

4 Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Mit der Globalisierung und Kapitalisierung der Gesellschaft wird eine Besinnung auf die Identität, die Individualität und Authentizität einer Stadt immer wichtiger, um im interstädtischen Wettbewerb bestehen zu können.¹²⁷

Wie wird aber die Identität einer Stadt bestimmt? Der Ursprung der Identität einer Stadt ist ihre Geschichte. Weiterhin wird sie geprägt durch die innerstädtischen Entwicklungen, das Selbstverständnis der Stadt, ihrer Bewohner und das Image, welche die Gäste der Stadt wahrnehmen und nach ihrem Besuch raus in die Welt tragen. Der Prozess der Identitätsbildung kann beeinflusst bzw. gesteuert und aktiv gefördert werden. Hier ist die Stadtverwaltung ebenso gefragt, wie touristische Leistungsträger und Einwohner.

4.1 Historie

„Wenngleich die Region bereits in der Altsteinzeit besiedelt war, werden Geschichte und Kultur der Stadt Blankenburg/Harz vor allem durch den Zeitraum zwischen Mittelalter und Barock geprägt.“¹²⁸

Blankenburg am Harz kann auf eine Jahrhunderte alte Geschichte und historisch gewachsene Traditionen zurückblicken. Wird die Historie der Schlösser und Schlossgärten in Blankenburg (Harz) betrachtet, so sollte zuerst ein Blick auf die Geschichte der Stadt geworfen werden.

Der Name der Stadt ergibt sich aus den Worten „Blanker Stein“ und „Burg“, denn ebendiese wurde um 1123 auf einem Kalkberg gebaut. Dieser Kalkberg liegt in einer Höhe von 305m über Null.¹²⁹ Aus fast jeden Winkel der Stadt lässt sich das Schloss sehen – selbst in der Dunkelheit.¹³⁰ Erstmals urkundlich erwähnt wurde Blankenburg als „castrum blankenburch“ im Jahre 1123.¹³¹ Das Rathaus und die Bartholomäus Kirche wurden bereits um 13. Jahrhundert erbaut.¹³² Zu Beginn des 14. Jahrhunderts wurde dann die Stadtmauer errichtet, von der heute noch Teile zu sehen sind und welche den Berggarten vom Terrassengarten trennt.¹³³ Zu dieser Zeit lebten die Bewohner Blankenburgs (Harz) größtenteils durch die Einnahmen von Landwirtschaft und Handwerk. Durch Ereignisse, wie dem deutschen Bauernkrieg, bei dem es den Bauern darum ging, gegen den Adel für eine gerechtere Welt zu

¹²⁷ tredition GmbH (2013): <https://tredition.de/autoren/timm-helbach-11950/die-identitaet-der-stadt-paperback-36300/>

¹²⁸ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 26

¹²⁹ Vgl. Verein Rettung Schloss Blankenburg e.V. (2018); <https://www.rettung-schloss-blankenburger.de/schloss/>

¹³⁰ Vgl. Kiekenap, B.: „Spuren des Löwen“. (2002) S.7

¹³¹ Vgl. Bauhaus Universität Weimar (2011), S. 9

¹³² Vgl. Stadt Blankenburg (Harz) (o.J.): <http://www.blankenburg.de/-stadtportrait/geschichte/geschichte.html>

¹³³ Vgl. Gartenträume – Historische Parks in Sachsen-Anhalt e. V. (o.J.): <http://gartentraeume-sachsen-anhalt.de/de/gartentraeume-parks/schlossgaerten-blankenburger.html>

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

kämpfen¹³⁴, oder auch dem 30-jährigen Krieg, verarmten die Bürger der Stadt und die Wirtschaft brach ein.¹³⁵ Trotz allem war Blankenburg (Harz) damals wie auch heute durch die zentrale Lage am nördlichen Harzrand sehr bedeutsam.¹³⁶

„Geprägt durch eine über tausendjährige Geschichte bietet das Schlossensemble zahlreiche historische Anknüpfungspunkte.“¹³⁷ „Das Ensemble der Blankenburger Schlossgärten wird zweifellos in erster Linie vom Großen Schloss dominiert. Einen weiteren Schwerpunkt bildet das Kleine Schloss mit dem Lustgarten, der schon im 18. Jahrhundert der am intensivsten gestaltete Bereich war.“¹³⁸

Abbildung 53: Zeichnung der barocken Schlossanlage



Quelle: Tessauer, Karl (zugeschr.) „Der Blankenburger Lustgarten“, Gouache auf Pergament, um 1734, Herzog Anton Ulrich-Museum Braunschweig [Mortell, Heike: Die Schlossgärten Blankenburg. In: Juranek, Christian (Hrsg.): Fülle des Schönen – Gartenlandschaft Harz. Halle. 2002. S. 93]; entnommen Landschaftsarchitektur Franz (2005), S. 22

¹³⁴ Vgl. Westdeutscher Rundfunk Köln (2018): https://www.planet-wissen.de/geschichte/neuzeit/der_bauernkrieg/

¹³⁵ Vgl. Stadt Blankenburg (Harz) (o.J.): <http://www.blankenburg.de/-stadtportrait/geschichte/geschichte.html>

¹³⁶ Vgl. ebd.

¹³⁷ Bauhaus Universität Weimar (2011), S. 10

¹³⁸ Landschaftsarchitektur Franz (2005), S. 54

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Als im 16. Jahrhundert dann das Regensteiner Grafengeschlecht ausstarb, fiel das Gebiet rund um Blankenburg (Harz) erst an das Herzogtum Braunschweig-Lüneburg und später dann an die Wolfenbütteler Linie.

Während die Stadt Blankenburg mit verschiedenen Problemen zu kämpfen hatte, wurde auch das Große Schloss nicht verschont. So wurde das Schloss 1182, als es noch im Besitz des Sachsenherzogs Lothar von Supplingburg war, von Kaiser Barbarossa erobert und zerstört. Erst einige Jahre später wurde das Schloss neu aufgebaut und durch die Errichtung des Kleinen Schlosses im 16. Jahrhundert erweitert.¹³⁹ Dieses diente zu dieser Zeit als fürstliches Gartenhaus und Orangerie und wurde, wie auch heute noch, für Veranstaltungen und Feste genutzt.

In den folgenden Jahren diente das Schloss zunehmend als Wohnhaus für höhere Beamte. Die Familie des Herzogs von Braunschweig nutzte das Gebäude zeitweilig als Wohnort. Der Schlosspark und der Barocke Terrassengarten, in dem heute noch die erhaltenen Wasserbassins stehen und von den Gästen bestaunt werden können, wurden in dieser Zeit errichtet und im Laufe der Jahre durch verschiedene Gärten ergänzt. So findet sich neben dem Fasanengarten, der zwischenzeitlich als Kleingartenanlage diente, auch noch der Berggarten. Vom Kleinen Schloss aus führt eine rund 200 Jahre alte Esskastanienallee hoch zum Großen Schloss.

„In der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts trat eine effektivere wirtschaftliche Nutzung der Gärten und Waldungen immer mehr in den Vordergrund. Forciert wurde diese Entwicklung zweifellos durch Johann Georg von Langen (1699-1776). Neben seinem ebenfalls in Blankenburg und Wernigerode tätig gewesenen Schüler Hans Dietrich von Zanthier (1717-1778) gilt von Langen als einer der Väter einer modernen europäischen Forstwirtschaft.“¹⁴⁰

Des Weiteren diente ein Tiergarten, der älteste Teil dieser Anlage, Grafen und Herzögen sowie auch den letzten zwei deutschen Kaisern¹⁴¹, zur Jagd. So wurden im Blässengehege dieses Gartens seltene Wildarten gehalten, die sich durch eine besondere Färbung des Fells auszeichneten. So beliebt dieser Bereich auch war, so verschlossen wurde er auch vor der Öffentlichkeit gehalten. Der Zugang war nur ausgewählten Personen gestattet. Diese Regelung wurde Ende des 19. Jahrhunderts aufgehoben, als sich Blankenburg (Harz) zum Kur- und Erholungsort entwickelte.¹⁴²

Die Terrassierung des Lustgartens wurden im 18. Jahrhundert als Bereiche für Obstplantagen genutzt. Die Obstplantagen waren ebenso prägend für das Bild des ehemaligen Tiergartens im Bereich des

¹³⁹ Vgl. Kiekenap, B.: „Spuren des Löwen“. (2002) S.7

¹⁴⁰ Landschaftsarchitektur Franz (2005), S. 27

¹⁴¹ Vgl. ebd., S. 77

¹⁴² Vgl. ebd.

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

heutigen Schlossparks. Alte Obstbaupflanzungen mussten dem Wildwuchs weichen, sodass heute im Bereich des Schlossparks keine Obstgehölze mehr zu finden sind.¹⁴³ Das wurde jedoch durch die Pflanzung von Obstbäumen kompensiert. Heute findet sich in den Schlossgärten eigens eine Streuobstwiese. Die Schlossgärten sind heute die ältesten und größten Schlossgärten in Sachsen-Anhalt und wurden mit dem „Green Flag Award“ ausgezeichnet.

1546 wurde das Große Schloss abermals durch einen Brand in Mitleidenschaft gezogen.¹⁴⁴ Das große Schloss wurde im Stil der Renaissance neu aufgebaut.¹⁴⁵ Knapp 200 Jahre später wurde das Schloss von einem Wolfenbütteler Landesbaumeister zur barocken Residenz ausgebaut. Trotzdem begann das Große Schloss zu verfallen. Diesen Prozess stoppte 1831 Herzog Wilhelm. Er lässt die 275 kleinen Räume in 150 größere umbauen, indem er Zwischenwände entfernen lässt.¹⁴⁶ Im 20. Jahrhundert, nach dem zweiten Weltkrieg wurden die Räumlichkeiten im Schloss erst als Genesungsheim genutzt und später dann als Fachschule für Binnenhandel. Ab 1992 steht das große Schloss für acht Jahre leer, bis 2005 mit Notsicherungsarbeiten und der Sanierung begonnen wird. Diese Arbeiten dauern bis heute an und sind längst noch nicht abgeschlossen.

In der Geschichte des Schlosses sind große Namen zu finden. So ist beispielsweise Elisabeth Christine, die Mutter der späteren österreichischen Kaiserin Maria Theresia, in der Historie zu finden. Auch eine Gemahlin von Friedrich dem Großen hatte ihre Vorfahren in Blankenburg (Harz). Für Herzog Ernst August und seine Frau Viktoria Luise war das Schloss erst Zweitwohnsitz und nach Ende der Monarchie Hauptwohnsitz zusammen mit ihrer Tochter Frederike, welche später den König von Griechenland heiratete und die Mutter der heutigen spanischen Königin wurde.¹⁴⁷ Weitere wichtige und nennenswerte Personen in der Geschichte von Blankenburg sind unter anderem Heinrich der II Graf von Regenstein, Frederike Prinzessin von Hannover und Herzog Ludwig Rudolf von Braunschweig.¹⁴⁸ Durch die kluge Heiratspolitik ist Blankenburg auch heute noch mit bedeutenden Königshäusern verbunden.

¹⁴³ Vgl. Landschaftsarchitektur Franz (2005), S.75

¹⁴⁴ Vgl. Kiekenap, B.: „Spuren des Löwen“. (2002) S.7

¹⁴⁵ Vgl. Verein Rettung Schloss Blankenburg e.V. (2018): <https://www.rettung-schloss-blankenburger.de/schloss/vergangenheit.php>

¹⁴⁶ Vgl. ebd.

¹⁴⁷ Vgl. Bauhaus Universität Weimar (2011). S.9

¹⁴⁸ Vgl. Stadt Blankenburg (Harz) (o.J.): <http://www.blankenburg.de/-stadtportrait/persolichkeiten/persolichkeiten.html>

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Schlussfolgerungen für das Touristische Entwicklungskonzept Schlösser und Schlossgärten Blankenburg (Harz):

Die Geschichte der Stadt und der Schlösser und Schlossgärten bietet zahlreiche Anknüpfungspunkte um die historische Bedeutung für den Tourismus aufzubereiten und den Gästen sowie den Einwohnern der Stadt somit die Möglichkeit zu geben, die geschichtliche, künstlerische und wissenschaftliche Bedeutung zu erschließen. In der vergangenen Geschichte und dem heutigen Bestand an einzigartigen Sehenswürdigkeiten sollte sich auch der Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals finden lassen. Es bedarf jedoch einer professionellen Aufbereitung des historischen Erbes und einer qualitativen Inwertsetzung der kulturellen und natürlichen Sehenswürdigkeiten, um im Wettbewerb der Harzdestinationen bestehen zu können.

Erste Ansätze für die Aufbereitung der Historie mit einer nachfolgenden touristischen Produktentwicklung wurden bereits von Studenten der Hochschule Harz begonnen. Diese können aufgegriffen und weiter ausgebaut werden.

Abbildung 54: Geschichts-Comic



Quelle: Ostfalia Verlag, Quedlinburg – Comic, S. 28

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Ein Beispiel, um historische Geschehnisse aufzuarbeiten und einem breiten Publikum leicht zugänglich zu machen, ist die Darstellung in Comics bzw. mittels Figuren. Wie in dem abgebildeten Beispiel wurden im Ostfalia Verlag bereits einige Geschichten der Region aufgegriffen und auf eine hochwertige Art und Weise verarbeitet. Denkbar wäre dies auch für die Schlösser und Gärten. Zum einen um die Geschichten nachzuerzählen und zum anderen, um Figuren zu schaffen, welche in virtuellen Guides Besucher durch die Gärten und Schlösser führen könnten. Angewandt mit einer modernen Figur wird diese Art der Geschichtsvermittlung bereits von dem Verbund „Schlösserland Sachsen“. Hier führt die

Abbildung 55: Virtueller Guide Schlösserland Sachsen



Quelle: Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gemeinnützige GmbH (o.J.): <https://www.schloesserland-sachsen.de/de/app/>

Figur „Emma“ in einer App als Audioguide durch die Gärten und Schlösser und vermittelt die geschichtlichen Hintergründe, sodass auch Kinder diese erschließen können.

„Das ist Emma. Sie ist 13 Jahre alt. Ihre Eltern haben sie auf eine Tour zu den Schlössern, Burgen und Gärten im Schlösserland Sachsen mitgenommen.

Zunächst fand sie das furchtbar langweilig. Aber dann ist sie bei ihrem Streifzug durch die Schloss- und Kloostergärten diesen krassen Typen begegnet: Ein Reichsgraf ist dabei, ein Brunnenmädchen und sogar ein sächsischer König.

Das hat ihre Neugier geweckt. Endlich kann Emma alle ihre Fragen stellen – und sie hat viele Fragen. Schließlich ist sie als Bloggerin aktiv und schreibt ab und zu für die Schülerzeitung. Sind Sie neugierig? Dann kommen Sie doch mit!“¹⁴⁹

¹⁴⁹ Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gemeinnützige GmbH (o.J.): <https://www.schloesserland-sachsen.de/de/app/>

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Die Ergänzung um eine virtuelle Komponente, einen virtuellen Guide, durch einen historischen Charakter aus der Geschichte Blankenburgs (Harz), könnte sich wie ein Roter Faden durch die Vermarktungsstrategie der Schlösser und Gärten ziehen und vor allem eine junge Zielgruppe ansprechen.

4.2 Touristische Ausrichtung der Stadt Blankenburg (Harz)

„Mit Ausnahme der Parks und Gärten, die bereits ein starkes Angebotelement repräsentieren, besteht in Blankenburg (Harz) ein gravierendes Missverhältnis zwischen dem geschichtlich basierten touristischen Potential und den tatsächlich nutzbaren bzw. erlebbaren Angeboten – sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht.“¹⁵⁰

Die Stadt Blankenburg (Harz) verfügt aktuell über kein touristisches Entwicklungskonzept. Ansätze für die touristische Entwicklung sind aber bereits in die städtischen Entwicklungskonzepte (wie z.B. das ISREK) integriert. Auf dieser Grundlage ist es zu empfehlen, eine langfristig orientierte Strategie im Umgang mit den zahlreichen historischen und natürlichen touristischen Potenzialen der Stadt zu erarbeiten. Eine einheitliche Strategie für die Inwertsetzung der städtischen Attraktionen, der themenübergreifenden Zusammenarbeit städtischer Akteure und der zielgruppenorientierten Vermarktung der Stadt ist eine notwendige Grundlage, um im Gefüge der Harzstädte und der damit einhergehenden Konkurrenzsituation dauerhaft bestehen zu können.

Einschätzung des touristischen Potenzials

Das Potenzial an natürlichen und kulturellen Attraktionen, die eine Rolle für die touristische Angebotsvielfalt Blankenburgs (Harz) spielen, ist groß und vielfältig. Im integrierten Stadt- und Regionalentwicklungskonzept wird die infrastrukturelle Ausgangslage folgendermaßen beschrieben:

- Sehr attraktiver Naturraum mit vielfältigen touristischen Nutzungsmöglichkeiten
- Hervorragende, teilweise einzigartige kulturhistorische Potentiale zwischen Mittelalter und Barock, mit Chancen zur touristischen Angebotsentwicklung
- Gute Ausstattung mit Freizeit- und Naherholungsangeboten, mit z. T. hoher, überregionaler Anziehungskraft
- Schnittstelle zu regionalen und überregionalen Tourismusrouten und Marken: Straße der Romanik, Gartenträume
- Moderne, leistungsfähige Tourist Information mit der Servicestelle der „Harzer Wandernadel“¹⁵¹

¹⁵⁰ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 66

¹⁵¹ Ebd., S. 34 f.

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Allerdings steht die Stadt zahlreichen Herausforderungen gegenüber:

- Fehlen einer klaren Profilierung sowie eines Alleinstellungsmerkmals
- Wesentliche Teile der touristischen Infrastruktur sind quantitativ und/oder qualitativ unzureichend (Gastronomie, technische Infrastruktur)
- Nicht mehr zeitgemäße Museumskonzepte
- Teilweise Mängel in der Qualitätssicherung und Beschilderung der Wanderwege; kaum einladende Spazierwege bzw. Flaniermeilen
- Blankenburger Tourismusbetriebe ohne aufgabenadäquate finanzielle und personelle Ausstattung
- Marketing (nach Innen und Außen) nicht ausreichend / Image der Stadt bei Bürgern (Identifikation / Blankenburger Identität)
 - Kein Tourismusbewusstsein in der Bevölkerung, keine Wertschätzung des Tourismus
 - Relativ geringer Bekanntheitsgrad der Stadt Blankenburg infolge fehlender Marketingplanung und begrenzter Mittel für das Außenmarketing
 - Große Defizite im Innenmarketing, infolgedessen u. a. mangelnde Kooperation und langjährige Konflikte zwischen Stadt und Leistungsträgern
- Vernetzung und Kommunikation der verschiedenen Akteure unzureichend
 - Fehlende Vernetzung mit anderen Orten im Nordharzraum
 - Fehlende ganzjährige touristische Angebote (keine Angebote für Kinder, zu wenige Angebote im Zeitraum)
 - Kaum überregional bekannte und profilierte Veranstaltungen

Die Stadt wird derzeit unter dem Slogan „Blankenburg – Die Blütenstadt am Harz“ vermarktet. An dieser Stelle sei angemerkt, dass hier eine konsequentere Vermarktung des touristischen Angebotes unter diesem Slogan notwendig ist. Die begonnene Profilierung der Stadt ist sowohl unter touristischen Aspekten als auch unter Aspekten der Attraktivierung Blankenburgs (Harz) als Wohn- und Wirtschaftsstandort notwendig.

Abbildung 56: Logo der Stadt Blankenburg



Quelle: Stadt Blankenburg (Harz)

Im ISREK wird eine touristische Profilierung und die Schaffung eines Alleinstellungsmerkmals gefordert. Das Marketing der Stadt ist an einem zu schaffenden klaren Leitbild auszurichten. Derzeit werden die Strategie im Tourismus- und Standortmarketing weiterentwickelt und die Kommunikationsmedien entsprechend angepasst.

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Abbildung 57: Startseite Internetauftritt der Stadt Blankenburg (Harz)



Quelle: Stadt Blankenburg (Harz) (2018): <http://www.blankenburg.de/>

Der derzeitige Internetauftritt wird nach dem Vermarktungsansatz der Blütenstadt am Harz überarbeitet, um dauerhaft eine einheitliche Marketingstrategie umzusetzen. Die Anpassung an den Markenauftritt der Blütenstadt am Harz erfolgt derzeit. Das neue Logo, welches im Rahmen der Bewerbung um die Landesgartenschau entwickelt wurde, spielt hierbei eine zentrale Rolle und bildet die Basis für die Vermarktungsstrategie.

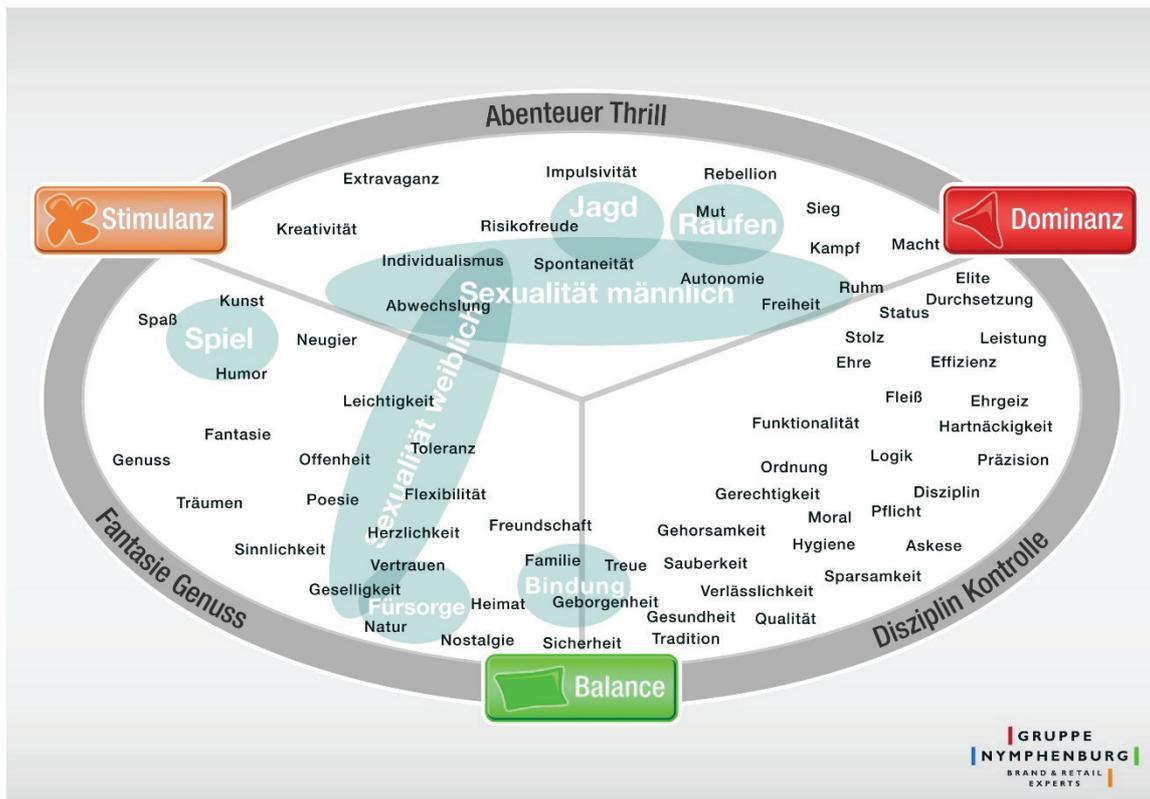
Welche Botschaft vermittelt der neue Ansatz und welche Zielgruppen werden damit erreicht? Zur zielgruppenorientierten Ansprache im Marketing und der Gestaltung einer entsprechenden Botschaft können psychologische Modelle der Kundenansprache als Grundlage dienen, um den Bedürfnissen und Motiven der Zielgruppen gerecht zu werden. Dies sei im Folgenden an der Logogestaltung der Stadt Blankenburg (Harz) erläutert.

Ein Modell zur Kundensegmentierung und der darauf aufbauenden Ansprache ist die Limbic Map. „Der Limbic-Ansatz ist ein von Dr. Hans-Georg Häusel entwickeltes Neuromarketing-Konzept, welches die modernsten Erkenntnisse und Disziplinen der Psychologie, Neurobiologie, Soziologie und Philosophie vereint und diese für das Marketing aufbereitet. So können auf Basis der Kernaussagen der oben genannten Geisteswissenschaften Zielgruppen detailliert segmentiert werden, umfassendere Aussagen zu Motiv und Kaufanalysen sowie präzises Alters- und Geschlechtsmarketing abgeleitet werden.

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Mit Hilfe von Limbic können wir demnach wichtige Informationen erlangen, wie Kaufentscheidungen wirklich getroffen werden und warum Emotionen beim Kauf von großer Bedeutung sind.¹⁵²

Abbildung 58: Limbic Map



Quelle: Gruppe Nymphenburg Consult AG (2018)

Dieses Modell geht von Emotionen als Treiber im Gehirn aus. Es zeigt die funktionale Gesamtstruktur der Emotionssysteme. Da Werte auch immer emotional sind, lassen sie sich innerhalb des Modells fest positionieren. „Motive sind die Wünsche und Erwartungen, die aus den Emotionssystemen heraus an ein Produkt, eine Situation oder an einen Mitmenschen gestellt werden.“¹⁵³ Ein Ansatz der für das Marketing genutzt werden kann, betrifft die Welt der Farben und damit verbundener Botschaften. „Da Farben eine emotionale Wirkung auf uns Menschen haben, lassen sie sich auch in die Limbic Map[®] einordnen, wie an nachfolgender Abbildung zu sehen ist. So kann jeder Farbe auch ein Motiv- und

¹⁵² TechDivision GmbH (o.J.); <https://www.estrategy-magazin.de/2015/limbic-ansatz-kunden-emotional-gewinnen.html>

¹⁵³ Häusel (2011); https://www.haeusel.com/wp-content/uploads/2016/03/wiss_fundierung_limbic_ansatz.pdf

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Die Farbe Rot steht für Fieber, Ehrgeiz, Wärme, Leidenschaft, Blut, Macht, Liebe, aktiv, Kraft, Energie, Sinnlichkeit, Mut, Willenskraft, Aggression, Gefühlsausbruch, Gewalt, Warnung, Hunger, aufregend, dringlich, gefährlich, romantisch, schnell. Sie eignet sich für Marketing mit dem Fokus auf Lebensmittel, Kleidung, Fashion, Kosmetik, Sport, Immobilien, Unterhaltung, Gesundheitswesen, Notfall-Services, Bewirtung, Marketing/Werbung, PR.

Die Farbe Grün steht für Wachstum, Fruchtbarkeit, Gesundheit, Kraft, Ruhe, Hoffnung, Frische Lebenskraft, Natur, Unerfahrenheit, Erneuerung, Faulheit, Frühling, Freie Fahrt, organisch, jugendlich, nährend, lehrreich, abenteuerlich, Bildung, ökologisch. Sie eignet sich für Marketing mit dem Fokus auf Medizin, (Natur)Wissenschaften, Regierung, Personalwesen/E-Recruiting, Ökologie, Tourismus.¹⁵⁶ Damit wird deutlich, dass die Wahl des neuen Logos zur gewollten Vermarktungsstrategie passt und den Erwartungen und Motiven der künftigen Zielgruppen, welche insbesondere für die touristische Entwicklung der Stadt und damit auch für die Gärten und Schlösser relevant sind, besser entspricht.

Dieser Exkurs sei an dieser Stelle nur beispielgebend. Das Corporate Design der touristischen Vermarktung und hier insbesondere der späteren Dachmarke der Schlösser und Gärten sollte daher auf die gewollten Zielgruppen und die zu vermittelnde Botschaft abgestimmt und als Roter Faden durch das gesamte touristische Stadtmarketing gezogen und konsequent verfolgt werden. So ist es auch im **Leitbildsatz 2 – Touristische Profilierung / Kooperation und Marketing** des ISREK formuliert.

Die Stadt Blankenburg (Harz) verfolgt ihre touristische Profilierung / Ausrichtung konsequent anhand ihres touristischen Leitbildes. Darin sind die folgenden Kerninhalte untersetzt:

- **Heiraten** und Hochzeitstage feiern im historischen Ambiente Blankenburgs (Harz) als Alleinstellungsmerkmal (z.B. „Heiraten im Barockgarten“)
- Blankenburg (Harz) lässt den Besucher **Kultur und Geschichte** quer durch die Jahrhunderte erleben
- Blankenburg (Harz) – optimaler Standort für **innovativen gesundheitsorientierten Aktivtourismus**
- **Familienurlaub** in der Blankenburger Altstadt
- Stadt und Ortsteile, private Leistungsträger und Bevölkerung ziehen **an einem Strang**.

Durch die **Zusammenarbeit** mit Kommunen der Tourismusregion Harz (...) **positioniert sich Blankenburg (Harz) in der Tourismusdestination Harz** und bereichert diese durch **eigene Potenziale mit Alleinstellungskraft** (...) Daraus entstehende Synergieeffekte haben zu einer Erhöhung des Bekanntheitsgrades und der Aufenthaltsdauer von Touristen sowie einer wachsenden Wertschöpfung im Tourismussektor in Blankenburg (Harz) geführt. Das Marketing stellt konsequent die Alleinstellungsmerkmale unter den vielseitigen Potenzialen Blankenburgs (Harz) in den Vordergrund, um überregionale Wirkung erzielen zu können.¹⁵⁵

¹⁵⁵ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 40 f.

¹⁵⁶ Sheperd (2014): <http://www.thinkneuro.de/2014/06/20/die-wirkung-von-farben/>

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Der im Leitbildsatz des ISREK genannte Bezug auf das Thema Hochzeiten ist in Hinblick auf die Aussagekraft und das Potenzial zu einem Alleinstellungsmerkmal hin zu prüfen und ggf. zu überarbeiten.

Die erlebnisorientierte Neupositionierung kulturhistorischer Potentiale muss erfolgen, um die folgenden Szenarien zu verhindern:

- Ausbleiben einer klaren touristischen Profilierung; Blankenburg (Harz) fällt weiter hinter die Nachbarorte im Nordharz zurück
- Städtischer Kurbetrieb kann infolge von Aufgabenüberfrachtung und ungenügender Finanzausstattung seinen Funktionen im Kultur-, Freizeit- und Tourismusbereich nicht gerecht werden
- Konflikte zwischen Unternehmen und Stadt bleiben bestehen; Kooperationspotentiale können nicht genutzt werden
- Nichtausbau der unzureichenden touristischen Infrastruktur – Ausbleiben angestrebter Wertschöpfung
- Ausbleiben von Touristen durch unzureichende Vermarktung, Profilierung und Vernetzung mit umliegenden Partnern und Akteuren¹⁵⁷

Das zentrale Thema der touristischen Ausrichtung ist die Entwicklung des Alleinstellungsmerkmals und die darauf aufbauende Marketingstrategie. Sie bildet die Basis für die weitere Entwicklung des touristischen Leistungsspektrums und der touristischen Infrastruktur. Ein weiteres wichtiges Thema ist die Stärkung der Identifikation der Bürger mit der Stadt. Dies wird im ISREK im Leitbildsatz 5 deutlich.¹⁵⁸ Die Erstellung einer (touristischen) Marketingstrategie, die sowohl nach innen als auch nach außen gerichtet ist, sei an dieser Stelle empfohlen, um die einzelnen touristischen Maßnahmen aufeinander abzustimmen und eine nachhaltige Umsetzung zu ermöglichen. Den offen gelegten Herausforderungen ist zu begegnen, um die städtische Destination zukunftsorientiert zu entwickeln.

¹⁵⁷ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 37

¹⁵⁸ Vgl. ebd., S. 42

4.3 Touristische Perspektive der Stadtentwicklung

„Blankenburg (Harz) lässt sich kulturlandschaftlich in eine Region einordnen, die das nördliche Harzvorland und auch Teile des Oberharzes umfasst. Themen, die sich in der Stadtregion von Blankenburg wiederfinden reichen von den Spuren deutschen Königtums über Burgen, Schlösser und Klöster sowie Bergbau und Agrarlandschaften.“¹⁵⁹

Die Entwicklung der harten und weichen Standortfaktoren einer Stadt leisten einen erheblichen Beitrag zur Attraktivität einer Stadt. Hierbei geht es zum einen um die touristische Anziehungskraft, zum anderen um Faktoren, welche die Wohn- und Lebensqualität der Stadt beeinflussen. Zu den harten Faktoren zählen dabei die Infrastruktur (Verkehrsanbindung, Einzelhandel, touristische Einrichtungen etc.), das Klima, Kaufkraft, Wettbewerb und Kundensituation. Zu den weichen Faktoren zählen u.a. das kulturelle Angebot, Freizeiteinrichtungen und das Wohnumfeld. Dabei wird in der Literatur mittlerweile davon ausgegangen, dass harte und weiche Faktoren inzwischen miteinander verschmelzen und oftmals das gesamte „Bild“ oder „Image“ der Stadt in den Köpfen der Entscheider als relevant betrachtet wird. „Solche Bilder haben längerfristigen Bestand und lassen sich nur zum Teil mit objektiv messbaren Standortfaktoren begründen.“¹⁶⁰

Bei diesen Faktoren steht die Stadt Blankenburg (Harz) im direkten Wettbewerb zu anderen Harzstädten und konkurriert mit ihnen als Wohn- und Wirtschaftsstandort, genauso wie als touristische Destination.

Wohn- und Wirtschaftsstandort Blankenburg (Harz)

Blankenburg (Harz) ist mit einer Einwohnerzahl von 20.632 und einer Gesamtfläche von 149 km² das Zentrum des Landkreises Harz im Westen Sachsen-Anhalts. Der Landkreis Harz ist 2007 durch eine Kreisgebietsreform entstanden und ging aus den vorherigen Landkreisen Halberstadt, Wernigerode, Quedlinburg und der Stadt Falkenstein/Harz aus dem Landkreis Aschersleben-Staßfurt hervor.

¹⁵⁹ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 6

¹⁶⁰ Freyer / Naumann / Schuler (Hrsg.) (2008); S. 51

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Die Stadt Blankenburg (Harz) besteht aus der Kernstadt Blankenburg (Harz) sowie den sieben Ortsteilen Börnecke, Timmenrode, Wienrode, Cattenstedt, Hüttenrode, Heimburg und Stadt Derenburg. Sie befindet sich am nördlichen Rand des Mittelgebirges Harz zwischen den beiden Städten Wernigerode und Quedlinburg sowie südwestlich von Halberstadt.¹⁶¹

Abbildung 61: Stadt Blankenburg (Harz)



Quelle: WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 13

Blankenburg (Harz), auch bekannt als die Blütenstadt am Harz, wird als Grundzentrum mit besonderer Bedeutung für die Versorgung im ländlichen Raum eingestuft. Das heißt, dass der tägliche Bedarf der Bevölkerung gedeckt werden kann und den Bürgern eine Grundausstattung an öffentlicher und privater Infrastruktur zur Verfügung steht. Die Stadt ist zudem ein regional bedeutsamer Standort für Industrie und Gewerbe, Kultur- und Denkmalpflege sowie das Gesundheits- und Sozialwesen.

Die Stadtregion war geprägt vom Bergbau und Hüttenwesen. Es wurden Eisenerze, Sandstein, Farberden sowie Kalk abgebaut. Das Wirtschaftswachstum sowie der Anstieg der Bevölkerungszahlen nach der Reichsgründung von 1871 ließen viele neue Betriebe entstehen. Das angenehme Klima – Blankenburg war damals schon rund 5°C wärmer als die Ortschaften in der Umgebung – und die Nähe zu Herzog Wilhelm, machten Blankenburg (Harz) zudem zu einem beliebten Ruhesitz für Pensionäre. Hinzu kam der Eisenbahnlinienbau, welcher die Stadt sowohl für Unternehmen attraktiv machte, als ihr auch einen Aufschwung im touristischen Sektor bescherte.

¹⁶¹ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 5

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Die Stadt ist über das Schienennetz der Deutschen Bahn gut zu erreichen und kann unter anderem stündlich aus der Landeshauptstadt Magdeburg angefahren werden.¹⁶²

Verkehrstechnisch ist die Stadt darüber hinaus über die Bundesstraße 6n zu erreichen, welche noch in diesem Jahr den Autobahnstatus erhalten soll. Über diese sind sowohl die A14 als auch die A395 sowie wichtige Zielorte des Harztourismus gut erreichbar.

Abbildung 62: Lage und verkehrstechnische Anbindung Blankenburgs



Quelle: Bauhaus Universität Weimar (2011), S.

Die Bevölkerungszahl Blankenburgs (Harz) geht, wie auch in vielen ländlichen Gegenden in Deutschland zu beobachten ist, stetig zurück. Verschiedene Bevölkerungsprognosen, wie zum Beispiel die des Statistischen Landesamtes (STALA LSA), prognostizieren einen deutlichen Einwohnerrückgang von bis zu 21,4% bis zum Jahr 2025. Gründe hierfür sind, neben der Überalterung der Einwohner, die Abwanderungsrate der Personen, welche sich in der beruflichen sowie familiären Orientierungsphase befinden.¹⁶³ Dem entgegengesetzt entwickelt sich der Wohnungsmarkt der Stadtregion. Die Anzahl der Wohnungen hatte in den letzten Jahren einen leichten Anstieg zu verzeichnen. Wobei jedoch vor allem in der Kernstadt ein Wohnungsleerstand sichtbar geworden ist, welchem auch durch die steigende Zahl der Ein-Personen-Haushalte bisher nicht entgegengewirkt werden konnte.¹⁶⁴

¹⁶² WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 6

¹⁶³ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 15-16

¹⁶⁴ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 23

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Eine positive Entwicklung ist hingegen im Zuwachs der erwerbstätigen Bewohner der Stadtregion zu beobachten. Die neueste Statistik der Bundesagentur für Arbeit zeigt auf, dass die Zahl der Arbeitslosen von 866 Personen (2013) auf 574 Personen (2017) gesunken ist. Des Weiteren ist ein Anstieg der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 4.210 (2013) auf 4.627 (2017) zu verzeichnen. Die meisten Beschäftigten finden sich in der Stadtregion in den Wirtschaftszweigen der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, dem produzierenden Gewerbe, der Dienstleistungsbranche sowie im Handel, Verkehr und Gastgewerbe wieder.

Abbildung 63: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen in Blankenburg (Harz)

Wirtschaftszweig	Anzahl Beschäftigte im Jahr 2017
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	87
Produzierendes Gewerbe	1.532
Handel, Verkehr und Gastgewerbe	1.161
Sonstige Dienstleistungen	1.847

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2018)

In Blankenburg (Harz) gibt es vier Gewerbe- und Industriegebiete, vorrangig mit kleinen und mittelständischen Unternehmen aus der Metall- und Elektrobranche. Die Land- und Forstwirtschaft ist auf den bewirtschafteten Acker- und Waldflächen aller Ortsteile zugegen. Auch der Tourismus nimmt eine bedeutsame Rolle für die Dienstleistungsbranche ein. Nichtsdestotrotz müssen viele Bewohner Blankenburgs die Stadt täglich verlassen, um zu ihren Arbeitsplätzen in anderen Ortschaften zu gelangen.¹⁶⁵

In der Harzstadt sind neben seinen vielfältigen historischen Bauten auch die typischen, für den Harz bekannten, Fachwerkhäuser vorzufinden. Des Weiteren ist Blankenburg (Harz) als staatlich anerkannter Erholungsort, mit langjähriger Kurtradition, für sein Heilmoor über die Grenzen Sachsen-Anhalts hinaus bekannt.

Das Angebot an Veranstaltungen reicht von der Fete de la Musique, über das Altstadtfest, bis hin zu Karnevals- und Sportveranstaltungen. Das Freizeitangebot für Familie und Kinder sowie Jugendliche beinhaltet ein breit gefächertes Vereinsangebot sowie Freizeiteinrichtungen für Kinder und Jugendliche, Bibliotheken und Sportstätten. Ein Kletterwald, ein biologisches Freibad sowie die Glasmanufaktur

¹⁶⁵ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 19

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

tur Harzkristall (inklusive Abenteuerspielplatz) sind weitere attraktive Freizeitangebote der Stadt Blankenburg (Harz). Die Region rund um Blankenburg lädt des Weiteren zum Radfahren, Wandern gehen und entspannen ein.

Touristische Infrastruktur in Blankenburg (Harz)

Historisch und kulturell hat Blankenburg (Harz) einiges zu bieten – markante Perioden der Stadtentwicklung sind auch heute noch in der Stadtregion zu bewundern. Das Große Schloss sowie die Festung Regenstein wurden auf den Resten mittelalterlicher Burganlagen erbaut. Das Kloster Michaelstein ist ein bedeutsamer Attraktionspunkt an der Straße der Romanik. Die Blütezeit der Stadt begründete das welfische Hochadelsgeschlecht, welches die Stadt Blankenburg als Fürstenresidenz nutzte und Anfang des 18. Jahrhunderts das Große Schloss errichten ließ. Blankenburg (Harz) wurde im 19. Und 20. Jahrhundert durch eine erfolgreiche Industrialisierung beeinflusst. Der dadurch entstandene Wohlstand zeigt sich heute noch in einer imposanten Villenarchitektur aus der Gründerzeit. Bedeutsame Besichtigungsmöglichkeiten bieten darüber hinaus die Parks und Gärten der Stadt sowie diverse Museen bzw. Ausstellungen (z. B. das einzige deutsche Herbergsmuseum, die Ausstellungen im Kloster Michaelstein oder die Glasmanufaktur Harzkristall in Derenburg). Die Touristinformation bietet eine Vielzahl an Führungen, wie zum Beispiel Mondscheintouren, eine Nachtwächterführung und Gartenwanderungen an.¹⁶⁶

Neben den Schlössern und den Schlossgärten in Blankenburg (Harz) gehört zu den beliebtesten Sehenswürdigkeiten die Festung und Burg Regenstein. Die Burg ist ganzjährig geöffnet und schließt nur bei schlechten Wetterverhältnissen. Der Eintritt kostet für Erwachsene 3,00 € und für Kinder ab sechs Jahren 1,50 €. Die Ruine befindet sich auf einem 290 m hohen Sandsteinfelsen für dessen Besuch zwei bis drei Stunden eingeplant werden sollten.¹⁶⁷

Weiter kann von Blankenburg (Harz) aus ein Rundwanderweg von acht Kilometern absolviert werden. Dieser führt unterhalb der Teufelsmauer entlang und bietet die Möglichkeit, in einer Ausflugsstätte halt zu machen. Das Naturdenkmal besteht aus Sandstein und entstand vor ca. 85 Millionen Jahren als Ablagerung in den Meeren der Oberkreide.¹⁶⁸

Im Kloster Michaelstein findet sich auch ein Museum, welches für Erwachsene 5,50 € kostet und ermäßigt 3,00 €. Das Museum lässt sich ganzjährig besuchen und bietet sehenswertes zur Geschichte,

¹⁶⁶ WENZEL & DREHMANN PEM GmbH (2015), S. 26-27

¹⁶⁷ Vgl. Krieg (o.J.): <https://www.burg-regenstein.de>

¹⁶⁸ Vgl. Stadt Blankenburg (Harz) (o.J.): <http://www.blankenburg.de/-stadtportrait/sehenswertes/teufelsmauer/die-teufelsmauer.html>

Historie und Stadtentwicklung – Die Identität

Gärten und Musik. Außerdem gibt es ein Museum zum Anfassen und Museumsprojekte für Gruppen und Schulklassen werden angeboten. Mit Voranmeldung sind außerdem Führungen möglich.¹⁶⁹

Für 10,00 € können Erwachsene¹⁷⁰ die Rübelandbahn nutzen, welche vom Bahnhof in Blankenburg (Harz) abfährt und über das Rübeland bis zum Bahnhof Königshütte verkehrt. Das Streckennetz wurde 1875 errichtet und diente zu dieser Zeit als Verbindung zwischen dem Hochofenwerk in Blankenburg (Harz) und dem Eisenbahnnetz. Heute bietet die Bahn verschiedene Touren an, an denen teilgenommen werden kann.¹⁷¹

In Blankenburg (Harz) steht außerdem ein Kletterwald mit Kletterwand und Seilbahn zur Verfügung. Erwachsene zahlen 17,00 €, Kinder 11,00 € und Jugendliche ab 12 Jahren 14,00 €. Der Park bietet unterschiedliche Parcours in verschiedenen Schwierigkeitsstufen, die absolviert werden können.¹⁷²

Im Sommer steht in Blankenburg (Harz) ein Freibad zur Verfügung. Das chlorfreie, biologische Bad ist außerdem barrierefrei und somit auch für ältere, Menschen mit Gehbehinderung und für Rollstuhlfahrer nutzbar.¹⁷³

¹⁶⁹ Vgl. Stadt Blankenburg (Harz) (o.J.): <http://www.blankenburg.de/-stadtportrait/sehenswertes/kloster-michaelstein/das-kloster-michaelstein.html>

¹⁷⁰ Vgl. Arbeitsgemeinschaft Rübelandbahn (o.J.): <http://arbeitsgemeinschaft-ruebelandbahn.de/index.php/fahrplan-co/tarifbestimmungen>

¹⁷¹ Vgl. Arbeitsgemeinschaft Rübelandbahn (o.J.): URL <http://arbeitsgemeinschaft-ruebelandbahn.de/index.php/touren>

¹⁷² Vgl. Kletterwald - Erleben Betriebs-GmbH (o.J.): <http://www.kletterwald-blankenburg.de/kletterwald-parcours-blankenburg.htm>

¹⁷³ Vgl. Blankenburger Tourismusbetrieb (o.J.): <http://www.blankenburg-tourismus.de/de/biolog-freibad.html>