de)*  
[info@heimatbewegen.de](mailto:info@heimatbewegen.de)

Bilder: Jana Dünnhaupt  
Grafiken, Satz & Layout: Anneke Richter

Ballenstedt, den 1. November 2020

## INHALT

---

7	<b>MISSION &amp; VISION</b>
8	Gründungsvorgeschichte
14	Gründungsidee
26	Roadmap & Netzwerk
34	Gründerinnen & Gründer
<b>41</b>	<b>BUSINESSPLAN DER HERBERGE</b>
42	Konzept der Herberge
44	Unternehmensprofil
47	Produkte & Dienstleistungen
54	Alleinstellung & Kundennutzen
57	Der Markt, Situation, Potential & Entwicklung
64	Zielgruppen
81	Marketing & Markteintrittsstrategie
90	Wettbewerber
92	Chancen & Risiken
95	Finanzen
98	Fußnoten



# **Mission & Vision**

# Stellen Sie sich vor, Ihre Stadt wäre wunderbar und Sie sind schuld daran!

*Was braucht eine Stadt  
wie die unsere, um in der  
Zukunft zu bestehen?  
Mut, Engagement, Freude  
am gemeinsamen Tun,  
Vernetzung von Vereinen,  
Projekten, Ideen, gut  
strukturierte Organisationen,  
erfolgreiche Unternehmen, ...?*

**Für eine gute Zukunft braucht  
unsere Stadt vor allem eines: Uns!**



## In was für einer Welt wollen wir leben?

Spätestens seit der Geburt unserer Kinder treibt uns diese Frage an und um. Dabei geht es uns nicht ums Bewahren. Wir wollen nachhaltige Progression in Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft. Das Projekt steht für den Glauben an das Individuum in der Gemeinschaft, die Liebe zur Kreativität und zu unserer Bodenhaftung. In der Praxis bedeutet das: Wir legen Wert auf ein faires Miteinander, Denken und nachhaltiges Handeln. Gemeinsam wollen wir unsere individuellen Potentiale entfalten und über uns hinauswachsen. Die Gemeinschaft steht für deren Mitglieder, die einander einladen, ermutigen und beflügeln. Wir sind inspiriert von Ansätzen zur Gemeinwohlökonomie und Reduktion, neuen Arbeitswelten und Gemeingütern. Wir wollen offen und durchlässig sein für Ideen, die uns voranbringen. Für das Hier und Jetzt – Für die Zukunft und unsere Kinder.

### **GESELLSCHAFTLICHE TRENDS<sup>1</sup>**

#### **Herausforderungen des täglichen Lebens gemeinsam meistern**

Unsere Welt ist im rasanten Wandel. Eine alternde Bevölkerung und Bevölkerungsabwanderung verändern unsere Stadt. Wie wollen wir mit den Lücken umgehen, die in den letzten Jahren um uns herum entstanden sind? Die Zukunft beginnt bei uns selbst, mit der Besinnung auf das, was wir haben und dem gemeinschaftlichen Aufbruch zum Handeln, um die Lücken selbst zu füllen – durch organisierte Selbstorganisation. Denn wir haben was die Großstädter wollen: Gemeinschaft, Raum

für Individualität, familiäre Strukturen, ein reiches Kulturerbe, attraktive Kulturangebote, ein lebendiges Vereinsleben und eine Natur, um die uns viele beneiden.

#### **Leben, Lernen & Arbeiten im persönlichen Austausch**

Unsere Welt wird immer komplexer, die Möglichkeiten vielfältiger. Orientierung ist eines der großen Themen unserer Zeit. Um sie zu finden, braucht es Mut zur kritischen Auseinandersetzung mit sich selbst und anderen, aber auch Zeit zum gemeinsamen Wachsen.

#### **Die Zukunft aktiv gestalten**

Die Dampflok der Industrialisierung ist heute die Digitalisierung. Die digitale Technologie wird nicht mehr mit Kohle angetrieben, sondern mit einer Kraft, die noch über Generationen zunimmt: das Wissen der Vielen. Die Menschen organisieren sich in Netzwerken. Über das »Internet der Dinge« kommunizieren nicht mehr nur Menschen, sondern auch Maschinen miteinander. Doch dieser Wandel ist nur vordergründig ein technischer, die wahre Entwicklung liegt im Sozialen. Der Trend zur Offenheit öffnet Unternehmen und administrative Strukturen nach außen. Er wird von der Forderung nach Transparenz vorangetrieben, die die ganze Gesellschaft verändert. Wie wir in den kommenden Jahren leben und arbeiten, betrifft uns alle und ist eine Frage der aktiven Gestaltung.

### **Vorankommen braucht Empathie und Kreativität**

Wir wollen das Beste für uns, unsere Kinder, unsere Familie. Wir glauben: Die Zukunft wird denen gehören, die sich durch Kreativität, Empathie, ganzheitliches und vernetztes Denken auszeichnen. Fachwissen alleine reicht nicht, sondern die Fähigkeit, Zusammenhänge herzustellen und selbstbewusst, einfühlsam und selbstkritisch zu agieren. In einer Welt, die permanent im Wandel ist, gilt es, stets dazulernen. Wir möchten einen Raum für lebenslanges Lernen und neugierige Menschen schaffen.

### **Darum sind die Menschen wichtig**

Persönliche Überzeugungen und Werte, individuelle Kenntnisse und Erfahrungen, einzigartige Talente und Fähigkeiten, familiäre und freundschaftliche Bindungen – machen uns zu dem, was wir sind. Wir möchten von unseren Mitmenschen lernen, vorhandenes Wissen und Können gemeinsam bewahren und weitergeben. Wir möchten Menschen ermutigen, fördern und unterstützen, damit sie selbstbestimmt ihre individuellen und gemeinschaftlichen Potenziale zu unser aller Nutzen entfalten.

### **Aufbruch in eine neue Welt**

Wir leben in Zeiten großer Umbrüche. Viele Aufgaben, die wir hierzulande und weltweit lösen müssen, werden wir nicht nur auf die nachfolgende Generation übertragen können. Entsprechend wichtig ist es, dass jede Generation mit ihrem Wissen, ihren Fähigkeiten und Erfahrungen ihren Beitrag dazu leistet. Die Herausforderungen unserer Zeit sind vielschichtig – über alle Wirtschaftsbereiche und Berufsfelder hinweg.

### **Voneinander und Miteinander Lernen und Leben**

In einer digitalisierten wie globalisierten Zukunft wird Arbeit im Leben der Menschen einen neuen Stellenwert erlangen. Arbeit und Freizeit fließen ineinander. Technologie ist wichtig, aber nicht dominant – der Mensch bleibt entscheidend. Seine Talente zählen in der neuen Arbeitswelt. Die Welt von morgen wird die Menschen immer stärker fordern, sich selbst in ihr immer wieder neu zu definieren.

### **Individualität und Besinnung in unsicheren Zeiten**

Der Wunsch nach Individualität und Qualität, ein steigendes Bewusstsein für lokale Wertschöpfung und die zunehmende Nachfrage nach regionalen Produkten schaffen neue Märkte für kleine produzierende Unternehmen in Städten. Ob Lifestyle-Objekte, Bekleidung, Delikatessen oder Möbel – wir wollen unsere Stadt dank der Nähe zum Kunden als Produktionsstandort zurückerobern.

### **Mit Umweltbewusstsein und Mitmenschlichkeit die Region gestalten**

Umweltbewusstsein und Mitmenschlichkeit sind eng miteinander verzahnt: Wer die Umwelt schützt, schützt auch die Menschen. Wissen und Verantwortung miteinander teilen. Miteinander selbstbestimmt und sinnstiftend leben und arbeiten, anderen etwas geben und für sie da zu sein, die eigene Identität entwickeln.

### **Mehrgenerationenräume zur Erschließung neue Beschäftigungspotentiale**

Arbeit soll im Bestfall produktiv sein und machen, soll fordern und erfüllen, heraus-, aber nicht überfordern. Sie soll Bereicherung sein und mit dem familiären Leben im Einklang stehen. Daneben steht die Herausforderung bei sinkendem Beschäftigungspotential vor allem in den ländlichen Regionen gutes Personal zu finden, das mit seinen persönlich, fachlich, sozialen und methodischen Kompetenzen am Markt überzeugt.

### **Die Kraft eines Ortes**

Orte werden als Orientierungshilfe in einer komplex-vernetzten Welt nicht an Bedeutung verlieren, sondern gewinnen. Sie verfügen über eine ganz bestimmte implizite Wirkungsmacht, die Kraft, die unser Verhalten lenkt.

## **REGIONALE BETRACHTUNG**

### **Gesellschaftliche**

### **Herausforderungen gestalten**

Sachsen-Anhalt ist in besonderer Weise von einem Rückgang und steigendem Durchschnittsalter der Bevölkerung betroffen. Insbesondere ländliche Regionen, wie Ballen-



stedt und Umgebung, werden dies zu spüren bekommen<sup>2</sup>, denn nach aktuellen Prognosen wird die Bevölkerung bis 2030 um 10% zurückgehen. Der Anteil der über 60-Jährigen steigt bis 2030 um ca. 14%, der Anteil der über 80-Jährigen – und damit Pflegebedürftigen – dramatisch um ca. 38%.<sup>3</sup>

Sachsen-Anhalt hat von 1990 bis 2011 561.000 Einwohner verloren. Ein Großteil dieses Verlustes ist auf Bevölkerungswanderungen zurückzuführen. Gerade junge, gut ausgebildete Menschen, insbesondere Frauen, kehrten und ziehen in die westlichen Bundesländer oder ins Ausland. Die 18- bis 30-Jährigen sind dabei die aktivste »Wanderungsgruppe«, die gerade in der Lebensphase, in der Partnerschaften gebildet und Familien gegründet werden, aus beruflichen und auch familiären Gründen Sachsen-Anhalt verlassen. Dabei gibt es vor

allem in den ländlichen Regionen, trotz einem hohen Maß an Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf<sup>4</sup>, eine deutliche Verschiebung im Zahlenverhältnis von weiblichen und männlichen Einwohnern – mit Defiziten im Anteil weiblicher Bevölkerung von bis zu 20 %. Allein der Umstand, dass jeder fünfte junge Mann in diesen Regionen keine Chance auf Familiengründung hat, was wiederum erhebliche Risiken für eine ausgewogene gesellschaftliche Entwicklung birgt.<sup>5</sup>

Auch im kulturellem sowie im Bereich der öffentlichen Daseinsvorsorge hat der demografische Wandel unmittelbare Folgen. So verfügt Ballenstedt und die Region zwar über eine gute Infrastruktur zur gesundheitlichen Vor- und Nachsorge, über eine ansehnliche Zahl von Grund- und weiterführenden sowie berufsbildenden Schulen und hervorragende Kinderbetreuungsmöglichkeiten, doch wirken sich

schrumpfende Bevölkerungszahlen zunehmend auch auf diese Bereiche aus und werden negativ spürbar/sichtbar.

Neben der Sozial-Fürsorge verfügt Ballenstedt bislang ebenfalls über ein für diese Region durchaus reiches und attraktives kulturelles Leben. Dieses wird vor allem durch eine starke Vereinskultur geprägt und aktiv mitgestaltet. Doch auch diese sieht sich, nicht nur im Zuge des demografischen Wandels, mit Nachwuchsproblemen konfrontiert.<sup>6</sup> So sind zukünftig erheblichere Anstrengungen notwendig, um für die Bevölkerung ein attraktives Kulturangebot bereitzustellen, das reiche Kulturerbe des Landes zu bewahren und die Bevölkerung für die Investition in soziale und kulturelle Güter/Gemeinwohl zu motivieren/zu sensibilisieren.<sup>7</sup> Aktive Mitbestimmung und Mitgestaltung kann Verantwortung und Zugehörigkeit fördern, das Bewusstsein für das Bewahrenswerte der Heimat und die Investitionsbereitschaft regionaler und überregionaler Unternehmen in unsere Stadt steigern.

### **Inklusion leben**

Inklusion ist Menschenrecht und bedeutet, »dass alle Menschen in vollem Umfang am gesellschaftlichen Leben teilhaben können«.<sup>8</sup> Dies bedeutet neben den allgemeinen Bemühungen zur Barrierefreiheit auch ein inklusives soziales und kulturelles Angebot zu schaffen, das neben dem primären Nutzen für die je spezifische Zielgruppe auch der Stadt/Region ganz allgemein zu Gute kommt: Barrierefreiheit ist für ca. 10 Prozent der Bevölkerung zwingend erforderlich, für rund 30 bis 40 Prozent notwendig, aber auch für 100 Prozent komfortabel.<sup>9</sup>

### **Touristische Aspekte stärken**

Ballenstedt wird auch die Wiege Anhalts genannt. Der Ort liegt am Harz landschaftlich reizvoll – eingebettet zwischen den waldreichen Ausläufern des Unterharzes und nur ca. 80 km von der Landeshauptstadt Magdeburg entfernt. Das Geschlecht der Askanier hat ausgehend von Ballenstedt im Mittelalter maßgeblich das politische Gesicht vieler anderer deutscher Regionen geprägt. Als

ehemalige Residenzstadt strahlt Ballenstedt heute mit vielen architektonischen und landschaftlichen Glanzpunkten immer noch eine spürbare Eleganz aus. Die Schlossallee, das Schloss mit dem Schlosstheater, einem der ältesten erhaltenen Theaterbauten Deutschlands, sind dabei an erster Stelle zu nennen, neben einer Vielzahl von anderen Attraktionen und Sehenswertem in einer Landschaft von Kultur und Geschichte mit großem Erholungswert. Als »staatlich anerkannter Erholungsort« bietet Ballenstedt seinen Gästen heute nicht nur günstige klimatische Verhältnisse und attraktive Wander- bzw. Radwandermöglichkeiten, sondern auch einzigartige kulturelle Highlights. Im Schlosstheater Ballenstedt finden regelmäßig abwechslungsreiche Aufführungen statt, diverse Kunstausstellungen im Schloss, und der Schlosspark als Teil der »Gartenträume« bietet einen wunderbaren Ort der Ruhe und Erholung. Ballenstedt ist zudem idealer Ausgangspunkt, um die vielen Reise- und Besuchsziele des Harzes per Bahn, Motorrad, Fahrrad oder zu Fuß zu erreichen. Ausgedehnte Rad- und Wanderwege laden zu Aktiv- und Naturtourismus ein.

Beschäftigung und Bildung fördern Bereits heute zeichnen sich in einigen Branchen Fachkräfteengpässe ab, wovon insbesondere die zahlreichen Kleinen und mittelständischen Unternehmen in der ländlichen Region – mit einem relativ hohen Gewicht des primären und des öffentlichen Sektors sowie der Bauwirtschaft – betroffen sind. Eine effizientere Nutzung des zukünftig geringer werdenden Beschäftigungspotentials und ein innovatives, die Schule ergänzendes Bildungssystem können dazu beitragen, das vorhandene Fachkräftepotential zu erschließen und im Land zu halten. Die Nutzung neuer Technologien in allen Bildungsbereichen und die progressive Gestaltung innovativer Arbeitswelten im Land erhöhen die Chance für eine effizientere und gerechtere Bildung und trägt zu innovativen Lehren, Lernen und Arbeiten bei. Darüber hinaus setzen die mit dem Wandel verbundenen Herausforderungen und die zukünftige Gestaltung konkreter Handlungsspielräume der einzelnen Akteure eine breite Öffnung des

Bewusstseins der Menschen vor Ort für das „Voneinander und Miteinander Lernen und Leben“ voraus.<sup>10</sup>

### **Ökologische Herausforderungen angehen**

Etwas gegen den sich abzeichnenden Klimawandel zu tun, kann nicht nur eine Aufgabe des Staates oder einzelner Branchen wie der Landwirtschaft oder Forstwirtschaft sein. Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, der sich jeder Einzelne von uns stellen muss. Nur eine biologische Vielfalt sichert langfristig die Existenz menschlichen Lebens auf der Erde. Eine Sensibilisierung für die ökologischen Herausforderungen unserer Zukunft, die Reflektion des eigenen Verhaltens und das Einüben von ressourceneffizienten und -schonenden Lebensweisen ist eine essentielle Aufgabe, in einer mit der umgebenen Natur stark verwobenen Region.

# Die Gründungsidee

Will man den oben beschriebenen Herausforderungen etwas tragfähiges und nachhaltig Wirksames entgegensetzen, so muss man insbesondere für die gegenwärtig noch vorhandene junge Erwachsenengeneration attraktive Räume zur aktiven Mitgestaltung schaffen. Aus dieser Inspiration heraus leitet sich die Idee ab einen zeitgemäßen und innovativen Treffpunkt für Begegnungen zu schaffen – den heimatHOF.

Der heimatHOF soll eine Plattform für Bürgerinnen und Bürger, Gäste, Vereine, kommunale und öffentliche Einrichtungen. Wir möchten generationsübergreifenden Austausch unterstützen sowie Menschen mit unterschiedlichsten Biografien und Erfahrungen vernetzen, um so im Kleinen die Herausforderungen im Großen niederschwellig, multiperspektivisch und partizipativ zu bearbeiten. Ein Ort mit dem Anspruch des engen Austausches und Vernetzung zwischen jung und alt, groß und klein, gesund oder krank, arm oder reich, produktiven Diskussionen, Austausch und viel Raum für Selbstreflexion. Wir öffnen uns in diesem Zusammenhang auch dem Thema Inklusion, denn wir wollen eine Beziehungskultur schaffen, in der jeder spürt, dass er gebraucht wird und dass wir alle miteinander verbunden sind und miteinander wachsen können. Menschen mit und ohne Behinderungen, aber auch Menschen die anderweitig – in welcher Form auch immer ausgeschlossen sind oder nicht die Mittel haben gemeinsam tätig und aktiv zu werden. Es geht um Teilhabe am gesellschaft-

lichen Leben. Einen wichtigen Fokus für eine Stärkung des regionalen Gemeinschafts- und Wertegefühls legen wir dabei auf gegenseitige Hilfe und Unterstützung. Rahmen und Grundlage für die Entwicklung gemeinsamer Projekte sind:

**Wir möchten** lebenslanges Lernen ermöglichen, vorhandenes Wissen und Können bewahren und weitergeben. Wir sind der Ansicht, dass jeder Mensch eine Begabung hat! Wir möchten Menschen ermutigen, fördern und unterstützen, damit sie selbstbestimmt ihre individuellen und gemeinschaftlichen Potentiale entfalten können.

**Wir möchten** Menschen für alternative Formen des Wirtschaftens sensibilisieren und Menschen mit guten Ideen zusammenbringen. Nach unserer Überzeugung ist der bewusste und verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen und eine auf Partizipation, Fairness und Gemeinwohl ausgerichtete Unternehmensphilosophie die Grundlage für die Zukunft.

**Wir möchten** gemeinsam Projekte entwickeln, die uns und unseren Mitmenschen wichtig sind für unsere Stadt und die Region. Wir möchten mit dem heimatHOF einen Ort schaffen, der jeden willkommen heißt und jedermann ermöglicht, Stadt und Heimat mitzugestalten, Ideen einzubringen, um Mitzudenken, sich konstruktiv einzubringen, kreativ zu sein, sich wohl zu fühlen, Hilfe zu erfahren ...





Wir denken an ein historisches bzw. denkmalgeschütztes Gebäude in Ballenstedt, welches durch den gemeinnützigen Verein heimatBEWEGEN gepachtet, saniert und belebt wird. Der Verein investiert in die Attraktivität seiner Heimat – Bewahrt und gestaltet seine Heimat und übernimmt Verantwortung für seine Region. Der Verein verwirklicht die Vision durch den unterhalt verschiedener Zweckbetriebe und verwirklicht so den Satzungszweck durch die:

- // Unterstützung von Arbeiten, die der Landschaftspflege und der Erhaltung von Denkmälern dienen;
- // Förderung und Vernetzung von Menschen zur gegenseitigen Hilfe und Unterstützung;
- // der Schaffung eines offenen Begegnungsfeldes, welches mit vielfältigen Angeboten (Vorträgen, Workshops, Trainings und Kursen usw.) die Gemeinschafts- und Persönlichkeitsentwicklung fördern;
- // Förderung von Inklusion;
- // die Schaffung von Projekten zur Förderung alternativer Formen des Wirtschaftens und Konsumierens sowie Förderung von regionalen Wirtschaftskreisläufen;
- // die Organisation und Durchführung von kulturellen Veranstaltungen und Mitmachformaten;
- // die Schaffung von Räumen und Angeboten für die individuelle und gemeinschaftliche, handwerkliche und künstlerische Entfaltung in jedem Lebensalter;
- // und Vernetzungsarbeit mit anderen Einrichtungen betreiben und Kooperationen aufbauen, die eine ähnliche Zielsetzung verfolgen.

# Innovation

## HEIMATHOF

### GUT ZIEGENBERG



**Ein Hof zum  
*Hören, Fühlen,  
Begreifen &  
Mitmachen.***



Ausgehend vom Gesamtvorhaben heimatHOF entstanden die Ideen kleinerer Teilvorhaben, von denen jedes für sich unterschiedliche Schwerpunkte setzt, die jedoch in der Gesamtheit eben jene regionalen Entwicklungsziele, Wünsche und Visionen sowie Bedürfnisse vereinen:

Im heimatLABOR geht es um Mitbestimmung, Entwicklung, Multiplexität und Vielseitigkeit – gemeinsames Gestalten und Handeln – ohne staatliche Beeinflussung: Das heimatLABOR ist als Innovationsraum und partizipative Ideenschmiede zu verstehen. Mit dem heimatWERK wollen wir Räume für individuelle und gemeinschaftliche, handwerkliche und künstlerische Entfaltung in jedem Lebensalter schaffen und eine lebendige Gemeinschaft fördern, die sich durch ihre verschiedenen Fähigkeiten im Alltag gegenseitig unterstützt.

Mit der heimatHERBERGE und dem heimatKONTOR wollen wir Menschen für alternative Formen des Wirtschaftens und Konsumierens begeistern, sie fördern, unterstützen und zusammenzubringen. Die heimatHERBERGE fokussiert den touristischen Aspekt und öffnet sich damit auch einem überregionalen Publikum. Darüber hinaus nutzt die Herberge die regionale Produktvielfalt des Kontors als Versorgungsgrundlage. heimatRAUM ist dazu kostbares Begegnungsfeld und begleitet mit vielfältigen Vorträgen, Workshops, Trainings und Kursen die Gemeinschafts- und Persönlichkeitsentwicklung persönlicher als auch gesellschaftlicher Veränderungsprozesse. Die weitere Ausgestaltung des Raum- und Nutzungskonzepts soll partizipativ entwickelt und profiliert werden – genau wie die Initiierung neuer Projekte.

---

**HEIMATLABOR** – Innovationsraum und partizipative Ideenschmiede

---

**HEIMATHERBERGE** – Bed & Breakfast und Café

---

**HEIMATWERK** – Mitmachen, Anleiten & Weitergeben

---

**HEIMATKONTOR** – Nachhaltiger Einzelhandel

---

**HEIMATRAUM** – Coworking, Coaching & Weiterbildung

---

**HEIMATQUARTIER** – Wohnen im Denkmal

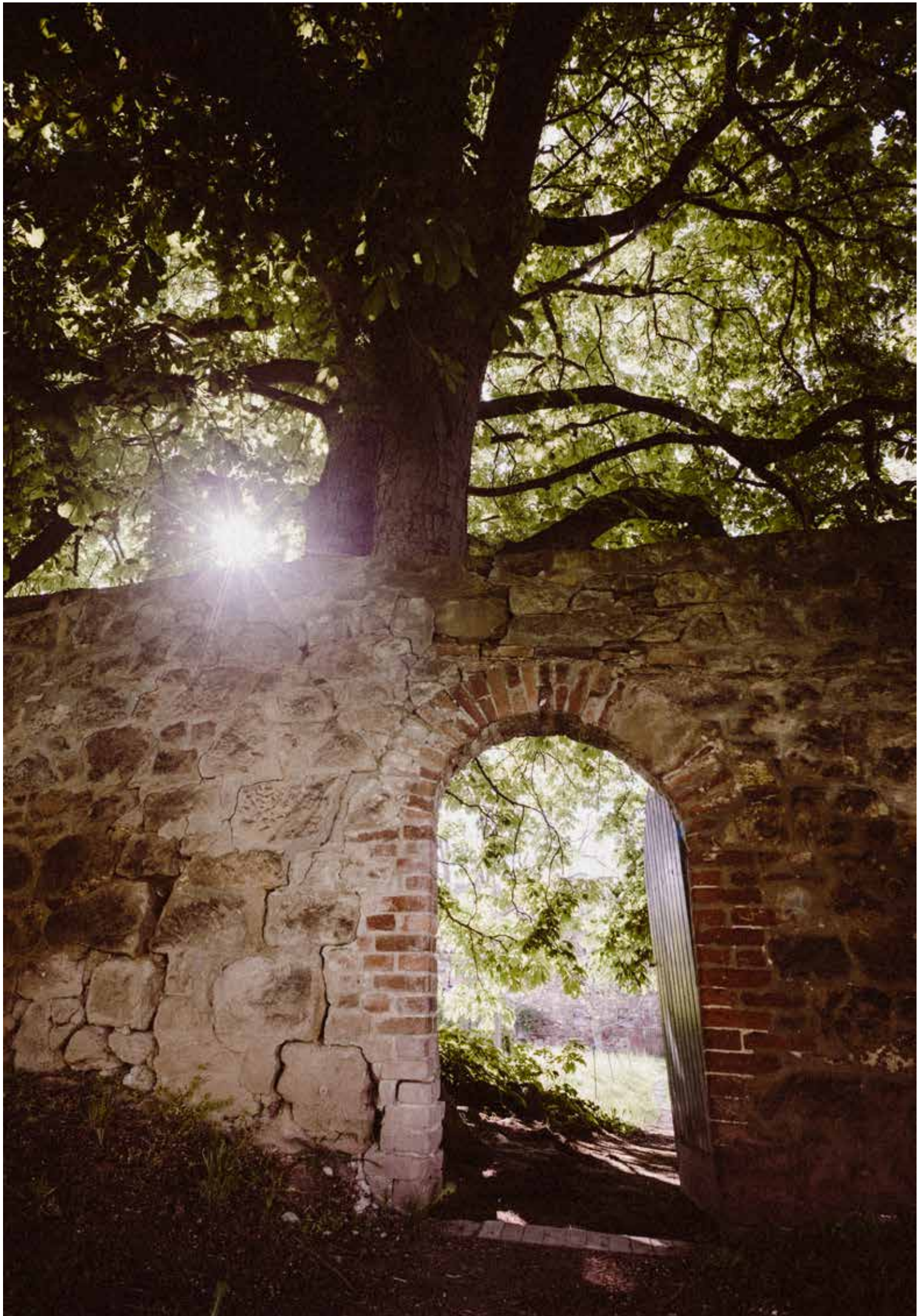
---

# heimatLABOR

## Innovationsraum und Ideenschmiede

Im Rahmen unserer Wissenswerkstatt dem heimatLABOR werden konkrete Fragen zu Themen wie Stadtentwicklung, Tourismus, Handwerk, Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Versorgung im Alter, Infrastruktur, Kunst im ländlichen Raum oder Marketing mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern sowie lokalen Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft konkretisiert und weitere Handlungsfelder bzw. Projekte abgeleitet. Dabei ist das Labor auf engen Austausch und Interaktion angelegt, Impulsgeber und Bürgerinnen und Bürger entwickeln gemeinsam einen Ort der Begegnung und des Zusammenlebens. Jede und Jeder kann hier zum Impulsgeber werden: Kinder, Jugendliche, Mit-Dreißiger und Alte, Menschen mit Beeinträchtigungen, Mitbürgerinnen und -bürger mit Migrationshintergrund und ihre Vorstellung vom Leben und Arbeiten in der Zukunft, regionale und überregionale Kultur- und Wirtschaftsakteure mit ihren Projektideen, Akteure aus Wissenschaft und Forschung und viele mehr. Für all diese möchten wir einen Raum für Begegnung und Austausch schaffen, den Kontakt zwischen Generationen und zu anderen Kulturen fördern. Gemeinsam, unter Bündelung entsprechender fachlicher Expertise der Gemeinschaft können dann konkrete Maßnahmen erarbeitet, geplant, umgesetzt, diskutiert, probiert und dokumentiert werden. Ziel ist das gemeinsame Entdecken und Umsetzen innovativer Konzepte des städtischen Zusammenlebens durch: Die kritische Diskussionen zum Thema Nutzung und Gestaltung des öffentlichen (Stadt)Raumes angeregt werden; die Einbindung in den Prozess des Wissenserwerbs und in die Entwicklung von Pilotprojekten; eine Vielzahl von Mitmachformaten zum lebens- und berufsnahen Erfahrungstransfer im Bereich Marketing, Betriebswirtschaft, Handwerk oder Medienkompetenz; die gemeinsame Entwicklung nachhaltiger Lebensvisionen und Einübung von Lebenspraktiken.

Wir verstehen das heimatLABOR als eine Form der Kooperation und Dialog mit der Gesellschaft, bei der das gegenseitige Lernen in einem experimentellen Umfeld im Vordergrund steht. Die multiple Ausrichtung unserer heimatPROJEKTE bietet eine gute Grundlage für eine weite Vernetzung und soll durch ihre Vielfältigkeit ein ebenso breites Publikum mit ganz individuellen Bedarfen und Lebenssituationen ansprechen.



# heimatHERBERGE

## Bed & Breakfast und Café

Mit der heimatHERBERGE wollen wir einen gastfreundlichen Ort für Radfahrer, Wanderer, Biker und Gäste Ballenstedts schaffen. Individuelle, mit jeweils einheimischen Stilmitteln gestaltete, Räumlichkeiten sollen die Gäste in einem einfachen aber gemütlichen Ambiente willkommen heißen. Einfachheit schafft Ruhe – das Rauschen verschwindet aus dem Kopf, so dass Raum für Neues darin entsteht. Auch bei den Möbeln bevorzugen wir Schlichtheit. Alles soll die historische Geschichte des Objekts tragen.

Eingebettet in die sanft hügelige Landschaft des nördlichen Harzvorlandes, können unsere Gäste die Ruhe, die Nähe zum Wander- und Naturparadies Harz sowie die Leckereien des heimatCAFÉs genießen. Morgens treffen sich die Gäste zum regional gehaltenen Frühstück im Café und starten anschließend gestärkt in den Tag. An den Wochenenden und bei Veranstaltungen werden im Café für alle Besucher Erfrischungen und kleine Snacks serviert. Die stilvolle Einrichtung ist zum »Probewohnen« da. Sofas, Kommoden oder Stühle können bei Gefallen fürs eigene Domizil geordert werden. Kleinere Stücke wie Lampen, Kissen, Geschirr und vieles mehr gibt es gleich zum Mitnehmen.

Neben geschmackvoll und einfach eingerichteten 1-3-Bettzimmern und einer Gruppenunterbringungsmöglichkeit, haben die Gäste der heimatHERBERGE die Möglichkeit, auf urigen Stroh-Schlafplätzen direkt auf dem Heuboden zu übernachten. Man schläft in seinem eigenen Schlafsack und einer Decke darunter. Das duftende Heu ist schön weich und warm bei jeglicher Witterung. Auch das Aufstellen von Campingmobilen oder Zelten ist möglich.

Wir möchten diesen Ort mit möglichst vielen Menschen teilen. Deswegen sollen Haus, Nebengebäude und der Garten für alle offen stehen. Auch laden wir Schriftsteller, Musiker, Theaterleute und andere Akteure ein, hier eine Weile zu wohnen und in aller Ruhe an einem Projekt zu arbeiten. Wenn daraus etwas Schönes entsteht, gibt uns das etwas zurück: Lesungen, Konzerte, gemeinsame Projekte mit der Bevölkerung u.ä.. Wenn dann alle zusammen kommen – BürgerInnen, Nachbarn, Ballenstedter, Hausgäste, Künstler, Gestalter – begleitet von regionaler und nachhaltiger Bewirtung und bester Stimmung – dann wird unser Wunsch für unsere heimatPROJEKTE Wirklichkeit.

# heimatQUARTIER

## Wohnen im Denkmal

Mit dem heimatQUARTIER wollen wir gemeinsame Wege suchen, wie wir in Zukunft leben wollen. Wohnen im heimatQUARTIER ist etwas für Menschen mit Engagement, Lust auf Gemeinschaft, Freude an der gemeinsamen Arbeit, Offenheit für Veränderungen und Toleranz für die Gedanken und Gefühle der anderen. Es bietet viele Chancen wach und aktiv zu bleiben und sich persönlich weiter zu entwickeln.

Die Individualisierung der vergangenen Jahrzehnte hat unbestreitbare Vorteile, hat uns persönliche Freiräume geschaffen und von Zwängen befreit. Gleichzeitig hat sie aber auch zur Vereinzelung, teilweise Vereinsamung von Menschen geführt. Eine alternde, abnehmende und hinsichtlich Pflege und Altersarmut hohe Herausforderungen stellende Zukunft wird soziale Fähigkeiten erfordern, die wir teilweise sogar neu erlernen und üben müssen, um individuell wie kollektiv bestehen zu können. Der Zunahme alter und pflegebedürftiger Menschen steht eine abnehmende Anzahl Erwerbstätiger gegenüber. Damit entsteht eine Konkurrenz um Arbeitskräfte, welche die Situation in den Pflegeberufen nochmals verschärfen wird. Das selbstorganisierte Wohnen ist für uns eine Form des bürgerschaftlichen Engagements, welches versucht, solchen gesellschaftlichen Szenarien einige Lösungsvorschläge entgegen zu setzen. In diesen Gruppen finden sich Menschen, die nicht nach Staat oder Gesellschaft rufen, sondern sich selbst, in positiver, unternehmerischer Art und Weise aufmachen, ihre Wohnsituation der nächsten Jahrzehnte eigenständig zu regeln. Was sie an Kraft, Ideen, Kreativität und Geld investieren, wird sich für sie aber auch für die Gesellschaft als Social Return on Investment herausstellen.

### HIER IST UNS FOLGENDES WICHTIG



- Nachbarschaft
- Mehr Generationen und Vielfalt
- Ökologie & Nachhaltigkeit
- Wohnen und Arbeiten
- Mitbestimmung
- Klima schützen und Ressourcen sparen
- Bezahlbare Mieten
- Öffentliche Angebote
- Wirtschaftlichkeit

# heimatRAUM

## Coworking, Coaching, Consulting & Weiterbildung

Coworking – schon lange mehr als ein Trend und eine klare Ansage an die Zukunft der Arbeitswelt. Kreativ sein in einer Umgebung mit Gleichgesinnten, die ihre Arbeit Tag für Tag aufs Neue motiviert, engagiert und voller Tatendrang angehen? Coworking bietet neben idealen infrastrukturellen Bedingungen wie WLAN-Zugang, IT-Hardware und verschiedenen großen Besprechungsräumen genau die Arbeitsatmosphäre, die heutzutage immer wichtiger wird. In der Gemeinschaft kommt es ganz automatisch zum kreativen Input bei eigenen Projekten, Kontakte bauen sich unkomplizierter auf und der offene Austausch untereinander kann oft das ein oder andere Problem schneller lösen als man glaubt. »Co« in Coworking steht für genau diesen Faktor: Zusammenarbeit. Ob in einem Gemeinschaftsbüro oder einem eigenen Büro, Dauermieter oder Zwischenmieter auf Tages-, Wochen- oder Monatsbasis, alles ist möglich und die Grenzen sind fließend. Hinzu kommen gemeinsame Veranstaltungen, Workshops für jede Zielgruppe. Coworking bietet genau diese Möglichkeit und findet seinen Platz im heimatRAUM.

Weiterbildung und Beratung – In der Gemeinschaft sind wir auf der Suche nach einer zukunftsfähigen Lebenskultur, nach gemeinschaftlich orientierten, ökologisch nachhaltigen, sozial gerechten und sinnerfüllten menschlichen Daseinsformen. Dabei versuchen wir, unsere praktischen Erfahrungen und Beobachtungen auf persönlicher, struktureller und visionärer Ebene weiterzugeben und weiterzuentwickeln – und wollen dafür den heimatRAUM als ein kostbares Begegnungsfeld mit vielfältigen Kursen und Gästen gründen. heimatRAUM will dabei sowohl persönlicher als auch gesellschaftlicher Veränderung dienen. Denn wirklicher Wandel braucht die eigene authentische Veränderung, um glaubhaft in das Gemeinschaftliche, die Welt hineinwirken zu können. Dafür bieten wir eine Plattform sowohl in Form von Workshops, Trainings und Kursen der Gemeinschafts- und Persönlichkeitsentwicklung.

Coaching – Menschen, die sich selbst noch nicht gut kennen, sind schneller verunsichert und können oft nicht das Leben führen, das wirklich zu ihnen passt. Um beruflich oder persönlich passende Wege zu finden, ist es gut, wenn man weiß, wer man ist. Dies erfordert eine besondere Art der Besinnung, nämlich Selbstreflexion. Wie habe ich bislang gelebt? Was hat mich gehemmt und verstärkt und was kann ich daraus lernen? Wenn ich auf dem falschen Weg bin, weil ich nicht das tue, was zu mir passt, will ich eigentlich auf zwei Beinen laufen, hüpfte aber immer nur auf einem Bein voran.

*Dort wo dein Talent  
und das Bedürfnis der  
Welt einander  
überschneiden,  
liegt deine Berufung.*

**Aristoteles [384 – 322 v. Chr.]**



Das kostet mich viel Energie. Tue ich dagegen, was gut zu mir passt, bewege ich mich »geschmeidiger« durchs Leben. Es lohnt sich also, schlummernde Sehnsüchte zu verwirklichen und Talente zu entfalten. Man wird dadurch kein neuer Mensch, doch man kommt seinem ursprünglichen Wesen und seiner Berufung immer näher. Wer seine Talente entwickelt, zieht mehr Befriedigung und Freude aus dem Leben. Ein besonderes Talent muss nicht schillernd oder großartig sein. Jeder hat ein Talent. Im Coaching weiß man erstmal nicht, über welche Talente die Klienten in Wirklichkeit verfügen. Und man weiß auch nicht, welcher Weg der Richtige ist. Das Coaching dient als Resonanzboden und als Spiegel. Ein Coach ist objektiver Außenstehender und hat keine Interessen bezüglich der Entscheidungen, die der Klient trifft.

# heimatWERK

## Mitmachen, Anleiten & Weitergeben

Ein weiteres Teilprojekt der Gemeinschaft ist eine Offene Werkstatt. Etwas miteinander tun, voneinander lernen, gemeinsame Interessen ausleben, kann das Verständnis bzw. den Respekt voreinander fördern, gerade auch im Dialog zwischen den Generationen und Kulturen.

Offene Werkstätten sind Mehrgenerationenräume. Offene Werkstätten bereichern die Vielfalt des städtischen Lebens, eine Offene Werkstatt ist ein urbaner Lebensraum. Er macht die Stadt attraktiv, kann zu einer Aufwertung und so zu nachhaltiger Stadtentwicklung oder regionaler Entwicklung beitragen. Eine Offene Werkstatt fördert die Netzwerkbildung, sie pflegt die Kontakte in der Stadt, zunächst über die NutzerInnen, aber auch über die Zusammenarbeit bzw. die Vernetzung mit Schulen, Handwerkern, Künstlern, Initiativen, Gewerbetreibenden etc. Offene Werkstätten erfüllen verschiedene Funktionen in einer lebendigen Stadtgesellschaft: Sie sind »Wohnungsergänzungsräume«, sie sind soziale Treffpunkte, sie sind Lernräume, sie sind Ausgangspunkt für soziales und kulturelles Engagement. Märkte, Feste oder Ausstellungen zu organisieren, kann ein Aspekt von Offenen Werkstätten sein. Sie sind für alle Schichten offen und werden auch breit genutzt. Hier wird unkompliziert Wissen von MeisterInnen an Laien und von Mensch zu Mensch weitergegeben. Hier können sich Initiativen entwickeln und Allianzen geschmiedet werden.

Unsere Zielgruppen sind die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Ballenstedt und der näheren Umgebung jeglicher Altersgruppen. Ein offene Werkstatt ist für alle da: für Kinder, Jugendliche, Familien und Rentner, für Könnler sowie für Laien, für die, die Geld sparen müssen sowie für die mit besonderen Ansprüchen. Für die, die für sich werkeln wollen, aber auch für die, die den Austausch mit Gleichgesinnten suchen und brauchen. Für Schulen, die hier Räumlichkeiten für interessante Schulprojekte vorfinden. Für Netzwerker, Berufstätige, für Kreative, Lebenskünstler, Jung und Alt, für Frauen und Männer in ihren individuellen Lebenssituationen.

*Je früher der Mensch  
gewahr wird, dass es ein  
Handwerk, dass es eine  
Kunst gibt, die ihm zur  
geregelten Steigerung  
seiner natürlichen Anlagen  
verhelfen, desto glücklicher  
ist er.*



# heimatKONTOR

## Regionaler Einzelhandel

Die Ideen für unser heimatKONTOR entstand an einem malerischen Fleckchen Erde im Süden Schwedens. Unberührte Natur, urige Wälder und die harmonische Beziehung der Schweden zu ihrer Umwelt, zur Natur lieferten für uns den Anstoß uns mit dieser Idee zu beschäftigen: Produkte, die in unserer unmittelbaren Nähe, von unseren Nachbarn oder gar Freunden hergestellt wurden, an einem Ort anzubieten, an dem die Versprechen von Vertrauen, Wohlbefinden und Qualität eingelöst werden. Unserer heimatKONTOR steht für Selbstbewusstsein, Individualität und Leidenschaft! Wir wünschen uns ein breites Angebot: Gartendekoration, Lampen, Selbstgemachtes, Selbstgekochtes, Selbstgebackenes, Produkte aus dem heimatWERK, Nostalgisches, Antikes, Gebrauchtes, Unverzichtbares ...

Wichtig ist uns bei allem der Aspekt der Nachhaltigkeit. Verpackungen und der damit verbundene Müll sind eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Vielen unter uns ist die Problematik wohl bewusst, trotzdem bleibt uns im Supermarkt oft nichts anderes übrig, als Produkte in Einwegverpackung zu kaufen. Die Idee von verpackungsfreien oder verpackungsarmen Supermärkten findet man bisher fast ausschließlich in Großstädten. Wir wollen entsprechende Alternativen auch für unseren ländlichen Raum. Deshalb wird man in unserem heimatKONTOR Gewürze und Kräuter aus großen Vorratsgläsern in kleine Löffeln Essig und Öl aus großen Kanistern oder Flaschen in kleine Flaschen füllen, die Eier in die selbst mitgebrachte Kartons packen, und den Käse vom Hof nebenan in Papier wickeln können. Das Gewicht der mitgebrachten Behälter wird vor dem Befüllen in den Läden registriert und angerechnet, so dass man wirklich nur bezahlt, was man mitnimmt.

Wer bei uns seine Waren verkauft, kommt aus der Region. Die Qualität und Herkunft der Produkte sind uns wichtig. Wir wollen wissen, ob das Ei von einem glücklichen Huhn stammt und unter welchen Umständen, die Leberwurst produziert wurde.

Unsere Verantwortung beginnt nicht erst bei den Produkten, die wir einkaufen können – sie geht darüber hinaus. Unsere Überzeugung ist, am täglichen Verhalten etwas zu ändern, damit Dinge geschützt werden, welche für uns alle einen großen Wert haben.

# Roadmap & Netzwerk

## **DAS OBJEKT**

Erster wichtiger Meilenstein für den Projektträger war ein geeignetes Objekt in Ballenstedt und Umgebung zu finden. Das identifizierte Objekt ist das alte denkmalgeschützte Gut Ziegenberg, Burgstraße 15. Das Objekt ist um 1830 aus zwei nebeneinanderliegenden Freihöfen entstanden und befindet sich in der Altstadt von Ballenstedt. Östlich begrenzt durch die alte Stadtmauer verfügt das Grundstück neben dem Hauptgebäude (erbaut um 1690) über ein ca. ein Hektar großes Grundstück mit diversen Nebengelassen. Das Gut ging später in den Besitz der Rudolf von Kochschen Familienstiftung auf und wurde zur Versorgung des auf dem Großen Ziegenberg gelegenen Herrenhauses genutzt. Als Baudenkmal trägt die Hofanlage die historischen Besonderheiten eines alten Bauerngehöftes und soll Bürgerinnen und Bürger und Touristen gleichermaßen dazu einladen, in die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Ortes einzutauchen. Das Gut befindet sich im Eigentum der Erbgemeinschaft Familie Happich. Ansprechpartner und Entscheider auf Eigentümerseite sind Knut und Andreas Happich, die in Vertretung der Erbgemeinschaft handeln (Pachtvertrag siehe Anlage).

## **AUFBAU HERBERGS- UND CAFÉBETRIEB**

Ein erster Schritt ist der Aufbau des Herbergsbetriebs inkl. Café im Hauptgebäude des Guts. Dazu wurde in der Förderperiode 2018/19 ein Förderantrag für das Teilprojekt heimatHERBERGE eingereicht. Das Programm heißt

LEADER, ein englischsprachiges Akronym von französisch Liaison entre actions de développement de l'économie rurale. Übersetzt heißt es »Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft«.

LEADER ist ein Maßnahmenprogramm der Europäischen Union, mit dem modellhaft innovative Aktionen im ländlichen Raum gefördert werden. Lokale Aktionsgruppen erarbeiten vor Ort Entwicklungskonzepte. Ziel ist es, die ländlichen Regionen Europas auf dem Weg zu einer eigenständigen Entwicklung zu unterstützen. Die lokale Aktionsgruppe unserer Region ist die LEADER-Gruppe Nordharz. Im Rahmen der Entwicklungsstrategie für unsere Region wurden drei Handlungsfelder definiert. Mit dem Projekt heimatHERBERGE fokussieren wir uns auf die Handlungsfelder »Touristische Aspekte der Region stärken«, »Rahmenbedingungen für die BürgerInnen im Stadtkern verbessern« und »Lebensqualität sowie gemeinschaftlichen Zusammenhalt erhalten bzw. steigern«. Das beantragte Projekt heimatHERBERGE integriert sich dabei in das Gesamtvorhaben heimatHOF, welches alle drei von der LEADER-Gruppe formulierten Schwerpunktthemen und Handlungsfeldziele adressiert. Für die Antragstellung musste zunächst bis September 2017 eine Antragskizze eingereicht werden, die die Maßnahmen und Ziele sowie die Rahmenbedingungen des heimatHOFs beschreiben. Die LEADER-Gruppe Nordharz hat mit ihrer Sitzung vom 24.10.2017 entschieden, das Projekt auf die Prioritätenliste zu setzen. Nun muss der Hauptan-

trag mit allen relevanten Unterlagen bis zum 24.01.2017 eingereicht werden. Als Grundlage zur Förderung dient die »Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Umsetzung von LEADER sowie über die Verfahrensgrundsätze von CLLD und LEADER in Sachsen-Anhalt (Richtlinie LEADER)«. Bei einer erfolgreichen Antragstellung erfolgt eine Förderung aus dem finanziellen Budget der LEADER-Region.

Im Rahmen des Antrags sollen im Hauptgebäude des heimatHOFs Gut Ziegenberg die bereits im Altbestand existierenden Herbergszimmer (2 mal 1-Bettzimmer, 2 mal 2-Bettzimmer) hergerichtet werden. Möglich ist die Förderung durch einen Zuschuss zu den in das Gebäude vorgesehenen Investitionen von bis zu 70% der nachgewiesenen Rechnungsbeträge. Der Rest muss durch Eigenmittel aufgebracht werden (30%). Der Nachweis über ausreichende Eigenmittel muss bei Antragstellung mit eingereicht werden. Die geplante Investitionssumme, die über das Programm gedeckt werden sollen, belaufen sich auf rund 100.000 € (netto). Es sind demnach 30.000 € vom heimatPROJEKT aufzubringen, ebenso die Mehrwertsteuer. Die Vorfinanzierung der gesamten Projektsumme wird durch private Darlehen sichergestellt. Der Eigenanteil erbibt sich aus Spenden und Darlehen.

Zugesagte Fördergelder müssen innerhalb von fünf Jahren nach der Förderzusage abgerufen und verbraucht werden. Sie dürfen nicht zweckfremd eingesetzt werden (z. B. nicht zur Finanzierung von Personalkosten oder sonstigen laufenden Kosten). Die Mittel werden Ende 2020/Anfang 2021 abgearbeitet. In einem weiteren Schritt ist es notwendig eine einfache Gruppenübernachtungsmöglichkeiten (11 bis 16 Betten + Aufbettungsmöglichkeit) zu schaffen.

## **GRÜNDUNG**

Der Projektträger gründet sich als gemeinnütziger Verein (Satzung siehe Anlage). Die Gründungssitzung wurde am 5.11.2017 durchgeführt und die entsprechenden notariisch beglaubigten Unterlagen beim Vereinsregister in Stendal eingereicht.

Der Projektträger gründet zum 1.1.2021 die Gut Ziegenberg GmbH als Beherbergungs- und Cafebetrieb sowie Veranstaltungsservice. Die Gut Ziegenberg GmbH übernimmt damit die wirtschaftlichen Tätigkeiten des Vereins.

## **INITIIERUNG VON PROJEKTEN**

Das rund 400 Jahre alte „Gut Ziegenberg“ ist ein physischer Ort mit räumlicher und digitaler Infrastruktur in gemeinwohlorientierter Trägerschaft.

Es keimen/gedeihen bereits viele wunderbare Ideen/Projekte:

- // So werden auf Grundlage eines gemeinnützigen Nutzungskonzeptes umfangreiche Sicherungs- und Baumaßnahmen an der Gebäudeensemble durchgeführt.
- // Regelmäßige Kultur- und Bildungsangebote schaffen Raum für Austausch, Gemeinschaft und Begegnung.
- // Ausgediente Überseecontainer bekommen eine neue Nutzung – es entstehen Werkstätten – nachhaltig, digital und effizient.
- // Eine Herberge schafft Unterkünfte für Gäste, Kunst- und Kulturschaffende und Freunde.
- // Ein Gemeinschaftsgarten wird gehegt und gepflegt. Denn niemand ist zu Alt oder zu Jung dafür, im Kontakt mit Erde und Pflanzen Natur zu erleben und damit ein Verständnis für die Kreisläufe der Natur (zurück)zugewinnen.
- // Das Kunst- und Kulturfestival „Kunstkurort Zauberberg“ – veranstaltet an einem ganz besonderen, verlassenem, aber nie vergessenen Ort – wirkt in den Stadtraum und in die Region hinaus. Über Ballenstedt thront die ehemalige, prototypisch erbaute Nationalpolitische Bildungsanstalt und ehemalige Bezirksparteischule der SED. Kunst und Kultur lassen hier einen weltoffenen und toleranten Geist einziehen.
- // Im Rahmen einer Bundesförderung (BMBF) bauen wir gemeinsam mit regionalen Partnern aus Wirtschaft (16 Partner), Wissenschaft (Hochschule Harz, Leibnizinstitut für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung) und Gesellschaft (Stadt Aschersleben) ein Netzwerk zur Schaffung eines außerschulischen Bildungsangebotes auf.
- // Ein partizipatives Theaterprojekt verbindet

die Künste aus der Stadt und die Menschen vor Ort und entwickeln Formen und Formate künstlerischen Seins, die nicht nur Spuren hinterlassen, sondern auch nachhaltige Impulse und Strukturen für Bürgerbeteiligung entwickeln. Ein Theaterprojekt für Kinder und Jugendliche stellt die Frage: Wer entscheidet? Ich, du, er, sie, es oder die Demokratie? ...

// Verschiedene Medienprojekte (Podcast, Veröffentlichungen, Blog), die sich mit der Geschichte und den Menschen unserer Region beschäftigen, fördern die Identitätsbildung.

Verbunden mit der Initiierung von unterschiedlicher Projekte baut sich für jedes Projekt und auch darüber hinaus projektübergreifend ein Netzwerk aus fachlichen Partnern, Fördermitelgebern sowie Netzwerkpartnern auf.

Die Projekt sind auf engen Austausch und Interaktion angelegt. Impulsgeber und BürgerInnen entwickeln gemeinsam einen Ort der Begegnung und des Zusammenlebens. Jeder kann hier zum Impulsgeber werden und ist somit potentieller Netzwerk- und Kooperationspartner – Jugendliche und ihre Vorstellung vom Leben und Arbeiten in der Zukunft, regionale und überregionale Kultur- und Wirtschaftsakteure, Menschen und ihre Projekte, Akteure aus dem wissenschaftlichem Bereich, Bildungseinrichtungen (Schulen, Berufsschulen, Hochschulen usw.) unserer Stadt und der Region und viele mehr.

## **FÖRDERMITTEL- UND UNTERSTÜTZUNGSQUISSE SOWIE NETZWERKPARTNER FÜR DIE INITIIERUNG VON PROJEKTEN**

### **heimatHOF Gut Ziegenberg**

- // Denkmalpflegeförderung LSA  
50.000 € Zuschuss Landesmittel,  
50.000 € Eigenanteil für die Notsicherung der Scheunen- und Stallanlagen,  
Förderjahr 2020
- // LEADER-Region Nordharz  
70.000 € Zuschuss EU EFRE,  
30.000 € Eigenanteil für die Herstellung

eines Herbergs- und Cafébetriebs auf dem heimatHOF Gut Ziegenberg, Förderjahr 2020/21

- // Aktion Mensch  
5.000 € für bauliche Maßnahmen zur Schaffung von Barrierefreiheit für eine Eingangstür, Förderjahr 2020
- // Stadt-Land-Richtlinie des Landes Sachsen-Anhalt, 124.000 € Förderung EU EFRE für den Aufbau eines Creative-Spaces auf dem heimatHOF Gut Ziegenberg, alte Überseecontainer bekommen eine neue Nutzung, Förderjahr 2021

### **heimatLABOR**

- // Neulandgewinner. Zukunft erfinden vor Ort Robert Bosch Stiftung, 40.000 € Förderung, finanzielle Mittel für Personal- und Sachmittel sowie Coaching- und Consultingangebote sowie Vernetzungsveranstaltungen, Förderjahr 2019/2021

*Netzwerkpartner für das heimatLABOR*

- // Akzente – Verein für Kultur, Jugend und Soziales Ballenstedt e. V., Ballenstedt
- // Bauer Objekteinrichtung GmbH, Ballenstedt
- // Hotel auf der Hohe, Ronny Vermeiren
- // Jacobs GbR, Ballenstedt
- // Kulturverein Wilhelm von Kugelgen e. V., Ballenstedt
- // Peter Nebe Ingenieurhochbau GmbH + Co.KG
- // Partnerschaftsverein Kronberg-Ballenstedt, Kronberg im Taunus
- // Stadt Ballenstedt

### **heimatHOF Digital**

Für alle Projekte braucht es eine leistungsfähige, profilierte Infrastruktur – dies verstanden sowohl räumlich als auch digital. Mit heimatDIGITAL wollen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung für eine effiziente Projektsteuerung und Bürgerbeteiligung nutzen. Ziel ist demnach die Entwicklung und der Aufbau einer digitalen Vereinskultur. Die digitale Infrastruktur soll die Kommunikationsstrategie für die interne Projektsteuerung, für assistierte Einsatzplanungen, strategische Planungs-, Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse,

für Projektadministration sowie das Wissensmanagement für Vereinsmitglieder und alle mit dem Projekt kooperierenden Akteure unterstützen und so eine moderne und intelligente Zusammenarbeit ‚fördern‘. Unsere Vereinsmitglieder, Sponsoren, Partner sowie interessierte BürgerInnen müssen die Möglichkeit haben, sich entsprechend ihrer Kapazitäten, Arbeits- und Kommunikationsweisen, oftmals über weite Distanzen im ländlichen Raum flexibel in die Vereinsarbeit und Projektgestaltung einzubringen.

// eBay Customer Support GmbH,  
Kleinmachnow, 4.500 € Spende für Sachmittel für die technische Ausstattung sowie Veranstaltungen,

#### **Aufbau eines Gemeinschaftsgartens auf dem heimatHOF Gut Ziegenberg**

Auf dem heimatHOF Gut Ziegenberg gibt es viel Platz, sowohl im Innenhof des ehemaligen Vier-Seiten-Hofs als auch im Hofgarten. Diesen Platz wollen wir nutzen, um die Idee eines Gemeinschaftsgartens zu verwirklichen. Die Idee, die hinter unserem Gemeinschaftsgarten steckt ... ganz einfach die Weitergabe von Wissen von älterer an jüngere Generationen, von gärtnerisch Versierten an Unerfahrene und der Austausch von Gedanken. Denn ... niemand ist zu Alt oder zu Jung dafür, im Kontakt mit Erde und Pflanzen Natur zu erleben und damit ein Verständnis für die Kreisläufe der Natur [zurück]zugewinnen. Und ebenso wunderbar ist das Kaffeekränzchen im Hofgarten oder im Innenhof am Rande der Hochbeetanlage. Der Gemeinschaftsgarten ist Teilprojekt des heimatHOF Gut Ziegenbergs.

// Anstiftung, 1.000 € Spende  
// Postcodelotterie, 22.400 € Spende

#### **fabUNITY – Fabulous Fabrication Community**

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert und regt mit einer finanziellen Unterstützung den Zusammenschluss maßgeblicher Akteure in der Region an, um langfristig außerschulische Strukturen und niederschwellige Bildungsangebote für Kinder

und Jugendliche zwischen 10 und 16 Jahren insbesondere Mädchen aufzubauen.

Wir wollen die Zukunft aktiv mitgestalten. Wir wollen die Bildung unserer Kinder und Jugendlichen mit einem die Schule ergänzenden Bildungsangebot – insbesondere im Bereich von Mathematik, Naturwissenschaft, Informatik und Technik kurz MINT genannt – in der und für die Region stärken und ergänzen.

Wir sind ein Zusammenschluss aus vier Verbundpartnern: heimatBEWEGEN e. V., Ballenstedt, Social Entrepreneure/Intermediäre Organisation; die Kreativwerkstatt Aschersleben Schülerlabor, Konzeption & Durchführung von Bildungsangeboten; das Leibnizinstitut für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung Forschungseinrichtung und Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft sowie das Grüne Labor Gatersleben, ein durch den Verein zur Förderung des Schülerlabors Grünes Labor Gatersleben e. V. getragenes Schülerlabor für Biologie am traditionsreichen Forschungsstandort in Gatersleben und die Hochschule Harz, Wernigerode Fachhochschule des Landes Sachsen-Anhalt.

Unsere Vision: Über die hügelige Landschaft des nördlichen Harzvorlandes in Sachsen-Anhalt spannt sich das MINT-Cluster fabUNITY. Mit einem aktivierenden Community- und Regionalmanagement gerahmt, bündelt das Netzwerk in einer tendenziell strukturschwachen ländlichen Region die Kompetenzen verschiedenster Netzwerkpartner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft und verbindet es mit einem innovativen, die Schule ergänzenden Bildungsangebot für Jugendliche zwischen 10 und 16 Jahren in der Fabulous Fabrication Community. Das Cluster legt durch einen ganzheitlichen Themen- und Community-Ansatz einen besonderen Fokus auf die Mädchenförderung.

fabUNITY erschließt der Community ein Möglichkeitsfeld, in dem forschend, kreativ, künstlerisch, erkenntnisreich, inklusiv und partizipativ agiert und ganzheitlich über Zukunft nachgedacht, geredet und daran gebastelt wird. In kreativen, außerschulischen

Lernorten und temporären Pop-Up-Kiosken verorten sich interdisziplinäre Angebote mit einer auf MINT ausgerichteten Lernumgebung, die zielgruppenrelevante und aktuelle, auf die nachhaltige Entwicklung der Region ausgerichtete, Themen auffächern.

Das fabUNITY-Cluster holt MINT-Angebote in die Lebensrealität der Community, fördert den Gründergeist, stärkt auf multiple Weise den Kompetenzaufbau aller Akteure und nutzt neue Methoden, Technologien und Instrumente für die Gestaltung innovativer MINT-Bildungsangebote. fabUNITY gestaltet progressiv innovative Arbeitswelten in der Region und erhöht dadurch die Chance für eine effizientere und gerechtere Bildung und trägt zu innovativem Lehren, Lernen und Arbeiten bei. Darüber hinaus übernimmt das Cluster in zweierlei Hinsicht eine Brückenfunktion. Zum einen erweitert das Cluster sein Wirkungsfeld durch die Verbindung regionaler und überregionaler Netzwerkpartner. Zum anderen stellt es die Anschlussfähigkeit der Angebote zu möglichen Berufsfeldern in Wirtschaft und Wissenschaft her.

// ca. 300.000 € Zuwendung für alle Verbundpartner durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung

#### *Netzwerkpartner*

- // Leibnizinstitut für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung
- // Hochschule Harz
- // Kreativwerkstatt Aschersleben, Stadt Aschersleben
- // Landkreis Harz
- // Stadt Ballenstedt
- // Harzer Tanne GbR, Ballenstedt
- // Dachbaukunst Quedlinburg GmbH
- // VERUGA GmbH, Osterode Harz
- // Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
- // Handwerkskammer Magdeburg
- // Bureau Anhalt gGmbH, Berlin
- // Jungen Türfliter gGmbH, Berlin
- // Jacobs GbR, Ballenstedt
- // SNP Deutschland GmbH, Thale
- // Wissenschaft im Dialog gGmbH, Berlin
- // Na LOS! Netzwerk außerschulische Lernorte in Sachsen-Anhalt

// Agrargenossenschaft Ballenstedt eG, Ballenstedt

// Ökogarten Quedlinburg in Trägerschaft des

// Förderverein für Natur- und Umweltzentren Quedlinburg e. V.

// Forsthaus Friedrichshohenberg in Trägerschaft des Förderkreises Konradsburg e. V.

#### **Kunstkurort Zauberberg**

Eine Stadt, eingebettet in die hügelige Landschaft des nördlichen Harzvorlandes. Das Geschlecht der Askanier hat hier den beeindruckendsten Schlossbau des Harzes errichtet und von hier aus im Mittelalter maßgeblich das politische Gesicht vieler anderer deutscher Regionen geprägt. Die Stadt wird auch die Wiege Anhalts genannt. Als ehemalige Residenzstadt strahlt dieser Ort heute mit vielen architektonischen und landschaftlichen Glanzpunkten immer noch eine spürbare Eleganz aus. Am westlichen Ende der längsten Allee Sachsen-Anhalts thront weithin sichtbar auf dem Berg das Schlossensemble zu dem unter anderem das Schloss mit früherer Klosterkirche, das Theater und der von dem berühmten Gartenbauer Peter Joseph Lenné gestaltete Schlosspark gehören.

Dem entgegen stehen heruntergezogene Rollos, gähnende Leere in den Schaufenstern, eine fast menschenleere, verödete Innenstadt und unglaublich viele leer stehende Gebäude. Zudem thront hoch oben über der Stadt ein historisch-politisch belastetes, raumprägendes Kulturgut, das gewissermaßen als monumentales Stigma von 1934 bis 1989 architektonisch und gesellschaftlich Ballenstedt bestimmte: Zuerst „Nationalpolitische Erziehungsanstalt (Napola)“ und nach dem 2. Weltkrieg Kadenschmiede der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands. Auch das ist etwas, was diese Stadt prägt. Willkommen in Ballenstedt.

Der Kunstkurort Zauberberg möchte diesen Leerstand mit Kultur, Kunst und Bildung füllen und zusammen mit Kulturaktiven an Zukunftsprojekten für Ballenstedt arbeiten. Der »Kunstkurort Zauberberg« knüpft an die Mystik und Sagen des Harzes an. Berge sind in

dieser Landschaft von jeher Orte der Transformation, des Zaubers und des Zauberns sowie des Perspektivenwechsels, weil man aus der Vogelperspektive Dinge neu und anders wahrnimmt. Der Kunstkurort lädt dazu ein, sich in der Kunst zu erholen und in der Abgeschiedenheit der Berge eigene Gedanken zu entwickeln. Der Zauberberg lädt zudem Kinder und Jugendliche, Bürgerinnen und Bürger, Vereine, Einrichtungen und Unternehmen zum gemeinsamen Gestalten ein.

#### *Förderungen 2019*

- // Aktion KulturAllianzen – Allianz Kulturstiftung mit 1.500 € Spende
- // 10.000 € Zuschuss durch die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien
- // 10.000 € Kulturförderung des Landes Sachsen-Anhalt
- // 6.000 € Spende LOTTO TOTO Sachsen-Anhalt
- // 8.000 € Spende Rotaract Clausthal-Zellerfeld und der Veruga GmbH

#### *Netzwerkpartner*

- // Allianz Generalvertretung Katrin Weinzierl, Ballenstedt
- // Lions-Club International, Hilfswerk des Lions-Club Quedlinburg e. V.
- // Harzer Volksbank e. G.
- // Agrargenossenschaft, Ballenstedt
- // Aktzente – Verein für Kultur, Jugend und Soziales Ballenstedt e. V.
- // Autozentrum Quedlinburg KFZ Meisterservice
- // BAL Stadtentwicklungsgesellschaft mbH
- // Countryclub Ballenstedt e. V.
- // Dachbaukunst Quedlinburg GmbH
- // Evangelische Stiftung Neinstedt
- // Energieholz Busche, Ballenstedt
- // Familie Jacobs, Ballenstedt
- // Firma Elektro-Hösel, Ballenstedt
- // Firma Elektro-Staadt, Hasselfelde
- // Firma Nebe, Badeborn
- // Forum Großer Ziegenberg e. V.
- // Fortuna Ballenstedt e. V.
- // Gebr. Machemehl, Sägewerk, Zimmerei & Holzhandel
- // Gymnasiums Ballenstedt
- // Hauservice HKlein, Ballenstedt
- // Moto-Ring Christian Markgraf, Rieder

- // Novelis Deutschland GmbH, Nachterstedt
- // Schloss- und Schlosspark Verein Ballenstedt e. V.
- // Shaolin Dacheng Gesundheitszentrum für Traditionelle Chinesische Medizin

#### *Die Veranstaltung wird gesponsort durch*

- // MITGAS Mitteldeutsche Gasversorgung GmbH
- // Novelis Deutschland GmbH, Nachterstedt

#### *Förderungen 2020*

- // 25.000 € Zuschuss Bundesbeauftragte für Kultur und Medien
- // 10.000 € Zuschuss Kulturförderung des Landes Sachsen-Anhalt
- // 30.000 € Spende Postcode Lotterie
- // 5.000 € Spende Aktion Mensch
- // 8.000 € Spende Rotaract Clausthal-Zellerfeld und der Veruga GmbH
- // 1.000 € Spende Lions-Club International, Hilfswerk des Lions-Club Quedlinburg e. V.

#### **Wer entscheidet:**

#### **ICH, DU, WIR, SIE oder die DEMOKRATIE?**

heimatBEWEGEN e. V. und Theaterlandschaft e. V. möchte mit Kindern von 8 bis 12 Jahren in den Pfingstferien 2021 ein theaterpädagogisches Projekt mit dem Titel „Wer entscheidet: ICH, DU, WIR, SIE oder die DEMOKRATIE?“ durchführen. In einem Theaterworkshop wollen wir mit den Kindern Mittels Improvisationstechnik, Statusspielen und Standbildern gesellschaftliche Strukturen erforschen und mit dramatischen Texten, Interviewmaterial, HipHop- und Rap-Texten sowie selbst entwickeltem Textmaterial kleine Szenen entwickeln, Parteien gründen, wählen, herrschen und demonstrieren. Im Mittelpunkt des Lernarrangements steht die zentrale Frage „Was ist Demokratie und wie funktioniert sie?“. Durch die Beschäftigung mit dieser Frage sollen Szenen entstehen, die dann später in einem Theaterstück zusammengefasst werden. Ziel ist es die Kinder spielerisch an das Thema Demokratie heranzuführen, sie dafür zu interessieren und der Demokratie-Müdigkeit für die kommende Wähler-Generation vorzubeugen. Unser Angebot soll Kindern und Jugendlichen im Bildungsprozess wich-

tige Impulse geben, selbstverantwortlich zu handeln und das eigene Leben selbstbestimmt zu gestalten. Mit der Bereitstellung kreativer Methoden und Techniken wollen wir ihnen einen künstlerischen Prozess ermöglichen, sie zu eigenem schöpferischen Handeln ermutigen und Selbstwirksamkeit erfahrbar machen.

Demokratie zu leben und Demokratie zu schützen, scheint seit der letzten Europawahl immer wichtiger, um dem sich seit einigen Jahren ausbreitendem Rechtsruck in Europa entgegenzuwirken. Unsere Gesellschaft, unser Land und unser Europa sind auf demokratischen Säulen gebaut. Doch um die Werte einer Demokratie zu achten, muss man sie erst einmal kennen. Und um Demokratie wertschätzen zu können, muss man wissen wie es sich anfühlt, wenn es keine Demokratie gibt. Wir wollen mit Kindern Fragen auf den Grund gehen wie: Was ist Demokratie? Wozu brauche ich die Demokratie? Was ist eine Gemeinschaft? Wieviel Gemeinschaft halte ich aus – hält die Gemeinschaft mich aus? Wie wird ein Anführer bestimmt? Macht MACHT gierig? Wie werden gemeinsame Entscheidungen getroffen? Was ist besser: demokratisch, diktatorisch oder anarchistisch?

// Bundesvereinigung kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V. über das Programm Künste öffnet Welten  
10.000 € Zuwendung

*Netzwerkpartner*

// Theaterlandschaft e. V.

### **Theaterprojekt „Ballenstedter Runden“**

Bürgerbeteiligung gilt als Voraussetzung für eine echte und lebendige Demokratie. Um Bürgerpartizipation innerhalb der Kommunalstrukturen zu stärken und demokratischer Partizipation zu fördern, möchten wir mit einem interaktiven Stadtprojekt eine Beteiligungsform schaffen, die in alle Ortsteile von Ballenstedt hineinwirkt. Das Projekt soll Mut machen, Bürgerbeteiligung in einer Kommune sinnvoll anzugehen und mit anderen Menschen in den Austausch zu treten. Klar

ist, dass für Beteiligung viele Definitionen, Methoden, Grundsätze und Prinzipien gibt. Mit dem Stadtprojekt wollen wir in einem ersten Schritt Lust auf Bürgerbeteiligung machen und die Menschen in unserer Stadt anregen, in Austausch miteinander zu treten. Das Angebot soll die gesamte Bevölkerung Ballenstedts erreichen, mit dem Ziel gemeinsam unsere Lebenssituation bzw. Qualität des sozialen, kulturellen Zusammenlebens zu reflektieren und zu verändern: BürgerInnen zwischen 0-100 jedweden soziodemographischen und sozioökonomischen Status.

Im 2020/2021 möchten wir die Ballenstedter im Rahmen eines partizipativen Stadtprojekts mit dem Berliner Theaterkollektiv Turbo Pascal ermutigen sich der Trägheit zu widersetzen. Das Theaterkollektiv hat sich auf dem Gebiet des 'theatralen Publikumsexperiments' einen Namen gemacht: Sie entwickeln partizipative Projekte im Stadtraum oder an anderen Orten, bei denen eine Vielzahl oder anonyme Anzahl von Menschen im Rahmen simpler Gesprächs-, Erzähl- und Aktionsformate mitwirken, indem sie Inhalte einspeisen oder weitererzählen, mitwandern oder mitspielen. Gemeinsam mit dem lokalen Partner heimatBEWEGEN e. V. möchte turbo pascal ein Projekt realisieren, dass in den Ortsteilen von Ballenstedt Formen der Versammlung 'früher und heute' recherchiert und neue Versammlungen mit künstlerischen Mitteln initiiert, gestaltet und testet.

// Bundeszentrale für Politische Bildung über das Programm Zusammenhalt durch Teilhabe, 20.000 € Zuwendung

// Fonds Soziokultur e. V. über die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien, 30.000 € Zuwendung





# Die Gründerinnen und Gründer

Familiäre und freundschaftliche Prägung, persönliche Überzeugungen und Werte, individuelle berufliche Kenntnisse und Erfahrungen, einzigartige Talente und Fähigkeiten machen uns als Individuum zu dem was wir sind. Unsere tiefe Verbundenheit zu unserer Heimat und unsere ausgeprägte Überzeugung, dass Zukunft nichts Passives ist, sondern vielmehr ein Ergebnis unseres gesellschaftlichen Engagements treiben uns an.

Die Mitglieder des Projektträgers werden im Rahmen Ihrer Gründung durch die Unternehmerinnen Akademie GmbH Magdeburg begleitet. Die Gründungsberater/innen unterstützen bei der Schärfung der Gründungsidee und in allen Fragen der Unternehmensentwicklung und fördern aktiv die Vernetzung. Zudem wird das Gründungsteam durch erfahrene Coaches des Transfer- und Gründungszentrum der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg mittels eines Qualifizierungsprogramms auf persönlicher und wirtschaftlicher Ebene begleitet und weitergebildet.

**ANNEKE RICHTER** – Dipl. Medieninformatikerin & Abteilungsleiterin Medienzentrum, Universität Magdeburg

**NICOLE MÜLLER** – Dipl. Verwaltungsökonomin & Qualitätsmanagerin Evangelische Stiftungen Neinstedt

**DR. MARIA MEYER** – Psychologin und Psychologische Psychotherapeutin, AMEOS Klinikum, Ascherleben

**ANTJE WEGENER** – Dipl.-Ingenieurin, Bauleitung und Bauplanung, Bauplanungsbüro ingPUNKT

**NANCY ZIEGENHORN** – Zahnmedizinische Fachangestellte, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

**JAN BÖGERSHAUSEN** – Betriebswirt & Geschäftsführer Gut Ziegenberg GmbH



### ANNEKE RICHTER

\*24.03.1977 | Dipl. Medieninformatikerin (FH)

Als Dipl. Medieninformatikerin verfügt Anke Richter, neben betriebswirtschaftlichen Grundlagen, vor allem über umfangreiche Kenntnisse auf dem Gebiet der Medienplanung, -gestaltung und -technik. Dieses Wissen hat sie während ihrer Ausbildung in verschiedenen studienbegleitenden Praktika unter anderem beim Otto Versand, Hamburg und der Agentur KMF Werbung erfolgreich vertieft, gefestigt und erweitert. Ihre anschließende Berufstätigkeit bei der KMF Werbung und ihre Selbständigkeit haben ihr zudem besonders aufgezeigt, dass sie speziell als Medieninformatikerin die notwendige Kommunikation zwischen Kreation und Umsetzung, zwischen ökonomischer Anwendung und der Vermittlung von Inhalten leisten kann.

Während ihrer zweijährigen beruflichen Tätigkeit beim Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS in Erlangen umfassten ihre Aufgaben die interne und externe PR im Bereich der Neuen und Klassischen Medien. Dies beinhaltete neben journalistischer Textarbeit die Konzeption und Erstellung hochwertiger Publikationen und neuer Multimedia-Projekte gemeinsam mit den Fachabteilungen sowie deren Pflege und Installation. Ein weiterer Schwerpunkt war die Organisation und Planung verschiedener Veranstaltungen, die Betreuung internationaler Besuchergruppen, und damit verbunden, die Präsentation der Forschungsaufgaben und -ergebnisse des Institutes. Daneben leitete sie die institutsinternen CI/CD-Schulungen und war für den technischen Support der Abteilung, der Programmie-

rung von Internet, Intranet und verschiedener Datenbanken zuständig.

Seit Juni 2006 arbeitet Frau Richter, erst als Mitarbeiterin für Medienkonzeption und -umsetzung, seit 2015 als Abteilungsleiterin, im Medienzentrums der zentralen Betriebseinheit Medien, Kommunikation und Marketing der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. Ihre Aufgaben umfassen den Aufbau einer gezielten Content-Marketing-Strategie mit dem Ziel einer ganzheitlichen Markenaufbau- und Inbound-Marketing-Strategie. Ihre Aufgaben und Projekte in der Medienkonzeption und -umsetzung On- und Offline leiten sich aus den strategischen Zielen der Universität ab und sind auf eine herausragende Positionierung der Universität im regionalen, nationalen wie auch internationalen Wettbewerb um Forscher/innen, Lehrende und Mitarbeiter/innen, Studieninteressierten, Studierende, Kooperationspartner für Forschungsvorhaben und Zuwendungsgeber aus öffentlichen und privaten Bereichen ausgerichtet. Als Abteilungsleiterin und in ihrer Funktion als stellvertretende Bereichsleiterin übernimmt sie zudem Aufgaben im strategischen Personalmanagement und -entwicklung sowie im Qualitätsmanagement. Darüber hinaus ist sie für die Weiterentwicklung des Profils und des Leistungsangebotes des Medienzentrums und der zentralen Betriebseinheit Medien, Kommunikation und Marketing verantwortlich. Seit 2011 ist sie Ausbilderin für den Ausbildungsberuf des Mediengestalters.



**NICOLE MÜLLER**  
Dipl.-Verwaltungsökonomin [FH]

Nicole Müller hat an der Hochschule Harz Öffentliches Dienstleistungsmanagement und Verwaltungsökonomie mit der Vertiefung Projektmanagement, Qualitätsmanagement, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit studiert. In den Jahren 2003 bis 2007 erhielt sie durch verschiedene studienbegleitende Praktika erste Einblicke in das Marketing, Projektmanagement, Personalmanagement und Qualitätsmanagement u.a. in Einrichtungen wie der Fachhochschule der Polizei in Aschersleben, der Stadt Aschersleben und der Lungenklinik Ballenstedt. Während des Studiums leitete sie bereits zwei semesterübergreifende Projekte im Rahmen der Stadtentwicklung in Halberstadt. Ihre Diplomarbeit schrieb sie 2007 in der Lungenklinik Ballenstedt in den Themenfeldern Qualitätsmanagement und Dokumentenmanagement sowie Mitarbeiterpartizipation. Lückenlos wechselte sie im Frühjahr 2008 von der Hochschule Harz in ihr erstes Beschäftigungsverhältnis in das Innovations- und Gründerzentrum in Wernigerode. Hier war sie als Projektmitarbeiterin in der Harz AG zuständig für Kooperationen zwischen Schulen und Wirtschaftsbetrieben, um Kindern- und Jugendlichen bereits in der Schulzeit erste Einblicke in die berufliche

Praxis zu ermöglichen, um sie somit besser auf die Berufswahl vorzubereiten. Im Herbst 2008 wechselte Nicole Müller nach Neinstedt in die Evangelischen Stiftung, in welcher sie bis heute als Qualitätsmanagerin tätig ist. Sukzessive baute sie dort das Qualitätsmanagement auf. Anfangs im Bereich der Seniorenhilfe tätig, erweiterte sich das Aufgabenfeld dann um vielfältige Verwaltungsaufgaben für das Fachkrankenhaus für Psychiatrie. Seit 2014 ist Frau Müller in der Stabsstelle Qualitätsmanagement an die oberste Leitungsebene und somit an zentrale Prozesse der Stiftung angegliedert. Als Stabsstelle des Vorstands übernimmt sie in leitender Position den Aufbau von Qualitätsmanagement-Systemen, das Projektmanagement, insb. bei der Einführung von IT-Anwendungen, Erhebung und Optimierung von Arbeitsprozessen (Führungsprozesse, unterstützende Prozesse, Kernprozesse), Leitung der Dienstgemeinschaft Qualitätsmanagement – einem Gremium das dafür sorgt, das einheitliche Verfahren und Vorgaben eingeführt und umgesetzt werden, Moderation von Besprechungen, Leitung von Qualitätszirkeln sowie die Beratung von Vorstand und der Bereichsleitungen.



**NANCY ZIEGENHORN**

\*2.5.1975 | Zahnmedizinische Fachangestellte

Nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung zur Zahnarzthelferin sammelte Nancy Ziegenhorn in der Zahnarztpraxis Röding, Welbslebener und der Praxis Dr. Marco von Identität fundierte Berufserfahrung. 1997 absolvierte sie eine Zusatzausbildung zur Prophylaxehelferin und arbeitet seit dem in dieser Funktion im Zentrum für Zahn-Mund und Kieferheilkunde der Martin Luther Universität. Nancy Ziegenhorn verfügt über umfangreiche Erfahrungen in der ehrenamtlichen Arbeit mit Menschen unter anderem bei der (2005 bis 2007) Kaffeetafel für Obdachlose der Stadtmission Halle, (2015) Flüchtlingshilfe Caritas Halberstadt, 2016 bis heute Lese-Arbeitsgemeinschaft Grundschule Ballenstedt und der Frühstück und Mittagversorgung im Studentischen Bauernclub. Seit 2011 bietet sie Übernachtungsmöglichkeit für Pilgerreisende auf dem Jakobsweg Sachsen-Anhalt an. Nancy Ziegenhorn hat drei Kinder, eines davon schwerbehindert. Es ist ihr ein persönliches Anliegen insbesondere im ländlichen Raum auch inklusive Angebote zu Schaffen.



**DR. MARIA MEYER**

\*3.10.1984 | Diplompsychologin und Psychologische Psychotherapeutin

Dr. Maria Meyer studierte bis 2010 an der Georg-August-Universität Göttingen im Studiengang/-fach Psychologie Schwerpunkte: Klinische und Pädagogische Psychologie. Im Anschluss an diese Ausbildung arbeitete sie als Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Deutschen Institut für Internationale Pädagogische Forschung. Neben der Promotion, in deren Fokus die Datenerhebung, Auswertung und Koordination im Rahmen einer Längsschnittstudie an Grundschulen in Frankfurt am Main lag, die den Zusammenhang von Kognitiven und Schulischen Leistungen beleuchteten, lag ihr Aufgabenschwerpunkt in der Projektkoordination. Parallel dazu konnte sie erste praktische Erfahrungen als Diplompsychologin in der Paracelsus-Roswitha-Klinik in Bad Gandersheim im Bereich der psychosomatischen Rehabilitation und als Diplompsychologin in der suchtmmedizinischen Tagesklinik der Klinik für Abhängiges Verhalten und Suchtmedizin im ZI Mannheim sammeln. Während ihrer nebenberuflichen Ausbildung zur Psychologischen Psychotherapeutin im Institut für Verhaltenstherapie in Mannheim machte Maria Meyer umfassende Erfahrungen als Einzeltherapeutin. Heute arbeitet Maria Meyer als psychologische Psychotherapeutin in der psychiatrischen Tagesklinik in Aschersleben (Ameos). Sie ist hier Einzel- und Gruppentherapeutin für Patienten mit psychischen Erkrankungen und vertritt als stellvertretende Leitung und Koordinatorin die Interessen der psychiatrischen Tagesklinik.



**ANTJE WEGENER**

\*23.4.1977 | Dipl.-Bauingenieurin (FH)

Antje Wegener absolvierte nach abgeschlossener schulischer Ausbildung (Abitur) eine Berufsausbildung zur Vermessungstechnikerin am Katasteramt Hettstedt. Im Anschluss daran studierte sie bis 2003 an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig Bauingenieurwesen. Praktische Erfahrungen sammelte sie während ihrer Ausbildung in verschiedenen studienbegleitenden Praktika und im Folgenden bei Ihrer beruflichen Tätigkeit im Ingenieurbüro Schmidt & Wegener, Ballenstedt. Hier übernahm sie Aufgaben in der Objektplanung Leistungsphasen 1- 9 HOAI. Während ihrer sechsjährigen beruflichen Tätigkeit bei der Firma Wegener GmbH Ballenstedt, lag der Schwerpunkt ihrer Aufgaben auf der Objektbauleitung und der Bauüberwachung im Rahmen der Leistungsphasen 3 – 9 der HOAI. Als Bauleiterin für Generalunternehmer übernahm sie die Verantwortung für Kalkulation, Angebotserarbeitung, Ausschreibung, Vergabe, Aufmaß- und Rechnungsprüfung. 2011 ging Antje Wegener erfolgreich in die freiberufliche Tätigkeit im selbstgegründeten Ingenieurbüro INGPunkt für Bauplanung und Bauleitung. Hier übernimmt sie hauptverantwortlich die Planung und Bauleitung im Rahmen der Leistungsphasen 1-9 gemäß HOAI für Neubauten und Sanierungen von Einfamilienhäusern bis Wohnungs- und Sozialbauten und Objektbau sowie die Sanierung von Fachwerkhäusern und Betreuung und Abrechnung im Rahmen von Fördermittelgeber. Dazu gehören Entwurf, Planung, Erarbeitung Genehmigungsunterlagen, Ausführungsplanung, Ausschreibung und Bauleitung inkl. Abrechnung. Antje Wegener ist bauvorlageberechtigt für das Land Sachsen-Anhalt Listennummer 18447.

## **JAN SÖCHTING**

\*25.5.1981 | Dipl.-Betriebswirt und Dipl.-Sozialpädagoge

Jan Söchting studierte bis 2005 überbetrieblich Betriebs- und Wirtschaftspädagogik an der Universität Leipzig. Er arbeitete bei dem weltweit agierenden Unternehmen Oemus Media AG und der Dental Tribune International GmbH am Standort Leipzig. Die Dental Tribune Deutschland ist Teil des weltweit erscheinenden Fachzeitschriftenformates Dental Tribune. In diesem Kontext legt die Dental Tribune Deutschland in der Berichterstattung den besonderen Fokus u.a. auf den internationalen Know-how-Transfer sowie die Berichterstattung über aktuellste Entwicklungen in Wissenschaft und Praxis. Die Dental Tribune Deutschland ist direkt mit dem größten deutschsprachigen Fach- und Informationsportal der Dentalbranche [www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info) verbunden und bietet so zahlreiche weiterführende Informationen und Vernetzungen bis hin zu zahnmedizinischem Videocontent, Bildergalerien sowie Anwenderberichte und Informationen zu Messen und Kongressen. Seine Aufgaben, während seiner Beschäftigung, fokussierten sich auf die Organisation und Durchführung betriebswirtschaftlicher Weiterbildungen für Zahnärzte, die Organisation und Durchführung von Messen und Kongressen für diese Zielgruppe sowie das dafür notwendige Marketing. Seit 2011 ist Jan Söchting Projektleiter des Forsthaus Friedrichshohenberg des Förderkreis Konradsburg e.V. Die Herberge Forsthaus Friedrichshohenberg steht für ein Projekt naturverbundenes Leben und Arbeiten – „Einfach Leben“. Die Besinnung auf das Wesentliche, Lebenswerte und der Ruhe im Einklang mit Natur und Landschaft sind die Sinnstellung des Projekts. Im eigenen Backhaus gibt es gebackenes Sauerteigbrot, Kräuter, Früchte und Gemüse aus dem Bauerngarten, selbst erzeugte Säfte und andere Obstprodukte sowie die ökologisch ausgerichtete Herberge. Auch bäuerliche Handwerks- und Hauswirtschaftstechniken werden praktiziert, zum Zuschauen und auf Wunsch gern auch zum Mitmachen. Hier liegt die Verantwortung von Jan Söchting angefangen von der betriebswirtschaftlichen Führung des Hauses bis hin zur touristischen Vermarktung des Angebots der Herberge. Zudem ist er für die Organisation von Veranstaltungen, Events auf dem Hof verantwortlich und für die aktive Kunden- und Gästebetreuung zuständig.



# Businessplan der Herberge

# heimatHERBERGE



**Ein Hof zum  
*Hören, Fühlen,  
Begreifen &  
Mitmachen.***

Heimatgefühl ist ein starkes und gutes Gefühl,  
und wer Heimatgefühl hat, geht nicht achtlos über den Boden,  
auf dem er Heimatrecht besitzt – mag er dort geboren  
oder erst heimisch geworden sein. Er fragt: was ist hier gewesen,  
bevor das jetzt hier stehende kam, und was für Menschen sind hier  
gewandelt, haben sich gefreut und haben gelitten wie wir,  
wie haben sie gelebt und was haben sie getrieben.

### **BERNHARD HESSE (1872 - 1965)**

Durch die Jahrhunderte soll jeder Gast und jede/r Bürger/in des heimatHOFs geführt werden. Die Menschen sollen erfahren, wie es der Stadt und dem Hof im Wechsel der Zeiten erging, und sie sollen dadurch gestärkt werden in der Liebe zum heimatlichen und zur Stadt und der Region. Dieses Erleben soll mit allen Sinnen angesprochen werden. Ein Hof zum Hören, Fühlen, Begreifen und Mitmachen, der sich mit seinem Angebot sowohl an die Menschen als auch an die Gäste unserer Stadt gleichermaßen richtet und dazu einlädt gemeinsam eine zukunftssichere Heimat zu gestalten – geistige, räumliche, kulturelle-kreative Heimat, die offen ist für Neues und dabei die Grundsätze der Regionalität und Nachhaltigkeit verfolgt und mit dem tourismusspezialisierten Angebot der Herberge diese Entwicklung befördert.

Die ländliche Idylle unserer Kleinstadt und das atmosphärische Erleben des Harzes schaffen Kontraste zum Alltagsumfeld unserer Gäste und bietet die Möglichkeit der besonderen Kombination gewohnter, lieb gewonnener Aktivitäten und dem neuen, andersartigen Umfeld des heimatHOFs. Mit einem besonderen methodisch-didaktischen Konzept, das verschiedene Sinne anspricht, soll der Besucher wie in einer Art Zeitreise an verschiedene geschichtliche Begebenheiten der Stadt und der Region herangeführt und nähergebracht werden. So können Hörspiele atmosphärische Geschichten erzählen, besondere Fühl- und Tastangebote die Fauna und Flora näher bringen, ... . Die Gäste des heimatHOFs sollen angeregt werden, sich mit der Geschichte auseinanderzusetzen und sie dadurch zu begreifen. Es ist möglich den Alltag früherer Generationen zu erleben. Unsere Gäste wohnen und arbeiten im »Museum«. Während ihres Aufenthalts gewinnen sie mittels museumspädagogischer Aktivitätsangebote Einblick in historische Arbeitsfelder, aber auch in die Museumsarbeit.

# Unternehmensprofil

Der Projektträger des heimatHOFs entscheidet sich bewusst gegen das kulturell eingeübte und strikt regulierte Nebeneinander von Gewinnorientierung und Gemeinnützigkeit, von Investoren und Spendern und bewusst dafür daraus ein Miteinander zu machen. Der Projektträger gründet sich deshalb als gemeinnützigen Verein heimatBEWEGEN e.V.. Zur Erfüllung des Vereinszwecks möchte der Verein verschiedene Wirtschaftsbetriebe aufbauen, die sich unter der Marke heimatHOF »Gut Ziegenberg« firmieren. Perspektivisch erwirbt der Verein mit den Wirtschaftsbetrieben Einnahmen, die zum einen für die Aufrechterhaltung und den Ausbau des heimatHOFs und seiner Aktivitäten sowie zur angemessenen Bezahlung seiner Mitarbeiter eingesetzt werden. Zudem plant und initiiert der Verein verschiedene gemeinnützige Projekte auf dem Hof, in der Stadt und in der Region und unterstützt/fördert künstlerische/kulturelle/soziale Projekte.

Intention der Gründungsmitglieder ist die Förderung von Projekten, Initiativen und Einzelpersonen, die dem Schutz, der Erhaltung und Weiterentwicklung unserer natürlichen Lebensgrundlagen, der Förderung der Gesunderhaltung und Gesundheitspflege der Bevölkerung, der Daseinsfürsorge, sowie der Förderung des Aufbaus von solidarischen Netzstrukturen dienen, die ein würdiges Zusammenleben der Menschen in Selbstbestimmung und Selbstverantwortung ermöglichen und begünstigen.

Der Verein trägt den Namen heimatBEWEGEN. Das Interesse des Vereins ist nicht auf den Erwerb materieller Gewinne und entspre-

chender Auszahlungen gerichtet. Es fokussiert den Aufbau und die Ausbreitung einer Art des Zusammenlebens, -lernens und -arbeitens, die Menschen ihre angeborene Lust am eigenen Denken und am gemeinsamen Gestalten wiederfinden lässt, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden fördert und ihnen die Entfaltung ihrer Talente und Begabungen ermöglicht. Daher ist das, was der Verein tut, in jeder Hinsicht am Gemeinwohl orientiert, also gemeinnützig.

Grundlage der Tätigkeit des Vereins bildet die Satzung [siehe Anlage]. Die Organe des Vereins sind die Mitgliederversammlung, der Vorstand und der/die Kassenprüfer sowie das Kuratorium. Das Kuratorium berät, fördert und unterstützt aktiv die Vernetzung verschiedener Gesellschaftsschichten innerhalb der Stadt. Die erforderlichen Finanzmittel des heimatHOFs sind für folgende Ausgaben vorgesehen:

- // Personalmittel für die Bezahlung von Mitarbeitern
- // Pacht für das Gut Ziegenberg
- // Erhaltungsaufwendungen für das Gut Ziegenberg
- // Anschaffungskosten (Innenausstattung)
- // Kosten für Dienstleistungen Dritter
- // Mittel für Vorträge/Mentorenberatung/Coaches etc.

## **Die Deckung dieser Kosten erfolgt über folgende Einnahmen:**

- // Fundraising, Sponsoring & Spenden
- // Einnahmen aus der Vermietung, Verkauf und
- // Nutzungsgebühren.

**HEIMATBEWEGEN E.V.**

**HEIMATHOF  
GUT ZIEGENBERG GMBH**



**HEIMATHOF  
GUT ZIEGENBERG**

erwirtschaftet  
Erträge:



HERBERGE  
CAFÉ  
KONTOR  
QUARTIER  
RAUM  
WERK

Zweck des Vereins ist die:  
Erhaltung und Belebung der historischen  
gewachsenen Stadt Ballenstedt insbesondere  
des heimatHOFs Gut Ziegenbergs sowie der  
Region und der damit verbundenen aktiven  
Förderung der Landschaftspflege, des  
Naturschutzes sowie der Denkmalpflege.

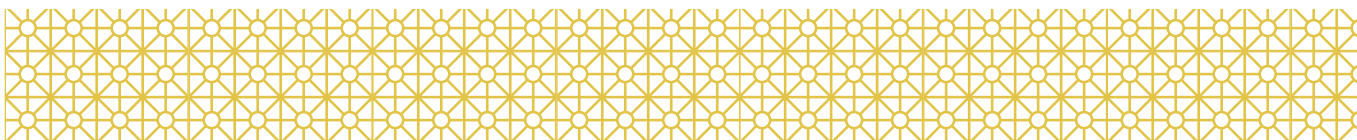
Förderung von Kunst und Kultur, Toleranz,  
Umweltbewusstsein, Gesundheit,  
Jugend- und Altenhilfe; Erziehung,  
Bildung und inklusiven Miteinander sowie  
des Heimatgedankens.

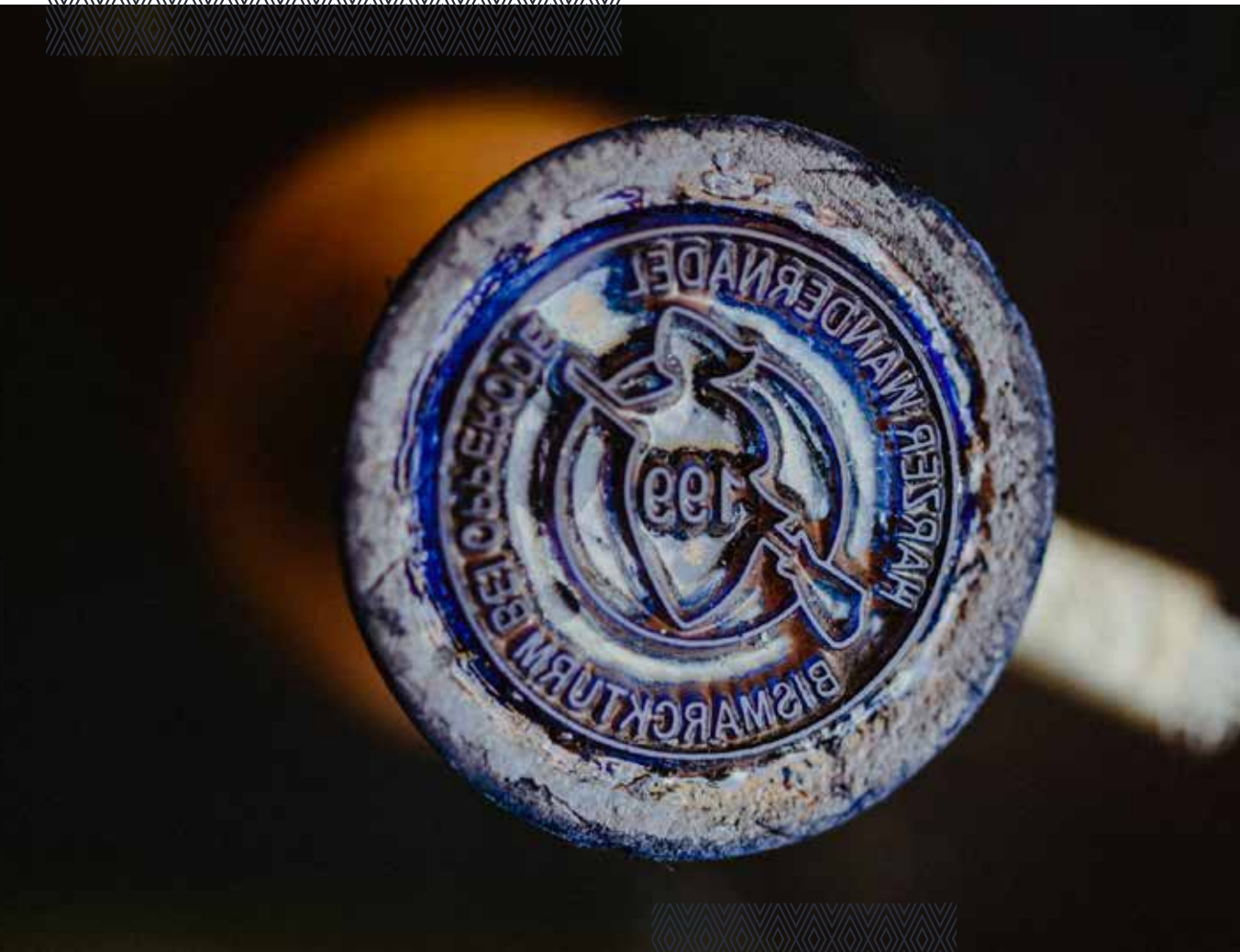


stellt Förderanträge;  
plant & initiiert im Rahmen des Labors  
gemeinnützige Projekte und führt diese durch;  
untersützt/fördert/künstlerische/  
kulturelle/soziale Projekte;

verpachtet Grund und Boden

**ERBENGEMEINSCHAFT FAMILIE HAPPICH**





Das Finanzmodell des heimatHOFs sieht eine Mischfinanzierung aus öffentlicher Finanzierung und privater Finanzierung vor: Der Verein unterhält zum einen verschiedene Wirtschaftsbetriebe, die die Erträge für den Aufbau und den Erhalt des Hofes erwirtschaften und für die Erfüllung des Vereinszwecks eingesetzt werden.

Fördermittel sind ein entscheidender Faktor für die Unternehmensplanung insbesondere in der Gründungsphase des heimatHOFs. Fördermittel spielen Zukunft eine entscheidende Rolle spielen.<sup>11</sup> In der neuen EU-Förderperiode 2014 bis 2020 gibt es viele Möglichkeiten für die Unterstützung insbesondere touristischer Vorhaben. In allen ostdeutschen Bundesländern sind inzwischen die Operationellen Programme für die EFRE-Förderung genehmigt. Die Förderung touristischer Infrastruktur ist auch künftig möglich, wobei die Qualitätsverbesserung von besonderer Bedeutung ist. Die Renovierung und Wiederinbetriebnahme

der Herberge ist über das Förderprogramm CLLD/LEADER eingereicht worden und hat in ihrer Sitzung am 24.10.2017 entschieden, das Projekt auf die Prioritätenliste 2018 zu setzen (siehe Anlage). Bei einer erfolgreichen Antragstellung können Sie nunmehr eine Förderung aus dem finanziellen Budget der LEADER-Region erhalten.

Eine weitere Schlüsselrolle spielt zudem die die Philanthropie-Bewegung, die sich auch in Deutschland in den letzten Jahren stark entwickelt hat. Vorreiter sind zum Beispiel der neue Eberhard von Kuenheim Fonds aus dem Umfeld von BMW, die Förderinvestments der Robert-Bosch-Stiftung und die „Juvat-Fonds“, hinter denen die Unternehmerfamilie Benckiser steckt, die mit Konsumgütern reich geworden ist. Sie alle helfen nicht nur der ersten Generation von Sozialunternehmern in Deutschland – sondern könnten auch zukünftige Unternehmergegenerationen in ihrer Einstellung zum Geben inspirieren.

# Produkte & Dienstleistungen

Mit der heimatHERBERGE wollen wir einen gastfreundlichen Ort für Radfahrer, Wanderer, Biker und Gäste Ballenstedts schaffen. Wir wollen unsere Gäste im einfachen aber gemütlichen Ambiente willkommen heißen. Auch bei den Möbeln bevorzugen wir Schlichtheit. Alles soll die historische Geschichte des Objekts tragen. Neben geschmackvoll und einfach eingerichteten 1-2-Bettzimmern und einer Gruppenunterbringungsmöglichkeit, haben die Gäste der heimatHERBERGE die Möglichkeit, auch Campingmobile oder Zelte aufzustellen. Im gemütlichen Leutegarten auf dem Hof können unsere Gäste laue Sommerabende, wärmende Lagerfeuer und sternenklare Nächte genießen.

## **7 X 24 Stunden Check In**

Wie funktioniert es? Das Zimmer kann telefonisch, per E-mail oder über das Buchungsanfrageformular auf der Webpräsenz des Hofes vorreservieren werden. Am Tag der Anreise erhält der Gast einen Zahlencode (elektronischer Schlüssel). Mit diesem ist entweder das reservierte oder gebuchte Zimmer, die Fahrradgarage, den Waschraum, die Küche und die Eingangstür öffnen. Es müssen so keine Öffnungszeiten beachtet werden und der Check-In ist ohne Personalaufwand seitens der Herberge möglich. Auch eine verspätete Anreise ist kein Problem (7 X 24 Stunden Check-In and Out). Während es früher zum guten Ton gehörte „Briefe“ zu schreiben, haben Email und WhatsApp die „echten Briefe“ heutzutage restlos ersetzt. Man findet täglich Werbung und Rechnungen im Briefkasten vor, aber so richtig persönliche Briefe doch eher selten. Die fehlende persönliche Begrüßung wird durch liebevoll formulierte Briefe ersetzt, die unsere Gäste im Eingangsbereich über einen persönlichen Postkasten und später auch im Zimmer erhalten.

## **Ausstattung**

Alle Zimmer bzw. Wohneinheiten verfügen über mindestens ein Duschbad, TV und W-Lan. Bei der individuellen Gestaltung der Zimmer legen wir großen Wert auf eine Verbindung von Modern und Alt. Der Komfort soll von einfach (Mehrbettzimmer) über praktisch (Familienzimmer) bis gehoben (Einzel- bzw. Doppelzimmer) reichen. Alle Zimmer verfügen über individuell gestaltete Duschbäder. Die Gesindekammer (Mehrbettzimmer) im Obergeschoss sogar über zwei, damit es keine Staus gibt. Täglicher Roomservice mit Handtuch- und Bettwäschenwechsel auf Wunsch. Im ganzen Haus steht ein W-Lan Internetzugang zur Verfügung.



### **Im Haus**

... stehen den Gästen regionale Getränke zur Selbstversorgung bereit. Im Fahrradabstellraum, der barrierefrei über den Hof zu erreichen ist, befindet sich eine Waschmaschine, ein Trockner und Werkzeug für kleine und große Fahrrad- oder Motorradreparaturen. Die Herberge des heimatHOFs ist sowohl für Einzelreisende als auch für Gruppen geeignet. Der Übernachtungsgast muss natürlich nicht zwingend Radler oder Wanderer sein. Auch Geschäftsreisende, Handwerker oder sonstige Besucher Ballenstedts fühlen sich bei uns sehr wohl. Für die Verpflegung steht eine Küche zur Selbstversorgung zur Verfügung. Hier findet jeder Gast Kaffee und Tee für die Selbstzubereitung. Auf Wunsch kann auch eine Übernachtung mit Frühstück vereinbart werden.



### **Die einzelnen Räume der heimatHERBERGE**

Die räumlichkeiten der Herberge und des Cafés erzählen Geschichten. Jeder auf seine Weise – mit Hörspielen, interaktiven und visuellen Gestaltungselementen stellen sie verschiedenen Ereignisse, Persönlichkeiten und Gegebenheiten der Stadt- und Hofgeschichte dar.

### **ANSPÄNNERKAMMER**

Doppelzimmer mit Bad

Die Anspannerkammer gedenkt den Kossatten und Anspannern des historischen Ballenstedts. Der Anspanner war ein Vollbauer mit mindestens zwei Pferden. Das Saalbuch der Stadt verzeichnet 13 an der Zahl, von denen drei in der Neustadt außerhalb der Mauern lagen.

### **FELDSCHÖPPENGEMACH**

Doppelzimmer mit Bad

Feldschöppen waren zu damaliger Zeit vereidigte Feldaufseher, die Vergehen, wie Diebstahl oder heimliche Veränderung von Feldgrenzen ahndeten. Das Doppelzimmer ist mit Bad und WC ausgestattet.

### **ENKENWINKEL**

Einzelzimmer mit Bad

Der Enkenwinkel gedenkt den Ackerknechten bzw. Kleinknechten, die unter den Großknechten dienten. Der Enkenwinkel ist ein Einzelzimmer mit Bad und WC.

### **KOSSATENECKE**

Einzelzimmer mit Bad

Auch Kossäten, Kotsassen, Hintersassen – vom Mittelalter bis ins 19. Jahrhundert Bauern, die als Freie oder Halbfreie dinglich abhängig von einem Grundherren waren. Mit unter waren es Kleinbauern mit nur einem Pferd oder einer Kuh. Das Zimmer ist einfach aber gemütlich eingerichtet und steht allein Reisenden zur Verfügung.

### **GESINDEKAMMER**

Mehrbettzimmer 11 bis 16 mit zwei Bädern, Mit der Gesindekammer steht unseren Gästen eine Gruppenübernachtungsmöglichkeit mit einem kleinen Aufenthaltsraum mit Küche zur Verfügung

### **LEUTEGARTEN**

Im Hof lädt ein romantisch angelegter Bauerngarten zum Verweilen ein – der Leutegarten. Die bunte Mischung aus Zier- und Nutzpflanzen, das Nebeneinander verschiedener Formen und Farben und das Gemisch aus Düften und Aromen bieten unseren Gästen Erholung aus dem Alltag. Auf kleinem Raum wachsen Nutzpflanzen neben Heilkräutern und einzelnen Zierpflanzen. Zudem dient er als Naschvergnügen und die dekorative Note und steht für die Rückbesinnung auf naturnahes und tierfreundliches Gärtnern.

### **SCHWEINEKOPPEL**

Gesäumt durch Spalierobst und Lavendel können auf der ehemaligen Schweinekoppel Wohnmobile und Campingmöglichkeit für kurzzeitige Übernachtungen aufgestellt bzw. errichtet werden.

### **GESINDEKÜCHE**

Erdgeschoss mit Hofzugang

Für alle Gäste steht eine kleine Küche zur Verfügung, die zur Selbstversorgung genutzt werden kann.

### **KOTTEN**

Im Obst- und Gemüsegarten des Hofes werden kleinere Hütten errichtet, die für Übernachtungen genutzt werden können. Diese sind sehr puristisch ausgestattet und werden zwischen den bäuerlichen Anbauflächen errichtet.

### **OBST- UND GEMÜSEGARTEN BURGGARTEN**

Angrenzend an den Hof ist eine etwa ein Hektar großer Obst- und Gemüsegarten, der zum Teil durch die Bewohner der nahegelegenen Wohnsiedlung Pestaloziring bewirtschaftet wird. Auf den ungenutzten Flächen wird ein Generationenpark entstehen. Für unsere Kinder werden Apfelbäume gepflanzt. Baum und Kind haben ihre Wurzeln in Ballenstedt. Der Baum soll Symbol dafür sein, dass dieses auch dann so bleiben soll, wenn unsere Kinder eines Tages ihre Heimatstadt verlassen sollte. Jedes Kind hat seinen ganz individuellen Charakter. Gleiches sollte daher möglichst auch für den gepflanzten Baum gelten. Es stehen für Sie daher mehr als 100 verschiedene Apfelsorten zur Verfügung, die teilweise sehr alt und nur in eng begrenzten Regionen unseres Landes bekannt sind.

## CAFÉ

GÊTLÔ war der Name der jetzigen Unterstadt Ballenstedts, welcher noch bis 1460 sich neben dem auf die Stadt übergehenden Burgnamen forterhielt und in der kaum mehr gebrauchten Bezeichnung »Wasserstadt« im Munde alter Ballenstedter noch Spuren seines Daseins hinterlassen hat. Gerade dieser Namen GÊTLÔ selbst, Ziegenhain, zeigt uns, daß die erste Ansiedlung wohl eine Meierei war, deren Ziegen dem Bache zu ihrem Namen verhalf.<sup>12</sup> Das Cafés gedenkt diesem geschichtlichen Ursprung. Hier stärken sich unsere Gäste beim morgentlichen Frühstück und starten anschließend in den Tag. An den Wochenenden und bei Veranstaltungen werden im Café für alle Besucher Erfrischungen und kleine Snacks serviert. Die Räumlichkeiten können außerhalb der Frühstückszeiten als Aufenthalts- und Gemeinschaftsraum unserer Gäste genutzt werden. Neben der Versorgung des Hofes generiert das Cafe durch ein zusätzliches Engagement beispielsweise durch die Frühstücksversorgung des Family- and Greencampinggrounds auf dem Rockharz-Festival und anderen kulturellen Veranstaltungen zusätzliche Einnahmen.

## HEIMATHERBERGE SPEZIAL

Wer steile Hänge im Sattel oder zu Fuß überwindet und wer die idyllischen Städte im Harz erkundet freut sich am Ende eines langen Tages über ein frisch gemachtes Bett und ein Dach über dem Kopf. In der heimatHERBERGE des heimatHOFS können Ruhe und Kraft für den nächsten Tag getankt werden. Für allein Reisende haben wir gemütliche kleinere Zimmer. Für Gruppen oder für Familien, steht eine heimeliche kleine Ferienwohnung bereit oder eine variabel anpassbare Gruppenunterkunft. Wenn hingegen ein romantisches Lagerfeuer und ein sternenklarer Nachthimmel dem Geschmack entspricht, können die Wohnmobilstellplätze bzw. Campingmöglichkeiten im Freien gewählt werden. Ganz egal wie der Tag enden soll, auf dem Hof findet ein Jeder die passende Unterkunft. Daneben ist die Herberge ganz und gar auf die speziellen Bedürfnisse unserer Zielgruppe der Wanderer, Pilgerer, Biker und Fahrradfahrer ausgerichtet und bietet folgende zielgruppenspezifischen Angebote:

## Aufnahme der Gäste/ Mindestaufenthalt

// Aufnahme auch für nur eine Nacht

## Räumlichkeiten

// Raum zum Trocknen für Kleidung und Ausrüstung

// Aufenthaltsräume verschiedener Größe und Art

// Abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder/Motorräder

// eine Waschmöglichkeit für die Bikes

## Verpflegung

// Angebot eines vitamin- und kohlehydratreichen Frühstücks

// Lunchpakete und Getränken zum Mitnehmen

// Möglichkeit zur Selbstversorgung durch Nutzung der Gemeinschaftsküche

## Mobilität

// Beratung der Gäste bei der Buchung hinsichtlich einer An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln (insbesondere zur Fahrradmitnahme)

// Gepäcktransfer von der letzten und/oder zur nächsten Unterkunft

// Hol- und Bringdienst

## Information und Regionale Vernetzung

// Gästebuch mit Erfahrungen aus der Region

// Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Karten und touristischen Führern, Bahn- und Busfahrplänen zudem Rad- und Motorradkarten und Radwanderführern

## Rad- und Bike touristisches Serviceangebot

// Bereitstellen eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten

// Bereitstellung wichtiger Ersatzteile in Absprache mit der nächsten Werkstatt

// Reservierungsservice für die nächste Übernachtung in fahrrad- bzw. biker freundlichen Betrieben

// Angebot von Tagesradtouren in der Umgebung sowie Bereitstellen von weiterem Informationsmaterial über die Region

- // E-Bike Ladestation
- // Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Reparaturwerkstätten für größere Reparaturen
- // Informationen über weitere fahrrad- und motorradfreundliche Betriebe in der Region
- // Gästebuch mit Erfahrungen aus der Region

### **Touristisches Serviceangebot für Gruppen**

- // Innovative Ansprache von Gruppen (Schulklassen, Familien etc.) über Herbergskonzept und museumspädagogischer Aktivitätsangebote
- // Zusätzliche Versorgungsangebote
- // Einblick in historische Arbeitsfelder, aber auch in die Museumsarbeit
- // Gruppenunterkunftsmöglichkeit
- // Aufenthaltsmöglichkeiten für Gruppen
- // Zielgruppengerechte & abwechslungsreiche Rahmenprogramme

### **Angebot für Langzeitaufenthalte**

- // Mietmodell für längerfristige Aufenthalte

### **ZUSATZANGEBOTE**

In den Räumlichkeiten dem heimatHOF kulturelle Veranstaltungen statt. So wird der Garten oder die Scheune mit musikalischen Klängen erfüllt und gesellige Kabarettabende erheitern die Gemüter unserer Besucher.

### **FREIZEITEN & SEMINARE**

Bei den vielseitigen Freizeit- und Seminarangeboten an den Wochenenden auf dem heimatHOF ist für jeden was dabei. Die Familienfreizeiten sind hierbei Schwerpunkt des Hauses. Die ganzheitlichen, erlebnisorientierten und spielerischen Programme für Kinder und Erwachsene bieten neben der inhaltlichen Gestaltung auch Raum für Erholung, Besinnung und Begegnungen. Wanderungen durch die Sommerlandschaft, Basteln mit Herbstblättern, Weihnachtslieder singen oder die ersten Sonnenstrahlen am Ostermorgen betrachten – in jeder Jahreszeit werden sowohl spannende als auch besinnliche Aktivitäten für Kinder und Erwachsene angeboten. Körper und Geist können bei den Erholungsseminaren und Fastenkursen wieder in Einklang und tauschen

gebracht und bei unseren Informationsseminaren über vielfältige sowie aktuelle Themen ausgetauscht werden.

### **Wochenendfreizeiten**

Bei den Wochenendfreizeiten ist die punktuelle Beteiligung am Programm für alle Hausgäste möglich. Außerhalb des geplanten Jahresprogramms besteht die Möglichkeit, weitere Seminare und Angebote zu erleben.

### **Familienfreizeiten**

Die abwechslungsreichen Aktionen bei den Familienfreizeiten mit unserem Pädagogen-Team machen jeden Tag zum Erlebnis und bringen Familien noch näher zusammen. Die Idylle des heimatHOFs bietet viele Möglichkeiten, Gemeinschaft zu genießen und stressfrei aktiv zu sein. Dabei sind die Themen der Familienfreizeiten u.a. auf die Jahreszeiten und christlichen Feiertage abgestimmt.

### **Erholung und Entspannung**

Eine Auszeit können sich unsere Gäste bei den Erholungsseminaren gönnen. So wird durch Meditation innere und äußere Ruhe geschaffen und Yoga-Wochenenden helfen dabei, für einige Zeit Abstand vom Alltag zu gewinnen. Professionelle Kursleiter ermöglichen sowohl Erfahrenen als auch Einsteigern, Ruhe und Entspannung zu finden.

### **KLASSENFAHRTEN & SCHÜLERREISEN**

Egal ob eine Fahrt mit der Schulklasse, einer Gruppe aus der Kindertagesstätte oder Jugendgruppe – der heimatHOF stellt gemeinsam mit diesen Zielgruppen außergewöhnliches Angebot, bei dem geistliche und thematische Aspekte mit sozialpädagogischer Arbeit verbunden werden, eine abwechslungsreiche Alternative zu anderen Zielen dar. Kinder und Jugendlichen können zurück in die Vergangenheit der Stadt Ballenstedt reisen. Die Gäste des Hofes profitieren von der Besonderheit des Hofes als außerschulischen Ort zum Lernen und zum Festigen sozialer Bindungen, sodass Ihre Fahrt zu einem unvergesslichen Erlebnis wird. Der Hof verfügt zur Eröffnung über 25 Betten verteilt auf sechs Zimmer, in denen Schülerinnen und Schüler während der Zeit des Aufenthalts komfortabel und günstig untergebracht

werden können, um wieder neue Kraft für die nächsten Abenteuer zu tanken. Als Lehrer oder als andere Begleitperson können Ihre nächtliche Ruhe wahlweise im eigenen Einzel- oder Zweibettzimmer finden.

### **Kleine Tagungen & Seminare**

Perspektivisch möchte die Herberge ihr Angebotsportfolion auch für Gruppen öffnen, die kleinere Tagungen & Seminare durchführen wollen. Dafür ist ein Aufbau der Infrastruktur im Rahmen der anderen Bausteine des Hofes notwendig. Alternative zum sterilen Tagungshotel bietet der Hof passende Räumlichkeiten mit Charakter und Charme. Je nach Umfang der Veranstaltung können diese in den Gemeinschaftsräumen abhalten. Im Rahmen des heimatWERKS ist Raum für Kreativität und Tatendrang. An der Feuerstelle im Leutegarten auf dem Hof kann man den Tag bei fröhlichem Beisammensein ausklingen lassen. Rahmenprogramme für Ihre Veranstaltung sind ganz individuell gestaltbar. Auch für die nötige Ausstattung für einen reibungslosen Ablauf Ihrer Tagungen oder Seminare sorgt das heimatTEAM. Auf Wunsch stellen wir Ihnen in den verschiedenen Räumlichkeiten entsprechende Tagungstechnik und W-LAN zur Verfügung. Durch die zentrale Lage in Deutschland und die kurze Anbindung zur Autobahn ist der Hof schnell und leicht für Sie und Ihre Gäste zu erreichen. Auch die Anreise mit dem Zug ist möglich; hierbei ist ein Transfer vom Bahnhof Quedlinburg oder Aschersleben zum Hof nötig. Bei der Organisation der Anfahrt der Gäste unterstützt das Team.

### **HEIMATHOF Inklusiv**

Auch wenn das Thema Inklusion (und/der vorangehend die Barrierefreiheit) eine immer wichtigere Rolle einnimmt, ist sie nicht einfach – gerade in historischen Gebäuden. Das Umfeld und die Rahmenbedingungen für eine Barrierefreiheit auf dem heimatHOF sind dafür in aller Regel alles andere als einfach und optimal. Das liegt an topografischen Gegebenheiten ebenso wie an den zwangsläufig historischen Gebäuden. Schwellen, zu schmale Türen, niedrige Decken und Türstö-

cke gehören genauso dazu wie die relative Dunkelheit und oft sehr kleine Abmessungen der Räume. Von den vielen Treppen, bei denen man bereits ohne irgendwelche Handicaps aufpassen muss, ganz zu schweigen. Der Denkmalschutz und konservatorische Aspekte kommen noch hinzu – und bauliche Maßnahmen oder Veränderungen verbieten sich praktisch von selbst. Es ist also durchaus mit viel Engagement, einem gewissen Risiko und großer Überzeugung verbunden, trotzdem und erst recht etwas in Richtung Inklusion zu bewegen. Neben sozusagen »allgemeinen« Bemühungen um den Abbau von Barrieren und Erschwernissen kann man ganz spezielle Angebote für ganz spezielle Gruppen schaffen. Freilich profitiert das eine vom anderen, womit man anfängt ist eigentlich egal – denn es wird so oder so immer erst ein Anfang sein.

Mit dem heimatHOF möchte sich der Verein auch dem Thema Inklusion öffnen und bedürfnisorientierte Angebote und Rahmenbedingungen in und außerhalb der Gebäude schaffen, die allen, nicht nur der Gruppe der Beeinträchtigten, Gästen die Herausforderungen des täglichen Miteinanders erfahrbar und erlebbar machen. Ganz grundsätzlich ist der Ansatz auf dem heimatHOF keine »Nachrüstung« zu machen oder etwas zu verbessern – es geht darum, den Leitgedanken der Inklusion vom ersten Moment der Planung an zu integrieren, ihn zur Grundlage zu machen. Es geht darum, für eine bestimmte Gruppe von Menschen eine bestmögliche Umsetzung zu entwickeln, weshalb die sozusagen »Betroffenen« von Beginn an einbezogen werden sollen. Es geht also um die Neugestaltung des Gebäudes im Sinne seiner Nutzung und Darstellung. Gerade im vermeintlich schwierigen Umfeld historischer Gebäude ist die Einbeziehung Vieler – also Blinder und Sehbehinderter, Sehender, Menschen mit geistiger und körperlicher Behinderung und so weiter – problematisch. Ein Hof der sich nicht weniger an die »Sehenden«, sondern mit seinen bedürfnisorientierten Angeboten besonders an Blinde und Sehbehinderte richtet.

Durch das besondere methodisch-didaktische Konzept des Hofes, welchen die verschiedenen Sinne eines jeden Gastes anspricht ergeben sich Quereffekte: Ausgerichtet auf Blinde und sehbehinderte Menschen, aber auch für das ganz normal sehende Publikum, sind es gerade Kinder, die sich sehr von der Umsetzung angesprochen fühlen können. Hörspiele sind im Allgemeinen ein beliebtes Medien für

Jung und Alt und Dinge anfassen dürfen, selbst etwas versuchen, finden auch nicht explizit im Fokus stehende Benutzergruppen sehr reizvoll. Ein didaktisches Grundkonzept, eine spezielle Besucherführung über taktile Pläne und Modelle sowie Räumen, die es ermöglichen das Leben und Arbeiten auf dem Hof und in der Stadt in einer Art Zeitreise zu hören, zu fühlen, zu begreifen und zum mitmachen einzuladen.

## **MOODBOARD**



Im Café – Ballenstedt Geschichte zum Hören  
Die Stube – Essen, arbeiten, beten  
Die Küche – Kochen, waschen, aufbewahren  
Die Schlafkammer – Von Wärme und Stoffen  
Die Kaminkammer – Was könnte hier gewesen sein?  
Die Hör-Ausstellung – »Lebensgeschichten«  
Die Entdecker-Werkstatt – Selbst Hand anlegen

# Alleinsteellung & Kundennutzen



# Ein Hof zum *Hören, Fühlen, Begreifen & Mitmachen.*

Der heimatHOF bietet Ruhe und Rückzugsmöglichkeiten, ein produktives Umfeld, ein ausgewogenes Gleichgewicht aus Einsamkeit und Gemeinschaft, eine anregende kreative Atmosphäre, Entspannung und Austausch mit anderen Menschen. Ein Ort an dem jeder Einzelne einige Tage von den täglichen Routinen, dem urbanen Stress, dem Verkehr und Lärm, den Verpflichtungen und der ewig gleichen Alltagssituation Abstand nehmen kann. Ein Ort an dem sich digitale Arbeiter/innen von einer kreativen Gemeinschaft inspirieren lassen, konzentriert arbeiten und die Natur genießen können. Ein Ort wo sich ein jeder ausprobieren und gestalten kann.

Um den vielschichtigen Herausforderungen unserer Zeit begegnen zu können, möchten wir zu interdisziplinärem, generationsübergreifendem Denken und Arbeiten ermutigen, neue Begegnungen, den Austausch mit dem vermeintlich Fremden und lebensnahe Erfahrungen durch gemeinsames Wirtschaften fördern. Wir gestalten eine zukunftssichere Heimat – geistige, räumliche, kulturelle-kreative Heimat, die offen ist für Neues. Dieser Herausforderung möchten wir mit dem Anspruch begegnen das Bewusstsein der Menschen vor Ort für das »Voneinander und Miteinander Lernen und Leben« zu öffnen. Wir wollen einen Ort für eine lebendige Stadtgesellschaft schaffen: »Wohnungsergänzungsräume«, für soziale Treffpunkte, Lernräume und Ausgangspunkt für soziales und kulturelles Engagement. Als gemeinnütziger Verein möchten wir Raum schaffen, um gemeinsam mit unseren Mitmenschen, der Bürgerschaft, der Stadt und der Wirtschaft an koordinierten Zielen zu arbeiten, statt sich um die Verantwortung zu streiten. Mit der Schaffung von offenen Werkstätten bereichern wir die Vielfalt des städtischen Lebens, machen unsere Stadt attraktiv, tragen zur Aufwertung und so zu nachhaltiger Stadtentwicklung oder regionaler Entwicklung bei. Wir fördern die Netzwirkbildung zunächst unter den NutzerInnen, aber auch durch die Pflege unserer Kontakte und die Zusammenarbeit bzw. die Vernetzung mit Schulen, Handwerkern, Künstlern, Initiativen, Gewerbetreibenden etc.



*Steiget auf ihr alten Träume,  
öffne dich du Herzenstor.  
Liederwonne, Wehmutstränen  
strömen wunderbar hervor.  
Durch die Tannen will ich schweifen,  
wo die muntere Quelle springt,  
wo die stolzen Hirsche wandeln,  
wo die liebe Drossel singt.  
Auf die Berge will ich steigen,  
auf die schroffen Felsenhöhen,  
wo die grauen Schlossruinen  
in dem Morgenlichte stehen.*

**Die Harzreise,  
Ein Reisebericht  
von Heinrich Heine  
Herbst 1824**





# Der Markt Situation, Potential & Entwicklung

## **Das Tourismusgebiet Harz und seine Schwerpunktthemen<sup>13</sup>**

90 Kilometer lang und 30 Kilometer breit ist das nördlichste Mittelgebirge Deutschlands, das sich über die drei Bundesländer Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen erstreckt. Eine eindrucksvolle Berglandschaft und ein Urlaubsziel, das für jeden etwas bietet. Der Harz lockt mit zahlreichen Sehenswürdigkeiten und Naturhighlights.

Als Natur und Kulturlandschaft bietet der Harz alles, was eine erfolgreiche Destination ausmacht. Sechs nationale Naturlandschaften stehen für die einzigartige Gebirgslandschaft und ihre Flora und Fauna der erste länderübergreifende Nationalpark Deutschlands - der Nationalpark Harz, der Naturpark Harz in Niedersachsen, der Naturpark Harz in Sachsen-Anhalt, der Naturpark Harz/Mansfelder Land in Sachsen-Anhalt, der Naturpark Südharz in Thüringen und das Biosphärenreservat Karstlandschaft Südharz im Landkreis Mansfeld-Südharz. Darüber hinaus gehört

der Harz zum UNESCO Geopark Harz-Braunschweiger Land-Ostfalen und gilt als geologisch vielfältigstes Mittelgebirge Deutschlands. Der höchste Berg ist der Brocken (1.141 m) im Herzen des Nationalparks Harz.

Mit seinem Vorland ist er eine der ältesten und prägnantesten Kulturlandschaften Deutschlands. Die Bedeutung wurzelt darin, dass er im 10. und 11. Jahrhundert eine Kernlandschaft des deutschen Königtums war. Jedes weitere Jahrhundert hat sichtbare und bis heute erlebbare kulturelle Spuren hinterlassen. Als europäische Montanregion war er Vorreiter fast aller deutschen Bergbauregionen. Zahlreiche Museen mit ihren authentischen Über- und Untertageanlagen zeugen bis heute von der über 1000jährigen Bergbautradition. Das Ensemble des Besucherbergwerks Rammelsberg, der Altstadt Goslar und der Oberharzer Wasserwirtschaft gehört wie Quedlinburg und die Luthergedenkstätten der Lutherstadt Eisleben zum UNESCO-Weltkulturerbe.

Zahlreiche Burgen und Schlösser (u.a. die Kaiserpfalz in Goslar, das Schloß Wernigerode und die Burg Falkenstein), besondere Kirchen und Klöster (z.B. Zisterzienser Museum Kloster Walkenried, die Stiftskirche St. Cyriakus in Gernrode, der Dom zu Halberstadt, die Stabkirche in Hahnenklee u.v.m.) sowie vielfältigste Ausstellungen und Museen (u.a. das HöhlenErlebnisZentrum Iberger Tropfsteinhöhle, die Ausstellungen des Mönchehausmuseums in Goslar u.v.m.) ziehen den kulturinteressierten Gast in seinen Bann.

Fachwerkstädte wie Wernigerode, Goslar, Quedlinburg, Stolberg, Halberstadt, Osterwieck, Osterode, Duderstadt oder Hornburg laden zum Verweilen ein. Der kulturelle Reichtum der Region begegnet dem Besucher auf Schritt und Tritt und unterscheidet den Harz in besonderer Weise von vergleichbaren Mittelgebirgsregionen Deutschlands. Alle kulturellen Highlights werden in der Broschüre „Kultur pur – Magische Inspiration“ dargestellt.

Neben Natur und Kultur offeriert der Harz eine Vielzahl von Freizeit- und Erlebnisangeboten. Dem aktiven Wanderer steht ein über 9.000 km umfassendes Wanderwegenetz zur Verfügung. Angeführt vom TOP TRAIL OF GERMANY, dem Harzer-Hexen-Stieg, gehören der Grenzweg, der Karstwanderweg, der Kaiserweg, der Baudensteig oder der Selketal-Stieg zu den beliebtesten Routen – um nur einige zu nennen. Darüber hinaus finden Mountainbiker in dem mehr als 2.200 km umfassenden Routennetz der Volksbank Arena Harz das passende Angebot. Ergänzt wird dieses durch diverse Bikeparks und Downhillstrecken. Des Weiteren garantieren Kletterparks, Sommerrodelbahnen, Seilbahnen, der Baumwipfelpfad Harz, die Megazipline (Deutschlands längste Doppelseilrutsche über die Wendefurth Talsperre), das Wallrunning an der Staumauer und viele weitere Freizeit- und Erlebnisangebote dem Gast Urlaubsspaß pur. Als Ganzjahresdestination bietet der Harz auch in der Wintersaison ein attraktives Angebot: 10 alpine Skigebiete, 500 km Langlaufloipen, Winterwanderwege, Rodel- und Snow Tubing-Anlagen, Schneeschuhwanderungen, Schlittenhunderennen und vieles mehr.

### **Marktsituation und -größe<sup>14</sup>**

In den Beherbergungsbetrieben des Landes mit 10 und mehr Betten sowie auf den Campingplätzen mit mindestens 10 Stellplätzen wurden im Jahr 2016 mit 3,21 Millionen Gästen das dritte Jahr in Folge mehr als 3 Millionen Besucher gezählt. Im Vergleich zum Jahr 2015 waren das 69 301 Gäste bzw. 2,2 Prozent mehr. Wie das Statistische Landesamt Sachsen-Anhalt weiter mitteilte, wurden das sechste Jahr in Folge mehr als 7 Millionen Übernachtungen gebucht. Mit einem Wert von 7,79 Millionen waren das 182 894 Übernachtungen bzw. 2,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Gemessen am Jahr 2006 kamen 25,1 Prozent mehr Gäste nach Sachsen-Anhalt und buchten 21,5 Prozent mehr Übernachtungen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste betrug wie im Vorjahr 2,4 Tage.

Hauptreisezeit sind die Monate Mai bis Oktober. Mit jeweils mehr als 800 000 gebuchten Übernachtungen waren der Mai (813 168), der Juli (842 246) und der August (851 237) Spitzenreiter. Im saisonalen Jahresvergleich wurden für 8 der 12 Monate gestiegene Übernachtungszahlen gemeldet. Das deutlichste Plus gab es im Januar (+ 8,4 %) und März (+ 11,6 %). Einfluss auf die jeweilige Entwicklung nehmen viele Komponenten wie touristische und geschäftliche Höhepunkte, Termine für Ferien und Feiertage, die Witterungslage und das Tourismusaufkommen im jeweiligen Vorjahresmonat.

In die monatliche Beherbergungsstatistik sind rund 1 057 Beherbergungsbetriebe aus Sachsen-Anhalt einbezogen. Im Jahresdurchschnitt 2016 standen für die Touristen und Geschäftsreisenden 67 756 Schlafgelegenheiten zur Verfügung. Die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Schlafgelegenheiten war mit 31,7 Prozent etwas höher als im Vorjahr (31,0 %). Für Besucher Sachsen-Anhalts bietet das Beherbergungsgewerbe eine breite Palette unterschiedlicher Übernachtungsangebote. Mit 1,98 Millionen Gästen und 3,75 Millionen Übernachtungen lag der Schwerpunkt des Tourismusaufkommens bei den Hotels. Hier verbrachten fast zwei Drittel aller Gäste knapp die Hälfte aller touristischen Übernachtungen.

2016 meldeten die Hotels 3,4 Prozent mehr Gäste und 2,5 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr. Die gesamte klassische Hotellerie mit Hotels, Hotels garnis, Gasthöfen und Pensionen vereinte 78 Prozent der Gästeankünfte und 62 Prozent der Übernachtungen auf sich. In Ferienunterkünften und ähnlichen Beherbergungsstätten, dazu gehören Erholungs- und Ferienheime, Ferienzentren, Ferienhäuser und -wohnungen sowie Jugendherbergen und Hütten, gab es 2016 insgesamt 1,6 Prozent mehr Gäste und 4,6 Prozent mehr Übernachtungen. 2016 wurden 470 575 Gäste und 1 423 726 Übernachtungen gezählt. Die Campingplätze des Landes meldeten 0,5 Prozent mehr Gäste und 7,6 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr. Damit entfielen auf die Camper rund viereinhalb Prozent aller Gästeankünfte (147 054) und knapp 5 Prozent aller Übernachtungen (377 837) des Landes. Die Nachfrage von Gästen aus dem Ausland ist in den unterschiedlichen Arten von Beherbergungsbetrieben differenziert. Einen überdurchschnittlichen Anteil von Übernachtungen ausländischer Gäste an den Gesamtübernachtungszahlen gab es mit 9 Prozent in Hotels, Ferienhäuser und -wohnungen sowie auf Campingplätzen.

Im Vorjahresvergleich verzeichneten 2016 alle Reisegebiete Sachsen-Anhalts gestiegene Gäste- und auch Übernachtungszahlen. Über dem Landesdurchschnittswert der Zuwächse bei Gästen als auch Übernachtungen lagen der Harz und das Harzvorland (Gäste: + 4,9 %, Übernachtungen: + 3,7 %) sowie das Reisegebiet Halle, Saale, Unstrut (Gäste: + 3,9 %, Übernachtungen: + 3,6 %). Mit 1,1 Millionen Gästeankünften und einem Anteil von 37,6 Prozent aller Übernachtungen war nach wie vor der Harz und das Harzvorland die am meisten nachgefragte Region Sachsen-Anhalts. Mit 2,7 Tagen war hier die durchschnittliche Aufenthaltsdauer am längsten. Im Regionalvergleich der kreisfreien Städte und Landkreise hatte der Landkreis Harz mit 2,6 Millionen die absolut höchste Zahl an Übernachtungen. Rund ein Drittel aller Übernachtungen Sachsen-Anhalts wurden 2016 in diesem Landkreis gebucht.

### **Die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für den Harz<sup>15</sup>**

Der Tourismus hat eine außerordentliche Bedeutung für den Harz, wie die folgenden Daten und Fakten aufzeigen. Die Daten sind das Ergebnis der Berechnung des Wirtschaftsfaktor Tourismus durch das dwif München (2014):

Tourismus im Reisegebiet

„Harz gesamt“ bedeutet pro Jahr:

- // rund 6,4 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (inkl. Camping);
- // ca. 3 Millionen Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben;
- // ca. 4 Millionen Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten;
- // ca. 27,5 Millionen Tagesausflüge;

Während Tagesgäste durchschnittlich 23,50 € in der Region ausgeben, liegt dieser Satz bei Übernachtungsgästen in gewerblichen Betrieben bei 106,40 €, bei Privatvermietern bei 73,90 €. Camper und Reisemobilisten bescheren der Region Tagesausgaben von durchschnittlich 33,00 € und auch die Gäste, die bei Freunden und Bekannten übernachten geben 43,70 € pro Tag aus. Unter Berücksichtigung der Aufenthaltstage ergibt sich daraus ein Gesamtumsatz von ca. 1.700 Mio. €. Direkte Profiteure dieser Umsätze sind neben dem Gastgewerbe der Einzelhandel und das Dienstleistungssegment. Je nach Unterkunftsart entfallen zwischen 17,7 % und 39,7 % der Tagesumsätze auf den Einzelhandel.

### **Trendbetrachtung und Schlussfolgerung für den Harz**

Zahlreiche Marktforschungsinstitute beschäftigen sich mit der Analyse von Trends und Entwicklungen und deren Auswirkungen auf die unterschiedlichsten Lebensbereiche und Branchen. Eine vollumfängliche Betrachtung der Einzelanalysen führt an dieser Stelle zu weit. Wichtige Kernaussagen – auch für eine Querschnittsbranche wie dem Tourismus – lassen sich jedoch aus den gesellschaftlichen Megatrends ableiten. Darüber hinaus lässt ein Blick auf die vorliegende Analyse „Urlaubstrends 2025“ der FUR-Forschungsgemeinschaft einige Schlussfolgerungen zu.<sup>16</sup>

### **Gesellschaftliche Megatrends**

Megatrends ..... markieren Veränderungen, die uns schon lange prägen und auch noch lange prägen werden. Megatrends sind Tiefenströmungen des Wandels. Als Entwicklungskonstanten der globalen Gesellschaft umfassen sie mehrere Jahrzehnte. Ein Megatrend wirkt in jedem einzelnen Menschen und umfasst alle Ebenen der Gesellschaft: Wirtschaft und Politik, sowie Wissenschaft, Technik und Kultur. Megatrends verändern die Welt - zwar langsam, dafür aber grundlegend und langfristig.<sup>17</sup>

### **Megatrend Urbanisierung**

Erstmals in der Geschichte lebt heute über die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten, rund um den Globus ziehen Menschen vom Land in die Stadt. Es wird deutlich, dass wir uns am Beginn einer neuen Stufe der Urbanisierung befinden: Städte erfahren eine Renaissance als Lebens- und Kulturform. Die Städte der Zukunft werden vielfältiger, vernetzter, lebenswerter und in jeder Hinsicht „grüner“ sein als wir sie lange Zeit erlebt haben. Vor allem aber wandelt sich das Verhältnis der Menschen zu ihren Städten.<sup>18</sup>

Urlaub- und Freizeit bedeutet für viele Gruppen der Bevölkerung ein „Ausbruch“ aus dem Alltag. Die Erholung liegt in der Abwechslung, im atmosphärischen Erleben anderer Standorte, die sich signifikant vom Heimstandort unterscheiden. Hier liegt für den Harz die Chance mit seinen idyllischen Kleinstädten sowie der sehr ländlich geprägten Struktur des Harzkerngebietes, Kontraste zum Alltagsumfeld in urbanen Räumen zu bieten. Das umfassende Kulturangebot in der Region offeriert dennoch ausreichende Möglichkeiten, auf anspruchsvolle und liebgewonnene Gewohnheiten (Konzerte, Veranstaltungen, gutes Essen etc.) auch im veränderten Umfeld nicht verzichten zu müssen. Dabei liegt der besondere Reiz in der Kombination dieser Aktivitäten und dem neuen, andersartigen Umfeld.<sup>19</sup>

### **Megatrend Neo-Ökologie**

Unter den veränderten Voraussetzungen von Globalisierung, Klimawandel, Rohstoffknappheit sowie einem stärkeren Umwelt- und

Verantwortungsbewusstsein der Konsumenten wird Wachstum künftig aus einer neuen Mischung von Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlichem Engagement generiert. Der Megatrend wird Märkte und Konsumverhalten radikal verändern. Neo-Ökologie umfasst dabei nicht nur die klassisch „grünen“ Themen, sondern ebenso die sozial-ökologischen Folgen unseres Handelns: Einst rein moralische, soziale oder ökologische Fragen ökonomisieren sich.<sup>20</sup>

Vielfach auch im Tourismus thematisiert werden die Grundsätze der Nachhaltigkeit. Hier liegen für den Harz zahlreiche Möglichkeiten, in Kombination der geschützten Natur und in Kooperation mit den entsprechenden Institutionen (Naturparke, Nationalparke, Biosphärenreservat) adäquate Angebote zu schaffen. Erste gute Ansätze bieten Strukturen von klimafreundlichen bis hin zu klimaneutralen Betriebsführungen in Hotellerie und Gastronomie. Auch mit der bestehenden Produktmarke „Typisch Harz“ werden Grundsätze der Regionalität und Nachhaltigkeit verfolgt. Diese Entwicklungen gilt es weiter zu befördern und die damit entstehende Angebotspalette tourismusspezialisiert auszubauen.<sup>21</sup>

### **Megatrend Globalisierung**

Die Globalisierung ist eine der zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Doch entgegen vieler negativer Überzeugungen und Prognosen haben sich viele globale Trends in den letzten Jahrzehnten zum Positiven entwickelt. Dank der Internationalisierung der Märkte und Unternehmen partizipieren die Entwicklungs- und Schwellenländer zunehmend am Welthandel, Wohlstand und wirtschaftlichen Wachstum. Die wirtschaftliche Dimension der Globalisierung ist aber nur ein Teil dieses Megatrends, der sich in immer mehr gesellschaftlichen Bereichen auswirkt: vom Bildungssystem und Konsum über die Massenmedien und Kultur bis in unsere privaten Lebens- und Beziehungswelten. Globalisierung macht die Welt nicht zum „Dorf“, aber sie sorgt dafür, dass sie flacher wird - und kulturell vielfältiger.<sup>22</sup>

Die Globalisierung und Öffnung der Märkte bietet auch dem Harz neue Chancen. Bisher bezieht die Region ihr Gästeaufkommen größtenteils aus deutschen Quellgebieten. Mit Blick auf die diesbezüglichen Marktentwicklungen kann man zwar in Zukunft von einer relativ stabilen Nachfrage aus den Bereichen ausgehen, Wachstum wird hier jedoch kaum zu erzielen sein. Wie vergleichbare Regionen auch, muss der Harz die Chance nutzen weitere Quellmärkte zu erschließen und mit geeigneten Angebotsstrukturen um neue, ausländische Gästegruppen werben.<sup>23</sup>

### **Megatrend Individualisierung**

Ausbildung, Arbeit, Heirat, Kinder, Tod? Die neuen Biografien kennen nicht nur eine Richtung, sondern sie verlaufen entlang neuer Brüche, Umwege und Neuanfänge. Sie sind zu »Multigrafien« geworden. Und in einer Gesellschaft, die uns immer mehr individuelle Freiheiten gibt, uns aber auch immer stärker unter Entscheidungsdruck setzt, verändern sich Werte – und mit ihnen die Wirtschaft, in der sich DIY-Kultur und Nischenmärkte etablieren.<sup>24</sup>

Dieser Trend zur Individualisierung schlägt sich auch im Urlaubs- und Freizeitverhalten nieder. Die Ansprüche und Erwartungen werden individueller und spezieller. Der Harz bietet ein großes Erlebnisspektrum in den verschiedensten Bereichen auf einem relativ eng begrenzten geographischen Raum. Es gilt auf dieser Basis zielgruppenspezifische und individuell buchbare Angebotsformen zu schaffen, die dem potenziellen Gast einen möglichst „maßgeschneiderten“ Aufenthalt ermöglichen. Dies erfordert ein hohes Maß an Innovation und Flexibilität bei den touristischen Leistungsträgern sowie den entsprechenden Multiplikatoren (Reiseveranstalter etc.) und Informationsstellen.<sup>25</sup>

### **Megatrend New Work**

Unsere Gesellschaft befindet sich im Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft. Dementsprechend verändern sich auch Unternehmensstrukturen und Arbeitsräume: Service-, Informations- und Kreativarbeiter rücken ins Zentrum des weltweiten Wirtschaft-

ens, und während die Work-Life-Balance beschworen wird, verschwimmen die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben. Als kreative Arbeiter werden wir zunehmend selbstständig, auch wenn wir fest angestellt sind.<sup>26</sup>

Die zunehmende Flexibilisierung der Arbeitswelt ist Chance und Herausforderung zugleich. Die Digitalisierung ermöglicht die Verlagerung des Büros zum Urlaubsort, was sich in zusätzlichen Freizeitaufenthalten mit der Familie niederschlagen kann, sofern das Angebot und der Service vor Ort stimmen. Grundsätzlich ist dafür der flächendeckende Ausbau der Breitbandtechnologie in der gesamten Region notwendig. Ein schneller, störungsfreier WLAN-Zugang im Hotel und an entsprechenden HotSpots ist im Geschäftsfeld ebenso bedeutend wie im Bereich der Privataufenthalte. Darüber hinaus müssen entsprechende „Rückzugsorte und Arbeitsmöglichkeiten“ geschaffen werden, um von diesem Trend nachhaltig zu profitieren.<sup>27</sup>

### **Megatrend Silver Society**

Die Lebenserwartung steigt auf der ganzen Welt: Wir alle werden nicht nur älter, sondern altern auch anders – und wir werden später alt. Zum Älterwerden gesellt sich das »Downaging«, das Heraustreten aus traditionellen Altersrollen derer, die man einst als »Senioren« bezeichnete. Statt sich in den Ruhestand zu begeben, nehmen ältere Menschen selbstverständlich in Form von Ehrenamt, Erwerbsleben oder einem Universitätsstudium am Gesellschaftsleben teil.<sup>28</sup>

Der demografische Wandel bringt es mit sich, dass die Zielgruppe der älteren Reisenden wachsen wird. Zum einen sind zahlreiche Gäste im Rentenalter rüstiger, mobiler und unternehmenslustiger als der klassische Senior der 80er und 90er Jahre. Darüber hinaus werden die Gäste aber immer älter und werden auch im hohen Lebensalter soweit als möglich reisen, auch bei zunehmender Gebrechlichkeit. Im Sinne des »Tourismus für alle« sind umfassende Anstrengungen nötig, um die touristischen Angebote der Region für alle Zielgruppen barrierefrei zugänglich zu

machen. Die Topographie des Harzes und die mittelalterliche Stadtarchitektur setzen dabei enge Gestaltungsspielräume, die es jedoch vollständig auszuschöpfen gilt.<sup>29</sup>

### **Megatrend Mobilität**

Unser Leben und unsere Ökonomie sind spätestens seit dem Beginn des 19. Jahrhunderts gekennzeichnet von einer stetigen Zunahme an Mobilität und gleichzeitiger Beschleunigung. Mobilität bildet die Basis unseres Lebens und Wirtschaftens. Kaum etwas prägt das Leben in der globalisierten Gesellschaft so sehr wie Mobilität. Ihr kommt ein unentbehrlicher Ermöglichscharakter zu. Mobilität bedeutet Beweglichkeit, Veränderung und Wandlungsfähigkeit, individuell wie gesellschaftlich. Was einerseits Risiken und Unsicherheit impliziert, bietet andererseits neue Chancen, größere Optionenvielfalt, die Möglichkeit, Neues zu entdecken und zu erfahren. Heute stehen wir am Beginn eines multimobilen Zeitalters. Damit steigt auch die Suche nach Möglichkeiten, um Mobilitätsanforderungen und -wünsche ökonomisch, bequem und nachhaltig umzusetzen. Die Konsequenz ist, dass immer mehr Bereiche von Wirtschaft und Gesellschaft vom Megatrend Mobilität erfasst werden.<sup>30</sup>

Der Harz umfasst einen klar definierten und relativ überschaubaren geographischen Raum. Dennoch zeichnen sich mehrere Schwierigkeiten ab, den wachsenden Mobilitätsansprüchen der Zukunft gerecht zu werden. Zum einen ist es der topographischen Lage des Mittelgebirges geschuldet, dass es mit Ausnahme der Harzer Schmalspurbahn keine Eisenbahnverbindung in das Harzkerngebiet gibt. Weder daran noch an den überschaubaren Busverbindungen in der Region wird sich mittelfristig und nachhaltig etwas ändern bzw. zum Positiven entwickeln. Der ländlich geprägte Raum des Harzes hat - wie viele Regionen Deutschlands - mit einem anhaltenden Bevölkerungsrückgang zu kämpfen, so dass nur temporär und lokal begrenzt Potenziale erschlossen werden können, um etwaige Verkehrsverbindungen im Harz auszulasten. Dennoch ist es definiertes Ziel, dem gesteigerten Mobilitätsansprüchen der Gäste gerecht zu werden.

Dies kann mit alternativen, individualisierten Angeboten gelingen. Diese und die bereits bestehenden Verkehrsinfrastrukturen sind aktiv in die Tourismusofferten einzubinden. Ein erfolgreiches Modell bildet heute bereits das HATIX (Harzer Urlauberticket), welches Urlaubern in großen Bereichen des Ostharzes die kostenfreie Nutzung des ÖPNV bietet. Es ist zu eruieren, inwieweit dieses Modell auf weitere Harzbereiche ausgedehnt werden kann. Wie in anderen Bereichen auch, müssen dabei administrative Grenzen überwunden werden.<sup>31</sup>

### **Urlaubstrends 2025<sup>32</sup>**

Die von der FUR-Forschungsgemeinschaft in 2015 herausgegebene Reiseanalyse »Urlaubstrends 2025« trifft unterschiedliche Aussagen zur weiteren Entwicklung des Reiseverhaltens, die ursächlich auch auf die betrachteten gesellschaftlichen Megatrends zurück zu führen sind. Die Untersuchung geht im Wesentlichen auf zukünftige Reisemotive und die Entwicklung der touristischen Nachfrage ein. Danach werden sich die grundsätzlichen Motive für Urlaubsreisen in den kommenden zehn Jahren kaum ändern. Entspannung, keinen Stress, freie Zeit und Abstand zum Alltag bleiben weiter zentrale Gründe für Kurzaufenthalte und längere Urlaubsreisen. Entsprechend dem Trend zur Individualisierung sieht aber auch die FUR-Forschungsgemeinschaft eine zunehmende Differenzierung der Erwartungen der Gäste, wie deren Reisemotive konkret realisiert werden sollen. Zum einen wirken die geringen Veränderungen der Reisemotive nachfragestabilisierend, zum anderen führen sie aber auch zu einer stärkeren Aufspaltung der Nachfragegruppen und deren konkreten Bedürfnisse. Gleichzeitig steigt der Konkurrenzdruck. Zahlreiche Motive können vielfach bedient werden und sind nicht an ein bestimmtes Reiseziel oder eine Reiseart gebunden. Die starke Reisetätigkeit - insbesondere der inländischen Gästegruppen - hat diese über Jahrzehnte hinweg zu Kennern und erfahrenen Reisenden gemacht. Aufgrund dessen steigen die konkreten und differenzierten Ansprüche an das Angebot. Der Gast weiß „was möglich ist“ und erwartet dies auch, und zwar in steigender Qualität.



Die FUR-Forschungsgemeinschaft bescheinigt auch dem Bereich der Reisearten im nächsten Jahrzehnt eine weitgehende Stabilität. Natur- und Erlebnisurlaube stehen auch weiter hoch im Kurs, ebenso wie Rund-, Kultur- und Gesundheitsreisen. Reisen im Zeitraum des Winterhalbjahres werden weiterhin vermehrt in Skigebiete führen, weniger in wärmere Destinationen. Darüber hinaus ist eine gewisse Tendenz weg von Extremen zu spüren, eine optimale Mischung verschiedenster Erlebnisangebote – Erholung, Action, Kultur – ist gefragt. Ein Trend der der hohen Angebotsdichte und -vielfalt der Harzregion zugutekommt.

Im Bereich der genutzten Unterkunftsarten erwartet die FUR-Forschungsgemeinschaft nur wenig Dynamik. Die Verdrängung der klassischen Pensionsangebote durch die Hotellerie hält weiter an. Privatzimmer werden ebenfalls an Marktrelevanz verlieren, während die Nachfrage nach Ferienhäusern und -wohnungen steigt. Das Campingsegment bleibt stabil. Innovative Unterkunftsangebote – egal ob im Luxus- oder Low-Budget-Segment – haben bei entsprechender Qualität gute Entwicklungschancen und erobern zunehmend Marktanteile.

# Zielgruppen



## UNSERE ZIELGRUPPEN

Kinder & Jugendliche, Singles & Alleinstehende,  
Familien und Gruppen, Ältere Menschen,  
Bürger und Bürgerinnen regional und überregional

AKTIVE  
URLAUBER



GRUPPEN  
REISEN



GÄSTE  
DER STADT



KULTUR  
TOURISTEN



KURZ  
URLAUBER





Im Rahmen der Neuausrichtung des Harz-Marketings beschäftigte sich der Tourismusverband intensiv mit der Definition der Zielgruppen, welche mit der bestehenden bzw. sich entwickelnden touristischen Angebotsstruktur des Harzes erfolgreich und nachhaltig angesprochen werden können. Für die abschließende Definition bediente man sich der Sinus-Milieus. Die Sinus-Milieus sind eine gemeinschaftskundliche Zielgruppen-Typologie des renommierten Markt- und Sozialforschungsunternehmens Sinus. Sie umfassen neben den soziodemografischen (Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen etc.), geografischen und verhaltensbezogenen Segmentierungsvariablen die lebensweltliche Variable.<sup>33</sup> Auf diese Weise werden Gruppen gebildet, die sich in ihrer Lebensweise und ihren Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit oder Geld und Konsum unterscheiden.

Die Angebotsbreite und -tiefe, über die der Harz ganzjährig verfügt, macht eine Ansprache verschiedener Zielgruppen möglich. Im Mittelpunkt stehen – orientiert an den Sinus Milieus – die Best Ager (Konservativ-Etablierte) sowie – die Familie mit Kindern (Bürgerliche Mitte). Seit vielen Jahren bedient der Harz erfolgreich und konsequent die Zielgruppe der Traditionellen und Konservativen. Die Besuchsbereitschaft basiert dabei zumeist auf weitreichenden eigenen Erfahrungen und mehrfachen Besuchen der Region. Es hat sich herausgestellt, dass Familien mit Kindern im schulpflichtigen Alter von der Harzer Angebotsstruktur besonders profitieren. Im Bereich der erlebnispädagogischen Angebote ist die Region gut aufgestellt und gehört damit seit Jahrzehnten zu den beliebtesten Zielgebieten für Jugendgruppen- und Schulklassenfahrten. Losgelöst davon werden weitere Zielgruppen, wie bspw. die Hedonisten, über spezielle Angebote und Events anlassbezogen und temporär beschränkt angesprochen.<sup>34</sup> Zudem möchte der heimatHOF mit seinem Gesamtkonzept das Liberal-Intellektuellen Milieu, das Milieu der Performer und das Expeditives Milieu ansprechen.

Passend zu den genannten Zielgruppen wurden für den heimatHOF exemplarische Personen und deren Verhaltensweisen erarbeitet, welche die vielversprechenden Zielgruppen des heimatHOFS widerspiegeln. Diese beispielhaften Personas basieren auf den identifizierten Zielgruppen des Tourismusverbandes in Kombination mit den in den Sinus-Milieus beschriebenen Eigenschaften. Personas dienen vor allem dazu, die Kommunikation mit Gästen und Kunden sowie die Ausrichtung in der Marketingarbeit zu vereinfachen. Nachfolgend werden sechs Personas zu Zielgruppen für die zukünftig touristische Ausrichtung des heimatHOFS skizziert. Die Personas sind heute bereits als Gäste in Ballenstedt zu beobachten. Durch die gezielte Ansprache der Bedürfnisse und damit die konsequente Orientierung des heimatHOF-Angebots auf diese Personas soll der Tourismus auf dem heimatHOF entwickelt werden. Nachfolgend werden die folgenden Personas ausführlich beschrieben:

## **IDEALTYPISCHE ZIELGRUPPE PAAR 60+**

### *Entspannen & Genießen*

»Als Rentner sind wir mit der Pflege unserer Mutter und der Betreuung unserer Enkelkinder sehr eingespannt und müssen uns die freie Zeit mit Bedacht einteilen. Urlaub bedeutet für uns Zeit haben wieder zu uns zu finden und gemeinsam zu entspannen, zu erleben und zu genießen.«



#### **Zuordnung zur Zielgruppe**

Kurzurlauber, Kulturinteressierte & Aktive

**Adelheid 62 Jahre & Klaus 64 Jahre**

#### **Lebenssituation**

verheiratet, leben zusammen,  
zwei gemeinsame volljährige Kinder,  
die bereits zu Hause ausgezogen sind,  
zu Hause pflegen sie die 89 Jährige Mutter  
und haben oft ihre Enkelkinder, für die sie  
stellvertretend für Mutter und Vater alltägliche  
Aufgaben übernehmen

#### **Motivation**

- // Stressabbauen und erholsame  
Tageerleben, Abschalten und den Kopf  
freibekommen, die Hektik des Alltages  
vergessen und ihre Seelen baumeln lassen
- // Kraft tanken und Zeit in trauter  
Zweisamkeit genießen
- // Sich verwöhnen lassen

#### **Erwartungen an Ort/Region**

- // Service: einen ruhigen und schönen  
Stellplatz für das Wohnmobil im  
idealfall mit Sanitärer Infrastruktur
- // Ort und Umgebung: Rad-/Wanderwege  
Landschaftlich hohe Attraktivität,  
kulturelles Angebot & Sehenswürdigkeiten,  
Kulturveranstaltungen, bürgerliche Küche
- // Aktivitäten: Wanderungen in der Natur,  
Café- und Restaurant-Besuche,  
Radfahren, Kulturveranstaltungen

#### **Erwartungen an Buchung und Information**

- // Online Buchung der Reise möglich,
- // Buchung der Stadtführung in der TI
- // Recherche Reisevorbereitung im Internet

#### **Verhalten bei**

- // Informationsbeschaffung:  
informative und emotionale  
Informationen (knackig, gut und schnell),  
Reiseberichte/Bewertungen im Internet,  
Internetrecherche
- // Beispielhafte Medien: Süddeutsche,  
Landlust, Schöner Wohnen
- // Entscheidungsverhalten:  
funktionalvoremotional
- // Buchung: im Internet
- // Anreise: mit dem Wohnmobil,  
Fahrrad- oder Motorradmitnahme

## IDEALTYPISCHE ZIELGRUPPE FREUNDINNEN 50+

### *Aktiv & Erleben*

»Wir lieben das Leben und das Schöne im Leben.  
Wir sind gerne in der Natur unterwegs, erkunden gerne  
die Umgebung und möchten alle kulturellen Highlights  
einer Region entdecken.«



#### **Zuordnung zur Zielgruppe**

Kurzurlauber, Kulturinteressierte & Aktive Urlauber

#### **Petra 55 Jahre & Bernd 57 Jahre**

##### **Lebenssituation**

Petra ist 55 verheiratet, halbtags  
Sachbearbeiterin in einer  
Krankenkasse, 2 Kinder, beide  
studieren und sind aus dem Haus,  
Bernd ist 57 Jahre und Berufsschullehrer,  
sie wohnen in Bergisch-Gladbach in einem  
Reihenhaus mit Garten

##### **Motivation**

- // Natur/Landschaft, Erholung/  
Entspannung und Gesundheit
- // Land und Leute kennenlernen,  
qualitativ hochwertige Aktiv-/Outdoor-  
Infrastruktur wichtig, Naturerlebnis

##### **Erwartungen an Ort/Region**

- // persönlicher Kontakt zum Gastgeber und  
zum Urlaubsort
- // halten sich gern in der Natur auf
- // genießen typische Speisen und Getränke
- // wandern oder radfahren

##### **Erwartungen an Buchung und Information**

- // Hotels (entweder ohne Klassifizierung  
oder wenn, dann qualitativ Unterkünfte  
mit drei bis 5 Sternen)
- // Ferienwohnungen/-häuser und Pensionen,

Camping/Wohnmobil oder sie  
kommen privat bei Freunden/  
Bekanntem/Verwandten  
unter oder nutzen eigene Immobilie

##### **Verhalten bei**

- // Informationsbeschaffung: persönliche  
Erfahrungen, Empfehlungen von  
Bekanntem/Verwandten oder  
Freunden, Internet, Kataloge von Reise-  
veranstaltern, Prospekte von Reisezielen,  
Touristinfos des Reiseziels, Reiseführer und  
Berichte/Reportagen im Fernsehen und in  
Zeitschriften
- // Entscheidungsverhalten:  
funktional vor emotional
- // Buchung: Buchung über Telefon/Mail,  
online oder auch spontan persönlich beim  
Anbieter, Einzelleistungen direkt beim Lei-  
stungsträger
- // Anreise: mit dem PKW oder  
öffentliche Verkehrsmittel
- // Konsumverhalten: Trendbewußt in Nach-  
haltigkeit und Ökologie, Preis-/Leistungs-  
verhältnis wichtig, Mögen Marken mit  
klarem Profil, Qualität vor Preis

## IDEALTYPISCHE GESCHÄFTSREISENDE *Firmenbesuch in der Region*

»Geschäftsreisen für die Firma sind in meinem Job nicht zu verhindern und wichtig. Ich versuche das Beste daraus zu machen, einen Blick auf die Gegend zu werfen, Sport zu treiben und mich mit Kollegen zum Essen zu treffen. Ich erzähle zu Hause von meiner Geschäftsreise, wenn es besonders schön war. Ich genieße jedes Mal die kulinarischen Besonderheiten der Region und nehme dankbar gute Ideen für Mitbringsel an.«

---

### Zuordnung zur Zielgruppe Gäste

#### Jan 45 Jahre

#### Lebenssituation

Lebt mit Frau und Kind in Einfamilienhaus

#### Motivation für Geschäftsreise

- // Effektive und gute Geschäftstermine
- // Freie Zeit sinnvoll zur Erholung nutzen und auch sportlich aktiv sein
- // Gemütlich zum Essen in eine Lokalität in der Umgebung seiner Unterkunft einkehren

#### Motivation für Urlaubsreise

- // sich vom Stress des Arbeitsalltags erholen.
- // Zeit mit der Familie/Freunden verbringen
- // Kraft tanken und entspannen
- // Kulturelle Highlights erleben

#### Erwartungen an Ort/Region, Buchung und Information bei Geschäftsreise

- // Nähe der Unterkunft zum Ort des Geschäftstermins und Möglichkeiten zum Joggen in der Umgebung
- // Gute verkehrstechnische Anbindung
- // Service zur Buchung: nicht wichtig – Firmensekretariat bucht seine Unterkunft
- // Preissensibel: ja-Firmenraten
- // vor Ort Service: Auskunft im Hotel ist wichtig

#### Erwartungen an Ort/Region, Buchung und Information bei Urlaubsreise

- // Will es sich im Urlaub gut gehen lassen – guter Service ist wichtig

- // Entspannung/Erholung – aber auch Aktivitäten, die für Familien geeignet sind Gute Anbindung des Urlaubsortes
- // Service zur Buchung: nicht wichtig – bucht selbstständig im Internet
- // Preissensibel: ja
- // vor Ort Service: wichtig

#### Verhalten bei

- // Anreise/Abreise: Auto innerhalb Deutschlands

#### Unterkunft

- // in familiengeeigneten Hotels oder Ferienwohnungen höherer Qualität

#### Buchung

- // im Internet

#### Wahl der Region/Unterkunft nach

- // landschaftlicher Attraktivität
- // kulturelles Angebot, Sehenswürdigkeiten
- // Eignung für Familienurlaub

#### Informationsverhalten/-beschaffung

- // qualitative Information
- // authentischer Reisebericht
- // entscheidet auch informativ aber eher emotional
- // viel Erfahrung beim Umgang mit dem Internet

## IDEALTYPISCHE ZIELGRUPPE GRUPPE

### *Gemeinsam Zeit verbringen*

»Singen ist für uns nicht nur Hobby sondern Leidenschaft. Mit dem Kammerchor Wernigerode bereichern wir die kulturelle und musikalische Landschaft in Sachsen-Anhalt und über diese Grenzen hinaus.«



#### **Zuordnung zur Zielgruppe**

Kurzurlauber & Gruppenreisen

#### **Britta 27 mit**

#### **Lebenssituation**

Britta steht nach dem Studium mitten im Berufsleben und ist aktives Mitglied des Kammerchors Wernigerode

#### **Motivation**

- // einmal jährlich fahren alle Aktiven Kammerchorsänger/innen in das Chorlager, wo Sie eine Woche gemeinsam musizieren
- // gemeinsam Kochen, Singen und Quatschen
- // Gesellig beisammen sein und schöne Abende genießen, Lagerfeuer, laue Sommerabende

#### **Erwartungen an Ort/Region**

- // Mehrbettunterkünfte und eine Infrastruktur wie eine Küche zur Selbstversorgung
- // einen bzw. mehrere Aufenthaltsräume
- // Aktivitäten: in der Naturspazieren, Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe

#### **Erwartungen an Buchung und Information**

- // Service Buchung: direkt im Hotel
- // Vor Ort Service: suchen persönliche Betreuung/Empfehlung, offen für Kontakte und Information, Gemeinsam mit dem Ansprechpartner vor Ort plant die gesamte Woche an Aktivitäten durch

#### **Verhalten bei**

- // Informationsbeschaffung: Inspiration und Information, kurze Onlinerecherche
- // Entscheidungsverhalten: funktional vor emotional
- // Buchung: direkt bei der Unterkunft
- // Anreise: mit dem PKW oder öffentliche Verkehrsmittel
- // Landschaftliche Attraktivität ist weniger wichtig

#### **Expeditives Milieu**

- // (Transnationale) Trendsetter
- // Mental und geografisch mobil
- // Online und offline vernetzt
- // Zielorientiert – aber kein Karrieredenken
- // Individualismus und Nonkonformismus
- // Auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen

## IDEALTYPISCHE PILGERIN

### *Pilgern als Grenzerfahrung*

»Ich selbst empfinde so eine Art Sog des Weges, der mich nie wieder losgelassen hat. Am Anfang stand die Neugierde auf den Weg und auf sich selbst. Schaffe ich das, auf mich selbstgestellt, nur mit dem Nötigsten ausgestattet und ohne zu wissen, wo ich am Abend übernachten werde, denn ich weiß ja noch nicht wie weit mich meine Kondition gehen lässt. Ich lasse mich ein, ich lasse mich fallen in das Ungewisse, in meine eigene Kraft, ich gewinne Vertrauen in mich selbst, vertrauen in den Weg, der mich ja führt. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass mir jeden Tag etwas Besonderes geschieht.«

---

#### Zuordnung zur Zielgruppe

Gäste, Aktive

**Ulla 45 Jahre**

#### **Lebenssituation**

// Alleinstehend, zwei volljährige Kinder

#### **Motivation**

// Erfahrungen mit sich selbst, mit anderen Menschen und mit Gott, die sie bewegen und die sie wachsen lassen.

// Mitunter wandelt sich die Motivation im Laufe der eigenen Pilgererfahrung

// sportlich und gesundheitlich motiviert

// christlich motiviert

#### **Erwartungen an Ort/Region, Buchung und Information**

// Gastfreundschaft und uneigennützig Unterstützung der Menschen am Wege

// Der ist angewiesen auf Gesundheit, auf Gastfreundschaft, auf richtige Auskünfte.

#### **Verhalten bei**

// Anreise: Fahrrad oder zu Fuß

#### **Unterkunft**

// einfache Übernachtungsmöglichkeit in einem vor Wind und Wetter geschützten Raum: einen trockenen, ebenen Platz zum Liegen, Wasser zum Trinken und Waschen, Frühstücksangebot

#### **Buchung**

// spontan und kurzfristig über Adressverzeichnis unter [www.jakobusweg-sachsen-anhalt.de](http://www.jakobusweg-sachsen-anhalt.de)

#### **Wahl der Region/Unterkunft nach**

// individuell Streckenplanungsabhängig

#### **Informationsverhalten/-beschaffung**

// gute Beschilderung am Wegesrand und schon im Vorfeld auf Strecke

## IDEALTYPISCHE PILGERIN

### *Familienfreizeit*

»Wir sehen uns so selten, deshalb machen wir alle zwei Jahre ein großes Familientreffen, um uns alle wieder auf den Laufenden zu bringen. Wir genießen die Zeit mit der Familie.«



#### **Zuordnung zur Zielgruppe**

Gäste, Gruppenreisen, Kurzurlauber

**Susanne 40 Jahre und Ralph 43 Jahre**

#### **Lebenssituation**

verheiratet, leben in einem Einfamilien- bzw. Mehrfamilienhaus, mit zwei Kindern

#### **Motivation**

- // Zusammenkunft in Familie
- // gegenseitiger Austausch, Spaziergänge in der Natur
- // Gute Versorgung rund um die Uhr
- // genießen die Zeit mit der Familie, die in ganz Deutschland verstreut lebt

#### **Erwartungen an Ort/Region,**

#### **Buchung und Information**

- // da viele Kinder mit dabei sind, machen sie vor allem Aktivitäten, die kindgerecht sind wie Ausflüge mit der Seilbahn, Spazierengehen, Spielplätze

#### **Verhalten bei**

- // Ankunft: Auto und Zug

#### **Unterkunft**

- // Einzel-, Doppel- und Familienzimmer werden benötigt, Frühstücks- und Abendessenangebot,
- // Versammlungsraum zum abendlichen Zusammensitzen

#### **Buchung**

- // rechtzeitig im Voraus aufgrund der größeren Bettenanzahl
- // Mundpropaganda, Internetverzeichnisse

#### **Wahl der Region/Unterkunft nach**

- // aufgrund der Familientradition immer in bzw. im Umkreis von Ballenstedt

#### **Informationsverhalten/-beschaffung**

- // durch Broschüren und Websites über Hotelangebote und Aktivitäten in der Region

# Zielgruppensegmentierung



## BIKER

*Hohe Berge, tiefe Täler und  
dazwischen kurvenreiche Strecken.*

Hunderttausenden Motorradfahrern versüßt der Harz die Bikersaison mit abenteuerlichen und anspruchsvollen Strecken. Die entlang rauschender Bäche, malerischer Wasserfälle und durch wilde Waldgegenden verlaufenden kilometerlangen Fahrtrouten sind in der Szene längst weit über Deutschlands Grenzen hinaus bekannt.

Mit ihren PS-starken Zweirädern finden die Motorradfahrer im Harz ein über 2.000 Quadratkilometer großes Territorium vor, das sich vom Sattel aus zu entdecken lohnt. Von Seesen bis Kelbra und von Thale bis Osterode liegen viele Straßenkilometer feinstes Gebirge vor den Reifen. Verführerisch schlängeln sich die Straßen durchs Land. Ob auf einer vierspurigen Bundesstraße, einem schmalen Weg zwischen meterhohen Bäumen oder einer Bergstraße mit insgesamt 36 Kurven auf nur fünf Kilometern - wiederholt sind es herrliche Aussichten auf grüne Täler und glänzende Stauseen, dunkle Wälder und versteckte Höhlen, Felsen und farbenfrohe Bergwiesen, die im Harz zu genießen sind. Das allein macht für Motorradfahrer den Reiz der vielfach mystisch anmutenden Gebirgslandschaft aus.

Motorradfahrer gehören mit einem Anteil von 7% in der deutschen Gesamtbevölkerung zwar zu einer Minderheit, sie sind aber dennoch eine sehr attraktive und vielversprechende Zielgruppe für die heimatHERBERGE. Jeder zweite Motorradfahrer ist im Alter zwischen 20 und 60 Jahren und verfügt über ein überdurchschnittlich hohes monatliches Netto-Einkommen – gepaart mit einem ausgeprägten Sinn für Genuss und einer starken Luxusaffinität. Der/die Motorradfahrer/in zeichnet sich in ihrer Charakteristika als zielstrebige und abenteuerlustige Kämpfernatur mit Hang zum Abenteuer auf der Suche nach Herausforderung und Geschwindigkeit aus. Der/die durchschnittliche Motorradfahrer/in ist außerdem sportlich ambitioniert, ausgehfreudig und gesellig.

### **Kommunikation und Ansprache**

Um eine optimale Wirkung auf die Zielgruppe der Motorradfahrer zu erzielen, empfiehlt sich eine dynamische und abwechslungsreiche Kommunikation. Aspekte wie Abenteuer, Freiheit, Unkonventionalität und Unabhängigkeit sollten dabei eine zentrale Rolle spielen, um den erlebnisorientierten Motorradliebhaber auf direktem Wege zu erreichen.<sup>35</sup>





## FAHRRADFAHRER

Fahrradfahren ist eine der beliebtesten Outdoor-Freizeitaktivitäten der Bundesbürger. 6,5 Mio. Bundesbürger (über 14 Jahre) fahren mindestens »häufig« Fahrrad<sup>36</sup>. Die Übergänge vom Freizeitvergnügen zum täglich genutzten Verkehrsmittel sind fließend: 19,3 Mio. Bundesbürger nutzen das Fahrrad mind. an einem Tag in der Woche, 4,4 Mio. nutzen es täglich.

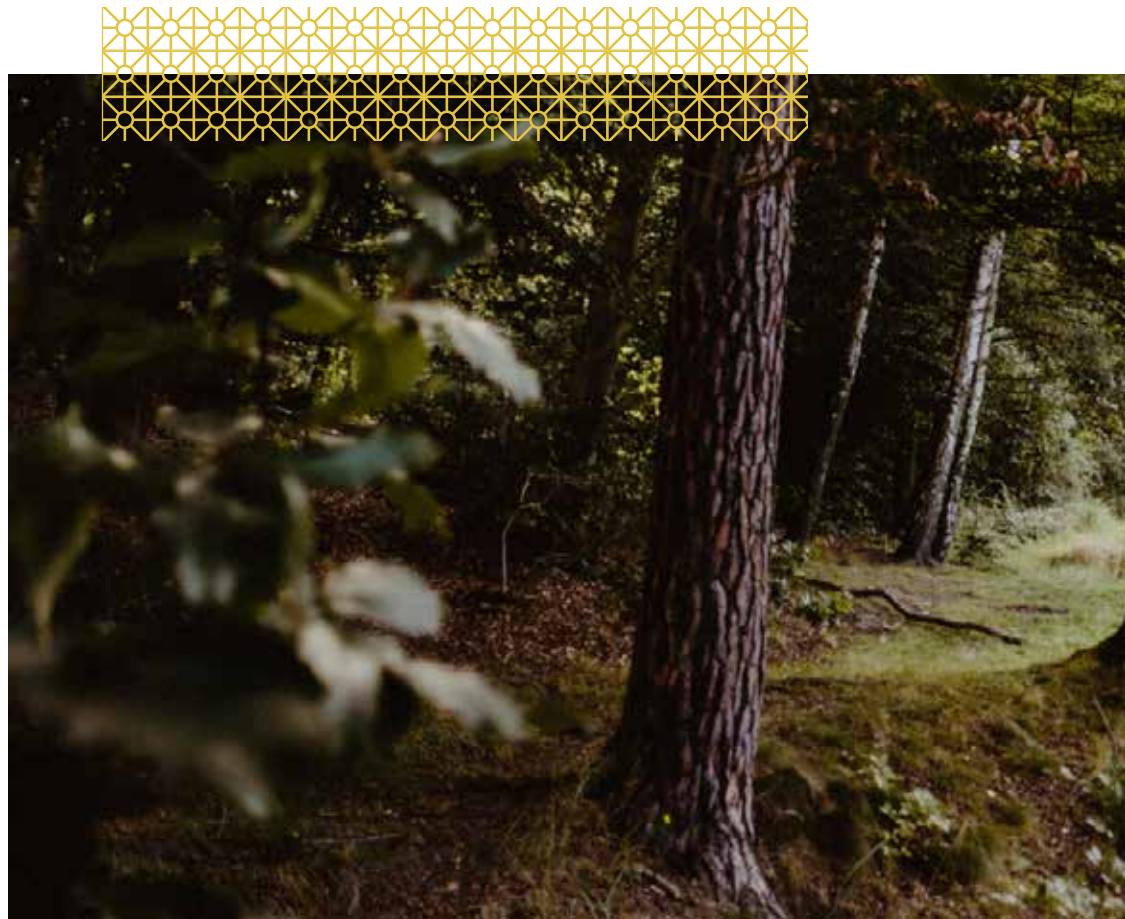
So überrascht es nicht, dass das Fahrrad auch im Urlaub eine wichtige Rolle spielt: Dem Fahrradtourismus werden 22 Mio. Übernachtungen/Jahr zugeordnet (d. h. Fahrradfahren steht als Urlaubsmotiv im Vordergrund). Weitere 58 Mio. Übernachtungen werden in Deutschland von Menschen realisiert, die während ihres Aufenthaltes auch Fahrrad gefahren sind. Hinzu kommen jährlich rd. 153 Mio. Tagesausflüge, bei denen die Aktivität Radfahren eine wesentliche Bedeutung hat.<sup>37</sup>

Fahrradtouristen geben im Rahmen eines Tagesausfluges rd. 16 Euro am Tag aus, im Rahmen einer Übernachtungsreise 64,40 Euro/Tag. Allein für den Fahrradtourismus »im engeren Sinne« (d. h. 22 Mio. Übernachtung plus 153 Mio. Tagesausflüge) bedeutet dies ein Umsatzvolumen von 3,9 Mrd. Euro im Jahr in den Zielgebieten. Hinzu kommen erhebliche Ausgaben für An- und Abreise in den Fahrradurlaub sowie Fahrräder und Zubehör, im Fahrradtourismus sind dies rd. 5 Mrd. Euro/Jahr.

Der durchschnittliche Radfahrer unterscheidet sich kaum vom durchschnittlichen Bundesbürger, er ist etwas jünger und im Urlaub etwas stärker aktivitätsorientiert.

Der Fahrradtourismus-Markt ist – wie andere Märkte auch – stark segmentiert. Eine Unterscheidung ist die Intensität der Nutzung des Fahrrades: Der größte Teil (rd. 63%) der Radurlauber fährt – neben vielen anderen Dingen – auch im Urlaub gern Rad, kulturelle Interessen sind ausdrücklich eingeschlossen. Bei rd. 37% der Radtouristen steht das Radfahren im Mittelpunkt des Urlaubes, 23% fahren Strecke, häufig Radfernwege, 15% unternehmen Ihre Radtouren ausgehend vom festen Quartier (Sternradler).<sup>38</sup>

Für den Radtourismus gilt, wie für andere Branchen auch: Der »Massenmarkt« von morgen entsteht aus einer Vielfalt unterschiedlicher Nischen. Den typischen Kunden gibt es immer weniger, die Zielgruppe »Fahrradfahrer« bildet keine homogene Einheit. Fahrradfahren wird zunehmend zum Lebensgefühl und zum Ausdruck der Persönlichkeit. Die Nachfrage im Radtourismus wird von einer Vielzahl neuer Zielgruppen getrieben – mit unterschiedlichsten Interessen, Bedürfnissen und Ansprüchen: Frauen, Ältere, Geschäftsreisende, außereuropäische Gäste, Veranstaltungsbesucher, Menschen mit Handicap etc. – sie alle bilden ein Potenzial für den Radtourismus, das für innovative Angebote genutzt werden kann. Praktisch heißt das: Jeder fahrradaffine Gast und Einwohner ist für fahrradtouristische Angebote der Region erreichbar. Was Radfahrer als »attraktiv« empfinden, hängt von den individuellen Präferenzen und den dazu passenden Qualitäten des Angebotes ab. Neben dem funktionalen Aspekt der Mobilität spielen die Aspekte Bewegung/Sport, Lifestyle und Erlebnis eine erhebliche Rolle.<sup>39</sup>



*Radtouren im Harz sind abwechslungsreich und vielfältig. Schmale Pfade. Wurzelige Trails. Breite Wege. Keine Hindernisse.*

#### **Sanfte Touren durch das Harzvorland und auf der Harzhochfläche**

Entspannt im flachen Harzvorland radeln, auf teils schmalen romantischen Wegen den kleinen Flüssen, wie Ilse und Holtemme folgen oder auf gut ausgebauten Radwegen zu den Klöstern in Drübeck, Michaelstein und Wöltin-gerode. Vielleicht entscheidet sich unsere Zielgruppe aber auch für eine kleine Harzer Städtereise per Rad, denn zwischen Goslar und Ballenstedt gibt es nicht nur Fachwerk, Burgen und Schlösser zu entdecken. Auch auf der Harzhochfläche um Hasselfelde und Ballenstedt empfehlen sich sehr viele Wege für leichte und abwechslungsreiche Radtouren, zumal sich die Landschaft hier überwiegend hügelig präsentiert.

#### **Radtouren durch die Harzer Berge**

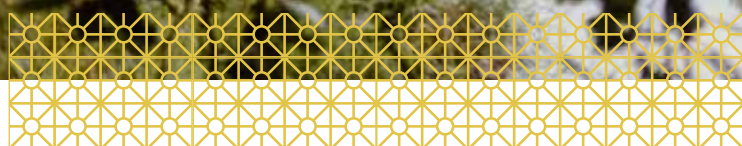
Sportlicher sind die Radtouren in die Harzer Berge. Breite Forstwege erleichtern hier zwar das Radfahren, aber die Steigungen beispiels-

weise hinauf zum Torfhaus, auf den Wurmberg oder gar auf den Brockengipfel können schnell zur Herausforderung an die Kondition werden. Darüber müssen sich Besitzer eines E-Bikes natürlich kaum Gedanken machen. Diejenigen, die lieber abenteuerlich unterwegs sind, finden im Harz zahlreiche schmale Wurzelwege hinauf und hinab oder gar an Felsen und steilen Hängen entlang. Ein ausgeschildertes Mountainbike-Netz spannt sich von Seesen nach Ilfeld. Außerdem warten in den Bike-Parks bei Thale, Braunlage, Hahnenklee und Schulenberg anspruchsvolle Trails auf Wage-mutige.

#### **Mountainbiken im Harz**

##### **Der Harz: Ein MTB-Paradies**

Für viele Mountainbiker aus ganz Nord-deutschland, den Niederlanden und Dänemark ist der Harz ein wahres MTB-Paradies. Denn hier finden sie eine bunte Weg-Mischung mit ganz unterschiedlichen Trails vor. Touren-Fah-



rer können sich auf breiten Forstwegen konditionell austoben und unberührte Natur auf urigen Waldwegen genießen – ohne größere technische Herausforderungen. Außerdem warten im Hochharz und Oberharz eine Vielzahl von schmalen Pfaden entlang alter Bergbaugräben auf ihre Erkundung. Diese Wege besitzen meist keine Steigungen, kaum technische Schwierigkeiten und sind in der Regel landschaftlich reizvoll (z. B.: Braunlage - Schierke). Mountainbiker, die hingegen technische Herausforderungen suchen, werden auf kniffligen Stiegen fündig. Diese sind häufig verblockt, steinig, wurzelig und steil (z. B. Wernigerode - Ilsenburg). Der eine oder andere Serpentinweg lockt technisch Versierte und animiert dazu, gekonnt das Hinterrad um Ecken zu zirkeln (z. B. Braunlage - Schierke).

#### **Der Harz: Ideal für Touren-Sportler und Familien**

Zugegeben, wandern im Harz steht immer noch ganz oben auf der Beliebtheitskala. Aber seit etlichen Jahren begeistert Deutschlands nördlichstes Mittelgebirge zunehmend auch Radfahrer. Nicht nur die sportlichen Mountainbiker, sondern mehr und mehr auch Familien und Gelegenheitsradler mit Touren- bzw. Trekking-Rädern suchen in der abwechslungsreichen Landschaft aktive Erholung. Und seit dem Siegeszug der E-Bikes ist ohnehin keine Steigung mehr zu steil – für keine Altersklasse!



## **WANDERER, PILGERER & STÄDTEREISENDE**

### **Im Harz wird Wandern groß geschrieben**

Wer sich besonders gern in der Natur aufhält, sollte sich die wunderschöne Harzer Landschaft nicht entgehen lassen. Hohe Berge, großflächige Wälder und bunte Wiesen strahlen eine idyllische Ruhe für erholsame Aufenthalte aus und laden Gäste im Harz zu langen Spaziergängen und Wanderungen ein. Auf zahlreichen, ausgeschilderten Wanderwegen lässt sich die Harzregion optimal erkunden und so manches Wanderherz höher schlagen.

Der Nationalpark Harz gehört zu den größten Waldnationalparks in Deutschland und umfasst ca. 10 % der Gesamtfläche des Harzes. Er besticht durch seine vielfältige Flora und Fauna und bietet Touristen ganzjährig die Möglichkeit, das großflächige Naturschutzgebiet im Oberharz zu erwandern. Er bietet interessierten Touristen auf seinem einmaligen Gipfel mit Pflanzen aus allen Hochgebirgen der Erde und entlohnt mit grandiosen Ausblicken vom Brockenplateau.

Eine interessante Felsformation erstreckt sich im nordöstlichen Harz auf über 20 km und verläuft von Blankenburg (Harz) über Weddersleben bis nach Ballenstedt. Aus Sandstein bestehend stammen diese Felsbrocken aus verschiedenen Epochen der Kreidezeit. Die sogenannte »Teufelsmauer« gehört heute zu einem der ältesten Naturschutzgebiete Deutschlands. Sie kann auf der gesamten Länge erlaufen werden und ist durch diverse Geländer und Treppen komplett zugänglich.

### **Pilgerwege im Harz**

Insgesamt stehen in der Region Harz 18 abwechslungsreiche Pilgerwege zur Auswahl

so einige Etappen des Pilgerweg »Via Romea«, der Harzer Klosterwanderweg, der Lutherweg, oder der berühmte Jakobspilgerweg, der auch durch Ballenstedt verläuft.

Der ca. 1900 Kilometer lange Pilgerweg »VIA ROMEA« von Stade nach Rom auf seinen Routenverlauf durch den Harz: Die Tagesetappe auf der VIA ROMEA durch die Fachwerkstadt Wernigerode nach Elbingerode führt durch die Harzer Wälder auf die Hochebene bei Elbingerode. Auf der Hochebene Elbingerodes geht es durch den Kalksteintagebau in bewaldetes Gebiet. Entlang der Überleitungssperre Königshütte in Richtung Rappbodetalsperre geht es vorbei an der Königsburg. Die Tour endet in Hasselfelde auf dem Markt. Von Hornburg in Niedersachsen geht es über die ehemalige innerdeutsche Grenze nach Osterwieck in Sachsen-Anhalt. Entlang der Erhebung des „Kleinen Fallsteins“ gibt es viele wunderbare Ausblicke auf den Harz mit seinem Vorland.

In einer schnelllebigen Zeit voller Reizüberflutung sehnen sich viele Menschen nach wertvollen stillen Augenblicken. Die finden sich auf einer Reise entlang des Harzer Klosterwanderwegs am Rande der magischen Gebirgswelt im nördlichen Harzvorland. Wanderer oder Radfahrer können zwischen Drübeck und Goslar auf etwa 70 Kilometern den Naturgenuss und besinnliche Momente hinter Klostermauern kombinieren. Klöster waren und sind noch heute Schatzkammern, Stätten des Gebets, Orte des Wissens und Bewahrens. Heute finden sich speziell im Harz - einst Kernland der Kaiser und Könige des Mittelalters - viele gut erhaltene Klöster und Kirchen,



teilweise mit bedeutenden Kirchenschätzen. Der Klosterwanderweg verbindet vier dieser wertvollen Zeitzeugen miteinander.

Den ursprünglichen Jakobspilgerweg nach Santiago de Compostela, der quer durch Frankreich und Spanien führt, gibt es schon seit etwa 10 Jahrhunderten. Der Jakobus-Pilgerweg erlebt in den letzten 20 Jahren eine kräftige Renaissance: wurden 1987 ca. 3.000 ankommende Pilger in Santiago de Compostela gezählt, waren es im Jahre 2003 ca. 74.000 aus allen Ländern der Erde. Auch durch Sachsen-Anhalt führt ein Teil dieses Pilgerweges im Zeichen der stilisierten Muschel. Dieses Teilstück wurde St. Jakobus-Pilgerweg getauft und schließt im Süden an die „Via Regia“ an. Er führt von Jerichow im Norden bis nach Mücheln im Süden von Sachsen Anhalt. Ein Teil des St. Jakobus-Weges tangiert dabei auch den Harz. Als erste Station im Harzer Vorland ist Schwanebeck, mit seiner Wallfahrtskirche „Zum heiligen Altarsakrament“, zu benennen. Durch

Felder und Obstwiesen führt der Weg weiter in den Huywald zum Kloster Huysburg. Die dritte Station am Harz ist Halberstadt, wo der Weg am Burchadi-Kloster vorbei zum St. Stephanus Dom führt. Nächste Station durch hügelige Feld- und Waldlandschaften ist die »Wiege Deutschlands« Quedlinburg. Pilgerstätte dort ist die allgemein von Touristen kaum besuchte St. Johannes-Kapelle. Der Weg führt weiter an den nordöstlichen Harzrand, nach Gernode. Dort ist das Ziel, eines der besterhaltenen monumentalen ottonischen Bauwerke, die Stiftskirche St. Cyriakus. Mit dem Pilgerruf »Ultrial« kann ich nur animieren diese geschichtsträchtige, ökumenische Wallfahrtsstrecke zu erkunden. Weiter geht es nach Ballenstedt zu einem neuzeitlichen Gotteshaus im Bauhausstil, der St. Elisabeth Kirche. Abschließend streift der Pilgerweg den Südharz. In Hettstedt ist die St. Jakobi Kirche Pilgerstation und in Klostermansfeld verlässt der Pilgerweg mit einem Besuch des Benediktinerklosters St. Marien die Harzregion.



## **STÄDTEREISENDE & KULTURINTERESSIERTE**

### **Stadt & Region**

Ballenstedt wird auch die Wiege Anhalts genannt. Der Ort liegt am Harz landschaftlich reizvoll - eingebettet zwischen den waldreichen Ausläufern des Unterharzes und nur ca. 80 km von der Landeshauptstadt Magdeburg entfernt. Durch seine günstige geographische Lage bildet Ballenstedt einen idealen Ausgangspunkt für Wanderungen in die Umgebung. Ballenstedt ist ehemaliger Stammsitz der Askanier und Residenz der Herzöge von Anhalt-Bernburg. Der Hauptanziehungspunkt ist das majestätische, an der Straße der Romanik liegende Schloss mit seinem durch P.J. Lenné konzipierten Schlosspark. Das Schloss bietet einen Einblick in die Geschichte Sachsens-Anhalts und zeigt in wechselnden Ausstellungen Künstler der Gegenwart. Im Schlosspark sind Wasserspiele im Stil italienischer Villengärten, auch seltene Bäume und Pflanzen zu bewundern. Bekannt geworden ist die Stadt Ballenstedt auch durch viele Maler und Schriftsteller, wie dem Kammerherr und Hofmaler Wilhelm Georg Alexander von Kügelgen und der Malerin Caroline Bardua und Ihrer Schwester Wilhelmine. Auch das 1788 erbaute Schlosstheater in dem schon Albert Lortzing und Franz Liszt gewirkt haben, ist einen Besuch wert. Den Geschichts- und Kulturinteressierten lockt des weiteren die Straße der Romanik, den Radwanderer erfreuen die Radwege R1 und D1; und wer gerne mit Stock und Hut zu Fuß unterwegs ist, dem bietet sich Ballenstedt als Basis für Übernachtungen und als Tor zum Harz als einem der berühmtesten deutschen Wanderparadiese. Idyllisch liegt

am Rand des Harzes der Verkehrslandeplatz Ballenstedt-Harz. Für Flugzeuge, Hubschrauber, Motorsegler, Ultraleichtflugzeuge, Ballone, Segelflugzeuge, Luftschiffe und alle Arten von Luftsportgeräten ausgelegt ist der Flugplatz ein Luftsportzentrum, dass mit vielen Luftsportaktivitäten, Fliegerlager und Wettbewerbe zu aufwartet. Vielfältige Veranstaltungen in Kultur und Motorsport laden Gäste aus nah und fern ein.

### **Historische Städte entdecken**

Ein Geheimtipp im Harz sind die hübschen und beschaulichen Orte im Südharz, so z.B. Stolberg als »Historische Europastadt«, Nordhausen mit seiner »Echten Nordhäuser Traditionsbrennerei«, das Kneipp-Heilbad Bad Lauterberg oder Herzberg am Harz mit seinem Welfenschloss.

Am Fuße des Brockens finden Sie eine weitere kleine Perle, die der Harz zu bieten hat. Die idyllisch gelegene Stadt Wernigerode, auch bekannt unter dem Namen »Bunte Stadt am Harz«, bietet neben zahlreichen Sehenswürdigkeiten eine Vielzahl von touristischen Angeboten in Form von Stadt- und Erlebnisführungen, die sich bei den Urlaubern im Harz großer Beliebtheit erfreuen. Besonders der historische Stadtkern mit dem berühmten Wernigeröder Rathaus überzeugt durch seine kleinen Fachwerkhäuser und lädt zu einem gemütlichen Stadtbummel ein. Wirft man einen Blick auf das märchenhaft wirkende Schloß Wernigerode, das weithin sichtbar über dem Ort im Harz thront, wird man vom mittelalterlichen Flair erfasst. Die ehemalige Burg



gilt heute als romantisches Residenzschloss und bietet den Besuchern neben historischen Führungen auch diverse gastronomische Angebote und einen Schlossinnenhof mit fantastischen Ausblicken über Wernigerode.

Wer sich für historische Städtetekunst begeistern kann, ist in der Quedlinburger Altstadt genau richtig. Als UNESCO Weltkulturerbe verfügt Quedlinburg über ca. 1.300 Fachwerkhäuser aus 6 Jahrhunderten und gehört zu einer der umfangreichsten Flächendenkmäler Deutschlands. So können Sie das ehemalige Burgdorf bestaunen und eine Vielzahl an Jugendstilhäusern und Einzeldenkmälern im Stadtinneren besichtigen.

Auch im Nordharz lassen sich sehenswerte Ausflugsziele finden. Die schöne Stadt Goslar mit der Kaiserpfalz und das Erzbergwerk Rammelsberg gehören ebenso zu den Kulturschätzen der UNESCO. Mit 30 Millionen Tonnen Erz trug der Rammelsberg maßgeblich zur positiven Entwicklung der Stadt Goslar bei, so dass diese bis 1253 als Residenzstadt zahlreicher Kaiser und Könige bekannt war. Auch heute noch kann man einen Urlaubstag lang durch die kleinen Geschäfte und Gassen der Harzstadt Goslar bummeln.



## **GÄSTE & GRUPPEN**

### **Gäste der Stadt und der Region**

Für Familienangehörige, Geschäftsreisende, Handwerker und sonstigen Gästen Ballenstedts bietet der heimatHOF kurzzeitig ein gemütliches Felckchen Erde. Institutionen wie die Lungenklinik Ballenstedt oder die Psychiatrische Klinik des Harzkrankums Dorothea Christina Erxleben ziehen Langzeitgäste, die außerhalb des Krankenhauses therapeutische Angebote wahrnehmen oder Familienangehörige besuchen.

Im Jahr 2016 zählte die Stadt Ballenstedt rund 24.435 Gäste (hier sind ausschließlich die Kurtaxepflichtigen Übernachtungen erfasst).<sup>40</sup> Das statistische Landesamt zählte für das Jahr 2016 37.674 Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben (einschl. Camping, ohne Hotels garnis) in Ballenstedt. Das bedeutet eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 7,8 %. Die Durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 2,8 Tage.<sup>41</sup>

### **Gäste des heimatLABOR**

Über die übliche Gästeklientel Ballenstedts hinaus akquiriert der Hof weitere Gäste für das Gut Ziegenberg. Künstler, Kooperations- und Netzwerkpartner, Referenten/innen, Schulen regional und überregional, regionale und überregionale Vereine, Institutionen oder

Einrichtungen werden über die Anbahnung gemeinsamer zivilgesellschaftlicher Projekte im Rahmen des heimatLABORS auf das Gut Ziegenberg eingeladen und nutzen die dortige Infrastruktur. Bereits geplante Projekte sind das »Kabinett der Künste« (siehe Anlage) in Kooperation mit der Otto-von-Guericke-Universität und dem Verein Kulturanker e.V. Magdeburg sowie eine Otto-von-Guericke-Vorlesung in Kooperation mit der Universität Magdeburg. Dafür werden gezielt Drittmittel eingeworben. Mögliche Drittmittelpartnern sind beispielsweise Landeszentrale Politische Bildung, verschiedene Stiftungen wie die Robert-Bosch-Stiftung, Sozialfonds der Europäischen Union etc.. Um die Chance zur Erschließung internationaler Quellmärkte zu nutzen setzt der heimatHOF verstärkt auf die Anbahnung international ausgerichteter Projekte und schafft damit geeignete Angebotsstrukturen.

### **Gruppenreisen**

Das Angebotsportfolio des heimatHOFs ist auch für Gruppen interessant. Angesichts des demografischen Wandels und des damit verbundenen Nachfragerückgangs für Gruppenreisen wird die Ansprache dieser Zielgruppe zu einer wachsenden Herausforderung. Auch hier heißt die Devise: Mit besonderen Angeboten punkten und Mehrwerte schaffen.



# Marketing & Markeneintrittsstrategie

## Corporate Branding

Unternehmens- und Dachmarken richten sich an verschiedene Zielgruppen. Unsere Unternehmensmarke heimatHOF Gut Ziegenberg dient der Kennzeichnung und Imagebildung unseres Unternehmens im Ganzen. Die Zielgruppen für unser Corporate Branding sind sehr heterogen.



Design ist kein Luxus. Es definiert die Schnittstelle zwischen Kreativität und Innovation – es entscheidet damit nicht nur durch die Gestaltung über den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit unserer Marke und unserer Unternehmung. Und dazu gehört auch die Anstrengung, ihn vielen – möglichst allen – zugänglich zu machen, also nicht nur exklusiv, sondern inklusiv zu sein. Design ist ein elementarer Bestandteil jedes Produkts, jeder Kommunikation und der sinnlichen Wahrnehmung gestalteter Räume. Inhalte, Didaktik und Form intelligent zu verbinden, sinnlich erlebbar zu machen, steht auf dem heimatHOF im Vordergrund. Design ist für die Gründerinnen des heimatHOFs ein entscheidender Motor für Innovation. Es ist ein grundlegender Bestandteil unserer Gründungsidee, in unserer Produktentwicklung, bei Service und Dienstleistung, bei Didaktik und Information und verleiht unserer Unternehmung Wert, Qualität und Sinnhaftigkeit.

## CORPORATE IDENTITY



Der heimatHOF verfügt über eine Vision und ein Leitbild, das ihn charakterisiert und dessen besonderen Wert zum Ausdruck bringt. Damit positioniert er sich über authentische Werte, die der Kultur und der Strategie entsprechen.

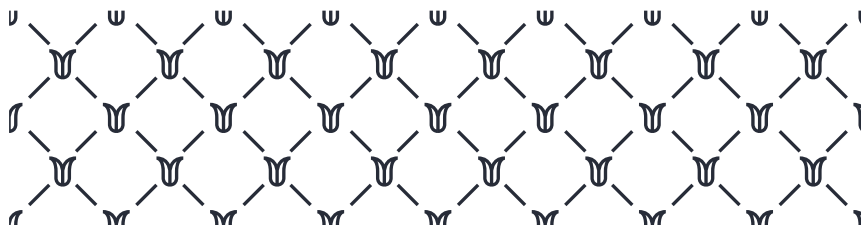
## DIE VISION

**Wir möchten** die Entfaltung von individuellen Potentialen und Gemeinschaftspotentialen fördern und das regionale Gemeinschaftsgefühl und das regionale Wertefühl stärken. Wichtig ist uns dabei die Berücksichtigung individueller Lebenssituationen.

**Wir möchten** die Sensibilisierung der ländlichen Regionen, der regionalen Wirtschaft, öffentliche Einrichtungen und unsere Mitmenschen zu Themen wie Gemeinwohlökonomie und Reduktion, neuen Arbeitswelten und Gemeingütern und Potentialnutzung, -entfaltung und -förderung fördern.

**Wir möchten** Menschen für alternative Formen des Wirtschaftens begeistern sowie Menschen mit guten Ideen fördern, unterstützen und zusammenbringen. Nach unserer Überzeugung ist der bewusste und verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen und eine auf Partizipation, Fairness und Gemeinwohl ausgerichtete Unternehmensphilosophie die Grundlage für die Ökonomie der Zukunft.

**Wir möchten** Bildung, den Erwerb und die Wirtschaft der Mitglieder durch gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb und nachhaltiger Lebensweisen fördern. Generationsübergreifender Teilhabe, Begegnung, Dialog fördern.



## CORPORATE DESIGN

Durch das einzigartige Corporate Design hebt sich der Hof vom Wettbewerb ab und positioniert ihn und seine Produkte sowie Dienstleistungen sichtbar am Markt.

## MARKENVERSPRECHEN & MARKENARCHITEKTUR

*»Ein Hof zum Hören, Fühlen,  
Begreifen & Mitmachen.«*

Damit bringen wir das Markenversprechen des Hofes zum Ausdruck. Es zeigt unseren Zielgruppen, was sie vom heimatHOF Gut Ziegenberg erwarten dürfen. Das Markenversprechen wird auf dem gesamten Hof gelebt und kommuniziert. Die verschiedenen Bereiche des Zweckbetriebs Herberge, Kontor, Quartier, Raum und Werk verfügen über ein eigenes attraktives Design. Durch klare visuelle Regeln und Entscheidungshilfen zur Einordnung spiegelt das Design das Verhältnis zwischen Unternehmensmarke und Einzelmarke sowie der jeweiligen Marken untereinander wieder.



**HEIMATHOF**  
**GUT ZIEGENBERG**

### Das Markenzeichen

Das Markenzeichen ist das Herzstück unseres Auftritts. Es besteht aus zwei Elementen, die zusammen eine Einheit bilden: dem Schriftzug und dem Zeichen. Das Zeichen über dem Schriftzug symbolisiert stilisiert den Hof.

### **Zentrale Ausrichtung der Kommunikationsmaßnahmen**

Erneuerung, ist das zentrale Element unseres Schaffens: Echt sein, bei sich sein, das Richtige tun. Versuchen nachhaltig zu wirtschaften und niemanden auszubeuten. Damit verkörpert der Verein die Wertevorstellungen ihrer GründerInnen. Diese Werte werden durch das Corporate Design des Vereins getragen:

- // Tradition
- // Modernität, Innovationskraft
- // Authentizität, Ursprünglichkeit
- // Zugehörigkeit, Geborgenheit
- // Orientierung und Sicherheit

Die Gemeinschaft verfolgt eine ganz besondere gemeinschaftliche Ideologie, die sich in unserem Corporate Design widerspiegelt – das Corporate Design ist traditionell, puristisch und auf das Wesentliche reduziert, um die Produkte der Gemeinschaft einen entsprechenden Wirkungsraum zu geben. Eine starke Typografie sowie Silhouetten-Illustrationen und traditionelle Muster sollen die Produkte und Dienstleistungen für sich selbst sprechen lassen. Im Zusammenspiel mit kräftigen, aber dennoch gedämpften Farben wird der Ansatz zusätzlich betont und das Gesamtbild abgerundet. Als Kontrast hierzu werden Fotografien eingesetzt, die der Identität eine persönliche Note geben. Das Corporate Design aus dem kreativen Potential der Gemeinschaft schöpft ist selbstverständlich.

### **Geschäftsausstattung**

Die Basis Geschäftsausstattung: Visitenkarten, Briefpapier, Umschläge, Stempel und Prägestempel. Nachhaltige Nutzung von Geschäftspapieren und Geschäftsausstattung.

### **Bildsprache**

Wir zeigen uns so wie wir und unser Wirkungsumfeld ist. Besonders in unseren Bildern. Sie sind authentisch und spiegeln das Leben in der Gemeinschaft – die Menschen, ihre Leistungen und ihren Wirkungskreis. Die Bilder sprechen emotional und bringen das Selbstverständnis der Gemeinschaft zum Ausdruck. Sie sind fokussiert und aussagekräftig. Auf formaler Ebene wird bewußt mit Lichtstimmungen

gearbeitet. Interessante Aus- und Anschnitte sowie Details setzen die Bildinhalte ins richtige Format. Mit unseren Bildern machen wir auf die Gemeinschaft erlebbar. Ob Menschen, Tiere, Pflanzen, Gebäude oder Objekte – die Details stehen in direkter Beziehung zur Ballenstedter Natur und zum Raum. Produziert werden diese Bilder sowohl als klassisches Foto als auch in kleineren Videosequenzen und Clips.

### **Content-Marketing-Strategie**

Aufbau einer gezielten Content-Marketing-Strategie für die Gemeinschaft und generieren damit folgenden Nutzen:

- // Vertrauen schaffen und vermeintlich wahrgenommene Risiken unserer Zielgruppe minimieren
- // Positionierung stärken, Expertise aufbauen und Branding fördern
- // Gemeinschaftsmitglieder gewinnen
- // Empfehlungen und Leads generieren
- // Qualifizierte Anfragen von gut informierten Usern gewinnen
- // Gemeinschaftsbeziehungen und Beziehung zu den Zielgruppen pflegen und den guten Ruf fördern
- // Werbekosten einsparen, Synergien erzeugen und Markenprofil stärken

Mit Infotainment sprechen wir gezielt unsere Zielgruppen an, um sie für den heimatHOF zu gewinnen und zu halten. Die Inhalte im Content-Marketing stehen im Mittelpunkt und bieten nützliche Informationen mit Wissen. Der heimatHOF positioniert sich als Experte, Berater und Entertainer, welche Kompetenzen und Know-how durch Beweise mit konkreten Inhalten demonstriert, statt sie nur zu behaupten. Dabei erhält das Inbound-Marketing wertvolle Kontakte zur Leadgenerierung.

### **Digitale Werbekanäle**

- // Eigene Website [www.heimatbewegen.de](http://www.heimatbewegen.de) bzw. über [www.gutziegenberg.de](http://www.gutziegenberg.de)
- // Gästeverzeichnis auf der Webseite der Stadt Ballenstedt und der angrenzenden Tourist-Informationen
- // Webseite des Tourismusverbands Harz
- // Schaltung Google Adwords
- // Stadtinformationen
- // AIRBNB, WIMDU



**IDEENSAMMLUNG**  
CORPORATE  
DESIGN ELEMENTE  
DES HEIMATHOFS



**Grundfarben**

Weiss, beige,  
gold & dunkelblau

**Zentrale Elemente**

Gebäudeleitsystem, Fahnen,  
Großes Wegweiserschild an  
Straße, Fassadengestaltung,  
Flurgestaltung

**Bildsprache**

authentisch, fokussiert  
und aussagekräftig;  
Auf formaler Ebene wird  
bewußt mit Lichtstimmungen  
gearbeitet. Interessante  
Aus- und Anschnitte sowie  
Details setzen die Bildinhalte  
ins richtige Format.

**Verwendete  
Materialien bzw. Elemente**

Holz, Cortenstahl,  
Blattschmuckpflanzen,  
historische grafische Elemente  
wie Kupferstiche der Stadt,  
grafische Muster







**IDEENSAMMLUNG  
CORPORATE  
DESIGN ELEMENTE  
DER HEIMATHERBERGE**



**Grundfarben**  
Grün, beige,  
gold & dunkelblau

**Zentrale Elemente**  
Fauna und Flora  
des Harzes finden sich  
in der ganzen Herberge  
und transportieren die  
ursprüngliche Atmosphäre  
der Natur; dazu Großflächige  
hinterleuchtete  
Impressionen aus  
den Harzer Wäldern

**Verwendete  
Materialien**  
Oberflächen mit  
Beton-, Holz-, Stein-,  
Steingutfliesenoptik

**Widerkehrende  
Elemente**  
Farben, Materialien wie Holz,  
Cortenstahl und  
Blattschmuckpflanzen,  
historische Grafische  
Elemente, grafische Muster

### **Social Media & Adword**

Die Social Media Kanäle der heimatHOFs sind Instagram, Facebook und Jodel. Diese Plattformen werden wir aktiv mit Werbung und redaktionellen Beiträgen bedienen. Entsprechende Kanäle sind bereits gesichert. Inhaltlich konzentrieren wir uns auf das Storytelling – Geschichten und Grüße aus der Gemeinschaft (Entstehungsprozesse, über die Menschen, die dahinter stehen, Schaffen einer Gemeinschaft etc.). Im Rahmen einer Adwordkampagne wird produzierter Content an relevant Zielgruppen gespielt. Zudem werden verschiedene Werbeclips über Youtube an die entsprechende Zielgruppe als digitale Anzeigen geschaltet.

### **Klassische Medien**

- // Anzeigenschaltung Stadtanzeiger
- // Anzeigenschaltung Tourismusführer

### **Redaktionelle Beiträge**

- // Erwähnung in Reiseführern (z.B. Marco Polo)
- // Storytelling auf einschlägigen Webplattformen zur Vermarktung des Harzes
- // Storytelling in einschlägigen regionalen Zeitungen (HARZZEIT, Harzbote, Beilage Harz Mitteldeutsch Zeitung, Volksstimme)
- // Storytelling in überregionalen Zeitungen (Landlust, Landzeit, Bike)

### **Buchung erfolgt**

- // über Online-Portal HRS/Booking o.ä.
- // über eigene Website [www.gutziegenberg.de](http://www.gutziegenberg.de)
- // über Touristeninformation Ballenstedt
- // telefonisch direkt bei der Herberge

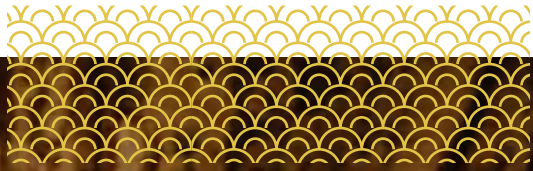
### **Customer Relationship**

- // Telefon, Email, Persönlicher Kontakt
- // Email-Newsletter
- // Website, SEO
- // (Online-) PR
- // Social-Media-Marketing (Instagram, Facebook, Pinterest)
- // Reisecommunity [www.tripwolf.com](http://www.tripwolf.com)

### **Einführungskampagne des HEIMATHOFS**

Die Idee des Hofes und das dahinter stehende Konzept werden unter der Überschrift »Heimat« ausgerichtet. Sämtliche On- und Offlinemedien transportieren unterschiedliche Motive Ballenstedt und der Umgebung. Die Kampagne zielt darauf ab, das die Zielgruppe – also alle Ballenstedter, Unternehmen, Institutionen und Einrichtungen sowie potentiellen Freunde & Förderer des Hofes – über die Bildsprache, die mit ungewöhnlichen Perspektiven und Bildausschnitten ihre Heimat spielt – die Schönheit zu zeigen, die im Alltäglichen liegt. Diese werden mit charmanten und humorvollen Sprüchen, Gedichten und Zitaten beispielsweise von Rainer Maria Rilke, Heinrich Heine, Friedrich Hölderlin sowie zeitgenössischen Werken bzw. Dichter und Persönlichkeiten ergänzt. Die Sprüche, Gedichte und Zitate führen den Betrachter in eine »bessere« Welt – die Mischung verleiht unserer Kommunikation Leichtigkeit. Im Sinne eines Guerillamarketing wird hier inhaltlich nicht zu viel verraten, die Motive sollen Neugierig machen auf das Mehr, was dahinter steckt. Der Fokus liegt hier bei den Onlinemedien. Bei den Offline-medien spielen Haptik und Handwerkskunst bei der Auswahl des Papiers und der Drucktechnik eine große Rolle. Für die Crossmediale Vermarktung werden verschiedene Videoclips produzieren.





# Wettbewerber

Folgende Beherbergungsbetriebe stehen im Harz und Harzvorland (LK Harz und LK Mansfeld Südharz) zur Verfügung.

- // Hotels 147
- // Hotels garni 26
- // Gasthöfe 26
- // Pensionen 68
- // Erholungs- und Ferienheime 13
- // Feriencentren 10
- // Ferienhäuser und Ferienwohnungen 60
- // Jugendherbergen und Hütten 23
- // Vorsorge- und Rehakliniken 2
- // Schulungsheime 3
- // Campingplätze 11

Nicht berücksichtigt in diesen Zahlen sind die Kapazitäten im Privatvermieterbereich unter 11 Betten, da diese nicht von der Landesstatistik erfasst werden. Eine individuelle Abfrage des HTV in den Tourismusorten ergab hierfür eine Zahl von zusätzlich ca. 13.000 Betten.<sup>42</sup>

Laut der Analyse und Bewertung des Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzepts Altstadt Ballenstedt wird in Ballenstedt mit 13 gastronomischen Einrichtungen (drei davon derzeit geschlossen) und vier Beherbergungsbetrieben (Hotel, Appartementhaus und Pension, eine leerstehend) das Angebot in der Innenstadt grundsätzlich als ausreichend eingeschätzt. Während die Beherbergungsbetriebe nach außen ein einladendes Erscheinungsbild besitzen, wirken die Gaststätten zumeist sehr introvertiert. Eine Öffnung nach außen auch durch Außenbewirtschaftung erscheint jedoch durch Lage und bauliche Gegebenheiten teilweise schwierig. Dennoch wäre eine Bespielung des Außenraumes durch weitere gastronomische Angebote (zum Beispiel auch durch kleinere Imbiss- / Caféangebote) wünschenswert. Für den Fahrradtou-

rismus bestehen derzeit noch keine Angebote. Potentiale bestehen weiterhin im Bereich der innovativen touristischen Vermarktung regionaler Produkte und Souvenirs.<sup>43</sup> Die Beherbergungsbetriebe stellt sich in Ballenstedt wie folgt im Detail dar:

---

## SCHLOSSHOTEL GROSSER GASTHOF

Das Schlosshotel ist Teil der Hotelkette Van der Valk. Mit Zimmerpreisen ab 109 Euro für das Doppelzimmer agiert das Hotel im höherpreisigen Marktsegment. Das Haus verfügt über 49 Zimmer und Suiten. Sie sind mit luxuriösen Bädern, Telefon, TV und Minibar ausgestattet, sowie kostenfreien Internetzugang. Ein weiteres Hotel der Kette befindet sich im nahegelegenen Meisdorf Selketal.

---

## HOTEL AUF DER HOHE

Am Ende der Hohe, unmittelbar vor Ballenstedt, liegt das Hotel auf der Hohe mit 52 Betten und 1 Ferienwohnung direkt an der Bundesstraße B 185. Die Zimmerpreise liegen zwischen 48 Euro für das Einzelzimmer inklusive Frühstück und 81 Euro für zwei Personen. Die Ferienwohnung mit drei Schlafzimmern ist für 4 bis 8 Personen ausgelegt und kann ab 120 Euro ohne Frühstück gebucht werden.

---

## RESIDENZ JACOBS

Die 3 geschmackvoll eingerichteten Appartements wurden im Jahr 2007 umfangreich saniert und renoviert. Die beiden 4-Personen Appartements im Dachgeschoss sind im Jahr 2008 entstanden. Das Haus wurde vom Deutschen Tourismusverband mit 4\*\*\*\* ausgezeichnet. Im Hof hinter der Residenz-Jacobs stehen Parkplätze zur Verfügung. Die Appartements können ab 75 Euro aufwärts ohne Frühstück gebucht werden.

---



---

### **PENSION AM MARKT**

In unmittelbarer Nähe des heimatHOFs liegt die Pension am Markt. Mit xx Zimmern bietet sie Übernachtungen ab 43 Euro für das Einzelzimmer inklusive Frühstück und 68 Euro für das Doppelzimmer. Alle Zimmer sind mit TV, Dusche und WC ausgestattet.

---

---

### **FERIENWOHNUNGEN IN BALLENSTEDT**

Die Stadt Ballenstedt verfügt über ca. 24 Ferienwohnungen, die zu ca. zwei Drittel einem einfachen, zu einem Drittel einem gehobeneren Standard entsprechen. Die Ferienwohnungen sind zumeist erst ab zwei Nächten buchbar, liegen preislich zwischen 20 bis 70 Euro je nach Belegung und sind auf Selbstversorgung ausgelegt.

---

# Chancen & Risiken

## **TOURISTISCHE ASPEKTE**

### **Angespannte Auslastungssituation in der Nebensaison**

Auch wenn die Bedeutung der Nebensaison in den letzten Jahren auch in der Harz-Region zugenommen hat<sup>44</sup> sind saisonalen Schwankungen stellen die Beherbergungsbetriebe vor große Herausforderungen. Laut Tourismusbarometer 2015 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes fällt das Auslastungsniveau in der Hotellerie während der Wintermonate auf Werte um 20 Prozent; das ist die Hälfte der durchschnittlichen Belegung. Dieser Herausforderung begegnen wir auf dem heimatHOF mit einem erfolgreichen Yield-Management. Die Analyse von Auslastung und Preisen verdeutlicht die Notwendigkeit eines Yield-Managements: Bei hoher Nachfrage werden die Preise deutlich angehoben, bei geringer Nachfrage gesenkt. Die Auslastung wird durch (moderate) Preisnachlässe beziehungsweise entsprechende Vermarktungsaktivitäten gesteigert. Grundvoraussetzung dafür ist die genaue Kenntnis des jeweiligen Marktpotenzials sowie der Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen können.

### **Gruppenunterkünfte: Erneut geringe Dynamik**

Die Zahl der Übernachtungen in Gruppenunterkünften stagniert. Erfolgreiche Betriebe gibt es allerdings dennoch. Gerade die Jugendherbergen und Schulungsheime, von denen viele in den vergangenen Jahren kräftig investiert und modernisiert haben, legten in der Gästegunst zu.<sup>45</sup>

### **Langfristige Entwicklung Angebotsgruppen**

Die langfristige Entwicklung der Angebotsgruppen schwankt. Zwar gab es in den letzten

Jahren keine größeren Verschiebungen im Gesamtranking aller Angebotskategorien, so ist die Entwicklung insbesondere mit Blick auf die multiplen Angebotsgruppen in denen sich der heimatHOF bewegt – Denkmäler/historische Bauwerke, Veranstaltungen und Sonderausstellungen, Museen, Natur und Führungen etc. – auch zukünftig zu berücksichtigen.<sup>46</sup>

### **Qualitätsmessung im Tourismus**

Die Qualitätsmessung im Tourismus wird komplexer. Neben objektiven Klassifizierungs- und Zertifizierungsansätzen kommt subjektiven Gästebewertungen eine wachsende Bedeutung zu. Aktuelle Studien belegen nun, dass sich beide Kriterien sehr gut ergänzen und miteinander verbinden lassen, um das tatsächliche Qualitätsniveau eines Betriebes abbilden zu können.<sup>47</sup> Da Betriebe, die sich im Rahmen von Qualitätsinitiativen engagieren, nachgewiesen bessere Beurteilungen bekommen,<sup>48</sup> fokussiert der heimatHOF mit dem Herbergsangebot entsprechende Qualitätssiegel und Themenlabel wie Bett+Bike oder Wanderbares Deutschland.

### **Pandemiebedingte Schließungen**

Die Corona bedingte Schließung des Gastgewerbes und der Herbergen trifft uns auch hart. Für die anstehende Neugründung der Gut Ziegenberg GmbH und deren Betätigungsfelder im Bereich Herberge, Gastronomie, Cafébetrieb und Veranstaltungsservice kommt eine Mammutaufgabe an zu planenden Maßnahmen in Bezug auf die zu vermeiden Ausbreitung des Coronavirus auf uns zu.

Wie Arbeiten wir, der Umgang mit Gästen, wie setzen wir die Hygieneanforderungen richtig um? All diese Fragen müssen auch wir in diesen

unsicheren Tagen beantworten und zügig umsetzen. Da wir aber den Weg der Gründung auch als Chance sehen und durch die Angebote und Arbeitshilfen, sowie zahlreiche Telefonate zu dem Umsetzen der Richtlinien mit der „Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe“ (BGN) und dem „Deutschen Hotel und Gaststättenverband“ (Dehoga) in unserem Vorhaben bestärkt wurden, haben wir uns zu diesem Schritt entschlossen.

Die schon bewilligten Fördergelder für geplante Projekte und das damit in uns gesetzte Vertrauen ergibt für uns in Summe die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Durch intensive Gespräche mit allen beteiligten des Projekts und durchdachte Ausarbeitung der Kalkulation kamen wir auch betriebswirtschaftlich zur Überzeugung diesen Schritt zu wagen. Der Businessplan zeigt das wir uns mit allen Belangen unserer Gründung auseinandergesetzt haben und diese auch inhaltlich abgestimmt mit unserem Steuerberater.

Wir sind überzeugt das gerade jetzt eine Gründung notwendig ist um nicht die Gemeinnützigkeit des heimatBEWEGEN e. V. zu verlieren. Eine wirtschaftlich fundierte Basis für den Fortbestand des Vereins und vorankommen mit Gründung der GmbH ist somit wünschenswert und gegeben.

## **ORGANISATIONSENTWICKLUNG**

### **Fachkräfte/Personal**

Fachkräfte/Personal ist in den Betrieben und Organisationen das Thema der Stunde. Insbesondere die Bezahlung, die Nachwuchsgewinnung und die Qualifikation der Beschäftigten sind eine Herausforderung für den heimatHOF, der am Markt völlig neu etablieren möchte. Um dem zu begegnen wird der heimatHOF schon frühzeitig ein Personalentwicklungskonzept beschreiben, welches die Ziele und Zielgruppen definiert, die Rahmenbedingungen, die Handlungsfelder und Instrumente der Personalentwicklung beschreibt.

### **Controlling/Monitoring**

Leistungsfähiges Controlling ist eine entscheidende Voraussetzung für dauerhaften und überdurchschnittlichen Erfolg. Gezieltes Cont-

rolling führt zu aktiver Gestaltung und koordiniert und begleitet den internen Managementprozess als Querschnittsfunktion über alle Bereiche. Er schafft Transparenz und hilft der dem heimatHOF, die Wirtschaftlichkeit langfristig zu sichern. Gleichzeitig zwingen komplexe gesetzgeberische Anforderungen mittelständische Unternehmen, sich mit dem Thema Transparenz und Controlling intensiver auseinanderzusetzen. Arbeitnehmer- und Diskriminierungsschutz, Verbraucher- und Wettbewerbsschutz, Daten- und Umweltschutz sind dabei nur einige Stichworte. Der Gesetzgeber schafft durch das beständige Fort- und Weiterentwickeln von Rechtsnormen neue Risiken für die Unternehmen.

Sowohl aus der Innensicht (strategische Ausrichtung) als auch aus der Außensicht (Risikomanagement) gewinnt der heimatHOF durch Controlling im Hinblick auf die Beherrschung, Lenkung, Steuerung und Regelung von Prozessen viel umfassende Erkenntnisse mit dem Ziel ist es, zu einer ganzheitlichen Sichtweise zu gelangen. Zudem gibt ein gezieltes Controlling und Monitoring aller Kommunikationskanäle Aufschlüsse auf Zielgruppen, ihr Medien-nutzungsverhalten und ihre Präferenzen und macht eine gezielte Steuerung der Kommunikationsmaßnahmen und -instrumente des Hofes möglich. Ein Management-Informationssystem wird abhängig vom Wachstum des Hofes zur notwendigen Infrastruktur gehören. Die Bedeutung klar definierter Prozesse und einer verlässlichen Datenbasis für die langfristige Planung ist den Grunder/innen der bewußt.

## **HERAUSFORDERUNG KOMMUNIKATION**

In der bewußten Entscheidung der Gründer/innen des heimatHOFES für eine gemeinnützige Unternehmensform steckt wohl die größte Herausforderung insbesondere in der Kommunikation: Sind die Sphären von Wohltätigkeit und Geldverdienen streng getrennt, können die Bürger und Konsumenten klar erkennen, worum es geht: um den guten Zweck oder ums Geld. Wenn diese Sphären verschwimmen, lässt sich das weniger klar erkennen. Die Öffentlichkeit wird kritisch hinterfragen, ob der heimatHOF zum Wohle weniger wirtschaftet oder zum Wohle aller.



### **STADT BALLENSTEDT Kooperation**

Langfristig verfolgte Investitionen einer Kommune vor Ort können das Investitionsklima entscheidend positiv beeinflussen. Um einen Kreislauf von Investition und Re-Investition auszulösen, der die Stadt dauerhaft wettbewerbsfähig macht ist es unabdingbar, dass Öffentliches und privates Engagement Hand in Hand gehen. Das möchte der heimatHOF durch die Installation eines Kuratoriums fördern. Im Kuratorium sind sowohl Vertreter/innen aus der Kommunalverwaltung als auch aus der Bürgerschaft. Im Fokus steht die Vernetzung und aktive Einbindung verschiedener Gesellschaftsschichten und Generationen (wir beabsichtigen einen Kinder- und Jugendabgeordneten) der Stadt Ballenstedt sowie Wissensträger aus dem soziokulturellen Leben der Stadt.

### **Erschließungs- und Straßen- ausbaubeiträge, Ausgleichszahlungen wegen Sanierungsgebiet**

Die Stadt veröffentlichte im Stadtboten Oktober 2017, dass die Ballenstedt dabei ist, Ausgleichszahlungen für Grundstücke festzusetzen, die im förmlichen Sanierungsgebiet liegen. Davon könnte auch der Hof betroffen sein, da er im Sanierungsgebiet liegt, obwohl keine Fördermittel von der Stadt beansprucht wurden. Soweit Straßenausbau- und/oder Erschließungsbeiträge gezahlt wurden, sollen diese mit den Ausgleichszahlungen verrechnet werden.

# Finanzen

Die Umsatzerlöse aus dem Herbergsbetrieb errechnen sich bis 2024 aus den Zimmerpreisen für jeweils 2 Doppelzimmer, 2 Einzelzimmer und dazugehörige Aufbettungen, die im Zuge der LEADER-Förderung 2020 in Stand gesetzt wurden. Auf dem Hof werden zu dem Möglichkeiten zum Aufstellen von Zelten zur Übernachtung auf Feldbetten und Stellplätze für Wohnmobile eingeplant.

Mittelfristig strebt die GmbH einen weiteren Umbau im Gebäude zu Mehrbettenunterkünften an, die dann in zwei Varianten vermietbar sind: zum einen als Mehrbettzimmer mit 11 bis 16 Betten und zum anderen als 4 Einzeleinheiten (2 Doppelzimmer, 1 Einheit mit 3 Betten und 1 Einheit mit 4 Betten).

Der reguläre Preis pro Person in allen Zimmern außer den Einzelzimmern beträgt 30€ pro Person. Die Einzelzimmer werden zu jeweils 40€ pro Person vermietet. Es wird beginnend von einer 32 Prozentigen (109 Tage) Bettenauslastung für Doppel- und Einzelzimmer ausgegangen, die sich über die Jahre bis 2024 auf 54% steigern soll. Für die Annahme der Steigerungszahlen wurden regional marktübliche Werte angenommen.

Der Bereich Herberge wurde durch die erworbenen LEADER-Fördermittel schlüsselfertig (inkl. Bäder, Fliesen, Maler und Belag) hergerichtet. In einem ersten Schritt wurden bis 2020 die ersten 4 Pensionszimmer hergerichtet und mit vorhandenem Mobiliar ausgestattet. Die Einrichtung des Mehrbettzimmersbereiches ist in Planung und wird als Bauphase für spätestens 2025 anvisiert.

Die Umsatzerlöse aus dem Cafébetrieb errechnen sich aus dem Cafébetrieb an Hoftagen und Zaungesprächen des Vereins heimatBEWEGEN e. V. und den ab März geplanten zwei Öffnungstagen in der Woche. Bei 90 Öffnungstagen im Jahr 2021 rechnen wir mit etwa 1.800 Besuchern und einem durchschnittlichen pro Stuhlsatz von 5,83€ pro Gast, das entspricht einer Auslastung von 66% bei insgesamt 2.700 Stühlen. In 2021 wird es zum einen Tag der offenen Tür zur Fertigstellung und einen Eröffnungstag geben. Das Engagement außerhalb des Hofes bezieht sich in 2021 zum einen auf das geplante Kulturfestival »Kunstkurort Zauberberg« zum anderen auf die Veranstaltung Rockharz, wo das heimatCAFÉ die Frühstücksversorgung des Family-Camping-Grounds übernimmt. Die Veranstaltung Rockharz findet auch in den Folgejahren statt. Das Frühstück im Rahmen der Übernachtung in der Herberge wird mit 8,00 € kalkuliert.

Beim Materialeinsatz wird in im Café-Bereich von einem 40% Warenbedarf ausgegangen.

Die Cafébereiche im Haus, sowie Teile des Hofes, Gartens oder der gesamten Anlage können zudem für Tagesveranstaltungen gebucht werden.

Für das Engagement Veranstaltungsservice auf dem Gut Ziegenberg wurden 2 Pakete geschnürt, die im Gesamten buchbar sind.

*Veranstaltungsservice Gesamtpaket groß (z.B. Hochzeiten, Großevents)*

Dieses inkludiert

// Einzelpaket Bar 10 Std.

// Einzelpaket Bedienung 10 Std

· Einzelpaket Abwasch 10 Std.

- // Endreinigung
- // Tischwäschepaket
- // Nebenkostenpauschale
- // Dienstleistungspauschale
- // Hofmiete groß inkl. Hausmeistertätigkeiten

Es wird davon ausgegangen, dass dieses 2 Mal pro Jahr gebucht wird.

*Veranstaltungsservice Gesamtpaket klein  
(z.B. Geburtstage, Tagungen,  
Kleinveranstaltungen)*

Dieses inkludiert

- // Einzelpaket Bar 5 Std.
- // Einzelpaket Bedienung 5 Std
- // Einzelpaket Abwasch 5 Std.
- // Tischwäschepaket
- // Nebenkostenpauschale
- // Miete Schankraum inkl. Reinigung

Es wird davon ausgegangen, dass dieses Paket 5 Mal pro Jahr gebucht wird.

Zusätzlich sind alle Mieten und die Personalpakete auch einzeln und individuell buchbar. Für eine Miete stehen nachfolgende Optionen zu einer angenommenen jährlichen Anzahl zur Verfügung:

- // Hof groß (angenommene Vermietung 3x jährlich)
- // Hof klein (angenommene Vermietung 3x jährlich)
- // Garten (angenommene Vermietung 1x jährlich)
- // Küchen (angenommene Vermietung 7x jährlich)
- // Schankraum (angenommene Vermietung 5x jährlich)
- // Scheune (angenommene Vermietung 1x jährlich)
- // Einzelpakete Personal (angenommen 10x jährlich)
- // Tischwäschepakete (angenommen 10x jährlich)
- // Pauschale Abwasser/Wasser/Strom/Müll/Heizung (für 20 Veranstaltungen)

Die Berechnung der Personalkosten gehen davon aus, dass das Facilitymanagement

ehrenamtlich durch die Mitglieder des Vereins übernommen wird. Die Organisation und Geschäftsführung der Herberge wird ab 2021 über einen angestellten Geschäftsführer mit einem Stundenanteil von 40%, steigend bis 60% in 2024 für die operative Arbeit im Bereich der Organisation, Koordination, Hauswirtschaft beschäftigt. In den hauswirtschaftlichen Tätigkeiten wird er durch ehrenamtliche Helfer des Vereins vertreten und unterstützt. Sobald die Mehrbettzimmer nutzbar sind, wird der Stundenanteil des Geschäftsführers auf 75% aufgestockt und eine weitere hauswirtschaftliche Personalstelle zur Unterstützung geschaffen. Der Cafébetrieb an den geplanten Öffnungstagen wird mit einer auf 450€ geringfügig eingestellt Personalstelle eingepplant. Diese wird zu dem mit ehrenamtlicher Tätigkeit der Vereinsmitglieder aufgestockt. Die Betriebskosten der GmbH sind anteilig berechnet und auf die Nutzung der Räumlichkeiten mit und ohne Inventar 324,21 m<sup>2</sup>, sowie die mit dem Verein gemeinschaftlich genutzten Räume 89,44 m<sup>2</sup> (Sanitäre Anlagen, Flure, Heizungsraum) aufgeteilt.



<b>Rentabilitätsvorschau</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4
alle Beträge ohne MST	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>1. Umsatz/Erlöse</b>	<b>€ 67.458,04</b>	<b>€ 77.620,44</b>	<b>€ 88.996,10</b>	<b>€ 105.371,69</b>
+ Umsatzerlöse Cafébetrieb	€ 17.974,06	€ 21.006,55	€ 23.119,86	€ 26.132,17
+ Umsatzerlöse Veranstaltungen	€ 22.005,62	€ 24.206,18	€ 27.837,10	€ 33.126,15
+ Umsatzerlöse Übernachtungen	€ 27.478,37	€ 32.407,71	€ 38.039,13	€ 46.113,37
- Wareneinsatz 7%	€ 6.100,00	€ 7.015,00	€ 8.067,25	€ 10.084,06
- Wareneinsatz 19%	€ 7.500,00	€ 7.875,00	€ 8.268,75	€ 8.682,19
<b>2. = Rohertrag/ Rohgewinn</b>	<b>€ 53.858,04</b>	<b>€ 62.730,44</b>	<b>€ 72.660,10</b>	<b>€ 86.605,44</b>
<b>3. Aufwendungen</b>				
- Personalkosten	€ 6.500,00	€ 7.800,00	€ 7.800,00	€ 7.800,00
- Personalkosten GF	€ 18.303,00	€ 20.591,18	€ 25.166,99	€ 27.454,90
- Raumkosten	€ 4.845,00	€ 4.845,00	€ 4.845,00	€ 6.845,00
- Nebenkosten fix (GEZ, Grundsteuer, Schornsteinfeger)	€ 630,35	€ 630,35	€ 630,35	€ 630,35
- Nebenkosten variabel (Strom, Wasser, Abfall, Heizung, Gema)	€ 5.334,43	€ 5.494,46	€ 5.601,15	€ 5.761,18
- Versicherungen	€ 4.037,66	€ 4.037,66	€ 4.037,66	€ 4.037,66
- Beiträge	€ 0,00	€ 800,00	€ 800,00	€ 800,00
- betriebl. KFZ-Kosten	€ 1.689,00	€ 1.689,00	€ 1.689,00	€ 1.689,00
- Werbung	€ 3.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00
- Telefon/Fax/Internet/Server	€ 2.050,00	€ 2.050,00	€ 2.050,00	€ 2.050,00
- Büromaterial/ Geschäftsbedarf	€ 1.500,00	€ 1.545,00	€ 1.575,00	€ 1.620,00
- Instandhaltung/Reperatur	€ 2.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00
- Beratung (inkl. Gründungskosten im 1. Jahr), Steuerberater	€ 3.831,37	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00
- Kontoführung	€ 270,00	€ 270,00	€ 270,00	€ 270,00
- Zinsen Kredit		€ 900,00	€ 900,00	€ 725,63
- Softwaremiete	€ 2.304,50	€ 2.304,50	€ 2.304,50	€ 2.304,50
- sonstige Kosten	€ 2.200,00	€ 2.700,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00
<b>= Summe Aufwendungen</b>	<b>€ 58.995,31</b>	<b>€ 64.157,15</b>	<b>€ 69.369,66</b>	<b>€ 73.688,22</b>
<b>4. Betriebsergebnis (2.-3.)</b>	<b>-€ 5.137,27</b>	<b>-€ 1.426,72</b>	<b>€ 3.290,44</b>	<b>€ 12.917,22</b>
- Abschreibungen	€ 11.121,67	€ 6.784,67	€ 6.164,67	€ 5.364,67
<b>5. Gewinn/Verlust vor Steuern</b>	<b>-€ 16.258,94</b>	<b>-€ 8.211,38</b>	<b>-€ 2.874,23</b>	<b>€ 7.552,55</b>
- Tilgung	€ 0,00	€ 0,00	€ 2.250,00	€ 7.750,00
- Steuern (Körperschafts, Gewerbesteuer)	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
<b>6. verfügbares Jahresergebnis</b>	<b>-€ 16.258,94</b>	<b>-€ 8.211,38</b>	<b>-€ 5.124,23</b>	<b>-€ 197,45</b>

## Endnoten

- 1 Vgl. zukunftsInstitut, <http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>, Zugriff am 14.10.2017
- 2 Vgl. Lokale Entwicklungsstrategie Nordharz, Landkreis Harz, Quedlinburg 2015, S. 13.
- 3 Vgl. Demographiebericht für Ballenstedt und Region, Bertelsmann-Stiftung, [www.wegweiser-kommune.de](http://www.wegweiser-kommune.de), Zugriff am 30.03.2017
- 4 Vgl. Lokale Entwicklungsstrategie Nordharz, Landkreis Harz, Quedlinburg 2015, S. 14.
- 5 Vgl. Demographieportal des Bundes und der Länder, <https://www.demografie-portal.de/SharedDocs/Informieren/DE/ZahlenFakten/ST/Bevoelkerungsentwicklung.html>, Zugriff am 28.04.2017
- 6 Vgl. Lokale Entwicklungsstrategie Nordharz, Landkreis Harz, Quedlinburg 2015, S. 15.
- 7 Vgl. Regionale Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014 – 2020, Magdeburg 2014, S. 17 ff.
- 8 Vgl. Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zur Barrierefreiheit und Inklusion. Deutscher Museumsbund e.V., Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit e.V. (Hg.), Berlin 2013, S. 60.
- 9 Vgl. Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zur Barrierefreiheit und Inklusion. Deutscher Museumsbund e.V., Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit e.V. (Hg.), Berlin 2013, S. 60.
- 10 Vgl. Regionale Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014 – 2020, Magdeburg 2014, S. 14 ff. , S. 6 ff
- 11 Tourismusbarometer Jahresbericht 2015, Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband, Berlin
- 12 Ballenstedter Chronik. Von den Anfängen bis 1920, Hrg. Kulturverein Wilhelm von Kugelgen e.V., Ballenstedt 2004, S. 41
- 13 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016
- 14 Statistisches Landessamt Sachsen-Anhalt, <https://www.statistik.sachsen-anhalt.de/Internet/Home/Veroeffentlichungen/Pressemitteilungen/2017/03/41.html>, Zugriff am 27.09.2017
- 15 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 16 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 17 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 18 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 19 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 20 zukunftsInstitut
- 21 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016
- 22 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 23 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 24 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 25 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 26 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 27 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 28 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 29 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 30 zukunftsInstitut [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/), Zugriff am 14.10.2017
- 31 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 32 Touristisches Zukunftskonzept

- Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 33 Wikipedia, Zugriff am 1.11.2017
- 34 Touristisches Zukunftskonzept Harz 2025, Harzer Tourismusverband, Februar 2016, S. 25 ff
- 35 Typologie der Wünsche, 2010
- 36 Marktforschung best4planning, 2013, in: Zukunftsinstitut, 2014
- 37 Marktforschung best4planning, 2013, in: Zukunftsinstitut, 2014
- 38 Marktforschung best4planning, 2013, in: Zukunftsinstitut, 2014
- 39 Erläuterungsbericht Masterplan Fahrradtourismus Grossraum Braunschweig, S. 42 ff, Juli 2015
- 40 Touristinformation Ballenstedt abgefragt am 30.10.2017
- 41 Vgl. Statistisches Landesamt
- 42 Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, Beherbergungskapazität, Dezember 2016
- 43 Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzepts Alstadt Ballenstedt, April 2016
- 44 Tourismusbarometer Jahresbericht 2015, Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband, Berlin
- 45 Tourismusbarometer Jahresbericht 2015, Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband, Berlin
- 46 Tourismusbarometer Jahresbericht 2015, Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband, Berlin
- 47 Tourismusbarometer
- Jahresbericht 2015, Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband, Berlin
- 48 dwif und TrustYou 2014 im Auftrag von LTV Sachsen (Hrsg.)

