



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Herzlich
Willkommen!

NEUE WEGE FÜR INNOVATION UND WERTSCHÖPFUNG

Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland

INDUSTRIEKULTUR IN MITTELDEUTSCHLAND

STRATEGIE UND POTENZIALSTUDIE ZUR INDUSTRIEKULTUR IN MITTELDEUTSCHLAND

2. IndustrieKulturCamp Mitteldeutschland

01. Oktober 2021

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Länderübergreifende Zusammenarbeit in der Innovationsregion Mitteldeutschland

▶ INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND



- ▶ **Gemeinsamer Wirtschaftsraum** mit enger Verflechtung
- ▶ **Gemeinsame Gestaltung** des Strukturwandels
- ▶ **Gemeinsame Strategie** zur Regionalentwicklung
- ▶ **Gemeinsame Entwicklung** zentraler Handlungsfelder

7 Landkreise und
2 Städte in
3 Bundesländern mit
2 Mio. Menschen

Inhaltliche Verantwortung:
 METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND



Der Ablauf des 2. IndustrieKulturCamps

- 09.30 h** **Willkommen!** Begrüßung
- 09.40 h** **Industriekultur und Strukturwandel: Ziele, Fördermöglichkeiten, Kooperation.** Impulsvortrag
- 09.55 h** **Industriekultur an der Basis:** Chancen und Grenzen der bisherigen Aktivitäten. Akteure und Akteurinnen im Gespräch über den gegenwärtigen Umgang mit Industriekultur vor Ort
- 10.20 h** **Eine „Story“ und Strategie für die Industriekultur in Mitteldeutschland**
Die Grundlagen der Strategie- und Potenzialstudie
- 10.30 h** **Handlungsfelder und Schlüsselprojekte der neuen Strategie**
- 11.30 h** *Pause*
- 11:45 h** **Diskussions- und Fragerunden: Fragen und Beiträge der Teilnehmer*innen zur Studie**
In verschiedenen Themengruppen
- 12.30 h** **Podiumsdiskussion im Plenum: Länderperspektiven auf die Industriekultur**
Vertreter*innen der Landesministerien im Gespräch über die gemeinsame Zukunft der Industriekultur in Mitteldeutschland
- 12.55 h** **Verabschiedung und Ausblick**



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Industriekultur und Strukturwandel: Ziele, Fördermöglichkeiten, Kooperation.

- Impulsvortrag Herr Dr. Uwe Koch,

Beauftragter für die Kulturentwicklung in der Lausitz -

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Industriekultur an der Basis

Akteure und Akteurinnen im Gespräch über den gegenwärtigen Umgang mit Industriekultur vor Ort

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Industriekultur an der Basis

Akteure und Akteurinnen im Gespräch



Elke Witt, Geschäftsführerin WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e.V.



Thorsten Hinz, Parkleiter Bergbau-Technik-Park e.V.



Stefanie Müller, Leiterin Tourismusmanagement
Standortmarketing Mansfeld-Südharz



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Eine „Story“ und Strategie für die Industriekultur in Mitteldeutschland

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND



ZENTRALE PROJEKTZIELE ANGESTREBTE ERGEBNISSE

- ▶ Ausrichtung und Gestaltung der Industriekultur **innovativ vorantreiben**
- ▶ wirtschaftliche und gesellschaftliche **Transformationsprozesse im Ausgleich** zwischen Tradition und Modernisierung fördern,
- ▶ Industrietourismus in einem **ganzheitlichen Sinne** entwickeln und gleichzeitig die **Einbettung des Themenfelds in die touristische Gesamtstrategie** gewährleisten,
- ▶ mit Industriekultur die **regionale Identität** und den **Zusammenhalt** der Bürgergesellschaft stärken,



ZENTRALE PROJEKTZIELE ANGESTREBTE ERGEBNISSE

- ▶ **kreativwirtschaftliche** Potenziale freizusetzen,
- ▶ **Vernetzung** zwischen den Akteuren der Bereiche Tourismus, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft verstetigen,
- ▶ funktionierende, länderübergreifende und ggf. über die Innovationsregion hinausreichende **Organisationsstrukturen** konzipieren,
- ▶ umsetzungsreife **Modell- und Pilotprojekte** herauszuarbeiten.



Welche „Story“ erzählt die
Industriekultur in und für
Mitteldeutschland?



Welche Dramaturgie?
Welcher „Plot“?

Welche Narrative
nutzen wir?

Welche Gefühle
aktivieren wir?

Welche Assoziationen
und kulturelle Marker
nutzen wir?

**Lebendige
Industriekultur** war und ist
die Leitidee, aber:
Es geht nicht um
Branche, Segmente, Technik
alleine, sondern...



Leitgeschichte und „Plot“: Erneuerung und Wiedergeburt

- ▶ Die Industriekultur in Mitteldeutschland steht für den **permanenten Wandel und die Wiedergeburt des gesamten Kulturraums**. Sie „verlebendigt“ die **Umbruchserfahrungen** und Transformationen des Kulturraums. Sinnbildlich dafür steht auch die transformierende **Verstofflichung und Veredelung der Ressourcen**, der permanente „**Materialwandel**“.
- ▶ Künftig schafft sie aufbauend auf eine **Ethik der Erneuerung** den Ausgleich zwischen ökonomisch-industriellen, wertschöpfenden sowie gesellschaftlich-sozialen Interessen und dem Erhalt und der Regeneration von Natur- und Kulturlandschaft.
- ▶ Die **Menschen der Region** sind aktive und agile Gestalter*innen dieses eigenen Lebensraums. Die Gestaltung der lebendigen Industriekultur ist ihre **andauernde Aufgabe und Mission**.

Leitgeschichte
und „Plot“:
**Erneuerung und
Wiedergeburt**

▶ **Gefühle**

- (Schöpfungs-)Kraft und Energie
- Neugier und Kreativität
- Mut und Risikofreude

▶ **Narrative und „Substories“**

- Raffinesse und Bravour
- Umbruch als Aufbruch
- Geschundene und wiedergefundene
Landschaft

Raffinesse und Bravour

- ▶ **...erzählt die Geschichte der großen Ingenieurskunst, die sich in den technischen Errungenschaften, Innovationen und auch Improvisationen widerspiegelt – bis heute.**
- ▶ **Kulturelle Marker sind...**
 - **die technischen Monumente, von den gewaltigen Braunkohlebaggern bis hin zum Farbfilm etc.**
 - **die Verstofflichungs- und Veredelungsprozesse in den Industrien der Region**
 - **branchenspezifische Orte der Bravour und Innovation, also Produktionsstandorte, Museen, etc.**
 - **die Lebensgeschichten und Narrative der Erfinder*innen und Menschen hinter der**



Umbruch als Aufbruch

- ▶ ...erzählt die Geschichte der Menschen, Arbeiter*innen und Bürger*innen im Wandel der Zeitläufte: Persönliche Umbrüche und persönliche Aufbrüche angesichts der vergangenen und aktuellen Disruptionen.
- ▶ Kulturelle Marker sind...
 - Persönliche Lebensgeschichten, vom Umbruch, Scheitern und Aufbruch etc.
 - Geschichten zugezogener Fachkräfte und Arbeiter*innen und ihrer Integration
 - Beziehungen und Gemeinschaftserlebnisse als Identität stiftende und motivierende Faktoren
 - Orte des Umbruchs und der Neuerfindung

Geschundene und
wiedergefundene
Landschaft –
Ressourcen-
landschaft

- ▶ ...erzählt die Geschichte der Ressourcenlandschaft Mitteldeutschland, die ihrer Ressourcen zunächst beraubt wurde und wird, jetzt als Ressource der Erneuerung überformt und in ein neues Gleichgewicht gebracht wird.
- ▶ Kulturelle Marker sind...
 - Die sichtbaren Wunden der Landschaft und ihre Verwandlung.
 - Landschaftsbauwerke und -monumente
 - Symbiotische Orte aus Landschaft und Technik – Stollen, Wasserläufe, Bahnlinien etc.



Entwicklungsziele

Leitidee und Mission

Wir schaffen eine lebendige Industriekultur – für Gäste, Bevölkerung, Unternehmen und Kommunen.
Diese Lebendigkeit beinhaltet den Willen zur Auseinandersetzung mit dem Wandel, mit (Schöpfungs-)Kraft und Energie, Neugier und Kreativität, Mut und Risikofreude, mit der Vergangenheit der Industriekultur und ihrer aktiven Gestaltung in Gegenwart und Zukunft.

Leitlinien

Profil: Wir schaffen ein wiedererkennbares Profil der Industriekultur in Mitteldeutschland.	Identität: Industriekultur trägt dauerhaft zur regionalen und lokalen Identität bei und bietet Identifikationsflächen für alle Akteur*innen.	Vernetzung und Organisation: Industriekultur wird länder-, akteurs- und aufgabenübergreifend vernetzt.	Qualität und Nachhaltigkeit: Qualitätsorientierung bestimmt das Handeln aller Akteur*innen in allen Aufgabenbereichen.	Raumbezug: Industriekultur fördert eine nachhaltige Raum- und Stadtentwicklung.	Vermittlung: Die Industriekultur wird ganzheitlich und lebendig vermittelt.	Wertschöpfung: Industriekultur schafft branchenübergreifend neue Werte und regionalwirtschaftliche Effekte.
<ul style="list-style-type: none"> Alleinstellung und Profilierung auf Basis des gemeinsamen Gestaltungswillens und der Narrative 	<ul style="list-style-type: none"> Mehrdimensionaler und „narrativer“ Blick auf Identität: historisch, kulturell, wirtschaftlich, verhaltensorientiert Partizipation und Kooperation Wertschätzung 	<ul style="list-style-type: none"> Zentrale Koordination und Prozessmanagement Agile Prozesse und handlungsfähige Netzwerkstrukturen Ressourcensicherheit Partnermodelle Auffangstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> Lebensqualität der Bevölkerung, infrastrukturelle Qualität und Baukultur vor Ort, Erlebnisqualität für Gäste und Besucher*innen, Servicequalität für Gäste, Besucher*innen und Akteur*innen, Standort- und Umfeldqualität für Unternehmen, Prozess- und Management-Qualität bei allen Maßnahmen. 	<ul style="list-style-type: none"> Neue Ressourcenlandschaft Inwertsetzung von Industriedenkmalern Planerischer Umgang mit Industriedenkmalern Nutzungsorientierte Strategietypen Denkmalschutz 	<ul style="list-style-type: none"> Besucher*innen- und Publikumsorientierung Objekt- und Standortbezug Methoden- und Formatvielfalt: digitale Aufbereitung, Erlebnisführungen Hands-on-Angebote etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Professionelle Vermarktung Komplementäre Vernetzung innovative Wirtschaftsformen Optimierte, ineinandergreifende Umnutzungsprozesse



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Handlungsfelder und Schlüsselprojekte der neuen Strategie

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Erleben und Vermitteln - Vermittlungskonzept -

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Grundlegende Vermittlungsziele

- ▶ **Wissen und Verstehen:** Hintergründe, Zusammenhänge und Wirkungsweisen von Industriekultur „narrativ“ vermitteln - Fakten, Informationen, Sinn
- ▶ **Fähigkeiten und Methoden:** Instrumente und Lösungskompetenzen vermitteln - v.a. für Wandlungs- und Erneuerungsprozesse und Aufbruch
- ▶ **Aktivitäten und Verhalten:** Zu eigenem Handeln motivieren und animieren, persönliche Beiträge zur Transformation und zum Wandel
- ▶ **Haltung und Meinungsbildung:** Vermittlung von Werten, Empathie und Einfühlungsvermögen
- ▶ **Inspiration:** (Schöpfungs-)Kraft und Energie, Neugier und Kreativität, Mut und Risikofreude anregen

Struktur der Vermittlung

Lokales Profil, Thema und Erlebnis – lokale Interpretation der Leit- und Subgeschichten

Teilregionale oder branchenspezifische Strukturen und Profile – Interpretation der Leit- und Subgeschichten

Gesamtregionale Strukturen und Zusammenhänge. Leitgeschichte der Erneuerung im (Industrie-) Kulturraum

Grundlagen

standort- /
objektbezogen

Teilregional

Gesamtregional

Forschung, Sammlung, Archivierung,
Standortsicherung

- ▶ **Besucher*innen- und Bürger*innenorientierung**
- ▶ **Objekt- und Standortbezug**
- ▶ **Zielgruppengerechte Formatvielfalt**
- ▶ **Vernetzte Vermittlung**
- ▶ **Prozessverständnis**

▶ Die Basis der Qualifizierung: IndustrieKultur-Marker als „Siegel“

- Ein „Siegel“ für die kulturellen Marker der Industriekultur in Mitteldeutschland zur Identitätsbildung, Qualifizierung, Vermittlung etc.
 - Narrative Vernetzung der bestehenden und ggf. neuen Teilregionen, Standorte – vorhandene Images und Identitäten bleiben erhalten. Die Stories (s. oben) verbinden die Orte, Regionen und ihre Werte.
 - *Hinweis: Visualisierung rechts dient nur zur Erläuterung (kein Logo!)*

▶ Die digitale Basis: Content-Datenbank

- Insgesamt **306 Standorte** innerhalb der Innovationsregion Mitteldeutschland wurden in einer Rohdatenbank erfasst und strukturiert. Davondavon 155 in Sachsen, 141 in Sachsen-Anhalt und 10 in Thüringen.
- **Content-Datenbank** zur weiteren Klassifizierung und Qualifizierung des industriekulturellen Content

▶ Die konzeptionelle und inhaltliche Basis: Archiv, Forschung, Vor Ort-Prozesse

- **Zentrales Archiv und wissenschaftliche Grundlagen** (s. AP 4 - Bewahren und Erforschen)

Beispielentwurf (kein Logo!)



- ▶ **Die Qualität der Webpräsenzen**, egal ob Regionen, Routen, einzelne Standorte, spiegelt die Ressourcen der jeweiligen Akteure wider.
- ▶ Ein **skalierbares Website-Framework mit modularem Aufbau** kann die Qualität der Vermittlung und Präsenz erheblich steigern. Dazu gehören:
 - Verbindliches **Grundlayout und Design**, basierend auf dem CD der Familienmarke, kombinierbar mit eigenen Logos und Farben
 - Vorgegebene **Strukturen und Module**
 - Menüpunkte
 - Beiträge, Artikel-Strukturen
 - Blog, Veranstaltungskalender, Karten/Maps, POIs, Touren/Aktivitäten, Shop, Mediendatenbank,
 - Widgets, Social media, Newsletter, Chatbots, AR/VR, 360-Grad,...
 - **Einfache Lizenzvergabe und Nutzungsmöglichkeiten** auch für Vereine, Ehrenamt etc.



Leitformat: Die zentrale, multifunktionale App: „Industrialiser“ Mitteldeutschland (Arbeitstitel)

- ▶ **Zentrale Elemente zur Vermittlung des ganzheitlichen Verständnisses der lebendigen Industriekultur**
- ▶ Beitrag zur **Profilierung und Identitätsbildung**
- ▶ **Services und Angebote** für verschiedene Zielgruppen
- ▶ **Kommunikation und Dialog**
- ▶ **Personalisierungsfunktionen**
- ▶ **Schnittstellen** zu offenen Datenbanken, z.B. Tourismus
- ▶ **Location-Based-Services** (mental map) und **Stories** (Hörspiele)
- ▶ **Digitaler Erlebnisvertrieb**, Tickets, Buchungen (> **Touristische Vermarktung**)
- ▶ **Games, z.B.** zur Landschaftstransformation – gekoppelt am Gamification
- ▶ Vernetzung mit **sozialen Medien**: Youtube, facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok
- ▶ Produktion eines **Podcasts**
- ▶ ...



Bürger*innen und Akteure*innen/Ehrenamt/Vereine

- Partizipationsmöglichkeiten: Motivation / Engagement
- Präsentationsmöglichkeiten
- Services
- Identitätsbildung durch Stories

Gäste und Besucher*innen

- Inspiration, Marketing und Vertrieb
- Stories
- Reiseinformationen und Erlebnisangebote
- Buchungsmöglichkeiten

Fachkräfte und Industriearbeiter*innen

- Anwerbung
- Welcome-Services
- Soziale Integration und Bindung an die Region
- Hilfsangebote in allen Lebenslagen
- Aus- und Fortbildung - Karriere

Unternehmen und Gründer*innen / Start-ups / Kreative

- Services der Wirtschaftsförderungen für Unternehmen
- Standorte, Flächen und Objekte
- Fördermöglichkeiten
- Coaching und Beratung



► Schaffen einer neuen Dachmarke für Industrielerlebnismuseen

- Spezielle **Zielgruppenausrichtung** (nicht Themen!) auf erlebnisorientierte Zielgruppen, Familien, Schulen
- Netzwerk aus Museen mit besonderen, interaktiven Erlebnisausstellungen und/oder zielgruppengerechten museumspädagogischen Angeboten (Impuls zur Erneuerung!)
- Gebündeltes Marketing (Budgetbündelung) erleichtern Zielgruppenansprache, schafft Marketing-Synergien und erhöht Reichweite
- Zentrale Steuerung durch ein Projektbüro oder zentrale Koordination (> Organisation unten)
- Schulmarketing, Gruppengeschäft, Website, soziale Medien, Bewertungsplattformen, digitaler Vertrieb, Mitmachformate und Events, Gutscheine, Bewegtbild, Vorteilsprogramme (z.B. ADAC, Geolino), koordinierte Pressearbeit
- Verbundausstellungen, z.B. alle 3 Jahre

Herzlich willkommen bei den
Erlebnismuseen Rhein Ruhr!

Die Erlebnismuseen Rhein Ruhr sind 14 Museen zwischen der Stadt Bad Honnef im Süden und der Stadt Dortmund im Norden, die zu Entdeckungsreisen für die ganze Familie einladen! Auf diesen Seiten erhalten Sie Informationen über die einzelnen Museen und Tipps für Ihren Museumsausflug. Eine vergnügliche und spannende Entdeckungsreise wünschen Euch und Ihnen die Erlebnismuseen Rhein Ruhr!

Aktuell sind unsere Partnermuseen geschlossen. Bis die Häuser wieder zu entdecken sind, gibt es auf den Websites und den Social Media Kanälen der Museen tolle digitale Angebote.

Das Erlebnismuseen-Malbuch für Kinder steht übrigens kostenlos zum Download bereit.



Newsletter

Email-Adresse *

Vorname

Nachname

Erlebnismuseen-
Geschichten



Hier bietet regelmäßig eine Kinderreporter:in

Digitale Angebote



Mit ihren digitalen Angeboten laden die Erlebnismuseen Rhein Ruhr dazu ein, das Museum von zu Hause aus zu entdecken und selbst kreativ zu werden. In den Osterferien und natürlich darüber hinaus.

> Weiterlesen

- Deutsches Fußballmuseum
- mondo mio!
- PHANOMENTA Lüdenscheld
- Neanderthal Museum
- EnergieStadt
- Kunstpalast
- Schokoladenmuseum Köln
- Deutsches Sport & Olympia Museum
- Max Ernst Museum Brühl des LVR
- LVR-LandesMuseum Bonn
- Museum Alexander Koenig
- Deutsches Museum Bonn
- Siebengebirgsmuseum
- Adenauerhaus



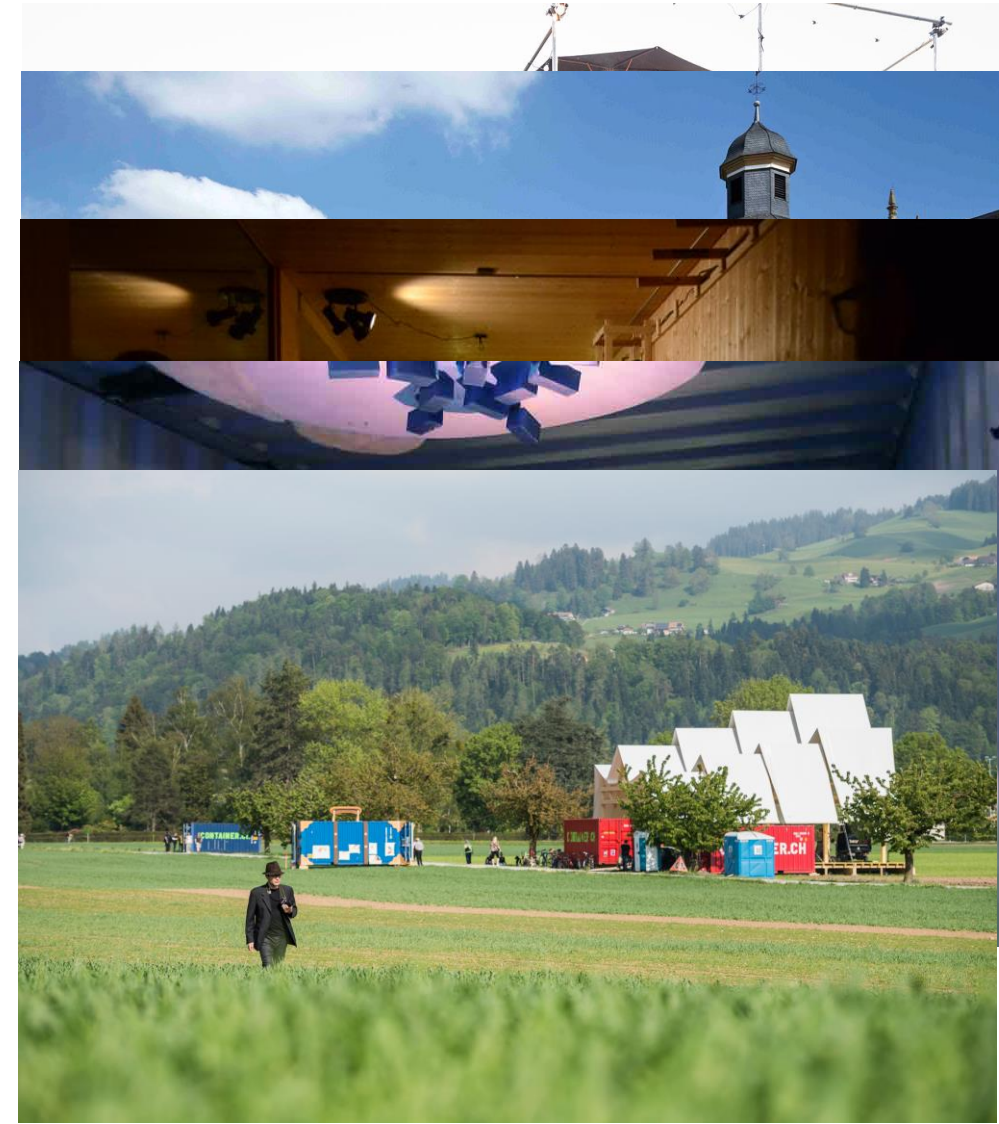
Leitformat: Gruppen- und Schulmarketing zentralisieren

- ▶ **Bündelung des Gruppen- und Schulmarketings bzw. des entsprechenden Vertriebs**
 - Das Gruppengeschäft für einzelne Museen/Einrichtungen ist aufgrund geringer Budgets sehr ineffizient. Vereine in der Region haben keine Ressourcen. Zielgruppen wollen sich nicht mit Materialien jeder einzelnen Einrichtung befassen, sondern diese gebündelt erhalten.
 - Zielgruppen: Schulen (Lehrer), semiprofessionelle Veranstalter (z.B. VHS, Kirchen, ...), Verbände, Vereine, Rotarier, Kulturreiseveranstalter, Busreiseveranstalter etc.
 - Zentralisierung der Maßnahmen:
 - Aufbau einer Vertriebsdatenbank für Direktmailings, mit Produkt- / Zielgruppendifferenzierung
 - Zentraler Ansprechpartner
 - Gemeinsame Plattform und Vermittlungs-, Informations-, Vertriebsmaterialien und -datenbanken
 - Bsp.-Maßnahmen: Schulmatrix / -materialien (abgestimmt auf Lehrpläne der Bundesländer und Schulstufen), Materialien für Guides etc.



Leitformat: Outreach-Konzept - Beispiel IndustrieKultur-Container

- ▶ **Grundidee: unterschiedlich ausgestattete Container werden an verschiedenen Orten für eine ausgewählte und befristete Zeit aufgestellt.**
- ▶ Als Infrastruktur auf Zeit machen sie die lebendige Industriekultur vor Ort sichtbar, schaffen Kreativitätspotentiale und geben Impulse für weitergehende Aktivitäten vor Ort. Sie „spinnen“ ein Identität stiftendes Netz durch die Region.
- ▶ **Kooperation mit Kreativwirtschaft (> **Tourismus**)**
- ▶ **Container als...**
 - leerer, frei gestaltbarer **Möglichkeitsraum**, **Veranstaltungsraum** oder Bühne, **Ausstellungsraum** / Galerie, **IndustrieKulturLounge**, **Atelier**, **Werkstatt** / **MakerSpace**, museumspädagogischer Raum / **Workshop-Raum**, **Musikstudio**, **digitales Labor**, interaktive **Medien- und Erlebnisausstellung** (z.B. zu den Substories)



- ▶ **Entwicklung von teilregionalen Erlebnissräumen und thematischen Routen unter Rückbezug auf die Leitgeschichte (> s. oben – Storytelling-Prozesse)**
 - Innerregionale Vernetzungsstrukturen
- ▶ **Maßnahmen, Formate und Kanäle**
 - Ggf. eigenes Orientierungssystem für die Route und Teilregion
 - Rückgriff auf Website-Framework
 - „Ableger“ des „Industrialisers“ im Web
 - Integration in die vorhandenen touristischen Vermarktungsstrukturen
 - Je nach Bedeutung / Größe / Budget: Submarke zur Leitgeschichte mit eigenem Marketing- und Vermittlungsinstrumentarium (analog, digital)
 - Integration in das gesamtregionale museumspädagogische Vermittlungskonzept (z.B. Schulmatrix, Gruppen)
 - Routenbegleitende Inszenierung durch Erlebnisstationen



ANREISE BROSCHÜRE ALS P

ETAPPEN & TOUREN SEHENSWERT SE



**INDUSTRIEGESCHICHTE.
LANDSCHAFTSWANDEL.
ENERGIEZUKUNFT.**

Weitere Module für die lokale, standortbezogene Vermittlung

- ▶ **Entwicklung eines lokalen, standortbezogenen Vermittlungskonzepts angepasst an den genius loci**
- ▶ **Zentrale Maßnahmen, Formate und Kanäle**
 - **Erneuerungsprogramm** für interaktive und multisensorische Ausstellungen
 - **Vermittlungsmodule und IndustrieKulturContainer** für budgetschwache Standorte
 - **Programm- und Angebots-Coaching von Akteuren und Partnern aufbauend auf Stories und regionsweite Standards:**
 - **Wiederkehrende Vermittlungsinstrumente** innerhalb Mitteldeutschlands:
 - **IndustrieKulturContainer** (> s. oben)
 - **Immersive Räume: Inszenierung des lokalen Erneuerungsprozesses**
 - **Kinetische Audio-Installationen, angepasst an die lokale Situation**
 - **Augmented Reality an Standorten ohne markante Zeugen der Industriekultur**
 - **Integration ehrenamtlichen Engagements** in die personale Vermittlung





INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Tourismuskonzept - Strategie -

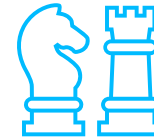
Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND



Bestandteile der touristischen Strategie



1 Strukturierung des touristischen Angebots

- ▶ Wichtige Bausteine für die Angebotsentwicklung
- ▶ Ihr Zusammenspiel ist der Schlüssel zum Erfolg.
- ▶ Spezifische Handlungsbedarfe je Baustein





2 Erfolgsfaktoren für touristische Angebote





3 Zielgruppenspektrum für die Industriekultur in Mitteldeutschland

- ▶ Synergieeffekte durch Strategiekonformität:
Die Tourismuskonzeptionen von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen nehmen vier Sinus-Milieus ins Visier.

Individualreisende (Sinus-Milieus)

Sozialökologische

Das engagiert gesellschaftskritische Milieu

- ▶ Familien
- ▶ Paare

Liberal-Intellektuelle

Die aufgeklärte Bildungselite

- ▶ Familien
- ▶ Paare

Adaptiv-Pragmatische

Die moderne junge Mitte

- ▶ Familien

Konservativ-Etablierte

Das klassische Establishment

- ▶ Paare

Sonderzielgruppen

- ▶ Fachbesucher*innen/
Special Interest
- ▶ Vereine
- ▶ Schulgruppen
- ▶ Sonstige
Bildungsgruppen

MICE

- ▶ Tagungen, Seminare,
sonstige Firmen-
veranstaltungen
- ▶ Sonstige
Veranstaltungen und
Feiern

Beispiele für interessante IK-Produkte für die
Sinus-Zielgruppen im Bericht



4 Priorisierung des touristischen Entwicklungsbedarfes durch Kategorienbildung

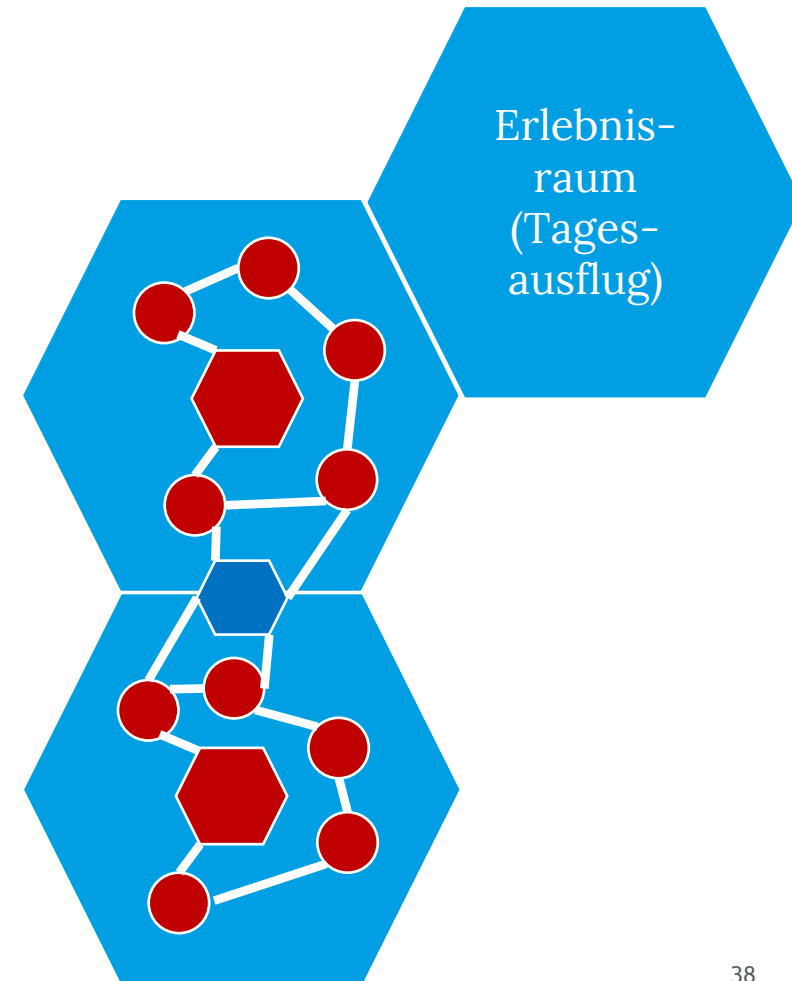
- ▶ Kategorienbildung als Grundlage für die zielgerichtete investive Entwicklung des IK-Angebots
- ▶ Ziel: touristische (!) Inwertsetzung ausgewählter Angebote

1	Exzellenzangebot – überregional und international wettbewerbsfähig
2	Angebot mit regionaler touristischer Strahlkraft – regional wettbewerbsfähig
3	Angebote mit Interventionsbedarf in einzelnen Bereichen
4	Angebote mit hohem Entwicklungsbedarf
5	Angebote mit sehr hohem Entwicklungsbedarf



5 Definition von Erlebnisräumen

- ▶ Ankerangebote als Reiseanlass, Vernetzung über verschiedene aktiv- und kulturtouristische Routen, kulturelle Marker und qualifizierte touristische Orte
- ▶ Die Idee: Entwicklung eines profilierten touristischen Teil-Erlebnisraums im Harz (Arbeitstitel „Kupferharz“)
- ▶ „Storyfizierung“: interner Storytellingprozess und Einordnung in die Struktur der IndustrieKultur-Marker
- ▶ Touristische Qualifizierung zentraler Ankerangebote als Reiseauslöser: Schmid-Schacht, Hettstedt, Pyramiden des Mansfelder Landes, Neue Erlebniswelt „Wasserstollen“ etc.
- ▶ Ergänzende Nebenstandorte
- ▶ Komplementäre Angebote: Gastronomie, Übernachtung, Freizeitanbieter
- ▶ Kultur- und Veranstaltungsprogramm zum Thema Kupfer: „Kupfertage“, Kupfer-Jazz etc.
- ▶ Eigene Produktlinien: Kupfer-Gebäck, Kupfer-Bohne (spez. Kaffee-Kupferröstung) etc.



6 Touristische Vermarktung

Voraussetzungen für die touristische Vermarktung

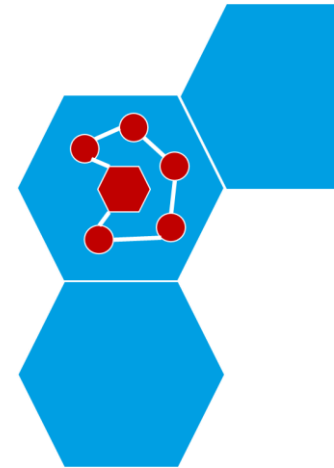
- ▶ Erhöhung der (Basis-) Qualität
- ▶ Entwicklung marktfähiger Angebote
- ▶ Vermarktung muss auf drei Ebenen erfolgen: Destination, Bundesland, Mitteldeutschland (siehe auch Empfehlung zur Aufgabenteilung)

Grundsätze zur Vermarktung der Industriekultur:

- ▶ nicht zwingend unter dem Begriff „Industriekultur“
- ▶ nicht mit Anspruch für den gesamten Raum

Stattdessen: Vermarktung über

- ▶ attraktive Industriekultur- (Sub-)Themen in Teilräumen: Erlebnisräume
- ▶ Kombination mit anderen attraktiven touristischen Themen: Wandern, Radfahren, Wasser, Natur, Kulinarik





INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Tourismuskonzept - Maßnahmen -

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND













Maßnahmen zur touristischen Inwertsetzung der Industriekultur (1)

	Zuständigkeit/Federführung		
	Mitteldeutschlandebene	Destinationsebene	Ortsebene
Bestandsbewertung	Bewertung des Bestands in touristischer Hinsicht (Entwicklungsbedarfe nach Kategorien)		
(Infrastruktur-) Entwicklung & Förderung	Förderprogramm für die bauliche und inhaltliche touristische(!) Aufwertung des Angebots	Prüfung der Möglichkeiten institutioneller Förderung ausgew. IK-Einrichtungen (Schwerpunkt Personal)	Förderung der Vermarktung der Angebote
Produktgestaltung	Förderung von Industriekultur-Erlebnisräumen	Produktenwicklung (Fokus Zielgruppen, Erlebbarkeit und besondere Erlebnisse) ▶ Koordination ▶ Umsetzung	Umsetzung eines Pilotprojektes in Kooperation von Industriekultur- und Tourismusagierenden und Kreativwirtschaft
	Aufsetzen eines bundesländerübergreifenden Industriekultur-Events	Weiterentwicklung einer bestehenden Route zur zentralen Verbindungsachse	




Maßnahmen zur touristischen Inwertsetzung der Industriekultur (2)

Netzwerk	Kompetenznetzwerk zur Vermittlung von Beratung, Förderung und Qualifizierung 	Touristische Qualifizierung und Marketingverbund der IK-Museen 	Umsetzung eines Pilotprojekts „Pooling von Managementaufgaben“  
Vermarktung	Vermarktung der Erlebnisräume 	Schaffung einer bundeslandübergreifenden Informations- und Buchungsplattform  	Imagekampagnen in der Bevölkerung zur Identitätsstiftung   

Zuständigkeit/Federführung

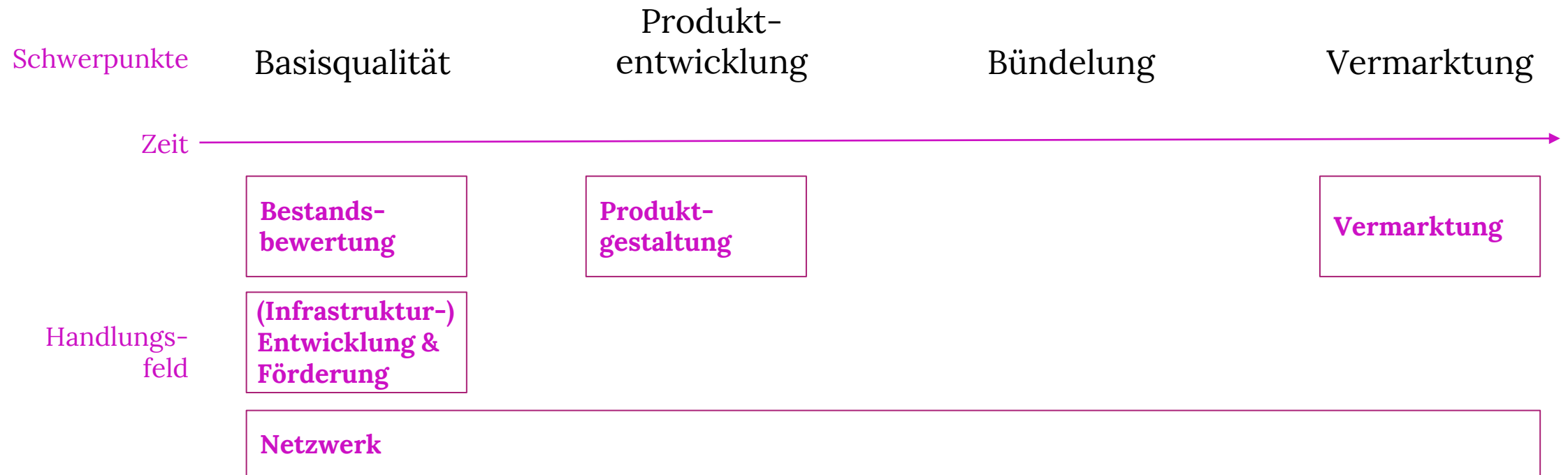
 Mitteldeutschebene

 Bundeslandebene

 Destinationsebene

 Ortsebene

Empfehlung für die Abfolge der aufeinander aufbauenden Maßnahmen





Förderprogramm für die bauliche und inhaltliche touristische(!) Aufwertung des Angebots (Schlüsselmaßnahme)

▶ Ziele:

- ▶ Attraktive Besuchereinrichtungen und weitere Angebote entwickeln
- ▶ Lebendige Industriekultur zeitgemäß aufbereiten und vermitteln

▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

- ▶ Definition und Priorisierung der Entwicklungsbedarfe
- ▶ Fördermöglichkeit zur touristischen Aufwertung des bestehenden industriekulturellen Angebotes
- ▶ ggf. Vorgabe von zu erfüllenden Mindestkriterien (z. B. Berücksichtigung der Destinations- und Landestourismusstrategie und Zielgruppen, Tourismusorientierung, Innovationscharakter...)
- ▶ Mittelvergabe unter Einbindung eines Begleitgremiums und Berücksichtigung der Entwicklungsbedarfe

Nutzen im Sinne der Leitlinien

Profil

Identität

Qualität und
Nachhaltigkeit

Vernetzung und
Organisation

Raumbezug

Vermittlung

Wertschöpfung

Aufsetzen eines bundesländerübergreifenden Industriekultur-Events (Schlüsselmaßnahme)

▶ **Ziele:**

- ▶ Attraktive Leitveranstaltung für die Industriekultur im mitteldeutschen Raum schaffen
- ▶ Industriekultur sichtbar und erlebbar machen – für Gäste, Bevölkerung, Unternehmen und Kommunen
- ▶ Neue Reiseanlässe bieten und Wertschöpfung gewährleisten
- ▶ Beitrag zur Identifikation mit der Region schaffen

▶ **Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:**

- ▶ Konzeption, Organisation und Durchführung eines zentralen IK-Events verteilt auf verschiedene Standorte (z. B. Mitteldeutscher Tag der Industriekultur)
- ▶ Etablierung als regelmäßige Veranstaltung, ggf. mit unterschiedlichen Schwerpunktthemen
- ▶ Nach Möglichkeit Beteiligung der Bundesländer, Destinationen, Orte sowie Leistungsträger*innen

Nutzen im Sinne der Leitlinien

Profil

Identität

Qualität und Nachhaltigkeit

Vernetzung und Organisation

Raumbezug

Vermittlung

Wertschöpfung



Weiterentwicklung einer bestehenden Route zur zentralen Verbindungsachse (Schlüsselmaßnahme)

▶ Ziele:

- ▶ zentrale, regionsübergreifende Verbindungsachse von Stätten der Industriekultur schaffen bzw. bestehende Achse ausbauen und aufwerten
- ▶ Attraktives touristisches Angebot anbieten und touristische Vermarktung bündeln
- ▶ Beitrag zur Identifikation mit der Region und dem Thema Industriekultur leisten
- ▶ Vernetzung der Akteur*innen verbessern

▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

- ▶ Nutzung einer bestehenden Route (Empfehlung: Kohle | Dampf | Licht | Seen)
- ▶ Identifikation der Handlungs- und Finanzierungsbedarfe und Abstimmung Umsetzungsplan
- ▶ Finanzielle Unterstützung der Umsetzung durch alle drei Länder

Nutzen im Sinne der Leitlinien

- Profil
- Identität
- Qualität und Nachhaltigkeit
- Vernetzung und Organisation
- Raumbezug
- Vermittlung
- Wertschöpfung

Imagekampagnen in der Bevölkerung zur Identitätsstiftung (Schlüsselmaßnahme)

▶ Ziele:

- ▶ Identifikation und Auseinandersetzung der Bevölkerung mit der Industriekultur und der Region stärken
- ▶ Bekanntheit der industriekulturellen Angebote als attraktive Freizeitmöglichkeiten steigern

▶ Inhalte und zentrale Umsetzungsschritte:

- ▶ Bereitstellung von Fördermitteln oder Mittelbündelung ggf. in Kooperation mit regionalen Unternehmen
- ▶ Konzeption und Durchführung der Imagekampagne
- ▶ Kooperation mit lokalen und regionalen Medien
- ▶ Durchführung von Gesprächsrunden mit Politik und Vertreter*innen der Zivilgesellschaft, Zeitzeug*innen etc.
- ▶ Nutzung der Publikumsveranstaltungen (v. a. Tage der Industriekultur, aber auch dezentrale Events) für Imagebildung und Identitätsstiftung

Nutzen im Sinne der Leitlinien

- Profil
- Identität
- Qualität und Nachhaltigkeit
- Vernetzung und Organisation
- Raumbezug
- Vermittlung
- Wertschöpfung



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Gestalten und Weiterentwickeln

- Standortentwicklung und Modellstandorte -



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

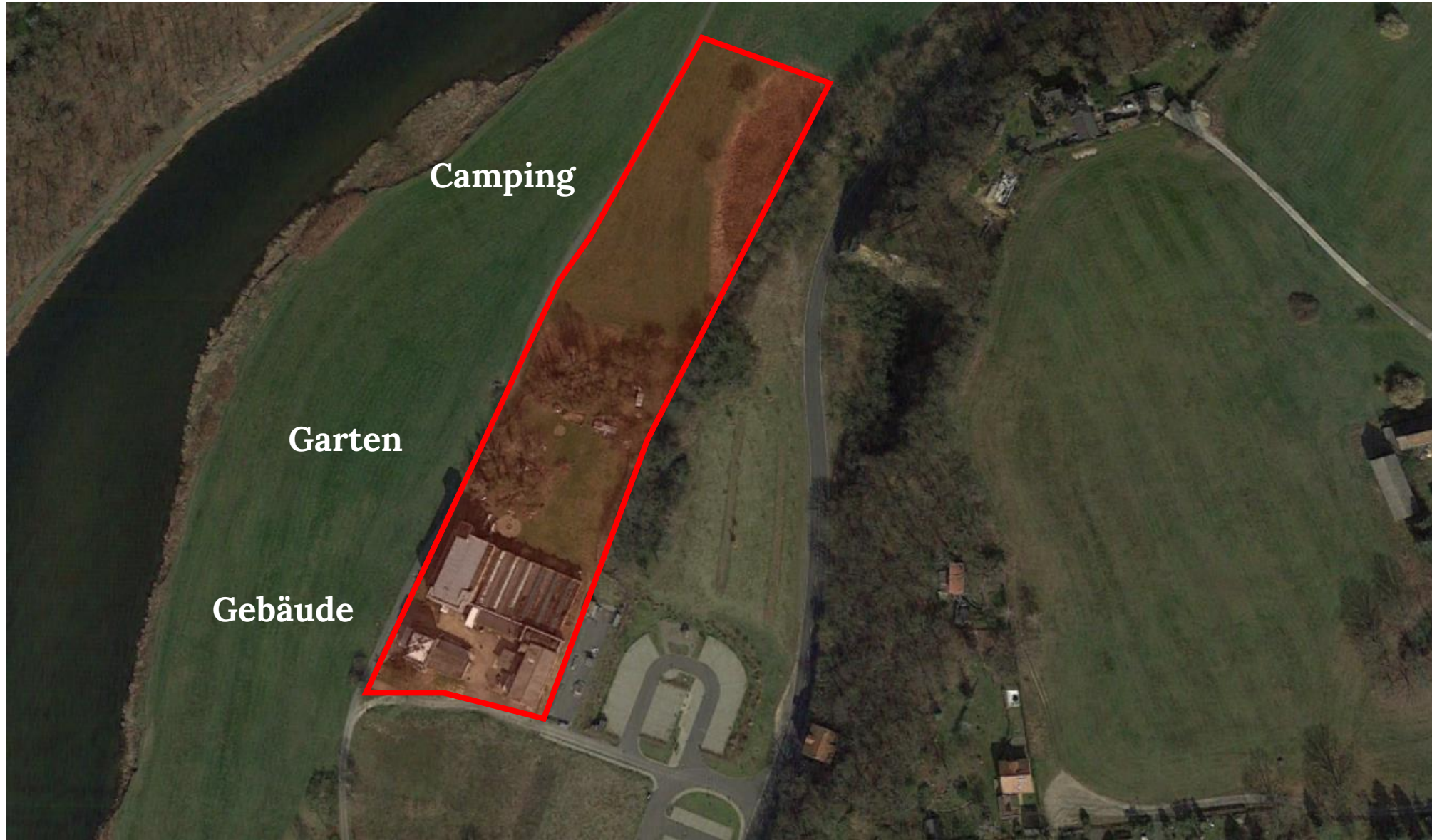
Dorf der Jugend, Grimma

Typ „Pionierkosmos“



Räumliche Einordnung







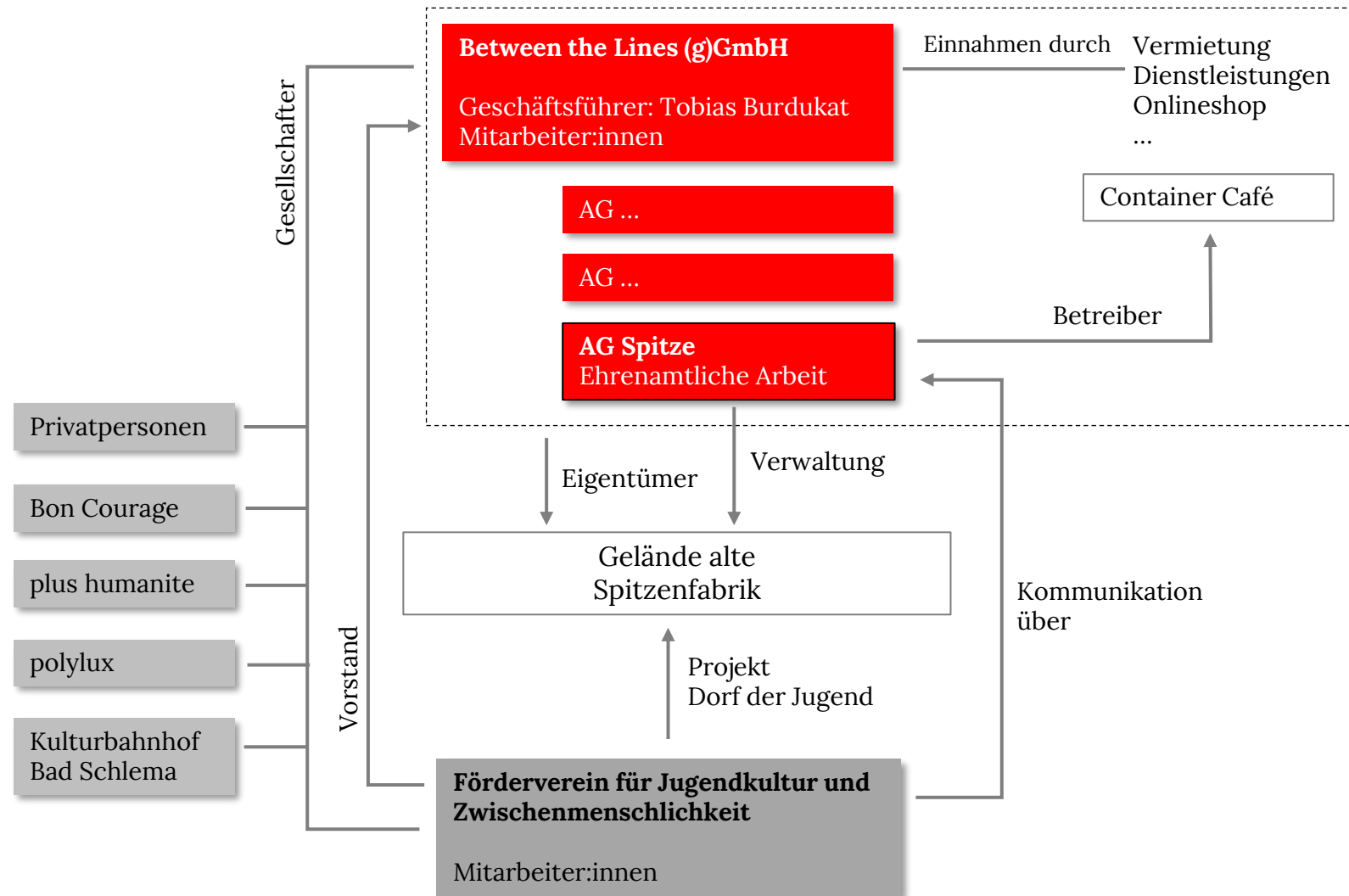
INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

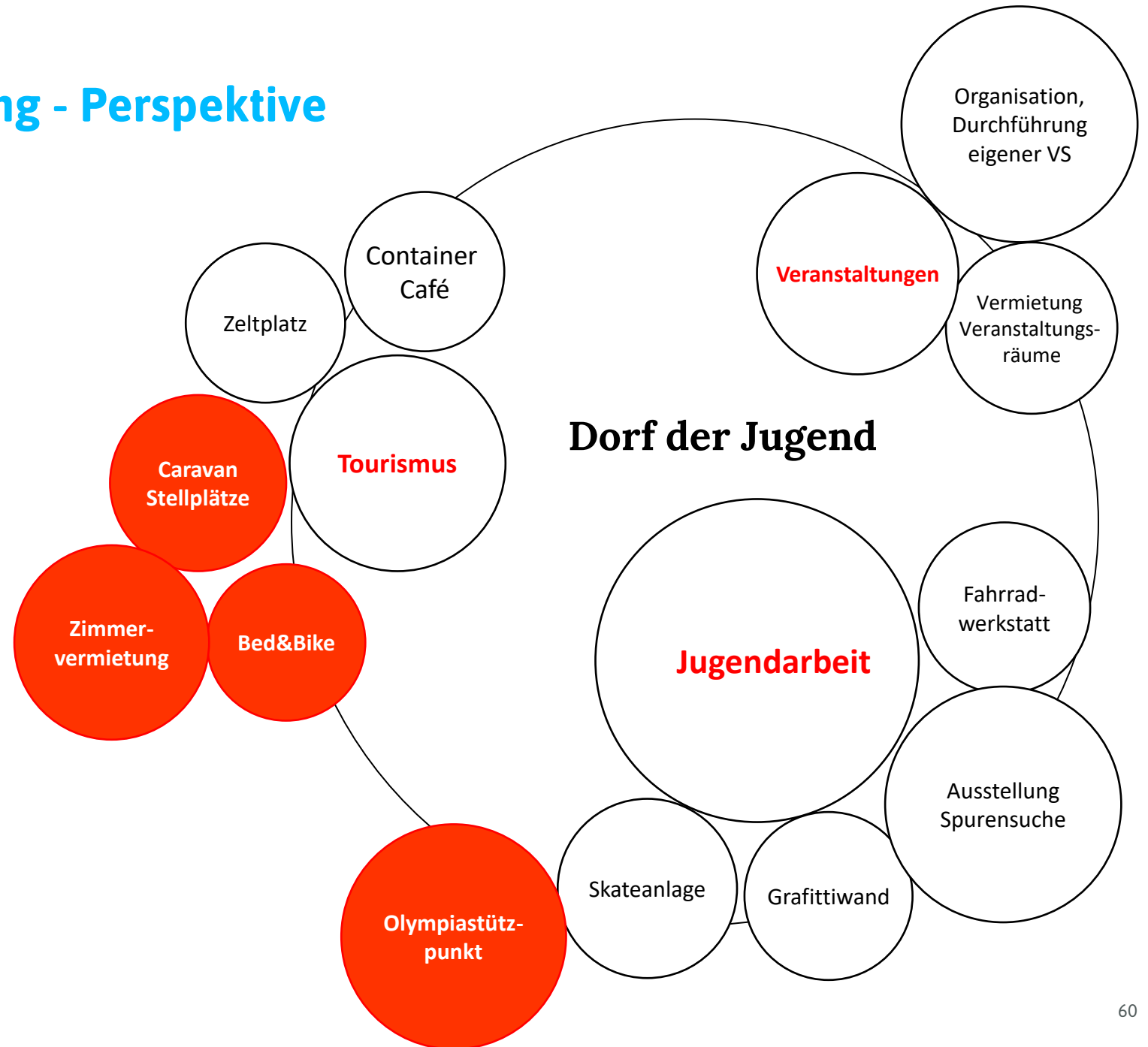
Eindrücke





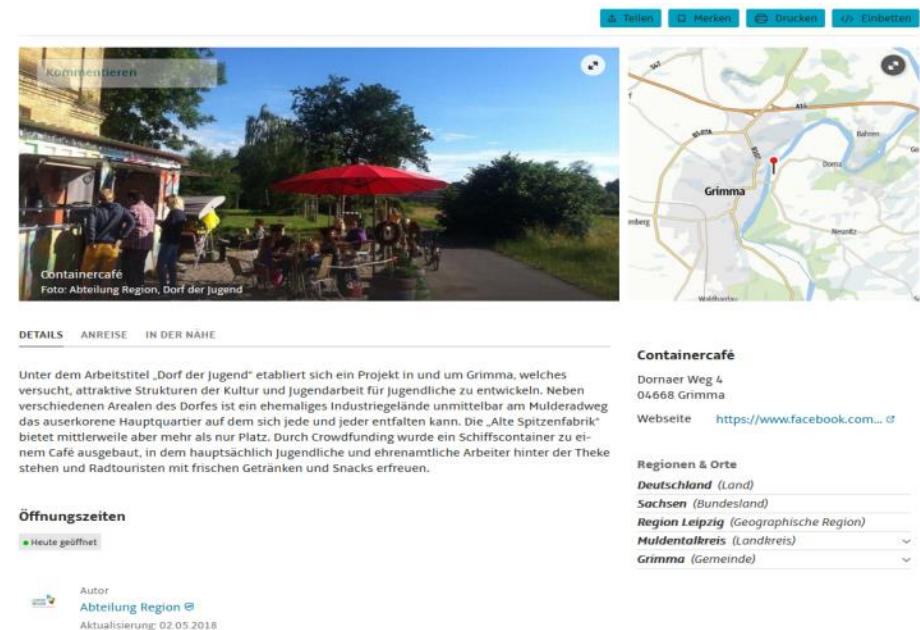
Betreiberstruktur





Standort Dorf der Jugend:

- Containercafe ist in einschlägigen Portalen (z. B. Mulderadweg, outdooractive.de) schon als Radler-Anlaufpunkt erwähnt
- es gibt dort bereits eine Fahrradwerkstatt am Containercafé
- angesichts der zuvor genannten Infrastrukturlücken hat der Standort Dorf der Jugend als Übernachtungsstandort eine günstige Ausgangssituation; vielleicht auch für Camping
- ob die Frequenz ausreicht für die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist offen



Containercafé
Foto: Abteilung Region, Dorf der Jugend

DETAILS ANREISE IN DER NÄHE

Unter dem Arbeitstitel „Dorf der Jugend“ etabliert sich ein Projekt in und um Grimma, welches versucht, attraktive Strukturen der Kultur und Jugendarbeit für Jugendliche zu entwickeln. Neben verschiedenen Arealen des Dorfes ist ein ehemaliges Industriegelände unmittelbar am Mulderadweg das ausserkorene Hauptquartier auf dem sich jede und jeder entfalten kann. Die „Alte Spitzenfabrik“ bietet mittlerweile aber mehr als nur Platz. Durch Crowdfunding wurde ein Schiffscontainer zu einem Café ausgebaut, in dem hauptsächlich Jugendliche und ehrenamtliche Arbeiter hinter der Theke stehen und Radtouristen mit frischen Getränken und Snacks erfreuen.

Öffnungszeiten
Heute geöffnet

Autor
Abteilung Region
Aktualisierung: 02.05.2018

Containercafé
Dornaer Weg 4
04668 Grimma
Webseite <https://www.facebook.com...>

Regionen & Orte
Deutschland (Land)
Sachsen (Bundesland)
Region Leipzig (Geographische Region)
Muldentalkreis (Landkreis)
Grimma (Gemeinde)



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Nutzung – Perspektive Olympiastützpunkt

Olympiasiegerin 2021 – Momiji Nishiya (13 Jahre)





- organisiert als Verein
- 19 Bundesstützpunkte (Sportarten)
- kein Skaten

Serviceleistungen

Trainingswissenschaft

Allgemein

Messplätze

Laufbahnberatung

Allgemein

Hochschulen/Fachoberschulen

Behörden

Berufsausbildung

Medizin/MTA

Allgemein

Ernährungsberatung

Psychologie


Sportmedizinische
Untersuchungsstellen in Sachsen

Covid19 Test

Physiotherapie

Allgemein

Athletiktraining

 **Altenberg**

 **Chemnitz**

 **Dresden**

 **Klingenthal**

 **Leipzig**

 **Oberwiesenthal**

Gefördert durch:



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Gefördert durch

STAATSMINISTERIUM
DES INNERN



Freistaat
SACHSEN

„Es wird immer nur über uns und nicht mit uns geredet.“

INSEK wird derzeit erarbeitet

Abstimmung aller Vorhaben /
Aktivitäten

regelmäßige Treffen

regelmäßige Berichterstattung

Kommunikation

Dorf der Jugend

Between the Lines (g)GmbH

**Förderverein für Jugendkultur
und Zwischenmenschlichkeit**

Stadt Grimma

**Oberbürgermeister Stadt
Grimma**

**Amt für Schulen / Soziales /
Kultur**

Amt für Stadtentwicklung

Hochbauamt

Landkreis Leipzig

Denkmalschutzbehörde

Jugendamt

Bauaufsichtsamt

...



AG Skate

Between the Lines (g)GmbH

**Förderverein für Jugendkultur
und Zwischenmenschlichkeit**

Stadt Grimma

**Oberbürgermeister Stadt
Grimma**

**Amt für Schulen / Soziales /
Kultur**

Akteure Olympia

**Olympiastützpunkt
Sachsen e. V.**

**Deutscher Olympischer
Sportbund**

Akteure Skate

DRIV e V.

Heizhaus Leipzig

Land Sachsen

Innenministerium

Sportbund



AG Tourismus

AG Destination

Between the Lines (g)GmbH

Stadt Grimma

**Oberbürgermeister Stadt
Grimma**

Wirtschaftsförderung Grimma

Akteure extern

ADFC Bett+Bike Service GmbH

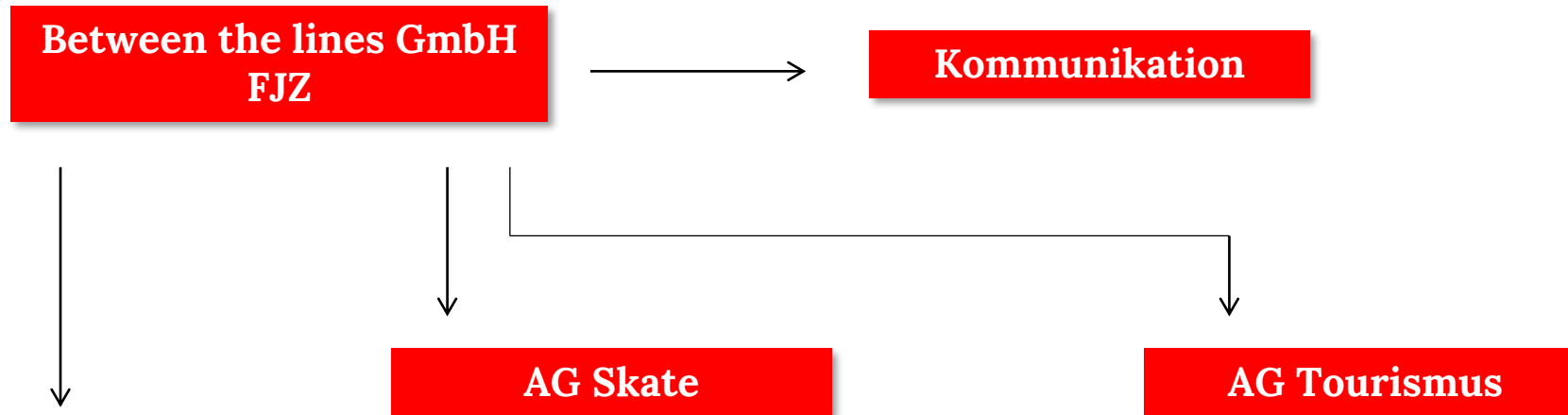
**Tourismus Marketing
Gesellschaft Sachsen**

**Leipzig Tourismus und
Marketing GmbH**

**Tourismusverband LEIPZIG
REGION e. V.**

Landkreis Leipzig

**Stabsstelle des Landrates
Wirtschaftsförderung /
Kreisentwicklung**



allg. Aufgaben

- Gesamtkoordination
- Investition Infrastruktur
- B-Plan

Aufgaben

- Investition Werkhalle
- Investition Produktionsgebäude

Aufgaben

- Investition Übernachtung
- Betreuung Caravanplatz



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

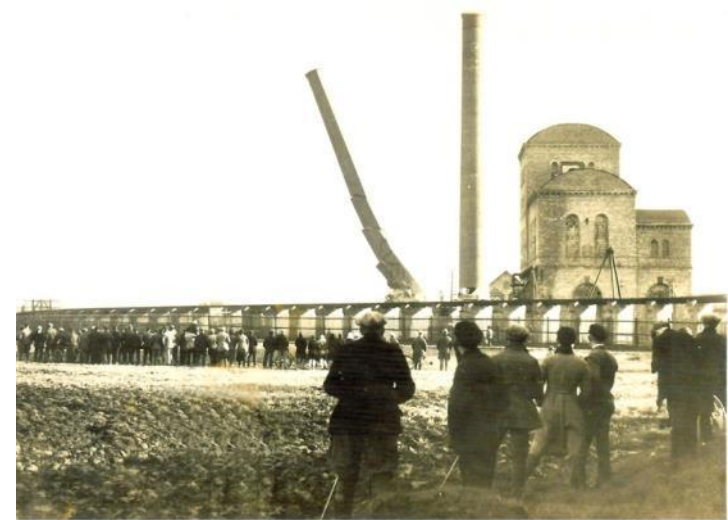
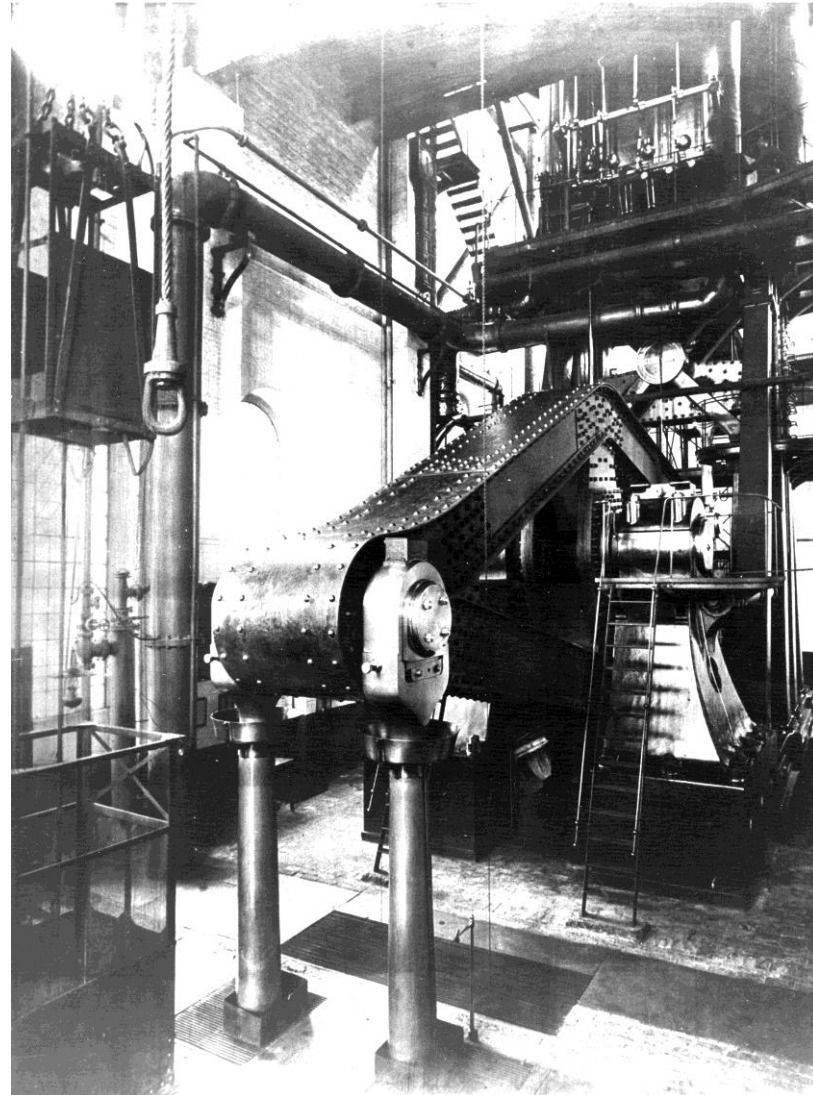
Malakowturm, Helbra

Typ „Denkmal gönnen“



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Malakowturm Helbra





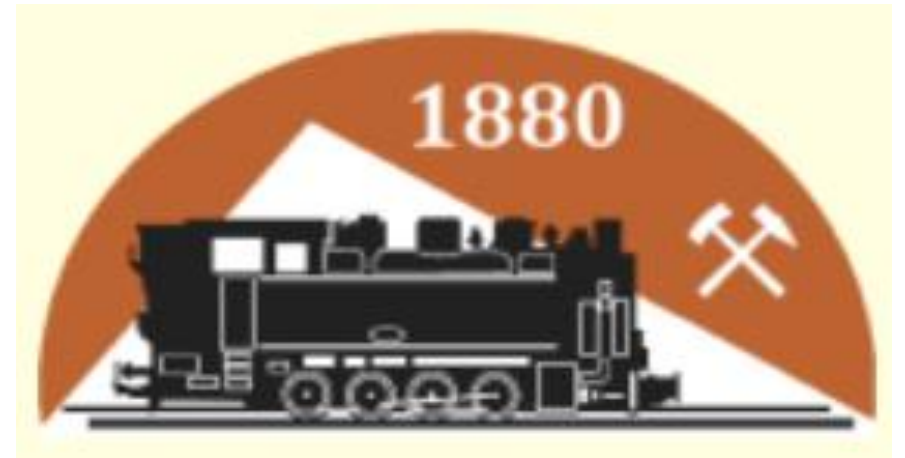
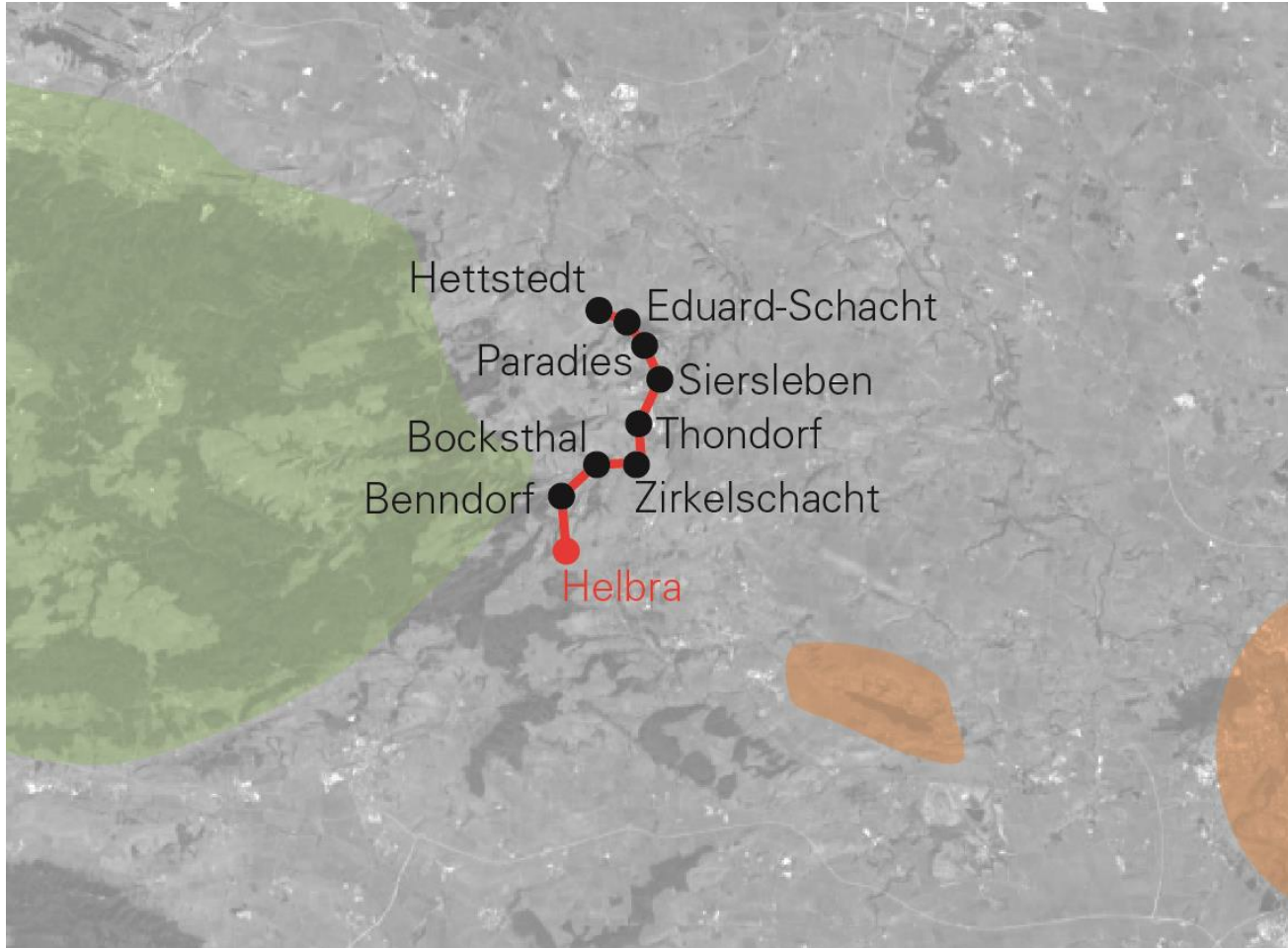
Malakowturm Helbra

- **Schachtturm in Hüttensteinmauerung (nicht in den vier Typen Slottas enthalten)**
- **erbaut 1886**
- **Teil der Anlage Ernst-Schacht bzw. später Walter-Schneider-Schacht**
- **Ernst-Schacht IV diente der Wasserhaltung - damals größte in Europa mit Dampf betriebene untertägige Wasserhaltungsmaschine**
- **mit großzügigen Rundbogenfenstern belichtet, aus grau-weißen Hüttensteinen**
- **ohne Nutzung seit 1970**
- **Denkmal seit 1994**
- **mit Malakowturm wurde die Phase des Tiefbergbaus begonnen**
- **letzter Malakowturm in Sachsen-Anhalt**
 - besondere Bauweise
 - Zeugnis des Bergbaus als Großindustrie
 - Zeugnis des Tiefbergbaus
 - einzigartig in Sachsen-Anhalt



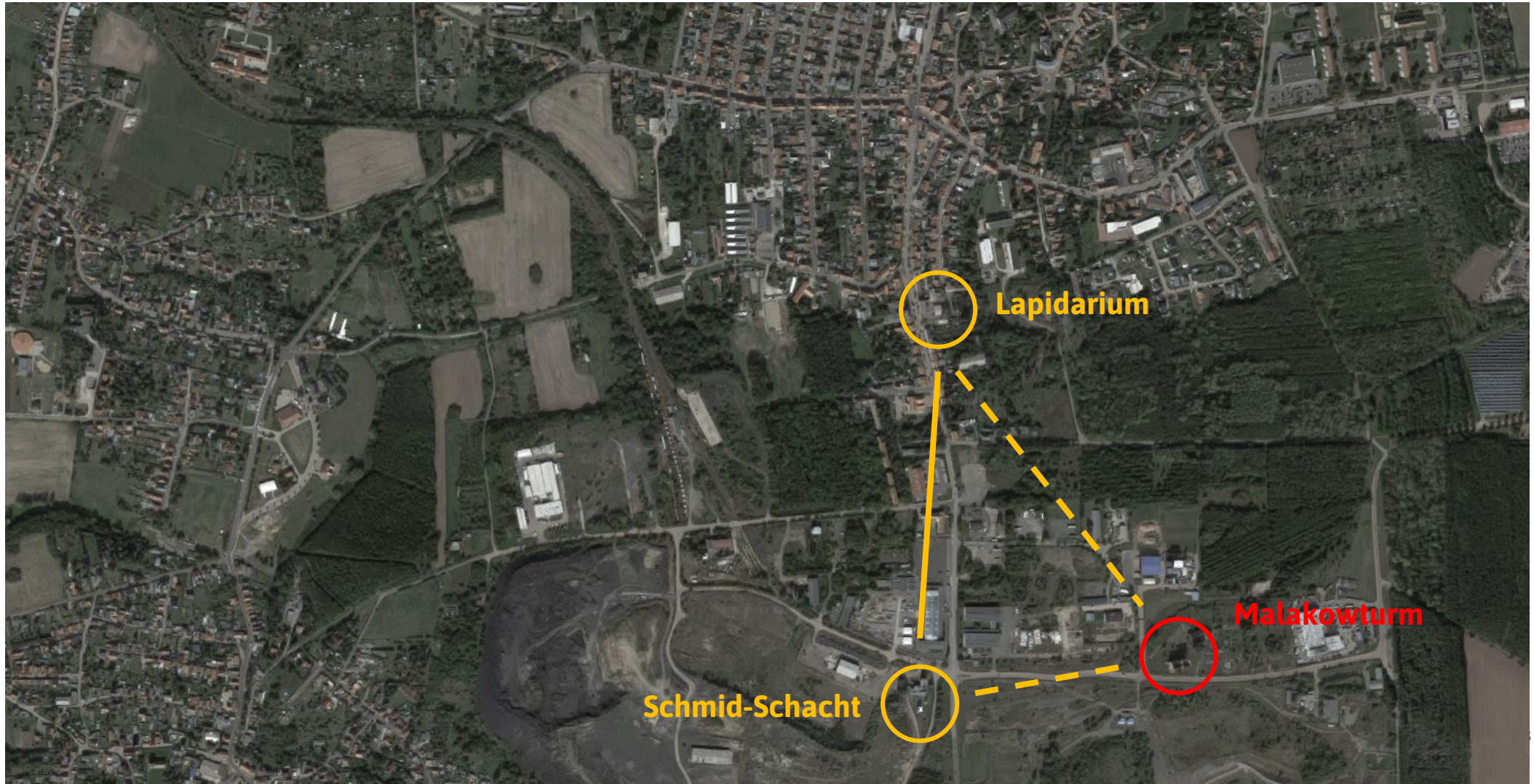


Touristische Vernetzung – physisch



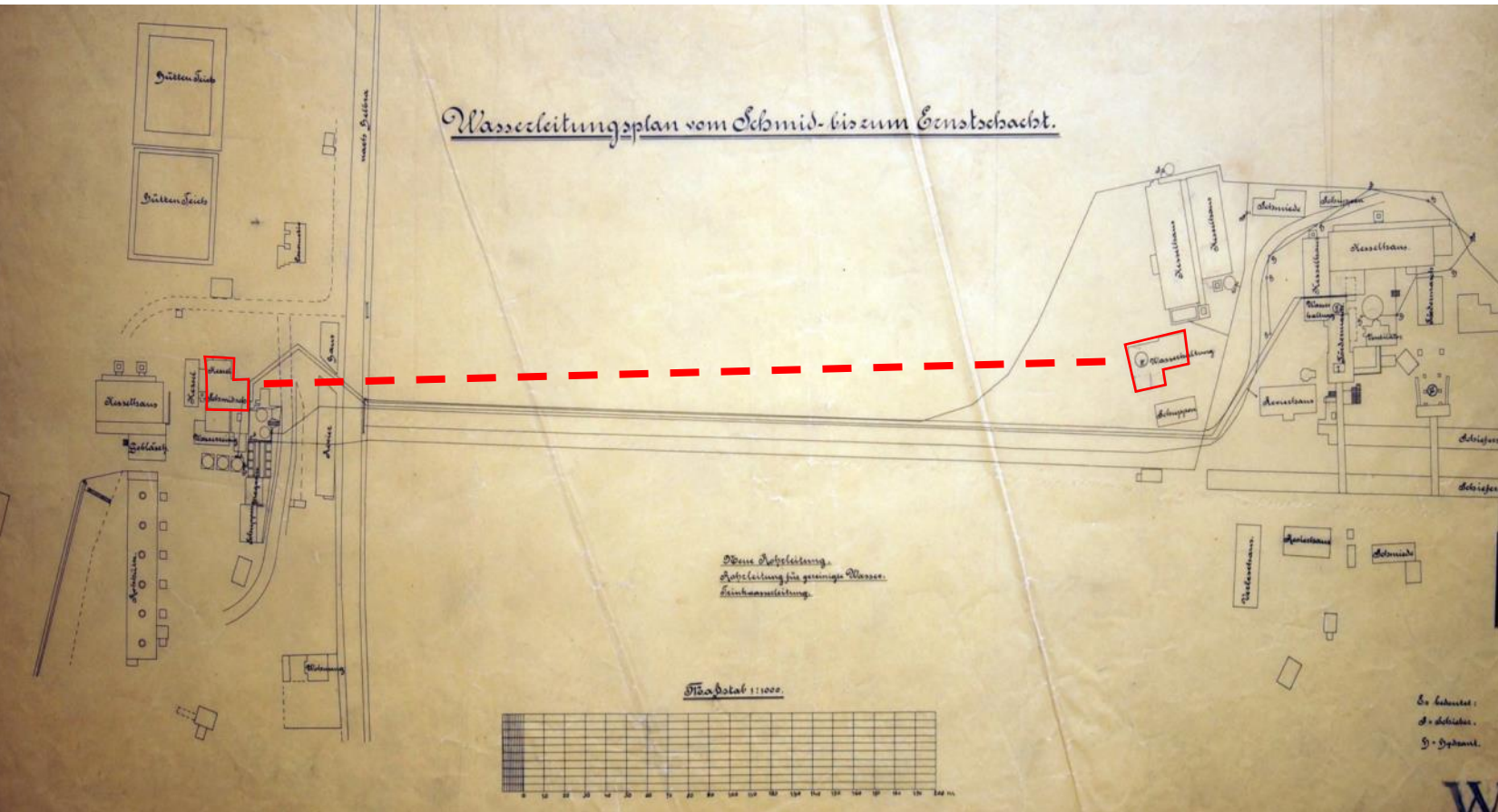


Erlebniswelt Kupfer – thematische Bezüge



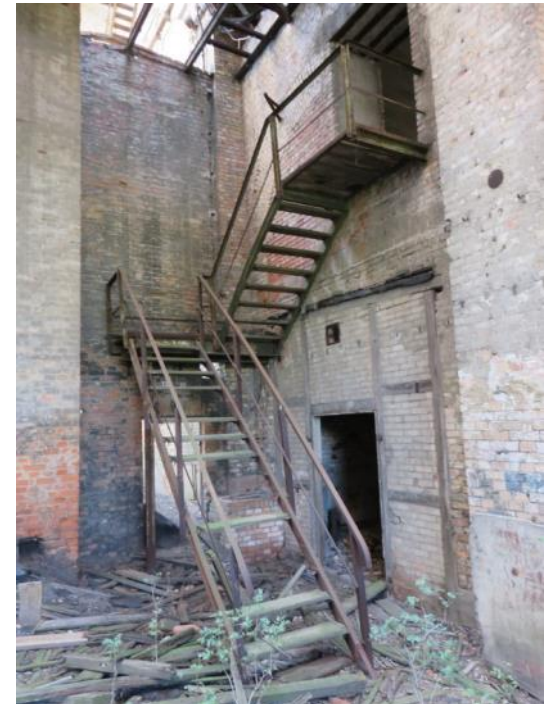


Erlebniswelt Kupfer – unterirdische Bezüge





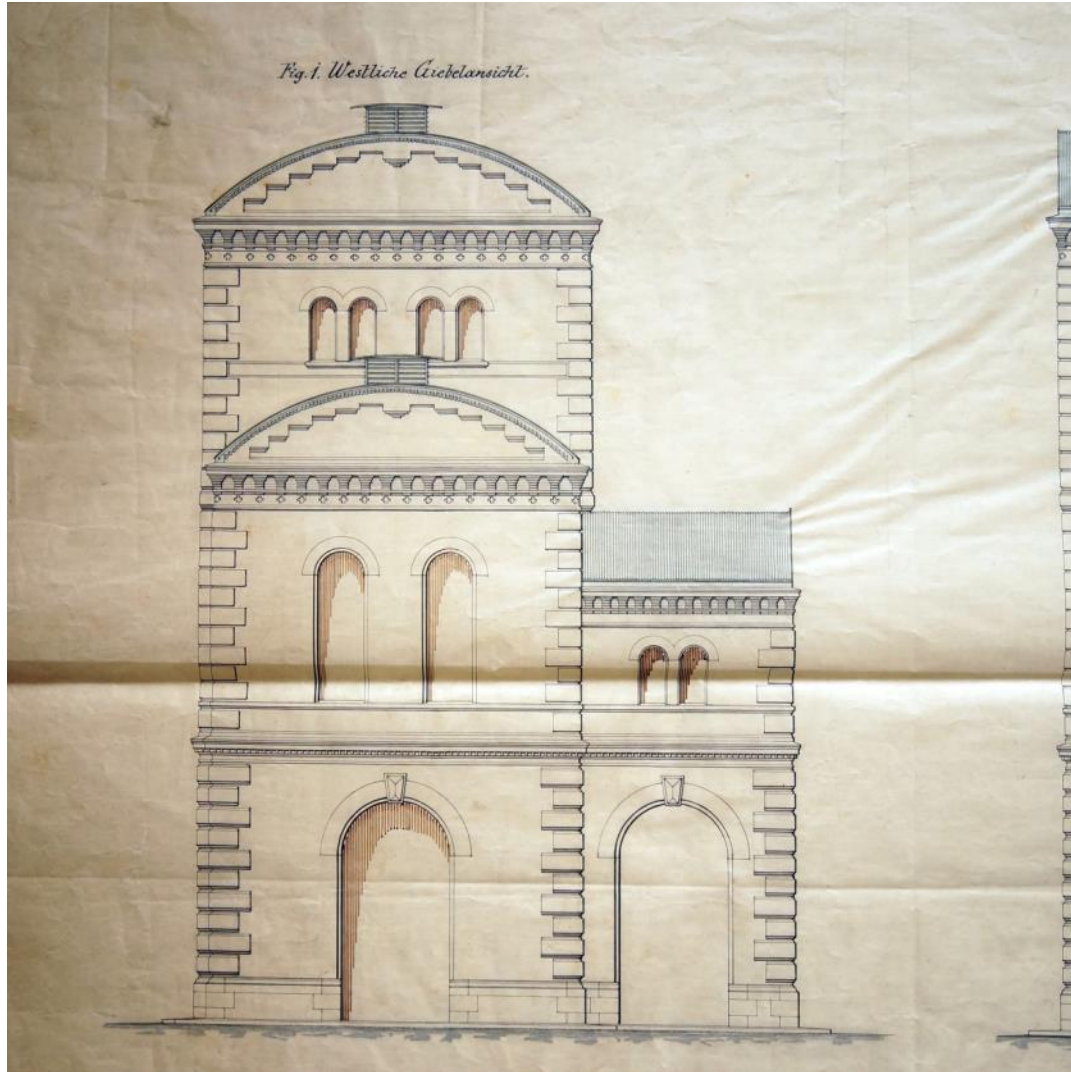
Malakowturm Helbra – Bauzeitliche Situation und aktueller Zustand



Quelle: bunker-nrw.de

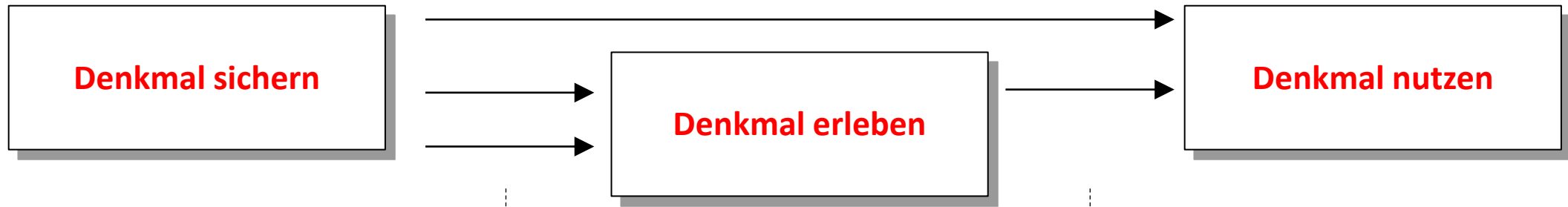


Malakowturm Helbra – Bauzeitliche Situation und aktueller Zustand





Konzeptphasen





Ebene Konzept

- **Akteursstruktur**
- **Vernetzung und Qualifizierung des touristischen Angebots**
- **Koordination Tourismus vor Ort**

Ebene baulicher Denkmalerhalt

- **Bauforschung / Denkmalwertermittlung / Denkmalpflegerische Zielstellung**
- **Erarbeitung einer Sanierungsstrategie**
- **Planung der baulichen Maßnahmen**
- **Untersuchung Bausubstanz**



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Schokoladenfabrik Zetti, Zeitz

Typ „AtHomeOffice“

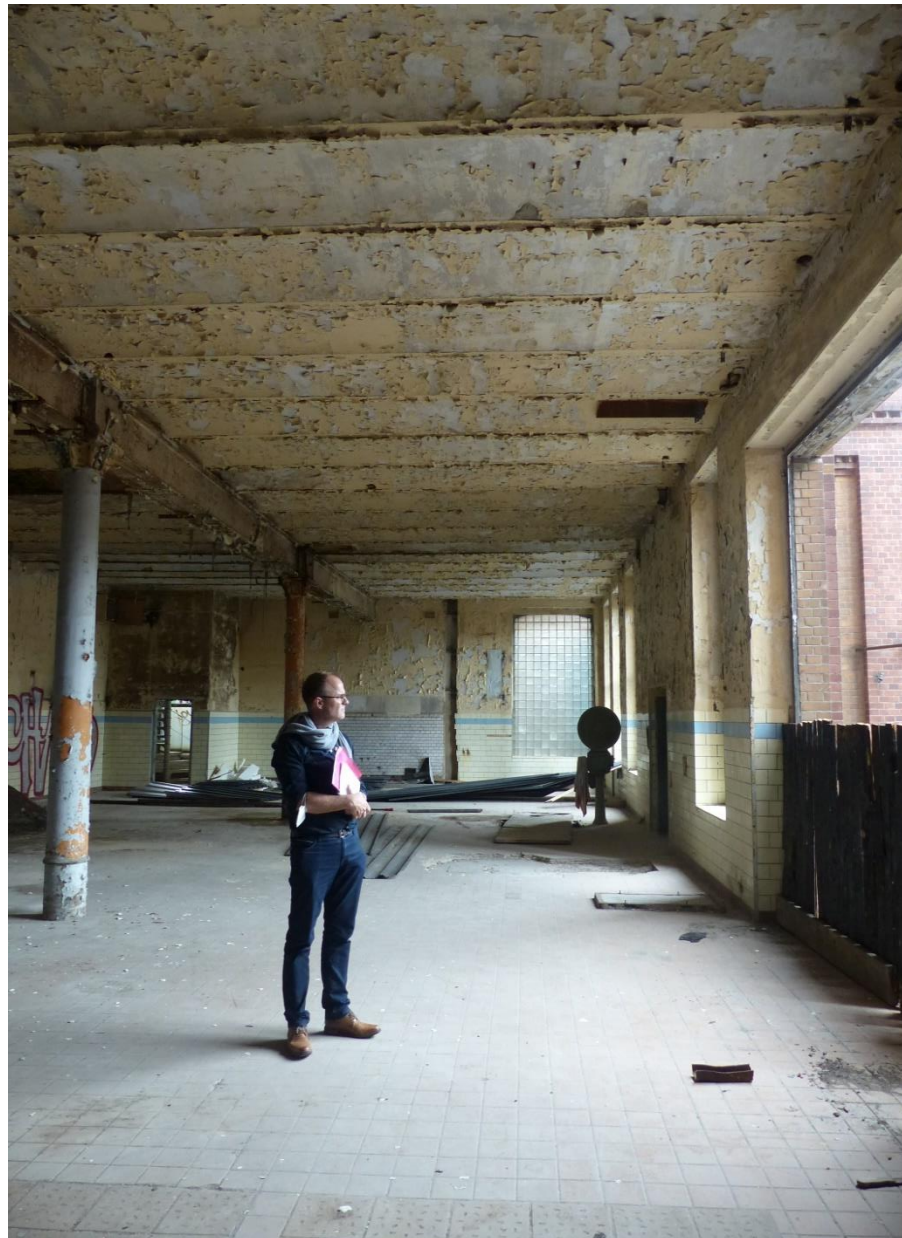
Ausgangssituation

Lage

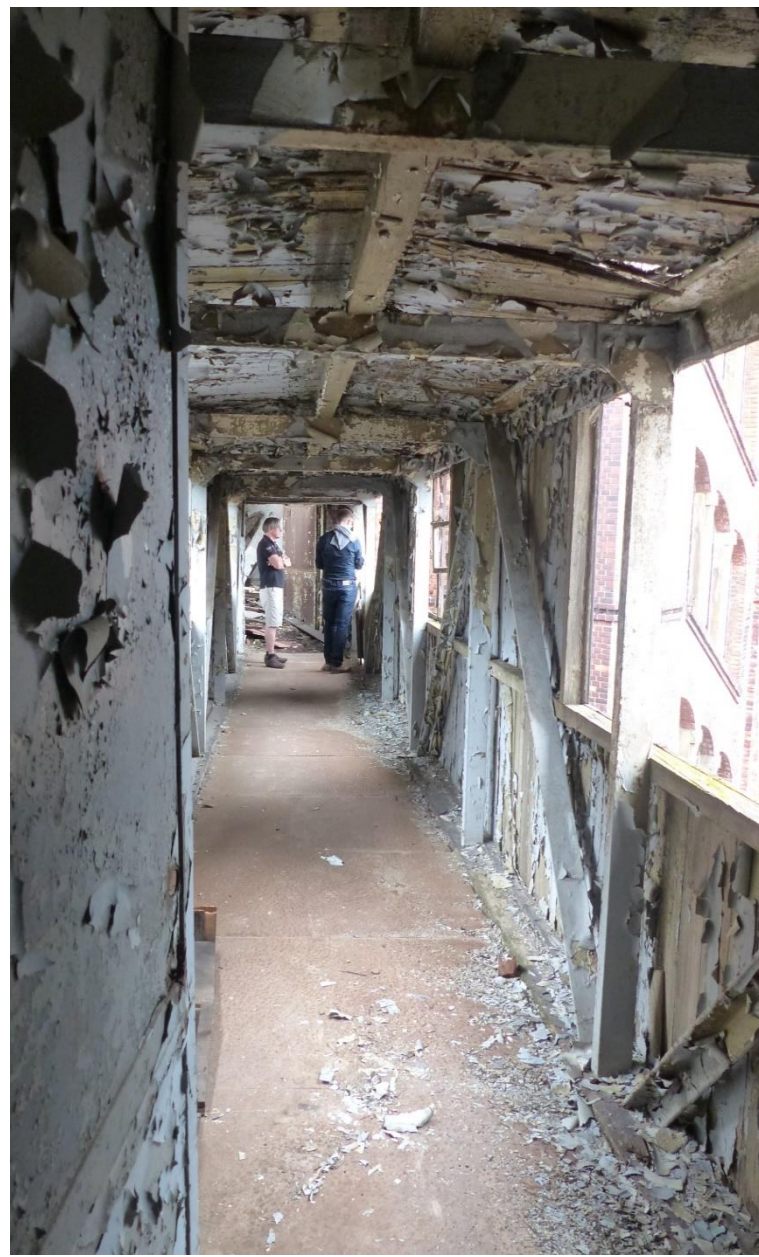
- Elstervorstadt – gewerblicher Transformationsraum
- Bahnhofsnahe
- Bahnanbindung günstig (ca. 40 min bis Zentrum Leipzig)
- A9, A4, A72 in 15-40 Autominuten
- Jena, Leipzig, Chemnitz in 45 bis 60 Autominuten



Quelle: Mapy.cz



Aufnahmedatum: 22. Juni 2021, Quelle: INIK



Aufnahmedatum: 22. Juni 2021, Quelle: INIK

Rahmenbedingungen

LEITBILD Zeitz, Stand Nov. 2020 (Auswahl)

Zukunftsvision "Zeitz - die grüne Wohn- und Kulturstadt an der Weißen Elster"

Das gesellschaftlich-kulturelle Leben in Zeitz ist durch eine vielfältige Kulturlandschaft geprägt. Diese Potenziale, zu der auch die identitätsstiftenden, historischen Zeugnisse und die Industriekultur gehören, werden intensiver genutzt und auch überregional vermarktet.

- Leerstandsabbau durch neue Nutzungskonzepte
- Neugründungen von Start-ups / Kreativwirtschaft
- Revitalisierung von Industrie- und Gewerbeflächen/-brachen
- strategische Partnerschaften zwischen Stadtverwaltung, Bildungseinrichtungen, Handwerk und Industrie
- Erhalt und Vermarktung des baukulturellen Erbes
- Nutzung kulturhistorisch bedeutsamer Orte für temporäre Veranstaltungen

Rahmenbedingungen

ISEK Zeitz 2035

Stadt der Freiräume

Elstervorstadt – Gewerblicher Transformationsraum

- „Dazu ist eine weitere Transformation des Stadtgebietes erforderlich. Um dies zu schaffen soll die Elstervorstadt Handlungsschwerpunkt für den ... Strukturwandel werden.“
- „Die verbliebenen baulichen Zeugen der industriellen Vergangenheit sollen erhalten, saniert und einer neuen Nutzung zugeführt werden, damit sie als Imageträger nach außen wirken können. ... Nutzungen aus dem Bereich Kunst und Kreativwirtschaft.“



Potenziale

- ▶ neu belebte Kunst- und Kulturszene (im Umkreis des Klosters Posa)
- ▶ hohe Anzahl an Einpendler*innen und Industriearbeitsplätzen
- ▶ Strukturwandel = Fördermittel + politischer Fokus
- ▶ Quartiersentwicklung / Kooperationen im Quartier
- ▶ Lage (Bahnhofsnähe; Leipzignähe; Autobahnnähe)
- ▶ Zustand erlaubt Zwischennutzungsmöglichkeiten
- ▶ Zetti nebenan (Schokolade als Marketingprodukt der Stadt und Ankernutzung für den Standort)
- ▶ Standort mit Geschichte

Herausforderungen

- ▶ Eigentümerstruktur
- ▶ Schwerpunktsetzung Elstervorstadt
- ▶ Standortentwicklung / Kümmerer
- ▶ Standortgröße und -zustand
- ▶ Nutzer*innenakquise
- ▶ langer Atem

Die Idee: Erlebniswelt Schokolade (Schokoladenfabrik) – Brandland für die Marke Zetti

- Erlebniswelt als Kombination aus Schokoladenmuseum und Markenerlebniswelt
- Rückkehr der Schokolade an den originalen Standort
- zeitgemäß inszeniert und vermarktet
- Integration des ehemaligen Eigentümers: lokales Engagement, Identität, lokale Verankerung
- Strukturwandel aufbauend auf die historische und industriekulturelle Substanz

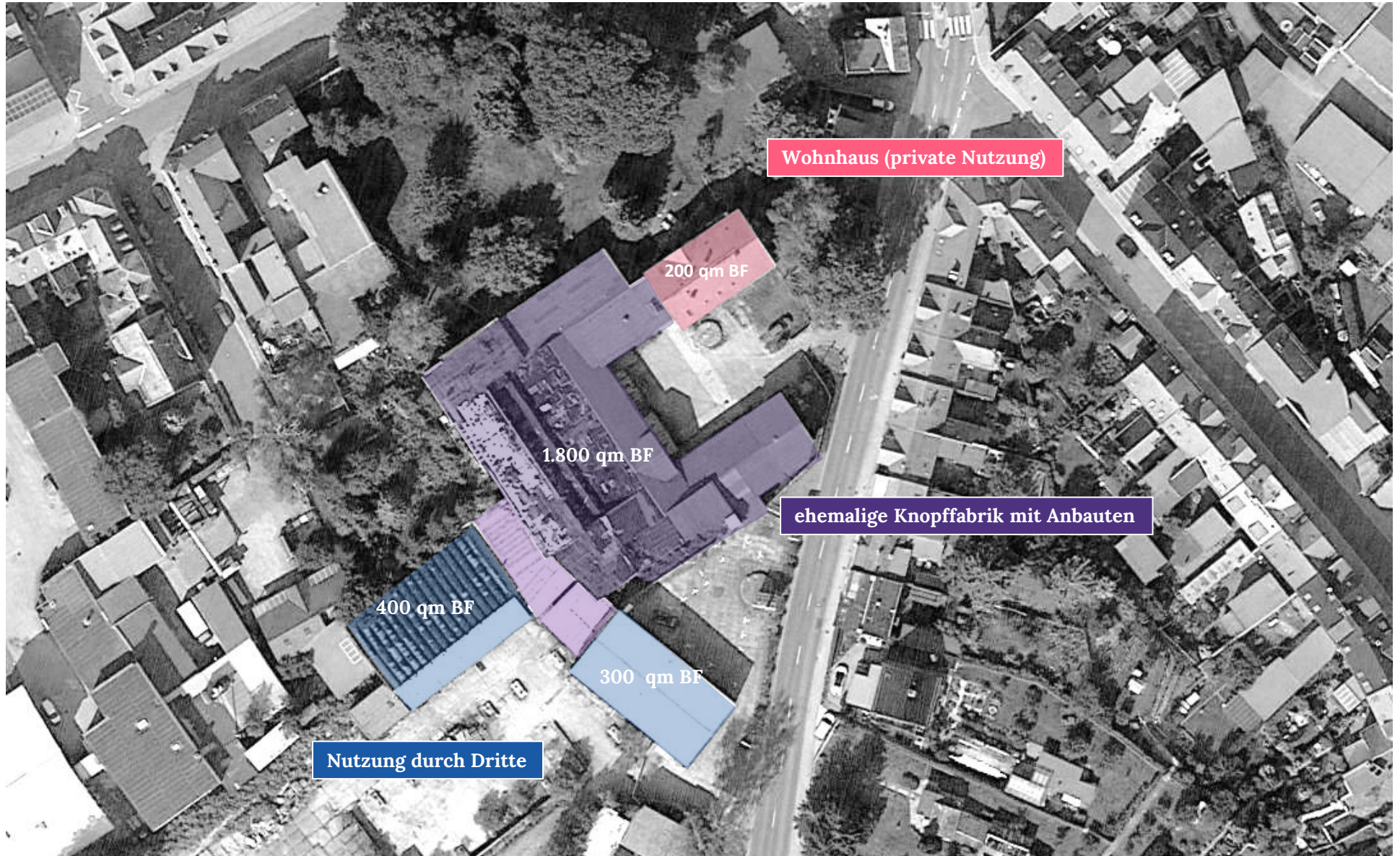




INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Knopffabrik Schmölln, Stadt Schmölln

Typ „Impulsgeber“





Vor-Ort-Begehung, 22.06.2021 Halle



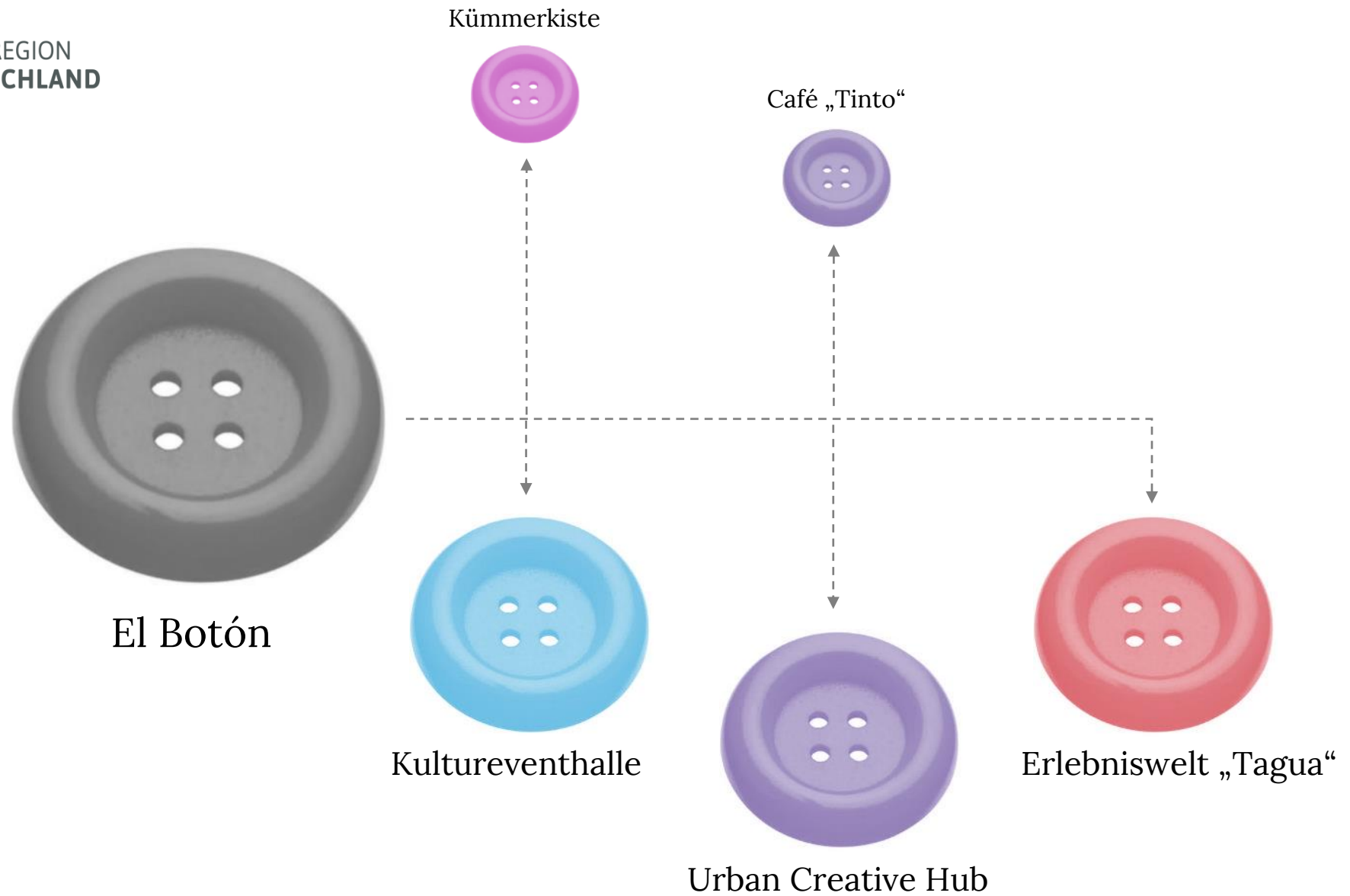
source: INIK GmbH, 2021..

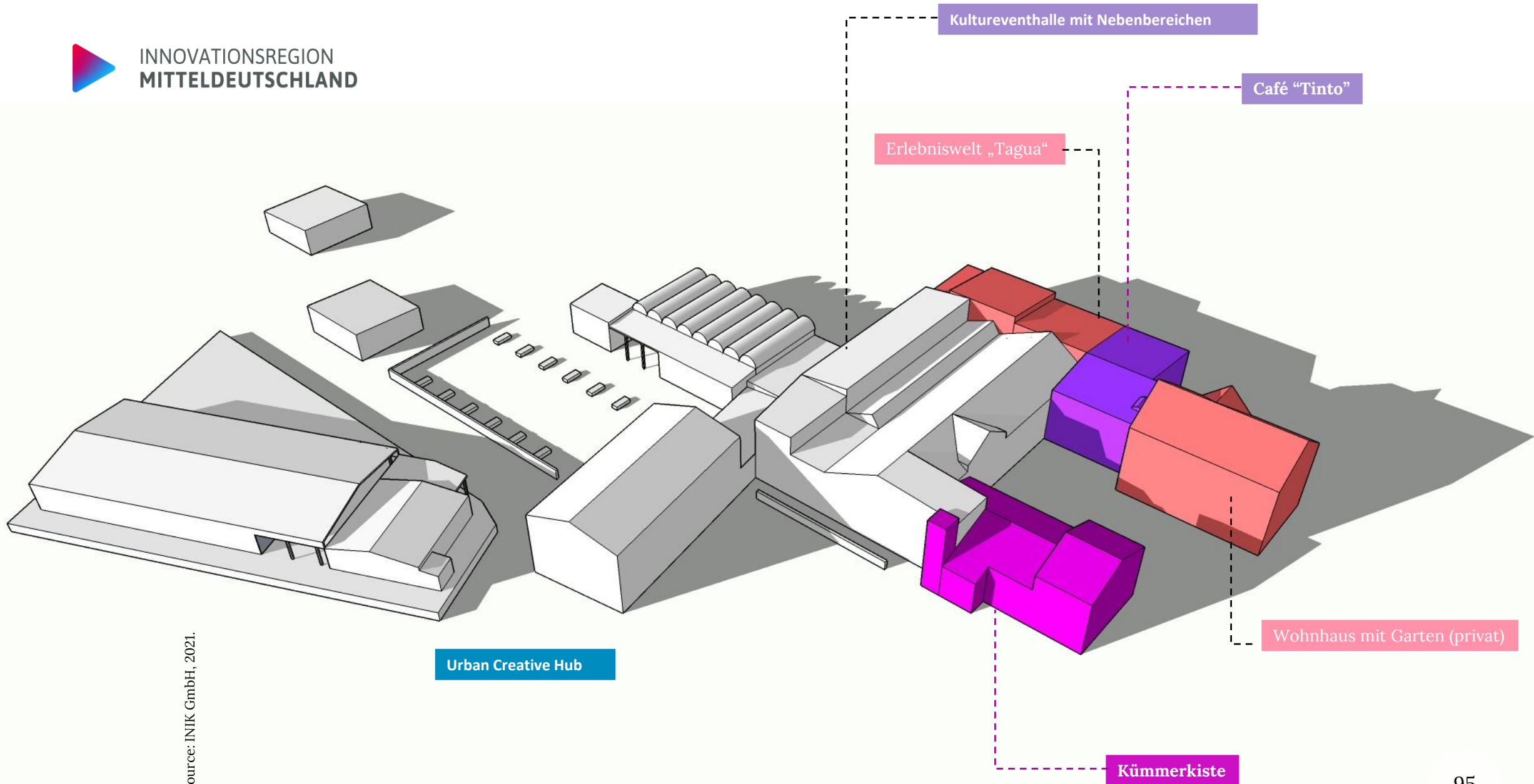
► **Bewertung: Besonders positiv fällt auf ...**

- öffentl. Interesse + BM-Mandat
- Impulspotenzial Stadtentwicklung
- ISEK wird neu geschrieben
- wirtschaftliche Nutzungen teils schon vorhanden
- fußläufige Erreichbarkeit u. Zentrumsnähe
- Fördermitteleinsatz gewollt (LK / InvKG)
- hohes Potenzial für Kuppelleffekte

▶ **Bewertung: Eher negativ fällt auf ...**

- erhebliches Schadensbild Baustruktur
- Kultur- und Kreativwirtschaft fehlt
- akt. niedrige Fußgängerfrequenz
- Förderweg noch nicht verbindlich
- ISEK fehlt





source: INIK GmbH, 2021.

- ▶ **Strategietypologien helfen hinsichtlich Übertragbarkeit**
- ▶ **Die Entwicklung erfolgt in einer erprobten Abfolge von:
Fragestellung – Grundlagenermittlung – Bewertung – Strategie – Erkenntnisgewinn**
- ▶ **auf Grundlage der Strategietypologien und allgemeiner Fragestellungen muss eine standortspezifische und professionelle Vorgehensweise gewährleistet werden**
- ▶ **Standortentwicklung ist ein zentrales Thema für eine Zukunft der „Industriekultur“ in Mitteldeutschland – den Gesamttraum adressierende Strukturen dafür müssen professionell sein und verstetigt werden**

▶ **Knopffabrik Schmölln**

Integrierte Stadtentwicklung und Standortentwicklung müssen eng miteinander verzahnt werden

▶ **Schokoladenfabrik Zetti**

historische, industrielle Großstrukturen sind optimal geeignet für Quartiere der Produktiven Stadt - erfolgreiche Standortentwicklung für die produktive Stadt benötigt zunächst dafür erforderliche Rahmenbedingungen

▶ **Malakowturm Helbra**

nutzungsoffener Erhalt eröffnet langfristige Perspektiven

▶ **Dorf der Jugend in Grimma**

für Graswurzelprojekte ist Kommunikation der Schlüssel für die Entwicklung gemeinsamer Ziele



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Bewahren und Erforschen



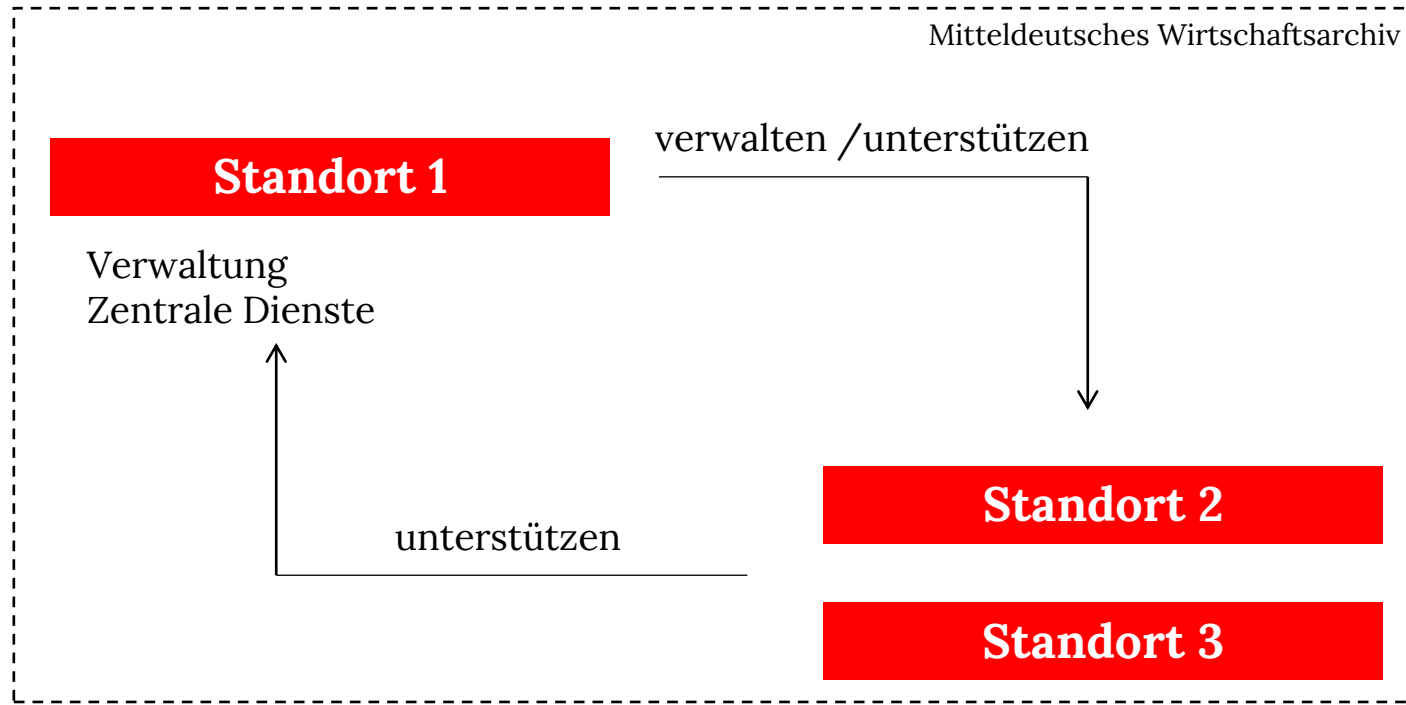
INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

AP 4 – 1

**Konzeption zur Neustrukturierung der
Wirtschaftsarchive**

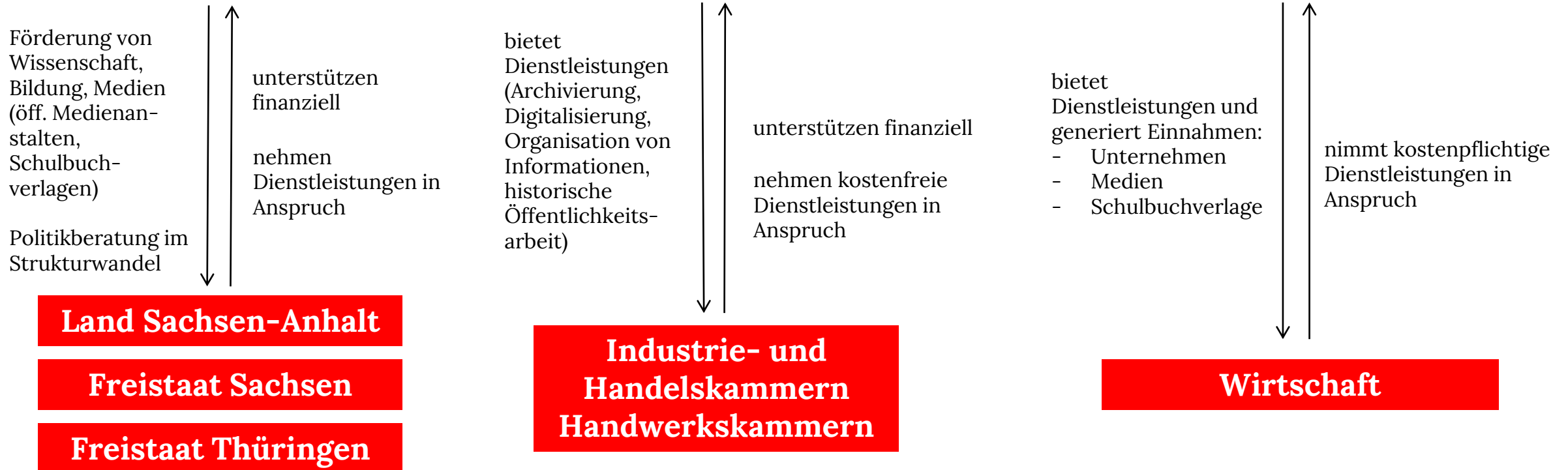
Mögliche Modelle

Modell 4: drei Länder – ein Hauptstandort – zwei Nebenstandorte



Vorschlag Rechtsform

Stiftung Mitteldeutsches Wirtschaftsarchiv

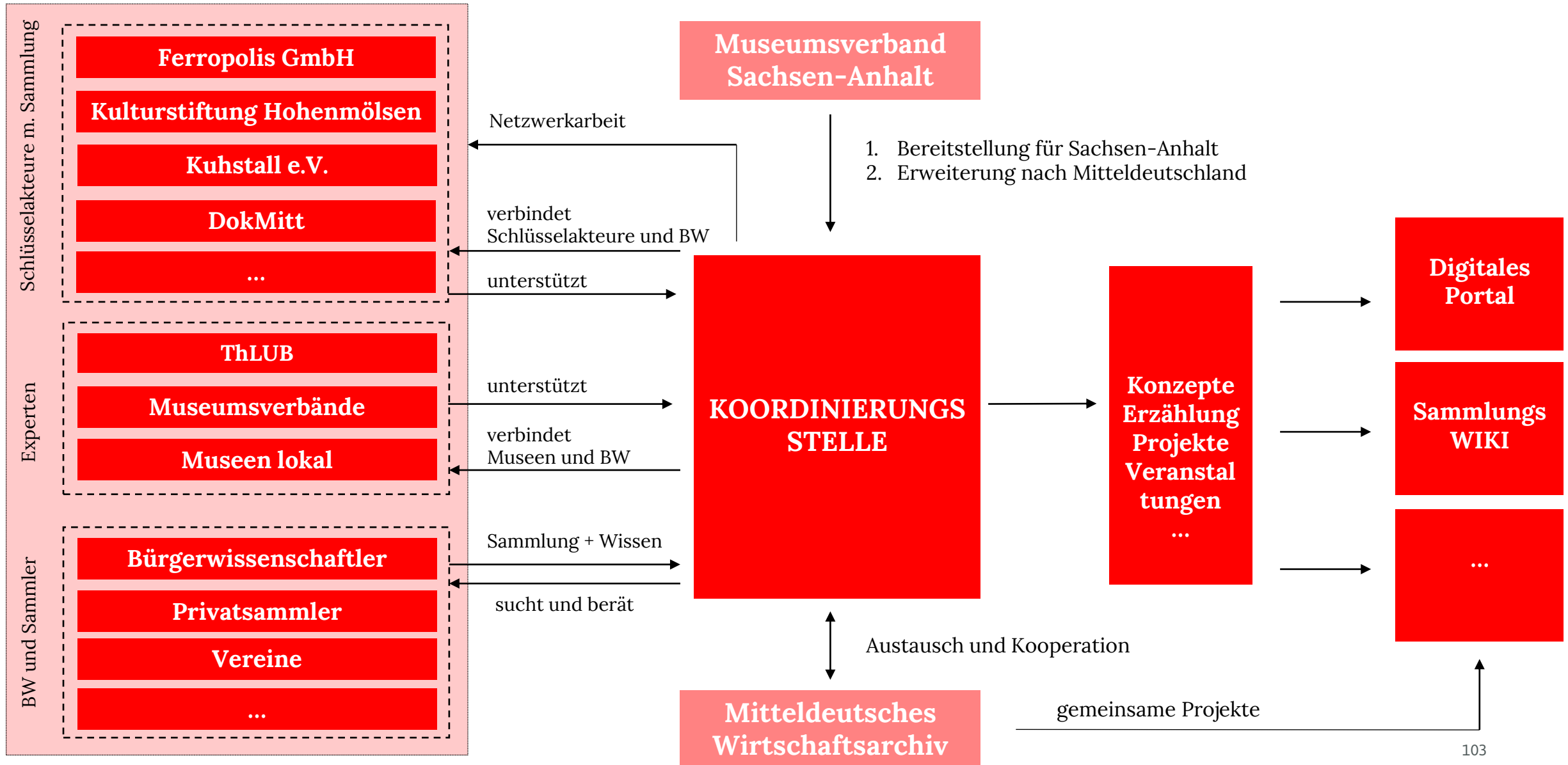




INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

AP 4 – 2

**Dokumentations- und
Vermittlungskonzept mit
Citizen Science Ansätzen**





INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Ihre Fragen und Diskussion



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

- Pause -



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Diskussions- und Fragerunden

Fragen und Beiträge der Teilnehmer*innen zur Studie
in verschiedenen Themenrunden

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Podiumsdiskussion im Plenum: Länderperspektiven auf die Industriekultur

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Podiumsdiskussion im Plenum: Länderperspektiven auf die Industriekultur



Jana Kämpfe, Volkskundliche Beratungs- und Dokumentationsstelle für Thüringen



Rhoda Riccius, Referentin für Industriekultur in Sachsen-Anhalt
Staatskanzlei und Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt






Gordian Meyer-Plath, Referatsleiter Sächsisches Staatsministerium für
Wissenschaft, Kultur und Tourismus



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

- Ausblick -

-  Finalisierung des Berichts bis Oktober 2021
-  Abstimmung mit der Projektgruppe
-  Veröffentlichung Revierkonzept Juni 2022



INNOVATIONSREGION
MITTELDEUTSCHLAND

Metropolregion Mitteldeutschland Management GmbH
Annett Kautz, Handlungsfeldmanagerin Tourismus und Kultur
Schillerstraße 5 ▶ 04109 Leipzig
Tel.: 0341/600 16-265 ▶ Fax: 0341/600 16-13
E-Mail: kautz@mitteldeutschland.com

www.innovationsregion-mitteldeutschland.com

Ein Projekt der



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

projekt2508

projekt2508 GmbH

Riesstraße 10

53113 Bonn

T: +49 (0)228-184967-0

www.projekt2508.de

Leitung: Matthias Burzinski

Team: Matthias Burzinski,

Tanja Faltin, Michaela Palmer

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

dwif-Consulting GmbH

Sonnenstraße 27

80331 München

Tel +49 (0)89 - 237 028 90

www.dwif.de

Leitung: Markus Seibold

Team: Michael Deckert, Markus Seibold

IIIK
COTTBUS - WROCLAW

Institut für neue Industriekultur INIK GmbH

Lipezkerstraße 47

03048 Cottbus

Tel +49 (0)355 - 2909015

www.inik.eu

Leitung: Sebastian Hettchen

Team: Sebastian Hettchen, Dr. Lars Scharnholz



Vielen Dank für Ihre Teilnahme!
Kommen Sie gut nach Hause.

NEUE WEGE FÜR INNOVATION UND WERTSCHÖPFUNG

Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland

INDUSTRIEKULTUR IN MITTELDEUTSCHLAND.
STRATEGIE UND POTENZIALSTUDIE ZUR INDUSTRIEKULTUR IN
MITTELDEUTSCHLAND MIT DEN SCHWERPUNKTEN TOURISMUS,
REGIONALE IDENTITÄT UND WERTSCHÖPFUNG.

Gefördert aus Mitteln der Bundesrepublik Deutschland, des Freistaates Sachsen, des Landes Sachsen-Anhalt und des Freistaates Thüringen im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsinfrastruktur".

