

Anhang zum Tourismuskonzept für den Landkreis Northeim

Entwicklungs- und Vermarktungskonzept kreiseigene touristische Liegenschaften



Entwicklungs- und Vermarktungskonzept

Entwicklungs- und Vermarktungskonzept für die Liegenschaften des Landkreises Northeim

■ Kreiseigene touristische Liegenschaften

- Römerschlacht am Harzhorn, Bad Gandersheim/Kalefeld
- Mittelalterhaus Nienover, Bodenfelde
- Tongrube Willershausen, Kalefeld

■ Ziel

- Das Ziel des Entwicklungs- und Vermarktungskonzepts für die kreiseigenen touristischen Liegenschaften ist es, Handlungsbedarfe und Entwicklungspotenziale aufzuzeigen. Es werden praxisorientierte Maßnahmen definiert, die zur Steigerung der Bekanntheit und der Besucherzahlen beitragen, die regionale Identität und Kultur fördern sowie eine nachhaltige Entwicklung gewährleisten.
- Hierzu zählen auch die Qualifizierung des Angebots durch Verbesserung der Infrastruktur, die Schaffung attraktiver Besuchererlebnisse, Kooperationen mit lokalen Akteuren sowie eine effektive Vernetzung. Ziel ist es, ein vielfältiges und nachhaltiges touristisches Angebot zu etablieren.



RÖMERSCHLACHT HARZHORN

Kreiseigene touristische Liegenschaften
Römerschlacht am Harzhorn

Steckbrief: Römerschlacht am Harzhorn

Steckbrief		
Adresse	Am Harzhorn, 37589 Kalefeld	
Kontakt	Förderverein Römerschlacht am Harzhorn e. V.: Tel.: 05553/99 53 757; E-Mail: buchung@harzhorn.net	
Öffnungszeiten	Info-Gebäude am Harzhorn: April-Oktober: Sonn- und Feiertag 11:00-16:00 Uhr + jeden 3. Samstag im Monat 13:00-16:00 Uhr, November-März: Sonntag 13:00-16:00 Uhr; Öffentliche Führungen am Harzhorn, April-Oktober: Sonn- und Feiertag um 11:30 und 14:00 Uhr + jeden 3. Samstag im Monat 14:00 Uhr, November-März: Sonntag 14:00 Uhr	
Kurzbeschreibung	Historischer Point of Interest (POI), Schlachtfeld der Antike mit über 2700 römischen und germanischen Artefakten, breite Themenbereiche	
Angebote, Leistungen	Öffentliche/individuelle Führungen, Schul-/Kindergeburtstagsangebote, Rundweg mit QR-Codes, Vorträge, Workshops, Outdoor-Escape-Spiel	
Eintrittspreise	Besuch Info-Gebäude: Erwachsene 2,50 €; Kinder (6-14 Jahre) 1,50 €; Kinder bis 5 Jahre frei Führungen (inkl. Besuch Info-Gebäude): Erwachsene 6,00 €; ermäßigt 5,00 €; Kinder (6-14 Jahre) 4,00 €	
Zugänglichkeit	Info-Gebäude barrierefrei erreichbar	
Bewertungen	Google: 4,5/5 Sternen (153 Bewertungen)	
Zusätzliche Informationen	https://roemerschlachtamharzhorn.de/ , 8.500 Besucher (2018), 6.600 Besucher (2019)	

Stärken und Schwächen

Stärken

- In der Region bereits sehr bekannt (hohe mediale Aufmerksamkeit und Präsenz)
- Alleinstellungsmerkmal
- Gute Beschilderung/Auffindbarkeit und Parkmöglichkeiten weitgehend vorhanden
- Info-Gebäude ist barrierefrei erreichbar
- Führungen mit „Harzhorn Guides“, Gruppenführungen außerhalb der Öffnungszeiten möglich
- Rundweg mit QR-Codes/Rundwegkarte auch außerhalb der Öffnungszeiten begehbar sowie Interaktives Outdoor-Escape-Spiel
- Angebote für Schulen „mit BNE in die Zukunft“
- Eigene Webseite mit Leitbild für Liegenschaft (Berücksichtigung SDGs)
- Harzhorn-Flyer in 8 verschiedenen Sprachen
- Internationale Forschende am Schlachtfeld
- Großes ehrenamtliches Engagement
- Geopunkt Nr. 10 der Landmarke 1 (Hübichenstein), Teil des Geoparks Harz – Braunschweiger Land – Ostfalen, des größten Geoparks in Europa

Schwächen

- Keine ÖPNV-Anbindung
- Aktionsflächen für Schul- und Großveranstaltungen begrenzt
- Begrenzte und zudem saisonale Öffnungszeiten
- Keine durchgängige Beschilderung für Anreise aus Richtung Harz
- Kein umfänglich barrierefreier Zugang für Führungspfad/Rundweg, da zum Teil steile Waldwege
- Schlechte Rad-/Wanderweganbindung
- Keine direkten Online-Buchungsmöglichkeiten, nur Mail/Telefon
- Keine gastronomischen Angebote vorhanden
- Toiletten ohne Wasser zum Händewaschen

Römerschlachtfeld Harzhorn

Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse, Zuständigkeiten und Handlungsbedarfe

Erkenntnisse, Zuständigkeiten

■ Gutachterliche Empfehlung

- Weiterführung der fortlaufenden Abstimmung zwischen Verein und Landkreis (hier: Referat 40 Regionalentwicklung, Klimaschutz und Tourismus sowie der Kreisarchäologie)
 - Passgenaue Zusammensetzung der teilnehmenden Akteure der Abstimmungsrunden zur Verbesserung der Kommunikation
 - eine Regelmäßigkeit einführen
 - jeweils machbare und zielgerichtete nächste Schritte vereinbaren
- Gemeinsam einen planbaren Rahmen schaffen
 - Jährlich abgestimmte Maßnahmenpläne und mit Prioritäten versehene Maßnahmenpakete erstellen und regelmäßig evaluieren
 - Berücksichtigung der schrittweisen Qualitätsverbesserung des Angebots mit Blick auf die vorhandenen Personalkapazitäten



Erkenntnisse, Zuständigkeiten und Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Landkreis Northeim

- **Qualitätsentwicklung der Infrastruktur**
 - Lösung für Frischwasseranschluss finden (derzeit bereits in Arbeit)
 - Nutzbare Fläche für Schulaktionen/Veranstaltungen schaffen und Aktionsflächen im Freiraum
- **Überprüfung und Ergänzung der Beschilderung für motorisierten Verkehr**
- **Klärung der schrittweisen Anbindung an den ÖPNV** (wird im Nahverkehrsplan 2026 geprüft)
- **Schrittweise Optimierung der Anbindung an das (lokale) Radwege-/ Wanderwegenetz**
- **Optimierung des informierenden Marketings und der Kommunikation (nach innen und außen)**
 - Abstimmungsgespräche mit umliegenden Kommunen und den Tourismusverbänden zu Abläufen der Zusammenarbeit (z. B. digitale Informationsweitergabe)
 - Prüfung überregionaler/kostenloser Vermarktungsplattformen, z. B. Einbindung in die Präsentation von Radrouten in komoot oder Outdooractive
 - Fortsetzung Organisationsunterstützung von Veranstaltungen, die durch den Förderverein initiiert werden



Erkenntnisse, Zuständigkeiten und Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Förderverein

- **Organisation von Veranstaltungen für Multiplikatoren** zur Steigerung der Bekanntheit bzw. Bekanntmachung mit Unterstützung durch den Landkreis bzgl. der Informationsweitergabe, Verteilererstellung
- **Ausweitung von Teamevents/Teambuilding-Angeboten, um z. B. für Betriebsausflüge und im Tagungsumfeld interessant zu werden**
- **Inhaltliche Vorbereitung der wesentlichen Inhalte für das informierende Marketing**
- **Erweiterung relevanter Angebote und Aktivitäten für Schüler*innen** → Bereits vorhanden (Kerncurriculum), BNE: Antragstellung zum Außerschulischen Lernort
- **Qualitätsentwicklung des Angebots, z. B.**
 - Öffnungszeiten optimieren (z. B. in den Ferienzeiten auch wochentags ermöglichen), dafür Ausweitung des Gästeführerpools
 - Digitale Verlängerung und Schaffung von weiteren Mehrwerten, z. B. Aufbereitung weiterer Inhalte und Verknüpfung mittels QR-Codes (u. a. Bewegtbild, Audio)
 - Professionalisierung der Informationen zur Gastronomie, z. B. auf der Internetseite oder Flyer, da das häufig die Grundlage für eine Besuchsentscheidung darstellt
 - Shop-Angebot: Präsentation der Produkte optimieren, Auswahl an Produkten ist vorhanden



Handlungsempfehlungen

- **Engere Kooperation mit den (Tourismus-)verbänden in Bezug auf die (über-)regionale Vermarktung**
 - In der Regel wird aktivierendes Marketing von den Tourismusverbänden übernommen (z. B. überregionale Advertorials, Anzeigen, Messeaktivitäten, hier bestehen Möglichkeiten für Mitglieder eingebunden zu werden)
 - Das informierende Marketing (z. B. Aufbereitung/Einpflege der Informationen in die Datenbanken, Social-Media-Aktivitäten) und die Binnenkommunikation erfolgen über Landkreis, Kommunen und POIs
 - Eine offensivere Einbringung in Harzer Tourismusverband ist anzuraten, da es derzeit eine unzureichende POI-Darstellung auf harzinfo.de gibt und die Veranstaltung am Harzhorn nicht gelistet werden.
 - Prüfung einer kooperativen Zusammenarbeit/Mitgliedschaft im Harzer Tourismusverband e. V.
 - Kalefeld ist im UNESCO Geopark Harz verankert, dies kann stärker im Rahmen der Vermarktung genutzt werden, siehe z. B. Hinweis zur Beschilderung (<https://geoparkhblo.de/standorte/uebersichtskarte/>)



Handlungsempfehlungen

Folgende Aufgaben im Bereich Marketing & Öffentlichkeitsarbeit (über Pressemitteilungen hinaus) sollten durch den Landkreis wahrgenommen, mindestens angestoßen oder koordiniert werden, mit Unterstützung durch die Kommunen und/oder den Förderverein:

- **Regelmäßige offensive Ansprache der Leistungsträger*innen zur Bewerbung notwendig**
 - Flyerverteilung an Gastgewerbe und touristische Akteure: Es ist Aufgabe von Kommunen, Informationsmaterial zu verteilen, damit es bei den Gästen ankommt (so auch Flyer zum Harzhorn). Es ist sinnvoll, dafür Strukturen und Abläufe zu besprechen: Bsp. 2 x pro Jahr Versand/Belieferung von Informationsmaterial an das Gastgewerbe durch die Kommunen, Informationen werden durch den Landkreis den Kommunen zur Verfügung gestellt.
 - Prüfung, ob Informationen auf Internetseiten der touristischen Akteure vorhanden sind (umliegende Kommunen, Gastgewerbe etc.), Animation dieser Akteure durch Zurverfügungstellung von Textmaterial, Fotos, Logo, Link.
 - Organisation einer Veranstaltung für Multiplikatoren (Besichtigung, Erläuterungen, Networking)
- **Zusammenarbeit mit Verbänden, Heimatvereinen, Seniorenvereinen, Geschichtsvereinen usw.**
 - Erstellung eines regionalen Verteilers, Einladung der Vorsitzenden und Organisation einer Informationsveranstaltung („Demotour“)
 - Erstellung eines überregionalen Verteilers und Informationsversand in Absprache mit Kommunen/ ggf. dem regionalen Tourismusverband, ggf. auch Einladung zur Präsentation des Angebots



Handlungsempfehlungen

- **Einbindung des Harzhorns in (touristische) Angebotsbündel**, die es gemeinsam mit den Kommunen im Rahmen der touristischen Entwicklung im Landkreis zu erarbeiten gilt
- **Prüfung der Datenbasis: Sind alle Daten umfänglich und als offene Daten im Niedersachsen Hub eingetragen?**
 - Zusammenstellung zielgruppengerechter Informationen und Zuführung über Zuständige in den DataHub
 - Hinweis: Dateneintragung erfolgt i. d. R. direkt durch den Harzer Tourismusverband e. V. für seine Mitglieder
- **Ausbildung/Qualifizierung neuer Guides/in Zusammenarbeit mit Förderverein**



Handlungsempfehlungen

Koordinierung und Unterstützung bei der digitalen Sichtbarkeit (Newsletter, SEO, Social Media), u. a.

■ Webseite

- Informationen zu Unterkünften, Gastronomie, Anreise via Rad oder ÖPNV, Verbindungen und Themenbündel hinzufügen
- Sichtbarkeit in Suchmaschinen verbessern, Nutzung relevanter Keywords/Erstellung SEO-optimierter Inhalte

■ Social Media

- Römerschlachtfeld Harzhorn ist bereits aktiv u. a. bei Facebook (457 Follower) und Instagram (1.102 Follower) mit teilw. vielen Reaktionen auf Beiträge, diese gute Arbeit fortsetzen und optimieren
- Ausbau der strategischen Unterstützung für Social-Media-Aktivitäten, einschließlich der Verknüpfung mit anderen Kanälen zur besseren Erreichbarkeit der Einwohnenden
- Gewinnspielbeteiligungen: Eintrittskarten bzw. Gruppenführungen im Rahmen verschiedener Aktionen verlosen

■ Besucherfeedback und Bewertungen

- Sammlung und Nutzung von Besucherfeedback zur kontinuierlichen Verbesserung der Besuchererfahrung und Optimierung von Angeboten. (Fragebögen oder digitale Lösung, dauerhaft)
- Weiterführung der aktiven Pflege und Reaktion auf Bewertungen auf Plattformen wie TripAdvisor oder Google, um das Vertrauen potenzieller Besucher*innen zu stärken.



Handlungsempfehlungen

Zielgruppen näher beleuchten

- **Differenzierte Zielgruppen in Konzepten der Tourismusverbände Harz und Weserbergland vorhanden:** Angebot bzw. Marketing entsprechend auf chancenreichste Zielgruppen ausrichten
- **Beispiel: Anreise via Rad auf Webseite darstellen** (Zielgruppe: Sternradler (WBT), auf entsprechenden Internetseiten bestimmte Zielgruppen anwerben, z. B. Ansprache von Schulen, Motorradfahrern)

Zielgruppen-Analyse: Chancenreiche Zielgruppen

- **Ausgehend vom Konzept des Harzer Tourismusverbandes e. V.**
 - Traditionelles und Konservatives Milieu (v. a. Senioren)
 - „Best Ager“/Konservativ-Etablierte (legen Wert auf Etikette/Ordnung, oft Teil der oberen Schicht)
 - Hedonistisches Milieu (spaß- und erlebnisorientierte Unterschicht/untere Mitte)
 - Familien mit Kindern (im schulpflichtigen Alter)
 - Jugendgruppen- und Schulklassenfahrten (erlebnispädagogische Angebote)
- **Ausgehend vom Konzept des Weserbergland Tourismus e. V.**
 - Radtourismus: familienorientierte Sterntouren-Radler
 - Historisches Weserbergland: dynamische Best-Ager, konventionelle Alleinreisende, lebensfreudige Großeltern mit Enkel, Vereine und Kleingruppen





Kreiseigene touristische Liegenschaften **Tongrube Willershausen**

Steckbrief: Tongrube Willershausen

Steckbrief		 © Tongrube Willershausen
Adresse	Hinter den Höfen 8, 37589 Kalefeld	
Kontakt	Heimatverein Willershausen e. V., 1. Vorsitzender: Heiko Jäckel, Tel.: 05553/4963	
Öffnungszeiten	Geotop-Station und Naturdenkmal von März bis Oktober jeweils am letzten Sonntag des Monats von 10:00-12:00 Uhr geöffnet und zu besichtigen, Führungen ab 10:00 Uhr möglich (Dauer: ca. 90min), nach Absprache auch außerhalb der genannten Zeiten	
Kurzbeschreibung	Eine pliozäne Fossilagerstätte von internationaler Bedeutung	
Angebote, Leistungen	Öffentliche/individuelle Führungen durch „Tongruben-Guides“	
Eintrittspreise	Ausstellung: kostenfrei, Sonntagsführungen einmal pro Monat: Erwachsene 5,00 €, Kinder (6-14 Jahre) 3,00 €, Kinder bis 5 Jahre frei, abweichen der Preise bei individuellen Führungen	
Zugänglichkeit	Wege in der Tongrube sind nicht barrierefrei, festes Schuhwerk notwendig	
Bewertungen	Google: 4,2/5 Sternen (20 Bewertungen)	
Zusätzliche Informationen	http://www.willershausen-harz.de/tongrube.htm , https://www.kulturis.online/de/orte/fossilagerstaette-und-geotop-station-tongrube-willershausen	

Stärken und Schwächen

Stärken

- Geopunkt Nr. 9 der Landmarke 1 (Hübichenstein), Teil des Geoparks Harz – Braunschweiger Land – Ostfalen, des größten Geoparks in Europa
- Entsprechende Vermarktung und Beschilderung im Ort durch Geopark
- Umfängliche wissenschaftliche Erforschung dieses besonderen Themas
- Bekannt bei Fachgruppen
- Individuelle Gruppenführungen möglich
- Webseite mit historischen Bildern untermauert
- Kleiner Veranstaltungskalender vorhanden
- Parkplätze in direkter Nähe
- Über Radwege erreichbar, eingebunden in Rundtour in Outdooractive

Schwächen

- Nur wenige herausragende Fundstücke sind vor Ort sichtbar, sondern zum Großteil in Göttingen ausgestellt
- Keine barrierefreien Wege im Gelände
- Keine sinnvolle ÖPNV-Verbindung vorhanden, die als Anreiseoption für Schulen genutzt werden könnte
- Keine Reisebus-Parkplätze vor Ort, ausschließlich im Ortskern mit mehreren Gehminuten und Anstieg
- Fehlende Informationen auf der Webseite
- Keine mehrsprachigen Führungen
- Kein gastronomisches Angebot im Ort vorhanden
- Kaum Bekanntheit bei „Nicht-Fachleuten“
- Nicht auffindbar auf Tourismus-Internetseiten umliegender Kommunen
- Keine auffindbaren Angebote für Schüler*innen

Tongrube Willershausen

Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse und Zuständigkeiten

Die Tongrube Willershausen ist gegenwärtig kein touristischer Hotspot. Dies liegt hauptsächlich an der spezifischen Thematik, die in erster Linie Fachgruppen und interessierte Einzelpersonen anspricht, jedoch nicht die breite Masse im Rahmen von Urlauben oder Tagesausflügen anzieht. Hinzu kommt, dass wegen der einschränkenden Rahmenbedingungen (fehlende Infrastruktur, Personalkapazitäten) aktuell bewusst wenig Marketing betrieben wird.

Der Landkreis Northeim strebt dennoch an, die Tongrube behutsam weiterzuentwickeln und sie als bedeutenden Bestandteil des regionalen Naturerbes zu positionieren.

Potenzziale zeigen sich beispielsweise in der gezielten Förderung von Maßnahmen zur Erhöhung der Bekanntheit bei Fachgruppen und der Verbesserung des Angebots für interessierte Besuchergruppen. Ziel sollte es sein, durch eine sorgfältige und strategische Entwicklung die Attraktivität der Tongrube zu steigern. Durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen und einer Optimierung der vorhandenen Infrastruktur kann die Tongrube verstärkt als Besuchsziel für spezialisierte Zielgruppen (z. B. wissenschaftliche Fachgruppen) etabliert und dadurch die Wertschöpfung für umliegende Übernachtungs- und Gastronomieangebote erhöht werden.

In diesem Kontext ist es entscheidend, dass alle Entwicklungsmaßnahmen darauf abzielen, das vorhandene Potenzial der Tongrube optimal zu nutzen.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse und Zuständigkeiten

- **Klärung der Grundsatzfrage: Welche Ziele möchte der Landkreis sowie der Heimatverein verfolgen?**
 - Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden und ist der Fokus auf die Steigerung der touristischen Bedeutung in Frage zu stellen?
 - Gutachtersicht: Auf Grund der Thematik, der Gegebenheiten vor Ort, der geringen finanziellen Ausstattung und der fehlenden Personalstruktur ist das Erreichen einer größeren touristischen Bedeutung für Einzelreisende nicht zu erwarten. Empfehlenswert ist daher eine Fokussierung auf Fachgruppen (deutschlandweit) und Einwohnende des Landkreises Northeim und Schüler*innen im Raum Südniedersachsen.
- **Entsprechend der Zielstellung**
 - Auf Grundlage der festgelegten Zielsetzung sollten die Zuständigkeiten des Landkreises Northeim und des Heimatvereins klar definiert und abgegrenzt werden.
 - Maßnahmenpakete mit Priorisierungen für die nächsten Jahre sollten gemeinsam geschnürt werden.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Landkreis Northeim

- **Unterstützung und Verbesserung des informierenden Marketings und der Kommunikation mit Fokus auf Einwohnende, Schulen und Fachgruppen (z. B. Verteileraufbau zur gezielten Ansprache von Fachgruppen)**
- **Unterstützung bei der Optimierung der Infrastruktur vor Ort, dauerhafte Aufgaben, erfolgen bereits:**
 - Überprüfung, ggf. Ergänzung der Beschilderung in bzw. der Wegweisung zur Tongrube
 - Verbesserung der Wegstrukturen bzw. -oberflächen (u. a. bessere Zugänglichkeit bei schlechter Witterung; bei Regenfällen „matschige“ Zuwegung, ggf. durch die Nutzung von Steinplatten an einigen Stellen lösbar)
 - Optimierung der Anbindung an das Rad- und Wanderwegenetz sowie des ÖPNV-Anschlusses
- **Unterstützung bei der Rekrutierung weiterer Ehrenamtlicher, Schulung zusätzlicher Gästeführer*innen**
- **Einführung digitaler Präsentationsformate für Fundstücke, z. B. als Projektaufgabe für Studierende der Geobiologie der Universität Göttingen**



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Landkreis Northeim

- **Unterstützende Koordination hinsichtlich Kooperationen/Partnerschaften**
 - Entwicklung von Kooperationen mit umliegenden Unterkünften und Gastronomiebetrieben (v. a. für Zielgruppe der Fachgruppen)
 - Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen, ggf. mit gezieltem Angebot an Tagungs- und Veranstaltungsräumen zur Etablierung von regelmäßigen Fachkongressen zu dem Themenschwerpunkt
- **Förderung der Einrichtung von Bildungsprogrammen und Angeboten speziell für Schulen, inkl. Anreise**
- **Finanzierung einer optimierten, modernen Internetpräsenz mit entsprechenden Inhalten zur Aktivierung von Fachgruppen**



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Verein

- **Vorbereitung der wesentlichen Inhalte für das informierende Marketing** (Bilder, Texte, relevante Informationen in ansprechender Qualität)
- **Inhaltliche Unterstützung bei der Erarbeitung einer optimierten Internetseite**
- **Erweiterung des ehrenamtlichen Engagements durch Schulungen für neue freiwillige Helfer*innen und Förderung von Mini-Jobs für spezifische Bereiche**
- **Entwicklung eines Konzepts, in dem Mehrwerte herausgearbeitet werden, zur strategischen Akquise und langfristigen Bindung von Förderern** (u. a. umfangreiche Berücksichtigung und Honorierung bei Veranstaltungen und Präsentation, Benennung auf der Internetseite, regelmäßige Presseaktivitäten)
- **Aktive Spendenakquise für spezifische Projekte und Ausstellungen**
- **Förderung der Einrichtung von Bildungsprogrammen und Angeboten speziell für Schulen, um die Anreise und Teilnahme für Schulklassen zu erleichtern**
- **Organisation von Veranstaltungen und Workshops für Fachgruppen, um die Bekanntheit und das Interesse von potenziellen Besucher*innen zu stärken**



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Webseiten-Optimierung

- **Relaunch zu einer zeitgemäßen, responsiven und benutzerfreundlichen Webseite**
 - Ggf. mehrsprachig für die Zielgruppe der Fachbesucher*innen (über KI vereinfachte Möglichkeiten vorhanden)
 - Mit allen relevanten Informationen wie Öffnungszeiten, Veranstaltungen, möglichen Eintrittspreisen oder Spendenaufrufen und Hintergründen
- **Regelmäßige Pflege/Aktualisierung der Webseite bzw. von Inhalten**

Social-Media-Marketing

- **Fortsetzung und Optimierung der informierenden Arbeit** auf relevanten Plattformen (v. a. Instagram und LinkedIn)
- **Regelmäßige Posts mit ansprechendem Content wie historische Fakten, Veranstaltungshinweisen und Geschichten aus der Tongrube**
 - Ggf. auch in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren/Kommunen/Tourismusverbänden, um Interesse zu fördern und Reichweite aufzubauen.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Content Marketing

- **Produktion von Content wie Videos, historische Bilder und Beiträge über die Angebote, Arbeit und wissenschaftliche Erforschung der Tongrube, Storytelling**
- **Veröffentlichung von Gastbeiträgen auf lokalen/regionalen Tourismuseiten oder Blogs, um die Tongrube als lokale/regionale Attraktion zu präsentieren/positionieren**

Schaffung von mehrsprachigen Führungen und Informationsmaterialien

- **Einführung von mehrsprachigen Führungen und Erstellung von Informationsmaterialien** in verschiedenen Sprachen, um die Zugänglichkeit für internationale Besucher*innen zu erhöhen (v. a. Englisch, ggf. weitere Sprachen)

Kooperation mit Partnern

- **Mit Blick auf Fachgruppen:** Entwicklung von Kooperationen mit umliegenden Unterkünften und Gastronomiebetrieben, um mit Fokus auf die Wertschöpfung die Fachgruppen zur Übernachtung und/oder Restaurantbesuch im Landkreis zu animieren





Kreiseigene touristische Liegenschaften **Mittelalterhaus Nienover**

Steckbrief: Mittelalterhaus Nienover

Steckbrief		
Adresse	Schinkeltriftstraße, 37194 Bodenfelde Längengrad: 9.519441; Breitengrad: 51.682037	
Kontakt	Landkreis Northeim, Medenheimer Str. 6/8, 37154 Northeim Ansprechpartnerin: Sina Wiedermann, Dr. Petra Lönne	
Öffnungszeiten	Im Rahmen von Belebungen an den Tagen meist 11-17 Uhr, im Kern Samstag und Sonntag	
Kurzbeschreibung	Mittelalterhaus, das auf den original archäologisch nachgewiesenen Fundamenten eines mittelalterlichen Stadthauses steht, Vermittlung von mittelalterlichen Lebensumständen, Handwerk und Zimmermannskunst in Nienover (älteste Stadtgründung im Solling), Ziel: Geschichte erlebbar machen	
Angebote, Leistungen	Reenactment, Führungen, Workshops (Backen im Lehmofen, Bogenbau), Angebote für Schulen und Kinder, Musikveranstaltungen	
Eintrittspreise	Der Besuch bei Belebungen ist kostenfrei, aber Veranstaltungen und Angebote für Schulen sind kostenpflichtig.	
Zugänglichkeit	Barrierefreiheit zum Teil gegeben	
Bewertungen	Google: 4,5/5 Sternen (63 Bewertungen)	
Zusätzliche Informationen	https://www.mittelalterhaus-nienover.de/index.php?s=start	

Stärken und Schwächen

Stärken

- Virtueller Rundgang durch das Haus
- Jährliche Aktionen, z. B. Mittelaltermeile zu Himmelfahrt
- Englischsprachige Führungen möglich
- Webseite in englischer Sprache
- Kostenlose Nutzung für mittelalterliche Gruppen (nach Absprache/Anmeldung)
- Gute Erreichbarkeit über Radwege, Wanderwege in der Nähe
- Gruppenangebote, Schülerangebote und auch individuelle Nutzung z. B. durch Mittelaltergruppe
- Veranstaltungskalender auf Webseite
- Kooperationspartner*innen (Ansprechpartner*innen vor Ort, z. B. Naturpark Solling-Vogler, Geschichts- und Heimatverein Fredelsloh e. V., Sollingverein Uslar)

Schwächen

- Webseite nicht responsiv, Struktur unübersichtlich, fehlende Informationen, Öffnungszeiten nicht zu finden
- Offenbar keine spontanen Besuche für Einzelpersonen möglich
- Keine Gastronomie in der Nähe
- Keine Online-Reservierungen möglich
- Keine große Bekanntheit
- Keine Einnahmequellen
- Keine ÖPNV-Anbindung vorhanden
- Keine Parkplätze für große Gruppen vorhanden, aber ein Busstellplatz

Mittelalterhaus Nienover

Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse und Zuständigkeiten

Trotz seines kulturellen und historischen Werts ist das Mittelalterhaus Nienover derzeit kein touristischer Hotspot. Die eingeschränkte Informationsverfügbarkeit und das Fehlen regelmäßiger Öffnungszeiten und Führungen haben dazu beigetragen, dass das Mittelalterhaus bisher nur wenig Aufmerksamkeit von touristischen Einzelreisenden erhält, vielmehr besteht Interesse seitens Fachgruppen bzw. „Mittelalter-Interessierten“.

Dennoch birgt es Potenzial, insbesondere in Verbindung mit thematischen Tourismusangeboten und ggf. Bildungsinitiativen. Durch gezielte Maßnahmen, wie die Organisation von (Gruppen-)Führungen oder der Schaffung digitaler Informationsangebote (Stichwort: Selbsterschließung), kann die Attraktivität des Mittelalterhauses gesteigert werden. Diese Entwicklungen werden nicht nur die Bekanntheit des Hauses erhöhen, sondern auch dessen Integration in regionale und überregionale touristische Netzwerke fördern.

Der Landkreis Northeim sollte daher anstreben, das Mittelalterhaus Nienover behutsam zu entwickeln und es als wertvollen Bestandteil des kulturellen Erbes in der Region zu positionieren.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse und Zuständigkeiten

- **Gründung oder Einbindung in einen (Förder-)Verein:** Zur Weiterentwicklung und Unterstützung der Aufgaben wäre die Gründung eines Fördervereins oder die Einbindung in einen bestehenden Verein im Umfeld, wie z. B. einem Heimatverein, von großem Nutzen.
- **Aufbereitung der Geschichte** des Mittelalterhauses: u. a. für die Schulung von Gästeführer*innen: Didaktik, Tonfall, Erzählweise auf Zielgruppen ausgerichtet, mit dem Ziel eine fundierte und interessante Vermittlung der Inhalte zu erreichen.
- **Ansprache erfahrener Gästeführer*innen:** Es ist ratsam Gästeführer*innen anzusprechen, die bereits an anderen Sehenswürdigkeiten in der näheren Umgebung tätig sind, da die Nachfrage nach Führungen erst schrittweise gesteigert werden muss und die Anreise für die Gästeführer*innen nicht zu weit sein darf.
- **Organisation von Schulungen,** um sicherzustellen, dass diese über das notwendige Wissen und die Kompetenzen verfügen, um qualitativ hochwertige Führungen anbieten zu können.
- Ggf. könnten in einem nächsten Schritt **Gästeführungen in Gewandungen** zum Thema Mittelalter entwickelt werden; es werden bereits pädagogische Angebote für Schulen angeboten.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Erkenntnisse und Zuständigkeiten

- **Fokussierung auf Gruppenführungen:** Das Angebot sollte sich primär auf Gruppenführungen konzentrieren, die zu individuellen Terminen angefragt werden können.
- **Zusätzliche Termine für Einzelpersonen:** An bestimmten Terminen im Jahr (in der Hauptsaison, zwischen April und Oktober) könnten öffentliche Führungen angeboten werden, zu denen sich Einzelpersonen anmelden können. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass Gruppen am Wochenende das Haus und das Umfeld nutzen. Es wäre sinnvoll, die Führungen für Einzelpersonen wochentags in den Ferien oder an Feiertagen anzubieten.
- **Ergänzung durch Informationstafeln:** Informationstafeln (z. B. mit einer digitalen Erweiterung über QR-Codes) könnten installiert werden, um Radfahrenden und anderen individuellen Besucher*innen die Möglichkeit zu geben, sich eigenständig in die Geschichte des Mittelalterhauses zu vertiefen.
- **Integration und Verlängerung über digitale Inhalte:** Eine Verlängerung der Informationsvermittlung über digitale Inhalte kann genutzt werden, um die teilw. nicht mehr sichtbaren Elemente innerhalb des Hauses in die Führungen einzubinden, sichtbar zu machen und somit das historische Erlebnis zu bereichern. Zudem können Besucher*innen sich so das Mittelalterhaus selbst erschließen, ohne eine Gästeführung buchen zu müssen.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Landkreis Northeim

Überprüfung, Ausbau und kontinuierliche Verbesserung der Angebotsqualität

- Aktualisierung der Internetseite zu einer responsiven Plattform mit umfassenden Informationen
- Verbesserung der ÖPNV-Anbindung zwischen Bahnhof Bodenfelde und dem Mittelalterhaus
- Verbindung mit anderen lokalen Themen und Angeboten (z. B. Hutewald, Reiten und Wandern)
- Präsentation von Informationen zu umliegenden Wander- und Radwegen
- **Entwicklung von Einnahmequellen für einen möglichen Förderverein**
 - Z. B. Spendenbox, Angebote, Gästeführungen
- **Ausbau eines informierenden Marketings mit entsprechenden Aktivitäten und Maßnahmen**
 - Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit zur Steigerung der Medienpräsenz und Bekanntheit
 - Ggf. Einbettung in touristische Themenfelder, z. B. „Historisches Weserbergland“ oder in der Qualitätsregion Wanderbares Deutschland im Solling



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Handlungsempfehlungen für den Landkreis Northeim

- **Veranstaltungsorganisation für Multiplikatoren:** Nach der Etablierung eines Fördervereins und dem Aufbau von Gästeführungen sollten Veranstaltungen organisiert werden, die speziell auf Multiplikatoren wie Heimat- und Kulturvereine abzielen. Dies dient der Steigerung der Bekanntheit über die Mittelaltergruppen hinaus und führt zur Buchung der Gästeführungsangebote.
- **Unterstützung bei Veranstaltungen:** Der Landkreis sollte weiterhin bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen, wie beispielsweise Mittelaltermärkten oder Konzerten und Lesungen, Unterstützung bieten.
- **Förderung von Partnerschaften:** Partnerschaften mit lokalen Akteuren sollten gefördert werden, um eine gemeinsame Vermarktung zu ermöglichen und Synergien zu nutzen.
- **Verbesserung der touristischen Infrastruktur:** Die touristische Infrastruktur, insbesondere Parkmöglichkeiten (P&R und Shuttle), sollten bei steigendem Besucheraufkommen ausgeweitet und verbessert werden.
- **Unterstützung bei Fördermitteln:** Der Landkreis sollte den potenziellen Förderverein bei der Suche und Beantragung von Fördermitteln und Zuschüssen unterstützen.
- **Durchführung von Besucheranalysen:** Besucheranalysen sollten durchgeführt werden, um das Angebot kontinuierlich an die Bedürfnisse der Besucher*innen anzupassen. In diesem Fall wäre das als Projekt einer Universität vorstellbar und dadurch kostengünstiger umzusetzen.



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Webseiten-Optimierung

- **Aktualisierung zu einer zeitgemäßen, responsiven und benutzerfreundlichen Webseite** mit allen relevanten Informationen wie Öffnungszeiten, Veranstaltungen und historischen Hintergründen; Sichtbarkeit der Webseite in Suchmaschinen verbessern, Nutzung relevanter Keywords, Erstellung von SEO-optimierten Inhalten
- **Mittel- bis langfristig ggf. Integration einer Anfragefunktion (oder Buchungsfunktion)** für Führungen oder Events

Social-Media-Marketing

- **Fortsetzung der guten Arbeit in den relevanten Plattformen (v. a. Instagram, Facebook),**
- **Weiterhin regelmäßige Posts mit ansprechendem Content**, wie z. B. historische Fakten, Veranstaltungshinweise und Geschichten aus dem Mittelalterhaus; ggf. auch in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren
- **Nutzung von Hashtags, gezielten Werbeanzeigen und Einbindung in Kanäle der Tourismusverbände**, um Reichweite und Interaktion zu erhöhen



Erkenntnisse, Zuständigkeiten, Handlungsbedarfe

Content Marketing

- **Überprüfung der Darstellung des Mittelalterhauses (und seines Angebotes) auf Webseiten** von Dritten, ggf. Anpassung dieser Inhalte/Darstellung
- **Erstellung von Inhalten (Blogbeiträgen oder Artikeln usw.) über historische Themen**, Ereignisse im Mittelalterhaus und besondere Highlights; Veröffentlichung auf Webseite bzw. in lokalen/regionalen Medien oder über Tourismusverbände (z. B. Newsletter)
- **Veröffentlichung von Gastbeiträgen auf lokalen/regionalen Tourismuseiten oder Blogs**, um das Mittelalterhaus als lokale/regionale Attraktion zu positionieren

Kooperation und Partnerschaften, mittel- bis langfristig, wenn das Angebot gewachsen ist:

- **Aufbau von Kooperationen mit Hotels/Attraktionen** zur gegenseitigen Bewerbung und Vermarktung
- **gemeinsame Aktionen oder Paketangebote mit Partner*innen**, die Übernachtungen und Besuche im Mittelalterhaus kombinieren

