



Harz

„Ohne Frage nach Braunlage“

Wer überfüllte Urlaubsorte mit millionenfach
abgelichteten Insta-Spots und „Tourist go home!“-
Graffiti meiden will, sollte in den Westharz reisen.
Besuch einer Region mitten in der Transformation.

Artikel anhören:

-15:48

Text: Jens Bergmann

Fotografie: Michael Hudler



Ein Muss für Fans der TV-Reihe „Harter Brocken“: das Polizeirevier in Sankt Andreasberg, wo Frank Koops allein die Stellung hält

*„Ich mag das Licht
total. Ich finde es so
toll, wenn die Sonne
untergeht, wie das
Licht so durch die
Bäume scheint. Auch
wenn es eigentlich erst
mal traurig aussieht,
dass die ganzen Fichten
tot sind, hat es etwas
Schönes, wenn die von
der Sonne beleuchtet
werden.“ Antonije
Stankovic, der in der
zehnten, noch nicht
ausgestrahlten Folge
der TV-Reihe „Harter
Brocken“ mitspielt.*

• Jörg Kühnhold hat seine persönliche Transformation schon hinter sich. Nachdem die Karriere bei einer Bank vor vier Jahren beendet war, beschloss er, sich dem zu widmen, was ihn wirklich begeistert: seiner Geburtsstadt Braunlage. Dort arbeitet er gegen kleines Geld als Stadt- und Wanderführer und ehrenamtlicher Leiter des Heimatmuseums. Der 58-Jährige ist mit

Herzblut bei der Sache und überschüttet sein Gegenüber mit Fakten und allerlei Anekdoten. Zuerst geht es um die richtige Aussprache. Dazu zitiert er einen Werbeslogan, aus den Siebzigerjahren: „Ohne Frage nach Braunlage“. Die Betonung liegt nämlich auf lage nicht auf Braun, das ist ihm wichtig. Der Name leitet sich von der alten Bezeichnung lah für Wald und brun für Brunnen ab, wegen der vielen Quellen rund um das Städtchen.

Die Siebzigerjahre, als man zum Wintersport nach Braunlage fuhr, zählten zu den goldenen für den Ort. Das ist auch Kühnholds Urgroßvater Carl Kühnhold zu verdanken. Der fertigte Ende des 19. Jahrhunderts Skier nach norwegischem Vorbild, gründete später eine „Schneeschuhsfabrikation“ und brachte den Wintersport-Tourismus in Fahrt. 1936 hatte Braunlage gemeinsam mit der Nachbargemeinde Schierke beinahe Garmisch-Partenkirchen ausgestochen und die Olympischen Winterspiele bekommen.

In der jüngeren Vergangenheit aber musste der Ort harte Schläge einstecken. Erst fiel mit dem Eisernen Vorhang die sogenannte Zonenrandförderung weg. Und nach der Vereinigung wurde vor allem im Ostharz investiert. Dem Braunlager Kurgeschäft entzog in den Neunzigerjahren eine Gesundheitsreform die Grundlage. Später blieb der Schnee immer häufiger aus, und schließlich machte der Borkenkäfer dem Nadelwald den Garaus. Der Westharz war in eine Art Schockstarre gefallen, immer mehr junge Leute zogen weg, die Touristen wurden immer älter.

Bis irgendwann der Boden erreicht war, vor allem bei den Immobilienpreisen, was Investoren anlockte. Einem der ersten gehören mittlerweile etliche Objekte in Braunlage, die aus dem Ortsbild herausstechen. Unter anderem ein Designhotel, moderne Ferienhäuser mitten im Ort und – jetzt endlich auch im Harz! – eine Gin-Destillerie, laut Eigenwerbung die höchste Norddeutschlands.

Das touristische Auf und Ab hat zu einem bemerkenswerten Nebeneinander von Alt und Neu, Teurem und Billigem geführt. Im Ort sieht man heruntergekommene Harzhäuschen ebenso wie liebevoll sanierte und zudem neuere Bauten aller Art. Zum Beispiel das Ahorn-Hotel, eine Bettenburg, 1973 als Maritim-Hotel errichtet, 2021 von neuen Eigentümern übernommen und modernisiert, die sich

auf derartige Objekte und Familienfreundlichkeit spezialisiert haben. Wer nur über ein schmales Urlaubsbudget verfügt, kann gegen kleines Geld in einer der vielen Pensionen absteigen, die oft einen weiblichen Vornamen tragen und in denen die Zeit stehen geblieben zu sein scheint.

Diese architektonische Vielfalt beruht auch auf Braunlages liberalen Umgang mit Bauvorschriften: Erlaubt ist, was gefällt. Kühnhold führt uns zum Ende des Rundgangs noch schnell in ein Geschäft. Die Betriebsleiterin organisiert Touren mit Alpakas. Die knuddeligen Tiere gehören zu den Neuweltkameliden, die ursprünglich aus dem südamerikanischen Hochland stammen und dazu neigen zu spucken, wenn man sie ärgert. Aus Peru stammen auch die feinen Strickwaren im Shop, ein Paar Socken schlägt mit 45 Euro zu Buche. Auch das geht offenbar in Braunlage.

Cathleen Hensel, Geschäftsführerin der Braunlage Tourismus Marketing GmbH, freut sich über die Entwicklung und präsentiert stolz Zahlen: knapp 1,4 Millionen Übernachtungen in Braunlage pro Jahr bei nur 5.304 Einwohnern inklusive der eingemeindeten Orte Sankt Andreasberg und Hohegeiß (in der Kernstadt gibt es lediglich 3.045 Einwohner). Damit liegt Braunlage auf Platz neun der „tourismusintensivsten“ Orte Niedersachsens.

Overtourism ist hier aber kein Problem, weil Urlauber oft nur kurz bleiben und sich in der Natur verteilen. Sie lernen dabei eine Region kennen, die sich mitten im Wandel befindet, der anderen Gegenden noch bevorsteht.



Auf dem Wurmberg: Jörg Kühnhold, die Marketingchefin Cathleen Hensel und Fabian Brockschmidt, Betriebsleiter der Seilbahn (v. l.)



Viel Platz für neues Grün: Die Harzer Fichtenmonokultur ist Vergangenheit

Radikale Verjüngung

Der Harz war jahrzehntelang mit bestimmten Bildern verbunden: dunkle Fichtenwälder, wo jederzeit Rotkäppchen um die Ecke biegen konnte oder eine Hexe. Von den Gipfeln des Mittelgebirges blickte man weit über einen Teppich gleich großer Bäume, in den Wintermonaten schneebedeckt. Doch damit ist Schluss, seit der Orkan Friederike im Januar 2018 Zehntausende Stämme umwarf, sich in den folgenden Hitze- und Dürre Jahren der Borkenkäfer explosionsartig vermehrte und der Fichten-Monokultur ein Ende bereitete. Für die Harzer ein Schock, für die Forstbetriebe Millionenverluste, für die Touristen kein schöner Anblick.

Michael Rudolph, regionaler Pressesprecher von den Niedersächsischen Landesforsten, dem größten Waldbesitzer im Westharz, schaut lieber etwas weiter

zurück und nach vorn. Und stellt erst mal klar: „Der Harzwald ist kein Urwald, sondern Ergebnis eines Jahrhunderts währenden Raubbaus.“ Das Ergebnis wurde in einer Inventur aus dem 18. Jahrhundert anschaulich so beschrieben: „Im ganzen Oberharz gibt es keinen Baum mehr, der stark genug wäre, um einen Förster aufzuhängen.“ Nach dem Raubbau forstete man mit Fichten auf, dem „Brotbaum der Bergleute“, so Rudolph. Denn: „Die Fichte wächst schnell und gerade und sät sich selbst aus. Das Holz ist langfaserig, elastisch und zäh. Es knackt, bevor es bricht, weshalb es gern für den Grubenausbau verwendet wurde.“

Ebenso verfuhr man nach dem Zweiten Weltkrieg mit den riesigen Kahlflächen, die von den britischen Besatzern für Reparationen gerodet worden waren: Fichten in Reih und Glied, so weit das Auge reicht. Die Erkenntnis, dass das nicht nachhaltig war, führte ab den Neunzigerjahren zu einem langsamen Umbau in Richtung Mischwald. Es war der Borkenkäfer, der diesen Prozess im Harz enorm beschleunigte. Nun werden Millionen Laubbaum-Setzlinge gepflanzt: Bergahorn, Eiche, Douglasie, Lärche, Roteiche und Ulme. „Der Harz wird bunt“, verspricht Rudolph. Man kann jetzt schon sehen, wie die neue Vegetation auf den Fichtenfriedhöfen dank Licht und Platz emporschießt. Auch im bundesländerübergreifenden Nationalpark Harz, wo man gar nicht eingreift und die Natur einfach machen lässt, damit eine neue Wildnis entsteht.

Rudolph weist noch auf eine Besonderheit des aktuellen Zustands hin und mahnt Besucher zur Eile. „Im Moment kann man das Relief des Harzes studieren und sehr weit blicken. In zehn, zwanzig Jahren wird das nicht mehr möglich sein, weil die neuen Bäume dann haushoch sind.“

Neue Hoteliers und alte Gelegenheiten, sich zu gruseln

Im The Hearts Hotel ist der Name Programm. Das Haus pflegt einen ironischen Umgang mit Harz-Klischees und eine kernige Ansprache: „Geh mal wieder wandern, du Sack“, heißt es auf der Taschen-Landkarte für die Gäste. Der Gründer und Geschäftsführer Meik Lindberg ist mit Start-ups zu Geld gekommen. Gemeinsam mit

einem Geschäftspartner hat er 2018 rund 8,6 Millionen Euro in ein ehemaliges Anwesen der Barmer Ersatzkasse im oberen Teil Braunlages investiert, 20 Prozent Zuschuss gab es vom Land. Das Hotel besteht aus vier Gebäuden mit 65 Zimmern, darunter sieben Suiten. Der 57-Jährige will eine neue Zielgruppe in den Harz locken: junge Leute. Die Gäste werden prinzipiell geduzt, es gibt viel Holz, alte beziehungsweise auf alt gemachte Möbel und allerlei Gimmicks wie ein altes »Yps«-Comicheft (das jüngere Menschen womöglich gar nicht mehr kennen) auf dem Zimmer sowie einen Teddy im Bett.

Lindberg ist zufrieden mit seinem Geschäft: „Der Umsatz liegt bei fünf Millionen Euro im Jahr, die Auslastung bei mehr als 90 Prozent.“ Dazu tragen mittlerweile wesentlich Firmenkunden bei, die hier in rustikaler Atmosphäre in verschiedenen Räumen tagen können. Eine Gruppe sitzt gerade in einer Hütte im Garten, davor grillt ein Koch enorme Tomahawk-Steaks direkt in der glühenden Holzkohle.

Personalsorgen hat Lindberg, der 50 Leute beschäftigt, eigenen Angaben zufolge nicht. Er führt das auf das in der Gastronomie nicht übliche Teambuilding zurück. So gibt es für die Beschäftigten allerlei Events, von VIP-Tickets fürs Eishockey bis hin zu Partys. Zudem wird jeder und jede mit Foto und Story in der Speisekarte des hoteleigenen Restaurants vorgestellt. Lindberg wird bald mehr Karten brauchen, weil er noch einmal acht Millionen Euro investieren und das Hotel unter anderem um Tiny Houses erweitern will, die mitten im Wald stehen.

Anderswo gibt es Personalsorgen. Jan Werkmeister will in seiner Pension im beschaulichen Sankt Andreasberg deshalb demnächst bei Frühstück und Abendbrot auf Selbstversorgung setzen. Das passe zu seiner Klientel, vor allem Mountainbiker und andere Freiluft-Fans. Auch er ist Umsteiger. Nach dem Verkauf seiner Firma für Videospiel-Vertonung im Jahr 2016 hatte er verschiedene Optionen, Geld anzulegen. Er hätte die 60-Quadratmeter-Wohnung in Hamburg, in der er damals mit seiner Frau wohnte, für 320.000 Euro kaufen können. Oder aber für weniger Geld die Sieben-Zimmer-Pension in Sankt Andreasberg, die er als Gast kannte und die die alte Inhaberin loswerden wollte. Er entschied sich für Letzteres und renovierte liebevoll das Haus mit unverbaubarem Blick auf den Matthias-Schmidt-Berg mit Sommerrodelbahn und Bike-Park.

Den Gästen gefällt es offenbar, die Bewertungen sind ausgezeichnet. Werkmeister arbeitet auch beim Tourismus-Marketing mit, um Gleichgesinnte anzulocken: „Wir brauchen Leute, die herkommen und was reißen wollen, was Neues starten oder was Altes umkrempeln.“ Und fügt noch an: „Es passiert was hier. Aber es könnte schneller gehen.“

Andererseits ermöglicht die geruhssame Entwicklung Erlebnisse, die in komplett sanierten Regionen unmöglich sind. An einem ließ uns eine Autorin des »Zeit-Magazins« teilhaben. „Wenn ich versuche, mich zu erinnern, erscheinen schemenhaft braune Berge mit abgestorbenen Nadelbäumen in meinem sich sträubenden Bewusstsein, an Fensterkreuzen baumelnde Hexenfigürchen auf Besen, Trolle mit verzerrtem Grinsen und wahnsinnigen Augen. Dann setzt sich Stück für Stück das Bild des Hotels zusammen, die finster-klobige Karikatur eines Alpenchalets mit ausladenden Balkonen, auf denen ich nie saß, weil es nur regnete.“



Teuflische Harz-Folklore



Erkannte die Lücke: Meik Lindberg vom The Hearts Hotel.



Der „Harte Brocken“

Es gibt kaum eine Gegend in Deutschland, die nicht mit einem Regionalkrimi aufwarten kann. Der Harz war diesbezüglich spät dran, als zwei Produzenten den Drehbuchautor Holger Karsten Schmidt vor gut zehn Jahren fragten, ob er nicht etwas schreiben könnte. Das Ergebnis war der „Harte Brocken“, angelehnt an den gleichnamigen Berg. Beim Videogespräch in seinem Arbeitszimmer im schwäbischen Asberg nahe Stuttgart sagt Schmidt, dass er sich damals „aus dramaturgischen Gründen für den kleinen Ort Sankt Andreasberg entschied, wo der schwer unterschätzte Dorfpolizist Frank Koops ganz allein die Stellung hält und spektakuläre Kriminalfälle löst“.

Der von der ARD-Firma Degeto produzierte Film mit Aljoscha Stadelmann in der Hauptrolle erreichte bei der Erstausstrahlung 2015 mehr als 7,5 Millionen Zuschauer und wurde daher zur Reihe ausgebaut. Eine Besonderheit ist der Look: Man sieht nicht nur die regionalkrimitypischen Postkartenmotive, sondern auch Landschaften mit toten Bäumen und abgerockte Fassaden von Sankt Andreasberg, wo viel Leerstand herrscht. Auch die gegenüber dem Film-Polizeirevier liegende Filmkneipe „Schöckinger“ ist in einem leer stehenden Haus untergebracht; den Wirt spielt der ehemalige Bürgermeister des Ortes.

Zunächst waren die Touristiker im Harz nicht so begeistert von dem struppigen Image, das der „Harte Brocken“ vermittelt, aber Millionen TV-Zuschauer sind schon werbeträchtig. Die Drehorte lassen sich ganz entspannt besichtigen, ohne Angst haben zu müssen, totgetrampelt zu werden wie White-Lotus-Fans in Taormina. Cathleen Hensel schwebt eine illustrierte Landkarte „Auf den Spuren des Harten Brockens“ vor, leider habe man sich noch nicht mit der Produktionsfirma einigen können. „Wir machen jetzt einen neuen Anlauf, gemeinsam mit dem Bürgermeister.“

Dass die TV-Reihe Potenzial hat, Menschen in den Harz zu locken, bestätigt nicht zuletzt ihr Urheber. Der 59-jährige Schmidt erwähnt nebenbei, dass er zum letzten Mal mit neun Jahren zum Skifahren im Harz war. Den „Harten Brocken“ hat er komplett am Schreibtisch kreiert. Und nach fünf Folgen ist er aus der Reihe ausgestiegen. „Die ARD Degeto Film und ich haben unterschiedliche Auffassungen darüber, was eine professionelle Stoffentwicklung ist“, sagt er. Eine gewisse Neugier auf die Schauplätze seines Werks treibt ihn aber um. „Wenn ich das nächste Mal nach Hamburg fahre, halte ich dort und schaue mir das mal an.“



Neue Landmark: der Harzturm in Torfhaus



Podcasts
(/netzwerk)

 Mein
Konto

(/account/show)



Abmelden (/users/sign_out)

Warenkorb (/cart)

brandeins Schlitten fahren ohne Schnee: So wird der Sommer auf dem Wurmberg
(https://www.brandeins.de/abo) Abo
(/abo) Magazine
(https://www.brandeins.de/magazine)



Alternativen zum

Skitourismus

Newsletter

(/newsletter)

Kollektionen
(https://www.brandeins.de/themen/)

Academy

(/academy)

Shop
(/shop)

An diesem Nachmittag gibt es scharfe Böen aus Westen, sodass die 2,8 Kilometer lange Wurmbergseilbahn beinahe nicht fahren kann. Das liegt auch an den fehlenden Bäumen, die den Wind früher abgehalten haben. Oben kann man noch weiter auf den sanierten ehemaligen Ski-Schanzenturm steigen und über die ehemalige deutsch-deutsche Grenze hinweg zum Brocken blicken. Außerdem gibt es Gastronomie und einen künstlichen See, der im Winter dem Beschneien der Skipiste dient. Drum herum hat Fabian Brockschmidt, Betriebsleiter und Prokurist, eine Wasserspiel- und Erlebnislandschaft angelegt. Er muss etwas bieten, um die Seilbahn auszulasten. Bald will er unter anderem „richtige Boote auf dem See fahren lassen“. Schon jetzt kann man vom Wurmberg mit

„Mountaincars“ oder „Monsterrollern“ nach unten brettern; Schilder warnen Wanderer, damit sie nicht unter die Räder kommen.

Statistisch gesehen ist der Wandel zum Sommertourismus laut Cathleen Hensel bereits gelungen. „Unser stärkster Monat ist der Oktober, gefolgt von Juli und August.“ Harald Zeiss, Professor an der Hochschule Harz in Wernigerode, prophezeit zudem eine goldene Zukunft. „Die Zeit spielt für den Harz, auch wegen der Erderwärmung.“ Künftig würden Urlauber im Sommer kühle Orte suchen – „Coolcation statt Mittelmeer“. Auch Wochenend-Trips mit dem Flugzeug seien dann out, „stattdessen verbringen die Menschen ihre Freizeit in der Nähe, um zwei, drei Tage abzuschalten“. Diese Trends würden auch den Leerstand selbst in abgelegenen Orten des Harzes beenden, sagt Zeiss voraus: „In 15 Jahren ist das Thema durch.“ --

Mediadaten

(<https://branding.de>)

Corporate Services

(/corporate-services)